

2017-2022年中国互联网+ 电影市场监测及发展方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2017-2022年中国互联网+电影市场监测及发展方向研究报告》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.cction.com/report/201707/141122.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

二、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章：互联网+电影产业发展综述

1.1 “互联网+电影”概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵分析

(1) “互联网+”的提出

(2) “互联网+”的内涵

1.1.2 “互联网+电影”的定义

1.1.3 “互联网+电影”产业链分析

1.2 互联网+电影产业PEST分析

1.2.1 政策环境分析（P）

(1) 行业管理体制分析

(2) 行业发展政策分析

(3) 行业政策动向分析

1.2.2 经济环境分析（E）

(1) 宏观经济运行分析

1) 国际宏观经济运行分析

2) 国内宏观经济运行分析

(2) 电子商务发展情况分析

1.2.3 社会环境分析（S）

(1) 互联网普及情况分析

(2) 城市化水平不断提高

(3) 居民消费支出情况

1.2.4 技术环境分析（T）

(1) 云计算技术发展现状及未来趋势分析

(2) 物联网技术发展现状及未来趋势分析

(3) 无线通信技术的发展现状及未来趋势分析

(4) 大数据技术发展现状及未来趋势分析

1.3 互联网+电影产业发展现状分析

1.3.1 全球电影产业发展状况分析

(1) 全球电影票房收入规模

(2) 主要国家电影票房收入

(3) 全球电影产业银幕数量

1.3.2 中国电影产业发展状况分析

(1) 中国电影产业产量规模

(2) 中国电影产业收入规模

(3) 中国电影产业观影人次

1.3.3 互联网给电影产业带来的冲击和变革

(1) 互联网思维颠覆电影传统理念

1) 粉丝经济

2) 用户思维

3) 大数据思维

4) 平台化思维

(2) 互联网改变观影模式与观影空间

1) 互动观影

2) 弹幕电影

(3) 互联网重塑电影产业发展路径

1.3.4 中国互联网+电影产业竞争态势分析

(1) 中国互联网+电影产业竞争格局分析

(2) 中国互联网+电影潜在进入者威胁分析

1.3.5 中国互联网+电影产业投资并购分析

(1) 中国互联网+电影产业投资并购规模

(2) 中国互联网+电影产业投资并购特点

(3) 中国互联网+电影产业投资并购趋势

第二章：互联网+电影产业筹资模式创新策略及优秀案例

2.1 互联网+电影产业筹资模式创新策略——众筹

2.1.1 互联网众筹概况简介

(1) 互联网众筹定义

(2) 互联网众筹模式

(3) 互联网众筹发展历程

(4) 互联网众筹市场规模

(5) 互联网众筹市场结构

(6) 互联网众筹市场竞争分析

(7) 互联网众筹存在问题

2.1.2 互联网+电影众筹发展现状

2.1.3 互联网+电影众筹应用评价

(1) 对电影产业链的积极影响

(2) 互联网+电影众筹局限性分析

2.1.4 互联网+电影众筹平台分析

(1) 大家投

(2) 淘梦网

(3) 追梦网

(4) 影娱宝

(5) 众筹网

2.1.5 互联网+电影众筹优秀案例

(1) 《我就是我》

(2) 《十万个冷笑话》

2.2 互联网+电影产业筹资模式创新策略——娱乐宝

2.2.1 “娱乐宝”概况简介

2.2.2 “娱乐宝”发展现状

2.2.3 “娱乐宝”应用评价

(1) 对电影产业链的积极影响

(2) “娱乐宝”局限性分析

2.2.4 “娱乐宝”优秀案例

(1) 《小时代》

(2) 《狼图腾》

(3) 《老男孩》

(4) 《绝命逃亡》

2.3 互联网+电影产业筹资模式创新策略——百发有戏

2.3.1 “百发有戏”概况简介

2.3.2 “百发有戏”发展现状

2.3.3 “百发有戏”应用评价

(1) 对电影产业链的积极影响

(2) “百发有戏”局限性分析

2.3.4 “百发有戏”优秀案例

第三章：互联网+电影产业制作模式创新策略及优秀案例

3.1 互联网+电影产业叙事方式创新策略——数据库叙事

3.1.1 数据库叙事概况简介

3.1.2 数据库叙事发展现状

3.1.3 数据库叙事应用评价

(1) 对电影产业链的积极影响

(2) 数据库叙事局限性分析

3.1.4 数据库叙事未来趋势

3.1.5 数据库叙事优秀案例

(1) 《小时代》

(2) 《纸牌屋》

3.2 互联网+电影产业创作模式创新策略——UGC模式

3.2.1 UGC模式概况简介

3.2.2 UGC模式发展现状

3.2.3 UGC主要应用模式

3.2.4 UGC模式未来趋势

3.2.5 UGC模式优秀案例

3.3 互联网+电影产业制作技术创新策略——立体/奇观电影

3.3.1 立体/奇观电影简介

3.3.2 立体/奇观电影发展现状

3.3.3 立体/奇观电影未来趋势

3.3.4 立体/奇观电影优秀案例

(1) 《阿凡达》

(2) 《变形金刚4》

(3) 《少年派的奇幻漂流》

第四章：互联网+电影产业营销模式创新策略及优秀案例

4.1 互联网+电影产业营销模式创新策略——微博营销

4.1.1 微博营销定义简介

4.1.2 微博主要功能分析

4.1.3 微博营销价值分析

4.1.4 微博用户规模分析

4.1.5 微博营销模式分析

(1) 企业自营推广模式

(2) 意见领袖推广模式

1) 意见领袖推广模式概述

2) 意见领袖推广模式的实现途径

3) 主要意见领袖微博账号分析

4.1.6 电影微博营销模式分析

(1) 立项期微博营销策略

(2) 筹备期微博营销策略

(3) 拍摄期微博营销策略

(4) 制作期微博营销策略

(5) 宣传期微博营销策略

(6) 上映期微博营销策略

4.1.7 电影微博营销优秀案例

(1) 《失恋33天》

(2) 《小时代》

(3) 《后会无期》

4.2 互联网+电影产业营销模式创新策略——微信营销

4.2.1 微信营销定义简介

4.2.2 微信主要功能分析

4.2.3 微信营销价值分析

(1) 微信的营销价值

(2) 微信公众平台营销价值

4.2.4 微信用户规模分析

4.2.5 微信营销模式分析

(1) 第三方服务商营销模式

1) 微信第三方服务商发展概述

2) 企业选择第三方服务商的目的分析

3) 微信第三方服务商领先企业分析

(2) 企业自建自营模式

4.2.6 电影微信营销模式分析

(1) 微信公众号营销策略

(2) 微信朋友圈营销策略

(3) 微信红包营销策略

(4) 微信漂流瓶营销策略

4.2.7 电影微信营销优秀案例

(1) 《富春山居图》

(2) 《爸爸的假期》

4.3 互联网+电影产业营销模式创新策略——APP营销

4.3.1 APP营销定义简介

4.3.2 APP主要功能分析

4.3.3 APP营销价值分析

(1) APP营销的优势

1) APP营销的优势分析

2) APP营销与传统手机营销对比分析

(2) APP营销是未来营销趋势

1) APP成移动互联网重要入口

2) APP是企业“自营销”的利器

3) APP是企业O2O转型重要载体

4.3.4 APP用户规模分析

(1) APP应用数量增长趋势

(2) APP下载安装数量分析

(3) APP活跃状态情况分析

4.3.5 APP营销模式分析

(1) 销售/服务移动化模式分析

(2) 产品的移动化拓展模式分析

(3) 品牌沟通移动化模式分析

(4) 客户管理移动化模式分析

(5) 内部品牌建设移动化模式分析

(6) 产品组合移动化模式分析

4.3.6 电影APP营销模式分析

4.3.7 电影APP营销优秀案例

(1) 《被偷走的那五年》

(2) 《京城81号》

第五章：互联网+电影产业售票模式创新策略及优秀案例

5.1 互联网+电影产业售票模式创新策略——团购网站售票

5.1.1 团购网站售票概况简介

5.1.2 团购网站售票发展现状

5.1.3 团购网站售票模式评价

(1) 对电影产业链的影响分析

(2) 团购网站售票局限性分析

5.1.4 团购网站售票优秀案例

(1) 美团网

(2) 拉手网

(3) 百度糯米

5.2 互联网+电影产业售票模式创新策略——在线选座售票

5.2.1 在线选座售票概况简介

5.2.2 在线选座售票发展现状

5.2.3 在线选座售票模式评价

(1) 对电影产业链的影响分析

(2) 在线选座售票局限性分析

5.2.4 在线选座售票优秀案例

(1) 时光网

(2) 猫眼电影

(3) 格瓦拉电影

(4) 网票网

5.3 互联网+电影产业售票模式创新策略——APP售票

5.3.1 APP售票概况简介

5.3.2 APP售票发展现状

5.3.3 APP售票模式评价

5.3.4 APP售票优秀案例

(1) 微信电影票

(2) 太平洋影城APP客户端

第六章：互联网+电影后期经营模式创新策略及优秀案例

6.1 互联网+电影后期经营模式创新策略——粉丝经济模式

6.1.1 粉丝经济发展特性

6.1.2 粉丝经济发展模式分析

- (1) 粉丝经济主要产品
- (2) 粉丝经济盈利模式
- (3) 电影行业粉丝经济发展模式
- 6.1.3 粉丝经济模式未来趋势
- 6.1.4 粉丝经济模式优秀案例
 - (1) 《超能陆战队》
 - (2) 《冰雪奇缘》
- 6.2 互联网+电影后期经营模式创新策略——网络点播分成模式
- 6.2.1 网络点播分成模式简介
- 6.2.2 网络点播分成模式发展现状
- 6.2.3 网络点播分成模式未来趋势
- 6.2.4 网络点播分成模式优秀案例
- 6.3 互联网+电影后期经营模式创新策略——APP版权经营模式
- 6.3.1 APP版权经营模式简介
- 6.3.2 APP版权经营模式发展现状
- 6.3.3 APP版权经营模式未来趋势
- 6.3.4 APP版权经营模式优秀案例
- 第七章：2017-2022中国互联网+电影产业市场前景及投资机会分析
- 7.1 2017-2022中国互联网+电影产业发展趋势及前景
- 7.1.1 中国互联网+电影产业发展机遇剖析
- 7.1.2 中国互联网+电影产业发展瓶颈剖析
 - (1) 网络盗版冲击电影产业
 - (2) 电子商务影响影院利润
- 7.1.3 中国互联网+电影产业市场前景预测
- 7.2 中国互联网+电影产业投资特性及模式
- 7.2.1 互联网+电影产业投资壁垒分析
 - (1) 政策壁垒
 - (2) 技术壁垒
 - (3) 资金壁垒
- 7.2.2 互联网+电影产业投资风险分析
- 7.2.3 互联网+电影产业投资模式分析
- 7.3 2017-2022中国互联网+电影产业投资机会及建议

7.3.1 中国互联网+电影产业投资机会

7.3.2 中国互联网+电影产业投资建议

第八章：中国大型企业互联网+电影业务投资布局分析

8.1 互联网+电影产业投资主体结构特征分析

8.2 传统影视企业“互联网+电影”投资布局分析

8.2.1 华谊兄弟

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业互联网+电影投资布局

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

8.2.2 乐视影业

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+电影投资布局

(4) 企业经营优劣势分析

8.2.3 光线影业

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+电影投资布局

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

8.2.4 万达影业

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业互联网+电影投资布局

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

8.2.5 博纳影业

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

1) 获利能力分析

2) 负债水平分析

3) 现金流分析

(3) 企业互联网+电影投资布局

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

8.2.6 华策影视

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业互联网+电影投资布局

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

8.2.7 互联网电影集团

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业互联网+电影投资布局

(3) 企业经营优劣势分析

8.2.8 中国电影集团公司

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+电影投资布局
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向

8.3 BAT等互联网企业“互联网+电影”投资布局分析

8.3.1 阿里影业

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业互联网+电影布局资源
- (4) 企业互联网+电影布局思路
- (5) 企业最新发展动向

8.3.2 百度公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
 - 1) 利润分析
 - 2) 资产负债分析
 - 3) 现金流量分析
 - 4) 主要指标分析
- (3) 企业互联网+电影布局资源
- (4) 企业互联网+电影布局思路
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

8.3.3 腾讯公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业互联网+电影布局资源

(4) 企业互联网+电影布局思路

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

8.3.4 合一影业

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+电影布局资源

(4) 企业互联网+电影布局思路

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

8.3.5 猫眼电影

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+电影布局资源

(4) 企业互联网+电影布局思路

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

8.3.6 游族影业

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+电影布局资源

(4) 企业互联网+电影布局思路

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

8.3.7 爱奇艺影业

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+电影布局资源

(4) 企业互联网+电影布局思路

(5) 企业最新发展动向

部分图表目录

图表1：电影产业链图

图表2：2010-2015年第二季度美国GDP季度增速走势图（单位：%）

图表3：2013-2015年7月美国消费者信心指数走势图

图表4：2014-2015年8月美国失业率走势图（单位：%）

图表5：2010-2015年二季度欧元区GDP季度同比增速走势图（单位：%）

图表6：2014-2015年8月欧元区月度PMI指数走势图

图表7：2013-2015年7月欧元区月度失业率趋势图（单位：%）

图表8：2010-2015年第二季度日本GDP月度增速走势图（单位：%）

图表9：2013-2015年11月日本工业生产指数月度走势图

图表10：2013-2015年7月日本失业率月度走势图（单位：%）

图表11：2010-2015年第一季度俄罗斯GDP同比增速走势图（单位：%）

图表12：2009-2015年第一季度巴西GDP同比增速走势图（单位：%）

图表13：2008-2015年印度GDP同比增速走势图（单位：%）

图表14：2010-2015年上半年我国GDP增长情况及同比增长率（单位：万亿元，%）

图表15：2015年8月-2015年8月中国规模以上企业工业增加值增速走势图（单位：%）

图表16：2005-2015年全社会固定资产投资走势图（单位：亿元，%）

图表17：2015年8月-2015年8月全社会固定资产投资（不含农户）增速走势图（单位：%）

图表18：2005-2015年中国进出口总额走势图（单位：万亿元）

图表19：2010-2015年中国整体网民和移动网民规模图（单位：亿人，%）

图表20：2011-2015年中国网络经济市场规模图（单位：亿元）

图表21：2011-2015年中国网络经济市场结构图（单位：%）

图表22：2011-2015年中国PC网络经济市场规模图（单位：亿元）

图表23：2011-2015年中国移动网络经济市场规模图（单位：亿元）

图表24：2011-2015年中国电子商务市场交易规模图（单位：万亿元）

图表25：2011-2015年中国网络购物市场交易规模图（单位：亿元，%）

图表26：2002-2015年互联网宽带接入用户发展和高速率用户占比趋势（单位：万户，%）

图表27：2009-2015年移动互联网流量发展情况比较（单位：万G）

图表28：2009-2015年互联网宽带接入端口发展情况（单位：万个，%）

图表29：2005-2015年中国城镇化率走势图（单位：%）

图表30：2000-2015年中国居民消费支出走势图（单位：亿元，%）

更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201707/141122.html>