

2021年中国影视特效市场分析报告- 市场规模现状与发展趋势分析

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《2021年中国影视特效市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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/536293536293.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

影视特效也称作特技效果，是在影视中由人工制造出来的假象，可分为视觉特效与声音特效。视觉特效即对真人拍摄的镜头进行处理并通过计算机合成全新的虚拟场景。声音特效即所谓的音效，需要由拟音师、录音师、混音师协作配合完成。

影视特效分类 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，我国影视特效行业市场规模由2015年的33.5亿元上升至2017年的56.3亿元。

2015-2017年我国影视特效行业市场规模 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) 后期特效前置化：国内观众对电影需求增长的同时，对国内影视特效要求亦不断提高。国内市场上受观众诟病的“五毛特效”应有所改观。就电影后期、特效制作方面来看，情况有所改善，开始有影视制作公司注重影视特效，让特效公司从影视项目筹备期就开始介入（如《战狼2》），参与电影的制作全程，在拍摄过程中与导演沟通特效需求，与制作团队融合，共同为特效制作把关。

(2) 流程工业化、模块化：特效制作任务由单纯的“来料加工”转变为需要动态进行任务分割、发布、控制、回收和版本管理的工业模块化运作模式。后期特效制作任务细分到每一个特效制作公司，再由特效公司将任务细分到制作人员，每个流程工序都能独立分包，方便管理。细分模块化后的制作工艺不仅便于管理，同时能够通过对工作模块的逻辑排序，更加方便进行工作内容及进度的统筹安排，从而真正保证特效制作高质量、高效率。

(3) 项目制作过程分工化：项目的特效制作技术复杂、细节修改繁琐、受制于短周期的影片拍摄安排，特效公司需要在短期内耗费大量人力完成单个项目，如果要求单一特效公司承担任务则难度较大，因此每个项目的制作过程都呈现出分散化、分工化的特点。由于互联网云技术的普及，影视特效行业逐渐呈现出“24小时日不落”的工作形态，全球化24小时办公大幅提高了短期内的生产效率，解决了短期内需要寻找大量人员投入的难题。

(4) 特效制作细分化、专业化：一部电影的特效制作需要面对庞大的拍摄素材量及导演多方面的制作要求，为了分解高难度的制作任务，制作方一般聘请多家特效制作单位承担特效制作任务。因为不同特效公司拥有各自的特色和优势，将特效制作的每一个环节分配给精耕于不同特效制作领域的公司，有助于保证项目的制作质量以及提高项目的完工效率。

我国影视特效行业优势 数据来源：公开资料整理

二、劣势分析

(1) 缺乏行业标准：国内影视特效行业起步晚，发展时间短，没有形成成熟的工业制作流程及标准，缺乏统一的行业标准，市场报价混乱，制片方与特效公司沟通时缺少可以参考的市场衡量标准。特效公司为了争夺客户发起恶性的价格战，互相压价以争取项目合作，不断压缩利润空间，影响制作品质，导致行业恶性循环发展。

(2) 行业成本高：影视特效制作产业具有劳动密集型产业与资金密集型产业的双重特征，上游的软件、硬件以及技术人才是影视特效产业最主要的成本构成。其中软件成本占比15.5%，硬件成本占比23.5%，而人力成本占比超过60%。核心技术人员以及软件开发能力是影视特效制作公司的关键所在。

人力成本高：影视特效制作涉及工序繁多，涵盖设计、建模、场景绘图、光线、模拟、渲染等多道工序，如果想达到令人满意的特效效果，每个工序都需要技术高超的专业人才。并且，每一个工序都与其他各部分相关联，涉及参数多，因此每个工序都需要反复试验，直至调整至最佳效果，一部好莱坞视效大片特效团队通常都在1500人以上，并且制作周期长达2年以上。

硬件投入大：为达到精良的视觉效果，特效制作公司往往在硬件成本方面投入巨大，甚至有自己的渲染工厂，例如皮克斯这样的工作室有超过千台的渲染机器。除此以外，由于普通电脑无法满足大规模的特效制作，特效制作公司需要为特效组准备高级配置以保证数据传输效率。

软件成本高：制作特效的全程都需要各类软件的协助，例如做动画用Maya、画贴图用PS、制作特效使用Houdini、合成用Nuke、渲染用Arnold等等，这些软件收费不菲且通常以年为计费单位。以维塔数码公司为例，该公司仅在渲染软件上的花费一年就达到1.8亿人民币。而由于市场中的软件不能满足特效制作需求或软件价格过于昂贵，越来越多的特效制作公司选择雇佣程序员以自行开发软件。

我国影视特效行业劣势分析 数据来源：公开资料整理

三、 机遇分析

(1) 需求增多：我国影视特效需求增多的主要原因包括新生代群体偏爱影视特效和作品制作方趋向精品化打造。

新生代群体偏爱影视特效方面：代际变迁令90、00后新生代群体渐成文娱消费内容主力军，该类群体对奇幻、动作等题材影视作品需求有所提高。从2017年全国电影票房收入前十的影片数据来看，喜剧、奇幻和动作类型电影作品数量占比达90.0%，其中电影票房排名第一的《战狼2》总票房达56.8亿元人民币。《战狼2》的特效投入价格不菲，尽管影评对影片中的特效制作水平赞扬度不高，但还是认同中国影片的特效制作水平在不断提高。

作品制作方趋向精品化打造方面：国内市场结束了国产影视剧低成本、低特效却带来高利润的现象。在2016年我国电影市场增速大幅回落后，投资人行为更趋理性化，非精品制作难以获得投资方青睐。随着观众对影片需求的改变以及市场资金的追捧，制作方开始意识到精品作的重要性。为了迎合观众需求，制作方逐渐增加影片特效的投资，奇幻、动作等特效浓重的“重工业”类型片逐渐成为市场主流，如《捉妖记》、《美人鱼》和《寻龙诀》等特效作品深受观众青睐。

影视特效需求增多的主要原因 数据来源：公开资料整理

(2) 资本青睐：视效大片市场占有率不断提升，资本对影视特效的关注度也不断提高

，影视特效公司开始受到各类资本青睐，国内众多特效公司获得数额不等的资本投资。如2016年1月，Base FX完成数千万元人民币的A轮融资，并与华人文化控股集团共同成立影视制作公司“倍视传媒”，开发制作面向中国和全球市场发行的顶级视效大片。2016年12月聚光绘影获得围海股份的1.1亿元人民币战略投资。资本的进入让国内很多影视特效企业摆脱了资金困境，为影视特效公司扩大业务范围、提升技术水平和招聘人才提供了有利支持，促进了行业的整体快速发展。

四、威胁分析

(1) 专业人才缺乏：人才成为中国影视特效产业的一个重要缺环，业内懂艺术和技术的影视特效制作高级人才极其缺乏，甚至出现“用人荒”现象。人才的缺乏直接造成行业制作水平偏低，创新能力不足，限制行业的发展。现阶段，国内市场上，高水平的特效制作人才、特效技术研发人才、特效项目管理人才都相当急缺。

(2) 国内政府对影视特效的支持力度仍有很大提升空间：国内政府尚没有制定完善的政策扶持方案，较少着力提升特效技术与工业化体系建设，没有提出专业的人才培养机制，导致行业内缺少权威性的行业指引，乱象横生。如果相关政府部门能够出资甚至从税收、直接补贴、人员培养等多个方面上扶持鼓励特效行业，必然会对行业发展有强力的导向作用。

威胁我国影视特效行业发展因素分析 数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国影视特效市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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。

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家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。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 2017-2020年中国影视特效行业发展概述

第一节 影视特效行业发展情况概述

一、影视特效行业相关定义

二、影视特效行业基本情况介绍

三、影视特效行业发展特点分析

四、影视特效行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、影视特效行业需求主体分析

第二节 中国影视特效行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、影视特效行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国影视特效行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国影视特效行业生命周期分析

一、影视特效行业生命周期理论概述

二、影视特效行业所属的生命周期分析

第四节 影视特效行业经济指标分析

一、影视特效行业的赢利性分析

二、影视特效行业的经济周期分析

三、影视特效行业附加值的提升空间分析

第五节 中国影视特效行业进入壁垒分析

一、影视特效行业资金壁垒分析

- 二、影视特效行业技术壁垒分析
- 三、影视特效行业人才壁垒分析
- 四、影视特效行业品牌壁垒分析
- 五、影视特效行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球影视特效行业市场发展现状分析

- 第一节 全球影视特效行业发展历程回顾
- 第二节 全球影视特效行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲影视特效行业地区市场分析
 - 一、亚洲影视特效行业市场现状分析
 - 二、亚洲影视特效行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲影视特效行业市场前景分析
- 第四节 北美影视特效行业地区市场分析
 - 一、北美影视特效行业市场现状分析
 - 二、北美影视特效行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美影视特效行业市场前景分析
- 第五节 欧洲影视特效行业地区市场分析
 - 一、欧洲影视特效行业市场现状分析
 - 二、欧洲影视特效行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲影视特效行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界影视特效行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球影视特效行业市场规模预测

第三章 中国影视特效产业发展环境分析

- 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、全社会消费品影视特效总额
 - 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 中国影视特效行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规

第三节 中国影视特效产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国影视特效行业运行情况

第一节 中国影视特效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 中国影视特效行业市场规模分析

第三节 中国影视特效行业供应情况分析

第四节 中国影视特效行业需求情况分析

第五节 我国影视特效行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国影视特效行业供需平衡分析

第七节 中国影视特效行业发展趋势分析

第五章 中国影视特效所属行业运行数据监测

第一节 中国影视特效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 中国影视特效所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国影视特效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 2017-2020年中国影视特效市场格局分析

第一节 中国影视特效行业竞争现状分析

一、中国影视特效行业竞争情况分析

二、中国影视特效行业主要品牌分析

第二节 中国影视特效行业集中度分析

一、中国影视特效行业市场集中度影响因素分析

二、中国影视特效行业市场集中度分析

第三节 中国影视特效行业存在的问题

第四节 中国影视特效行业解决问题的策略分析

第五节 中国影视特效行业钻石模型分析

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 2017-2020年中国影视特效行业需求特点与动态分析

第一节 中国影视特效行业消费市场动态情况

第二节 中国影视特效行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 影视特效行业成本结构分析

第四节 影视特效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 中国影视特效行业价格现状分析

第六节 中国影视特效行业平均价格走势预测

一、中国影视特效行业价格影响因素

二、中国影视特效行业平均价格走势预测

三、中国影视特效行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国影视特效行业区域市场现状分析

第一节 中国影视特效行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区影视特效市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区影视特效市场规模分析

四、华东地区影视特效市场规模预测

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、华中地区影视特效市场规模分析

四、华中地区影视特效市场规模预测

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、华南地区影视特效市场规模分析

四、华南地区影视特效市场规模预测

第九章 2017-2020年中国影视特效行业竞争情况

第一节 中国影视特效行业竞争结构分析（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 中国影视特效行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国影视特效行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 影视特效行业企业分析（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

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

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

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

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国影视特效行业发展前景分析与预测

第一节 中国影视特效行业未来发展前景分析

一、影视特效行业国内投资环境分析

二、中国影视特效行业市场机会分析

三、中国影视特效行业投资增速预测

第二节 中国影视特效行业未来发展趋势预测

第三节 中国影视特效行业市场发展预测

一、中国影视特效行业市场规模预测

二、中国影视特效行业市场规模增速预测

三、中国影视特效行业产值规模预测

四、中国影视特效行业产值增速预测

五、中国影视特效行业供需情况预测

第四节 中国影视特效行业盈利走势预测

一、中国影视特效行业毛利润同比增速预测

二、中国影视特效行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国影视特效行业投资风险与营销分析

第一节 影视特效行业投资风险分析

一、影视特效行业政策风险分析

二、影视特效行业技术风险分析

三、影视特效行业竞争风险分析

四、影视特效行业其他风险分析

第二节 影视特效行业应对策略

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 2021-2026年中国影视特效行业发展战略及规划建议

第一节 中国影视特效行业品牌战略分析

一、影视特效企业品牌的重要性

二、影视特效企业实施品牌战略的意义

三、影视特效企业品牌的现状分析

四、影视特效企业的品牌战略

五、影视特效品牌战略管理的策略

第二节 中国影视特效行业市场的关键客户战略实施

- 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
- 第三节 中国影视特效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

- 第四节 影视特效行业竞争力提升策略
- 一、影视特效行业产品差异性策略
 - 二、影视特效行业个性化服务策略
 - 三、影视特效行业的促销宣传策略
 - 四、影视特效行业信息智能化策略
 - 五、影视特效行业品牌化建设策略
 - 六、影视特效行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国影视特效行业发展策略及投资建议

第一节 中国影视特效行业产品策略分析

- 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 中国影视特效行业营销渠道策略

- 一、影视特效行业渠道选择策略
- 二、影视特效行业营销策略

第三节 中国影视特效行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国影视特效行业重点投资区域分析
- 二、中国影视特效行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/536293536293.html>