

# 2014-2019年中国电影院线 行业竞争格局及投资规划建议咨询报告

## 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

《2014-2019年中国电影院线行业竞争格局及投资规划建议咨询报告》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/chuanmei1502/S02716AIY6.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】2025-05-10

【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

电影产业是指以电影制作为核心通过电影的生产、发行和放映以及电影音像产品，电影衍生品，电影院和放映场所的建设等相关产业经济形态的统称。

2013年全国电影总票房达217.69亿元，同比增长27.51%。其中，国产影片市场份额高达58.65%，创下近年来历史新高。在过去10年产业化改革成果的基础上，中国电影在产业升级中释放出蓬勃活力，正越来越深刻地改写着世界电影市场的格局。

2013年全国电影总票房达217.69亿元

2013年我国故事片产量638部，同比减少107部；全国总票房217.69亿元，同比增长27.51%，其中国产片127.67亿元，同比增长54.32%，占比58.65%。进口片票房90.02亿元，同比增长2.3%，占比41.35%。截至年底，全国共有银幕18195块,年度新增量为5077块。2013年，海外销售国产影片45部、247部次，累计票房和销售收入14.14亿元人民币，同比增长33.02%。

博思数据发布的《2014-2019年中国电影院线行业竞争格局及投资规划建议咨询报告》共十章。首先介绍了中国电影院线行业的概念，接着分析了中国电影院线行业发展环境，然后对中国电影院线行业市场供需分析进行了重点分析，最后分析了中国电影院线行业面临的机遇及趋势预测。您若想对中国电影院线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。

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。

报告目录：

第一章 电影院线概述 1

1.1 电影产业相关概念 1

1.1.1 电影产业 1

1.1.2 影院 2

1.1.3 数字电影、数字拷贝、数字银幕 3

1.1.4 3D电影、3D银幕 3

1.1.5 IMAX电影、IMAX银幕 5

1.2 电影产业链 5

1.2.1 标准电影产业链介绍 5

1.2.2 大电影产业链介绍	6
1.2.3 中国电影票房分账系统介绍	8
1.2.4 中国电影版权收入介绍	8
1.2.5 中国电影票价探讨	10
1.3 电影院线定义及分类	11
1.3.1 电影院线定义	11
1.3.2 电影院线分类	12
第二章 2012-2013年中国电影院线发展环境分析	13
2.1 经济环境	13
2.1.1 国民经济运行情况GDP（季度更新）	13
2.1.2 消费价格指数CPI、1PPI（按月度更新）	20
2.1.3 全国居民收入情况（季度更新）	23
2.1.4 恩格尔系数（年度更新）	28
2.1.5 工业发展形势（季度更新）	29
2.1.6 固定资产投资情况（季度更新）	32
2.1.7 财政收支状况（年度更新）	35
2.1.8 社会消费品零售总额	39
2.2 社会环境	43
2.2.1 中国居民消费水平现状	43
2.2.2 中国居民文化消费正在升级	47
2.2.3 消费者追求多元化的电影消费	48
2.3 政策环境	50
2.3.1 历年重要电影产业政策回顾	50
2.3.2 《关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》	51
2.3.3 《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》	58
2.3.4 文化部发布“十二五”时期文化改革发展规划纲要	63
2.4 行业发展环境	81
2.4.1 中国电影业的巨大发展潜力	81
2.4.2 数字化成为必然发展趋势	82
2.4.3 二级电影市场有待挖掘	82
第三章 2012-2013年中国电影产业现状分析	13
3.1 2010-2013年中国电影产业发展状况	84

### 3.1.1 2010年中国电影产业发展状况 84

### 3.1.2 2011年中国电影产业发展状况 87

### 3.1.3 2012年中国电影产业发展状况 89

2012年，全国电影总票房达到170.73亿元，同比增长30.18%，增速较前一年有所反弹。其中，国产影片票房收入827319万元，进口影片票房收入879982万元。

这个数字让中国成为仅次于北美的第二大电影市场。其中，国产影片票房82.73亿元，占全部票房总额的48.46%，国产电影票房首次低于进口票房，最大原因就是进口配额的增加。

#### 2007-2012年中国电源票房收入

资料来源：博思数据整理

数据显示，2012年我国生产各类电影893部，同比增长60%；电影总票房170.73亿元，同比增长30.18%，其中国产片票房82.73亿元，占总票房的48.46%，这也是近十年来国产片票房首次低于进口片票房。

#### 2007-2012年中国各类电源制作数量

资料来源：博思数据整理

2012年2月18日，中国和美国就解决WTO电影相关问题谅解备忘录达成协议，确定在每年20部进口分账影片配额的基础上，再增加14部进口分账的高新技术格式美国电影，票房分账比例也由此前的17.5%提高到25%。国产影片市场地位受到极大挑战，压力前所未有。但国产影片在2012年票房总额中占比超过48%，还是超出中美电影协议签订之初的市场预期，成就来之不易。

据统计，2012年全年累计有21部国产片票房过亿元，6部影片达到2亿元以上票房，3部影片达到7亿元以上票房，在数量上均超过历年。

总体来看，中国电影票房连续第十年实现大幅增长，跟2002年9.2亿元票房数字相比，短短十年增长了18.5倍，创下历史新高。继2010年成为世界第三大电影生产国之后，中国电影总票房已超越日本，成为全球第二大票房市场。

随着电影产业迅猛发展，近年来全社会对投资电影的热情持续高涨。据电影局统计，2012年我国城市影院全年新增银幕3832块，平均每天全国新增银幕10.5块，且全部为数字影厅。截至2012年底，全国银幕数从2002年的1845块增加到现有的13118块，增长了7.1倍。

院线方面也产生了新纪录。2012年全国共有25条院线年度票房超过亿元，万达、上海联和、中影星美、中影南方、广州金逸、广东大地6条院线票房则分别超过10亿元。其中，万达院线年度票房超过24亿元，成为首个年度票房超过20亿元的院线。

2012年是中国电影产业化改革的第十年。这一年，随着中美电影新政的签订，中国引进的进口分账大片增多，中国电影产业积累多年的种种矛盾也在外力作用下暴露出来，中国电影的投资、创作、发行、放映等领域都迎来了发展过程中的重要拐点。这些拐点，有的是挑战，有的是机遇，但对一个产业长远的生命来说，它们都蕴含着无限的可能。

产业化改革10年来，13亿人口的潜在市场一直被视作中国电影产业最大的“红利”，在国产影片市场份额连续9年超过50%以后，进口分账影片配额的增加在2012年改写了这一成果。越来越多的从业者开始意识到，经过10年产业化改革，以往过度依赖扩大市场规模为主要驱动的发展模式已经在2012年迎来拐点，创作、营销、发行、放映等环节针对观众需求进行的精耕细作已经越来越迫切，产业发展究竟以制片为重还是观众为重的问题已经到了应当被重新考虑的时候。“观众到底希望看到什么样的电影”，已经成为中国电影从业者有效规避风险，进而寻求进一步发展的必修课。

随着市场细分的信号开始释放，对于中国电影产业来说，另一个看似不那么切近的信息或许也非常重要。2012年，中国城镇化率已经达到53%左右，这提示我们中国电影产业的市场土壤可能正迎来新的蜕变，如何在这个时候静下心来研究观众结构的改变带来的市场需求的改变，进行有的放矢的创作和经营，这关系到电影产业能否把握住下一个发展的重要契机。

目前，尽管涌入电影产业的非理性业外资本仍然大规模存在，但行业内部资本、金融资本等良性资本的理性投资趋势已经较为明显地表现出来：一是随着“大片”与高票房之间的必然联系被打破，专业资本已经放弃了对“大片”项目的过度迷恋，转而更多地关注对观众需求有所呼应的影片项目；另一方面，影院终端建设的步伐也正在逐渐放缓，影院项目“跑马圈地”哄抬价格的时代正在过去，不少人开始将注意力从“圈地”向项目评估本身转移。

#### 3.1.4 2013年中国电影产业发展状况 104

### 3.2 国产电影 107

#### 3.2.1 国产电影的发展状况 107

#### 3.2.2 国产电影的发展瓶颈 107

#### 3.2.3 国产电影的投资策略 108

### 3.3 小成本电影 109

#### 3.3.1 小成本电影的概念及特点 109

#### 3.3.2 小成本电影的发展优势 110

#### 3.3.3 小成本电影的发展瓶颈 111

#### 3.3.4 小成本电影的投资策略 112

### 3.4 数字电影 115

#### 3.4.1 数字电影简介 115

#### 3.4.2 全球数字银幕迅猛增长 115

#### 3.4.3 全球银幕实现数字化转变 117

#### 3.4.4 全球3D电影市场出现分化 117

#### 3.4.5 中国IMAX银幕发展迅猛 118

近年来中国3D银幕数量发展迅猛，从最初的82块增加到现在的5355块，2011年3D银幕增长率虽然较前2年有所降低，不过3D银幕增长数量却达到3335块，占数字银幕和全部商业银幕的比例分别为64%和58%。

源自加拿大的IMAX是一种能够放映比传统底片更大和更高分辨率的电影放映系统，诞生40年来最开始在纪录片和科教片颇有建树。进入21世纪，越来越多的好莱坞大片开始制作IMAX版，但受制于商业模式投资大、回收慢，IMAX公司多次濒临破产，中国内几家IMAX银幕也门可罗雀。

2009年詹姆斯·卡梅隆的《阿凡达》横空出世让IMAX起死回生。2010年中国仅有11块IMAX银幕，但《阿凡达》制造的观影热潮刺激IMAX银幕建设，截至2012年12月31日中国拥有112块IMAX银幕，其中100家为商业影院，成为仅次于美国全球第二大IMAX的电影市场。屏幕数增多一方面是源自观众需求，另一方面也因为2012年“中美电影新政”增加的14部进口片配额特指IMAX和3D影片。

2010年IMAX公司开始和国内电影公司合作，当年推出《唐山大地震》，2011年又合作了《建党伟业》《龙门飞甲》，而2012年华语IMAX影片增加到四部。2013年才过去两个月，也已经有《一代宗师》和《西游降魔篇》IMAX版上映。

IMAX影片增多，一些影片档期冲突，也促使中国巨幕越来越抢手，出现了影片抢IMAX银幕的现象。譬如去年11月底《少年派的奇幻漂流》仅上映一周就“让位”《一九四二》。

据悉，目前全国范围内有127块银幕在建，未来一两年内，中国的IMAX银幕将迅速超过200块。

目前，全球IMAX影院银幕数量已达528块左右，其中170余块为数字银幕，350块为胶片银幕。数字银幕均支持3D放映，胶片银幕中部分支持3D放映。此外，部分科技馆、博物馆也配备了IMAX银幕。而美国的IMAX银幕数达到342张，位居全球首位。KXV3D中国

2012年2月18日，中美双方截止到2011年底，中国IMAX银幕数达到74块，比2010年《阿凡达》上映时增加一倍以上，就解决WTO电影相关问题的谅解备忘录达成协议。中国进口分账大片的配额将进一步开放，由原来的20部增加到了34部，且以3D和IMAX大片为主，同时，美方票房分账比例从13%提高到25%。

## 中国IMAX影厅分布

资料来源：博思数据整理

### 3.5 中国电影广告 119

#### 3.5.1 相关概念 119

#### 3.5.2 2013年中国电影广告发展概况 120

#### 3.5.3 中国电影植入广告分析 120

#### 3.5.4 中国映前、贴片广告分析 121

#### 3.5.5 搭载营销方式分析 121

#### 3.5.6 电影广告有待规范 122

## 第四章 国外电影行业及院线发展概况 123

### 4.1 2012年全球电影产业概况 123

#### 4.1.1 2012年全球电影收入概况 123

2012年，全球票房总收入增长了6.4%，至347亿美元，其中亚太、拉美以及北美地区的贡献最大。与之相反的是，法国、意大利、西班牙以及其他一些国家的票房收入出现萎缩，从而令欧洲、中东以及非洲地区的电影市场变得不景气。

2012年全球电影票房收入达到347亿美元

2012年以中国为代表的亚太地区电影票房收入达到104亿美元，拉美市场规模为28亿美元。

#### 2012年全球电影票房收入区域分布

#### 4.1.2 2012年全球电影市场和影片排名 123

#### 4.1.3 2012年金砖四国票房保持较快增长 125

#### 4.1.4 2012年北美和西欧电影市场概况 126

#### 4.1.5 2012年全球影院票房收入分析 130

#### 4.1.6 2012年主要国家人均观影次数对比分析 130

### 4.2 美国电影院线制 131

#### 4.2.1 美国电影院线制概况 131

#### 4.2.2 美国院线溯源与发展 132

#### 4.2.3 美国电影院线发展概况 137

#### 4.2.4 美国主要院线经营状况分析 140

第五章 中国电影院线	147
5.1 中国电影院线制溯源与发展	147
5.2 2013中国电影院线发展概况	158
5.2.1 2013年39条电影院线基本信息	158
5.2.2 2013年院线数量和规模的增长	168
5.2.3 2013年影院数和银幕数的发展	168
5.2.4 2013年数字银幕数的发展	170
5.2.6 2013年地区票房收入份额及变化分析	171
5.2.7 2013年城市票房收入份额及变化分析	172
5.3 2013年不同地区院线表现	173
5.3.1 2013年院线排名变化分析	173
5.3.2 2013年电影院排名变化分析	174
5.3.3 2013年地区票房收入份额及变化分析	176
5.4 特色院线的发展状况	177
5.4.1 儿童电影院线	177
5.4.2 民族电影院线	177
5.4.3 艺术电影院线	178
5.5 国内院线制的不足	178
5.5.1 严重的两级分化	178
5.5.2 布局现象的不均	179
5.5.3 资本纽带的缺乏	179
5.5.4 影院和银幕数量的不足	179
5.5.5 影片放映中的垄断现象	180
5.5.6 缺乏计划性的电影营销	181
5.6 中国电影院线投资策略	181
5.6.1 重视品牌建设	181
5.6.2 大规模兼并重组	182
5.6.3 不同形态共同发展	182
5.6.4 打造完整产业链	182
5.6.5 重视二级市场及农村市场	182
5.6.6 开拓国外市场	183
第六章 2013年中国电影院线消费者研究	185

6.1 中国电影院线消费者群体概况	185
6.1.1 影院观众的性别分布	185
6.1.2 影院观众的年龄分布	185
6.1.3 影院观众的城市分布	186
6.2 中国电影院线观众消费行为调查	187
6.2.1 中国影院观众观影方式分析	187
6.2.2 中国影院观众观影原因分析	188
6.2.3 中国影院观众购票方式分析	190
6.2.4 中国影院观众可接受的票价调研	191
第七章 2013年中国电影业及院线的管理分析	193
7.1 中国电影产业的管理分析	193
7.1.1 中国电影业管理体制探讨	193
7.1.2 中国电影产业存在的问题	197
7.1.3 加快电影产业发展的关键因素	203
7.2 中国电影院线的管理分析	205
7.2.1 影院公司结构探讨	205
7.2.2 全新的电影文化生活方式	206
7.2.3 差异化运营	206
7.2.4 顾客价值管理	207
7.2.5 数据信息运用	210
第八章 2013年中国电影院线竞争和营销分析	211
8.1 中国院线的竞争状况	211
8.1.1 院线的投资自建和合并重组	211
8.1.2 加盟影院对十大院线的影响	212
8.1.3 新建院线的发展	216
8.2 中国院线市场份额影响因素分析	217
8.2.1 品牌认知力	217
8.2.2 核心特色资源	217
8.3 中国城市影院竞争趋势分析	217
8.3.1 一线城市竞争趋势分析	217
8.3.2 二线城市竞争趋势分析	218
8.3.3 三线城市竞争趋势分析	218

8.4 中国电影院线的营销分析	218
8.4.1 中国影院的营销概况	218
8.4.2 电影营销的基本模型	220
8.5 中国电影院线营销战略	221
8.5.1 品牌战略	221
8.5.2 阵地宣传载体	222
8.5.3 公共关系建设	222
8.5.4 未来影院营销趋势	222
第九章 2013年中国十大电影院线研究	224
9.1 万达院线——全球最大的电影院线	224
9.1.1 万达院线概况	224
9.1.2 万达院线迅猛发展	224
9.1.3 万达院线市场份额分析	224
9.1.4 万达国际化发展取得实质性进展	225
9.1.5 万达院线发展成功经验借鉴	226
9.1.6 万达院线发展规划浅析	228
9.2 中影星美院线	229
9.2.1 中影星美院线概况	229
9.2.2 中影星美影院投资与建设状况	230
9.2.3 中影星美影院经营管理分析	231
9.2.4 中影星美院线成功经验借鉴	231
9.2.5 中影星美院线未来发展方向	232
9.3 上海联和院线	233
9.3.1 上海联和院线概况	233
9.3.2 数字影院加速联和院线发展	234
9.3.3 上海联和院线成功经验借鉴	235
9.3.4 上海联和院线未来整体规划	235
9.4 中影南方新干线	236
9.4.1 中影南方新干线概况	236
9.4.2 中影南方新干线成功经验借鉴	237
9.4.3 南方新干线旗下各影院的发展	237
9.5 其他重点电影院线概况	238

9.5.1 广州金逸珠江院线	238
9.5.2 北京新影联院线	239
9.5.3 大地数字影院	239
9.5.4 浙江时代院线	240
9.5.5 四川太平洋院线	240
9.5.6 辽宁北方电影院线	240
第十章 2014-2019年中国电影产业及影院投资及趋势分析	241
10.1 电影产业投资分析	241
10.1.1 中外电影产业投融资模式分析	241
10.1.2 中国电影产业投资概况	244
10.1.3 中国电影产业投资机会分析	245
10.1.4 中国电影产业投资前景分析	247
10.1.5 中国电影产业投资趋势分析	247
10.2 电影院线投资分析	250
10.2.1 中国电影院线投资概况	250
10.2.2 中国影院投资管理公司	252
10.2.3 中国影院投资效益分析	256
10.2.4 中国影院投资评估模型	257
10.2.5 中国电影院线加盟模式	258
10.2.6 中国院线投资壁垒分析	258
10.3 中国电影院线趋势分析	260
10.3.1 中国影院趋势预测	260
10.3.2 主要院线开拓计划	261
10.3.3 2014-2019年电影院线发展预测分析	268
图表目录：部分	
图表：中国IMAX影厅分布	
图表：2008-2013年我国电影广告市场及结构	
图表：2011年1季度-2012年3季度央视三维广告收入及规模	
图表：2008-2012年全球电影票房收入统计：亿美元	
图表：中国超过日本成世界第二大电影市场	
图表：2012 年中国票房与新增票房占全球比重	
图表：2012年全球电影票房榜前十位：亿美元	

图表：1913-2012年北美电影历史票房：百万美元

图表：北美电影发行数量

图表：2011 年北美电影市场份额：按总收入

图表：2012 年北美电影市场份额：按票房

图表：2012年欧洲电影市场格局

图表：2012年全球十大电影市场票房收入排行（单位：美元）

图表：2012年全球主要国家人均观影次数统计：次/年

图表：美国电影产业发展历程总览

图表：2008-2012年CINEMARK院线营收状况：千美元

图表：CINEMARK院线美国本土市场概况

图表：CINEMARK院线拉美市场概况

图表：AMC院线美国市场概况：座；块

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1502/S02716AIY6.html>