

# 2021年中国影视市场分析报告- 行业竞争格局与未来趋势研究

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《2021年中国影视市场分析报告-行业竞争格局与未来趋势研究》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/yingshidongman/536211536211.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

近年来，我国影视业在居民收入稳步提高以及消费升级的驱动下持续保持快速增长的态势。根据数据显示，2019年我国影院数量和影院影幕已经分别达到了1.24万家和6.98万块，增速均在10%以上；2020年在疫情影响下将有所下降。

2013-2019年中国影院数量及增长情况 数据来源：国家电影局

2013-2019年中国影院影幕数量及增长情况 数据来源：国家电影局

而在票房方面，2019年因监管政策全方位收紧，影视行业进入调整出清阶段，上市公司业绩大幅滑坡；2020年因疫情影响，业绩大概率遭遇滑铁卢。但是，中国电影市场在全球各大电影市场中率先复苏，票房首次超过北美，成为全球第一大票仓。据国家电影局发布数据，2020年全国电影总票房204.17亿元，同比下降68.33%；国产影片票房170.93亿元，在总票房中占比83.72%，同比下降幅57.52%。

2012-2020年我国电影票房总收入及增长情况 数据来源：国家电影局

### 一、供应商的议价能力

供应商是指提供产品或服务的企业或个人。供应商的议价能力取决于产品或服务对买方市场的重要程度。当供应商数量有限、所提供产品或服务的专业程度较高并不可替代时，供应商的议价能力就会迅速提升，甚至成为产业环节中的决定性因素。目前，我国影视产业的供应商主要是电影创作者。我国传统电影厂体制是师徒制传承，从学校毕业到成为一名导演至少要经过数年时间，这一点一滴的学习与积累体现着传统电影人的工匠精神。而如今在互联网的冲击下，众多的网络电影和剧集市场能够给年轻的电影人更多机会，电影人才正在向其他视听产品类型流动。因此，我国影视产业供应商的议价能力中等偏强。

### 二、购买者的议价能力

购买者即是购买某个行业商品或服务的人群，其议价能力与影视内容生产与定价策略息息相关。目前，我国影视产业的购买者主要是观众。观众在传统影院观影会受到电影档期、排片次序的限制，因而只能在有限片目中选择观影，观众的议价能力相对较低。而在线上放映中，视频种类及视频内容的爆炸性增长，极大提升了观众的选择权与选择范围，从而提升了观众的议价能力。如今大量影视作品选择改编受年轻观众喜爱的文学与游戏“IP”，内容形式极力迎合核心观众群体，本质上就是为了争夺用户时间，获取观众对影视作品的选择倾向。由此可见，在影视观众的议价能力得到显著提高之后，观众便成为左右内容生产的重要决策因素。

### 三、新进入者的威胁

当外来者进入到某一行业时，必然为该行业带来新的生产能力与资源，并与现有产品在市场份额和原材料供给方面展开激烈竞争。我国影视产业最大的新进入者是短视频。短视频是近两年发展起来的新媒体形式。作为应对碎片化时间的视频娱乐形式，短视频的时长限定在几分钟内，内容涵盖世界各地的新鲜故事与情境，内容生产者也涵盖了社会各阶层。与

此同时，借助片方的力量，短视频平台对正式加入影视产业跃跃欲试。比如“抖音”短视频的母公司字节跳动与电影《囧妈》的出品方欢喜传媒合作，以6.3亿元的价格从后者处购买了《囧妈》的独家版权，首次将大银幕电影搬上短视频平台免费播放，在业界造成了极大轰动。

此外，电影行业既有的竞争市场的行业壁垒在互联网及资本的冲击下变得不再坚不可摧，融媒体的信息化发展增强了电影的商品化属性。在院线电影、网络电影和网剧竞争得如火如荼，各大视频网站以为可以坐收渔翁之利之时，短视频平台凭借其优越的跨行业嫁接能力与消费转化能力成为影视产业强劲的闯入者，对传统电影生态格局构成威胁。

#### 四、替代品的威胁

替代品威胁是指替代品对企业现有产品的价格及盈利能力产生限制。在线上视听娱乐内容的选择中，网络电影、网剧和线上播放的电视剧近年来作为院线电影的替代品，对院线电影产生了愈发明显的冲击。比如从“网感”十足的《万万没想到》系列到今天的具有“电影质感”《隐秘的角落》，网络剧凭借制作质量的提升，以及多样化的内容类型受到了大批青年观众的喜爱。在这种情况下，日益强盛的网络电影、网剧和线上电视剧势必分流传统电影的受众。

#### 五、同业竞争者的竞争程度

近年来，重点影片的票房占比持续上升，2015年TOP10的票房比例为30%，2019年上升到44.5%。随着网上票务的普及和口碑传播效应的影响，电影行业强者恒强现象凸显。

2015-2019年Top10影片市场集中度趋势 数据来源：公开资料整理

同时，2020年受疫情影响，我国影视产业加速出清，市场进入大调整。我国大部分上市影院公司直接经营和特许经营的比例大相径庭，具有优秀现金流的龙头企业进入市场兼并重组，实现逆势扩张。因此，预计市场整合后，领先影院的市场集中度和银幕效率将提高。

2019年全国五十大院线经营情况

序号

院线

影院（家）

银幕（块）

座位（个）

场次（万场）

人次（万人）

票房（万元）

1

万达院线

647

5,666

877,392

956.59

20,955.80

816,676.55

2

广东大地

1,120

6,760

850,916

1,195.96

17,415.21

581,694.84

3

上海联和

635

4,089

584,921

639.09

12,869.79

475,168.55

4

中影南方新干线

845

5,020

606,215

898.84

12,698.66

426,575.66

5

中影数字

873

5,589

722,521

949.79

12,350.46

417,623.05

6

中影星美

487

3,076

406,901

597.49

9,243.42

313,632.43

7

广州金逸珠江

422

2,630

397,990

498.87

8,234.71

286,176.66

8

横店影视

455

2,796

384,759

586.41

7,831.97

250,134.08

9

江苏幸福蓝海

387

2,433

318,745

414.51

6,890.53

234,704.74

10

华夏联合

415

2,472

327,860

440.29

6,417.86

217,803.00

11

四川太平洋

319

1,837

225,182

311.09

5,214.08

175,742.42

12

浙江时代

356

2,401

294,434

410.97

5,412.54

175,453.39

13

重庆保利万和

203

1,292

181,413

235.21

3,892.91

136,988.16

14

北京红鲤鱼

785

2,808

294,115

481.82

3,264.39

118,492.95

15

河南奥斯卡

277

1,466

174,267

213.56

3,460.24

109,030.75

16

北京新影联

119

752

117,676

119.94

2,597.10

96,654.07

17

湖北银兴

131

847

119,482

159.39

2,695.15

85,959.06

18

长城沃美

90

756

94,771

142.46

2,135.78

74,450.03



19

辽宁中影北方

175

1,015

119,411

187.84

2,312.27

73,482.55

20

浙江星光

108

768

97,858

137.24

1,987.87

67,829.84数据来源：公开资料整理

但在企业注册量方面，企查查数据显示，目前我国共有63.8万家影视相关企业，2020年共新注册企业11.9万家，同比下降15%。其中，近7成的影视相关企业注册资本在500万以内，占据了行业的大多数；注册资本在3000万以上的占5%。

2011-2020年我国影视产业相关企业注册量统计情况 数据来源：企查查

全国影视相关企业注册资本分布情况 数据来源：企查查（WYD）

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年中国影视市场分析报告-行业竞争格局与未来趋势研究》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。

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年中国影视行业发展概述

#### 第一节 影视行业发展情况概述

- 一、影视行业相关定义
- 二、影视行业基本情况介绍
- 三、影视行业发展特点分析
- 四、影视行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、影视行业需求主体分析

#### 第二节 中国影视行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、影视行业产业链条分析
- 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 中国影视行业生命周期分析

- 一、影视行业生命周期理论概述
- 二、影视行业所属的生命周期分析

#### 第四节 影视行业经济指标分析

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

#### 第五节 中国影视行业进入壁垒分析

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

### 第二章 2017-2020年全球影视行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球影视行业发展历程回顾

#### 第二节 全球影视行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲影视行业地区市场分析

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

#### 第四节 北美影视行业地区市场分析

- 一、北美影视行业市场现状分析
- 二、北美影视行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美影视行业市场前景分析

#### 第五节 欧洲影视行业地区市场分析

- 一、欧洲影视行业市场现状分析
- 二、欧洲影视行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲影视行业市场前景分析

#### 第六节 2021-2026年世界影视行业分布走势预测

#### 第七节 2021-2026年全球影视行业市场规模预测

### 第三章 中国影视产业发展环境分析

#### 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 中国影视行业运行情况

### 第一节 中国影视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 中国影视行业市场规模分析

### 第三节 中国影视行业供应情况分析

### 第四节 中国影视行业需求情况分析

### 第五节 我国影视行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

#### 三、其它细分市场

### 第六节 中国影视行业供需平衡分析

### 第七节 中国影视行业发展趋势分析

## 第五章 中国影视所属行业运行数据监测

### 第一节 中国影视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年中国影视市场格局分析

##### 第一节 中国影视行业竞争现状分析

##### 一、中国影视行业竞争情况分析

##### 二、中国影视行业主要品牌分析

##### 第二节 中国影视行业集中度分析

##### 一、中国影视行业市场集中度影响因素分析

##### 二、中国影视行业市场集中度分析

##### 第三节 中国影视行业存在的问题

##### 第四节 中国影视行业解决问题的策略分析

##### 第五节 中国影视行业钻石模型分析

##### 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年中国影视行业需求特点与动态分析

##### 第一节 中国影视行业消费市场动态情况

##### 第二节 中国影视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 影视行业成本结构分析

##### 第四节 影视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 中国影视行业价格现状分析

#### 第六节 中国影视行业平均价格走势预测

##### 一、中国影视行业价格影响因素

##### 二、中国影视行业平均价格走势预测

##### 三、中国影视行业平均价格增速预测

### 第八章 2017-2020年中国影视行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国影视行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区影视市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区影视市场规模分析

##### 四、华东地区影视市场规模预测

#### 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、华中地区影视市场规模分析

##### 四、华中地区影视市场规模预测

#### 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、华南地区影视市场规模分析

##### 四、华南地区影视市场规模预测

### 第九章 2017-2020年中国影视行业竞争情况

#### 第一节 中国影视行业竞争结构分析（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年中国影视行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国影视行业未来发展前景分析

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

### 第二节 中国影视行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国影视行业市场发展预测

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

### 第四节 中国影视行业盈利走势预测

- 一、中国影视行业毛利润同比增速预测
- 二、中国影视行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国影视行业投资风险与营销分析

### 第一节 影视行业投资风险分析

- 一、影视行业政策风险分析
- 二、影视行业技术风险分析
- 三、影视行业竞争风险分析
- 四、影视行业其他风险分析

### 第二节 影视行业应对策略

- 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年中国影视行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国影视行业品牌战略分析

- 一、影视企业品牌的重要性



二、影视企业实施品牌战略的意义

三、影视企业品牌的现状分析

四、影视企业的品牌战略

五、影视品牌战略管理的策略

第二节 中国影视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、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 影视行业竞争力提升策略

一、影视行业产品差异性策略

二、影视行业个性化服务策略

三、影视行业的促销宣传策略

四、影视行业信息智能化策略

五、影视行业品牌化建设策略

六、影视行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国影视行业发展策略及投资建议

第一节 中国影视行业产品策略分析

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 中国影视行业营销渠道策略

一、影视行业渠道选择策略

二、影视行业营销策略

第三节 中国影视行业价格策略

#### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国影视行业重点投资区域分析

二、中国影视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/536211536211.html>