

2018-2023年中国互联网+ 电影院线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

报告报价

《2018-2023年中国互联网+电影院线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/report/493271QMR7.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2018-05-09

【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《2018-2023年中国互联网+电影院线市场分析与投资前景研究报告》介绍了互联网+电影院线行业相关概述、中国互联网+电影院线产业运行环境、分析了中国互联网+电影院线行业的现状、中国互联网+电影院线行业竞争格局、对中国互联网+电影院线行业做了重点企业经营状况分析及中国互联网+电影院线产业发展前景与投资预测。您若想对互联网+电影院线产业有个系统的了解或者想投资互联网+电影院线行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2009-2016年，我国人均观影次数不断攀升，2016年中国观影人次13.7亿，人均1.7次，但我国观影次数与美韩等电影发达国家或地区差距巨大，若考虑到尚未纳入到城市院线覆盖范围的农村区域人口，则人均观影次数更低。在全球主要电影市场中，2016年，韩国平均每人每年去影院观看影片4.34次，位居第一，这一水平相当于中国城镇人口平均观影人次的4倍。

报告目录：

第一章 互联网+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 4

1.1.3 数字电影、数字拷贝、数字银幕 5

1.1.4 3D电影、3D银幕 8

1.1.5 IMAX电影、IMAX银幕 9

1.2 电影产业链 10

1.2.1 标准电影产业链介绍 10

1.2.2 大电影产业链介绍 12

1.2.3 中国电影票房分账系统介绍 13

1.2.4 中国电影版权收入介绍 15

1.2.5 中国电影票价探讨 15

1.3 互联网+电影院线定义及分类 17

1.3.1 互联网+电影院线定义 17

1.3.2 互联网+电影院线分类 18

第二章 2014-2017年全球电影产业及院线发展状况 19

2.1 2014-2017年全球电影产业发展状况	19
2.1.1 全球电影收入概况	19
2.1.2 全球电影市场和影片排名	22
2.1.3 全球电影市场票房收入分析	25
2.1.4 主要国家人均票房数据对比分析	26
2.1.5 主要国家人均观影次数对比分析	27
2.2 北美电影行业及院线发展状况	27
2.2.1 北美电影票房收入状况	27
2.2.2 北美观影人次及平均票价	28
2.2.3 北美互联网+电影院线消费者分析	28
2.2.4 美国互联网+电影院线制发展概况	30
2.2.5 美国互联网+电影院线溯源与发展	33
2.2.6 美国互联网+电影院线的发展现状	38
2.2.7 美国主要院线的经营状况	40
2.3 印度电影业发展状况	43
2.3.1 印度电影业发展历程回顾	43
2.3.2 印度电影业发展现状分析	45
2.3.3 宝莱坞电影产业集群发展剖析	47
2.3.4 印度电影发行业发展状况	48
2.3.5 印度电影业发展面临的挑战	52
2.3.6 印度电影行业的发展新趋势	52
2.4 法国电影业及院线发展状况	54
2.4.1 法国电影业发展状况综述	54
2.4.2 法国互联网+电影院线的运营策略	57
2.4.3 法国公共影院的建设状况	59
2.4.4 法国艺术互联网+电影院线发展分析	61
2.4.5 法国电影业投融资机制分析	62
2.5 其他地区电影行业及院线制分析	64
2.5.1 金砖四国票房保持较快增长	64
2.5.2 西欧电影市场呈倒退倾向	65
2.5.3 瑞典电影业发展状况分析	68
2.5.4 德国电影管理体制及法律	69

2.5.5 韩国电影业发展状况分析 73

2.5.6 泰国电影重新崛起经验借鉴 77

2.5.7 香港电影业发展状况分析 78

第三章 2014-2017年中国互联网+电影院线发展环境分析 83

3.1 经济环境 83

3.1.1 全球经济环境缓慢复苏 83

3.1.2 全球经济运行趋势预测 100

3.1.3 中国经济环境平稳增长 102

3.1.4 中国经济环境发展预测 105

3.2 社会环境 106

3.2.1 中国居民消费水平现状 106

3.2.2 中国居民文化消费正在升级 111

3.2.3 消费者追求多元化的电影消费 112

3.2.4 中国观影人群涨幅日渐缩小 113

3.3 政策环境 114

3.3.1 行业主管部门介绍 114

3.3.2 行业监管政策分析 114

3.3.3 行业管理体制的变迁 115

3.3.4 历年重要产业政策回顾 118

3.3.5 产业相关政策解读 118

3.4 行业环境 119

3.4.1 中国电影业的巨大发展潜力 119

3.4.2 数字化成为必然发展趋势 119

3.4.3 二级电影市场有待挖掘 120

第四章 2012-2016年中国电影产业发展分析 122

4.1 2012-2016年中国电影产业发展状况 122

4.1.1 2013年中国电影产业发展状况 122

4.1.2 2014年中国电影产业发展状况 124

4.1.3 2015年中国电影产业发展状况 127

4.1.4 2016年中国电影产业发展形势 137

4.1.5 加快电影产业发展的关键因素	140
4.2 2014-2017年中国电影产业链发展现状	142
4.2.1 中国电影制片业发展现状	142
4.2.2 中国电影发行业发展现状	145
4.2.3 中国电影档期的发展分析	154
4.2.4 电影海外版权引进与出口	157
4.3 国产电影	159
4.3.1 国产电影的发展状况分析	159
4.3.2 国产电影属地审查新规解析	160
4.3.3 互联网成国产电影重要发行渠道	160
4.3.4 国产电影在海外市场推广的障碍	160
4.3.5 中国国产电影的发展瓶颈	161
4.3.6 中国国产电影的投资策略	164
4.4 小成本电影	165
4.4.1 小成本电影的概念及特点	165
4.4.2 小成本电影的发展优势	166
4.4.3 小成本电影观影人群分析	167
4.4.4 小成本电影的发展瓶颈	168
4.4.5 小成本电影的投资策略	169
4.5 数字电影	172
4.5.1 数字电影简介	172
4.5.2 全球数字银幕迅猛增长	172
4.5.3 全球银幕实现数字化转变	173
4.5.4 全球3D电影市场出现分化	174
4.5.5 中国完成电影放映数字化	174
4.5.6 中国IMAX银幕发展迅猛	175
4.6 中国电影广告	178
4.6.1 电影广告的相关概念	178
4.6.2 中国电影广告飞速发展	179
4.6.3 中国电影植入广告分析	180
4.6.4 中国映前、贴片广告分析	180
4.6.5 搭载营销方式分析	182

4.6.6 电影广告有待规范 182

第五章2014-2017年中国互联网+电影院线发展分析 184

5.1 中国互联网+电影院线发展综述 184

5.1.1 中国互联网+电影院线制溯源与发展 184

5.1.2 中国互联网+电影院线制的主要类型 195

5.1.3 中国互联网+电影院线行业的主要特点 195

5.1.4 中国互联网+电影院线的四大系分析 199

5.1.5 中国农村互联网+电影院线发展状况 200

5.2 2014中国互联网+电影院线发展概况 219

5.2.1 互联网+电影院线基本信息 219

5.2.2 互联网+电影院线数量及规模 221

5.2.3 影院数和银幕数的发展 221

5.2.4 数字银幕数的发展分析 222

5.2.5 互联网+电影院线排名变化分析 223

5.2.6 地区票房收入份额及变化 223

5.2.7 城市票房收入份额及变化 224

5.3 2015年中国互联网+电影院线发展状况 225

5.3.1 互联网+电影院线数量及规模 225

5.3.2 互联网+电影院线运营收益分析 226

5.3.3 影院数和银幕数的发展 226

5.3.4 数字银幕数的发展分析 227

5.3.5 互联网+电影院线区域分布格局 228

5.4 2016年中国互联网+电影院线发展状况 228

5.4.1 互联网+电影院线数量及规模 228

5.4.2 互联网+电影院线市场特征分析 229

5.4.3 影院数和银幕数的发展 230

5.4.4 影院不同档次票房分布 231

5.4.5 互联网+电影院线区域分布格局 232

5.4.6 影院电子商务发展状况 233

5.5 2014-2016年特色院线的发展状况 234

5.5.1 儿童互联网+电影院线 234

- 5.5.2 民族互联网+电影院线 235
- 5.5.3 戏曲互联网+电影院线 236
- 5.5.4 艺术互联网+电影院线 238
- 5.6 中国互联网+电影院线的管理分析 239
 - 5.6.1 影院公司结构探讨 239
 - 5.6.2 全新的电影文化生活方式 240
 - 5.6.3 差异化运营 241
 - 5.6.4 顾客价值管理 242
 - 5.6.5 数据信息运用 243
- 5.7 国内院线制的不足 246
 - 5.7.1 严重的两级分化 246
 - 5.7.2 布局现象的不均 246
 - 5.7.3 资本纽带的缺乏 247
 - 5.7.4 影院和银幕数量的不足 247
 - 5.7.5 影片放映中的垄断现象 248
 - 5.7.6 缺乏计划性的电影营销 249
- 5.8 中国互联网+电影院线投资策略 249
 - 5.8.1 重视品牌建设 249
 - 5.8.2 大规模兼并重组 249
 - 5.8.3 不同形态共同发展 250
 - 5.8.4 打造完整产业链 250
 - 5.8.5 重视二级及农村市场 250
 - 5.8.6 开拓国外市场 251

第六章 互联网+电影院线消费者研究 253

- 6.1 中国互联网+电影院线消费者群体概况 253
 - 6.1.1 影院观众的性别分布 253
 - 6.1.2 影院观众的年龄分布 253
 - 6.1.3 影院观众的城市分布 254
- 6.2 中国互联网+电影院线观众消费行为调查 255
 - 6.2.1 中国影院观众观影方式分析 255
 - 6.2.2 中国影院观众观影原因分析 256

- 6.2.3 中国影院观众观影时机分析 257
- 6.2.4 影院观众选择影院考虑因素 258
- 6.2.5 中国影院观众购票方式分析 259
- 6.2.6 影院观众可接受的票价调研 260
- 6.2.7 影院观众成为影院会员的原因 260

第七章 中国互联网+电影院线竞争和营销分析 262

- 7.1 中国院线的市场化程度和竞争格局 262
 - 7.1.1 中国互联网+电影院线的市场化水平 262
 - 7.1.2 中国互联网+电影院线行业竞争格局 263
 - 7.1.3 中国主要院线及其市场份额 264
 - 7.1.4 院线的投资自建和合并重组 264
 - 7.1.5 加盟影院对十大院线的影响 265
 - 7.1.6 新建院线的竞争状况分析 265
- 7.2 中国院线市场份额影响因素分析 266
 - 7.2.1 品牌认知力 266
 - 7.2.2 核心特色资源 267
 - 7.2.3 设备环境氛围 267
- 7.3 中国城市影院竞争趋势分析 267
 - 7.3.1 一线城市竞争趋势分析 267
 - 7.3.2 二线城市竞争趋势分析 268
 - 7.3.3 三线城市竞争趋势分析 269
 - 7.3.4 未来具有竞争优势的影院类型 269
- 7.4 中国互联网+电影院线的营销分析 270
 - 7.4.1 中国影院的营销概况 270
 - 7.4.2 影院营销的基本模型 271
- 7.5 中国互联网+电影院线营销战略 271
 - 7.5.1 品牌战略 271
 - 7.5.2 阵地宣传载体 272
 - 7.5.3 公共关系建设 273
 - 7.5.4 未来影院营销趋势 274

第八章 2014-2016年中国十大互联网+电影院线分析	275
8.1 万达院线——全球最大的互联网+电影院线	275
8.1.1 万达院线概况	275
8.1.2 万达院线迅猛发展	279
8.1.3 万达院线市场份额分析	280
8.1.4 国际化发展取得实质性进展	280
8.1.5 万达院线发展成功经验借鉴	281
8.1.6 万达院线发展规划浅析	283
8.2 上海联和院线	284
8.2.1 上海联和院线概况	284
8.2.2 数字影院加速联和院线发展	285
8.2.3 上海联和院线成功经验借鉴	285
8.2.4 上海联和院线未来整体规划	286
8.3 中影星美院线	287
8.3.1 中影星美院线概况	287
8.3.2 中影星美影院投资与建设状况	288
8.3.3 中影星美影院经营管理分析	289
8.3.4 中影星美院线成功经验借鉴	289
8.3.5 高端品牌“达麦影城”介绍	290
8.4 中影南方新干线	291
8.4.1 中影南方新干线概况	291
8.4.2 院线的优势及市场地位	292
8.4.3 院线的成功经验借鉴	292
8.4.4 院线旗下各影院的发展	293
8.5 广州金逸珠江院线	293
8.5.1 广州金逸珠江院线概况	293
8.5.2 金逸院线的市场地位分析	294
8.5.3 金逸院线的竞争优劣势分析	294
8.5.4 金逸院线的产品及服务分析	295
8.5.5 金逸院线的产品及服务模式	295
8.6 其他重点互联网+电影院线概况	295
8.6.1 北京新影联院线	295

8.6.2 大地数字影院 299

8.6.3 浙江时代院线 300

8.6.4 四川太平洋院线 302

8.6.5 辽宁北方互联网+电影院线 305

第九章中国电影产业及影院投资及趋势分析 308

9.1 电影产业投资分析 308

9.1.1 中外电影产业投融资模式分析 308

9.1.2 中国电影产业投资状况分析 310

9.1.3 中国电影产业投资机会分析 311

9.1.4 中国电影产业投资前景分析 312

9.1.5 中国电影产业投资前景分析 312

9.2 互联网+电影院线投资分析 313

9.2.1 中国互联网+电影院线投资概况 313

9.2.2 中国影院投资管理公司分析 314

9.2.3 中国影院投资效益分析 315

9.2.4 中国影院投资评估模型 320

9.2.5 行业利润变动趋势分析 321

9.2.6 中国互联网+电影院线加盟模式 322

9.2.7 中国院线投资壁垒分析 323

9.3 中国互联网+电影院线前景及趋势预测 324

9.3.1 中国影院趋势预测分析 324

9.3.2 巨幕成影院发展新方向 326

9.3.3 重组整合是院线发展趋势 326

9.3.4 院线的互联网化发展趋势 327

9.3.5 主要院线开拓计划 328

9.4 2018-2024年互联网+电影院线发展预测分析 332

9.4.1 中国互联网+电影院线行业影响因素分析 332

9.4.2 2018-2024年中国城市互联网+电影院线票房收入预测 333

9.4.3 2018-2024年中国城市互联网+电影院线放映场次预测 333

9.4.4 2018-2024年中国城市互联网+电影院线观影人次预测 334

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/493271QMR7.html>