

2017-2022年中国电影市场发展现状及投资商机研究报告

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《2017-2022年中国电影市场发展现状及投资商机研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/285309285309.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

2017年暑期将至，电影市场又将迎来新一轮的火热局面。自2014年起，在线票务平台正式崛起，免去了线下繁琐、耗时的买票环节，深受消费者喜爱。随着猫眼电影、淘票票、时光网、格瓦拉等玩家的入局、消费者在线购票习惯的养成以及在线购票技术的日趋完善，在线票务终端取票机逐渐遍布各大电影院。数据显示，电影在线票务占据整个国内电影出票渠道75%的份额，这对传统线下售票格局形成了巨大的冲击。

资料来源：国家统计局，中国报告网整理

电影作为我国文化产业的重要组成部分之一，得到了国家政策的大力支持。近年来我国电影行业优秀作品和演员频出，加之扩大外国电影引进配额，大量高品质电影作品丰富人们的文化娱乐生活，促使我国观影人次逐年提升。2011年至2015年，我国观影人次由3.6亿人增至11.4亿人，涨幅超过3倍。去年观影人次达到13.7亿人，同比增长20.2%，2017年中国观影人次将达到17亿，预计2018年将保持25%以上的增长率，有望突破23亿人次。

资料来源：国家统计局，中国报告网整理

为促进电影产业健康繁荣发展，丰富人民群众精神文化生活、规范电影市场秩序，全国人民代表大会常务委员会于2016年11月7日颁布《中华人民共和国电影产业促进法》，电影行业的有序运行有效促进电影票务市场的发展。

数据显示2013年国内在线电影票务市场交易规模为48.6亿元，2014年提升至135.7亿元，增长率为179%，增速明显。2016年在线电影票务市场规模增至332.9亿元，但增速回落。预计2017年在线电影票务市场规模将达到367亿元，2018年将突破400亿元人民币。

截至目前，在线电影票务APP下载量方面，猫眼电影以9148万的下载量遥遥领先于排在第二位的淘票票。时光网APP下载量为3572万次，位列第三。排在后面的分别为格瓦拉、卖座电影、娱票儿、蜘蛛电影、淘影电影、抠电影、票贩儿。

猫眼诞生于美团，之后又接入大众点评，同时拥有微信和QQ两大流量入口的猫眼电影覆盖人群占比优势明显。同样，倚靠淘宝、支付宝这两棵大树撑腰的淘票票，在电影票务市场上也具备不可低估的潜力，成为与猫眼电影竞争的主要对手。尤其是在今年春节档过后，淘票票在用户活跃度、新用户下载量等指标上超越猫眼电影后，这一趋势将更加明显。

动作、喜剧片最受欢迎

资料来源：国家统计局，中国报告网整理

电影作为一种拥有多年传统历史的艺术形式，往往能真实反映社会现象、经济、政治现状，以及不同阶层人民的生活状况，让观影者产生共鸣，激发内心真实情感。调查数据显示，65.9%的观众喜欢动作片，动作片中刺激、惊险的内容能使观众得到精神上的宣泄和视

觉上的满足。另外，人们在生活、工作上面临重重压力，喜剧片轻松、愉快的故事情节恰巧能排解这些压力，因此，有64.8%的观众喜欢看喜剧片。此外，爱情、科幻、奇幻类题材也颇受欢迎，分别占比49.2%、45.6和40.4%。

中国电影发行放映协会、中国电影制片人协会下发《电影票务营销销售规范》通知规定电商等代销机构出售票价不得低于发行放映合同中的协议票价，迫使电商终止补贴手段后，在线票务市场竞争以及观众的消费行为会更加理性。在新的一年里，在线电影票务市场竞争会集中在像猫眼电影、淘票票这类背靠资金大树的平台上，这是一场综合实力的较量。在消费升级形势下，实力雄厚固然重要，但是能深入布局，真正了解市场和用户的需求才是硬道理。

中国报告网发布的《2017-2022年中国电影市场发展现状及投资商机研究报告》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

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\REPORTDIRECTORY

第一章全球电影产业的发展

1.1全球电影市场运行现状

1.1.1电影票房分析

1.1.2收入结构分析

1.1.3区域结构分析

1.1.4影片类型分析

1.1.5银幕数量分析

1.1.6观影人次分析

1.2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消费者分析
- 1.3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观影人次及票价
 - 1.4.4竞争力分析
- 1.5韩国电影行业发展分析
 - 1.5.1票房收入分析
 - 1.5.2观影人次分析
 - 1.5.3国产影片份额
- 1.6日本电影行业发展分析
 - 1.6.1票房收入分析
 - 1.6.2发行放映现状
 - 1.6.3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文化产业振兴规划
 - 2.1.2电影产业指导意见
 - 2.1.3税收优惠政策
 - 2.1.4经济支持政策
- 2.2经济（Economic）环境
 - 2.2.1国内生产总值
 - 2.2.2进出口总额
 - 2.2.3固定资产投资
 - 2.2.4社会融资规模
- 2.3社会（Social）环境
 - 2.3.1社会就业人口
 - 2.3.2城乡居民收入

2.3.3居民消费价格

2.3.4居民恩格尔系数

2.4技术（ Technological ）环境

2.4.1数字技术

2.4.2特效技术

2.4.3D技术

2.4.4CG技术

第三章中国电影产业发展分析

3.1中国电影票房分析

3.1.1全国票房收入

3.1.2国产影片前十名

3.1.3进口影片前十名

3.1.4电影院线前十名

3.1.5票房地区前十名

3.2中国电影对外贸易规模分析

3.2.1进口市场规模

3.2.2出口市场规模

3.3中国电影档期市场分析

3.3.1档期市场现状

3.3.2电影档期分布

3.3.3电影定档流程

3.4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中国主要地区电影发展分析

3.5.1北京市

3.5.2上海市

3.5.3广东省

3.5.4江苏省

3.5.5浙江省

3.5.6四川省

3.5.7湖北省

3.6中国电影市场面临的问题分析

3.6.1市场尚未成熟

3.6.2公映比例较低

3.6.3收入模式单一

3.6.4市场定位模糊

3.7中国电影市场发展的策略分析

3.7.1重视品牌建设

3.7.2加快兼并重组

3.7.3完善产业链

3.7.4重视二级市场

3.7.5开拓国际市场

第四章中国电影细分行业发展分析

4.1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面临的问题

4.1.4发展的对策

4.2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

第五章中国电影制片及发行业发展分析

5.1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制片业格局分析

5.1.4面临挑战分析

5.2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中国电影发行业发展分析

5.3.1发行现状分析

5.3.2电影发行市场

5.3.3发行格局分析

5.3.4发行渠道分析

第六章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

6.2中国电影院线市场分析

6.2.1院线数量及规模

6.2.2运营收益分析

6.2.3影院荧幕数量

6.2.4数字荧幕发展

6.2.5区域分布格局

6.3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城市分布

6.3.4消费影响因素

6.4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金逸影视

6.5.5广东大地

6.6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影院巨幕趋势

6.8.2重组整合趋势

6.8.3电影信息化

6.8.4院线互联网化

第七章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

7.4.6映前广告规范

7.5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

第八章中国电影市场竞争分析

8.1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

8.4.4优势类型分析

第九章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中国电影院线营销分析

9.2.1电影营销现状

9.2.2营销产品分析

9.2.3面临的问题

9.3国产电影营销策略分析

9.3.1品牌宣传战略

9.3.2宣传途径选择

9.3.3公共关系建设

9.3.4经济杠杆战略

9.3.5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

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.2华谊兄弟传媒集团

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.2.5未来前景展望

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.4光线传媒有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.5橙天娱乐集团(国际)控股有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第十一章中国电影行业投资分析

11.1 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 投资影响因素

11.2 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 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 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 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发展趋势分析及前景预测

12.1 电影行业发展前景预测

12.1.1未来发展方向

12.1.2行业建设规划

12.2中国电影行业发展趋势分析

12.2.1导演转战“小片”

12.2.2票房市场整风

12.2.3国产片受重视

12.3电影行业发展预测分析

12.3.1中国电影行业影响因素分析

12.3.2中国票房收入预测

12.3.3中国电影市场规模预测

(GYZJY)

图表详见正文

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，请放心查阅。

文化地产文化地产行业定义

在文化地产的界定上，文化地产应该是参与文化产业链的房地产，在服务于文化产业的同时受益于文化产业的发展。从广义上讲，文化地产应当包括商业地产、住宅、宗教地产、博物馆、旅游地产、教育地产等一系列具有鲜明文化特色和文化主题的地产形态。

资料来源：互联网，中国报告网整理

文化地产链条

从“服务”的角度看，在创意阶段提供创意园区（工业地产或商业地产）、在生产阶段提供生产基地（工业地产）、在服务阶段提供服务场所（商业地产）、在营销阶段提供营销场所（商业地产）以及在消费阶段提供消费场所（商业地产），此外，文化地产配合文化产业集聚文化产业的品牌和文化产业的参与人气。

资料来源：互联网，中国报告网整理

文化地产行业发展政策环境分析

2012年5月，《文化部“十二五”时期文化改革发展规划》（以下简称《规划》）正式发布。

《规划》指出，将推动文化产业成为国民经济支柱性产业。未来五年，文化产业将着力“打造”九大重点工程，包括特色文化产业、文艺演出院线建设、文化产业公共平台建设、国家数字文化产业创新、国产动漫振兴、国家动漫产业公共技术服务、文化产业投融资体系建设、文化产业项目服务及藏羌彝文化产业走廊九大工程。

"十二五"期间我国文化产业规划目标

资料来源：互联网，中国报告网整理

中国报告网发布的《》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

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\REPORT DIRECTORY

第一章文化地产业基本概述

- .1文化地产的概念界定
 - .1.1文化地产的基本定义
 - .1.2文化地产的理论涵义
 - .1.3文化地产的商业属性
 - .1.4文化地产的评判标准
- .2文化地产涵盖的文化类别
 - .2.1地脉文化
 - .2.2建筑文化
 - .2.3社区文化
- .3文化地产的主要特点
 - .3.1时代性
 - .3.2系统性
 - .3.3应用性
- .4文化地产与传统地产的区别
 - .4.1生产产品不同
 - .4.2开发侧重点不同
 - .4.3投资回收期不同

.4.4利益主体不同

.4.5社会效益不同

第二章中国文化地产业发展环境分析

.1经济环境

.1.1国民经济运行状况

.1.2固定资产投资情况

.1.3经济转型升级形势

.1.4宏观经济发展趋势

.1.5宏观经济对地产业的影响

.2政策环境

.2.1文化产业政策基调

.2.2房地产业调控政策

.2.3房地产业政策特点解析

.2.4房地产业政策走势预测

.3社会环境

.3.1居民文化消费指数

.3.2居民文化消费潜力

.3.3文教娱乐消费支出状况

.3.4文化地产社会根源分析

.4用地环境

.4.1批准建设用地规模

.4.2建设用地供应情况

.4.3建设用地出让情况

.4.4重点城市土地价格

.4.5重点城市土地抵押

第三章中国文化地产业的行业背景分析

.1中国房地产业的基本面剖析

.1.1行业运行阶段

.1.2行业经济周期

.1.3行业供需格局

.1.4行业泡沫分析

.1.5市场发展态势.中国房地产业开发运营现状

.2.1开发投资情况

- .2.2行业销售情况
- .2.3资金到位情况
- .2.4行业景气状况
- .2.5行业运行特征
- .3房地产热点市场发展状况
 - .3.1住宅市场
 - .3.2商业地产
 - .3.3工业地产
 - .3.4旅游地产
 - .3.5养老地产
- .4房地产行业的投资特性
 - .4.1周期性
 - .4.2关联性
 - .4.3地域性
 - .4.4政策敏感性
 - .4.5高收益高风险
- .5房地产业投资潜力分析
 - .5.1仍处于黄金发展期
 - .5.2行业未来前景乐观
 - .5.3仍有较大上升空间
 - .5.4行业发展趋势分析
- .6房地产业涉足文化地产的必要性及可行性
 - .6.1文化地产是房地产业未来重要方向
 - .6.2房地产业发展文化地产势在必行
 - .6.3房地产业开发文化地产时机来临

第四章中国文化地产业发展现状

- .1文化地产业的需求背景
 - .1.1民众对文化体验的需求上升
 - .1.2文化企业对文化空间需求上升
 - .1.3城市对文化地标的的需求上升
 - .1.4国有资产保值增值需求上升
- .2文化地产业的发展契机
 - .2.1国民经济发展及城市化进程加快
 - .2.2国民消费结构不断升级

- .2.3国外品牌进入带来市场需求
- .2.4对文化地产职能认识提高
- .2.5产品发展规律呼唤高端产品的出现
- .3文化地产业的运行态势
 - .3.1行业发展历程
 - .3.2行业发展现状
 - .3.3开发运营趋势
 - .3.4行业问题分析
- .4文化地产业开发投资主体
 - .4.1出版企业
 - .4.2房地产企业
 - .4.3影视企业
- .5文化地产成功的关键问题
 - .5.1产业基础问题
 - .5.2人才问题
 - .5.3品牌树立问题
 - .5.4交通问题
 - .5.5规模问题
 - .5.6项目定位问题

第五章文化旅游地产投资潜力分析

- .1文化旅游地产的发展现状
 - .1.1行业发展综况
 - .1.2运行特征分析
 - .1.3发展趋势分析
- .2文化旅游地产的主要类型
 - .2.1传统民俗文化+旅游地产
 - .2.2欧陆风情文化+旅游地产
 - .2.3时尚休闲文化+旅游地产
- .3文化旅游地产典型开发模式
 - .3.1先做旅游后做地产开发模式
 - .3.2地产+旅游同步开发模式
 - .3.3古村落改造开发模式
- .4文化旅游地产市场的竞争主体
 - .4.1万达文化旅游地产

- .4.2雅居乐文化旅游地产
- .4.3华侨城文化旅游地产
- .4.4恒大文化旅游地产
- .4.5保利集团文化旅游地产
- .5文化旅游地产发展的主要问题及对策
 - .5.1概念模糊
 - .5.2盈利模式混乱
 - .5.3开发模式弊端凸显
 - .5.4发展建议
- .6文化旅游地产项目拓展与开发策划
 - .6.1项目拓展注意事项
 - .6.2项目开发策划原则
- .7文化旅游地产成功个案剖析
 - .7.1东部华侨城
 - .7.2万达文旅
 - .7.3芙蓉古城
- .8文化旅游地产投资风险分析
 - .8.1竞争风险
 - .8.2经营风险
 - .8.3资金风险
 - .8.4同质风险
- .9文化旅游地产发展潜力分析
 - .9.1未来发展机会
 - .9.2产品开发方向
 - .9.3运营模式创新
 - .9.4区域发展潜力

第六章影视地产投资潜力分析

- .1影视地产发展基础及意义
 - .1
 - .1.1影视产业规模持续扩大
 - .1
 - .2影视文化地产前景光明
 - .1.3影视文化地产范畴扩大
 - .2影视地产运营模式分析

- .2
- .1主题公园模式
- .2
- .2拍摄基地模式
- .2.3基地+主题公园复合模式
- .3主题公园发展状况
- .3.1主题公园发展历程回顾
- .3.2主题公园建设运营情况
- .3.3主题公园发展特征分析
- .3.4主题公园投资开发态势
- .3.5主题公园行业融资形势
- .3.6主题公园基本态势判断
- .4影视基地发展状况
- .4.1中国影视基地发展脉络
- .4.2中国影视基地建设现状
- .4.3中国影视基地发展特征
- .4.4中国影视基地发展动因
- .4.5中国影视基地制约因素
- .4.6中国影视基地发展战略
- .5影视地产成功个案——香港迪士尼乐园
- .5.1项目概况
- .5.2运营现状
- .5.3运营模式
- .5.4成功经验
- .6影视地产成功个案——怀柔影视基地
- .6.1项目概况
- .6.2项目定位
- .6.3招商策略
- .6.4成功经验
- .6.5发展思路
- .7影视地产成功个案——横店影视城
- .7.1项目概况
- .7.2运营现状
- .7.3运营模式
- .7.4成功经验

- .8影视地产发展方向分析
- .8.1升级影视旅游产业结构
- .8.2营造关联产业发展机制
- .8.3深化影视旅游文化内涵
- .8.4注重影视地产市场营销

第七章文化MALL投资潜力分析

- .1文化Mall基本概述
 - .1.1Mall的产生与发展
 - .1.2文化与Mall的结合
 - .1.3文化Mall发展情况
 - .1.4与ShoppingMall的比较
- .2文化Mall商业模式分析
 - .2.1产业价值链定位
 - .2.2业务模式
 - .2.3营销模式
 - .2.4赢利模式
- .3传统书店转型文化MALL分析
 - .3.1发展现状
 - .3.2发展特色
 - .3.3转型条件
- .4文化MALL项目投资动态
 - .4.1凤凰传媒文化MALL项目
 - .4.2长江传媒文化MALL项目
 - .4.3银兴华创文化MALL项目
- .5文化MALL成功个案——台湾诚品书店
 - .5.1项目概况
 - .5.2运营现状
 - .5.3经营模式
 - .5.4成功经验
- .6文化MALL成功个案——苏州凤凰国际书城
 - .6.1项目概况
 - .6.2运营现状
 - .6.3经营模式
 - .6.4成功经验

第八章博物馆地产投资潜力分析

- .1博物馆建设运营状况
 - .1.1博物馆增长情况
 - .1.2博物馆建设目标
 - .1.3博物馆选址情况
 - .1.4博物馆运营模式
 - .1.5博物馆设立政策
- .2民办博物馆建设运营分析
 - .2.1办馆主体
 - .2.2主要类型
 - .2.3建设现状
 - .2.4区域分布
 - .2.5经营特点
 - .2.6运营模式
- .3博物馆发展的问题及建议
 - .3.1博物馆发展问题
 - .3.2博物馆建筑设计
 - .3.3博物馆经营策略
 - .3.4文化产业开发建议
- .4博物馆投资风险及建议
 - .4.1投资门槛分析
 - .4.2投资经营风险
 - .4.3投资建议

第九章文化产业园/基地投资潜力分析

- .1文化产业园的基本介绍
 - .1.1产生背景
 - .1.2基本定义
 - .1.3主要特征
 - .1.4类型划分
 - .1.5产业链条
- .2国外文化产业园的发展模式
 - .2.1以文化为核心的模式
 - .2.2以科技为核心的模式

- .2.3以城市为核心的模式
- .2.4以产业链为核心的模式
- .3中国文化产业园发展综述
 - .3.1园区形成模式
 - .3.2园区发展特点
 - .3.3园区建设现状
 - .3.4园区综合效益
 - .3.5园区经验及影响要素
- .4文化产业园分布及关注格局
 - .4.1园区总数及其分布
 - .4.2园区类型分析
 - .4.3园区区域分布格局
 - .4.4最受关注十大园区
 - .4.5最具特色十大园区
- .5文化产业园的开发模式分析
 - .5.1政策导向型园区
 - .5.2艺术家主导型园区
 - .5.3开发商导向型园区
 - .5.4资源依赖型园区
 - .5.5成本导向型园区
 - .5.6环境导向型园区
- .6文化产业园的盈利模式分析
 - .6.1物业租赁收入
 - .6.2活动策划收入
 - .6.3项目投资收入
 - .6.4产权投资收入
 - .6.5其他服务性收入
 - .6.6盈利模式评价
- .7文化产业园成功个案——北京798艺术区
 - .7.1项目概况
 - .7.2项目重点
 - .7.3招商策略
 - .7.4成功经验
 - .7.5发展思路
- .8文化产业园成功个案——上海张江文化科技创意产业基地

- .8.1项目概况
- .8.2项目目标
- .8.3招商策略
- .8.4成功经验
- .9文化产业园的投资开发要素
 - .9.1架构设计
 - .9.2经济地理要素
 - .9.3地理成本要素
 - .9.4文化要素
 - .9.5经济成本要素
 - .9.6竞争力要素分析
- .10文化产业园的投资风险及防控
 - .10.1市场风险
 - .10.2经营风险
 - .10.3政策风险
 - .10.4人才技术风险
 - .10.5功能定位风险
 - .10.6风险控制策略

第十章文化地产业标杆企业经营状况分析0

0.1江苏凤凰出版传媒股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

0.2江苏凤凰置业投资股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

0.3华谊兄弟传媒股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

0.4浙江华策影视股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

0.5保利房地产（集团）股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

0.6万达商业地产股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

0.7深圳华侨城股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

0.8北京万通地产股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

0.9中弘控股股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第十一章文化地产业商业模式分析1

.1房地产业的典型开发模式

.1.1短平快的合作开发模式

.1.2小而全的多项目开发模式

- .1.3精耕细作的成片开发模式
- .1.4成功案例借鉴1
- .2房地产企业文化地产项目开发模式
 - .2.1文化地产+住宅地产
 - .2.2文化地产+商业地产
 - .2.3文化地产+旅游地产
- 1.3文化地产业的主要商业模式
 - .3.1博物馆模式
 - .3.2公共游憩空间模式
 - .3.3商旅文联合开发模式
 - .3.4开辟创意新区模式
- 1.4文化地产品牌塑造的五核模式
 - .4.1无核模式
 - .4.2错核模式
 - .4.3离核模式
 - .4.4对核模式
 - .4.5多核模式
- 1.5文化地产业成功商业模式探索
 - .5.1以企业为主体的商业模式
 - .5.2产业链经营的商业模式.
 - 5.3产业链形态的产业集聚
 - .5.4快速连锁复制模式
 - .5.5组合混搭商业模式
 - .5.6高专业化发展的商业模式
 - .5.7重新定位业态或主题
 - .5.8“订单地产”模式

第十二章文化地产市场营销分析

- 2.1文化地产的4P营销策略
 - .1.1产品策略
 - .1.2价格策略
 - .1.3渠道策略
 - .1.4促销策略
- 2.2文化主题地产的营销策略
 - .2.1基本内涵

- .2.2特殊要素
- .2.3主题种类
- .2.4营销策略2.3912文化地产项目营销案例
- .3.1项目介绍
- .3.2营销策略
- .3.3发展建议

第十三章文化地产项目开发运营策略分析3

- .1文化地产的文化定位
 - .1.1定位含义
 - .1.2定位过程
 - .1.3定位模型
 - .1.4注意事项3
- .2文化地产项目开发和经营难点
 - .2.1招商引资能力不足
 - .2.2开发模式落后
 - .2.3融资渠道匮乏
 - .2.4后期管理混乱
 - .2.5经营质量难以保障
- 3.3文化地产项目开发运营要素
 - .3.1开发理念
 - .3.2运营原则
 - .3.3主题策划
 - .3.4主题构建
- 3.4文化地产项目开发运营思路
 - .4.1从文化上：灵魂涤新、主题策划
 - .4.2从产品上：价值展现、产销到位
 - .4.3从服务上：身心体验、运行深化
- 3.5文化地产项目运作的重点考虑事项
 - .5.1注重项目定位
 - .5.2注重产业链的培育
 - .5.3注重品牌价值的塑造
 - .5.4考虑业态的组合与比例
 - .5.5寻求营销模式的创新
 - .5.6打造可复制的产品模式

3.6商业性文化地产项目成功运作战略

- .6.1树立正确理念
- .6.2要规划更要策划
- .6.3要重视整体布局
- .6.4要注重长远利益
- .6.5开业需要好策略
- .6.6需要复合型团队
- .6.7以市场为导向培育商场
- .6.8增强事前风险防范意识

第十四章文化地产业投资分析及前景预测

4.1投资机会

- .1.1文化地产投资优势
- .1.2文化地产投资价值
- .1.3文化地产投资机遇4

.2投资风险

- .2.1经营风险
- .2.2法律风险
- .2.3拿地风险
- .2.4原料供给风险

4.3投资建议

- .3.1理性看待文化地产风险
- .3.2房企文化地产投资建议

4.4前景趋势分析

- .4.1文化地产业前景展望
- .4.2文化地产业发展趋势

图表目录\CHARTDIRECTORY

图表文化地产的形成图

图表规模以上工业增加值同比增长速度

图表全国房地产开发投资增速

图表社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表全国居民消费价格涨跌幅

图表工业生产者出厂价格涨跌幅

图表工业生产者购进价格涨跌幅

图表固定资产投资（不含农户）同比增速

图表“国五条”（国办发17号）细则主要内容

图表三中全会决定中关于深化户籍、土地、金融等要素改革的内容

图表上半年中央重要会议主要内容

图表来房地产行业主要政策

图表文化消费综合指数

图表文化消费环境分指数

（GYZJY）

图表详见正文

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/285309285309.html>