

2016-2021年中国微电影产业深度调研及投资前景 评估报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2021年中国微电影产业深度调研及投资前景评估报告》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/201512/372538.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

前言

目前国内微电影产业总产值已达到700亿元，年产量达2多万部。随着新媒体技术的不断更新，国内微电影产业正迎来蓬勃发展。2013年全国举办的微电影赛事已高达130多项，各类型的微电影节和微电影征集活动如雨后春笋般涌现。微电影行业进口和出口数量极少，进口的主要类型为爱情类微电影，进口国家主要为韩国、日本、泰国；出口的主要为商业类微电影。

微电影作为一种互联网流行的客观现象符合行业发展趋势。经历了2011、2012两年的备受追捧进入爆发期，微电影在2013年产量增长，但在众多而杂乱的声音中脱颖而出的几率却越来越小。由于"限娱令"、"限广令"因素的影响，很多企业开始转移广告的投放渠道，而近期发展火热的微电影则成为了广告商们新的选择。移动通讯4G时代的到来，越来越多的人在用手机随时随地看一部当下火热的微电影，逐渐形成年轻时尚人群的消费趋势。大众对于"微文化"的消费，得到了社会各界的广泛关注，不论是明星还是草根，各行各业的人群参与微电影创作拍摄，使得微电影在近几年文化市场上的异军突起。目前，已经有不少企业抓住了微电影萌芽的机会进行营销投资，成绩不菲，带动了微电影从概念进入到实践阶段，并且出现了众多被人津津乐道的优秀作品，未来会有更多的企业加入到这一行列。

微电影现在以"电影——新媒体——广告赞助商"的商业形式运作，微电影要想实现大规模的营销利益，就要使产业获取利益的方式更加多元化。除了依靠广告的途径，互联网上的点击率，还可以通过开发周边新产品、大学生年度微电影节、新兴艺人经纪和微电影出产版权等等多种渠道来获取利益。

本微电影行业研究报告共十四章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。微电影行业研究报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了微电影行业市场潜在需求与市场机会，报告对微电影行业做了重点企业经营状况分析，并分析了微电影行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 世界微电影行业发展情况分析

第一节 世界微电影行业分析

- 一、世界微电影行业特点
- 二、世界微电影产能状况
- 三、世界微电影行业动态

第二节 世界微电影市场分析

- 一、世界微电影生产分布
- 二、世界微电影消费情况
- 三、世界微电影消费结构

第三节 2015年海峡两岸微电影市场对比

第二章 中国微电影行业供给情况及趋势

第一节 2014-2015年中国微电影行业市场供给分析

- 一、微电影整体供给情况分析
- 二、微电影重点区域供给分析

第二节 微电影行业供给关系因素分析

- 一、需求变化因素
- 二、技术水平提高
- 三、政策变动因素

第三节 2016-2021年中国微电影行业市场供给趋势

- 一、微电影整体供给情况趋势分析
- 二、微电影重点区域供给趋势分析
- 三、影响未来微电影供给的因素分析

第三章 微电影行业宏观经济环境分析

第一节 2014-2015年全球经济环境分析

- 一、2015年全球经济运行概况
- 二、2016-2021年全球经济形势预测

第二节 中国宏观经济政策变动及趋势

- 一、2015年中国宏观经济运行概况
- 二、2016-2021年中国宏观经济趋势预测

第四章 2015年中国微电影行业发展概况

第一节 2015年中国微电影行业发展态势分析

第二节 2015年中国微电影行业发展特点分析

第三节 2015年中国微电影行业市场供需分析

第四节 微电影行业价值研究

第五章 2015年中国微电影行业整体运行状况

第一节 2015年微电影行业盈利能力分析

第二节 2015年微电影行业偿债能力分析

第三节 2015年微电影行业营运能力分析

第六章 2016-2021年中国微电影行业进出口市场分析

第一节 2014-2015年微电影行业进出口特点分析

第二节 2014-2015年微电影行业进出口量分析

一、进口分析

二、出口分析

第三节 2016-2021年微电影行业进出口市场预测

一、进口预测

二、出口预测

第七章 2016-2021年微电影行业投资价值及行业发展预测

第一节 2016-2021年微电影行业成长性分析

第二节 2016-2021年微电影行业经营能力分析

第三节 2016-2021年微电影行业盈利能力分析

第四节 2016-2021年微电影行业偿债能力分析

第八章 2011-2015年中国微电影产业行业重点区域运行分析

第一节 2011-2015年华东地区微电影产业行业运行情况

第二节 2011-2015年华南地区微电影产业行业运行情况

第三节 2011-2015年华中地区微电影产业行业运行情况

第四节 2011-2015年华北地区微电影产业行业运行情况

第五节 2011-2015年西部地区微电影产业行业运行情况

第六节 2011-2015年东北地区微电影产业行业运行情况

第七节 微电影行业市场集中度分析

第九章 2015年中国微电影行业重点企业竞争力分析

第一节 爱奇艺

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第二节 乐视网

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第三节 互联网电影集团

- 一、公司基本情况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司投资情况
- 四、公司未来战略分析

第四节 华谊兄弟传媒股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司投资情况
- 四、公司未来战略分析

第五节 北京华影盛世文化传播有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司投资情况
- 四、公司未来战略分析

第六节 优酷土豆股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司投资情况
- 四、公司未来战略分析

第十章 2016-2021年中国微电影行业消费者偏好调查

第一节 微电影的品牌市场调查

- 一、微电影目标市场分析
- 二、消费者对微电影品牌认知度宏观调查
- 三、消费者对微电影的品牌偏好调查
- 四、消费者对微电影品牌的首要认知渠道
- 五、消费者经常观看的品牌调查
- 六、微电影品牌忠诚度调查
- 七、微电影品牌市场占有率调查
- 八、消费者的消费理念调研

第二节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度

第三节 微电影广告创新的思路

- 一、反向思维
- 二、有效沟通
- 三、风格区隔
- 四、理性迎合
- 五、层次导引
- 六、心理感染
- 七、受众细分

第十一章 中国微电影行业投资策略分析

第一节 2014-2015年中国微电影行业投资环境分析

第二节 2014-2015年中国微电影行业投资收益分析

第三节 2014-2015年中国微电影行业产品投资方向

第四节 2016-2021年中国微电影行业投资收益预测

- 一、2016-2021年中国微电影行业工业总产值预测
- 二、2016-2021年中国微电影行业行业销售收入预测
- 三、2016-2021年中国微电影行业利润总额预测
- 四、2016-2021年中国微电影行业总资产预测

第十二章 中国微电影行业投资风险分析

第一节 中国微电影行业内部风险分析

- 一、市场风险分析
- 二、技术水平风险分析
- 三、企业风险分析
- 四、盈利风险分析

第二节 中国微电影行业外部风险分析

- 一、宏观经济环境风险分析
- 二、行业政策环境风险分析
- 三、其他风险分析

第十三章 微电影行业发展趋势与投资战略研究

第一节 微电影市场发展潜力分析

- 一、市场空间广阔
- 二、发展格局变化
- 三、新媒体技术带来新生机

第二节 微电影行业发展趋势分析

- 一、品牌格局趋势
- 二、渠道分布趋势

三、消费趋势分析

第三节 微电影行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、营销品牌战略

四、竞争战略规划

第四节 对我国微电影品牌的战略思考

一、微电影品牌的重要性

二、微电影实施品牌战略的意义

三、我国微电影企业的品牌战略

四、微电影品牌战略管理的策略

第五节 微电影经营策略分析

一、微电影市场细分策略

二、微电影市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、微电影新产品差异化战略

第十四章 行业发展及投资策略分析

第一节 中国生产、营销企业投资运作模式分析

第二节 2016-2021年微电影行业发展策略

第三节 2016-2021年全国市场规模及增长趋势

第四节 2016-2021年全国投资规模预测

第五节 微电影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、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第六节 项目投资建议

一、技术应用注意事项

二、项目投资注意事项

三、生产开发注意事项

四、销售注意事项

图表目录：

图表：2011-2015年世界微电影产能

图表：世界微电影生产分布

图表：2011-2015年世界微电影行业销售收入

图表：世界微电影消费结构

图表：2011-2015年微电影产量

图表：各国际组织近期下调世界及主要经济体经济增长率预测值

图表：世界工业生产同比增长率

图表：三大经济体GDP环比增长率

图表：世界及主要经济体GDP同比增长率

图表：三大经济体零售额同比增长率

图表：世界贸易量同比增长率

图表：世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率

图表：美国、日本和欧元区失业率

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201512/372538.html>