

2018-2023年中国影视出品产业市场竞争态势调查 与未来发展方向研究报告

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年中国影视出品产业市场竞争态势调查与未来发展方向研究报告》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/309624309624.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

近年来，在国家大力发展影视文化产业的背景下，我国影视动画出版产业得到了快速发展，其产量迅速攀升，在2008年就已超过日本，成为产量第一的影视动画出版大国，而且在质量上也有了显著提升。但是，我们应该清醒地认识到，我国影视动画出版还存在诸多问题，特别是其市场价值体现途径未能得到有效拓展。因此，有必要对我国影视动画出版产业进行深入分析，以便更好地拓展其市场价值。

一、我国影视动画出版的市场价值体现情况分析

从本质上来看，影视动画的根本属性是商品，影视动画出版属于文化产业范畴，其价值必须通过市场才得以体现。当前，在世界各国都大力发展文化产业的背景下，日本、韩国、美国和欧洲国家都将影视动画出版产业作为提升国家文化影响力的重要内容，我国也出台了相关产业扶持政策来推动影视动画出版产业的发展，其市场价值得到较好的体现。

1.我国影视动画出版市场初步形成

21世纪初是我国影视动画出版发展的起步期。2001年，我国影视动画总票房仅300万元，市场发展较为缓慢；2002年和2003年，我国影视动画票房出现空白；2004年，我国影视动画票房为50万元。此后，我国影视动画出版开始重新发展，市场规模持续增加，票房也开始提升。但是2007年以后，我国影视动画出版又再次出现下滑趋势，票房一片惨淡。

2008年以后，随着国家影视文化产业相关扶持政策的出台，影视动画出版才得以再次发展，并逐步发展成为一个新兴产业。2009年是我国影视动画出版产业进入质和量双重提升的较好发展时期，其出版数量不仅大大增加，而且质量也得到了显著提升，许多优秀影视动画作品得到广大观众的认可，我国影视动画出版进入稳定发展时期。2009年出版的《喜羊羊与灰太狼》系列动画片得到了观众的认可，特别是《喜羊羊与灰太狼之牛气冲天》获得了8621万元的市场票房，其相关衍生品的销售也取得良好的市场业绩。随后出版的《喜羊羊与灰太狼之虎虎生威》（2010）、《喜羊羊与灰太狼之兔年顶呱呱》（2011）、《喜羊羊与灰太狼之开心闯龙年》（2012）都获得了极大的反响，分别获得1.28亿元、1.5亿元和1.66亿元的市场票房，推动我国影视动画出版快速发展。

2.我国影视动画出版市场价值未能得到有效体现

观众是影视动画作品唯一的评判者。如前文所述，我国影视动画出版在数量增加的同

时，质量也在不断提升，获得了观众的喜爱。影视动画出版不仅对技术有严格的要求，而且制作周期较长，投入成本较高，具有不确定性，同时还涉及作品的衍生品开发和市场销售。这就要求我国影视动画出版必须有一个较为漫长的市场培育周期，进行长期的市场营销，而且要培养出成熟的运营和创作团队，投入较高的资金，以此获取良好的市场效益。为了完成第一部3D数字影视动画《魔比斯环》的制作，环球数码影视投入1.3亿元，历时5年，先后拍摄106场戏和1602个镜头，制作461套场景模型、176套角色模型以及242套道具模型，建立500套专业图形工作站，最终制作出来的影视动画作品文件数量达11万之多。《魔比斯环》的预告片在几大国际电影节一亮相，立刻震撼了整个影坛，被认为是2006年最值得期待的动画影片之一。但是在最终放映的时候却未能取得较好的市场票房，在上海的票房不到10万元，在广州的票房不到3万元，在南京的票房只有1万元。出现这样的情况，主要原因在于这部影视动画在制作和出版的时候，一味迎合欧美观众的口味，未能对国内观众的爱好和兴趣进行深入分析。

图：《魔比斯环》

在我国影视动画出版稳定发展期间，虽然其作品数量在不断上升，但除了《熊出没》系列以及《喜羊羊与灰太狼》系列取得不俗的市场票房，我国大多数影视动画出版都还处于亏损状态。近年来，国家大力提倡发展影视文化产业，我国影视动画出版才取得了不俗的发展成绩。2010年，《喜羊羊与灰太狼之虎虎生威》就获得了1.28亿元的票房收入，超过了同期出版的《怪物史莱克4》《玩具总动员3》《驯龙高手》，成为我国影视动画出版的代表性作品。

二、我国影视动画出版的市场变化新特征分析

我国影视动画出版想要更好地体现市场价值，必须先明确市场发展趋势和最新动向，再根据这种发展趋势有针对性地提出发展对策和建议。当前，我国影视动画出版市场的变化主要体现在以下三个方面。

1.我国古代艺术特色得到更多展现

我国影视动画出版始终坚持吸收传统文化和中国特色元素。20世纪50年代末到60年代中期，我国影视动画出版开始探讨对具有中国传统特色的艺术语言、鲜明符号和审美情操的运用，逐步制作出具有中国特色的影视动画。例如，《大闹天宫》把我国古代的庙宇艺术、戏剧、年画和古代绘画融合起来，通过完美的细节处理塑造出了孙悟空这个家喻户晓的形象；《宝莲灯》中不仅表现了三圣母端庄、典雅的外在形象，也展现了其柔韧美、刚强美，将我国古代妇女的内在美和外在美进行完美结合。

2.当今时代发展特色得到更多展现

20世纪90年代，我国影视动画出版的发展相对迟缓和滞后，甚至因为缺乏有效的创作和合理的规划，影视动画出版投资得不到相应的市场回报，严重影响到有关人才的培养和发展。值得一提的是，我国影视动画出版的发展也经历过辉煌的时期，其具备了相应的发展优势，在后期发展过程中吸取中国文化内涵和民族特色，大力发展3D制作技术等时代特色元素，从而推动自身的进一步发展。

3.更加注重细节的创造实践

《星星姑娘》和《梦蝶》分别在制作技术、艺术风格、故事架构及形象设计方面进行创造性的尝试，将传统元素运用到影视动画制作出版中。《梦蝶》取材于我国古代一个幽默的小故事，展现了主人公在梦境中的丰富想象，其在场景设计风格和人物造型设计等方面，更是突出了传统元素和题材背景在影视动画出版中的运用，结合3D制作技术完成卡通渲染效果设计。这部影视动画作品的创意就在于将民族特色元素和3D动画技术整合起来，产生现代视觉冲击力，而且具有民族亲切感。《星星姑娘》使用3D软件进行设计，并通过后期合成，展现了网络世界和真实世界的差距，体现了时代感和速度感。特别是在女主角的面部表情刻画方面，因为运用了现代动画技术，其五官特征、头饰和服饰等展现了东方的古典美，在整体造型和色彩设计等方面与美日影视动画出版有很大的区别。

三、我国影视动画出版市场价值体现的有利因素

如前文所述，虽然当前我国影视动画出版市场规模较小，但在国家大力支持文化产业发展的背景下，面对如此巨大的市场需求，我国影视动画出版产业的发展仍然具有较大的市场空间。如今，我国影视动画出版呈现以下几个方面的好发展势头。

1.我国影视动画出版有较大的市场发展空间

为了更好地推动我国影视动画出版产业的发展，2006年，国家在《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》中明确提出，力争在5—10年内使我国动漫产业的创作开发和生产能力跻身世界动漫大国和强国行列。2004年以后，我国影视动画出版产业开始重新发展，2010年发展到470亿元的产值，影视动画出版的核心产值也从2004年的不足20亿元，在短短的5年时间里增加到44.3亿元；2010年，我国影视动画出版市场规模达55亿元。由此来看，我国影视动画出版市场还有较大的发展空间。

2.我国影视动画出版市场运营经验越来越丰富

影视动画出版有其独特的规律，特别是一部好的影视动画作品，若能抓住人们文化消费的心理需求，便能获得其认可和市场票房。在影视动画出版过程中，制作方和出品方可以通过作品的播放获取收益，以及积攒影视动画出版的运营经验。现在的影视动画作品改变了以往影视动画作品注重说教、粗糙化和低幼化的弊端，其通过相应的宣传和引导，改变了观众对我国传统影视动画的看法。特别是《喜羊羊与灰太狼》《熊出没》系列作品的出版，获得了出色的票房收入与观众的认可，为我国影视动画出版积累了丰富的运营经验。

3.我国影视动画出版品牌初步形成

2011年，我国影视动画作品共435部，达26万分钟；2012年，我国影视动画作品共295部，达22万分钟。虽然在时长上有所下降，但是其市场占有率得到了显著提高。2011年，我国影视动画作品市场占有率仅19.18%，但2012年已增至34.32%。2008年，我国一跃成为世界第一的影视动画出版大国，其国际影响力也在不断扩大，一些影视动画作品已经初步形成了自己的影响力和品牌，我国影视动画的国际市场初步形成。

四、我国影视动画出版市场价值拓展途径 我国影视动画出版要跟随国际影视动画出版的发展方向，不断拓展自身的产业价值链，以便更好地体现和拓展我国影视动画出版的市场价值。

1.不断提高我国影视动画出版的产业附加值

第一，健全我国影视动画出版的人才培养模式。我国影视动画在未来一段时期内，将会形成快速发展的局面。因此，必须有相应的人才作为支撑，特别是要加大对影视动画出版综合性人才的培养，使其不仅具备相应的技术能力，同时还要具备国际化视野和创新思维能力。在具体的人才培养过程中，学校要开设培养创新思维能力方面的课程，引导学生积累更多的历史人文知识和素养；同时也要与国际影视动画出版市场接轨，使其具备国际化的视野，为我国影视动画出版在国际市场的开拓奠定基础。总之，要在人才培养模式上与市场需求接轨，培养一批具备理论功底和实践能力的专业人才。

第二，形成具有中国特色的影视动画出版风格。我国影视动画出版产业在发展的过程中，不仅要不断提高影视动画制作技术和出版水平，还要注重对民族文化元素的吸收，形成我国影视动画作品的民族特色和风格，不能一味地模仿国外的影视动画风格。例如，参考我国影视动画出版早期曾经取得辉煌成绩的水墨风格动画，将其与现代影视动画制作技术结合

，不断改善和发扬具有中华民族特色的影视动画风格。

2.注重对影视动画出版产业链的打造

一部好的影视动画作品不仅只注重内容，同时也应通过相应的营销宣传手段，拓展其市场价值。因此，在影视动画出版过程中，要注重对我国影视动画出版营销能力的打造和提升，特别是通过营销组合形式的提升。在影视动画出版前期，通过互联网等途径搜集和整理相关市场信息，对市场需求和消费者需求进行调研分析。注重传统媒体和新媒体的结合，以及线上和线下的结合，定期制作和发布与影视动画作品有关的花絮、创意内容，吸引观众的目光，增强市场宣传效果。在影视动画出版后期，进一步通过新闻发布会和发布预告片等方式，制作与影视动画作品有关的衍生品，对其市场价值进行全方位的发掘。

3.不断提高我国影视动画出版的市场竞争力

第一，进一步加强文化产业体制改革，促进影视动画出版产业的发展。目前，我国影视动画出版市场还存在一定的垄断现象，特别是在影视动画作品播放方面，出现影视动画作品出版题材和购买价格被打压的情况。因此，我国要加强文化产业体制改革，改变影视动画出版垄断市场的格局，推动影视动画出版产业市场竞争体系的进程，从而为影视动画作品的播放提供更好的平台。在影视动画作品审核方面，可采取分级制方式，适应不同年龄群体对不同影视动画作品的消费需求，使我国影视动画作品更好地融入国际市场竞争，从而提升国际竞争力。

第二，加强对影视动画作品衍生品的开发和监管。影视动画作品衍生品价值的开发是影视动画出版的重要内容，我国应出台相关法律法规，确保影视动画衍生品开发、生产和销售的全面发展，同时也要加强监管，保护其知识产权，全面提升影视动画作品衍生品的质量，提高消费者的信任度。

观研天下发布的《2018-2023年中国影视出品产业市场竞争态势调查与未来发展方向研究报告》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。

第一章2016-2017年中国影视出品行业发展概述

第一节2016-2017年影视出品行业发展情况概述

一、影视出品行业相关定义

二、影视出品行业基本情况介绍

三、2016-2017年影视出品行业国内发展特点分析

第二节2016-2017年中国影视出品行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、影视出品行业产业链条分析

三、2016-2017年中国影视出品行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节2016-2017年中国影视出品行业生命周期分析

一、影视出品行业生命周期理论概述

二、2017年影视出品行业所属的生命周期分析

第四节2016-2017年影视出品行业经济指标分析

二、2016-2017年影视出品行业的赢利性分析

四、2016-2017年影视出品行业的经济周期分析

三、影视出品行业附加值的提升空间分析

第五节2016-2017年国中影视出品行业进入壁垒分析

一、影视出品行业技术壁垒分析

二、影视出品行业规模壁垒分析

三、影视出品行业品牌壁垒分析

四、影视出品行业其他壁垒分析

第二章2016-2017年全球影视出品行业市场发展现状分析

第一节 全球影视出品行业发展历程回顾

第二节2016-2017年全球影视出品行业市场区域分布情况

第三节2016-2017年亚洲影视出品行业地区市场分析

一、2016-2017年亚洲影视出品行业市场现状分析

二、2016-2017年亚洲影视出品行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年亚洲影视出品行业市场前景分析

四、2018-2023年亚洲影视出品发展趋势分析

第四节2016-2017年北美影视出品行业地区市场分析

一、2016-2017年北美影视出品行业市场现状分析

二、2016-2017年北美影视出品行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年北美影视出品行业市场前景分析

四、2018-2023年北美影视出品行业发展趋势分析

第五节2016-2017年欧盟影视出品行业地区市场分析

一、2016-2017年欧盟影视出品行业市场现状分析

二、2016-2017年欧盟影视出品行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年欧盟影视出品行业市场前景分析

四、2018-2023年欧盟影视出品行业发展趋势分析

第六节2018-2023年世界影视出品行业分布走势预测

第七节2018-2023年全球影视出品行业市场规模预测

一、2018-2023年亚洲影视出品行业市场规模预测

二、2018-2023年北美影视出品行业市场规模预测

三、2018-2023年欧盟影视出品行业市场规模预测

第三章2016-2017年中国影视出品产业发展环境分析

第一节6-2017年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6-2017年中国影视出品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节6-2017年中国影视出品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2016-2017年中国影视出品产业运行情况

第一节 中国影视出品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节2016-2017年中国影视出品行业市场规模分析

第三节2016-2017年中国影视出品行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2016-2017年中国影视出品行业价值情况分析

三、2016-2017年中国影视出品行业区域分布情况

第四节2016-2017年中国影视出品行业需求情况分析

一、2016-2017年中国影视出品行业需求分析

二、2016-2017年中国影视出品行业需求区域分布

第四节2018-2023年中国影视出品行业发展趋势分析

第五章2016-2017年中国影视出品市场格局分析

第一节2016-2017年中国影视出品行业竞争现状分析

一、中国影视出品行业竞争情况分析

二、中国影视出品行业主要品牌分析

第二节2016-2017年中国影视出品行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节2016-2017年中国影视出品行业存在的问题

第四节2016-2017年中国影视出品行业解决问题的策略分析

第五节2016-2017年中国影视出品行业竞争力分析

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

第六章2016-2017年中国影视出品市场价格走势分析

第一节2016-2017年影视出品行业价格影响因素分析

- 一、成本因素
- 二、供需因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第二节2016-2017年中国影视出品行业价格现状分析

- 一、2016-2017年影视出品行业平均价格走势回顾分析
- 二、2018年影视出品行业平均价格走势预测

第三节2018-2023年中国影视出品行业平均价格走势预测

- 一、价格预测依据
- 二、2018-2023年中国影视出品行业平均价格走势预测
- 三、2018-2023年中国影视出品行业平均价格增速预测

第七章2016-2017年中国影视出品行业区域市场现状分析

第一节2016-2017年中国影视出品行业区域市场规模分布

第二节2016-2017年中国华东地区影视出品市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华东地区影视出品市场规模分析

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、2016-2017年华中地区影视出品市场规模分析

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、2016-2017年华南地区影视出品市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华北地区影视出品市场规模分析

第八章2016-2017年中国影视出品行业竞争情况

第一节2016-2017年中国影视出品行业竞争结构分析（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2016-2017年中国影视出品行业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2016-2017年中国影视出品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第九章 中国影视出品所属行业数据监测

第一节 中国影视出品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 中国影视出品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 中国影视出品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

第十章 我国影视出品行业重点生产企业分析（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

第六节 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

第七节 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

第八节 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

第九节 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2018-2023年中国影视出品行业发展前景分析与预测

第一节2018-2023年中国影视出品行业未来发展前景分析

- 一、2018-2023年行业国内投资环境分析
- 二、2018-2023年中国影视出品行业市场机会分析
- 三、2018-2023年中国影视出品行业投资增速预测
- 第二节2018-2023年中国影视出品行业未来发展趋势预测
- 第三节2018-2023年中国影视出品行业市场发展预测
 - 一、2018-2023年中国影视出品行业市场规模预测
 - 二、2018-2023年中国影视出品行业市场规模增速预测
 - 三、2018-2023年中国影视出品行业产值规模预测
 - 四、2018-2023年中国影视出品行业产值增速预测
- 第四节2018-2023年中国影视出品行业盈利走势预测
 - 一、2018-2023年中国影视出品行业毛利润同比增速预测
 - 二、2018-2023年中国影视出品行业利润总额同比增速预测

第十二章2018-2023年中国影视出品行业投资风险与营销分析

- 第一节2018-2023年影视出品行业投资风险分析
 - 一、2018-2023年影视出品行业政策风险分析
 - 二、2018-2023年影视出品行业技术风险分析
 - 三、2018-2023年影视出品行业竞争风险分析
 - 四、2018-2023年影视出品行业其他风险分析
- 第二节2018-2023年影视出品行业企业经营发展分析及建议
 - 一、2018-2023年影视出品行业经营模式
 - 二、2018-2023年影视出品行业生产模式
 - 三、2018-2023年影视出品行业销售模式
- 第三节2018-2023年影视出品行业应对策略
 - 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2018-2023年中国影视出品行业发展策略及投资建议

- 第一节2018-2023年中国影视出品行业品牌战略分析
 - 一、影视出品企业品牌的重要性
 - 二、影视出品企业实施品牌战略的意义
 - 三、影视出品企业品牌的现状分析
 - 四、影视出品企业的品牌战略
 - 五、影视出品品牌战略管理的策略

第二节2018-2023年中国影视出品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2018-2023年中国影视出品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2018-2023年中国影视出品行业发展策略及投资建议

第一节2018-2023年中国影视出品行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节2018-2023年中国影视出品行业营销渠道策略

- 一、2018-2023年影视出品行业营销模式
- 二、2018-2023年影视出品行业营销策略

第三节2018-2023年中国影视出品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、2018-2023年中国影视出品行业投资区域分析
- 二、2018-2023年中国影视出品行业投资产品分析
(GYZQJP)

图表详见报告正文

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着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/309624309624.html>