

2017-2022年中国电影行业 分析及战略咨询报告

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年中国电影行业分析及战略咨询报告》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/F29847PRMV.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

2015年国内票房排名前十的电影类型以科幻和喜剧为主，其中中国电影公司投资制作发行的电影有6部，《碟中谍5：神秘国度》则是由中美合作拍摄。而进入到票房前十的电影中有六部是系列电影，前期系列电影的叠加宣传效果和知名度，使得系列电影成为票房佼佼者。尤其值得注意的是，今年中国影视公司制作的魔幻电影《捉妖记》成为票房冠军，中国自制动画电影《西游记之大圣归来》首次进入票房前十，并且在社交媒体上获赞无数。随着制作技术的不断进步以及下游观众群体年轻化，国产魔幻和动画电影将迎来发展良机。如果说2014年是电影行业大导演回归的一年，今年则是中国电影行业黑马频出的一年，票房前十电影不再只是传统影视制作公司的领域，转而有许多新的影视公司和导演，凭借着对市场需求的精准把握迅速崛起。我们认为随着个性化消费时代的到来，中国电影新力量将会有所发展，这些电影敢于在内容和形式上创新，加上互联网渠道的口碑传播效应，可弥补其在制作费用或者宣发力量上的不足而突围成功。

2015年度票房排名前十电影

2014年，以BAT为主体的互联网公司加速进入影视产业，以互联网思维重塑影视产业链，并且带动了2015年电影市场的整体增长。内容方面，以大数据为起点，在制作环节进行市场化的策划，获取优质IP；在渠道方面，减少发行链条，节省成本；在宣发方面，利用本身流量入口优势，互联网宣发路径进行高效传播；再加上BAT公司本身的雄厚资金优势，通过参股，控股，联合投资等方式整合利用各方资源优势进入电影行业。电影行业的互联网化将促进电影市场的蓬勃发展，是对整个行业的利好。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国电影行业分析及战略咨询报告》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：中国电影产业发展背景

1.1 电影产业基本概述

1.1.1 电影产业界定

1.1.2 电影产业链分析

1.1.3 产业所处生命周期判断

1.2 电影产业PEST分析

1.2.1 政策环境分析（P）

1.2.2 经济环境分析（E）

1.2.3 社会环境分析（S）

1.2.4 技术环境分析（T）

1.3 电影产业投融资环境分析

1.3.1 传统投融资模式分析

1.3.2 投融资模式创新方向

第2章：中国电影产业发展现状与潜力

2.1 电影产业总体发展情况

2.1.1 电影产业需求分析

（1）电影票房收入情况

（2）电影票价变化趋势

（3）观影人次变化趋势

2.1.2 电影产业供给分析

（1）电影产量规模及类型

（2）电影院线及影院数量

（3）电影荧幕数量规模

2.1.3 不同类电影发展情况

（1）数字电影市场情况

（2）3D电影市场情况

（3）IMAX电影市场情况

2.2 国产电影运营情况分析

2.2.1 国产影片国内票房收入

2.2.2 国产影片海外票房收入

2.2.3 国产动画电影运营情况

2.2.4 国产电影票房排行榜

2.2.5 国产电影产业盈利情况

2.2.6 国产电影市场新特点

- (1) 国产电影逐渐占据主导
- (2) 国产影片屡破纪录
- (3) 新题材、新类型开疆拓土
- (4) 中小成本影片开始突围
- (5) 电影市场迫切呼唤国产大片

2.3 中国电影产业竞争格局

2.3.1 电影制作市场竞争格局

2.3.2 电影发行市场竞争格局

2.3.3 电影放映市场竞争格局

2.3.4 国产电影产业发展机遇

- (1) 电影市场潜力巨大
- (2) 国产电影优势凸显
- (3) 数字化放映降低成本

2.3.5 国产电影产业发展难点

- (1) 进口大片多
- (2) 盈利渠道窄
- (3) 投资体系不完善

2.3.6 国产电影产业增长空间

第3章：国产电影盈利模式及衍生品开发策略

3.1 国内电影行业盈利模式现状

3.1.1 国内电影行业收入来源

- (1) 票房收入
- (2) 广告收入
- (3) 电影版权收入

3.1.2 国内电影衍生品开发情况

3.1.3 国内电影衍生品开发前景

- (1) 阻碍电影衍生品发展的原因

(2) 国产电影衍生品发展前景

3.2 国外电影衍生品发展借鉴：以好莱坞为例

3.2.1 好莱坞电影衍生品概况

(1) 综述

(2) 衍生品代理公司

3.2.2 好莱坞电影衍生品发展对我国的借鉴

3.3 国内电影衍生品发展借鉴：以《喜洋洋与灰太狼》为例

3.3.1 《喜洋洋与灰太狼》衍生品开发情况

(1) 衍生品开发历程及成果

(2) SWOT分析《喜洋洋与灰太狼》衍生品

3.3.2 国际合作促成国产电影衍生品产业链进化发展

(1) 授权迪士尼的背景

(2) 借力迪士尼的意义

3.3.3 “喜羊羊”促成国产电影衍生品产业链成型

(1) 成功的营销策略

(2) “喜羊羊”衍生品产业链

3.4 国产电影衍生品产业链设计及运用

3.4.1 国产电影衍生品开发SWOT分析

3.4.2 国产电影衍生品开发切入点

3.4.3 国产电影衍生品产业链设计

3.4.4 国产电影衍生品的销售策略

(1) 消费者对衍生品的心理行为模式

(2) 衍生品的定价及促销

(3) 国产电影衍生品的宣传营销

第4章：全媒体时代电影营销及转型升级策略

4.1 “全媒体”对电影生态的改变

4.1.1 “全媒体”的特征

4.1.2 “全媒体”对电影生态的改变

4.2 新媒体背景下电影营销策略

4.2.1 营销成为提升票房的重要手段

4.2.2 新媒体背景下电影营销新特点

(1) 多媒体整合营销

(2) 精准、互动营销

4.2.3 新媒体下电影营销手段多样化

(1) 免费营销

(2) 口碑营销

(3) 关联推销

(4) 个性化内容定制

4.2.4 电影营销新兴媒体形式及案例

(1) 微博营销

(2) SNS营销

(3) 网站营销

(4) 微信营销

(5) 移动APP营销

4.2.5 新媒体时代电影营销的问题

4.2.6 新媒体时代电影营销的对策

4.3 “全媒体”时代电影转型升级策略

4.3.1 “全媒体”时代电影业的根本变化

(1) 多媒体竞争转向多媒体融合发展

(2) 电影制作为中心转向消费者为中心

(3) 单媒体叙事走向跨媒体叙事

(4) 单一文化产品向全产业链转变

(5) 部门管制走向行业治理

4.3.2 “全媒体”时代的电影业转型策略

第5章：中国微电影产业发展及商业模式分析

5.1 微电影产生的背景

5.1.1 微电影的概念

5.1.2 微电影产生背景

5.1.3 微电影的优势分析

5.2 微电影产业发展现状分析

5.2.1 微电影发展历程

5.2.2 微电影产业规模

5.2.3 微电影产业链格局

5.2.4 微电影产业遭遇的瓶颈

5.3 微电影产业盈利模式分析

5.3.1 微电影当前主要盈利模式

(1) 广告植入盈利

(2) 版权经营收益

(3) 票房分成收益

5.3.2 微电影盈利模式的弊端

5.3.3 微电影盈利模式创新方向

5.4 微电影产业经营模式分析

5.4.1 微电影专业分享平台

(1) 代表企业

(2) 业务经营

(3) 盈利模式

5.4.2 微电影垂直式服务提供

(1) 代表企业

(2) 业务经营

(3) 盈利模式

5.4.3 微电影终端发行服务提供

(1) 代表企业

(2) 业务经营

(3) 盈利模式

5.4.4 微电影产业规模化品牌定制

(1) 代表企业

(2) 业务经营

(3) 盈利模式

5.4.5 影视娱乐化经营模式

(1) 代表企业

(2) 业务经营

(3) 盈利模式

5.5 微电影营销发展及案例分析

5.5.1 微电影营销的特点

5.5.2 微电影营销成功案例

- (1) 定制：《I Know U》
- (2) 合制：别克轿跑系十二星座系列微电影
- (3) 搜狐自制剧：《猫人女王》

5.5.3 微电影营销的困境

5.5.4 微电影营销发展前景

5.6 微电影产业未来发展预判

5.6.1 微电影产业发展方向

5.6.2 微电影产业发展趋势

5.6.3 微电影产业前景预测

第6章：国产成功影片运作模式及经验总结

6.1 《失恋33天》

6.1.1 影片简介

6.1.2 影片票房业绩

6.1.3 影片运作模式

- (1) 题材特点
- (2) 营销策略
- (3) 盈利模式
- (4) 投融资模式

6.1.4 影片成功总结

6.2 《人再囧途之泰囧》

6.2.1 影片简介

6.2.2 影片票房业绩

6.2.3 影片运作模式

- (1) 题材特点
- (2) 营销策略
- (3) 盈利模式
- (4) 投融资模式

6.2.4 影片成功总结

6.3 《西游降魔篇》

6.3.1 影片简介

6.3.2 影片票房业绩

6.3.3 影片运作模式

(1) 题材特点

(2) 营销策略

(3) 盈利模式

(4) 投融资模式

6.3.4 影片成功总结

6.4 《北京遇上西雅图》

6.4.1 影片简介

6.4.2 影片票房业绩

6.4.3 影片运作模式

(1) 题材特点

(2) 营销策略

(3) 盈利模式

(4) 投融资模式

6.4.4 影片成功总结

6.5 《不二神探》

6.5.1 影片简介

6.5.2 影片票房业绩

6.5.3 影片运作模式

(1) 题材特点

(2) 营销策略

(3) 盈利模式

(4) 投融资模式

6.5.4 影片成功总结

6.6 《致青春》

6.6.1 影片简介

6.6.2 影片票房业绩

6.6.3 影片运作模式

(1) 题材特点

(2) 营销策略

(3) 盈利模式

- (4) 投融资模式
- 6.6.4 影片成功总结
- 6.7 《小时代》
 - 6.7.1 影片简介
 - 6.7.2 影片票房业绩
 - 6.7.3 影片运作模式
 - (1) 题材特点
 - (2) 营销策略
 - (3) 盈利模式
 - (4) 投融资模式
 - 6.7.4 影片成功总结
- 6.8 《画皮2》
 - 6.8.1 影片简介
 - 6.8.2 影片票房业绩
 - 6.8.3 影片运作模式
 - (1) 题材特点
 - (2) 营销策略
 - (3) 盈利模式
 - (4) 投融资模式
 - 6.8.4 影片成功总结
- 6.9 《中国合伙人》
 - 6.9.1 影片简介
 - 6.9.2 影片票房业绩
 - 6.9.3 影片运作模式
 - (1) 题材特点
 - (2) 营销策略
 - (3) 盈利模式
 - (4) 投融资模式
 - 6.9.4 影片成功总结

第7章：电影企业“好莱坞模式”经验借鉴

7.1 “好莱坞模式”特点

7.1.1 纵向整合：整合全产业链

7.1.2 横向发展：打造综合型传媒集团

7.2 “好莱坞模式”典型案例分析

7.2.1 迪士尼集团

(1) 集团简介

(2) 集团商业模式特点

(3) 集团发展路径与策略

(4) 集团主要经营数据

7.2.2 时代华纳

(1) 集团简介

(2) 集团商业模式特点

(3) 集团发展路径与策略

(4) 集团主要经营数据

7.2.3 康卡斯特

(1) 集团简介

(2) 集团商业模式特点

(3) 集团发展路径与策略

(4) 集团主要经营数据

7.2.4 新闻集团

(1) 集团简介

(2) 集团商业模式特点

(3) 集团发展路径与策略

(4) 集团主要经营数据

7.2.5 索尼

(1) 集团简介

(2) 集团商业模式特点

(3) 集团发展路径与策略

(4) 集团主要经营数据

7.2.6 维亚康姆

(1) 集团简介

(2) 集团商业模式特点

(3) 集团发展路径与策略

(4) 集团主要经营数据

7.3 “好莱坞模式”经验总结

7.3.1 纵向整合

7.3.2 横向发展

7.3.3 风险控制

第8章：中国典型电影企业商业模式剖析

8.1 中国电影集团公司

8.1.1 公司背景

8.1.2 公司经营业绩回顾

8.1.3 公司经营优劣势分析

8.2 北京光线传媒股份有限公司

8.2.1 公司背景

8.2.2 公司经营业绩回顾

8.2.3 公司经营优劣势分析

8.3 华谊兄弟传媒股份有限公司

8.3.1 公司背景

8.3.2 公司经营业绩回顾

8.3.3 公司经营优劣势分析

8.4 浙江华策影视股份有限公司

8.4.1 公司背景

8.4.2 公司经营业绩回顾

8.4.3 公司经营优劣势分析

8.5 上海电影（集团）有限公司

8.5.1 公司背景

8.5.2 公司经营业绩回顾

8.5.3 公司经营优劣势分析

8.6 橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司

8.6.1 公司背景

8.6.2 公司经营业绩回顾

8.6.3 公司经营优劣势分析

8.7 保利博纳电影发行有限公司

8.7.1 公司背景

8.7.2 公司经营业绩回顾

8.7.3 公司经营优劣势分析

8.8 乐视影业（北京）有限公司

8.8.1 公司背景

8.8.2 公司经营业绩回顾

8.8.3 公司经营优劣势分析

8.9 新丽传媒股份有限公司

8.9.1 公司背景

8.9.2 公司经营业绩回顾

8.9.3 公司经营优劣势分析

8.10 完美世界（北京）影视文化有限公司

8.10.1 公司背景

8.10.2 公司经营业绩回顾

8.10.3 公司经营优劣势分析

第9章 电商行业发展分析

9.1 电子商务发展分析

9.1.1 电子商务定义及发展模式分析

9.1.2 中国电子商务行业政策现状

9.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

9.2 “互联网+”的相关概述

9.2.1 “互联网+”的提出

9.2.2 “互联网+”的内涵

9.2.3 “互联网+”的发展

9.2.4 “互联网+”的评价

9.2.5 “互联网+”的趋势

9.3 电商市场现状及建设情况

9.3.1 电商总体开展情况

9.3.2 电商案例分析

9.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

9.4 电商行业未来前景及趋势预测

9.4.1 电商市场规模预测分析

9.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

图表1：中国影视产业链示意图

图表2：行业生命周期的划分标准

图表3：电影产业所处生命周期

图表4：近年来中国电影行业相关重要政策

图表5：电影产业与国民经济走势关联图

图表6：2010年以来我国国民经济走势

图表7：2010年以来我国城镇居民收入增长趋势

图表8：2010年以来我国农村居民收入增长趋势

图表9：2010年以来我国居民人均消费支出

图表10：我国居民人均消费支出结构

图表11：2010年以来中国电影票房收入、增长率及全球占比（单位：亿元，%）

图表12：中国超过日本成世界第二大电影市场

图表13：中国票房占全球票房比重

图表14：中国新增票房占全球新增票房比重

图表15：国内电影平均票价

图表16：中国和美国电影平均票价

图表17：各国电影平均票价对比

图表18：中国电影历年观影次数

图表19：各国人均每年观影次数

图表20：2010年以来中国主要类型电影产量（单位：部）

图表21：中国电影题材分布情况（单位：部；%）

图表22：2010年以来中国院线数量及增长率（单位：条，%）

图表23：2010年以来中国影院数量及增长情况（单位：家，%）

图表24：2010年以来中国荧幕数量增长趋势

图表25：2010年以来中国国内电影票房及同比增长情况（单位：亿元，%）

图表26：2010年以来中国国内电影票房占比情况（单位：%）

图表27：2010年以来中国内地电影海外销售及票房收入及增长情况（单位：亿元，%）

图表28：中国电影票房排行榜（单位：万元）

图表29：中国票房收入前十名国产影片（单位：万元）

图表30：中国票房收入前十名进口影片（单位：万元）

⋯⋯略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/F29847PRMV.html>