

2018-2024年中国影视制作行业政策现状与投资方向评估分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国影视制作行业政策现状与投资方向评估分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/311460311460.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、新媒体的快速发展拓展了影视制作与传播的发展空间

新媒体的快速发展给社会发展带来重要机遇，从影视制作与传播来说，新媒体为其拓展了发展空间，集中表现在新媒体所具有的交互性、虚拟性、快捷性、海量性等特征对影视制作与传播产生的积极影响。

（一）新媒体的交互性和影视制作与传播的开放性

与传统媒体相比，新媒体传播信息并不是线性传播或者单向式的传播，而是双向的、互动的信息传播，这就打破了传统影视制作与传播过程中生产者与消费者之间的界限、打破了传统影视制作与传播过程中编导与大众之间的界限，使广大受众拥有了信息接受者和信息发布者的双重身份，使广大受众能够利用新媒体随时随地进行互动交流。在影视制作与传播过程中，人们可以通过手机等移动传媒以及数字媒体等，从影视剧本的编制、演员的选取、影视制作的拍摄取景以及影视作品的播出方式等方面进行互动交流，从而大大提高了影视制作与传播的开放性。

图：影视制作产业链

比如，在影视作品传播过程中，人们可以采取短信投票、短信评论以及网络互动等方式进行互动交流，这种互动交流不仅仅是影视作品传播者与受众之间的交流，还包括受众与受众之间的互动交流；人们也可以利用网络技术建立健全节目交换平台，实现电视节目制作的个性化，从而为广大受众打造了一个灵活性高、内容选择性强的节目选择平台，使广大受众可以依托手机的便利性随时随地的收看节目等等。总之，新媒体的交互性特征大大提高了影视制作与传播平台的开放性，使广大受众在交流互动过程中加深对影视作品的认知，大大扩大了影视作品的社会影响力。

（二）新媒体的时效性和影视制作与传播的快捷性

新媒体传播信息的快捷性使得其拥有了极强的时效性，即新媒体往往能够在很短时间之内就可以把信息传播到世界上拥有网络的任何一个角落，这就为及时传播社会热点以及时事新闻等提供重要保障。因此，新媒体的强时效性对于建立快捷的影视制作与传播渠道提供了重要便利。比如，人们可以根据电影制作周期短等特征，紧扣时事热点，围绕社会上的突发性事件等进行影视制作，即以微电影的形式进行信息传播，从而大大提高了信息传播的时效性与实效性。同时，新媒体传播信息的时效性，还为人们宣传主流价值观念、倡导社会主义核心价值观提供了重要平台，比如，实现微电影、手机视频、歌曲等影视作品与社会主义主流意识形态的有机统一，有助于引导广大民众在娱乐生活中接受正面信息，在潜移默化中受到社会主义主流价值观的影响，从而为凝聚社会正能量奠定重要基础等。

（三）新媒体的高参与性和影视创作与传播的广泛性

对于影视创作与传播来说，吸引广大民众积极参与是其重要目标，而对于处于新媒体环境下的影视制作与传播来说，其就必须满足广大受众的主动性需求而非被动性需求，而这这就要求必须吸引广大受众积极参与到影视作品的制作与传播过程中来。

新媒体的个性化发展冲击了影视制作与传播者的传统思维，即受众是被动接受者的群

体，并为影视制作与传播提供了聚合型媒介平台来代替传统影视内容提供平台，使受众能够根据自我实际需求来上传或下载相应的影视节目，并吸引更多的人们参与到影视的制作与传播中来。比如，新媒体为影视制作与传播打造的网站聚合型媒介平台，契合了当前受众利用新媒体进行广泛参与的实际状况，使广大受众能够通过论坛、短信、微信、微博等方式积极参与到影视制作与传播工作中来，从而使原先单向式、线性的传播方式转变成双向式、互动式的传播方式，使广大受众实现了从信息接受者身份向影视制作与传播合作者身份的转变等。

二、新媒体的快速发展给影视制作与传播带来的消极影响

（一）新媒体环境下的影视制作与传播的盈利模式不健全

当前，备受人们喜爱的网络微电影实际上正处于一个尴尬的境地。制作这些精品微电影需要耗费一定的成本，所以艺术创作者希望通过其作品创作来获取收益，但是，当前我国使用微电影的受众并不接受付费观看微电影的方式，况且国家也尚未对微电影收费观看进行明确规定，这就导致以付费观看网络微电影来回收制作成本的路子是走不通的。除了收费观看微电影这一回收成本方式之外，微电影往往就只能通过植入广告因素来获取收益。当前，网络微电影以广告进行盈利的常见手法有两种：一种方法是在微电影中采取比较隐晦的方式植入广告元素，比如微电影拍摄过程中使用的手机、穿戴的服装首饰、就餐饭店等等；另一种方法则是在播放前或者播放后划定专门时间插播广告。相对而言，人们更乐意接受第一种广告元素植入方式，毕竟这种广告元素植入方式并不影响电影放映的节奏。同时，微电影本身是由传统电影转化而来的，其承担相应的社会价值、生命意义以及人文传承等命题本身就是无可厚非的，而这些深刻命题在微电影中愈加明显，广告元素将会变得愈加模糊，从而使人们在潜移默化中受到广告元素的影响，真正达到“润物细无声”的效果。作为科学技术迅速发展而带来的新生产物，微电影植入广告元素是其生存发展所必不可少的阶段。但是，随着微电影的逐步发展、人们需求的变更以及网络支付方式的多样和普及等，微电影将以何种方式进行发展还需要接受人们的审视，还需要接受市场的检验。但是，从根本上来说，制作精品化的微电影是必不可少的一环，否则网络微电影必将走向商业化与低俗化的发展之路。

（二）新媒体环境下的影视制作与传播存在商业化与低俗性的倾向 通过对当前新媒体环境下影视作品的审视，我们发现原创性的精品作品很少，这些影视作品大多是受众自娱自乐式的视频片段，并允许人们进行免费下载与传播。从影视作品制作者的动机来看，他们制作这些视频除了自娱自乐以外，更多的则是为了追求票房与收视率，或者是为了吸引网民的点击与收看，这就导致很多创作人员在影视作品制作过程中刻意地追求新颖性与刺激性，并呈现出商业化与低俗化的发展倾向，具体手段则包括在故事情节的设置、人物的表演以及作品中的台词等方面追求搞笑，部分影视作品甚至掺杂暴力与色情内容。

对于新媒体环境下的影视作品商业化倾向，以网络微电影为例进行分析。由于网络微

电影的盈利模式并未发展成熟，即其仍旧是单纯地依靠观看率等获取收益，但是这一收益并不能给微电影带来盈利，这就导致很多微电影在制作过程中过分地植入广告因素。鉴于微电影在制作周期、传播效率以及投资回报等方面与传统电影电视相比具有更大的优势，很多广告主也倾向于对其进行投资。但是，由于微电影过分依靠广告收入来获取收益，导致微电影创作人员在创作过程中对广告主投其所好，过分追求对受众的吸引力等。当影视制作与传播为追求盈利而过于依赖广告因素时，就会导致网络微电影逐渐丧失艺术性：艺术创作逐步被商业需求所支配，艺术创作也开始日趋娱乐化与快餐化，构成了对当前部分网络微电影庸俗化创作、盲目追求利益的一种解释。

（三）新媒体环境下的影视制作与传播在版权保护方面存在严重欠缺 网络微电影等作为具有原创性且在网络上首次进行表达与利用的影视作品，应当受到法律的保护。但是，当前新媒体环境下的影视制作与传播在版权保护方面仍存在严重欠缺，这既是网络平台信息量过大等所造成的，同时也是当前网络微电影审核力度不够、视频分享网站过多存在以及部分搜索网站为迎合民众猎奇心理而帮助搜索侵权作品等因素所导致的。此外，由于新媒体环境的虚拟性特征，很多注册帐号并不能查到本人，这同样给影视作品维权增添了难度。

在新媒体环境下创作的影视作品，平民化与非学院派等特征十分明显，这就导致很多网络微电影具有较强的随意性，这种随意性表现在网络微电影的免费下载方面。当前，很多网络平台对于视频的免费下载并无严格的规定，更不要说对其下载之后的传播了，这就为部分用心不良的人在下载之后将这些作品用作其他用途提供了便利，给网络微电影的知识产权保护增添了难度。当前，影视制作与传播过程中所存在的这种消极性一方面给新媒体版权市场带来混乱，导致具有参考价值的市场价格体系难以建立健全，另一方面也使得部分影视提供商不得不采取小心谨慎的态度进行交易，这就给影视作品的交易带来阴影，严重影响了影视文化产业的健康发展。对于当前网络微电影知识产权保护方面严重欠缺的状况，相关部门需要健全法律法规，并采取强力措施强化版权保护工作，严厉打击盗版行为，以维护新媒体影视创作与传播的健康有序进行。

三、以精品化发展引领新媒体环境下的影视制作与传播 新媒体的快速发展给影视制作与传播带来双重影响，但实际上对影视制作来说，实现网络微电影的精品发展才是关键，对今后影视制作与传播起着决定性影响。

（一）强化与主流电影机构以及智能电视企业的联合，实现精品化发展 对于网络微电影来说，其创作与传播需要实现与主流影视创作公司的合作，从而为网络微电影的发展提供重要保障。但是，这种合作的顺利开展并不意味着网络微电影就能够得以快速发展，因为当前宣传与放映资源仍是比较短缺，这主要是由电影银幕数量有限所造成的。然而，当前很多民众对电脑播放的电影并不持以较高的认同度，很多用户对利用电脑看电影的体验较差。对此，强化与智能电视企业的联合就成了人们的一种选择。

随着科技进步，高清智能电视越来越受到广大民众的喜爱，而智能电视又因价格越来越低而迅速在社会上得以普及。对此，网络微电影制作需要强化与智能电视企业的联合，充分发挥这一物美价廉且已经进入很多普通家庭中的影音播放设备的积极作用。当前，智能电视已经能够实现与网络的有效链接，那么通过与智能网络设备操作系统的协调统一，就可以解决当前很多网络微电影在视听体验方面存在效果不佳的问题，从而满足了广大民众的视听需求。

（二）采取资本市场融资，保障新媒体环境下影视制作与传播的精品化发展 对于当前我国新媒体环境下的影视制作与传播盈利模式尚未形成的状况，传媒业需要强化资本的运营与融资渠道的拓宽。但是，由于起步较晚，传媒业的资本市场融资发展程度仍处于较低水平，资本市场融资的市场运作尚未走向成熟，这集中表现为融资渠道的缺乏，而这也是当前制约我国新媒体环境下影视制作与传播精品化发展的关键一环。

对此，国家需要对传媒业的资本市场融资给予政策上的支持。当前，新媒体环境下影视产业的资本运行方式主要包括风险投资、企业上市融资以及合作经营等。其中，风险投资这一方式是当前比较普遍使用的资本运作方式，而另外两种则由于一系列主客观因素的影响而缺乏实施的条件。对此，政府需要制定相关政策来支持传媒产业的资本融资，比如制定措施鼓励社会资本与传媒产业的结合，拓宽传媒产业资本融资渠道等等，从而为新媒体环境下影视制作与传播的精品化发展提供重要保障。而新媒体影视产业则需要在这一政策支持下努力拓宽资本市场融资，提高自我资本运作水平，从而在精品化发展道路上跨步前进。

新媒体起源于20世纪90年代，是一种全新的媒体形式，与传统媒体差异比较大。新媒体的出现不仅为信息的传播提供了更多的途径，还大大提高了信息传递的速度。新媒体主要是以互联网技术作为关键技术手段，打破传统时间与空间的限制，使得人们能够随时随地获取信息。目前，随着技术手段的不断完善，新媒体也仍然处在不断发展的过程中，而电视节目要想在新媒体背景之下留住观众，就必须从多个方面积极创新，提高电视节目的观赏性和内涵。

观研天下发布的《2018-2024年中国影视制作行业政策现状与投资方向评估分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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 影视制作行业相关概述

第一节 影视制作行业定义及分类

- 一、影视制作行业简介
- 二、影视制作行业分类
- 三、影视制作流程介绍

第二节 影视制作产业相关政策分析

- 一、影视制作业行政监管体系
- 二、影视制片业主要法规政策
- 三、影视制作的相关行政许可
- 四、影视投资相关扶持政策分析

第二章 影视制作行业“十三五”规划概述

第一节 “十二五”影视制作行业发展回顾

- 一、“十二五”影视制作行业运行情况
- 二、“十二五”影视制作行业发展特点
- 三、“十二五”影视制作行业发展成就

第二节 影视制作行业“十三五”总体规划

- 一、影视制作行业“十三五”规划指导思想
- 二、影视制作行业“十三五”规划主要目标
- 三、影视制作行业“十三五”规划发展原则

第三节 “十三五”规划解读

- 一、“十三五”规划总体发展方向
- 二、“十三五”规划总体基本走向

第三章 “十三五”期间经济环境分析

第一节 “十三五”期间世界经济发展趋势

- 一、世界宏观经济运行特点

- 二、“十三五”期间世界经济将逐步恢复增长
- 三、“十三五”期间经济全球化曲折发展
- 四、“十三五”期间经济态势对中国发展影响
- 五、“十三五”期间气候变化与能源资源将制约世界经济

第二节 “十三五”期间我国经济面临的形势

- 一、“十三五”期间我国经济将长期趋好
- 二、“十三五”期间我国经济将围绕三个转变
- 三、“十三五”期间我国工业产业将全面升级
- 四、“十三五”期间我国以绿色投资前景为基调

第三节 “十三五”期间我国对外经济贸易预测

- 一、“十三五”期间我国劳动力结构预测
- 二、“十三五”期间经济结构调整的方向和战略举措
- 三、“十三五”期间我国自主创新结构预测
- 四、“十三五”期间我国产业体系预测
- 五、“十三五”期间我国产业竞争力预测

第四章 影视制作行业全球发展分析

第一节 全球影视制作市场总体情况分析

- 一、全球影视制作行业的发展特点
- 二、2016-2017年全球影视制作市场结构
- 三、2016-2017年全球影视制作行业竞争格局
- 四、2016-2017年全球影视制作市场区域分布

第二节 全球主要国家（地区）市场调研

- 一、英国
- 二、法国
- 三、德国
- 四、北美
- 五、日本

第五章 “十二五”影视制作行业总体发展状况

第一节 “十二五”影视制作行业发展分析

- 一、“十二五”影视制作市场发展现状分析
- 二、“十二五”影视制作行业发展特点分析

第二节 国产影视剧的出口情况

第六章 “十二五”中国影视制作行业市场调研

第一节 “十二五”中国电影市场规模与需求

- 一、 中国电影票房统计情况
- 二、 观影人次分析
- 三、 影片海外出口规模分析
- 四、 电影总产量及增速
- 五、 国内院线市场
- 六、 中国电影影院数量及银幕数量
- 七、 中国电影市场排名分析

第二节 “十二五”中国电视剧市场规模与需求

- 一、 中国电视剧总产量规模分析
- 二、 中国电视剧国内销售额分析
- 三、 电视剧制作机构数量分析
- 四、 广播电视剧制作经营许可证
- 五、 电视剧备案公示分析
- 六、 中国电视广告收入分析
- 七、 电视剧播出与收视分析
- 八、 各级电视台收视率对比分析

第三节 “十二五”中国动画电影市场规模与需求

- 一、 中国国产电视动画片制作量
- 二、 中国动漫企业数量
- 三、 中国动漫产业总产值情况
- 四、 国产动画电影票房情况
- 五、 中国动漫衍生品市场规模情况
- 六、 中国动漫产业结构分析

第七章 我国影视制作行业运行分析

第一节 中国电影制作产业运作分析

- 一、 电影制片环节分析
- 二、 电影发行环节分析
- 三、 电影放映环节分析

第二节 我国影视制作行业发展状况分析

- 一、 我国影视制作行业发展总体概况
- 二、 我国影视制作行业发展特点分析
- 三、 我国影视制作行业商业模式分析

第三节 影视制作行业发展现状

一、我国影视制作行业发展分析

二、中国影视制作企业发展分析

第四节 影视制作市场情况分析

一、中国影视制作市场总体概况

二、中国影视制作市场发展分析

第五节 我国影视制作市场价格走势分析

一、2016-2017年影视制作价格走势分析

二、影视制作市场价格影响因素

第六节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、影视制作产业链构成

二、影视制作产业链影响

三、产业链的竞争优势

第七节 “十三五”产业结构发展预测

一、电视剧播出平台向生产环节拓展

二、电视剧播出渠道环节多向融合

三、进入结构调整和全面转型阶段

第八章 影视制作行业竞争力优势分析

第一节 第影视制作行业竞争力优势分析

一、行业整体竞争力评价

二、行业竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第二节 中国影视制作行业竞争力分析

一、我国影视制作行业竞争力剖析

二、我国影视制作企业市场竞争的优势

第三节 影视制作行业SWOT分析

一、影视制作行业优势分析

二、影视制作行业劣势分析

三、影视制作行业机会分析

四、影视制作行业威胁分析

第九章 “十三五”期间影视制作行业市场竞争策略分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、集中度变化趋势

第二节 中国影视制作行业竞争格局综述

一、影视制作行业竞争概况

二、影视制作行业主要企业竞争力分析

第三节 2016-2017年影视制作行业竞争格局分析

一、2016-2017年国外影视制作竞争分析

二、2016-2017年我国影视制作市场竞争

三、2016-2017年国内主要影视制作企业动向

第四节 影视制作企业竞争策略分析

一、提升影视制作竞争力对策

二、电视剧竞争的制胜对策

三、影视基地发展对策分析

第十章 “十三五”影视制作行业重点企业发展形势分析

第一节 中国电影集团公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、企业组织架构分析

四、企业影视制作水平

五、“十三五”期间投资前景规划

第二节 华谊兄弟传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、“十二五”经营状况分析

四、“十二五”主要经营数据指标

五、“十三五”期间投资前景规划

第三节 博纳影业集团

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、“十二五”经营状况分析

四、企业影视制作水平

五、“十三五”期间投资前景规划

第四节 浙江华策影视股份有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、“十二五”经营状况分析

四、“十二五”主要经营数据指标

五、“十三五”期间投资前景规划

第五节 北京光线传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、“十二五”经营状况分析

四、“十二五”主要经营数据指标

五、“十三五”期间公司投资前景分析

第六节 北京华录百纳影视股份有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、“十二五”经营状况分析

四、“十二五”主要经营数据指标

五、“十三五”期间公司投资前景分析

第十一章 “十三五”期间影视制作行业市场前景调研展望

第一节 影视制作行业“十三五”投资机会分析

一、影视制作投资领域分析

二、可以投资的影视制作模式

三、“十三五”影视制作投资机会

第二节 “十三五”期间影视制作行业发展预测分析

一、中国电影产业发展趋势分析

二、电视剧产业的发展趋势分析

三、影视制作行业整体发展趋势

四、电影制片业的发展趋势分析

第十二章 “十三五”期间影视制作行业发展趋势及投资前景分析

第一节 “十二五”影视制作存在的问题

一、影视基地发展困境分析

二、电视剧竞争存在主要问题

三、电视剧行业面临竞争难题

第二节 “十三五”发展预测分析

一、“十三五”期间影视制作发展方向分析

- 二、“十三五”期间影视制作行业发展规模预测
- 第三节 “十三五”期间影视制作行业投资前景分析
 - 一、产业潜在投资前景
 - 二、行业的进入壁垒

第十三章 研究结论及投资建议

第一节 影视制作行业研究结论及建议

- 一、影视制作行业的投资特性分析
- 二、中国影视制作业投资价值分析
- 三、中国影视制作业投资回报分析

第二节 影视制作子行业研究结论及建议

- 一、中国电视剧投融资策略分析
- 二、电影制片投融资模式完善建议

第三节 影视制作行业“十三五”投资建议

- 一、中国电影产业发展趋势预测
- 二、中国电影产业未来发展走向
- 三、电视剧制作行业发展方向分析
- 四、中国电视剧产业发展趋势分析
- 五、中国影视制作行业投资建议

图表目录：

- 图表 1 2016-2017年电影产业相关政策
- 图表 2 2016-2017年中国电视剧交易额及增长情况
- 图表 3 2016-2017年国产电视动画片生产数量变化图
- 图表 4 2016-2017年我国电视动画制作投资额和国内销售交易额
- 图表 5 2016-2017年中国国产片总数、上映数、上映比例情况
- 图表 6 2016-2017年中国电影院数、银屏数及增长情况
- 图表 7 2017年国产影片制片机构份额
- 图表 8 2016-2017年电视剧制作机构数量
- 图表 9 2017年全国原创电视动画片生产企业前十位
- 图表 10 2016-2017年全球电影票房
- 图表 11 2017年全球电影票房top10
- 图表 12 2017年全球主要国家和地区电影票房及占比

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/311460311460.html>