

2017-2022年中国电影行业市场运营态势及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国电影行业市场运营态势及投资战略研究报告》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/201611/469069.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

文化产业作为国民经济支柱产业之一，得到了国家和政府的大力支持。电影产业是文化产业重要部分，相关部门也出台多部政策条例对市场进行监督和管理。在市场环境方面，规范行业生产流程，改善金融服务体系，为产业发展提供更加完善的体系和更多的资金支持；在影院的建设上，政府以税收减免、土地、补贴的形式提供扶持，减轻企业基础建设的压力和负担；在行业规范上，出台票务管理细则规范票务数据，保证电影市场更加公开公平透明，营造良性的竞争氛围。

2009 年到 2015 年，院线行业的发展一直呈上升趋势，票房收入持续增加，2015 年院线市场超速发展，电影票房收入实现井喷式增长，总收入达到 440.7 亿元，同比增长率为 48.7%。

2011-2015 我国电影票房收入（亿元）

中国经济迅速发展，经济多元化推动消费多样化。2010 年全国居民人均可支配收入破万元，到 2015 年人均可支配收入已达 21,966 元。随着人们生活质量的提升，人们对文化消费的需求增加，娱乐消费在总消费中占比也越来越高。

2011-2015 全国居民人均可支配收入

智研咨询发布的《2017-2022年中国电影行业市场运营态势及投资战略研究报告》共十二章。首先介绍了电影相关概念及发展环境，接着分析了中国电影规模及消费需求，然后对中国电影市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国电影面临的机遇及发展前景。您若想对中国电影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 中国电影产业发展环境分析

1.1 电影产业综述

1.1.1 电影产业定义

1.1.2 电影产业产业链分析

1.1.3 电影产业研究对象分析

1.2 电影行业相关政策环境分析

1.2.1 电影行业政策点评

1.2.2 电影行业政策趋势分析

1.3 电影行业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析与预测

- (1) 美国宏观经济环境分析
- (2) 欧洲宏观经济环境分析
- (3) 日本宏观经济环境分析
- (4) 新兴国家宏观经济环境分析
- (5) 国际经济展望

1.3.2 国内宏观经济环境分析与预测

- (1) 国内经济现状
- (2) 国内经济展望

1.3.3 宏观经济对电影行业影响分析

- (1) 宏观经济对国际电影行业的影响
- (2) 宏观经济对中国电影制片业的影响
- (3) 宏观经济对中国电影发行业的影响
- (4) 宏观经济对中国电影放映业的影响

1.4 电影行业社会环境分析

1.4.1 居民收入及消费分析

- (1) 居民人均收入增长情况分析
- (2) 居民消费水平分析
- (3) 居民消费结构分析

1.4.2 居民观影习惯分析

第二章 国际电影产业发展分析及经验借鉴

2.1 全球电影产业发展分析

2.1.1 全球电影产业发展概况

2.1.2 全球电影票房收入规模

- (1) 全球电影票房收入规模
- (2) 全球电影票房地区分布

2.1.3 全球主要国家票房排行

2.1.4 主要国家本土电影市场份额

2.1.5 全球银幕数量

2.1.6 全国主要市场平均观影次数

2.2 美国电影产业发展分析

2.2.1 美国电影产业政策环境

2.2.2 美国电影票房收入

2.2.3 美国电影观影人次及平均票价

2.2.4 全球电影历史票房排行榜

2.2.5 美国电影产业发展模式

(1) 电影融资模式

(2) 电影制作模式

(3) 电影发行模式

(4) 电影放映模式

2.2.6 美国电影产业营销战略与典型案例

2.3 欧洲电影产业发展分析

2.3.1 欧洲电影产业政策环境

(1) 投融资方面政策

(2) 制作、发行、放映方面政策

(3) 产业促进方面政策

2.3.2 欧洲主要国家电影票房收入

2.3.3 欧洲主要国家平均票价对比

2.3.4 欧洲主要国家人均观影次数对比

2.3.5 欧洲主要国家国产片份额

2.3.6 欧洲主要国家电影票房排行榜

2.4 韩国电影产业发展分析

2.4.1 韩国电影产业政策环境

2.4.2 韩国电影票房收入

2.4.3 韩国电影观影人次

2.4.4 韩国电影国产片份额

2.4.5 韩国电影票房排行榜

2.4.6 韩国电影产业崛起分析

(1) 韩国电影崛起表现

(2) 韩国电影崛起原因

2.5 日本电影产业发展分析

2.5.1 日本电影产业政策环境

2.5.2 日本电影票房收入

2.5.3 日本电影平均票价

2.5.4 日本电影观影人次

2.5.5 日本动画电影市场分析

2.6 印度电影产业发展分析

2.6.1 印度电影产业政策环境

2.6.2 印度电影票房收入

2.6.3 主要企业市场占有率

2.6.4 印度电影国产片份额

2.6.5 印度电影票房排行榜

2.6.6 印度电影产业的特征与经验

(1) 投融资方面

(2) 制作方面

(3) 发行、放映方面

2.7 香港电影产业发展分析

2.7.1 香港电影产业政策环境

2.7.2 香港电影市场整体情况

2.7.3 香港电影票房收入

2.7.4 香港电影票房排行榜

2.8 国际电影产业经验借鉴

2.8.1 政策方面经验借鉴

2.8.2 产品结构经验借鉴

2.8.3 龙头企业经验借鉴

2.8.4 投融资体系经验借鉴

2.8.5 营销战略经验借鉴

2.8.6 院线建设经验借鉴

2.8.7 电影产业链延伸经验借鉴

2.8.8 电影技术经验借鉴

2.8.9 盗版打击经验借鉴

第三章 中国电影产业发展现状与趋势分析

3.1 中国电影产业发展状况分析

3.1.1 电影产业发展历程

3.1.2 2016年电影发展新特征

(1) 市场纪录不断创新

(2) 国产电影成绩斐然

(3) 动画电影潜力显现

3.2 中国电影产业经营情况分析

3.2.1 电影产业产量规模分析

3.2.2 电影产业市场规模分析

(1) 电影产业收入总规模

(2) 前十地区电影票房收入

(3) 国产与进口片比较分析

3.2.3 电影产业营收来源分析

(1) 国内票房营收来源

(2) 海外销售及票房来源

(3) 国内非票房收入

3.2.4 电影平均票价

3.2.5 电影观影人次

电影在人们文化娱乐生活中占据重要位路，近年来总观影人次和人均观影人次均保持增长状态。2009 年到 2015 年，是消费者养成观影意识和观影习惯的过程，总观影人次从 2.04 亿涨至 13.1 亿，2015 年首次突破 10 亿，涨幅达到 57.8%，年人均观影次数也从 09 年的 0.3 涨至 15 年的 0.92，总涨幅超过 3 倍。

2009-2015 内地观影人次变化趋势

2009-2015 人均观影次数

3.2.6 电影票房排行榜

(1) 电影票房排行榜

(2) 票房过亿影片

3.2.7 电影票房区域分布特征

(1) 发达地区占据主导地位

(2) 二三线城市快速增长

(3) 农村放映工程全面实施

3.3 中国二级电影和农村电影市场发展分析

3.3.1 二级电影市场发展分析

(1) 二级电影市场发展现状

(2) 二级电影市场竞争状况

(3) 二级电影市场存在问题

(4) 二级电影市场发展策略

3.3.2 农村电影市场发展分析

(1) 农村电影市场发展现状

(2) 农村电影市场竞争状况

(3) 农村电影市场存在问题

(4) 农村电影市场发展策略

3.4 中国电影档期市场分析

3.4.1 电影档期发展特点

3.4.2 主要档期市场分析

- (1) 暑期档市场分析
- (2) 国庆档市场分析
- (3) 贺岁档市场分析

3.5 中国电影产业发展趋势与前景分析

3.5.1 电影产业发展趋势分析

- (1) 更加注重影片质量
- (2) 更加注重结构调整
- (3) 更加注重公益服务
- (4) 更加注重科技创新
- (5) 更加注重国际市场

3.5.2 电影产业发展前景分析

- (1) 电影业产量规模预测
- (2) 电影业营收规模预测

第四章 中国电影制片业发展现状与趋势分析

4.1 中国电影制片业产量与生产格局

4.1.1 电影制片业发展现状

4.1.2 电影制片业产量分析

- (1) 电影制片业产量
 - 1) 电影制片业纪录片产量
 - 2) 电影制片业科教片产量
 - 3) 电影制片业动画片产量
 - 4) 电影制片业特种片产量
 - 5) 电影制片业故事片产量

- (2) 电影制片业生产格局

4.2 中国电影制片业经营情况与转型升级

4.2.1 电影制片业市场规模

- (1) 电影制片业投入产出水平
- (2) 电影制片业市场规模分析

4.2.2 电影制片格局转型分析

- (1) 中国电影制片机构市场份额分析
- (2) 国有制片机构分析
- (3) 民营制片机构析

- (4) 合拍片市场现状
- (5) 非传统电影生产机构发展现状
- 4.2.3 国产电影投资回报分析
 - (1) 电影制片业资金回收渠道
 - (2) 电影投资回报率
 - (3) 国产电影盈利原因分析
 - 1) 投资额度方面
 - 2) 主演阵容方面
 - 3) 电影类型方面
 - 4) 制片发行方面
 - 5) 上映档期方面
 - 6) 观众基础方面
 - 7) 收入多元化方面
 - (4) 国产电影投资回收典型案例
 - 1) 《人在囧途之泰囧》
 - 2) 《喜羊羊》系列
 - 3) 《画皮2》
- 4.3 中国电影制片业发展趋势分析
 - 4.3.1 电影制片业发展策略分析
 - 4.3.2 电影制片业发展趋势分析

第五章 中国电影发行业发展现状与趋势分析

- 5.1 中国电影发行业发展概况
 - 5.1.1 电影发行市场概况
 - 5.1.2 电影发行模式分析
 - 5.1.3 电影发行企业分类
- 5.2 中国电影发行业竞争分析
 - 5.2.1 电影发行市场集中度分析
 - 5.2.2 电影发行市场竞争格局分析
- 5.3 中国电影营销模式与典型案例分析
 - 5.3.1 商业大片营销案例分析
 - (1) 影片基本资料
 - (2) 影片优劣势分析
 - (3) 营销策略分析
 - (4) 营销效果分析

5.3.2 小成本影片营销案例分析

- (1) 影片基本资料
- (2) 营销策略分析
- (3) 营销效果分析

5.3.3 文艺影片营销案例分析

- (1) 影片基本资料
- (2) 营销策略分析

5.3.4 系列电影营销案例分析

- (1) 影片基本资料
- (2) 影片分析
- (3) 营销策略分析

5.3.5 热门电影营销模式分析

- (1) 《画皮2》
- (2) 《泰囧》
- (3) 《桃姐》

5.4 中国电影发行业发展趋势

5.4.1 电影发行业资本市场化

5.4.2 海外发行业务不断加强

5.4.3 电影发行企业将注重网络构建

5.4.4 竞争越来越激烈

第六章 中国电影放映业发展现状与趋势分析

6.1 电影院线市场发展现状与趋势分析

6.1.1 电影院线发展规模分析

6.1.2 电影院线市场竞争分析

- (1) 电影院线集中度分析
- (2) 电影院线竞争格局分析
- (3) 电影院票房分布

6.1.3 重点城市院线市场发展分析

- (1) 电影票房区域格局分析
- (2) 北京市院线市场分析
- (3) 上海市院线市场分析
- (4) 广州市院线市场分析
- (5) 深圳市院线市场分析
- (6) 成都市院线市场分析

- (7) 武汉市院线市场分析
- (8) 重庆市院线市场分析
- (9) 杭州市院线市场分析
- (10) 南京市院线市场分析
- (11) 苏州市院线市场分析
- 6.1.4 农村数字院线发展分析
 - (1) 农村数字电影放映工程简介
 - (2) 农村数字院线发展规模分析
 - (3) 农村数字院线区域分布格局
- 6.1.5 电影网络院线发展分析
 - (1) 电影网络院线联盟的形成及发展
 - (2) 电影网络院线联盟运作机制分析
 - (3) 电影网络院线利益格局分析
 - (4) 电影网络院线对城市院线影响分析
- 6.1.6 电影院线扩张模式分析
 - (1) 加盟模式
 - 1) 模式内涵解析
 - 2) 典型案例分析
 - 3) 模式优缺点分析
 - (2) 万达模式
 - 1) 模式内涵解析
 - 2) 典型案例分析
 - 3) 模式优缺点分析
 - (3) “数字放映+二级市场”模式
 - 1) 模式内涵解析
 - 2) 典型案例分析
 - 3) 模式优缺点分析
 - (4) 全产业链扩张模式
 - 1) 模式内涵解析
 - 2) 典型案例分析
 - 3) 模式优缺点分析
- 6.1.7 电影院线发展趋势分析
- 6.2 电影院市场发展现状与趋势分析
 - 6.2.1 电影院发展规模及竞争分析
 - (1) 电影院规模及增长情况

- (2) 电影院竞争格局分析
- 6.2.2 重点城市影院发展分析
 - (1) 电影院区域市场格局分析
 - (2) 北京影院发展分析
 - (3) 上海影院发展分析
 - (4) 广州影院发展分析
 - (5) 深圳影院发展分析
 - (6) 重庆市影院发展分析
- 6.2.3 电影票价需求调研及走势分析
 - (1) 电影票价走势分析
 - (2) 影院观众票价需求调研
 - 1) 观众认可的合理票价调查
 - 2) 观众愿意接受的最高票价调查
 - (3) 电影票定价建议
- 6.2.4 电影院经营模式分析
 - (1) 电影院经营业务分析
 - 1) 票房业务分析
 - 2) 卖品业务分析
 - 3) 广告业务分析
 - 4) 其他业务分析
 - (2) 电影院客户群体分析
 - (3) 电影院会员服务模式分析
 - (4) 电影院销售策略和手段分析
 - (5) 电影院运营成本分析
 - (6) 电影院盈利模式分析
 - (7) 电影院经营模式创新路径
- 6.2.5 电影院发展趋势分析

第七章 中国不同类型电影市场分析与发展前景

- 7.1 中国数字电影市场分析与发展前景
 - 7.1.1 数字电影发展分析
 - 7.1.2 数字电影优势分析
 - 7.1.3 数字电影市场分析
 - 7.1.4 数字电影发展前景
- 7.2 中国3D电影市场分析与发展前景

- 7.2.1 3D电影发展分析
- 7.2.2 3D电影盈利能力
- 7.2.3 3D电影优势分析
- 7.2.4 3D电影发展前景
- 7.3 中国IMAX电影市场分析与发展前景
- 7.3.1 IMAX电影发展分析
- 7.3.2 IMAX电影银幕现状
- 7.3.3 IMAX电影需求分析
- 7.3.4 IMAX电影发展前景

第八章 中国电影产业消费者行为调研

- 8.1 消费者题材偏好调研
 - 8.1.1 不同性别电影题材偏好调研
 - 8.1.2 不同年龄电影题材偏好调研
 - (1) 20岁以下电影题材偏好调研
 - (2) 20-40岁电影题材偏好调研
 - (3) 40岁以上电影题材偏好调研
- 8.2 消费者行为习惯调研
 - 8.2.1 不同性别观众结构调研
 - (1) 男性观众结构调研
 - (2) 女性观众结构调研
 - 8.2.2 不同年龄观众结构调研
 - (1) 观众结构调研总体情况
 - (2) 15-24岁观众结构调研
 - (3) 25-39岁观众结构调研
 - (4) 40-50岁观众结构调研
 - 8.2.3 观众消费频次调研
 - (1) 不同性别观众消费频次调研
 - (2) 不同年龄观众消费频次调研
 - (3) 不同职业观众消费频次调研
 - (4) 不同学历观众消费频次调研
 - 8.2.4 观众消费时间选择调研
 - (1) 节假日与非节假日选择调研
 - (2) 一周时间内消费时间选择调研
 - (3) 一天时间内消费时间选择调研

- (4) 去影院看电影的时机调研
- (5) 随行人和人数调研
- 8.2.5 观众影院选择考虑因素调研
- 8.2.6 观众选择电影因由调研
- 8.2.7 观众观看电影的途径调研
- 8.2.8 观众片源产地喜好调研
 - (1) 观众片源产地喜好调研总体情况
 - (2) 不同年龄观众片源产地喜好调研

第九章 中国电影进出口市场分析

- 9.1 中国电影进口市场分析
 - 9.1.1 中国电影进口片票房收入
 - 9.1.2 中国电影进口片票房排行榜
- 9.2 中国电影出口市场分析
 - 9.2.1 中国电影出口营收情况
 - 9.2.2 中国电影海外观众实证调研
 - (1) 调研对象
 - (2) 调研结果
 - 1) 中国电影国际影响力
 - 2) 海外观众关注中国电影情况
 - 3) 海外观众了解中国电影渠道
 - 4) 海外观众观看中国电影渠道
 - 5) 海外观众不关注中国电影原因
 - 6) 海外观众认为中国电影需改进方面
 - 7) 海外观众最喜欢的电影类型
 - 8) 海外观众最喜欢的中国导演
 - 9) 海外观众最喜欢的中国演员
- 9.3 中国电影海外推广建议
 - 9.3.1 政府政策扶植
 - 9.3.2 海推公司的集团化发展
 - 9.3.3 明确影片的市场定位
 - 9.3.4 注重其他市场的开发
 - 9.3.5 成立专业的海外运作团队
 - 9.3.6 实现海外推广的多元化

第十章 中国新媒体对电影产业的影响分析

10.1 中国新媒体在电影中应用分析

10.1.1 新媒体发展分析

- (1) 手机发展分析
- (2) IPTV发展分析
- (3) 数字电视发展分析
- (4) 移动电视发展分析

10.1.2 新媒体在电影产业中的应用

- (1) 手机与电影
- (2) IPTV与电影
- (3) 数字电视与电影
- (4) 移动电视与电影

10.2 新媒体发展对电影产业的影响

10.2.1 新媒体给电影产业带来的机遇

10.2.2 新媒体给电影产业带来的挑战

第十一章 中国电影产业主要企业经营分析

11.1 中国电影制片发行企业领先个案分析

11.1.1 中国电影集团公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业电影作品情况
- (4) 企业运营特色分析

11.1.2 华谊兄弟传媒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业电影作品情况
- (4) 企业运营特色分析
- (5) 企业组织架构分析
- (6) 企业经营模式分析
- (7) 企业经营状况优劣势分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业投资兼并与重组

11.1.3 上海电影(集团)有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业电影作品情况
- (4) 企业经营状况优劣势分析
- 11.1.4 乐视影业（北京）有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业电影作品情况
 - (4) 企业经营状况优劣势分析
- 11.1.5 橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - 1) 企业主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业电影作品情况
 - (4) 企业运营特色分析
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 11.2 中国电影院线领先个案分析
 - 11.2.1 万达电影院线股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业市场规模分析
 - (3) 企业票房业绩分析
 - (4) 企业加盟影院概况
 - (5) 企业投资情况分析
 - (6) 企业运营特色分析
 - (7) 企业经营状况优劣势分析
 - 11.2.2 中影星美电影院线有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业票房业绩分析
 - (3) 企业院线扩张效率
 - (4) 企业运营特色分析
 - (5) 企业明星影院
 - (6) 企业经营状况优劣势分析

11.2.3 上海联和电影院线有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业市场业绩分析
- (3) 企业加盟影院概况
- (4) 企业经营状况优劣势分析

11.2.4 北京新影联影业有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业市场业绩分析
- (3) 企业加盟影院概况
- (4) 企业运营特色分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析

11.2.5 深圳市中影南方电影新干线有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业市场规模分析
- (3) 企业票房业绩分析
- (4) 企业加盟影院概况
- (5) 企业运营特色分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析

11.3 中国电影院领先个案分析

11.3.1 北京耀莱成龙国际影城五棵松店

- (1) 影院选址环境分析
- (2) 影院硬件设施分析
- (3) 影院经营业绩分析
- (4) 影院经营项目分析
- (5) 影院营销策略分析
- (6) 影院经营优劣势分析

11.3.2 首都华融电影院

- (1) 影院发展简况分析
- (2) 影院选址环境分析
- (3) 影院硬件设施分析
- (4) 影院经营业绩分析
- (5) 影院经营项目分析
- (6) 影院经营业绩分析
- (7) 影院运营特色分析
- (8) 影院经营优劣势分析

11.3.3 上海万达国际电影城五角场店

- (1) 影院选址环境分析
- (2) 影院硬件设施分析
- (3) 影院经营项目分析
- (4) 影院经营业绩分析
- (5) 影院运营特色分析
- (6) 影院经营优劣势分析

11.3.4 深圳嘉禾影城

- (1) 影院发展简况分析
- (2) 影院选址环境分析
- (3) 影院硬件设施分析
- (4) 影院经营业绩分析
- (5) 影院经营项目分析
- (6) 影院经营业绩分析
- (7) 影院运营特色分析
- (8) 影院经营优劣势分析

11.3.5 北京UME华星国际影城

- (1) 影院选址环境分析
- (2) 影院硬件设施分析
- (3) 影院经营业绩分析
- (4) 影院运营特色分析
- (5) 影院经营优劣势分析

11.3.6 北京UME国际影城双井店

- (1) 影院选址环境分析
- (2) 影院硬件设施分析
- (3) 影院经营业绩分析
- (4) 影院运营特色分析
- (5) 影院经营优劣势分析

第十二章 中国电影产业投融资分析 (ZY ZM)

12.1 中国电影产业投资机会与风险分析

12.1.1 电影产业投资机会分析

- (1) 单一影片市场
- (2) 院线市场
- (3) 影视器材制作公司

- (4) 第二阵营电影企业
- (5) 专门影视培训机构
- 12.1.2 电影产业投资风险分析
 - (1) 政策风险
 - (2) 盗版冲击风险
 - (3) 作品审查风险
 - (4) 市场竞争风险
- 12.2 中国电影产业投融资模式分析
 - 12.2.1 银行贷款
 - 12.2.2 私募股权融资
 - 12.2.3 专项电影基金
 - 12.2.4 多方投资
 - 12.2.5 影片预售融资
 - 12.2.6 影视基金
- 12.3 中国电影细分行业投融资分析
 - 12.3.1 制片业投融资分析
 - (1) 投融资渠道多元化
 - (2) 制片企业投融资现状
 - (3) 制片业投融资趋势
 - 12.3.2 发行业投融资分析
 - 12.3.3 放映业投融资分析
 - (1) 主流商业院线投融资分析
 - (2) 数字影院投融资分析
 - (3) 农村电影放映投融资分析
- 12.4 中国电影产业投融资典型案例分析
 - 12.4.1 银行贷款案例分析
 - 12.4.2 电影基金案例分析
 - 12.4.3 电影企业资本运营案例分析
 - (1) 中国电影集团资本运营案例分析
 - (2) 华谊兄弟资本运营案例分析
 - (3) 橙天国际集团资本运营案例分析

图表目录：

图表1：电影产业的特点总结

图表2：中国影视产业链示意图

图表3：电影产业研究对象

图表4：2013-2016年电影产业相关政策

图表5：2012-2016年世界及主要经济体GDP同比增长率（单位：%）

图表6：2016年IMF对全球主要国家宏观经济指标的预测（单位：%）

图表7：2013-2016年中国国内生产总值及其增速变化情况（单位：万亿元，%）

图表8：2013-2016年中国城镇固定资产投资及同比增速（单位：亿元，%）

图表9：2013-2016年我国进出口总值情况（单位：亿美元）

图表10：2016年中国经济预测（单位：%）

图表11：2013-2016年城镇居民人均可支配收入（单位：元）

图表12：2013-2016年农村居民人均可支配收入（单位：元）

图表13：2013-2016年中国社会消费品零售总额变化情况（单位：亿元）

图表14：中国人均消费性支出结构（单位：%）

图表15：2013-2016年中国内地电影观影人次增长趋势（单位：亿人次）

图表16：2013-2016年全球电影市场票房收入及增长情况（单位：亿美元）

图表17：2013年以来全球各地区票房占比情况（单位：%）

图表18：全球电影消费市场结构（单位：%）

图表19：2016年票房收入前10个国家对比（单位：亿美元，%）

图表20：2016年主要电影市场本土电影票房市场份额（单位：%）

图表21：2012-2016年全球银幕数量（单位：块）

图表22：2016年全球各地区银幕分布数量（单位：块）

图表23：2016年全球主要电影市场平均观影次数（单位：次）

图表24：美国电影协会划分的电影级别

图表25：2013-2016年北美地区票房收入（单位：亿美元）

图表26：2013-2016年北美地区观影人次及平均票价（单位：亿人，美元）

图表27：历史全球电影票房前十名（单位：亿美元）

图表28：美国电影融资模式分析

图表29：美国电影国内发行机制分析

图表30：美国电影海外发行机制分析

图表31：美国电影产业营销战略分析

图表32：2016年欧洲主要国家电影票房收入（单位：亿美元）

图表33：2016年欧洲主要国家人均观影次数对比（单位：次）

图表34：2016年法国电影票房排行榜（单位：万人次）

图表35：2013-2016年韩国电影票房收入（单位：亿美元）

图表36：2013-2016年韩国观影人数规模（单位：亿人次）

图表37：2013-2016年韩国电影国产片份额变化情况（单位：亿韩币，万人次，%）

- 图表38：2016年韩国电影票房排行榜（单位：亿韩币，万人次）
- 图表39：日本内容产业战略的主要特点
- 图表40：2013-2016年日本电影票房规模情况（单位：亿日元）
- 图表41：2013-2016年日本总观影人次（单位：亿人次）
- 图表42：2016年日本电影票房排行榜（单位：亿日元）
- 图表43：2016年印度主要电影企业市场占有率（单位：%）
- 图表44：2016年印度宝莱坞电影票房排行榜（单位：亿卢比）
- 图表45：2016年香港电影票房排行前10名（单位：万港元）
- 图表46：中国电影产业发展历程
- 图表47：2013-2016年中国国产电影生产情况（单位：部）
- 图表48：2013-2016年中国电影票房及增长情况（单位：亿元，%）
- 图表49：2016年中国前十地区电影票房收入（单位：万元，%）
- 图表50：2013-2016年中国国产与进口影片票房比较（单位：亿元）
- 图表51：2013-2016年中国国产影片票房及同比增长情况（单位：亿元，%）
- 图表52：2013-2016年中国国产影片票房占比情况（单位：%）
- 图表53：2013-2016年中国进口影片票房及同比增长情况（单位：亿元，%）
- 图表54：2013-2016年中国进口影片票房占比情况（单位：%）
- 图表55：2013-2016年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56：2013-2016年中国内地电影非票房收入及增长情况（单位：亿元，%）
- 图表57：2013-2016年全国城市院线市场年度平均票价及涨幅变化（单位：元，%）
- 图表58：2013-2016年中国电影观影人次及增长情况（单位：亿人次，%）
- 图表59：2016年中国票房收入前十名影片（单位：亿元）
- 图表60：2016年中国电影票房前十大排行榜（单位：万元）
- 图表61：2013-2016年中国内地票房过亿元影片数量（单位：部）
- 图表62：2016年中国票房收入排名前十的省份（单位：亿元）
- 图表63：二级电影市场主要竞争者分析
- 图表64：二级电影市场存在的问题分析
- 图表65：2013-2016年订购院线前十对比（单位：条）
- 图表66：2013-2016年中国电影暑期档票房情况（单位：亿元）
- 图表67：2016年中国内地暑期档20强榜单（5月1日-8月31日）
- 图表68：2013-2016年中国电影国庆档票房情况（单位：亿元）
- 图表69：2016年中国电影国庆档票房排名榜（单位：万元，%）
- 图表70：2016年中国电影贺岁档票房排名榜（单位：亿元）
- 图表71：2017-2022年中国主要类型电影产量预测（单位：部）
- 图表72：2017-2022年中国国内电影票房预测（单位：亿元）

- 图表73：2013-2016年中国内地纪录片产量（单位：部）
- 图表74：2013-2016年中国内地科教片产量（单位：部）
- 图表75：2013-2016年中国内地动画片产量（单位：部）
- 图表76：2013-2016年中国内地特种片产量（单位：部）
- 图表77：2013-2016年中国内地故事片产量（单位：部）
- 图表78：2016年国产影片按性质分类（单位：%）
- 图表79：2016年中国内地电影产量（单位：部）
- 图表80：2016年市场份额TOP15制片机构（单位：%）
- 图表81：中国影片资金回收的主要途径
- 图表82：部分影片电影回报情况（单位：万元，%）
- 图表83：2016年中国电影企业市场份额TOP10（单位：%）
- 图表84：中国电影发行模式分类
- 图表85：中国电影发行模式图
- 图表86：中国电影发行公司分类情况
- 图表87：2012-2016年中国电影发行市场集中度TOP10（单位：%）
- 图表88：2013-2016年中国院线数量（单位：条）
- 图表89：2016年中国院线票房区间数量及占比（单位：条，%）
- 图表90：2016年中国电影院线票房集中度（单位：万元，%）
- 图表91：中国电影院线集中度指数（CRn）统计（单位：%）
- 图表92：中国电影院线票房前8强
- 图表93：2016年中国院线三大梯队划分（单位：万元）
- 图表94：2016年中国各票房产出区间的影院数量分布占比（单位：%）
- 图表95：中国城市票房Top10数据统计（单位：万元，个，块，元，万人，%）
- 图表96：2013-2016年农村电影放映场次（单位：万场）
- 图表97：2013-2016年中国农村电影院线数量（单位：条）
- 图表98：中国农村数字院线区域分布格局
- 图表99：2013-2016年中国影院数量情况（单位：家，块）
- 图表100：2016年中国电影院票房10强（单位：万元）
- 图表101：2016年中国城市影院数量排名前十名情况（单位：家）
- 图表102：拥有200强影院最多的城市（单位：家，%）
- 图表103：观影观众认可的合理票价调查（单位：%）
- 图表104：观影观众愿意接受的最高票价调查（单位：%）
- 图表105：中国电影观众年龄层结构分析（单位：%）
- 图表106：2017-2022年电影院数量预测（单位：家）
- 图表107：2013-2016年中国3D银幕数及增长情况（单位：块）

- 图表108：2013-2016年部分国产3D电影上映情况（单位：万元）
- 图表109：中国IMAX银幕省市分布情况（单位：块）
- 图表110：不同性别电影题材偏好调研情况（单位：%）
- 图表111：40岁以上消费者观影题材选择调研情况（单位：%）
- 图表112：男性观众结构调研情况（单位：%）
- 图表113：女性观众结构调研情况（单位：%）
- 图表114：观众结构调研情况（单位：%）
- 图表115：15-24岁观众结构调研情况（单位：%）
- 图表116：25-39岁观众结构调研情况（单位：%）
- 图表117：40-50岁观众结构调研情况（单位：%）
- 图表118：不同性别观众消费频次调研情况（单位：%）
- 图表119：不同年龄观众消费频次调研情况（单位：%）
- 图表120：消费者计划节假日到影院观影调研情况（单位：%）
- 图表121：消费者一天时间内消费时间选择调研情况（单位：%）
- 图表122：消费者去影院看电影的时机情况（单位：%）
- 图表123：消费者到影院观影随行人情况（单位：%）
- 图表124：消费者影院选择考虑因素调研（单位：%）
- 图表125：观众选择电影因由分布（单位：%）
- 图表126：选择网络观看电影的原因调研情况（单位：%）
- 图表127：观众片源产地喜好调研总体情况（单位：%）
- 图表128：不同年龄观众片源产地喜好调研情况（单位：%）
- 图表129：2013-2016年中国电影进口影片票房收入（单位：亿元）
- 图表130：2016年中国票房收入前十名进口影片（单位：亿元）
- 图表131：中国电影海发行影片情况（单位：部，部次）
- 图表132：中国电影对世界电影的影响（单位：%）
- 图表133：海外观众观看中国电影渠道（单位：%）
- 图表134：海外观众不关注中国电影原因（单位：%）
- 图表135：海外观众最喜欢的中国导演（单位：%）
- 图表136：海外观众最喜欢的中国演员（单位：%）
- 图表137：固定电话、移动电话普及率发展情况（单位：部/百人）
- 图表138：中国电影集团公司基本信息表
- 图表139：中国电影集团公司业务能力简况表
- 图表140：中国电影集团公司优劣势分析
- 图表141：华谊兄弟传媒股份有限公司基本信息表
- 图表142：华谊兄弟传媒股份有限公司业务能力简况表

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201611/469069.html>