

2019-2025年中国电影行业市场供需预测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《2019-2025年中国电影行业市场供需预测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/201810/684831.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

每年黄金周国庆档都是电影市场一年中备受瞩目的主要档期之一，但今年国庆档的含金量看起来却并不尽如人意。

截至9月28日，九月全国电影票房为27.05亿，较去年同期下降9.1%。与8月的票房68.20亿相比，环比指数下降60.33%，九月单月放映场次为802万场，较八月下降18.84%，单月观影人次为7682万，下降60.19%。创下目前为止2018年电影票房的最低谷。

进入到开学季，票房明显下沉，九月电影市场总体环比下滑，综合票房九月市场全面落后于去年同期。再加之由于台风“山竹”来袭，广东等地的遭受台风恶劣天气影响，9月10日-16日，七天市场仅产出5.08亿。其中，九月票房冠军《碟中谍6：全面瓦解》单片票房贡献10.52亿，占据了总票房的百分之38.9%。

猫眼数据显示，截止10月7日，国庆档7天累计生产近21.7亿票房，同比去年下跌20%，总人次超6150万同比下降23%，同时，档期内影片供应量、影片票房、影片评分等各项指标也为近年新低，与此前业内预期落差明显。

2015-2018年中国国庆档票房及人次情况

国庆档上映影片数量走势

智研咨询发布的《2019-2025年中国电影行业市场供需预测及投资战略研究报告》共十二章。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 2014-2018年全球电影产业的发展

1.1 2014-2018年全球电影市场运行现状

1.1.1 电影票房分析

1.1.2 各国电影市场

1.1.3 影片类型分析

1.1.4 银幕数量分析

1.1.5 市场发展新特点

1.2 2014-2018年北美电影行业运行分析

1.2.1 票房收入分析

1.2.2 观影人次及票价

1.2.3 观影观众结构

1.3 2015-2018年美国电影行业发展分析

1.3.1 银幕数量分析

1.3.2 电影产业特点

1.3.3 产业链分析

1.3.4 美国独立电影

1.3.5 美国绿色电影

1.4 2014-2018年欧洲电影行业运行分析

1.4.1 电影政策环境

1.4.2 票房收入分析

1.4.3 影票销量情况

1.4.4 竞争力分析

1.5 2014-2018年韩国电影行业发展分析

1.5.1 观影人数与影院票房

1.5.2 影院数量与银幕数量

1.5.3 影片市场状况

1.5.4 海外销售情况

1.6 2014-2018年日本电影行业发展分析

1.6.1 生产分级情况

1.6.2 票房收入情况

1.6.3 观影人次规模

1.6.4 平均电影票价

1.6.5 影片市场状况

1.6.6 电影特征分析

第二章 中国电影产业发展的PEST分析

2.1 政策 (Political) 环境

2.1.1 电影发展促进意见

2.1.2 电影产业促进法

2.1.3 电影专项资金管理

2.2 经济 (Economic) 环境

2.2.1 国内生产总值

2.2.2 固定资产投资

2.2.3 经济运行特征

2.2.4 未来发展趋势

2.3 社会 (Social) 环境

2.3.1 人口数量规模

2.3.2 居民收入水平

2.3.3 社会就业人口

2.3.4 居民消费价格

2.3.5 城镇化发展进程

2.4 技术 (Technological) 环境

2.4.1 数字技术

2.4.2 特效技术

2.4.3 3D技术

2.4.4 CG技术

第三章 2014-2018年中国电影产业发展分析

3.1 2014-2018年中国电影市场发展综况

2018国庆档为我们展示的不仅是内容决定票房走势鲜活案例，更是一个观众口碑决定影片命运的有力印证。

市场更加成熟，观众更加理性。在清华大学教授尹鸿看来，如今的观众不再介意类型，更看重口碑和完成度。对比以往的假期档乱象，今年国庆档基本已认定“口碑”为影片走势的最大影响因素，“回归理性、内容为王”的口号，这个档期完全实现。

造成大盘下降、后半程日票房下滑幅度增大的原因即是因为观众对于口碑反映的速度加快。近三年国庆档新上映影片猫眼评分分布

值得注意的是与去年国庆档热门影片《羞羞的铁拳》上映7天破11亿元相比，2018年国庆档票房前三的电影整体逊色不少。

华谊兄弟和万达影视力捧的今年国庆档另一部喜剧片《胖子行动队》排名第四，七天累计票房1.6亿元。该片在上映前曾受到广泛关注，猫眼上有超10万人表示“想看”，但上映至今的票房尚不足2亿元。而华谊兄弟此次国庆档的另一力作《找到你》票房同样表现一般，七天累计仅有4763.1万元。

排名	影片名	综合票房：万元	场均人次	上映日期
1	无双	59558.5		
2	李茶的姑妈	3972.16	22	2018.9.30.
3	胖子行动队	15999.8	19	2018.9.30.
4	悲伤逆流成河	8828.5	21	2018.9.21
5	阿凡提之奇缘历险	6241	17	2018.10.1
6	新灰姑娘	5226.3	18	2018.10.1
7	找到你	4763.1	17	2018.10.5
8	古剑奇谭之流月昭明	1310.5	8	2018.10.1
9	黄金兄弟	1045.5	16	2018.9.21

3.1.1 消费拉动电影产业增长

3.1.2 中国电影市场发展特点

3.1.3 电影影片进出口状况解读

3.2 2014-2018年中国电影票房分析

3.2.1 全国票房收入

3.2.2 电影观影人次

3.2.3 电影票房排名

3.2.4 票房地区排名

3.2.5 优势票房区间

3.2.6 观众满意度研究

3.3 2014-2018年中国电影档期市场分析

3.3.1 档期票房规模

国庆档期间,《无双》上映首日票房仅为5478.6万,距离《李茶的姑妈》有较大差距。但是在猫眼平台上评分高达8.9分,收获了观众大片好评。这种好口碑迅速在微信朋友圈和微信群中得到广泛扩散,影片票房曲线也逐日上升,上映三天后便逆袭夺得单日票房冠军;进入档期后半程之后,《影》也凭借猫眼评分8.2分的口碑优势,获得票房增势,上映5天完成反超,成为单日票房亚军。

同时,由于今年国庆档影片评分整体上不及去年,档期日均票房不及去年同期,档期后半程降幅也明显加快,前三日降幅在10%,之后四天迅速下滑至20%左右。

国庆档综合票房走势(亿元、%)

3.3.2 电影档期分布

3.3.3 电影定档流程

3.4 2014-2018年中国二级电影市场发展分析

3.4.1 二级市场现状

3.4.2 开发模式分析

3.4.3 市场前景分析

3.5 电影行业加快融入互联网市场

3.5.1 互联网助力电影市场发展

3.5.2 网络在线购票市场活跃

3.5.3 网络大电影市场逐步崛起

3.5.4 电影市场借力“大数据”

3.5.5 “电影众筹”参与市场竞争

3.5.6 互联网资本注入电影市场

3.5.7 IP网生电影市场前景可期

3.6 2014-2018年中国主要地区电影发展分析

3.6.1 北京市

3.6.2 上海市

3.6.3 广东省

3.6.4 江苏省

3.6.5 浙江省

3.6.6 四川省

3.6.7 湖北省

3.7 中国电影市场面临的问题分析

3.7.1 重数量不重质量

3.7.2 娱乐粗鄙化严重

3.7.3 国际竞争力不足

3.7.4 收入模式单一

3.7.5 市场定位模糊

3.7.6 发展环境亟待规范

3.8 中国电影市场发展的策略分析

3.8.1 重视品牌建设

3.8.2 加快兼并重组

3.8.3 完善产业链

3.8.4 重视二级市场

3.8.5 开拓国际市场

第四章 2015-2018年中国电影细分所属行业发展分析

4.1 2015-2018年中国国产电影行业发展分析

4.1.1 海外市场销售

4.1.2 属地审查新规

4.1.3 电影特效短板

4.1.4 面临的问题

4.1.5 发展的对策

4.1.6 发展的路径

4.2 2014-2018年中国小成本电影发展分析

4.2.1 电影特点分析

4.2.2 电影发展优势

4.2.3 观影人群分析

4.2.4 发展制约因素

4.2.5 发展的策略

4.3 2014-2018年数字电影发展分析

4.3.1 数字电影简介

4.3.2 全球数字银幕

4.3.3 全球3D电影市场

4.3.4 中国电影数字化

4.3.5 中国IMAX银幕

第五章 2015-2018年中国电影制片及发所属行业发展分析

5.1 2015-2018年中国电影制片业现状分析

5.1.1 制片业产量分析

5.1.2 制片业特点分析

5.1.3 制片机构市场份额

5.1.4 制片业格局分析

5.1.5 面临挑战分析

5.2 2015-2018年中国电影制片企业发展分析

5.2.1 企业发展现状

5.2.2 国有制片企业

5.2.3 民营制片企业

5.2.4 面临问题分析

5.2.5 发展趋势分析

5.3 2015-2018年中国电影发行业发展分析

5.3.1 发行状况分析

5.3.2 电影发行市场

5.3.3 发行格局分析

5.3.4 行业竞争加剧

5.3.5 发行主体规模

第六章 2014-2018年中国电影院线发展分析

6.1 电影院线定义及分类

6.1.1 电影院线定义

6.1.2 电影院线分类

6.1.3 主要院线类型

6.2 2014-2018年中国电影院线市场分析

6.2.1 院线数量及规模

6.2.2 院线梯队划分

6.2.3 院线票房排名

6.2.4 影院荧幕数量

6.2.5 运营效率分析

6.2.6 区域分布格局

6.3 2014-2018年中国电影院线消费者分析

6.3.1 性别分布

6.3.2 影龄分布

6.3.3 学历分布

6.3.4 城市分布

6.3.5 票价分布

6.3.6 消费影响因素

6.4 2014-2018年中国电影院线发展特色分析

6.4.1 院线发展特点

6.4.2 二三线城市布局

6.5 2014-2018年中国五大电影院线运行分析

6.5.1 万达影院

6.5.2 中影星美

6.5.3 新影联

6.5.4 上海联和院线

6.5.5 大地院线

6.6 2015-2018年中国电影院建设与租金分析

6.6.1 建设模式分析

6.6.2 租金模式分析

6.6.3 租金定价原则

6.6.4 成本分析

6.7 2014-2018年中国电影特色院线发展分析

6.7.1 民族电影院线

6.7.2 戏曲电影院线

6.7.3 艺术电影院线

6.7.4 儿童电影院线

6.8 中国电影院线发展趋势分析

6.8.1 品牌建设加快

6.8.2 向上扩张趋势

6.8.3 上市热潮出现

6.8.4 重组整合趋势

6.8.5 电影信息化

6.8.6 院线互联网化

第七章 2014-2018年中国电影行业产业链分析

7.1 电影行业产业链简介

7.1.1 标准电影产业链

7.1.2 大电影产业链

7.2 2014-2018年中国电影产业链结构分析

7.2.1 制片公司

7.2.2 院线公司

7.2.3 影院公司

7.3 2014-2018年中国电影院线卖品市场分析

7.3.1 市场份额分析

7.3.2 卖品定价分析

7.3.3 收入利润分析

7.3.4 顾客消费习惯

7.4 2014-2018年中国电影广告市场分析

7.4.1 广告类型分析

7.4.2 广告市场规模

7.4.3 影片植入广告

7.4.4 影片映前广告

7.4.5 搭载营销模式

7.5 2014-2018年中国电影衍生品市场发展分析

7.5.1 市场需求分析

7.5.2 目标群体定位

7.5.3 消费心理分析

7.5.4 面临的阻碍

第八章 2015-2018年中国电影市场竞争分析

8.1 2015-2018年中国电影市场竞争水平分析

8.1.1 市场竞争格局

8.1.2 院线市场份额

8.1.3 市场化水平

8.2 中国院线市场份额影响因素分析

8.2.1 品牌认知力

8.2.2 核心特色资源

8.2.3 设备环境氛围

8.3 2015-2018年中国电影行业盈利模式分析

8.3.1 商业影片

8.3.2 主旋律影片

8.3.3 电视电影

8.3.4 网络电影

8.4 2015-2018年中国城市影院竞争分析

8.4.1 一线城市

8.4.2 二线城市

8.4.3 三线城市

第九章 2015-2018年中国电影市场营销分析

9.1 影响电影市场票房的因素分析

9.1.1 首要因素

9.1.2 重要因素

9.1.3 关键因素

9.1.4 潜在因素

9.1.5 运气因素

9.1.6 其他因素

9.2 2015-2018年中国电影院线营销分析

9.2.1 电影营销状况

9.2.2 营销产品分析

9.2.3 面临的问题

9.3 2015-2018年国内电影跨界营销新模式

9.3.1 衍生品营销

9.3.2 粉丝营销

9.3.3 IP版权营销

9.3.4 联合营销

9.3.5 电影植入

9.3.6 品牌元素授权

9.4 2014-2018年国产电影营销策略分析

9.4.1 品牌宣传战略

9.4.2 宣传途径选择

9.4.3 公共关系建设

9.4.4 经济杠杆战略

9.4.5 档期集聚效应

第十章 中国电影行业重点企业分析

10.1 中国电影集团公司

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 公司业务板块

- 10.1.3企业发展战略
- 10.1.4企业项目动态
- 10.1.5企业发展动态
- 10.2华谊兄弟传媒集团
 - 10.2.1企业发展概况
 - 10.2.2互联网业务提速
 - 10.2.3经营效益分析
 - 10.2.4业务经营分析
 - 10.2.5财务状况分析
 - 10.2.6未来前景展望
- 10.3博纳影业集团
 - 10.3.1企业发展概况
 - 10.3.2企业发展动态
 - 10.3.32017年博纳影业经营状况分析
 - 10.3.42018年博纳影业经营状况分析
- 10.4北京光线传媒股份有限公司
 - 10.4.1企业发展概况
 - 10.4.2竞争优势分析
 - 10.4.3经营效益分析
 - 10.4.4业务经营分析
 - 10.4.5财务状况分析
 - 10.4.6未来前景展望
- 10.5北京华录百纳影视股份有限公司
 - 10.5.1企业发展概况
 - 10.5.2经营效益分析
 - 10.5.3业务经营分析
 - 10.5.4财务状况分析
 - 10.5.5未来前景展望
- 10.6浙江华策影视股份有限公司
 - 10.6.1企业发展概况
 - 10.6.2国际业务范围
 - 10.6.3经营效益分析
 - 10.6.4业务经营分析
 - 10.6.5财务状况分析
 - 10.6.6未来前景展望

10.7橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司

10.7.1企业发展概况

10.7.2影城运营业务

10.7.3经营状况分析

10.7.4经营状况分析

10.7.经营状况分析

第十一章 2014-2018年中国电影行业投资分析

11.1 2014-2018年中国影院投资现状分析

11.1.1 投资主体

11.1.2 投资成本

11.1.3 盈利模式

11.1.4 投融资状况分析

11.1.5 投资预测分析

11.2 2014-2018年中国电影行业投资热点分析

11.2.1 投资机会分析

11.2.2 电影制片业

11.2.3 电影发行业

11.2.4 电影放映业

11.2.5 数字电影

11.3 2014-2018年中国电影行业投资价值分析

11.3.1 电影产业投资价值

11.3.2 电影发行业投资价值

11.3.3 电影放映业投资价值

11.3.4 数字电影投资价值

11.4 2014-2018年中国电影行业投资壁垒分析

11.4.1 准入壁垒

11.4.2 资金壁垒

11.4.3 商圈壁垒

11.4.4 人才壁垒

11.5 2014-2018年中国电影行业投资风险分析

11.5.1 政策风险

11.5.2 盗版风险

11.5.3 审查风险

11.5.4 市场风险

第十二章 中国电影行业的前景分析预测(ZYGXH)

12.1 电影行业发展前景预测

12.1.1 “十三五”发展展望

12.1.2 行业发展机遇

12.1.3 未来发展方向

12.1.4 行业建设规划

12.1.5 发展驱动因素

12.2 中国电影行业发展趋势分析

12.2.1 行业发展趋势

12.2.2 电影投融资趋势

12.2.3 票房市场整风

12.2.4 国产片受重视

12.3 2019-2025年电影行业发展预测分析

12.3.1 中国电影行业发展因素分析

12.3.2 2019-2025年中国电影票房收入预测

12.3.3 2019-2025年中国观影人次预测(ZYGXH)

附录：

附录一：电影管理条例——ZYCY

附录二：电影企业经营资格准入暂行规定

附录三：《电影企业经营资格准入暂行规定》的补充规定

附录四：外商投资电影院暂行规定

附录五：电影制片、发行、放映经营资格准入暂行规定

附录六：国务院关于促进电影产业繁荣发展的指导意见

附录七：国家电影事业发展专项资金征收使用管理办法

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201810/684831.html>