

2020-2026年中国互动影视行业发展现状调查及发展战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国互动影视行业发展现状调查及发展战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202002/832248.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

互动电影（INTERACTIVE MOVIE）是娱乐媒体业一个的概念，早在十几年前就已经形成，其互动技术仍在发展之中，同时也对各种媒介形式不断地发生着影响。

基于游戏的互动影视往往起源于主机游戏，其特征是：受众较窄，但游戏公司掌握技术开发优势，同时更理解互动点的设计。

游戏文化尚处于小众，游戏公司对游戏玩家的了解更加深入，在互动操作的设计上也更有优势。受众方面：国内客户端网络游戏用户数在2018年为1.3亿，相比8.29亿的网民规模来说占比较小，原因在于主机与端游用户多受到设备终端的束缚，两者用户规模相加总占比也不过20%。但是从付费来看，这类用户拥有稳定的付费习惯和付费意愿。这种影游联动的互动剧模式在传统的视频用户群中接受程度不大，主要的受众还在于游戏玩家。制作方面：了解游戏玩家的需求，且掌握更加成熟的互动操作设计和制作技术的，还属游戏制作公司。在互动剧制作市场，现在游戏公司掌握着技术开发优势。

影视行业参与互动剧制作多采用合作方式，技术与拍摄制作结合，凭借视频平台的发行渠道获得用户受众上的优势。受众广泛，视频平台掌握渠道资源，但缺乏互动内容设计技术。1从受众角度看，这种互动剧模式的受众仍旧是游戏玩家，当前传统的视频观影者难以接受这种新的模式，因为这种模式割裂了观影者对于传统观赏体验的期望，过多的互动操作反而会让这类受众感到不适。2在制作方面，影视公司大多并不理解游戏玩家受众的需求，也不懂得如何对剧情进行设计以适应互动化的要求，因为互动剧与传统线性叙事的影视剧有截然不同的设计理念。这些未接触过互动游戏的影视公司对于互动操作的设计了解不多。以上两个原因约束了影视公司创作互动剧的水平。此外，如果互动剧以真人实拍的方式进行制作，演员的演技和成本也会成为影响最终产品质量的因素。

智研咨询发布的《2020-2026年中国互动影视行业发展现状调查及发展战略咨询报告》共十章。首先介绍了中国互动影视行业市场发展环境、互动影视整体运行态势等，接着分析了中国互动影视行业市场运行的现状，然后介绍了互动影视市场竞争格局。随后，报告对互动影视做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互动影视行业发展趋势与投资预测。您若想对互动影视产业有个系统的了解或者想投资中国互动影视行业，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 互动影视行业产品定义及行业概述发展分析

第一节 互动影视行业产品定义

- 一、互动影视行业产品定义及分类
- 二、互动影视行业产品应用范围分析
- 三、互动影视行业发展历程
- 四、互动影视行业发展地位及影响分析
- 第二节 互动影视行业产业链发展环境简析
 - 一、互动影视行业产业链模型理论
 - 二、互动影视行业产业链示意图及相关概述
- 第三节 经济环境
 - 一、国民经济运行情况GDP（季度更新）
 - 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
 - 三、全国居民收入情况（季度更新）
 - 四、恩格尔系数（年度更新）
 - 五、工业发展形势（月度更新）
 - 六、固定资产投资情况（季度更新）
 - 七、2020年我国宏观经济发展预测
- 第四节 互动影视行业税收及进出口关税
- 第五节 社会环境
 - 一、人口数量及老龄化分析
 - 二、网民规模情况
 - 三、90后消费群体特点分析
- 第六节 互动影视技术发展现状
 - 一、互动影视行业技术发展
 - 二、互动影视生产工艺
 - 一、互动影视技术发展趋势
- 第二章 2015-2019年互动影视行业国内外市场发展概述
 - 第一节 2015-2019年全球互动影视行业发展分析
 - 一、全球互动影视经济发展现状及预测
 - 二、全球互动影视行业技术发展现状
 - 三、全球互动影视行业发展概述
 - 第二节 2015-2019年全球互动影视行业供需及规模分析
 - 一、全球互动影视行业市场供需情况
 - 二、全球互动影视行业市场规模及区域分布情况
 - 三、全球互动影视行业重点国家市场分析
 - 四、全球互动影视行业发展热点分析
 - 五、2020-2026年全球互动影视行业市场规模预测

第三节2015-2019年中国及全球互动影视行业对比分析

- 一、中国互动影视行业生命周期分析
- 二、中国互动影视行业市场成熟度情况
- 三、中国和国外互动影视行业SWOT对比

第四节2015-2019年全球互动影视所属行业相关产品进出口情况

第三章 2015-2019年我国互动影视行业发展现状

第一节 中国互动影视行业发展概述

一、中国互动影视行业发展现状

基于直播的互动形态：直播的互动化即网络主播将直播内容进行互动化录制，“粉丝”用户可以通过打赏、点赞等方式选择自己想要观看的播放内容。国内互动影视的最可行路径——基于视频平台的分发渠道，整合影视与游戏制作团队，为视频平台带来更高的ARPU。

目前受到用户受众接受度以及付费习惯、观点的约束，互动剧的模式以游戏的影视化为主，但未来由于平台渠道的优势，互动剧将会最终转化为影视游戏化的模式。

互动影视为在线视频行业带来的三个优势1融合游戏付费习惯，打破视频网站ARPU天花板中国视频网站的商业模式与美国流媒体平台存在差异，美国流媒体平台的收益几乎全部来源于用户付费收益，中国视频网站除了付费收益之外，还有很大比例的广告收入。由于中国视频用户并没有培养出稳定的付费习惯，各大视频平台的付费率和ARPU值增长有限。2游戏用户付费率高，打破视频网站ARPU天花板中国游戏玩家相比与视频用户有更好的付费习惯，付费主要集中在游戏和游戏补丁以及道具等等。2018年中国总体游戏用户付费率达36%，移动游戏用户的付费率已经达到68.4%，中国手机游戏用户ARPU值达到155.2元，并且一直保持着高速增长。3降低内容制作成本，同时实现平台的差异化视频平台对于外购版权剧目的过度依赖一方面导致认剧不认平台，用户粘性较低，一方面高昂的采购成本极大的拖累了各视频平台变现能力。头部视频网站近年来为了实现差异化同时降低内容成本专注于开拓自制内容，但效果非常有限。自制大剧与自制综艺费用日益高企，同时难免落入“认剧不认平台”的老问题。

二、中国互动影视发展面临的问题

三、2015-2019年中国互动影视行业市场规模

四、中国互动影视行业需求客户结构

第二节 我国互动影视行业发展状况

- 一、2015-2019年中国互动影视行业产值情况
- 二、2019年我国互动影视产值区域分布分析

第三节 2015-2019年中国互动影视行业产量分析

第四节 2019年互动影视行业需求分析

- 一、2015-2019年我国互动影视行业需求分析
- 二、2015-2019年我国互动影视市场价格走势分析

第四章 互动影视行业竞争态势分析

第一节 互动影视行业集中度分析

- 一、互动影视市场集中度分析
- 二、互动影视企业分布区域集中度分析
- 三、互动影视区域消费集中度分析

第二节 互动影视行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 互动影视行业竞争格局分析

- 一、2019年互动影视行业竞争分析
- 二、2019年中外互动影视产品竞争分析
- 三、2019年我国互动影视市场竞争分析
- 四、近年国内互动影视行业重点企业发展动向

第五章 2015-2019年中国互动影视所属行业运行及进出口分析

第一节 2015-2019年中国互动影视所属行业总体运行情况

- 一、互动影视企业数量及分布
- 二、互动影视行业从业人员统计

第二节 2015-2019年中国互动影视所属行业运行数据

- 一、行业资产情况分析
- 二、行业销售情况分析
- 三、行业利润情况分析

第三节 2015-2019年中国互动影视所属行业成本费用结构分析

第四节 2015-2019年中国互动影视所属行业经营成本情况

第五节 2015-2019年中国互动影视所属行业管理费用情况

第六节 中国互动影视所属行业或相关行业进出口分析

- 1、2015-2019年所属行业进出口数量及金额
- 2、行业进口分国家
- 3、行业出口分国家

第六章 2015-2019年中国互动影视行业区域发展分析

第一节 中国互动影视行业区域发展现状分析

第二节 2015-2019年华北地区

- 一、华北地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节 2015-2019年东北地区

一、东北地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 2015-2019年华东地区

一、华东地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 2015-2019年华南地区

一、华南地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 2015-2019年华中地区

一、华中地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 2015-2019年西部地区

一、西部地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七章 互动影视重点企业发展分析

第一节 A公司

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第二节 B公司

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第三节 C公司

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第四节 D公司

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第五节 E公司

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第六节 F公司

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第八章 2015-2019年中国互动影视行业上下游主要行业发展现状分析

第一节 2015-2019年主要上游产业发展分析

一、A行业发展分析

- 1、行业市场规模情况
- 2、产品价格分析
- 3、产品生产情况

二、B行业发展分析

- 1、行业市场规模情况
- 2、产品价格分析
- 3、产品生产情况

……

第二节2015-2019年主要下游产业发展分析

一、D行业发展分析

1、行业现状分析

2、行业发展前景

二、E行业发展分析

1、行业现状分析

2、行业发展前景

.....

第九章 2020-2026年中国互动影视行业发展预测分析

第一节2020-2026年中国互动影视行业产量预测

第二节2020-2026年中国互动影视行业需求量预测

第三节2020-2026年中国互动影视行业规模预测

第四节 2020-2026年中国产业的前景及趋势

一、中国互动影视市场发展前景乐观

二、2020年中国互动影视市场消费趋势分析

第五节2020-2026年中国互动影视行业发展趋势

一、中国互动影视行业的发展前景

二、2020-2026年中国互动影视产业规划分析

三、我国互动影视行业的标准化发展趋势

第六节2020-2026年中国互动影视行业“走出去”发展分析

第十章 互动影视行业投资前景研究及销售战略分析(ZY GXH)

第一节 影响互动影视行业发展的主要因素

一、影响互动影视行业运行的有利因素

二、影响互动影视行业运行的稳定因素

三、影响互动影视行业运行的不利因素

四、我国互动影视行业发展面临的挑战

五、我国互动影视行业发展面临的机遇

第二节 行业投资形势分析

一、2015-2019年中国行业投资规模

二、行业投资壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 2020-2026年互动影视行业投资效益分析

第四节 2020-2026年互动影视行业投资前景研究研究

第五节 互动影视行业投资前景预警

- 一、2020-2026年互动影视行业市场风险预测
 - 二、2020-2026年互动影视行业政策风险预测
 - 三、2020-2026年互动影视行业经营风险预测
 - 四、2020-2026年互动影视行业技术风险预测
 - 五、2020-2026年互动影视行业竞争风险预测
 - 六、2020-2026年互动影视行业其他风险预测
 - 第六节 市场策略分析
 - 一、互动影视价格策略分析
 - 二、互动影视渠道策略分析
 - 第七节 销售策略分析
 - 一、媒介选择策略分析
 - 二、产品定位策略分析
 - 三、企业宣传策略分析
 - 第八节 提高互动影视企业竞争力的策略
 - 一、提高中国互动影视企业核心竞争力的对策
 - 二、互动影视企业提升竞争力的主要方向
 - 三、影响互动影视企业核心竞争力的因素及提升途径
 - 四、提高互动影视企业竞争力的策略
 - 第九节 对我国互动影视品牌的战略思考
 - 一、互动影视实施品牌战略的意义
 - 二、互动影视企业品牌的现状分析
 - 三、我国互动影视企业的品牌战略
 - 四、互动影视品牌战略管理的策略
 - 第十节 市场的重点客户战略实施
 - 一、实施重点客户战略的必要性
 - 二、合理确立重点客户
 - 三、重点客户战略管理
 - 四、重点客户管理功能(ZY GXH)
- 图表目录：
- 图表：互动影视行业历程
 - 图表：互动影视行业生命周期
 - 图表：互动影视行业产业链分析
 - 图表：2015-2019年互动影视行业产能分析
 - 图表：2015-2019年互动影视行业市场规模分析
 - 图表：2015-2019年互动影视行业产量分析

图表：2015-2019年互动影视行业需求量分析
图表：2019年互动影视行业需求领域分布格局
图表：2020-2026年互动影视行业市场规模预测
图表：中国互动影视行业盈利能力分析
图表：中国互动影视行业运营能力分析
图表：中国互动影视行业偿债能力分析
图表：中国互动影视行业发展能力分析
图表：中国互动影视行业经营效益分析
图表：2020-2026年互动影视行业市场规模预测
图表：2020-2026年互动影视行业产量预测
图表：2020-2026年互动影视行业需求量预测
更多图表请见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202002/832248.html>