

# 2011-2015年中国电影行业 市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2011-2015年中国电影行业市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/chuanmei1010/D471984RM7.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2010-10-26

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心 发布的《2011-2015年中国电影行业市场分析与投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了中国电影行业的概念，接着分析了中国电影行业发展环境，然后对中国电影行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国电影行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国电影行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

据了解，2009年国内市场票房达到62.06亿元；今年上半年，全国电影票房超过48亿元，全年电影票房有望超过百亿；全国银幕总数达5105块，银幕数量超过德国位居世界第三，其中近1/5银幕可放映3D影片。到2015年，国内有效银幕数预计将达到12000块左右。在这样的硬件基础上，比照2009年票房在1000万以上的187家影院，其单银幕产出为307万，可以推算2015年全国电影票房将达到360亿元左右，冲击400亿。在“十二五”收盘时中国将成为全球第二大电影市场。届时，全国观众人次有望突破11亿。

## 第一章 世界电影产业发展状况分析

### 第一节 世界电影产业发展概况

- 一、金融风暴下全球电影业的发展态势
- 二、2009年全球电影业欲以3D影片应对金融危机
- 三、世界电影的国际化合作现状

### 第二节 世界电影产业现状分析

- 一、温情片、喜剧片风靡全球电影市场
- 二、盗版问题正成为全球电影业的共同威胁
- 三、全球电影票房分析

## 第二章 世界主要国家电影市场运行分析

### 第一节 美国

- 一、美国电影产业发展回顾
- 二、美国电影业推出400部影片救经济
- 三、金融危机下美国电影业依然呈现相对繁荣
- 四、美国当代CG电影工业的浅析

## 第二节 印度

- 一、印度电影产业的发展概况
- 二、2009年印度电影产业快速发展
- 三、印度电影产业遭遇发展瓶颈
- 四、印度电影全球市场的未来目标是中国

## 第三节 其他国家

- 一、2009年上半年西班牙电影市场业绩翻番
- 二、2009年韩国电影市场发展低迷
- 三、2009年巴基斯坦开启电影业发展的新篇章
- 四、南非电影业逐渐在世界崛起
- 五、肯尼亚制定激励政策大力发展电影业

## 第三章 中国电影产业运行环境分析

### 第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 中国电影行业政策环境分析

## 第四章 中国电影产业发展运营分析

### 第一节 改革开放30年中国电影产业发展综述

- 一、改革开放30年中国电影在探索中前行
- 二、改革开放30年中国电影体制改革历程回顾
- 三、改革开放30年中国电影创作风潮回望
- 四、改革开放30年中国电影合拍片历程

### 第二节 中国电影“二级市场”发展浅析

- 一、“二级市场”释义
- 二、“二级市场”的存在价值
- 三、“二级市场”在电影整体市场中所处的位置
- 四、“二级市场”的现状调研

## 第五章 中国电影产业市场动态分析

## 第一节 中国电影产业市场现状分析

- 一、中国电影产业发展特点分析
- 二、中国电影市场结构日趋合理
- 三、电影龙头企业竞相打造符合自身发展的经营之道
- 四、2009年贺岁档中国电影市场分析

## 第二节 中国电影业改革发展综述

- 一、推进转企改制及重塑市场主体
- 二、深化院线改革及搞活市场流通
- 三、调整行政职能及理顺管理体制
- 四、加快电影科技发展及创新公益放映机制

## 第三节 中国电影技术发展与应用现状

- 一、胶片影片摄制、洗印加工技术质量稳步提高
- 二、电影技术标准体系进一步完善
- 三、电影科研成果增加创新水平稳步提高
- 四、数字电影技术应用发展取得可喜成果
- 五、国家数字电影服务监管平台开始发挥枢纽作用
- 六、民族电影设备工业逐渐成长及相关领域发展良好

## 第六章 中国电影产业链运行态势分析

### 第一节 中国电影制片状况分析

- 一、国产电影制片及票房状况
- 二、中国电影制片机构特点
- 三、国有电影制片企业继续发挥龙头作用
- 四、中国电影制片产品类型特点

### 第二节 中国电影发行状况分析

- 一、中国电影发行企业格局
- 二、中国电影发行特点

### 第三节 中国电影院线与放映状况分析

- 一、中国电影院线与放映概述
- 二、中国电影院线格局
- 三、中国主流电影院线发展分析

## 第七章 国产电影产业发展形势分析

### 第一节 国产电影发展现状综述

- 一、中国国产电影发展近年成就突出
- 二、金融危机下国产电影取得优秀业绩
- 三、国产动画电影异军突起获得成功
- 四、由贺岁片透析当代国产电影的生态环境

### 第二节 国产电影的发展分析

- 一、中国电影票房国产片占主导
- 二、国产电影类型化渐入佳境
- 三、国产影片海外市场继续拓展
- 四、国产大片回归理性中小电影找到自信

### 第三节 国产电影发展存在的问题分析

- 一、缺乏创意和资金不足制约国产电影发展
- 二、国产影片产品后续开发存在不足
- 三、国产儿童电影市场呈现失调状态
- 四、国产电影应对金融危机的措施

## 第八章 中国电影产业市场营销分析

### 第一节 影响电影市场票房的因素分析

### 第二节 中国电影营销现状分析

- 一、中国电影营销模式现状分析
- 二、2009年中国电影市场营销状况
- 三、中国贺岁片营销状况分析
- 四、中国电影仍缺乏有创意的营销

### 第三节 国产电影全方位整合营销策略分析

- 一、国产影片制作要符合电影市场发展要求
- 二、提高观众人次作为提高票房的有效途径
- 三、积极发挥票价的经济杠杆作用
- 四、充分利用档期的集聚效应
- 五、重视观众的口碑作用

### 第四节 中国电影海外营销的多渠道分析

- 一、通过国际电影节等既有平台拓展中国电影知名度

- 二、与国外官方或非官方机构合作实现商业销售
- 三、多层面开展日常销售工作
- 四、实施请进来战略

## 第九章 中国电影产业发展战略研究

### 第一节 中国电影业发展存在的问题

- 一、国产电影数量增长与质量欠缺并存
- 二、中国电影业仍面临电影生产和影院建设考验
- 三、中国电影市场化遭遇瓶颈
- 四、中国电影和国际上相比存在差距

### 第二节 中国电影产业发展战略研究理论概述

- 一、发展战略的基本涵义
- 二、中国电影产业发展战略的特点和研究意义
- 三、有关发展战略的主要理论观点
- 四、中国电影产业发展战略研究的分析框架
- 五、中国电影产业发展战略研究的总体内容构成

### 第三节 中国电影产业发展的具体战略分析

- 一、中国电影产业发展的战略方针分析
- 二、中国电影产业发展的战略重点分析
- 三、中国电影产业发展的战略目标
- 四、中国电影产业的未来战略方向

### 第四节 中国电影产品在国际贸易市场中的适应性策略分析

- 一、电影需要“走出去”才能更有效对外传播国家形象
- 二、中国电影产品出口现状分析
- 三、国际电影贸易的特殊性
- 四、中国电影产品出口的市场适应性策略

### 第五节 中国电影海外销售策略分析

- 一、近年中国电影海外销售状况
- 二、政策策略
- 三、人才策略
- 四、文化资源策略

## 第十章 中国电影产业市场竞争格局分析

### 第一节 电影产业竞争力现状分析

- 一、我国电影产业近年来的票房收入状况
- 二、以票房收入为例分析我国电影产业的竞争力
- 三、2009年中国电影产业集中度分析

### 第二节 提升中国电影产业竞争力措施分析

- 一、积极培育和发展一个成熟的电影市场
- 二、高度重视消费主体和消费客体的作用
- 三、不断加快电影产业相关产业链的发展
- 四、不断改革电影发行和放映市场
- 五、不断加强国内市场与国际市场的联系

## 第十一章 中国电影重点企业竞争力分析

### 第一节 中国电影集团公司

- 一、公司简介
- 二、中影集团积极开拓电影文化品牌
- 三、2009年中影集团发展概况
- 四、2009年中影集团首期投资20亿元影视基地落成
- 五、2009年中影集团的发展战略分析

### 第二节 华谊兄弟传媒集团

- 一、公司简介
- 二、华谊兄弟基本发展现状概述
- 三、华谊兄弟主要演员表
- 四、2009年华谊兄弟涉入新媒介有望引发电影商业模式变革
- 五、华谊兄弟经营管理的独特模式分析

### 第三节 北京保利博纳电影发行有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年保利博纳集团化运作迈出关键性步伐
- 三、2009年保利博纳多方资本协调运作
- 四、2010年保利博纳或将完成整改上市

### 第四节 橙天娱乐集团（国际）控股有限公司

- 一、公司简介



二、2009年橙天娱乐借壳并购难以打开局面

三、橙天娱乐与华谊兄弟的竞争态势

#### 第五节 北京新画面影业有限公司

一、公司介绍

二、作品一栏

三、经典作品

#### 第六节 上海联和电影院线有限责任公司

一、华夏电影发行有限责任公司简介

二、公司最新动态分析

三、公司发展战略分析

#### 第七节 华夏电影发行公司有限公司

一、公司简介

二、公司最新动态分析

三、公司发展战略分析

### 第十二章 中国电影产业衍生产品市场分析

#### 第一节 中国电影衍生产品市场的开发现状

一、中国电影衍生产品市场方兴未艾

二、中国电影衍生产品开发是大势所趋

三、中国电影衍生品市场发展模式尚在摸索

四、中国电影衍生产品市场开发不足

五、中国电影衍生品市场受多种因素制约

#### 第二节 中国电影衍生产品的消费心理分析

一、宣告身份及展现文化认同的方式

二、角色扮演的行为需要

三、心理投射与消费满足的过程

四、电影衍生产品与符号消费

#### 第三节 中国电影衍生产品的形象构建分析

一、电影衍生产品的形象构成

二、电影衍生产品的目标群体和定位

三、电影衍生产品的原型和主题分析

#### 第四节 游戏电影给电影产业带来新的挑战 and 机遇

- 一、游戏视频的现状
- 二、游戏视频的发展方向
- 三、游戏电影给电影产业带来机遇及挑战
- 四、游戏电影的商业化道路

### 第十三章2011-2015年中国电影产业发展前景预测分析

#### 第一节 2011-2015年中国电影产业前景及趋势

- 一、2009年中国电影票房有望突破50亿元
- 二、中国电影院线发展趋势的瞻望
- 三、中国电影业或将借数字3D电影开拓赢利新空间
- 四、现代科技发展背景下的电影产业发展前景
- 五、中国影院放映信息化前景分析

#### 第二节2011-2015年金融危机下中国电影产业的发展趋势

- 一、2009年金融危机下中国电影产业可能面临的冲击
- 二、中国电影业将保持长时间增长
- 三、电影产业应对金融危机的宏观策略建议
- 四、电影产业经营实体应对金融危机的运营策略

#### 第三节2011-2015年中国电影产业市场盈利预测分析

### 第十四章2011-2015年中国电影产业投资机会与风险分析

#### 第一节2011-2015年中国电影产业投融资现状分析

#### 第二节2011-2015年中国电影产业的盈利模式分析

- 一、商业影片盈利模式分析
- 二、主旋律影片盈利模式分析
- 三、电视电影盈利模式分析
- 四、电影网络发行盈利模式探析

#### 第三节2011-2015年中国电影产业的投资机会分析

- 一、电影制片业的投资机会分析
- 二、电影发行业务的投资机会分析
- 三、电影放映业的投资机会分析
- 四、数字电影、数字影院的投资机会分析

图表名称：部分

图表 2005-2010年上半年国内生产总值

图表 2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表 2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表 2005-2010年上半国家外汇储备

图表 2005-2010年上半年财政收入

图表 2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表 2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表 2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表 中国电影产业发展的总体环境

图表 波特“五种竞争力量”产业外部环境分析理论模型

图表 中国电影产业发展的市场供给力量分析

图表 中国电影产业发展的外部进入力量分析

图表 中国电影产业发展的市场需求力量分析

图表 中国电影产业发展的替代产品威胁力量分析

图表 中国电影产业发展的行业内部竞争力量分析

图表 中国电影产业的“优劣机威”分析

图表 2009-2010年贺岁档市场数据

图表 2009年贺岁档电影市场周总票房

图表 2009年贺岁档影片票房分布散布图

图表 2009年贺岁档重点影片市场份额

图表 2009年贺岁档发行公司市场份额

图表 2009年中国内地电影票房排行榜

图表 电影业价值链

图表 电影观众类型分析

图表 2004-2009年中国电影海外销售情况

图表 2006年中国合拍影片海外市场销售情况一览表

图表 略。。。。。。。。。。

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1010/D471984RM7.html>