

2017-2022年中国电影行业 全景调研及市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国电影行业全景调研及市场运营趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/774128YLHP.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

当前，各大互联网企业不再甘于充当播出平台，开始涉足电影的融资、创作生产、营销发行等环节。随着4G移动互联网的高速发展，用手机、平板电脑等移动设备在线观看电影的网民越来越多，互联网正进一步加速对传统电影业的“颠覆”。

互联网不只是一个传播平台，更是一种思维和产业运作方法，也为电影产业带来了更多可能性，在互联网时代，以《小时代》、《后会无期》、《人再囧途之泰囧》为代表的没有大腕导演的电影也能获得成功，年轻化、互联网化将成为电影业发展的新方向。另一方面，互联网对传统电影的“颠覆”也会带来变革与重生。电影与互联网的融合已经成为势不可挡的发展趋势，传统电影产业已经站在一次重大转型的新拐点上，借助互联网思维，中国电影产业将迈向上一个更高的台阶。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国电影行业全景调研及市场运营趋势报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录:

第1章：互联网+电影产业发展综述

1.1 “互联网+电影”概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵分析

(1) “互联网+”的提出

(2) “互联网+”的内涵

1.1.2 “互联网+电影”的定义

1.1.3 “互联网+电影”产业链分析

1.2 互联网+电影产业PEST分析

1.2.1 政策环境分析（P）

(1) 行业管理体制分析

(2) 行业发展政策分析

(3) 行业政策动向分析

1.2.2 经济环境分析 (E)

(1) 宏观经济运行分析

1) 国际宏观经济运行分析

2) 国内宏观经济运行分析

(2) 电子商务发展情况分析

1.2.3 社会环境分析 (S)

(1) 互联网普及情况分析

(2) 城市化水平不断提高

(3) 居民消费支出情况

1.2.4 技术环境分析 (T)

(1) 云计算技术发展现状及未来趋势分析

(2) 物联网技术发展现状及未来趋势分析

(3) 无线通信技术的发展现状及未来趋势分析

(4) 大数据技术发展现状及未来趋势分析

1.3 互联网+电影产业发展现状分析

1.3.1 全球电影产业发展状况分析

(1) 全球电影票房收入规模

(2) 主要国家电影票房收入

(3) 全球电影产业银幕数量

1.3.2 中国电影产业发展状况分析

(1) 中国电影产业产量规模

(2) 中国电影产业收入规模

(3) 中国电影产业观影人次

1.3.3 互联网给电影产业带来的冲击和变革

(1) 互联网思维颠覆电影传统理念

1) 粉丝经济

2) 用户思维

3) 大数据思维

4) 平台化思维

(2) 互联网改变观影模式与观影空间

1) 互动观影

2) 弹幕电影

(3) 互联网重塑电影产业发展路径

1.3.4 中国互联网+电影产业竞争态势分析

(1) 中国互联网+电影产业竞争格局分析

(2) 中国互联网+电影潜在进入者威胁分析

1.3.5 中国互联网+电影产业投资并购分析

(1) 中国互联网+电影产业投资并购规模

(2) 中国互联网+电影产业投资并购特点

(3) 中国互联网+电影产业投资并购趋势

第2章：互联网+电影产业筹资模式创新策略及优秀案例

2.1 互联网+电影产业筹资模式创新策略——众筹

2.1.1 互联网众筹概况简介

(1) 互联网众筹定义

(2) 互联网众筹模式

(3) 互联网众筹发展历程

(4) 互联网众筹市场规模

(5) 互联网众筹市场结构

(6) 互联网众筹市场竞争分析

(7) 互联网众筹存在问题

2.1.2 互联网+电影众筹发展现状

2.1.3 互联网+电影众筹应用评价

(1) 对电影产业链的积极影响

(2) 互联网+电影众筹局限性分析

2.1.4 互联网+电影众筹平台分析

(1) 大家投

(2) 淘梦网

(3) 追梦网

(4) 影娱宝

(5) 众筹网

2.1.5 互联网+电影众筹优秀案例

(1) 《我就是我》

(2) 《十万个冷笑话》

2.2 互联网+电影产业筹资模式创新策略——娱乐宝

2.2.1 “娱乐宝”概况简介

2.2.2 “娱乐宝”发展现状

2.2.3 “娱乐宝”应用评价

(1) 对电影产业链的积极影响

(2) “娱乐宝”局限性分析

2.2.4 “娱乐宝”优秀案例

(1) 《小时代》

(2) 《狼图腾》

(3) 《老男孩》

(4) 《绝命逃亡》

2.3 互联网+电影产业筹资模式创新策略——百发有戏

2.3.1 “百发有戏”概况简介

2.3.2 “百发有戏”发展现状

2.3.3 “百发有戏”应用评价

(1) 对电影产业链的积极影响

(2) “百发有戏”局限性分析

2.3.4 “百发有戏”优秀案例

第3章：互联网+电影产业制作模式创新策略及优秀案例

3.1 互联网+电影产业叙事方式创新策略——数据库叙事

3.1.1 数据库叙事概况简介

3.1.2 数据库叙事发展现状

3.1.3 数据库叙事应用评价

(1) 对电影产业链的积极影响

(2) 数据库叙事局限性分析

3.1.4 数据库叙事未来趋势

3.1.5 数据库叙事优秀案例

(1) 《小时代》

(2) 《纸牌屋》

3.2 互联网+电影产业创作模式创新策略——UGC模式

- 3.2.1 UGC模式概况简介
- 3.2.2 UGC模式发展现状
- 3.2.3 UGC主要应用模式
- 3.2.4 UGC模式未来趋势
- 3.2.5 UGC模式优秀案例
- 3.3 互联网+电影产业制作技术创新策略——立体/奇观电影
 - 3.3.1 立体/奇观电影简介
 - 3.3.2 立体/奇观电影发展现状
 - 3.3.3 立体/奇观电影未来趋势
 - 3.3.4 立体/奇观电影优秀案例
 - (1) 《阿凡达》
 - (2) 《变形金刚4》
 - (3) 《少年派的奇幻漂流》

第4章：互联网+电影产业营销模式创新策略及优秀案例

- 4.1 互联网+电影产业营销模式创新策略——微博营销
 - 4.1.1 微博营销定义简介
 - 4.1.2 微博主要功能分析
 - 4.1.3 微博营销价值分析
 - 4.1.4 微博用户规模分析
 - 4.1.5 微博营销模式分析
 - (1) 企业自营推广模式
 - (2) 意见领袖推广模式
 - 1) 意见领袖推广模式概述
 - 2) 意见领袖推广模式的实现途径
 - 3) 主要意见领袖微博账号分析
 - 4.1.6 电影微博营销模式分析
 - (1) 立项期微博营销策略
 - (2) 筹备期微博营销策略
 - (3) 拍摄期微博营销策略
 - (4) 制作期微博营销策略
 - (5) 宣传期微博营销策略

(6) 上映期微博营销策略

4.1.7 电影微博营销优秀案例

(1) 《失恋33天》

(2) 《小时代》

(3) 《后会无期》

4.2 互联网+电影产业营销模式创新策略——微信营销

4.2.1 微信营销定义简介

4.2.2 微信主要功能分析

4.2.3 微信营销价值分析

(1) 微信的营销价值

(2) 微信公众平台营销价值

4.2.4 微信用户规模分析

4.2.5 微信营销模式分析

(1) 第三方服务商营销模式

1) 微信第三方服务商发展概述

2) 企业选择第三方服务商的目的分析

3) 微信第三方服务商领先企业分析

(2) 企业自建自营模式

4.2.6 电影微信营销模式分析

(1) 微信公众号营销策略

(2) 微信朋友圈营销策略

(3) 微信红包营销策略

(4) 微信漂流瓶营销策略

4.2.7 电影微信营销优秀案例

(1) 《富春山居图》

(2) 《爸爸的假期》

4.3 互联网+电影产业营销模式创新策略——APP营销

4.3.1 APP营销定义简介

4.3.2 APP主要功能分析

4.3.3 APP营销价值分析

(1) APP营销的优势

1) APP营销的优势分析

- 2) APP营销与传统手机营销对比分析
 - (2) APP营销是未来营销趋势
- 1) APP成移动互联网重要入口
- 2) APP是企业“自营销”的利器
- 3) APP是企业O2O转型重要载体

4.3.4 APP用户规模分析

- (1) APP应用数量增长趋势
- (2) APP下载安装数量分析
- (3) APP活跃状态情况分析

4.3.5 APP营销模式分析

- (1) 销售/服务移动化模式分析
- (2) 产品的移动化拓展模式分析
- (3) 品牌沟通移动化模式分析
- (4) 客户管理移动化模式分析
- (5) 内部品牌建设移动化模式分析
- (6) 产品组合移动化模式分析

4.3.6 电影APP营销模式分析

4.3.7 电影APP营销优秀案例

- (1) 《被偷走的那五年》
- (2) 《京城81号》

第5章：互联网+电影产业售票模式创新策略及优秀案例

5.1 互联网+电影产业售票模式创新策略——团购网站售票

5.1.1 团购网站售票概况简介

5.1.2 团购网站售票发展现状

5.1.3 团购网站售票模式评价

- (1) 对电影产业链的影响分析
- (2) 团购网站售票局限性分析

5.1.4 团购网站售票优秀案例

- (1) 美团网
- (2) 拉手网
- (3) 百度糯米

5.2 互联网+电影产业售票模式创新策略——在线选座售票

5.2.1 在线选座售票概况简介

5.2.2 在线选座售票发展现状

5.2.3 在线选座售票模式评价

(1) 对电影产业链的影响分析

(2) 在线选座售票局限性分析

5.2.4 在线选座售票优秀案例

(1) 时光网

(2) 猫眼电影

(3) 格瓦拉电影

(4) 网票网

5.3 互联网+电影产业售票模式创新策略——APP售票

5.3.1 APP售票概况简介

5.3.2 APP售票发展现状

5.3.3 APP售票模式评价

5.3.4 APP售票优秀案例

(1) 微信电影票

(2) 太平洋影城APP客户端

第6章：互联网+电影后期经营模式创新策略及优秀案例

6.1 互联网+电影后期经营模式创新策略——粉丝经济模式

6.1.1 粉丝经济发展特性

6.1.2 粉丝经济发展模式分析

(1) 粉丝经济主要产品

(2) 粉丝经济盈利模式

(3) 电影行业粉丝经济发展模式

6.1.3 粉丝经济模式未来趋势

6.1.4 粉丝经济模式优秀案例

(1) 《超能陆战队》

(2) 《冰雪奇缘》

6.2 互联网+电影后期经营模式创新策略——网络点播分成模式

6.2.1 网络点播分成模式简介

6.2.2 网络点播分成模式发展现状

6.2.3 网络点播分成模式未来趋势

6.2.4 网络点播分成模式优秀案例

6.3 互联网+电影后期经营模式创新策略——APP版权经营模式

6.3.1 APP版权经营模式简介

6.3.2 APP版权经营模式发展现状

6.3.3 APP版权经营模式未来趋势

6.3.4 APP版权经营模式优秀案例

第7章：中国互联网+电影产业市场前景及投资机会分析

7.1 中国互联网+电影产业发展趋势及前景

7.1.1 中国互联网+电影产业发展机遇剖析

7.1.2 中国互联网+电影产业发展瓶颈剖析

(1) 网络盗版冲击电影产业

(2) 电子商务影响影院利润

7.1.3 中国互联网+电影产业市场前景预测

7.2 中国互联网+电影产业投资特性及模式

7.2.1 互联网+电影产业投资壁垒分析

(1) 政策壁垒

(2) 技术壁垒

(3) 资金壁垒

7.2.2 互联网+电影产业投资风险分析

7.2.3 互联网+电影产业投资模式分析

7.3 中国互联网+电影产业投资机会及建议

7.3.1 中国互联网+电影产业投资机会

7.3.2 中国互联网+电影产业投资建议

第8章：中国大型企业互联网+电影业务投资布局分析

8.1 互联网+电影产业投资主体结构特征分析

8.2 传统影视企业“互联网+电影”投资布局分析

8.2.1 华谊兄弟

(1) 企业基本信息分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+电影投资布局
- (4) 企业互联网+电影产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

8.2.2 乐视影业

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+电影投资布局
- (4) 企业互联网+电影产品/服务分析

8.2.3 光线影业

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+电影投资布局
- (4) 企业互联网+电影产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

8.2.4 万达影业

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+电影投资布局
- (4) 企业互联网+电影产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

8.2.5 博纳影业

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+电影投资布局
- (4) 企业互联网+电影产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

8.2.6 华策影视

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+电影投资布局
- (4) 企业互联网+电影产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向

8.2.7 互联网电影集团

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业互联网+电影投资布局

(3) 企业互联网+电影产品/服务分析

8.2.8 中国电影集团公司

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+电影投资布局

(4) 企业互联网+电影产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向

8.3 BAT等互联网企业“互联网+电影”投资布局分析

8.3.1 阿里影业

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业最新发展动向

8.3.2 百度公司

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业最新发展动向

8.3.3 腾讯公司

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业最新发展动向

8.3.4 合一影业

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业最新发展动向

8.3.5 猫眼电影

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业最新发展动向

8.3.6 游族影业

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业最新发展动向

8.3.7 爱奇艺影业

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业最新发展动向

图表目录：

图表1：电影产业链图

图表2：2010-2015年美国GDP季度增速走势图（单位：%）

图表3：2013-2015年美国消费者信心指数走势图

图表4：2015-2016年美国失业率走势图（单位：%）

图表5：2010-2015年欧元区GDP季度同比增速走势图（单位：%）

图表6：2015-2016年欧元区月度PMI指数走势图

图表7：2013-2015年欧元区月度失业率趋势图（单位：%）

图表8：2010-2015年日本GDP月度增速走势图（单位：%）

图表9：2013-2015年日本工业生产指数月度走势图

图表10：2013-2015年日本失业率月度走势图（单位：%）

图表11：2010-2015年俄罗斯GDP同比增速走势图（单位：%）

图表12：2009-2015年巴西GDP同比增速走势图（单位：%）

图表13：2008-2015年印度GDP同比增速走势图（单位：%）

图表14：2010-2015年我国GDP增长情况及同比增长率（单位：万亿元，%）

图表15：2015年中国规模以上企业工业增加值增速走势图（单位：%）

图表16：2010-2015年全社会固定资产投资走势图（单位：亿元，%）

图表17：2015年全社会固定资产投资（不含农户）增速走势图（单位：%）

图表18：2010-2015年中国进出口总额走势图（单位：万亿元）

图表19：2010-2015年中国整体网民和移动网民规模图（单位：亿人，%）

图表20：2011-2015年中国网络经济市场规模图（单位：亿元）

图表21：2011-2015年中国网络经济市场结构图（单位：%）

图表22：2011-2015年中国PC网络经济市场规模图（单位：亿元）

图表23：2011-2015年中国移动网络经济市场规模图（单位：亿元）

图表24：2011-2015年中国电子商务市场交易规模图（单位：万亿元）

图表25：2011-2015年中国网络购物市场交易规模图（单位：亿元，%）

图表26：2010-2015年互联网宽带接入用户发展和高速率用户占比趋势（单位：万户，%）

图表27：2009-2015年移动互联网流量发展情况比较（单位：万G）

图表28：2009-2015年互联网宽带接入端口发展情况（单位：万个，%）

图表29：2010-2015年中国城镇化率走势图（单位：%）

图表30：2010-2015年中国居民消费支出走势图（单位：亿元，%）

图表31：2010-2015年中国城镇居民收入走势图（单位：亿元，%）

图表32：中国云计算产业产品和服务发展趋势简析

图表33：中国云计算产业链企业潜在发展方向

图表34：中国物联网产业结构（单位：%）

图表35：中国物联网产业链各环节面临的竞争厂商

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/774128YLHP.html>