

2021年中国网络大电影市场分析报告- 行业竞争现状与发展前景预测

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国网络大电影市场分析报告-行业竞争现状与发展前景预测》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/536789536789.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

网络大电影指在互联网首发，时长超过60分钟且具备完整的电影结构与容量、制作精良、符合国家相关政策法规的电影。按电影内容分类，网络大电影同院线电影一样可分为爱情片、剧情片、喜剧片、犯罪片、悬疑片、魔幻片等类型。根据数据显示，2018年我国网络大电影新上映影片类型中，爱情类电影占27.7%，悬疑类电影占16.9%，动作类电影占16.7%，喜剧类电影11.2%，剧情类电影占9.7%，这几类影片总计占到全年上映电影数量的82.2%。

2018年我国上映网络大电影影片类型占比情况

数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国网络大电影行业市场规模为26.8亿元，较上年同比增长61.4%；2019年，我国网络大电影行业市场规模为**亿元，较上年同比增长**%。

2015-2019年我国网络大电影行业市场规模及增速

数据来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) IP系列化和内容精品化带来持久影响力和爆发力：不同于发展初期“蹭IP”的营销策略，网络大电影制片方开始逐步培养打造自有IP并将其系列化，以获得持续的关注。目前，部分影片已拥有自身IP或由热点IP改编，如《灵魂摆渡·黄泉》是热门网剧《灵魂摆渡》延伸制作的网络大电影。打造网络大电影系列IP可为制片方带来持久的影响力，一旦优质IP系列打造成功，随之而来的是IP系列化带来的持久影响力和爆发力。

(2) 低成本高收益吸引传统影视公司纷纷入局：网络大电影在制作成本、制作周期与成本回收期上与院线影片存在显著差异。网络大电影制作成本远小于院线电影，通常在50万至500万元之间。同时，网络大电影制作周期较短，审核较为宽松，制作周期通常在1至2个月，投资成本回收周期在6个月左右。而院线电影制作周期通常在1-2年，审查较为严格，内容和品质通常要高于网络大电影，投资回收周期通常在12-15个月之间。

网络大电影的低成本高收益引得传统影视公司纷纷入局。头部企业如华谊兄弟、欢瑞世纪等传统影视公司新设立或收购了新媒体子公司以布局网络大电影行业。同时，更多的院线电影公司如光线传媒、山影集团等开始将注意力转向网络大电影，在传统影视市场外积极尝试纯网发行电影的创新模式。此外，视频网站也在利用网络大电影市场探寻更多的商业模式，如爱奇艺将文学版权开放给网络大电影出品方，爱奇艺、腾讯视频等公司计划联合开发10部动漫改编的网络大电影。传统影视公司和实力强劲的视频网站入局使网络大电影的市场空间与创作可能性不断拓宽，也为网络大电影精品化发展提供有力保障。

我国网络大电影行业优势

数据来源：公开资料整理

二、劣势分析

(1) 版权意识薄弱，行业抄袭模仿问题严重：网络大电影飞速发展至今，还存在诸多问题与弊病，其中尤为突出的一项就是版权规范不足，版权意识薄弱，行业抄袭模仿问题严重。这导致网络大电影同质化严重，难以吸引观众。

(2) 市场口碑较差：中国网络大电影在发展的过程中，给不少观众留下了“三俗”、“低劣”的印象，不断透支观众对网络大电影的信任，对网络大电影行业造成了不良影响。2016年开始，国家逐步加强了对网络大电影行业的监管，不符合要求的影片逐步退出市场，观众对网络大电影固有的负面印象和偏见也在逐步的改善。

(3) 题材创新不足：据中国网络视听节目服务协会统计数据显示，2018年网络大电影各题材播放量中，动作、悬疑、爱情、奇幻、喜剧几种类型题材占据整个市场86.6%的份额。分账排行榜中，也多以玄幻、悬疑、动作类型片居多，影片同质化严重。市场利益导向使得片方和创作者难以按照自身的创作意向去打磨优质作品，只得跟随大环境下的消费者偏好进行创作，对公共IP过度依赖，题材创新不足，无法形成自身的竞争优势。

我国网络大电影行业劣势

数据来源：公开资料整理

三、 机遇分析

(1) 版权保护意识提升，互联网用户的付费习惯开始逐渐养成：近年来，中国居民的版权意识不断提升，中国政府也陆续出台了版权保护政策，如2015年，国务院印发了《关于加强互联网领域侵权假冒行为治理的意见》，严厉打击互联网领域侵权假冒违法行为，积极营造开放、规范、诚信、安全的网络交易环境。

版权保护意识的提升，使得我国互联网用户的付费习惯开始逐渐养成。根据数据显示，我国网络视频付费用户规模由2017年的2.8亿人增长至2018年的3.47亿人，付费意愿明显提升。我国网络视频付费用户的大规模增长，为网络视频行业的发展打下了良好的基础，而网络大电影作为网络视频的一个分支，同样受益于网络付费规模的大幅提升，未来发展潜力可期。

2017-2018年我国网络视频付费用户规模

数据来源：公开资料整理

(2) 政策驱动行业规范化发展：近年来，我国政府出台多项政策，加大对网络大电影等相关行业的整治力度，促进行业良性发展。

如2018年7月，国家广播电视总局在《国家广播电视总局职能配置、内设机构和人员编制规定》中明确规定了国家广播电视总局的主要职责，网络视听节目服务管理职能得到进一步明确，包括“监督管理、审查广播电视节目、网络视听节目的内容和质量”等。

2018年10月，国家广播电视总局在《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》中提出加大电视剧网络剧（含网络电影）治理力度，促进行业良性发展。严格执行已出台的电视剧网络剧（含网络电影）成本配置比例行业自律规定，每部电视剧网络剧（含网络电影）全部演员片酬不超过制作总成本的40%，其中主要演员不超过总片酬的70%。坚持同一标准、同一尺度，维护广播电视与网络视听节目的健康有序发展。广播与电视、上

星频道与地面频道、网上与网下要坚持统筹管理、统一标准。

我国网络大电影行业相关政策

日期

政策名称

制定部门

主要内容

2018.10

《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》

国家广播电视总局

加大电视剧网络剧（含网络电影）治理力度，促进行业良性发展。严格执行已出台的电视剧网络剧（含网络电影）成本配置比例行业自律规定，每部电视剧网络剧（含网络电影）全部演员片酬不超过制作总成本的40%，其中主要演员不超过总片酬的70%。坚持同一标准、同一尺度，维护广播电视与网络视听节目的健康有序发展。广播与电视、上星频道与地面频道、网上与网下要坚持统筹管理、统一标准

2018.07

《国家广播电视总局职能配置、内设机构和人员编制规定》

国家广播电视总局

明确规定了国家广播电视总局的主要职责，网络视听节目服务管理职能得到进一步明确，包括“监督管理、审查广播电视节目、网络视听节目的内容和质量”等

2018.03

《关于进一步规范网络视听节目传播秩序的通知》

（原）国家广播电视总局

各视听节目网站播出的片花、预告片所对应的节目必须是合法的广播影视节目、网络原创视听节目。未取得许可证的影视剧、未备案的网络原创视听节目，以及被广播影视行政部门通报或处理过的广播影视节目、网络视听节目，对应的片花、预告片也不得播出

2018.01

《进一步加强广播电视节目备案管理和违规处理的通知》

（原）国家广播电视总局

广播电视节目要坚持讲品味、讲格调、讲责任，坚决抵制低俗、庸俗、媚俗。要进一步完善问题节目整改、警告、停播制度，严肃整治在政治导向、价值导向、审美导向上出现的问题。所有受到总局整改、警告、停播处理的节目，一律不得以成片、剪辑、花絮等各种形式复播、重播或变相播出，包括不得通过各种形式转移到互联网新媒体上播出

2017.06

《关于进一步加强网络视听节目创作播出管理的通知》

（原）国家广播电视总局

各类网络视听节目的创作和生产都要紧紧围绕培育和弘扬社会主义核心价值观，在落细落小落实上下功夫，唱响主旋律、传播正能量。网络综艺节目、网络剧、网络电影等要坚决反对天价追星、无聊游戏、奢华盛宴等不良风气，避免助长游戏人生心态和浮夸之风；要维护公序良俗，绝不能用作假作秀、故意激化矛盾、放大非理性情绪等错误方式误导受众，混淆是非。要坚持把社会效益放在首位，绝不能制造低俗噱头，展示丑行恶态，呈现阴暗晦涩，渲染色情暴力

2017.03

《中华人民共和国电影产业促进法》

全国人民代表大会常务委员会

明确网络大电影的审核标准，未来网络大电影与院线电影审查标准将统一

2016.12

《关于进一步加强网络原创视听节目规划建设和管理的通知》

(原) 国家广播电视总局

各省级新闻出版广电行政部门要按照属地管理原则切实履行管理职责，积极督促互联网视听节目服务单位落实总编辑负责制，对网络原创视听节目规划、创作、生产、审核等各个环节严格把关;要加强网上原创视听节目的内容监看监管，对重点网络原创视听节目在上线前应当组织进行内容抽查;要进一步加强互联网视听节目服务单位播放行为的监管

数据来源：公开资料整理

(3) 优质影片“上线”，行业发展空间较大：虽然监管趋严后大批网络大电影制片企业退出市场，但优质影片仍获得了不菲的回报。如2018年上线88天即获得票房分账5,078万元的《大蛇》，其投资成本仅为700万左右，回报率高达625.4%。又如《睡沙发的人》入围了第11届FIRST影展竞赛单元，并获最佳演员提名，因其跳脱出社会热门议题，同时具备轻松诙谐、灵动有趣的特性，在爱奇艺平台上线10天即收回了成本。低成本高回报的驱使越来越多的制片企业开始寻找优秀剧本，挖掘更多独特的题材，也有许多制作传统院线电影的企业开始涉足网络大电影行业，推动着行业的发展。

四、威胁分析

(1) 资本裹挟：由于网络大电影在发展初期投资成本低，大量资本竞相涌入，抱着投机心理进行投资，导致网络大电影的发展受到资本的裹挟，各参与方缺乏对电影艺术的敬畏难以生产出品质优良的影片。例如，网络大电影试图通过模仿热点影片题目博人眼球、以打“擦边球”的题材来吸引消费者的注意力。如2016年冯小刚导演作品《我不是潘金莲》上映前后，出现了大批“山寨”影片，《我是潘金莲》、《潘金莲就是我》、《到底谁是潘金莲》、《我不是你的潘金莲》、《我不做潘金莲》等影片片名令观众眼花缭乱，难辨真假。网络大电影通过模仿知名度高的影片来吸引关注，部分消费者在点开影片后才发现受到“欺骗”，对行业造成了负面影响。

(2) 专业人才匮乏：网络大电影行业所涉及的从业人员主要有制片人、导演、编剧、

项目策划、投资人、摄影录音剪辑工作人员、演职人员、宣发人员等。由于资金有限，在制作影片的过程中，很多人员都身兼数职，同时担任导演和编剧或是同时担任投资人与制片人的现象屡见不鲜。部分从业人员从其他行业转行而来，此前多为从事院线电影、电视剧拍摄，广告、微电影制作等相关工作；部分人员此前从事职业与电影行业完全无关。行业从业人员经历和构成都较为复杂，整体专业素养偏低，专业人才稀缺。各类专业人才的匮乏使得网络大电影的整体品质难以得到保证，不利于行业良性发展。

威胁我国网络大电影行业发展因素分析

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年中国网络大电影市场分析报告-行业竞争现状与发展前景预测》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年中国网络大电影行业发展概述

第一节 网络大电影行业发展情况概述

一、网络大电影行业相关定义

二、网络大电影行业基本情况介绍

三、网络大电影行业发展特点分析

四、网络大电影行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、网络大电影行业需求主体分析

第二节 中国网络大电影行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、网络大电影行业产业链条分析

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、中国网络大电影行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国网络大电影行业生命周期分析

一、网络大电影行业生命周期理论概述

二、网络大电影行业所属的生命周期分析

第四节 网络大电影行业经济指标分析

一、网络大电影行业的赢利性分析

二、网络大电影行业的经济周期分析

三、网络大电影行业附加值的提升空间分析

第五节 中国网络大电影行业进入壁垒分析

一、网络大电影行业资金壁垒分析

二、网络大电影行业技术壁垒分析

三、网络大电影行业人才壁垒分析

四、网络大电影行业品牌壁垒分析

五、网络大电影行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球网络大电影行业市场发展现状分析

第一节 全球网络大电影行业发展历程回顾

第二节 全球网络大电影行业市场区域分布情况

第三节 亚洲网络大电影行业地区市场分析

一、亚洲网络大电影行业市场现状分析

二、亚洲网络大电影行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲网络大电影行业市场前景分析

第四节 北美网络大电影行业地区市场分析

一、北美网络大电影行业市场现状分析

二、北美网络大电影行业市场规模与市场需求分析

三、北美网络大电影行业市场前景分析

第五节 欧洲网络大电影行业地区市场分析

一、欧洲网络大电影行业市场现状分析

二、欧洲网络大电影行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲网络大电影行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界网络大电影行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球网络大电影行业市场规模预测

第三章 中国网络大电影产业发展环境分析

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、全社会消费品网络大电影总额

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 中国网络大电影行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国网络大电影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 中国网络大电影行业运行情况

第一节 中国网络大电影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 中国网络大电影行业市场规模分析

第三节 中国网络大电影行业供应情况分析

第四节 中国网络大电影行业需求情况分析

第五节 我国网络大电影行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国网络大电影行业供需平衡分析

第七节 中国网络大电影行业发展趋势分析

第五章 中国网络大电影所属行业运行数据监测

第一节 中国网络大电影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 中国网络大电影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 中国网络大电影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年中国网络大电影市场格局分析

第一节 中国网络大电影行业竞争现状分析

一、中国网络大电影行业竞争情况分析

二、中国网络大电影行业主要品牌分析

第二节 中国网络大电影行业集中度分析

一、中国网络大电影行业市场集中度影响因素分析

二、中国网络大电影行业市场集中度分析

第三节 中国网络大电影行业存在的问题

第四节 中国网络大电影行业解决问题的策略分析

第五节 中国网络大电影行业钻石模型分析

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年中国网络大电影行业需求特点与动态分析

第一节 中国网络大电影行业消费市场动态情况

第二节 中国网络大电影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 网络大电影行业成本结构分析

第四节 网络大电影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 中国网络大电影行业价格现状分析

第六节 中国网络大电影行业平均价格走势预测

一、中国网络大电影行业价格影响因素

二、中国网络大电影行业平均价格走势预测

三、中国网络大电影行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国网络大电影行业区域市场现状分析

第一节 中国网络大电影行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区网络大电影市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区网络大电影市场规模分析

四、华东地区网络大电影市场规模预测

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、华中地区网络大电影市场规模分析

四、华中地区网络大电影市场规模预测

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、华南地区网络大电影市场规模分析

四、华南地区网络大电影市场规模预测

第九章 2017-2020年中国网络大电影行业竞争情况

第一节 中国网络大电影行业竞争结构分析（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 中国网络大电影行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国网络大电影行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 网络大电影行业企业分析（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年中国网络大电影行业发展前景分析与预测

第一节 中国网络大电影行业未来发展前景分析

一、网络大电影行业国内投资环境分析

二、中国网络大电影行业市场机会分析

三、中国网络大电影行业投资增速预测

第二节 中国网络大电影行业未来发展趋势预测

第三节 中国网络大电影行业市场发展预测

一、中国网络大电影行业市场规模预测

二、中国网络大电影行业市场规模增速预测

三、中国网络大电影行业产值规模预测

四、中国网络大电影行业产值增速预测

五、中国网络大电影行业供需情况预测

第四节 中国网络大电影行业盈利走势预测

一、中国网络大电影行业毛利润同比增速预测

二、中国网络大电影行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国网络大电影行业投资风险与营销分析

第一节 网络大电影行业投资风险分析

一、网络大电影行业政策风险分析

二、网络大电影行业技术风险分析

三、网络大电影行业竞争风险分析

四、网络大电影行业其他风险分析

第二节 网络大电影行业应对策略

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年中国网络大电影行业发展战略及规划建议

第一节 中国网络大电影行业品牌战略分析

一、网络大电影企业品牌的重要性

二、网络大电影企业实施品牌战略的意义

三、网络大电影企业品牌的现状分析

四、网络大电影企业的品牌战略

五、网络大电影品牌战略管理的策略

第二节 中国网络大电影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 中国网络大电影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 网络大电影行业竞争力提升策略

一、网络大电影行业产品差异性策略

二、网络大电影行业个性化服务策略

三、网络大电影行业的促销宣传策略

四、网络大电影行业信息智能化策略

五、网络大电影行业品牌化建设策略

六、网络大电影行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国网络大电影行业发展策略及投资建议

第一节 中国网络大电影行业产品策略分析

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 中国网络大电影行业营销渠道策略

一、网络大电影行业渠道选择策略

二、网络大电影行业营销策略

第三节 中国网络大电影行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国网络大电影行业重点投资区域分析

二、中国网络大电影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/536789536789.html>