2018-2023年中国影视行业市场发展动向调查及未来发展趋势预测报告

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《2018-2023年中国影视行业市场发展动向调查及未来发展趋势预测报告》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/304111304111.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

影视业从定义上来说是指包括了电影和电视剧两种产品，并与商业化相结合的一种产业。这决定了它的娱乐性与商业性。

影视本质是一种创意产品，“创意”决定了影视跟其他工业产品有着本质的不同。“创意”在于它本身的不可复制性，虽然所谓商业影视有类型的区分和归类，但影视制作环节中任何部分的细微调整 and 变化，也会让两部看似相似的影视剧拥有着不同的魅力和气质。虽然影视行业同样强调“工业化”、“流水线作业”，但它仍然与传统制造业可复制性的流水作业有着本质的不同。影视的众多不可复制性里，核心就是“故事”和“人物”。

依托粉丝经济，预计影视方面到2020年“小鲜肉”偶像艺人需求可达100亿。影视内容市场格局趋稳，内容提供方在盈利受下游挤压情况下对高性价比艺人（拥有直接粉丝、片酬相对较低）需求增加，刺激偶像产业发展。电影方面，2015年电影总票房440亿人民币，根据一致预期到2020年票房可达1000亿，按照演员成本占总票房10%计算，演员成本约为100亿，除去头部艺人我们估算约有50亿需求来自偶像艺人。电视剧方面，2015年电视剧制作了395部（16540集）保持平稳，预计到2020年制作数量依旧维持在16000集/年左右，以100万/集平均制作成本，演员成本占比50%估算，对演员需求为约80亿，去除头部艺人我们估算对偶像艺人的需求为50亿左右。以此估算，影视方面到2020年对偶像艺人需求可达100亿。

影视行业产业链及投资重点资料来源：公开资料整理

影视产业内容创作、产业延伸、资本扩张等方面都有所转变，预计将呈现出八大趋势：

- 1、影片质量将成为核心竞争；
- 2、在线票务平台将深度参与上游制作；
- 3、电视剧产业面临分化，视网融合成为大方向；
- 4、综艺节目将呈“退烧”局面；
- 5、网综成综艺市场新亮点；
- 6、网络大电影红利减退，面临新挑战；
- 7、网络直播与短视频洗牌不可避免；
- 8、IP维权初见成效，打击剽窃和抄袭的力度将加大。

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国影视行业市场发展动向调查及未来发展趋势预测报告》主要研究影视行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划

、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

第一章 2015-2017年国际影视产业概况

1.1 国际影视业状况

1.1.1 广播影视业发展特征

1.1.2 电视产业运行特点

1.1.3 电影市场发展现状

1.1.4 优秀电影作品分析

1.1.5 各国电视剧特点简析

1.2 美国

1.2.1 电影产业成功经验

1.2.2 好莱坞电影投融资途径

1.2.3 电影市场运行分析

1.2.4 电影消费结构分析

1.2.5 电视剧产业运作模式

1.3 英国

1.3.1 电视行业监管制度

1.3.2 电视新闻节目运作模式

1.3.3 电视剧产制模式分析

1.3.4 电影票房收入规模

1.3.5 政府的政策扶持力度

1.4 法国

1.4.1 影视产业资助政策

1.4.2 电影市场发展现状

1.4.3 产业发展促进因素

1.4.4 电影产业获政府支持

1.4.5 电影产业融资模式

1.4.6 电影发展方向及战略

1.5 韩国

1.5.1 韩国影视产业的崛起

1.5.2 电影产业的运行状况

1.5.3 电视剧产业运作模式

1.5.4 影视业经济驱动效应

1.6 日本

1.6.1 电视剧制作与播映模式

1.6.2 电影市场运行情况

1.6.3 电影产业发展策略

1.7 印度

1.7.1 电影产业发展态势

1.7.2 电影产业收入规模

1.7.3 电影产业集群状况

1.7.4 电影产业发展瓶颈

1.7.5 开拓国际市场策略

1.8 中国香港

1.8.1 影视产业发展现状

1.8.2 电影票房情况分析

1.8.3 影视产业政策环境

第二章 2015-2017年中国广播影视产业分析

2.1 广播影视产业运行综述

2.1.1 产业发展背景

2.1.2 产业驱动因素

2.1.3 行业发展蜕变

2.1.4 行业制播分离路径

2.1.5 行业关键词解读

2.2 广播影视产业政策环境分析

2.2.1 产业税收政策环境

2.2.2 广播影视业审批调整

2.2.3 三网融合进程逐步加快

2.2.4 广电总局加强节目管理

2.2.5 广播影视“十三五”规划

2.3 2015-2017年中国广播影视业的发展

2.3.1 广播影视运行情况

2.3.2 广播影视收入规模

2.3.3 广播影视市场格局

2.3.4 行业发展问题分析

2.3.5 广播影视发展趋向

2.4 2015-2017年中国广播影视业改革分析

2.4.1 改革目标及重点

2.4.2 制播分离改革

2.4.3 改革思路建议

2.5 广播影视产业的发展策略分析

2.5.1 行业发展思路

2.5.2 行业发展途径

2.5.3 发展战略措施

2.5.4 资本运营策略

2.5.5 参与三网融合

2.5.6 行业发展重点

第三章 2015-2017年中国影视产业分析

3.1 中国影视产业的监管体系解析

3.1.1 电影行业监管体系

3.1.2 电视剧行业监管体系

3.1.3 艺人经纪及相关服务业监管体系

3.2 中国影视产业发展综述

3.2.1 影视产业发展特征

3.2.2 行业运营模式分析

3.2.3 影视动画产业现状

3.2.4 “大数据”改变行业商业模式

3.2.5 网络化成为行业常态

3.3 2015-2017年中国影视基地的建设及发展模式

3.3.1 影视基地发展脉络

3.3.2 影视基地建设动态

3.3.3 影视基地发展特征

3.3.4 影视基地发展动因

3.3.5 影视基地制约因素

3.3.6 影视基地发展战略

3.4 中国影视产业存在的问题

3.4.1 行业制约因素

3.4.2 缺乏高级人才

3.4.3 版权问题严峻

3.4.4 投融资难度大

3.4.5 衍生品市场冷淡

3.5 中国影视产业的发展建议

- 3.5.1 突破行业桎梏
- 3.5.2 完善全产业链
- 3.5.3 打造优秀品牌
- 3.5.4 集群发展策略
- 3.5.5 扩大衍生品市场

第四章 2015-2017年中国电影业发展分析

- 4.1 中国电影产业的总体分析
 - 4.1.1 中国电影产业链分析
 - 4.1.2 电影制片业运行特点
 - 4.1.3 电影制片业盈利模式
 - 4.1.4 电影院线相关概述
 - 4.1.5 电影院消费特点分析
- 4.2 2015-2017年中国电影产业发展的政策红利
 - 4.2.1 电影发展促进意见
 - 4.2.2 电影专项资金管理
 - 4.2.3 电影产业促进法
- 4.3 2015-2017年中国电影产业票房情况分析
 - 4.3.1 电影上映率
 - 4.3.2 票房总收入
 - 4.3.3 电影观影人次
 - 4.3.4 电影票房排名
 - 4.3.5 地区电影票房
- 4.4 2015-2017年中国电影院线发展现状
 - 4.4.1 银幕建设现状
 - 4.4.2 院线数量及规模
 - 4.4.3 影院运营效率分析
 - 4.4.4 重点省市分布格局
 - 4.4.5 电影产业发展建议
 - 4.4.6 加快产业化发展
 - 4.4.7 建立现代市场体系

第五章 2015-2017年中国电影市场分析

- 5.1 2015年中国电影市场的发展
 - 5.1.1 月度票房市场分析

- 5.1.2 优势票房区间分析
- 5.1.3 制片投资主体多元化
- 5.1.4 电影营销市场分析
- 5.1.5 暑期档市场格局
- 5.1.6 电影O2O平台
- 5.2 2016年中国电影市场的发展
 - 5.2.1 月度票房市场分析
 - 5.2.2 市场发展特征分析
 - 5.2.3 市场发展形势分析
 - 5.2.4 市场竞争格局分析
 - 5.2.5 IP电影持续爆发
- 5.3 2017年中国电影市场发展形势
 - 5.3.1 季度票房市场分析
 - 5.3.2 国产电影市场现状
 - 5.3.3 市场盈利情况分析
 - 5.3.4 市场竞争态势分析
- 5.4 中国电影制作市场分析
 - 5.4.1 国产电影生产规模
 - 5.4.2 制作市场运行特点
 - 5.4.3 制作市场盈利模式
- 5.5 中国电影发行市场分析
 - 5.5.1 电影发行管理政策
 - 5.5.2 电影发行主体分析
 - 5.5.3 发行市场格局改变
- 5.6 中国电影消费市场解析
 - 5.6.1 消费人群分析
 - 5.6.2 受众消费心理
 - 5.6.3 影院消费特点
 - 5.6.4 消费者行为分析

第六章 2015-2017年中国电视产业分析

- 6.1 中国电视业发展概况
 - 6.1.1 产业运行概况
 - 6.1.2 产业转型发展
 - 6.1.3 媒介融合分析

- 6.1.4 行业转型模式
- 6.2 2015年电视行业发展分析
 - 6.2.1 电视市场特征
 - 6.2.2 电视收视市场
 - 6.2.3 电视广告投放分析
 - 6.2.4 网络剧市场分析
 - 6.2.5 综艺节目市场分析
- 6.3 2016年电视行业运行态势
 - 6.3.1 电视市场运行现状
 - 6.3.2 综艺节目市场现状
 - 6.3.3 网络剧市场态势
 - 6.3.4 电视广告投放情况
- 6.4 2015-2017年中国电视收视状况调查分析
 - 6.4.1 电视收视方式
 - 6.4.2 城乡用户比例
 - 6.4.3 用户满意度分析
 - 6.4.4 收视内容偏好
 - 6.4.5 收视行为偏好
 - 6.4.6 电视广告信任度
- 6.5 国内互联网电视产业发展概况
 - 6.5.1 产业概念界定
 - 6.5.2 商业化进程分析
 - 6.5.3 发展问题分析
 - 6.5.4 产业发展建议
- 6.6 2015-2017年中国互联网电视市场发展分析
 - 6.6.1 市场渗透率
 - 6.6.2 市场发展态势
 - 6.6.3 市场运营现状
 - 6.6.4 盈利困境分析
- 6.7 国内电视剧产业发展概况
 - 6.7.1 产业发展历程
 - 6.7.2 行业供求情况
 - 6.7.3 核心要素分析
 - 6.7.4 播出渠道分析
 - 6.7.5 衍生产业开发

6.8 2015-2017年中国电视剧市场发展分析

6.8.1 市场发展要素

6.8.2 市场发展特征

6.8.3 市场运行现状

6.8.4 市场竞争情况

第七章 2015-2017年中国重点地区影视业分析

7.1 北京

7.1.1 影视发展成果

7.1.2 行业创收收入

7.1.3 电影市场统计

7.1.4 发展面临形势

7.1.5 影视建设项目

7.2 上海

7.2.1 行业政策环境

7.2.2 电影市场规模

7.2.3 影视生态变化

7.2.4 市场培育举措

7.3 广东

7.3.1 影视市场现状

7.3.2 总体市场规模

7.3.3 电影行业规模

7.3.4 市场发展态势

7.3.5 未来发展目标

7.4 浙江

7.4.1 市场发展成就

7.4.2 总体经营状况

7.4.3 电影市场规模

7.4.4 影视发展困境

7.5 江苏省

7.5.1 产业发展特点

7.5.2 行业收入分析

7.5.3 电影市场规模

7.5.4 发展面临形势

7.5.5 产业发展障碍

7.5.6 产业支持政策

7.6 河南省

7.6.1 产业发展创新

7.6.2 影视创作情况

7.6.3 对外交流合作

7.6.4 发展存在问题

7.6.5 发展对策建议

7.7 云南

7.7.1 电影运行状况

7.7.2 产业扶持政策

7.7.3 产业基地建设

7.7.4 影视品牌发展

7.7.5 产业发展困境

7.7.6 影视发展思路

7.8 其他地区

7.8.1 山东省

7.8.2 四川省

7.8.3 湖北省

第八章 2015-2017年影视产业竞争与营销分析

8.1 中国电影业国际竞争力

8.1.1 国际竞争力内涵

8.1.2 电影产业价值链

8.1.3 电影产业技术链

8.1.4 电影产业文化链

8.1.5 国际竞争力形成机理

8.2 中国电影业竞争分析

8.2.1 市场参与主体竞争特征

8.2.2 电影制作发行市场竞争格局

8.2.3 电影票房市场竞争格局剖析

8.2.4 中国电影海外市场竞争战略

8.3 中国电视剧竞争分析

8.3.1 电视剧行业竞争的本质

8.3.2 电视剧制作行业竞争格局

8.3.3 视频网站电视剧竞争格局

8.3.4 电视剧行业的不规范竞争现象

8.3.5 电视剧竞争中存在的主要问题

8.3.6 电视剧竞争行业的制胜对策

8.4 电影业营销状况及策略分析

8.4.1 电影营销的典型模式

8.4.2 电影营销大战经典案例盘点

8.4.3 电影营销现实水平分析

8.4.4 微电影营销的战略变革分析

8.4.5 电影营销的问题及建议

8.4.6 国产电影全方位整合营销策略

8.5 电视剧营销分析

8.5.1 电视剧市场营销的目标

8.5.2 电视剧市场营销的环境与形势

8.5.3 中国电视剧市场营销策略

8.5.4 中国电视剧营销模式变革

8.5.5 中国电视剧营销竞争格局与趋势

8.5.6 电视剧营销的要点及思路分析

第九章 2015-2017年国外重点影视企业经营状况

9.1 时代华纳 (Time Warner)

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 2015年经营状况

9.1.3 2016年经营状况

9.1.4 2017年经营状况

9.2 迪士尼 (The Walt Disney Company Group)

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 2015财年经营状况

9.2.3 2016财年经营状况

9.2.4 2017财年经营状况

9.3 维亚康姆 (Viacom)

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 2015财年经营状况

9.3.3 2016财年经营状况

9.3.4 2017财年经营状况

9.4 索尼公司

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 2015财年经营状况

9.4.3 2016财年经营状况

9.4.4 2017财年经营状况

第十章 2015-2017年国内重点影视企业经营状况

10.1 中视传媒股份有限公司

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 经营效益分析

10.1.3 业务经营分析

10.1.4 财务状况分析

10.1.5 未来前景展望

10.2 东方明珠新媒体股份有限公司

10.2.1 企业发展概况

10.2.2 经营效益分析

10.2.3 业务经营分析

10.2.4 财务状况分析

10.2.5 未来前景展望

10.3 湖南电广传媒股份有限公司

10.3.1 企业发展概况

10.3.2 经营效益分析

10.3.3 业务经营分析

10.3.4 财务状况分析

10.3.5 未来前景展望

10.4 华谊兄弟传媒股份有限公司

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 经营效益分析

10.4.3 业务经营分析

10.4.4 财务状况分析

10.4.5 未来前景展望

10.5 北京光线传媒股份有限公司

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 经营效益分析

10.5.3 业务经营分析

10.5.4 财务状况分析

10.5.5 未来前景展望

10.6 浙江华策影视股份有限公司

10.6.1 企业发展概况

10.6.2 经营效益分析

10.6.3 业务经营分析

10.6.4 财务状况分析

10.6.5 未来前景展望

10.7 北京华录百纳影视股份有限公司

10.7.1 企业发展概况

10.7.2 经营效益分析

10.7.3 业务经营分析

10.7.4 财务状况分析

10.7.5 未来前景展望

10.8 中国电影股份有限公司

10.8.1 企业发展概况

10.8.2 经营效益分析

10.8.3 业务经营分析

10.8.4 财务状况分析

10.8.5 未来前景展望

10.9 橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司

10.9.1 企业发展概况

10.9.2 2015年经营状况

10.9.3 2016年经营状况

10.9.4 2017年经营状况

第十一章 2015-2017年中国电影行业投资运作分析

11.1 中国电影业的SWOT分析

11.1.1 优势

11.1.2 劣势

11.1.3 机遇

11.1.4 威胁

11.2 中国电影产业投资状况

11.2.1 行业主要投资领域

11.2.2 电影制片投融资分析

11.2.3 电影发业投资价值

- 11.2.4 产业投资壁垒分析
- 11.2.5 产业投融资风险分析
- 11.3 中国电影产业投资策略分析
 - 11.3.1 电影产业投资建议
 - 11.3.2 降低投资风险策略
 - 11.3.3 完善行业融资体制
 - 11.3.4 国外投融资模式借鉴
- 11.4 中国电影众筹模式分析
 - 11.4.1 电影行业众筹现状
 - 11.4.2 众筹对产业的影响
 - 11.4.3 众筹模式缺点分析
 - 11.4.4 众筹模式发展展望

第十二章 2015-2017年电视产业投资运作分析

- 12.1 电视产业投资机会
 - 12.1.1 节目生产与销售
 - 12.1.2 电视收视网络
 - 12.1.3 电视广告
 - 12.1.4 技术设备生产与销售
 - 12.1.5 电视购物
- 12.2 电视剧产业投资分析
 - 12.2.1 产业制作资金来源
 - 12.2.2 电视剧行业投资情况
 - 12.2.3 电视剧投资要点
 - 12.2.4 产业投融资发展趋势
- 12.3 电视剧行业投资风险及建议
 - 12.3.1 行业进入壁垒
 - 12.3.2 投资风险及其原因
 - 12.3.3 电视剧制作风险
 - 12.3.4 投资风险规避策略

第十三章 2018-2022年影视产业前景与趋势分析

- 13.1 中国影视产业未来发展展望
 - 13.1.1 绿色影视发展空间大
 - 13.1.2 动漫影视发展前景分析

13.1.3 影视产业发展趋势分析

13.2 2018-2022年中国影视产业预测分析

13.2.1 中国影视产业发展因素分析

13.2.2 2018-2022年中国广播影视行业总收入预测

13.2.3 2018-2022年中国电影票房收入预测

13.2.4 2018-2022年中国电视剧市场规模预测

图表详见正文（GYLPJP）

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/yingshidongman/304111304111.html>