

# 中国影视后期制作市场竞争格局与未来前景研究 报告（2014-2019）

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《中国影视后期制作市场竞争格局与未来前景研究报告（2014-2019）》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/201403/235656.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

影视后期制作是指利用实际拍摄所得的素材，通过三维动画和合成手段制作特技镜头，然后把镜头剪辑到一起，形成完整的影片，并且为影片制作声音。一般来说，影视的后期制作包括三个大的方面：一、组接镜头，也就是平时所说的剪辑；二、特效的制作，比如说镜头的特殊转场效果，淡入淡出，以及圈出圈入等，现在还包括动画以及3D特殊效果的使用；三、声音的出现和立体声的出现进入到电影以后，我们应该还考虑后期的一个声音制作的问题，包括后来电影理论中出现的垂直蒙太奇等。这三点是影视后期制作必不可少的组成部分。

在中国影视市场迅猛增长带来后期制作需求膨胀的作用下，后期制作行业将从当前的自由竞争状态快速过渡到松散寡头状态，行业规模将延续快速增长态势。统计显示，2012年，我国影视后期制作行业得到了稳定发展。智研数据监测数据显示，去年我国影视后期行业销售收入达到40.03亿元，相对于2011年的36.21亿元同比增长了10.54%。综上所述，在我国影视产业持续发展的推动下，我国影视后期制作仍具有庞大的市场需求。

产业信息网发布的《中国影视后期制作市场竞争格局与未来前景研究报告（2014-2019）》共十一章。首先介绍了中国影视后期制作行业的概念，接着分析了中国影视后期制作行业发展环境，然后对中国影视后期制作行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国影视后期制作行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国影视后期制作行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 中国影视后期制作行业发展概述 1

#### 第一节 影视后期制作行业概述 1

##### 一、影视后期制作的定义 1

##### 二、影视后期制作的特点 2

#### 第二节 影视后期制作上下游产业链分析 5

##### 一、产业链模型介绍 5

##### 二、影视后期制作行业产业链分析 7

#### 第三节 影视后期制作行业生命周期分析 9

##### 一、行业生命周期概述 9

##### 二、影视后期制作行业所属的生命周期 9

#### 第四节 行业经济指标分析 10

- 一、赢利性 10
- 二、附加值的提升空间 10
- 三、进入壁垒 / 退出机制 11
- 四、行业周期 11
- 第二章 2013年世界影视后期制作市场运行形势分析 13
  - 第一节 2013年全球影视后期制作行业发展回顾 13
  - 第二节 亚洲地区主要市场概况 17
  - 第三节 欧盟主要国家市场概况 17
  - 第四节 北美地区主要市场概况 18
  - 第五节 2014-2019年世界影视后期制作发展走势预测 18
- 第三章 2013年中国影视后期制作产业发展环境分析 20
  - 第一节 2013年中国宏观经济环境分析 20
    - 一、GDP历史变动轨迹分析 20
    - 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 27
    - 三、2014年中国宏观经济发展预测分析 30
  - 第二节 影视后期制作行业主管部门、行业监管体 37
  - 第三节 中国影视后期制作行业政策环境分析 38
  - 第四节 2013年中国影视后期制作产业社会环境发展分析 41
    - 一、人口环境分析 41
    - 二、教育环境分析 42
    - 三、文化环境分析 42
    - 四、生态环境分析 44
    - 五、消费观念分析 45
- 第四章 2013年中国影视后期制作产业运行情况 49
  - 第一节 中国影视后期制作行业发展状况 49
    - 一、影视后期制作行业市场供给情况 49
    - 二、影视后期制作行业市场需求情况 51
      - 一、电视剧需求

根据国家新闻出版广电总局《国产电视剧发行许可证》统计情况通告，2012年全年生产并获得发行许可证的剧目共计506部17703集，创历史新高。在供求两旺的背景下，2012年电视剧生产成本仍然快速上升，投资过亿的电视剧大片已非罕见。《楚汉传奇》、《隋唐英雄》和《隋唐演义》的投资金额分别达到了2.4亿、2.5亿和2.8亿。大成本、大制作的电视剧已经成为明显的发展趋势。尽管优质电视剧的数量有所增加，但产量高质量参差不齐、优质电视剧供不应求的局面还是没有得到根本改变，规模效应有待于形成。

随着电视剧产量的不断增加，全国每年播出的新剧数量也在持续走高。2011年生产新剧469部，播出新剧381部，年增长15%；2012年生产新剧506部，播出新剧391部，年增长3%。由此可见，每年进入播出市场的新剧不断增加，越播越快的态势非常明显，这也给了我国影视后期制作庞大的发展空间。

#### 2007年-2012年中国电视剧生产数量（部）

当年通过审批发行，当年就能播出的电视剧，已经从2010年的31%上升到2012年的47-48%。

每年播出新剧数量、取得审批发行证的电视剧当年和次年播出的大致比例%

电视剧资源流通速度增快的一个重要原因是独播剧的增加，制作方加强与电视频道的合作，致使电视剧发行周期缩短。此外，2012年更多省级卫视增加了首播档的播出集数，从每晚两集连播到三集连播，也导致电视剧资源整体播出速度加快。

## 二、电影需求

2012年，中国全年生产的各类电影总量达到893部，年度观影人次达到4.71亿，（1）全国电影总票房达到170.73亿元。与此同时，中国电影银幕突破万块，其中90%为数字银幕，超过8500块银幕可放3D电影，中国已成为世界上电影硬件数字化程度最高的国家。

2012年，全国电影总票房达到170.73亿元，同比增长30.18%。2012年，国产影片票房达到82.73亿元，与2011年国产影片票房70.31亿元相比，同比增长17.66%。但是需要指出的是，2012年国产影片票房占全部票房总额为48.46%，与2011年相比下降了5.15%。

#### 2006-2012年中国电影票房

数据来源：国家广电总局

2012年，中国电影市场创造多项新的纪录：《泰囧》票房10.0461亿元，成为国内市场有史以来首部单片破10亿元的华语电影（截至2013年1月，该片国内票房已超过12亿元）。12月全月票房约26亿元，这一个月票房就相当于2006年中国全年的电影票房。年度上映的三百二十多部中外新片中，有43部影片票房过亿元，其中国产片21部；在21部票房过亿元国产影片中，六部影片达到两亿元以上票房，三部影片达到七亿元以上票房。

2012年，排名三甲的影片依次是《泰囧》（10.0461亿元）、《泰坦尼克号3D》（9.4758亿元）、《画皮2》（7.0451亿元）。其中，中小成本国产影片《泰囧》观影人次超过三千多万

人次，是中国内地观影人次最高的一部电影，在2012年进入院线的电影中成为一匹超级黑马，摘得票房与人气双冠王。

这一年，全国各地区电影票房继续增长，但是地区票房排名发生了变化。广东、北京稳居票房前两名，保持不变。上海地区的票房由2011年的110339万元上升到134865万元，但第三位置不保，被江苏、浙江赶超。可见全国各地票房增长速度都比较快。以江苏省为例，2012年，江苏省城市影院共放映电影180.3万场，观影4434.02万人次，票房收入15.6348亿元，同比增长分别为56.1%、34.87%、43.43%。

2011—2012年票房收入前十名地区（万元）

数据来源：国家广电总局

2012年，内地电影生产保持增长。故事片产量高达745部，此外，还生产动画电影33部、纪录影片15部、科教影片74部、特种电影26部，各类影片总量达893部。产量与世界上最大的两个电影生产国印度、美国基本相当。同时，电影播映渠道更加多元，除商业影院之外，电视、网络、会展、公益放映、节庆活动、主题公园等都用不同方式播出电影。

2012年城市影院观影约4.7亿人次，同比增长27%，涨幅与前一年基本持平。内地观众总人次在印度、北美市场之后居全球第三位。美国本年度观影13.6亿人次，人均年观影频次约为4.5次；而中国内地人均年观影人次仅为0.34次，相当于每3年进影院观看1次电影。由于内地人均年观影次数仍然远远低于欧美以及印度、日本、韩国等亚洲国家，电影市场的消费潜力仍然巨大。

### 三、影视后期制作市场销售情况

统计显示，2012年，我国影视后期制作行业得到了稳定发展。智研数据监测数据显示，去年我国影视后期行业销售收入达到40.03亿元，相对于2011年的36.21亿元同比增长了10.54%。综上所述，在我国影视产业持续发展的推动下，我国影视后期制作仍具有庞大的市场需求。

### 三、影视后期制作行业市场容量 54

#### 第二节 中国影视后期制作行业价格走势分析 55

##### 一、影视后期制作行业价格影响因素分析 55

##### 二、2013年影视后期制作行业价格走势回顾 55

##### 三、2014-2019年影视后期制作行业价格走势预测 56

#### 第三节 中国影视后期制作行业技术发展分析 56

#### 第四节 影视后期制作行业未来发展趋势预测 60

### 第五章 中国影视后期制作市场发展分析 62

#### 第一节 中国影视后期制作行业竞争现状 62

#### 第二节 中国影视后期制作行业集中度分析 62

##### 一、市场集中度 62

二、企业集中度 62

三、区域集中度 63

第三节 影视后期制作行业品牌现状分析 64

第四节 中国影视后期制作行业存在的问题 64

第五节 中国影视后期制作行业国际竞争力分析 65

一、生产要素 65

二、需求条件 65

三、支援与相关产业 66

四、企业战略、结构与竞争状态 67

五、政府的作用 68

第六章 2013年中国影视后期制作行业竞争情况 69

第一节 行业竞争结构分析 69

一、现有企业间竞争 69

二、潜在进入者分析 69

三、替代品威胁分析 70

四、供应商议价能力 70

五、客户议价能力 70

第二节 影视后期制作行业SWOT分析 70

一、优势 70

二、劣势 71

三、机会 71

四、威胁 71

第三节 中国影视后期制作产品竞争力优势分析 71

一、整体产品竞争力评价 71

二、产品竞争力评价结果分析 72

三、竞争优势评价及构建建议 72

第七章 2011-2013中国影视后期制作所属行业主要数据监测分析 73

第一节 2011-2013年中国影视后期制作所属行业总体数据分析 73

一、2011年中国影视后期制作所属行业全部企业数据分析 73

二、2012年中国影视后期制作所属行业全部企业数据分析 75

三、2013年中国影视后期制作所属行业全部企业数据分析 76

第二节 2011-2013年中国影视后期制作所属行业不同规模企业数据分析 78

一、2011年中国影视后期制作所属行业不同规模企业数据分析 78

二、2012年中国影视后期制作所属行业不同规模企业数据分析 79

三、2013年中国影视后期制作所属行业不同规模企业数据分析 79

### 第三节 2011-2013年中国影视后期制作所属行业不同所有制企业数据分析 80

一、2011年中国影视后期制作所属行业不同所有制企业数据分析 80

二、2012年中国影视后期制作所属行业不同所有制企业数据分析 80

三、2013年中国影视后期制作所属行业不同所有制企业数据分析 81

## 第八章 2013年影视后期制作行业重点生产企业分析 82

### 第一节 华谊兄弟 82

一、企业概况 82

二、企业主要经济指标分析 82

三、企业盈利能力分析 84

四、企业偿债能力分析 85

五、企业运营能力分析 85

六、企业成长能力分析 86

### 第二节 光线传媒 86

一、企业概况 86

二、企业主要经济指标分析 87

三、企业盈利能力分析 88

四、企业偿债能力分析 89

五、企业运营能力分析 90

六、企业成长能力分析 90

### 第三节 华策影视 91

一、企业概况 91

二、企业主要经济指标分析 91

三、企业盈利能力分析 92

四、企业偿债能力分析 94

五、企业运营能力分析 94

六、企业成长能力分析 95

### 第四节 乐视网 95

一、企业概况 95

二、企业主要经济指标分析 96

三、企业盈利能力分析 97

四、企业偿债能力分析 98

五、企业运营能力分析 99

六、企业成长能力分析 99

### 第五节 天威视讯 100

一、企业概况 100



- 二、企业主要经济指标分析 100
- 三、企业盈利能力分析 101
- 四、企业偿债能力分析 103
- 五、企业运营能力分析 103
- 六、企业成长能力分析 104
- 第六节 华录百纳 104
  - 一、企业概况 104
  - 二、企业主要经济指标分析 104
  - 三、企业盈利能力分析 106
  - 四、企业偿债能力分析 107
  - 五、企业运营能力分析 107
  - 六、企业成长能力分析 108
- 第七节 电广传媒 109
  - 一、企业概况 109
  - 二、企业主要经济指标分析 109
  - 三、企业盈利能力分析 110
  - 四、企业偿债能力分析 111
  - 五、企业运营能力分析 112
  - 六、企业成长能力分析 113
- 第八节 上海新文化传媒集团股份有限公司 113
  - 一、企业概况 113
  - 二、企业主要经济指标分析 113
  - 三、企业盈利能力分析 115
  - 四、企业偿债能力分析 116
  - 五、企业运营能力分析 116
  - 六、企业成长能力分析 117
- 第九节 中视传媒股份有限公司 118
  - 一、企业概况 118
  - 二、企业主要经济指标分析 118
  - 三、企业盈利能力分析 119
  - 四、企业偿债能力分析 120
  - 五、企业运营能力分析 121
  - 六、企业成长能力分析 122
- 第十节 广电网络 122
  - 一、企业概况 122

- 二、企业主要经济指标分析 122
- 三、企业盈利能力分析 124
- 四、企业偿债能力分析 125
- 五、企业运营能力分析 125
- 六、企业成长能力分析 126
- 第九章 2014-2019年影视后期制作行业发展预测 127
  - 第一节 2014-2019年中国影视后期制作行业未来发展前景分析 127
    - 一、2014-2019年中国影视后期制作市场发展环境分析 127
    - 二、2014-2019年中国影视后期制作行业市场规模预测 130
    - 三、2014-2019年中国影视后期制作行业市场发展趋势分析 130
  - 第二节 2014-2019年中国影视后期制作行业市场供需预测 133
    - 一、2014-2019年中国影视后期制作行业供给预测 133
    - 二、2014-2019年中国影视后期制作市场需求预测 133
  - 第三节 2014-2019年中国影视后期制作行业盈利走势预测 134
- 第十章 2014-2019年中国影视后期制作行业投资风险与营销分析 135
  - 第一节 2014-2019年影视后期制作行业进入壁垒分析 135
  - 第二节 2014-2019年中国影视后期制作行业投资环境分析 135
  - 第三节 中国影视后期制作行业投资风险 136
    - 一、政策风险 136
    - 二、技术风险 136
    - 三、竞争风险 136
    - 四、原材料风险 136
    - 五、其他风险 136
  - 第四节 中国影视后期制作行业营销分析 137
    - 一、渠道构成 137
    - 二、销售贡献比率 137
    - 三、覆盖率 137
    - 四、销售渠道效果 137
    - 五、价值流程结构 138
- 第十一章 2014-2019年中国影视后期制作行业发展策略及投资建议 139
  - 第一节 影视后期制作行业市场的重点客户战略实施 139
    - 一、实施重点客户战略的必要性 139
    - 二、合理确立重点客户 139
    - 三、对重点客户的营销策略 140
    - 四、强化重点客户的管理 140

## 五、实施重点客户战略要重点解决的问题 141

### 第二节智研数据投资建议 142

#### 一、重点投资区域建议 142

#### 二、重点投资产品建议 142

#### 图表目录：部分

图表：中国影视后期制作行业发展周期图

图表：全球影视后期制作生产分布

图表：全球影视后期制作行业规模图（亿美元）

图表：2013-2017年全球影视后期制作行业规模预测（亿美元）

图表：2008-2012年国内生产总值及其增长速度

图表：2012年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2012年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2012年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表：2008-2012年城镇新增就业人数

图表：2008-2012年年末国家外汇储备及其增长速度

图表：电视剧行业较为重要的法律法规和政策

图表：电影行业较为重要的法律法规和政策如表

图表：我国影视后期制作行业供应情况

图表：2007年-2012年中国电视剧生产数量（部）

图表：每年播出新剧数量、取得审批发行证的电视剧当年和次年播出的大致比例%

图表：2006-2012年中国电影票房

图表：2011—2012年票房收入前十名地区（万元）

图表：2010-2012年我国影视后期制作行业市场规模（亿元）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201403/235656.html>