

# 2016-2022年中国影视后期制作市场产销调研及十三五投资商机研究报告

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《2016-2022年中国影视后期制作市场产销调研及十三五投资商机研究报告》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/yingshidongman/248768248768.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

影视制作企业大致可分三个梯队，第一类是以中影集团、上影集团为代表的国有企业；第二类便是以华谊兄弟为代表的大型民企；第三类便是数量众多的中小制作公司。无论是哪一类企业，在影视行业，现金流是企业生存的关键。对于前两者而言，资金不是问题。大型制作公司手头宽绰，而且不断会有资金争先恐后主动靠近，而绝大多数民营中小影视制作企业，不仅囊中羞涩，而且不少还陷入了融资难和制作难的“死循环”。大型国有集团凭借雄厚的积累和多元化的营销，财力比较雄厚，同时积极寻求新的业务增长点。中小企业手头比较紧，但诸多中小影视制作公司，日子就不那么好过了。它们往往纠结于“资金少、低成本、播映率低、收益率低、融资难”的死循环。

对于影视制作企业而言，目前资本利润最大化的资本并不是好的剧本和创意，目前国内影视市场尚不成熟，“眼球经济”是市场主流。据统计，全国每年有1.5万小时的电视剧下线，其中80%为民营中小制作公司的产品。而每年真正能够播出的只有5000小时左右。这一问题带来的直接后果结果便是市场风险高，企业收益率不确定性大。与此同时，作为播出平台的诸多电视台，在产品销售渠道具有绝对的话语权，主导着议价走向。自“十二五”规划开始，国家就积极倡导大力扶持文化产业发展。2014年中国的电影业的票房成绩斐然，虽然没有达到300亿元，但是也达到了296亿元的喜人成绩；而2014年的电视剧也有134亿元，2014年影视后期制作行业的市场规模达到了88.6亿元，增长率达到了10%，预计到2020年影视后期制作行业的市场规模将超过150亿元。

中国报告网发布的《2016-2022年中国影视后期制作市场产销调研及十三五投资商机研究报告》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。

### 报告目录

#### 第一部分 影视后期制作产业环境分析

#### 第一章 中国影视后期制作行业发展概述

#### 第一节 影视后期制作行业概述

- 一、影视后期制作的定义
- 二、影视后期制作的特点
- 第二节 影视后期制作上下游产业链分析
  - 一、产业链模型介绍
  - 二、影视后期制作制作产业链模型分析
- 第三节 影视后期制作行业生命周期分析
  - 一、行业生命周期概述
  - 二、影视后期制作行业所属的生命周期
- 第四节 行业经济指标分析
  - 一、赢利性
  - 二、附加值的提升空间
  - 三、进入壁垒 / 退出机制
  - 四、行业周期
- 第二章 2014年世界影视后期制作市场运行形势分析
  - 第一节 2014年全球影视后期制作行业发展回顾
  - 第二节 亚洲地区主要市场概况
  - 第三节 欧盟主要国家市场概况
  - 第四节 北美地区主要市场概况
  - 第五节 2016-2022年世界影视后期制作发展走势预测
    - 一、全球影视后期制作的数字化
    - 二、全球影视后期制作的高端化
    - 三、全球影视后期制作的普及化
    - 四、全球影视特技制作的全球化
- 第二部分 影视后期制作行业深度透视
- 第三章 2014年中国影视后期制作产业发展环境分析
  - 第一节 2014年中国宏观经济环境分析
    - 一、国民经济运行情况GDP
    - 二、消费价格指数CPI、PPI
    - 三、全国居民收入情况
    - 四、恩格尔系数
    - 五、工业发展形势
    - 六、固定资产投资情况
  - 第二节 影视后期制作行业主管部门、行业监管体
    - 一、监管机构
    - 二、监管机制的现状

### 第三节 中国影视后期制作行业政策环境分析

- 一、监管严格
- 二、《电影管理条例》
- 三、zui新动态

### 第四节 2014年中国影视后期制作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、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

## 第四章 2014年中国影视后期制作产业运行情况

### 第一节 中国影视后期制作行业发展状况

- 一、影视后期制作行业市场供给情况
- 二、影视后期制作行业市场需求情况
- 三、影视后期制作行业市场现状
- 四、影视后期制作行业市场容量

### 第二节 中国影视后期制作行业价格走势分析

- 一、影视后期制作行业价格影响因素分析
- 二、2014年影视后期制作行业价格走势回顾
- 三、2016-2022年影视后期制作行业价格走势预测

### 第三节 中国影视后期制作行业技术发展分析

- 一、硬件方面的发展趋势
- 二、软件方面的发展趋势

### 第四节 影视后期制作行业未来发展趋势预测

## 第五章 中国影视后期制作市场发展分析

### 第一节 中国影视后期制作行业竞争现状

### 第二节 中国影视后期制作行业集中度分析

- 一、市场集中度
- 二、区域集中度

### 第三节 影视后期制作行业品牌现状分析

- 一、行业的品牌效应
- 二、十大影视公司排名

### 第四节 中国影视后期制作行业存在的问题

### 第五节 中国影视后期制作行业国际竞争力分析

一、国内

二、国外

三、国内外的差距

第三部分 影视后期制作行业竞争格局

第六章 2014年中国影视后期制作行业竞争情况

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业的竞争

二、潜在进入者

三、替代品的威胁

四、供应商的议价能力

五、购买者的讨价还价能力

第二节 影视后期制作行业SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第三节 中国影视后期制作产品竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第七章 2014-2014中国影视后期制作所属行业主要数据监测分析

第一节 2014-2014年中国影视后期制作所属行业总体数据分析

第二节 2014-2014年中国影视后期制作所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2014-2014年中国影视后期制作所属行业不同所有制企业数据分析

第八章 2014年影视后期制作行业重点生产企业分析

第一节 华谊兄弟

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 光线传媒

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿zhai能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第三节 华策影视

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿zhai能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析
- 七、企业发展战略

### 第四节 乐视网

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿zhai能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析
- 七、企业行业竞争力分析

### 第五节 天威视讯

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿zhai能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析
- 七、企业核心竞争力

### 第六节 华录百纳

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿zhai能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第七节 电广传媒

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿zhai能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第八节 上海新文化传媒集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿zhai能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第九节 中视传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿zhai能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第十节 广电网络

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿zhai能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第四部分 影视后期制作产业发展前景

### 第九章 2016-2022年影视后期制作行业发展预测

#### 第一节 2016-2022年中国影视后期制作行业未来发展前景分析

- 一、2016-2022年中国影视后期制作市场发展环境分析
- 二、2016-2022年中国影视后期制作行业市场规模预测
- 三、2016-2022年中国影视后期制作行业市场发展趋势分析

#### 第二节 2016-2022年中国影视后期制作行业市场供需预测



一、2016-2022年中国影视后期制作行业供给预测

二、2016-2022年中国影视后期制作市场需求预测

第三节 2016-2022年中国影视后期制作行业盈利走势预测

第五部分 影视后期制作产业投资策略

第十章 2016-2022年中国影视后期制作行业投资风险

第一节 2016-2022年中国影视后期制作行业投资环境分析

一、电影行业投资环境分析

二、电视剧行业投资环境分析

第二节 中国影视后期制作行业投资风险

一、政策风险

二、技术风险

三、竞争风险

四、资金风险

第十一章 2016-2022年中国影视后期制作行业发展策略及投资建议

第一节 影视后期制作行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

第二节 中研网专家投资建议

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

四、影视文化产业发展趋势

五、互联网影视行业发展机遇

图表目录

图表：视力训练仪行业的生命周期

图表：2014-2015年我国影视产业的发展规模

图表：2014年影视行业主要上市公司资产及营业收入对比分析

图表：2013-2016年影视后期制作行业盈利能力及预测分析

图表：2014年-2014Q3国内生产总值及增长速度

图表：2014年1-9月消费价格指数

图表：2014年1-9月工业品出产价格指数（PPI）

图表：2014-2015Q3中国居民人均收入实际增长速度

图表：2014-2015年中国居民恩格尔系数

- 图表：2014-2015Q3全国规模以上工业增加值及增长速度
- 图表：2014-2015Q3全社会固定资产投资增速
- 图表：2014-2015Q3房地产开发投资累计同比增速
- 图表：2014年末人口数及其构成
- 图表：2014-2015年城镇新增就业人数
- 图表：2014-2015年国内生产总值与全部就业人员比率
- 图表：2014-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数
- 图表：2014-2015年研究与试验发展（R&D）经费支出
- 图表：2014-2015年中国城镇化水平
- 图表：2014-2015年中国动漫产业总产值
- 图表：2015-2016年中国影视后期制作行业市场需求规模
- 图表：2014-2015年行业前十企业市场份额分析
- 图表：2015-2016年中国影视后期制作行业市场规模
- 图表：2015-2016年中国影视后期制作行业市场供给规模
- 图表：2015-2016年中国影视后期制作行业利润规模及增长率
- 图表：2015-2016年中国影视后期制作行业企业数量
- 图表：2014年内地电影票房总排行榜
- 图表：2014-2014年中国影视后期制作行业不同规模企业数量分布情况
- 图表：2014-2014年中国影视后期制作行业不同所有制企业数量分布情况
- 图表：2014-2015年华谊兄弟传媒股份有限公司主要经济指标
- 图表：2014-2015年华谊兄弟传媒股份有限公司盈利能力指标
- 图表：2014-2015年华谊兄弟传媒股份有限公司偿zhai能力指标
- 图表：2014-2015年华谊兄弟传媒股份有限公司营运能力指标
- 图表：2014-2015年华谊兄弟传媒股份有限公司
- 图表：2014-2015年北京光线传媒股份有限公司主要经济指标
- 图表：2014-2015年北京光线传媒股份有限公司盈利能力指标
- 图表：2014-2015年北京光线传媒股份有限公司偿zhai能力指标
- 图表：2014-2015年北京光线传媒股份有限公司营运能力指标
- 图表：2014-2015年北京光线传媒股份有限公司
- 图表：2014-2015年浙江华策影视股份有限公司主要经济指标
- 图表：2014-2015年浙江华策影视股份有限公司盈利能力指标
- 图表：2014-2015年浙江华策影视股份有限公司偿zhai能力指标
- 图表：2014-2015年浙江华策影视股份有限公司运营能力指标
- 图表：2014-2015年浙江华策影视股份有限公司成长能力指标
- 图表：2014-2015年乐视网信息技术(北京)股份有限公司主要经济指标

图表：2014-2015年乐视网信息技术(北京)股份有限公司盈利能力指标

图表：2014-2015年乐视网信息技术(北京)股份有限公司偿zhai能力指标

图表：2014-2015年乐视网信息技术(北京)股份有限公司营运能力指标

图表：2014-2015年乐视网信息技术(北京)股份有限公司

图表：2014-2015年深圳市天威视讯股份有限公司主要经济指标

图表：2014-2015年深圳市天威视讯股份有限公司盈利能力指标

图表：2014-2015年深圳市天威视讯股份有限公司偿zhai能力指标

图表：2014-2015年深圳市天威视讯股份有限公司营运能力指标

图表：2014-2015年深圳市天威视讯股份有限公司成长能力指标

图表：2014-2015年北京华录百纳影视股份有限公司主要财务指标

图表：2014-2015年北京华录百纳影视股份有限公司盈利能力指标

图表：2014-2015年北京华录百纳影视股份有限公司偿zhai能力指标

图表：2014-2015年北京华录百纳影视股份有限公司营运能力指标

图表：2014-2015年北京华录百纳影视股份有限公司成长能力指标

图表：2014-2015年湖南电广传媒股份有限公司主要经济指标

图表：2014-2015年湖南电广传媒股份有限公司盈利能力分析

图表：2014-2015年湖南电广传媒股份有限公司偿zhai能力分析

图表：2014-2015年湖南电广传媒股份有限公司运营能力分析

图表：2014-2015年湖南电广传媒股份有限公司发展能力分析

图表：2014-2015年上海新文化传媒集团股份有限公司主要经济指标

图表：2014-2015年上海新文化传媒集团股份有限公司盈利能力指标

图表：2014-2015年上海新文化传媒集团股份有限公司偿zhai能力指标

图表：2014-2015年上海新文化传媒集团股份有限公司营运能力指标

图表：2014-2015年上海新文化传媒集团股份有限公司偿zhai能力指标

图表：中视传媒股份有限公司组织构件图

图表：2014-2015年中视传媒股份有限公司主要经济指标

图表：2014-2015年中视传媒股份有限公司盈利能力指标

图表：2014-2015年中视传媒股份有限公司偿zhai能力指标

图表：2014-2015年中视传媒股份有限公司营运能力指标

图表：2014-2015年中视传媒股份有限公司成长能力指标

图表：2014-2015年陕西广电网络传媒股份有限公司主要经济指标

图表：2014-2015年陕西广电网络传媒股份有限公司盈利能力指标

图表：2014-2015年陕西广电网络传媒股份有限公司偿zhai能力指标

图表：2014-2015年陕西广电网络传媒股份有限公司营运能力指标

图表：2014-2015年陕西广电网络传媒股份有限公司成长能力指标

图表：2016-2022年中国影视后期制作行业市场规模及增长率预测

图表：2016-2022年中国影视后期制作行业市场供给规模及增长率预测

图表：2016-2022年中国影视后期制作行业市场需求规模及增长率预测

图表：2016-2022年中国影视后期制作行业市场利润规模及增长率预测

图表：2014年全国备案拍摄制作的电shi剧题材分布

图表：重点客户管理组织架构分析

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网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，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/248768248768.html>