

# 2018年中国影院广告行业分析报告- 市场深度分析与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国影院广告行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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/325696325696.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

受益于暑期档票房增长，影院广告下半年增速回升。CTR数据显示，在经过2016年高速增长后期后，2017影院广告刊例收入同比增速放缓。7-10月同比增速分别为32.9%、32.2%、14.5%、+36.2%（v.s.17H1+19%），增速自暑期档起较上半年出现明显回暖，我们预计影院媒体全年将实现25%以上同比增长。

图：2016-2017影院广告刊例收入月度同比变化 资料来源：公开资料整理

借力院线扩张、消费者观影习惯养成，2016年映前广告高速发展。2016年，全国银幕数量达4.21万块，同比增长33%，全国影院数量达7853家，同比增长16%。影院、银幕数预计将保持高速增长，结合上市公司披露的影院建设计划，我们中性预测17/18年银幕数增速为10%/5%。我们分析16年行业主要公司的映前收入情况，据此对2016年映前广告市场规模进行测算。由公司年报得知：分众传媒和晶茂传媒16年的映前广告收入分别为20.4和4.79亿元，其中晶茂年报披露6900万美元广告收入，按2016年末汇率RMB/USD=6.973换算。结合我们对万达、中影等其他公司市场份额预测，我们预计2016年映前广告市场规模达34.2亿元，同比增长52.7%，得益于前期院线高速扩张和消费者观影习惯养成，4年CAGR达37.74%。在2016年票房增速放缓的前提下，单影院、单银幕映前广告收入震荡中保持稳定增长，影院映前广告投入价值凸显。

图：2012-2016年中国影院映前广告收入

资料来源：公开资料整理

图：2012-2016年单影院、单银幕映前广告收入（万元）

资料来源：公开资料整理

图：2012-2016年中国影院数量及增速

资料来源：公开资料整理

图：2012-2016年中国银幕数量及增速

资料来源：公开资料整理

现有参与者包括院线影院资源方，同时前后端受观众、片方两头挤压，市场竞争愈趋激烈，影院广告业务增速放缓、毛利率承压。万达电影自2015年开发影院广告业务以来，收入规模迅速扩大，2016A已达16.92亿元（v.s.2015A4.63亿元），我们测算2017H1收入与分众传媒相当。激烈的竞争带来业务成本上升和收益下降，分众传媒与万达电影影院广告业务毛利率较2015A均下降10pcts以上。为保护消费者利益，国家广电总局和国家工商总局

规定每场电影贴片广告数量不得超过十条，限制影院广告资源空间。同时电影发行方参与映前贴片，挤压播放空间。据《每日经济新闻》报道，票房大爆的《战狼2》被发行方搭载五条预告片，挤占影院广告播放时长，引起分众晶视、万达传媒、畅游晶茂、时代广告联名声讨。

图：2015-2017H1分众传媒与万达电影影院广告收入及毛利率变化

资料来源：公开资料整理 注：万达影院广告收入包括映前广告收入与阵地广告收入，但以映前广告收入为主（GYGSL）

我国高速增长的经济为影院广告提供了广阔的市场空间，随着人民生活水平的不断提高，行业需求量激增，行业利润水平不断提高。但同时，随着行业内企业数量的增加，业内竞争逐渐加剧，行业内优秀的企业越来越重视市场的研究，特别是企业发展环境和需求趋势变化的研究。

观研天下发布的《2018年中国影院广告行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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航空交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2015-2017年中国影院广告行业发展概述

#### 第一节 影院广告行业发展情况概述

- 一、影院广告行业相关定义
- 二、影院广告行业基本情况介绍
- 三、影院广告行业发展特点分析

#### 第二节 中国影院广告行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、影院广告行业产业链条分析
- 三、中国影院广告行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

#### 第三节 中国影院广告行业生命周期分析

- 一、影院广告行业生命周期理论概述
- 二、影院广告行业所属的生命周期分析

#### 第四节 影院广告行业经济指标分析

- 一、影院广告行业的赢利性分析
- 二、影院广告行业的经济周期分析
- 三、影院广告行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 国内影院广告行业进入壁垒分析

- 一、影院广告行业资金壁垒分析
- 二、影院广告行业技术壁垒分析
- 三、影院广告行业人才壁垒分析
- 四、影院广告行业品牌壁垒分析
- 五、影院广告行业其他壁垒分析

### 第二章 2015-2017年全球影院广告行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球影院广告行业发展历程回顾

#### 第二节 全球影院广告行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲影院广告行业地区市场分析

- 一、亚洲影院广告行业市场现状分析
- 二、亚洲影院广告行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲影院广告行业市场前景分析

#### 第四节 北美影院广告行业地区市场分析

- 一、北美影院广告行业市场现状分析

二、北美影院广告行业市场规模与市场需求分析

三、北美影院广告行业市场前景分析

第五节 欧盟影院广告行业地区市场分析

一、欧盟影院广告行业市场现状分析

二、欧盟影院广告行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟影院广告行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界影院广告行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球影院广告行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国影院广告产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品影院广告总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国影院广告行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国影院广告产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、影院广告环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国影院广告行业运行情况

第一节 中国影院广告行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国影院广告行业市场规模分析

第三节 中国影院广告行业供应情况分析

#### 第四节 中国影院广告行业需求情况分析

#### 第五节 中国影院广告行业供需平衡分析

#### 第六节 中国影院广告行业发展趋势分析

### 第五章 中国影院广告所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国影院广告所属行业总体规模分析

##### 一、企业数量结构分析

##### 二、行业资产规模分析

#### 第二节 中国影院广告所属行业产销与费用分析

##### 一、产成品分析

##### 二、销售收入分析

##### 三、负债分析

##### 四、利润规模分析

##### 五、产值分析

##### 六、销售成本分析

##### 七、销售费用分析

##### 八、管理费用分析

##### 九、财务费用分析

##### 十、其他运营数据分析

#### 第三节 中国影院广告所属行业财务指标分析

##### 一、行业盈利能力分析

##### 二、行业偿债能力分析

##### 三、行业营运能力分析

##### 四、行业发展能力分析

### 第六章 2015-2017年中国影院广告市场格局分析

#### 第一节 中国影院广告行业竞争现状分析

##### 一、中国影院广告行业竞争情况分析

##### 二、中国影院广告行业主要品牌分析

#### 第二节 中国影院广告行业集中度分析

##### 一、中国影院广告行业市场集中度分析

##### 二、中国影院广告行业企业集中度分析

#### 第三节 中国影院广告行业存在的问题

#### 第四节 中国影院广告行业解决问题的策略分析

#### 第五节 中国影院广告行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

## 第七章 2015-2017年中国影院广告行业需求特点与价格走势分析

### 第一节 中国影院广告行业消费特点

### 第二节 中国影院广告行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

### 第三节 影院广告行业成本分析

### 第四节 影院广告行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

### 第五节 中国影院广告行业价格现状分析

### 第六节 中国影院广告行业平均价格走势预测

- 一、中国影院广告行业价格影响因素
- 二、中国影院广告行业平均价格走势预测
- 三、中国影院广告行业平均价格增速预测

## 第八章 2015-2017年中国影院广告行业区域市场现状分析

### 第一节 中国影院广告行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区影院广告市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区影院广告市场规模分析
- 四、华东地区影院广告市场规模预测

### 第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析



### 三、华中地区影院广告市场规模分析

### 四、华中地区影院广告市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

##### 一、华南地区概述

##### 二、华南地区经济环境分析

##### 三、华南地区影院广告市场规模分析

## 第九章 2015-2017年中国影院广告行业竞争情况

### 第一节 中国影院广告行业竞争结构分析（波特五力模型）

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、替代品威胁分析

#### 四、供应商议价能力

#### 五、客户议价能力

### 第二节 中国影院广告行业SWOT分析

#### 一、行业优势分析

#### 二、行业劣势分析

#### 三、行业机会分析

#### 四、行业威胁分析

### 第三节 中国影院广告行业竞争环境分析（影院广告T）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

#### 三、社会环境

#### 四、技术环境

## 第十章 影院广告行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

##### 第二节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 1、主要经济指标情况

###### 2、企业盈利能力分析

###### 3、企业偿债能力分析

###### 4、企业运营能力分析

###### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

##### 第三节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 1、主要经济指标情况

###### 2、企业盈利能力分析

###### 3、企业偿债能力分析

###### 4、企业运营能力分析

###### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

##### 第四节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 1、主要经济指标情况

###### 2、企业盈利能力分析

###### 3、企业偿债能力分析

###### 4、企业运营能力分析

###### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

##### 第五节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析
  - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2018-2024年中国影院广告行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国影院广告行业未来发展前景分析

- 一、影院广告行业国内投资环境分析
- 二、中国影院广告行业市场机会分析
- 三、中国影院广告行业投资增速预测

### 第二节 中国影院广告行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国影院广告行业市场发展预测

- 一、中国影院广告行业市场规模预测
- 二、中国影院广告行业市场规模增速预测
- 三、中国影院广告行业产值规模预测
- 四、中国影院广告行业产值增速预测
- 五、中国影院广告行业供需情况预测

#### 第四节 中国影院广告行业盈利走势预测

- 一、中国影院广告行业毛利润同比增速预测
- 二、中国影院广告行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2018-2024年中国影院广告行业投资风险与营销分析

### 第一节 影院广告行业投资风险分析

- 一、影院广告行业政策风险分析
- 二、影院广告行业技术风险分析
- 三、影院广告行业竞争风险分析
- 四、影院广告行业其他风险分析

### 第二节 影院广告行业企业经营发展分析及建议

- 一、影院广告行业经营模式
- 二、影院广告行业销售模式
- 三、影院广告行业创新方向

### 第三节 影院广告行业应对策略

- 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

## 第十三章2018-2024年中国影院广告行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国影院广告行业品牌战略分析

一、影院广告企业品牌的重要性

二、影院广告企业实施品牌战略的意义

三、影院广告企业品牌的现状分析

四、影院广告企业的品牌战略

五、影院广告品牌战略管理的策略

### 第二节中国影院广告行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国影院广告行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

## 第十四章 2018-2024年中国影院广告行业发展策略及投资建议

### 第一节中国影院广告行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

### 第二节 中国影院广告行业定价策略分析

### 第二节中国影院广告行业营销渠道策略

一、影院广告行业渠道选择策略

二、影院广告行业营销策略

### 第三节中国影院广告行业价格策略

#### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国影院广告行业重点投资区域分析
- 二、中国影院广告行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/325696325696.html>