

2018年中国影视剧制作市场分析报告- 行业深度分析与发展前景研究

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年中国影视剧制作市场分析报告-行业深度分析与发展前景研究》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/329357329357.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

随着国民经济的持续快速增长，我国居民对文化娱乐产品的消费欲望、消费能力快速提升。近年来，我国相继出台一系列政策法规支持文化产业的发展，在此背景下，影视剧及其衍生行业迅猛发展，已经成为文化产业最具发展潜力的子行业。电视剧市场虽然属于传统意义上的行政管制行业，但是随着国务院及相关部门先后出台多项政策，要求电视剧“制播分离”的同时，支持民间资金进入。目前，电视剧市场整体呈现出竞争度高，集中度低，民营企业竞争力增强等特点。随着电视剧制作的政策准入门槛降低，市场上参与企业显著增加。

电视剧行业经过长时间的发展，电视剧已经形成从制作到售卖到最终受众的完整产业链。

影视剧产业链 资料来源：公开资料整理

影视剧公司的影视剧产品的风险因素： 1、影视剧产品适销性风险。

影视剧产品作为文化产品的一种，其价值评判标准主要基于消费者的主观体验及独立判断，而消费者的主观体验和判断标准则会随着年龄、社会环境、文化程度等的变化而变化。因此，影视剧产品不仅要吻合广大消费者目前的主观喜好，更要做到对未来发展趋势预判，使得影视剧产品面世时还能够符合当时的潮流和消费者喜好。由于对观众主观偏好的预测是创作者的主观判断，若创作者不能及时、准确把握观众主观偏好变化，公司参与联合摄制的影视剧作品有可能因题材定位、故事人物、演职人员风格及影视剧制作水平等原因，不被市场接受和认可，影视剧产品的票房或收视率可能会受到较大的打击，从而给公司带来较大的投资风险，影响公司的财务状况和经营业绩。 2、制作成本上升风险。

近年来，物价水平不断上升，影视剧作品制作成本也不断攀升，制作成本、发行成本，特别是演员片酬等增长速度极快。另外，影视剧大制作、精品化、明星化的发展趋势也推高了影视剧制作成本。如果公司影视剧作品的制作成本上升而销售价格不能同比上涨，公司将面临联合摄制影视剧利润空间被压缩、盈利能力下滑的风险。

3、市场竞争加剧风险。

随着文化体制改革的不断深入，我国对境内资本从事影视剧制作业务已基本放开，政策准入门槛较低，从事影视剧制作业务的企业数量不断增加。其中，国有制作机构队伍起步较早，实力相对比较强大，同时近几年涌现出一些实力较强、品牌形象较好的民营制作机构。在此情况下，各机构为了抢占行业资源，竞争会不断加剧，也会扩大企业间的实力差距，因此，中小规模的影视制作公司面临着被淘汰的风险。 5、专业人才流失风险。

影视剧公司的核心竞争力来自于公司管理人员在文化传媒领域从业多年所积累的丰富经验和资源，因此，人才对影视剧企业至关重要。由于近年来我国影视剧行业蓬勃发展并带动了广告植入等衍生业务，因此，对影视剧策划、编剧、制作和发行及衍生业务相关人才的需求逐步增加。面对这一情况，公司可能无法持续保留和吸引专业人才，进而对公司的影视剧及相关衍生业务发展的产生不利影响。 观研天下发布的《2018年中国影视剧制作市

场分析报告-行业深度分析与发展前景研究》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。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统计数据，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、影视剧制作T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 2015-2017年中国影视剧制作行业发展概述

第一节 影视剧制作行业发展情况概述

一、影视剧制作行业相关定义

二、影视剧制作行业基本情况介绍

三、影视剧制作行业发展特点分析

第二节 中国影视剧制作行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、影视剧制作行业产业链条分析

三、中国影视剧制作行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国影视剧制作行业生命周期分析

一、影视剧制作行业生命周期理论概述

二、影视剧制作行业所属的生命周期分析

第四节 影视剧制作行业经济指标分析

一、影视剧制作行业的赢利性分析

二、影视剧制作行业的经济周期分析

三、影视剧制作行业附加值的提升空间分析

第五节 国中影视剧制作行业进入壁垒分析

一、影视剧制作行业资金壁垒分析

二、影视剧制作行业技术壁垒分析

三、影视剧制作行业人才壁垒分析

四、影视剧制作行业品牌壁垒分析

五、影视剧制作行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球影视剧制作行业市场发展现状分析

第一节 全球影视剧制作行业发展历程回顾

第二节 全球影视剧制作行业市场区域分布情况

第三节 亚洲影视剧制作行业地区市场分析

一、亚洲影视剧制作行业市场现状分析

二、亚洲影视剧制作行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲影视剧制作行业市场前景分析

第四节 北美影视剧制作行业地区市场分析

一、北美影视剧制作行业市场现状分析

二、北美影视剧制作行业市场规模与市场需求分析

三、北美影视剧制作行业市场前景分析

第五节 欧盟影视剧制作行业地区市场分析

一、欧盟影视剧制作行业市场现状分析

二、欧盟影视剧制作行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟影视剧制作行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界影视剧制作行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球影视剧制作行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国影视剧制作产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

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 中国影视剧制作行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国影视剧制作产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、影视剧制作环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国影视剧制作行业运行情况

第一节 中国影视剧制作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 中国影视剧制作行业市场规模分析

第三节 中国影视剧制作行业供应情况分析

第四节 中国影视剧制作行业需求情况分析

第五节 中国影视剧制作行业供需平衡分析

第六节 中国影视剧制作行业发展趋势分析

第五章 中国影视剧制作所属行业运行数据监测

第一节 中国影视剧制作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 中国影视剧制作所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国影视剧制作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 2015-2017年中国影视剧制作市场格局分析

第一节 中国影视剧制作行业竞争现状分析

一、中国影视剧制作行业竞争情况分析

二、中国影视剧制作行业主要品牌分析

第二节 中国影视剧制作行业集中度分析

一、中国影视剧制作行业市场集中度分析

二、中国影视剧制作行业企业集中度分析

第三节 中国影视剧制作行业存在的问题

第四节 中国影视剧制作行业解决问题的策略分析

第五节 中国影视剧制作行业竞争力分析

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 2015-2017年中国影视剧制作行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国影视剧制作行业消费特点

第二节 中国影视剧制作行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 影视剧制作行业成本分析

第三节 影视剧制作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

第四节 中国影视剧制作行业价格现状分析

第五节 中国影视剧制作行业平均价格走势预测

- 一、中国影视剧制作行业价格影响因素
- 二、中国影视剧制作行业平均价格走势预测
- 三、中国影视剧制作行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国影视剧制作行业区域市场现状分析

第一节 中国影视剧制作行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区影视剧制作市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区影视剧制作市场规模分析
- 四、华东地区影视剧制作市场规模预测

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、华中地区影视剧制作市场规模分析
- 四、华中地区影视剧制作市场规模预测

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、华南地区影视剧制作市场规模分析

第九章 2015-2017年中国影视剧制作行业竞争情况

第一节 中国影视剧制作行业竞争结构分析（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 中国影视剧制作行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国影视剧制作行业竞争环境分析（影视剧制作T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 影视剧制作行业企业分析（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
 - 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国影视剧制作行业发展前景分析与预测

第一节中国影视剧制作行业未来发展前景分析

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

第二节中国影视剧制作行业未来发展趋势预测

第三节中国影视剧制作行业市场发展预测

- 一、中国影视剧制作行业市场规模预测
- 二、中国影视剧制作行业市场规模增速预测
- 三、中国影视剧制作行业产值规模预测
- 四、中国影视剧制作行业产值增速预测
- 五、中国影视剧制作行业供需情况预测
- 第四节中国影视剧制作行业盈利走势预测
- 一、中国影视剧制作行业毛利润同比增速预测
- 二、中国影视剧制作行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国影视剧制作行业投资风险与营销分析

第一节 影视剧制作行业投资风险分析

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

第二节 影视剧制作行业企业经营发展分析及建议

- 一、影视剧制作行业经营模式
- 二、影视剧制作行业销售模式
- 三、影视剧制作行业创新方向

第三节 影视剧制作行业应对策略

- 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 2018-2024年中国影视剧制作行业发展策略及投资建议

第一节 中国影视剧制作行业品牌战略分析

- 一、影视剧制作企业品牌的重要性
- 二、影视剧制作企业实施品牌战略的意义
- 三、影视剧制作企业品牌的现状分析
- 四、影视剧制作企业的品牌战略
- 五、影视剧制作品牌战略管理的策略

第二节 中国影视剧制作行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略

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 中国影视剧制作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

第十四章 2018-2024年中国影视剧制作行业发展策略及投资建议

第一节中国影视剧制作行业产品策略分析

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 中国影视剧制作行业定价策略分析

第二节中国影视剧制作行业营销渠道策略

一、影视剧制作行业渠道选择策略

二、影视剧制作行业营销策略

第三节中国影视剧制作行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国影视剧制作行业重点投资区域分析

二、中国影视剧制作行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/329357329357.html>