2019-2025年中国电影行业市场竞争格局及未来发展趋势报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国电影行业市场竞争格局及未来发展趋势报告》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/201810/684834.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

2016年国庆黄金周票房18.63亿元，观影人数5685万人，高于2017年和2018年人数，这主要是拜《夏洛特烦恼》在假期超强的逆跌走势所赐。而2018国庆档不管是在电影票房上还是观影人数上都远远低于2018年，重要原因在于优质喜剧的缺失。去年22亿成绩中一多半都来自喜剧《羞羞的铁拳》。但今年被寄予厚望的喜剧电影《李茶的姑妈》明显发挥失利，而领跑影片《无双》和《影》，前者男性偏好度较高，后者艺术性较强。这种鲜明的受众属性导致票房难以向更大市场，也就是三四线城市下沉，爆发力不足。从而导致2018年国庆档期整体电影市场票房不足超越上年成绩。

2015-2018年国庆档电影票房情况

资料来源：公开资料整理

2015-2018年国庆档电影人次情况

智研咨询发布的《2019-2025年中国电影行业市场竞争格局及未来发展趋势报告》共九章。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 行业发展背景及研究范围界定
第一节 行业研究综述
一、行业研究背景
二、行业研究意义
三、行业定义及研究范围界定
四、行业产业链分析
第二节 行业政策环境分析
一、行业监管体制
二、相关政策
三、中国现行重要政策
第三节 行业经济环境分析

一、中国宏观经济现状
二、中国宏观经济展望
第四节 行业社会环境分析
一、电影行业总量增长
二、电影需求结构变化
三、社会环境变化
四、投资理念的转变
第二章 中国电影所属行业发展现状
第一节 中国电影行业发展分析
一、中国电影行业发展历程
二、中国电影行业发展现状

从单日票房来看，从1日到7日全国电影票房持续走低，从1号的3.6亿下跌至7号的1.9亿。2018年国庆档七天单日票房全部突破2.5亿，其中前五天均保持破3亿。而2018年国庆档七天单日票房仅有四天票房在2.5亿以上，3亿以上的仅有两天，最后一天票房甚至跌破2亿。具体来看，档期首日票房2.52亿，比去年下降11%，这股凉意在整个假期持续。10月4日，今年总票房已突破500亿，比去年提前47天。但国庆期间市场表现并不理想，前期预售就已大打折扣，以往单部影片预售轻松过亿甚至两亿的情况不再。

2018年国庆档期单日电影大盘票房（10.1-10.7）

2018年国庆档期单日电影大盘票房（10.1-10.7）

截至10月7日，《无双》已坐稳单日票房榜首与总榜首，《影》单日票房也超过《李茶的姑妈》，“三局鼎立”之势已正式完成。

国庆档影片票房贡献走势

三、中国电影行业发展规模
第二节 中国电影所属行业运行分析
一、电影行业运行规模分析
二、电影行业运营状况分析
第三节 中国电影行业竞争分析
一、电影细分市场之间的竞争
二、各类电影内部竞争
第三章 中国电影市场分析
第一节 电影市场现状分析及预测
一、2011-2018年中国电影市场规模分析

二、2019-2025年中国电影市场规模预测
第二节 电影产品产量分析及预测
一、2011-2018年中国电影产量分析
二、2019-2025年中国电影产量预测
第三节 电影市场需求分析及预测
一、2011-2018年中国电影市场需求分析
二、2019-2025年中国电影市场需求预测
第四节 电影价格趋势分析
一、2011-2018年中国电影市场价格分析
二、2019-2025年中国电影市场价格预测
第四章 电影行业上、下游产业链分析
第一节 电影产业链分析
一、产业链模型介绍
二、电影产业链模型分析
第二节 上游行业发展状况分析
一、2014-2018年主要原料产量分析
二、2019-2025年主要原料产量预测
第三节 下游产业发展情况分析
一、2014-2018年主要下游产品消费量分析
二、2019-2025年主要下游产品消费量预测
第五章 电影主要生产厂商介绍
第一节 完美世界股份有限公司分析
一、公司简介
二、公司经营情况分析
三、公司主营业务及产品结构分析
四、公司竞争优势和劣势分析
五、公司发展最新发展动态分析
六、公司未来发展前景及战略规划分析
第二节 中国电影股份有限公司分析
一、公司简介
二、公司经营情况分析
三、公司主营业务及产品结构分析
四、公司竞争优势和劣势分析
五、公司发展最新发展动态分析
六、公司未来发展前景及战略规划分析

第三节 华谊兄弟传媒股份有限公司分析
一、公司简介
二、公司经营情况分析
三、公司主营业务及产品结构分析
四、公司竞争优势和劣势分析
五、公司发展最新发展动态分析
六、公司未来发展前景及战略规划分析
第四节 北京光线传媒股份有限公司分析
一、公司简介
二、公司经营情况分析
三、公司主营业务及产品结构分析
四、公司竞争优势和劣势分析
五、公司发展最新发展动态分析
六、公司未来发展前景及战略规划分析
第五节 北京京西文化旅游股份有限公司分析
一、公司简介
二、公司经营情况分析
三、公司主营业务及产品结构分析
四、公司竞争优势和劣势分析
五、公司发展最新发展动态分析
六、公司未来发展前景及战略规划分析
第六节 新丽传媒股份有限公司分析
一、公司简介
二、公司经营情况分析
三、公司主营业务及产品结构分析
四、公司竞争优势和劣势分析
五、公司发展最新发展动态分析
六、公司未来发展前景及战略规划分析
第七节 浙江华策影视股份有限公司分析
一、公司简介
二、公司经营情况分析
三、公司主营业务及产品结构分析
四、公司竞争优势和劣势分析
五、公司发展最新发展动态分析
六、公司未来发展前景及战略规划分析

第八节 北京华录百纳影视股份有限公司分析
一、公司简介
二、公司经营情况分析
三、公司主营业务及产品结构分析
四、公司竞争优势和劣势分析
五、公司发展最新发展动态分析
六、公司未来发展前景及战略规划分析
第九节 中视传媒股份有限公司分析
一、公司简介
二、公司经营情况分析
三、公司主营业务及产品结构分析
四、公司竞争优势和劣势分析
五、公司发展最新发展动态分析
六、公司未来发展前景及战略规划分析
第十节 浙江唐德影视股份有限公司分析
一、公司简介
二、公司经营情况分析
三、公司主营业务及产品结构分析
四、公司竞争优势和劣势分析
五、公司发展最新发展动态分析
六、公司未来发展前景及战略规划分析
第六章 电影行业竞争格局分析
第一节 2011-2018年中国电影行业集中度分析
第二节 电影行业SWOT分析
一、优势
二、劣势
三、机会
四、威胁
第三节 2019-2025年中国电影行业竞争格局分析
第七章 中国电影行业投资风险分析
第一节 2019-2025年电影行业投资机会
一、2019-2025年电影行业主要产品投资机会
二、2019-2025年电影行业主要出口投资机会
三、2019-2025年电影企业的多元化投资机会
第二节 2019-2025年电影行业投资风险展望

一、宏观调控风险
二、行业竞争风险
三、供需波动风险
四、技术风险
五、经营管理风险
六、其他风险
第八章 中国电影行业投资建议分析
第一节 2019-2025年电影行业投资分析
一、2019-2025年行业热点投资产品分析
二、2019-2025年行业热点投资地域分析
三、2019-2025年行业热点投资方式分析
第二节 2019-2025年电影企业经营战略建议
一、2019-2025年电影企业的标竿管理
第三节 2019-2025年电影企业的资本运作模式
一、电影企业国内资本市场的运作建议
二、电影企业海外资本市场的运作建议
第九章 2019-2025年电影投资的建议及观点(ZYGXH)
第一节 投资机遇分析
一、中国强劲的经济增长率对行业的支撑
二、电影企业在危机中的竞争优势
第二节 投资风险分析
一、同业竞争风险
二、市场贸易风险
三、行业金融信贷市场风险
四、产业政策变动的影响
第三节 投资建议分析
一、重点投资区域建议
二、重点投资产品建议
第四节行业应对策略
一、把握国家投资的契机
二、竞争性战略联盟的实施
三、企业自身应对策略
第五节 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、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(ZYGXH)

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201810/684834.html