

# 2015-2022年中国电影后期 制作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

《2015-2022年中国电影后期制作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/chuanmei1509/278029QKHP.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-02

【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

## 报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国电影后期制作市场分析与投资前景研究报告》共十二章。报告介绍了电影后期制作行业相关概述、中国电影后期制作产业运行环境、分析了中国电影后期制作行业的现状、中国电影后期制作行业竞争格局、对中国电影后期制作行业做了重点企业经营状况分析及中国电影后期制作产业发展前景与投资预测。您若想对电影后期制作产业有个系统的了解或者想投资电影后期制作行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

影视媒体已经成为当前最为大众化，最具影响力的媒体形式。从好莱坞大片所创造的幻想世界，到电视新闻所关注的现实生活，再到铺天盖地的电视广告，无一不深刻地影响着我们的生活。过去，影视节目的制作是专业人员的工作，对大众来说似乎还笼罩着一层神秘的面纱。十几年来，数字技术全面进入影视制作过程，计算机逐步取代了许多原有的影视设备，并在影视制作的各个环节发挥了重大作用。但是直到不久前，影视制作使用的一直是价格极端昂贵的专业硬件和软件，非专业人员很难见到这些设备，更不用说熟练使用这些工具来制作自己的作品了。随着PC性能的显著提高，价格的不断降低，影视制作从以前专业的硬件设备逐渐向pc平台上转移，原先身份极高的专业软件也逐步移植到平台上，价格也日益大众化。同时影视制作的应用也从专业影视制作扩大到电脑游戏、多媒体、网络、家庭娱乐等更为广阔的领域。许多在这些行业的做作业人员与大量的影视爱好者们，都可以利用自己手中的电脑，来制作自己的影视节目。

## 报告目录：

### 第一章电影后期制作行业概述1

#### 第一节电影后期制作产品概述1

#### 第二节电影后期制作产品说明2

##### 一、电影后期制作用途2

##### 二、电影后期制作特征3

##### 三、电影后期制作分类情况3

#### 第三节电影后期制作产业链分析5

##### 一、产业链模型介绍5

##### 二、电影后期制作产业链模型分析7

### 第二章全球电影后期制作行业市场概况10

第一节影视制作全球化的认识10

第二节美国电影产业全球化策略11

第三节世界电影产业发展现状及趋势13

第四节法国高蒙公司运作经验15

第三章中国电影后期制作行业分析18

第一节中国电影后期制作市场存在的问题分析18

第二节中国电影后期制作市场面临的挑战分析25

第三节电影后期制作行业SWOT分析31

一、行业有利因素分析31

二、行业不利因素分析33

第四章电影后期制作行业发展环境分析36

第一节宏观经济环境36

一、宏观经济36

二、工业生产66

三、社会消费71

四、固定资产投资81

五、对外贸易91

六、居民消费价格指数104

七、2015宏观经济预测107

第二节政策环境112

一、产业政策112

二、相关政策116

第五章电影后期制作重点区域分析123

第一节华北地区分析123

第二节华东地区分析129

第三节华南地区分析134

第四节其他重点区域分析140

## 第六章电影后期制作市场供需态势分析143

### 第一节中国电影后期制作市场运行情况分析143

#### 一、国内电影后期制作市场规模143

#### 二、国内电影后期制作市场现状分析146

#### 三、国内电影后期制作市场需求情况分析150

### 第二节中国电影后期制作行业市场供需平衡分析157

### 第三节中国电影后期制作行业供需平衡预测162

## 第七章2011-2015年电影后期制作进出口分析167

### 第一节2011-2015年电影后期制作进出口对比分析167

### 第二节2011-2015年国内外电视市场对比分析167

## 第八章2011-2015年中国电影后期制作行业总体发展状况170

### 第一节中国电影后期制作行业规模情况分析170

#### 一、行业单位规模情况分析170

#### 二、行业人员规模状况分析170

#### 三、行业市场规模状况分析172

### 第二节中国电影后期制作行业财务能力分析186

#### 一、行业盈利能力分析与预测186

#### 二、行业偿债能力分析186

#### 三、行业营运能力分析186

#### 四、行业发展能力分析187

## 第九章电影后期制作行业竞争情况189

### 第一节我国电影后期制作行业竞争格局分析189

#### 一、现有企业的竞争189

#### 二、潜在进入者191

#### 三、替代品的威胁193

#### 四、供应商的议价能力196

#### 五、购买者的讨价还价能力196

### 第二节主要电影后期制作企业竞争分析198

#### 一、重点企业的销售收入对比分析198

## 二、重点企业的总资产对比分析198

## 第十章国内重点电影后期制作企业竞争分析199

### 第一节中南出版传媒集团股份有限公司199

#### 一、企业概况199

#### 二、企业经营情况200

#### 三、企业主要经济指标分析201

### 第二节华数传媒网络有限公司204

#### 一、企业概况204

#### 二、企业经营情况204

#### 三、企业主要经济指标分析205

### 第三节湖南电广传媒股份有限公司208

#### 一、企业概况208

#### 二、企业经营情况210

#### 三、企业主要经济指标分析212

### 第四节华谊兄弟传媒集团216

#### 一、企业概况216

#### 二、企业经营情况216

#### 三、企业主要经济指标分析218

### 第五节华策影视股份有限公司221

#### 一、企业概况221

#### 二、企业经营情况222

#### 三、企业主要经济指标分析223

## 第十一章电影后期制作行业未来发展预测及投资前景分析227

### 第一节2015-2022年电影后期制作行业发展预测227

#### 一、2015-2022年电影后期制作产能预测227

#### 二、2015-2022年电影后期制作行业市场容量预测232

#### 三、2015-2022年电影后期制作竞争格局预测238

### 第二节电影后期制作产品投资机会248

### 第三节电影后期制作产品投资收益预测256

## 第十二章 博思数据专家观点与结论261

### 第一节 中国电影后期制作行业市场发展趋势预测261

#### 第二节 行业应对策略268

##### 一、把握国家投资的契机268

##### 二、竞争性战略联盟的实施274

##### 三、企业自身应对策略282

##### 四、影视文化产业的发展趋势286

### 第三节 市场的重点客户战略实施295

#### 一、实施重点客户战略的必要性295

#### 二、合理确立重点客户297

#### 三、重点客户战略管理301

#### 四、重点客户管理功能304

## 图表目录：

图表：2011-2014年工业增加值增速变化分析68

图表：2011-2014年日均发电量统计分析69

图表：2011-2014年轿车日均产量统计分析70

图表：2011-2014年钢材日均产量统计分析70

图表：2011-2014年水泥日均产量统计分析71

图表：2011-2014年原油加工日均产量统计分析 71

图表：2011-2015年全国固定资产投资统计分析 82

图表：固定资产投资（不含农户）增速 82

图表：固定资产投资资金来源增速 83

图表：东、中西部地区固定资产投资增速 83

图表：2011-2014年固定资产投资同比增速变化分析 88

图表：2011-2014年固定资产投资资金增速变化 89

图表：2011-2014年不同地区投资同比增速变化 89

图表：2011-2014年我国财政预算收支情况统计分析 90

图表：2011-2014年非制造业商务活动指数分析 90

图表：2011-2014年制造业指数分析 91

图表：2011-2014年规模以上工业企业净利润增长统计分析 91

图表：2014年我国进口市场结构分析 104

图表：2014年我国出口市场结构分析 104

图表：2010-2014年社会消费品零售总额 107

图表：2007-2014年消费者相关指数分析 107

图表：2011-2014年我国出口走势变化分析 169

图表：2011-2014年我国进口走势变化分析 169

图表：2014年影视行业主要上市公司资产及营业收入对比分析 170

图表：2011-2015年在线视频行业市场规模分析 180

图表：2008-2014年我国文化产业工业销售产值统计分析 180

图表：2008-2014年我国北京文化产业工业销售产值统计分析 181

图表：2008-2014年我国上海文化产业工业销售产值统计分析 181

图表：2008-2014年我国江苏文化产业工业销售产值统计分析 181

图表：2008-2014年我国浙江文化产业工业销售产值统计分析 182

图表：2008-2014年我国福建文化产业工业销售产值统计分析 182

图表：2008-2014年我国广东文化产业工业销售产值统计分析 182

图表：2008-2014年我国天津文化产业工业销售产值统计分析 183

图表：2008-2014年我国北京文化产业出口交货值统计分析 183

图表：2008-2014年我国文化产业出口交货值统计分析 183

图表：2008-2014年我国上海文化产业出口交货值统计分析 184

图表：2008-2014年我国江苏文化产业出口交货值统计分析 184

图表：2008-2014年我国浙江文化产业出口交货值统计分析 184

图表：2008-2014年我国福建文化产业出口交货值统计分析 185

图表：2008-2014年我国广东文化产业出口交货值统计分析 185

图表：2011-2016年电影制作行业盈利能力及预测分析 186

图表：2011-2015年电影制作行业偿债指标分析与预测 186

图表：2011-2015年电影制作行业营运能力分析与预测 186

图表：2012-2014年重点企业受益增长率分析预测 198

图表：相关重点上市公司主要指标对比分析 198

图表：2011-2014年中南出版传媒股份有限公司每股指标分析 201

图表：2011-2014年中南出版传媒股份有限公司成长能力指标分析 201

图表：2011-2014年中南出版传媒股份有限公司盈利能力指标分析 202

图表：2011-2014年中南出版传媒股份有限公司盈利质量指标分析 202

图表：2011-2014年中南出版传媒股份有限公司运营能力指标分析 202



图表：2011-2014年中南出版传媒股份有限公司财务风险指标分析 202

图表：2011-2014年中南出版传媒股份有限公司每股收益指标分析 202

图表：2011-2014年中南出版传媒股份有限公司净资产收益率指标分析 203

图表：2011-2014年中南出版传媒股份有限公司营业收入指标分析 203

图表：2011-2014年中南出版传媒股份有限公司净利润指标分析 204

图表：2011-2014年华数传媒网络有限公司每股指标分析 205

图表：2011-2014年华数传媒网络有限公司成长能力指标分析 205

图表：2011-2014年华数传媒网络有限公司盈利能力指标分析 206

图表：2011-2014年华数传媒网络有限公司盈利质量指标分析 206

图表：2011-2014年华数传媒网络有限公司运营能力指标分析 206

图表：2011-2014年华数传媒网络有限公司财务风险指标分析 206

图表：2011-2014年华数传媒网络有限公司资产负债表分析 206

图表：2011-2014年华数传媒网络有限公司利润表指标分析 207

图表：2011-2014年华数传媒网络有限公司每股收益指标分析 207

图表：2011-2014年华数传媒网络有限公司净资产收益率指标分析 207

图表：2011-2014年华数传媒网络有限公司净利润指标分析 208

图表：2011-2014年湖南电广传媒股份有限公司每股指标分析 212

图表：2011-2014年湖南电广传媒股份有限公司成长能力指标分析 212

图表：2011-2014年湖南电广传媒股份有限公司盈利能力指标分析 212

图表：2011-2014年湖南电广传媒股份有限公司盈利质量指标分析 213

图表：2011-2014年湖南电广传媒股份有限公司运营能力指标分析 213

图表：2011-2014年湖南电广传媒股份有限公司财务风险指标分析 213

图表：2011-2014年湖南电广传媒股份有限公司资产负债表分析 213

图表：2011-2014年湖南电广传媒股份有限公司每股收益指标分析 214

图表：2011-2014年湖南电广传媒股份有限公司净资产收益率指标分析 214

图表：2011-2014年湖南电广传媒股份有限公司净利润指标分析 215

图表：2011-2014年湖南电广传媒股份有限公司营业收入指标分析 215

图表：2011-2014年华谊兄弟传媒有限公司每股指标分析 218

图表：2011-2014年华谊兄弟传媒有限公司成长能力指标分析 218

图表：2011-2014年华谊兄弟传媒有限公司盈利能力指标分析 218

图表：2011-2014年华谊兄弟传媒有限公司盈利质量指标分析 218

图表：2011-2014年华谊兄弟传媒有限公司运营能力指标分析 219

图表：2011-2014年华谊兄弟传媒有限公司财务风险指标分析 219

图表：2011-2014年华谊兄弟传媒有限公司资产表分析 219

图表：2011-2014年华谊兄弟传媒有限公司利润表分析 219

图表：2011-2014年华谊兄弟传媒有限公司每股收益分析 220

图表：2011-2014年华谊兄弟传媒有限公司净资产收益率分析 220

图表：2011-2014年华谊兄弟传媒有限公司净利润分析 221

图表：2011-2014年华策影视股份有限公司每股指标分析 223

图表：2011-2014年华策影视股份有限公司成长能力分析 223

图表：2011-2014年华策影视股份有限公司盈利能力分析 223

图表：2011-2014年华策影视股份有限公司盈利质量分析 224

图表：2011-2014年华策影视股份有限公司运营能力分析 224

图表：2011-2014年华策影视股份有限公司财务风险分析 224

图表：2011-2014年华策影视股份有限公司资产负债表分析 224

图表：2011-2014年华策影视股份有限公司利润表分析 225

图表：2011-2014年华策影视股份有限公司每股收益分析 225

图表：2011-2014年华策影视股份有限公司净资产收益率分析 225

图表：2011-2014年华策影视股份有限公司净利润分析 226

图表：重点客户管理组织架构分析 295

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/chuanmei1509/278029QKHP.html>