

2020-2026年中国电影市场 深度评估与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国电影市场深度评估与投资战略研究报告》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.cction.com/report/202005/163796.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2020-2026年中国电影市场深度评估与投资战略研究报告》共十章。首先介绍了中国电影行业市场发展环境、电影整体运行态势等，接着分析了中国电影行业市场运行的现状，然后介绍了电影市场竞争格局。随后，报告对电影做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电影行业发展趋势与投资预测。您若想对电影产业有个系统的了解或者想投资中国电影行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。 报告目录：第一章中国电影产业发展概况分析第一节电影产业的相关概述介绍一、电影产业的相关概述（一）电影产业的概念（二）电影产业的属性（三）电影产业的特点二、电影产业的发展概况（一）电影产业的发展历史（二）电影行业产业链解析（三）电影的发行模式分析（四）电影行业的经营模式三、电影产业的特征分析（一）电影行业季节性特征（二）电影行业区域性特征（三）电影行业周期性特征四、报告的研究范围与方法第二节电影产业的市场表现分析一、电影产业收入规模分析（一）电影产业总收入及增长（二）非票房收入及增长情况（三）海外销售收入及其增长（四）中国电影版权收入分析（五）中国电影广告收入分析二、电影票房及增长情况（一）电影总票房及增长情况（二）国产片票房及增长情况（三）全国地区票房排行情况（四）全国城市票房排行情况三、电影产业的市场表现情况（一）电影产业的竞争格局（二）电影产业的市场份额（三）城市影院的观影人次（四）城市院线的平均票价（五）超亿元国产影片数量四、与电影产业成熟国家对比（一）人均年观影次数对比（二）每十万人银幕数对比第三节海外版权引进与出口分析一、海外电影版权引进（一）进口片票房分析（二）进口片市场特点二、国产影片对外出口（一）中国电影出口情况（二）海外发行影片分析（三）海外发行机构分析三、海外版权引进与出口趋势 第二章中国电影产业发展环境分析第一节电影产业的政策环境分析一、行业监管体系分析（一）电影行业的监管架构（二）电影行业的监管内容（三）电影行业的监管政策二、行业主要政策与规划（一）电影产业的主要政策（二）电影产业的相关规划第二节电影监管的法律制度分析一、电影监管主体法律制度分析（一）香港电影监管主体制度（二）美国电影监管主体制度（三）中国电影监管主体制度二、电影监管标准法律制度分析（一）美国电影监管标准法律制度（二）印度电影监管标准法律制度（三）中国电影监管标准法律制度三、电影监管程序法律制度分析（一）美国电影监管程序法律制度（二）印度电影监管程序法律制度（三）中国电影监管程序法律制度四、完善中国电影监管制度

的建议（一）完善现有电影监管制度（二）引入电影分级制度

第三节 电影产业的经济环境分析

一、国内宏观经济环境分析

（一）国内生产总值及增长情况（二）城镇人口数量及增长情况（三）城镇化进程变化趋势分析（四）居民消费价格指数及变化（五）居民人均收入情况及增长（六）货币供应量及其增长情况（七）文教娱乐现金消费支出情况

二、国际宏观经济环境分析

（一）世界主要国家国内生产总值（二）主要经济体的经济形势分析（三）世界主要国家和地区（四）主要国家就业结构与失业率（五）主要国家货物进出口贸易额（六）世界经济运行主要影响因素（七）世界经济展望最新预测分析（八）外部环境对中国经济的影响

第三章 全球电影产业发展状况分析

第一节 全球电影产业的发展状况

一、全球电影产业发展概况分析

二、全球电影产业发展现状分析

三、分地区电影票房情况分析

第二节 北美电影产业的发展状况

一、北美电影产业发展概况分析

二、北美电影产业现象分析

三、美国电影院线行业发展状况

第三节 日本电影产业的发展状况

一、日本本土电影的创作生产

二、日本本土与进口电影发行

（一）日本本土电影发行情况（二）日本进口电影发行情况

三、日本放映市场的发展状况

四、日本电影院线的竞争格局

第四节 其他国家/地区电影产业分析

一、英国电影产业发展概况分析

二、韩国电影产业发展概况分析

三、亚洲电影产业发展概况分析

第四章 中国电影产业细分市场分析

第一节 中国电影制片市场分析

一、电影制片产量分析

二、电影市场类型分析

三、电影制片机构分析

四、电影合拍片市场分析

五、电影投融资市场分析

六、电影制片发展趋势分析

第二节 中国电影发行市场分析

一、中国电影发行模式研究

二、中国电影发行市场分析

三、重点企业电影发行模式

第三节 中国电影院线市场分析

一、电影院线的基本特征

（一）电影院线技术水平（二）电影院线的季节性（三）电影院线的区域性（四）电影院线的周期性

二、电影院线规模分析

（一）电影院线数量分析（二）电影院线规模分析（三）电影院线票房排名

三、电影院线运营分析

（一）电影院线经营模式（二）电影院线发展特征（三）院线运营效率对比（四）院线票房增速分析

四、电影市场供给需求分析

（一）电影市场的供给情况（二）电影市场的需求情况

五、电影院线的竞争状况

（一）电影院线的竞争格局（二）电影院线的市场份额（三）电影院线集中度分析（四）电影院线的进入障碍

六、典型电影院线分析

（一）大地电影院线分析（二）金逸电影院线分析（三）中影星美院线分析

七、电影院线发展趋势分析

第四节 中国影院市场发展分析

一、影院发展概况分析

（一）电影院数量分析（二）影院银幕数分析（三）数字银幕数分析（四）3D银幕数分析（五）IMAX银幕数分析（六）影院新技术分析

二、影院市场概况分析

（一）影院票房分布情况（二）影院运营效率分析（三）影院票房TOP三

三、影院电子商务分析

（一）影院电商发展现状（二）影院团购市场分析（三）影院在线选座分析

四、影院发展趋势分析

第五章 中国电影营销市场调研分析

第一节 电影营销市场概况分析

一、中国电影营销市场分析

（一）电影营销发展阶段分析（二）电影营销市场概况分析（三）电影营销费用分配情况（四）中国电影营销公司分析

二、

、中国电影营销案例分析（一）《激战》营销案例分析（二）《环太平洋》案例分析（三）《一代宗师》三、电影宣发市场发展趋势（一）电子商务深入渗透市场（二）电影发行呈全产业链化（三）电影行销将发力移动端（四）大型集团加强落地发行第二节电影网络营销市场调研一、电影观众信息获取习惯调研（一）观众接触电影宣传内容的途径（二）观众对电影宣传内容的关注度（三）观众去影院观影的驱动因素调研（四）预告片对观众观影决定的影响（五）观众观看电影预告片的渠道调研（六）观众观看预告片的视频网站选择二、中国网络视频营销现状及问题（一）电影营销费用总体水平分析（二）电影营销费用分配情况分析（三）好莱坞电影的网络营销分析（四）中国电影网络营销调研结论三、电影网络营销典型案例案例分析（一）《狄仁杰之神都龙王》（二）《金刚狼2》（三）《一夜惊喜》（四）《致我们终将逝去的青春》（五）《特种部队2：全面反击》（六）《小时代》（七）《厨子戏子痞子》第三节电影微博营销案例分析一、微博营销的概况（一）微博营销的定义（二）微博营销的特点（三）微博营销的现状二、微博营销的方式（一）精准营销（二）话题营销（三）互动营销（四）情感营销（五）口碑营销（六）内容营销三、电影微博营销的一般规律（一）上映前的电影微博营销（二）上映中的电影微博营销（三）上映后的电影微博营销四、电影微博营销案例分析（一）《失恋33天》微博营销分析（二）《小时代》的微博营销分析（三）两部电影的微博营销总结第四节电影病毒式营销分析一、电影病毒式营销的相关概述（一）电影病毒式营销概念的界定（二）电影病毒式营销的构成要素（三）电影病毒式营销的优势分析（四）电影病毒式营销的价值分析二、中国电影病毒式营销现状分析（一）电影病毒式营销的主要成效（二）电影病毒式营销存在的问题（三）电影病毒式营销问题的成因三、好莱坞电影病毒式营销案例（一）《盗梦空间》的病毒式营销（二）《黑暗骑士》的病毒式营销（三）《饥饿游戏》的病毒式营销四、好莱坞电影病毒式营销的启示第六章中国电影产业领先企业分析第一节电影制片发行企业分析一、中国电影股份有限公司（一）企业基本概况分析（二）企业股权结构分析（三）企业主营业务分析（四）企业经营状况分析（五）企业未来发展规划二、华谊兄弟传媒股份有限公司（一）企业基本概况分析（二）企业股权结构分析（三）企业主营业务分析（四）企业经营状况分析（五）企业未来发展规划三、北京光线传媒股份有限公司（一）企业基本概况分析（二）企业股权结构分析（三）企业主营业务分析（四）企业经营状况分析（五）企业未来发展规划四、博纳影业集团有限公司（一）企业基本概况分析（二）企业股权结构分析（三）企业主营业务分析（四）企业经营状况分析（五）企业未来发展规划五、上海电影股份有限公司（一）企业基本概况分析（二）企业股权结构分析（三）企业主营业务分析（四）企业经营状况分析（五）企业未来发展规划六、长影集团有限责任公司（一）企业基本概况分析（二）企业股权结构分析（三）企业主营业务分析（四）企业经营状况分析（五）企业未来发展规划七、橙天嘉禾娱乐（集

团)有限公司(一)企业基本概况分析(二)企业股权结构分析(三)企业主营业务分析(四)企业经营状况分析(五)企业未来发展规划八、湖南电广传媒股份有限公司(一)企业基本概况分析(二)企业股权结构分析(三)企业主营业务分析(四)企业经营状况分析(五)企业未来发展规划九、浙江唐德影视股份有限公司(一)企业基本概况分析(二)企业股权结构分析(三)企业主营业务分析(四)企业经营状况分析(五)企业未来发展规划十、浙江华策影视股份有限公司(一)企业基本概况分析(二)企业股权结构分析(三)企业主营业务分析(四)企业经营状况分析(五)企业未来发展规划第二节电影院线企业经营分析一、万达电影院线股份有限公司(一)企业基本概况分析(二)企业股权结构分析(三)企业主营业务分析(四)企业经营状况分析(五)企业未来发展规划二、上海联和电影院线有限责任公司(一)企业基本概况分析(二)企业股权结构分析(三)院线影院布局分析(四)院线银幕总数分析(五)院线票房收入分析(六)院线放映场次分析(七)院线观影人次分析三、中影星美电影院线有限公司(一)企业基本概况分析(二)院线影院布局分析(三)企业股权结构分析(四)院线银幕总数分析(五)院线票房收入分析(六)院线放映场次分析(七)院线观影人次分析四、广东大地电影院线有限公司(一)企业基本概况分析(二)院线影院布局分析(三)企业股权结构分析(四)院线银幕总数分析(五)院线票房收入分析(六)院线放映场次分析(七)院线观影人次分析五、深圳市中影南方电影新干线有限公司(一)企业基本概况分析(二)企业股权结构分析(三)院线影院布局分析(四)院线票房收入分析(五)院线放映场次分析(六)院线观影人次分析第三节主要影院运营情况分析一、北京耀莱成龙国际影城(一)影院选址环境分析(二)影院硬件设施分析(三)影院票房收入分析(四)影院放映场次分析(五)影院观影人次分析(六)影院的上座率分析二、首都华融电影院(一)影院硬件设施分析(二)影院票房收入分析(三)影院放映场次分析(四)影院观影人次分析(五)影院的上座率分析三、北京UME国际影城双井店(一)影院选址环境分析(二)影院硬件设施分析(三)影院票房收入分析(四)影院放映场次分析(五)影院观影人次分析(六)影院的上座率分析四、上海万达影城五角场店(一)影院基本情况分析(二)影院票房收入分析(三)影院放映场次分析(四)影院观影人次分析(五)影院的上座率分析五、深圳嘉禾影城(一)影院选址环境分析(二)影院硬件设施分析(三)影院票房收入分析(四)影院放映场次分析(五)影院观影人次分析(六)影院的上座率分析六、广州万达影城白云店(一)影院硬件设施分析(二)影院票房收入分析(三)影院放映场次分析(四)影院观影人次分析(五)影院的上座率分析第七章中国微电影的发展状况分析第一节微电影的发展概况分析一、微电影产生的背景(一)新媒体的产生与普及(二)传统媒体广告的失宠(三)受众注意力不断分散(四)网络通信技术的发展二、微电影的相关概述(一)微电影的概念界定(二)微电影的兴起原因(三)微电影的基本类型三

、微电影的发展历程（一）微电影的萌芽阶段（二）微电影的发展阶段（三）微电影的成熟阶段

第二节微电影的传播模式分析一、微电影的制作情况（一）微电影的资金来源（二）微电影的剧本制作（三）微电影的拍摄制作二、微电影主流制片模式（一）独立制片（二）联合制片（三）广告主定制三、微电影主要创作群体（一）草根创作者（二）商业广告创作者（三）网络自制创作者四、微电影的传播模式（一）微电影的传播渠道（二）微电影的传播方式（三）微电影的传播效果

第三节微电影的未来发展展望一、微电影产业化问题分析（一）制片环节存在的问题（二）制作环节存在的问题（三）传播环节存在的问题二、微电影的未来发展展望（一）微电影的发展趋势（二）微电影的发展建议

第八章中国电影产业专题研究第一节中国电影档期市场分析一、月度电影市场分析（一）月度票房冠军（二）月度票房走势（三）档期特点分析二、重点电影档期分析（一）暑期档特征分析（二）国庆档特征分析（三）贺岁档特征分析三、其他电影档期分析（一）元旦档特征分析（二）情人节特征分析（三）清明档特征分析（四）五一档特征分析（五）中秋档特征分析

第二节电影作品版权质押模式一、电影作品版权质押的相关概述（一）电影作品版权的归属及内容（二）电影作品版权质押基本概念（三）电影作品版权质押的特殊性（四）电影作品版权质押法律依据二、电影作品版权质押的必要性（一）保障电影作品的独立性（二）降低制片方的融资成本（三）文化创意产业的重要引擎三、电影作品版权质押担保融资模式（一）直接型质押担保融资模式（二）间接型质押担保融资模式（三）混合型质押担保融资模式四、电影作品版权质押的困境分析（一）相关的法律规范仍然不完善（二）电影作品版权价值评估困难（三）版权质押风险分散机制缺乏（四）对侵权相关抑制措施不完善五、完善电影作品版权质押制度的建议

第三节电影后产品市场分析一、电影后产品的相关概述（一）电影后产品的基本概念（二）电影后产品的基本特性（三）电影后产品的经济效益（四）电影后产品的市场效应二、电影后产品开发的国际比较（一）美国电影后产品市场概况（二）电影后产品的时间窗模式（三）中国电影后产品开发现状（四）电影后产品市场开发策略三、电影后产品的新平台--网络（一）网络宣传平台（二）网络发行平台（三）网络消费平台（四）网络调研平台

第九章电影产业的投融资问题研究第一节电影产业融资模式分析一、电影产业融资现状分析（一）电影投资回报率分析（二）电影产业的资金来源二、电影产业现有融资模式（一）版权质押贷款（二）公开发行股票（三）私募基金（四）植入广告（五）政府投融资（六）影片预售融资三、现有融资模式存在的问题（一）版权质押贷款存在的问题（二）公开发行股票存在的问题（三）私募基金存在的问题（四）植入广告存在的问题（五）政府投融资存在的问题四、电影产业融资模式的创新优化（一）众筹模式（二）信托融资（三）电影私募债（四）电影版权证券化

第二节国外电影产业投融资经验借鉴一、美国电影产业投融资经验借鉴（一）完善的保险制度（二）完片保证人制度（三）发达的私募融资（四）广泛的收益渠

道二、韩国电影产业投融资经验借鉴（一）政府扶持电影产业发展（二）丰富的电影专业人才（三）大企业投资电影产业三、日本电影产业投融资经验借鉴（一）注重电影产业战略投资（二）特许权证券化制度四、中国电影产业投融资建议第三节电影产业资本运营策略分析一、电影产业资本运营的发展阶段（一）政府主导下的政策放开阶段（二）政策支持下的蓬勃发展阶段（三）市场调节下的逐步整合阶段二、电影产业资本运营的特征分析（一）电影产业资本运营政策的特征（二）电影产业资本运营市场的特征（三）电影产业资本运营存在的问题三、电影产业资本运营的优化策略（一）拓宽电影产业的融资渠道（二）创新电影人才的培养模式（三）多元化利用资本运营模式（四）健全电影产业的法规体系 第十章中国电影产业未来前景展望第一节电影产业的风险因素分析一、电影产业的监管风险二、电影产业的政策风险三、电影产业的市场风险四、电影产业的经营风险五、电影产业的管理风险六、电影产业的其他风险第二节中国电影国际化路径分析一、中国电影国际化发展概况（一）电影国际化的重要意义（二）中国电影的国际化历程二、世界电影的国际化概况（一）美国电影的国际化分析（二）日本电影的国际化分析（三）韩国电影的国际化分析三、中国电影的国际化路径探析（一）中国电影的国际化现状（二）国际化进程出现的问题（三）中国电影国际化路径探析第三节电影产业的发展前景展望一、电影产业的影响因素（一）电影产业的有利影响因素（二）电影产业的不利影响因素二、进入电影行业的主要障碍（一）进入电影行业的政策壁垒（二）进入电影行业的资金壁垒（三）进入电影行业的品牌壁垒（四）进入电影行业的人才壁垒三、电影产业发展前景展望（一）电影产业面临的挑战分析（二）电影产业存在的机遇分析（三）电影产业的利润水平分析（四）电影产业的发展趋势分析（五）电影产业发展前景展望

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/163796.html>