

2024年中国电影市场调查分析与发展前景 研究报告

中国产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2024年中国电影市场调查分析与发展前景研究报告

报告编号： 13A1393 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：9000 元 纸质+电子版：9200 元

优惠价格： 电子版：8000 元 纸质+电子版：8300 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/3/39/DianYingHangYeFenXiBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

电影是一种大众文化娱乐的重要组成部分，近年来随着数字技术的进步和观众审美的多样化，市场需求持续增长。目前，电影不仅在制作质量和故事讲述方面实现了优化，还在分发渠道和观影体验上进行了改进，以适应不同观众的需求。此外，随着流媒体平台的兴起和发展，电影能够提供更灵活的观看方式和更丰富的内容选择。

未来，电影行业将更加注重技术创新和服务升级。一方面，随着数字技术和智能技术的应用，能够提供更高性能和更长使用寿命的服务将成为趋势。例如，通过虚拟现实技术来提供沉浸式的观影体验。另一方面，随着观众对个性化内容和高质量服务的需求增加，能够提供更个性化定制和更优质服务的电影内容将更受欢迎。此外，随着可持续发展目标的推进，采用环保材料和可持续生产方式的电影制作也将占据市场优势。

第1章 中国电影产业发展背景

1.1 电影产业基本概述

1.1.1 电影产业界定

1.1.2 电影产业链分析

1.1.3 产业所处生命周期判断

1.2 电影产业pest分析

1.2.1 政策环境分析（p）

1.2.2 经济环境分析（e）

1.2.3 社会环境分析（s）

1.2.4 技术环境分析（t）

1.3 电影产业投融资环境分析

1.3.1 传统投融资模式分析

1.3.2 投融资模式创新方向

第2章 中国电影产业发展现状与潜力

2.1 2023-2024年电影产业总体发展情况

2.1.1 电影产业需求分析

(1) 电影票房收入情况

(2) 电影票价变化趋势

(3) 观影人次变化趋势

2.1.2 电影产业供给分析

(1) 电影产量规模及类型

(2) 电影院线及影院数量

(3) 电影荧幕数量规模

2.1.3 不同类电影发展情况

(1) 数字电影市场情况

(2) 3d电影市场情况

(3) imax电影市场情况

2.2 2023-2024年国产电影运营情况分析

2.2.1 国产影片国内票房收入

2.2.2 国产影片海外票房收入

2.2.3 国产动画电影运营情况

2.2.4 国产电影票房排行榜

2.2.5 国产电影产业盈利情况

2.2.6 国产电影市场新特点

(1) 国产电影逐渐占据主导

(2) 国产影片屡破纪录

(3) 新题材、新类型开疆拓土

(4) 中小成本影片开始突围

(5) 电影市场迫切呼唤国产大片

2.3 2023-2024年中国电影产业竞争格局

2.3.1 电影制作市场竞争格局

2.3.2 电影发行市场竞争格局

2.3.3 电影放映市场竞争格局

2.4 2024-2030年国产电影发展潜力分析

2.4.1 国产电影产业发展机遇

(1) 电影市场潜力巨大

(2) 国产电影优势凸显

(3) 数字化放映降低成本

2.4.2 国产电影产业发展难点

(1) 进口大片多

(2) 盈利渠道窄

(3) 投资体系不完善

2.4.3 国产电影产业增长空间

第3章 国产电影盈利模式及衍生品开发策略

3.1 国内电影行业盈利模式现状

3.1.1 国内电影行业收入来源

(1) 票房收入

(2) 广告收入

(3) 电影版权收入

3.1.2 国内电影衍生品开发情况

3.1.3 国内电影衍生品开发前景

(1) 阻碍电影衍生品发展的原因

(2) 国产电影衍生品发展前景

3.2 国外电影衍生品发展借鉴：以好莱坞为例

3.2.1 好莱坞电影衍生品概况

(1) 综述

(2) 衍生品代理公司

3.2.2 好莱坞电影衍生品发展对我国的借鉴

3.3 国内电影衍生品发展借鉴：以《喜洋洋与灰太狼》为例

3.3.1 《喜洋洋与灰太狼》衍生品开发情况

(1) 衍生品开发历程及成果

(2) swot分析《喜洋洋与灰太狼》衍生品

3.3.2 国际合作促成国产电影衍生品产业链进化发展

(1) 授权迪士尼的背景

(2) 借力迪士尼的意义

3.3.3 “喜羊羊”促成国产电影衍生品产业链成型

(1) 成功的营销策略

(2) “喜羊羊”衍生品产业链

3.4 国产电影衍生品产业链设计及运用

3.4.1 国产电影衍生品开发swot分析

3.4.2 国产电影衍生品开发切入点

3.4.3 国产电影衍生品产业链设计

3.4.4 国产电影衍生品的销售策略

- (1) 消费者对衍生品的心里行为模式
- (2) 衍生品的定价及促销
- (3) 国产电影衍生品的宣传营销

第4章 全媒体时代电影营销及转型升级策略

4.1 “全媒体”对电影生态的改变

- 4.1.1 “全媒体”的特征
- 4.1.2 “全媒体”对电影生态的改变

4.2 新媒体背景下电影营销策略

- 4.2.1 营销成为提升票房的重要手段
- 4.2.2 新媒体背景下电影营销新特点

- (1) 多媒体整合营销
- (2) 精准、互动营销

4.2.3 新媒体下电影营销手段多样化

- (1) 免费营销
- (2) 口碑营销
- (3) 关联推销
- (4) 个性化内容定制

4.2.4 电影营销新兴媒体形式及案例

- (1) 微博营销
- (2) sns营销
- (3) 网站营销
- (4) 微信营销
- (5) 移动app营销

4.2.5 新媒体时代电影营销的问题

4.2.6 新媒体时代电影营销的对策

4.3 “全媒体”时代电影转型升级策略

4.3.1 “全媒体”时代电影业的根本变化

- (1) 多媒体竞争转向多媒体融合发展
- (2) 电影制作为中心转向消费者为中心
- (3) 单媒体叙事走向跨媒体叙事
- (4) 单一文化产品向全产业链转变
- (5) 部门管制走向行业治理

4.3.2 “全媒体”时代的电影业转型策略

第5章 中国微电影产业发展及商业模式分析

5.1 微电影产生的背景

- 5.1.1 微电影的概念
- 5.1.2 微电影产生背景
- 5.1.3 微电影的优势分析
- 5.2 微电影产业发展现状分析
 - 5.2.1 微电影发展历程
 - 5.2.2 微电影产业规模
 - 5.2.3 微电影产业链格局
 - 5.2.4 微电影产业遭遇的瓶颈
- 5.3 微电影产业盈利模式分析
 - 5.3.1 微电影当前主要盈利模式
 - (1) 广告植入盈利
 - (2) 版权经营收益
 - (3) 票房分成收益
 - 5.3.2 微电影盈利模式的弊端
 - 5.3.3 微电影盈利模式创新方向
- 5.4 微电影产业经营模式分析
 - 5.4.1 微电影专业分享平台
 - (1) 代表企业
 - (2) 业务经营
 - (3) 盈利模式
 - 5.4.2 微电影垂直式服务提供
 - (1) 代表企业
 - (2) 业务经营
 - (3) 盈利模式
 - 5.4.3 微电影终端发行服务提供
 - (1) 代表企业
 - (2) 业务经营
 - (3) 盈利模式
 - 5.4.4 微电影产业规模化品牌定制
 - (1) 代表企业
 - (2) 业务经营
 - (3) 盈利模式
 - 5.4.5 影视娱乐化经营模式
 - (1) 代表企业
 - (2) 业务经营
 - (3) 盈利模式

5.5 微电影营销发展及案例分析

5.5.1 微电影营销的特点

5.5.2 微电影营销成功案例

- (1) 定制：《i know u》
- (2) 合制：别克轿跑系十二星座系列微电影
- (3) 搜狐自制剧：《猫人女王》

5.5.3 微电影营销的困境

5.5.4 微电影营销发展前景

5.6 微电影产业未来发展预判

5.6.1 微电影产业发展方向

5.6.2 微电影产业发展趋势

5.6.3 微电影产业前景预测

第6章 国产成功影片运作模式及经验总结

6.1 《失恋33天》

6.1.1 影片简介

6.1.2 影片票房业绩

6.1.3 影片运作模式

- (1) 题材特点
- (2) 营销策略
- (3) 盈利模式
- (4) 投融资模式

6.1.4 影片成功总结

6.2 《人再囧途之泰囧》

6.2.1 影片简介

6.2.2 影片票房业绩

6.2.3 影片运作模式

- (1) 题材特点
- (2) 营销策略
- (3) 盈利模式
- (4) 投融资模式

6.2.4 影片成功总结

6.3 《西游降魔篇》

6.3.1 影片简介

6.3.2 影片票房业绩

6.3.3 影片运作模式

- (1) 题材特点

- (2) 营销策略
 - (3) 盈利模式
 - (4) 投融资模式
- 6.3.4 影片成功总结
- 6.4 《北京遇上西雅图》
 - 6.4.1 影片简介
 - 6.4.2 影片票房业绩
 - 6.4.3 影片运作模式
 - (1) 题材特点
 - (2) 营销策略
 - (3) 盈利模式
 - (4) 投融资模式
 - 6.4.4 影片成功总结
- 6.5 《不二神探》
 - 6.5.1 影片简介
 - 6.5.2 影片票房业绩
 - 6.5.3 影片运作模式
 - (1) 题材特点
 - (2) 营销策略
 - (3) 盈利模式
 - (4) 投融资模式
 - 6.5.4 影片成功总结
- 6.6 《致青春》
 - 6.6.1 影片简介
 - 6.6.2 影片票房业绩
 - 6.6.3 影片运作模式
 - (1) 题材特点
 - (2) 营销策略
 - (3) 盈利模式
 - (4) 投融资模式
 - 6.6.4 影片成功总结

第7章 电影企业“好莱坞模式”经验借鉴

- 7.1 “好莱坞模式”特点
 - 7.1.1 纵向整合：整合全产业链
 - 7.1.2 横向发展：打造综合型传媒集团
- 7.2 “好莱坞模式”典型案例分析

7.2.1 迪士尼集团

- (1) 集团简介
- (2) 集团商业模式特点
- (3) 集团发展路径与策略
- (4) 集团主要经营数据

7.2.2 时代华纳

- (1) 集团简介
- (2) 集团商业模式特点
- (3) 集团发展路径与策略
- (4) 集团主要经营数据

7.2.3 康卡斯特

- (1) 集团简介
- (2) 集团商业模式特点
- (3) 集团发展路径与策略
- (4) 集团主要经营数据

7.2.4 新闻集团

- (1) 集团简介
- (2) 集团商业模式特点
- (3) 集团发展路径与策略
- (4) 集团主要经营数据

7.2.5 索尼

- (1) 集团简介
- (2) 集团商业模式特点
- (3) 集团发展路径与策略
- (4) 集团主要经营数据

7.2.6 维亚康姆

- (1) 集团简介
- (2) 集团商业模式特点
- (3) 集团发展路径与策略
- (4) 集团主要经营数据

7.3 “好莱坞模式”经验总结

7.3.1 纵向整合

7.3.2 横向发展

7.3.3 风险控制

第8章 中^智^林—中国典型电影企业商业模式剖析

8.1 中国电影集团公司

8.1.1 公司背景

8.1.2 公司商业模式特点

(1) 公司定位

(2) 公司业务系统

(3) 公司关键资源能力

(4) 公司盈利模式

8.1.3 公司商业模式演进

8.1.4 公司经营业绩回顾

8.1.5 公司最新发展动向

8.2 北京光线传媒股份有限公司

8.2.1 公司背景

8.2.2 公司商业模式特点

(1) 公司定位

(2) 公司业务系统

(3) 公司关键资源能力

(4) 公司盈利模式

8.2.3 公司商业模式演进

8.2.4 公司经营业绩回顾

8.2.5 公司最新发展动向

8.3 华谊兄弟传媒股份有限公司

8.3.1 公司背景

8.3.2 公司商业模式特点

(1) 公司定位

(2) 公司业务系统

(3) 公司关键资源能力

(4) 公司盈利模式

8.3.3 公司商业模式演进

8.3.4 公司经营业绩回顾

8.3.5 公司最新发展动向

8.4 浙江华策影视股份有限公司

8.4.1 公司背景

8.4.2 公司商业模式特点

(1) 公司定位

(2) 公司业务系统

(3) 公司关键资源能力

(4) 公司盈利模式

8.4.3 公司商业模式演进

8.4.4 公司经营业绩回顾

8.4.5 公司最新发展动向

8.5 上海电影（集团）有限公司

8.5.1 公司背景

8.5.2 公司商业模式特点

（1）公司定位

（2）公司业务系统

（3）公司关键资源能力

（4）公司盈利模式

8.5.3 公司商业模式演进

8.5.4 公司经营业绩回顾

8.5.5 公司最新发展动向

图表目录

图表 1：中国影视产业链示意图

图表 2：行业生命周期的划分标准

图表 3：电影产业所处生命周期

图表 4：近年来中国电影行业相关政策

图表 5：电影产业与国民经济走势关联图

图表 6：2018-2023年我国国民经济走势

图表 7：2018-2023年我国城镇居民收入增长趋势

图表 8：2018-2023年我国农村居民收入增长趋势

图表 9：2018-2023年我国居民人均消费支出

图表 10：我国居民人均消费支出结构

图表 11：2018-2023年中国电影票房收入、增长率及全球占比（单位：亿元，%）

图表 12：中国超过日本成世界第二大电影市场

图表 13：中国票房占全球票房比重

图表 14：中国新增票房占全球新增票房比重

图表 15：国内电影平均票价

图表 16：中国和美国电影平均票价

图表 17：各国电影平均票价对比

图表 18：中国电影历年观影次数

图表 19：各国人均每年观影次数

图表 20：2018-2023年中国主要类型电影产量（单位：部）

图表 21：中国电影题材分布情况（单位：部；%）

图表 22：2018-2023年中国院线数量及增长率（单位：条，%）

- 图表 23: 2018-2023年中国影院数量及增长情况 (单位: 家, %)
- 图表 24: 2018-2023年中国荧幕数量增长趋势
- 图表 25: 2018-2023年中国国内电影票房及同比增长情况 (单位: 亿元, %)
- 图表 26: 2018-2023年中国国内电影票房占比情况 (单位: %)
- 图表 27: 2018-2023年中国内地电影海外销售及票房收入及增长情况 (单位: 亿元, %)
- 图表 28: 2024年中国电影票房排行榜 (单位: 万元)
- 图表 29: 2024年中国票房收入前十名国产影片 (单位: 万元)
- 图表 30: 2024年中国票房收入前十名进口影片 (单位: 万元)
- 图表 31: 近期电影投资效益比
- 图表 32: 2018-2023年国内电影制作商竞争格局
- 图表 33: 2018-2023年中国电影制片业竞争格局 (单位: %)
- 图表 34: 2018-2023年中国电影院线票房前8强
- 图表 35: 中国电影院票房10强 (单位: 万元)
- 图表 36: 美国经验: 12-24岁为主流观影人群
- 图表 37: 我国电影观众年龄结构
- 图表 38: 我国电影观众主要和家人一起看电影
- 图表 39: 80-90人群带动我国观影习惯常态化
- 图表 40: 2018-2023年我国数字化荧幕增长走势
- 图表 41: 2024-2030年我国国产电影市场规模预测
- 图表 42: 2018-2023年中国电影广告收入 (单位: 亿元)
- 图表 43: 2018-2023年我国电影版权收入
- 图表 44: 原创动力业务类型及运营特点
- 图表 45: 《喜羊羊与灰太狼》系列动画电影衍生品swot分析
- 图表 46: “喜羊羊”衍生品开发层次图
- 图表 47: “喜羊羊”电影项目收支图
- 图表 48: 电影衍生品开发类目和时间对照表
- 图表 49: 以制片商为主导的衍生品产业链图
- 图表 50: 以品牌商为主导的衍生品产业链图
- 图表 51: 国外专门的衍生品交易网站
- 图表 52: 电影《暮光之城》衍生品网站展示
- 图表 53: 电影营销费用支出结构
- 图表 54: 新媒体营销市场规模快速增长
- 图表 55: 国产电影营销成功案例
- 图表 56: 微电影分类 (按制作时间分)
- 图表 57: 微电影分类 (按创作形式分)
- 图表 58: 中国网民规模及普及率

- 图表 59：中国手机上网网民规模
- 图表 60：中国智能手机市场出货量
- 图表 61：中国网络视频用户规模
- 图表 62：中国社区交友和网络视频覆盖面
- 图表 63：中国微博用户规模增长情况
- 图表 64：中国网民年龄结构
- 图表 65：中国网民性别比例
- 图表 66：中国网民教育特征
- 图表 67：中国网民收入情况
- 图表 68：中国网民职业分布
- 图表 69：全球微电影产业发展历程
- 图表 70：中国微电影产业发展历程
- 图表 71：微电影产业链构建图
- 图表 72：微电影产业目前主流的经营模式
- 图表 73：好莱坞六大电影公司所属传媒集团基本数据
- 图表 74：迪士尼收购大事年表
- 图表 75：迪士尼以内容为驱动的产业链结构
- 图表 76：2018-2023年迪士尼营业收入
- 图表 77：迪士尼收入结构
- 图表 78：2018-2023年迪士尼影视业收入变化
- 图表 79：时代华纳主要并购事件
- 图表 80：时代华纳发行电影数量
- 图表 81：时代华纳发行电影票房
- 图表 82：时代华纳营业收入及净利润
- 图表 83：时代华纳电影娱乐部门营业收入及营业利润
- 图表 84：时代华纳电影娱乐部门收入结构
- 图表 85：康卡斯特主要并购事件
- 图表 86：环球影业电影发行数量及票房
- 图表 87：nbc环球营业收入及净利
- 图表 88：nbc环球影视部门营业收入
- 图表 89：nbc环球影视部门收入结构
- 图表 90：新闻集团主要并购事件
- 图表 91：20世纪福克斯发行电影数量
- 图表 92：20世纪福克斯电影票房
- 图表 93：新闻集团营业收入和净利润
- 图表 94：新闻集团电影业务营业收入和营业利润

图表 95：维亚康姆主要并购事件
图表 96：索尼影视娱乐主要并购事件
图表 97：索尼历年发行电影数量及票房
图表 98：索尼营业收入及净利润
图表 99：索尼影业营业收入及营业利润
图表 100：维亚康姆主要并购事件
图表 101：派拉蒙发行电影数量
图表 102：派拉蒙历年电影票房
图表 103：维亚康姆营业收入及净利润
图表 104：维亚康姆电影业务营业收入及营业利
图表 105：维亚康姆电影业务收入结构
图表 106：中国电影集团公司业务系统
图表 107：北京光线传媒股份有限公司定位
图表 108：北京光线传媒股份有限公司业务系统
图表 109：北京光线传媒股份有限公司关键资源能力
图表 110：北京光线传媒股份有限公司盈利模式
图表 111：2018-2023年北京光线传媒股份有限公司经营情况
图表 112：华谊兄弟传媒股份有限公司定位
图表 113：华谊兄弟传媒股份有限公司业务系统
图表 114：华谊兄弟传媒股份有限公司关键资源能力
图表 115：华谊兄弟传媒股份有限公司盈利模式
图表 116：2018-2023年华谊兄弟传媒股份有限公司经营情况
图表 117：浙江华策影视股份有限公司定位
图表 118：浙江华策影视股份有限公司业务系统
图表 119：浙江华策影视股份有限公司关键资源能力
图表 120：浙江华策影视股份有限公司盈利模式
略……

订阅“2024年中国电影市场调查分析与发展前景研究报告”，编号：13A1393，
请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099
Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/3/39/DianYingHangYeFenXiBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！