

2022-2028年中国互联网+ 电影行业分析与投资战略研究报告

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

《2022-2028年中国互联网+电影行业分析与投资战略研究报告》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/202110/243806.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

电影，是由活动照相术和幻灯放映术结合发展起来的一种连续的影像画面，是一门视觉和听觉的现代艺术，也是一门可以容纳戏剧、摄影、绘画、音乐、舞蹈、文字、雕塑、建筑等多种艺术的现代科技与艺术的综合体。

2019 年全年，全国新增有效影院数 1453 家，达 12408 家，同比增长 13%。全国新增银幕数 9708 块，达 69787 块，同比增长 16%。有效影院数、银幕总数均为全球第一。国家电影局下发《关于加快电影院建设 促进电影市场繁荣发展的意见》2020 年底银幕目标为 8 万块，预计 20 年银幕增速 14%左右，仍将处于较快增长中，院线行业竞争激烈。2012-2019 年有效影院数及增速数据来源：公开资料整理 2012-2019 中国银幕数及增速数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+电影行业分析与投资战略研究报告》共八章。首先介绍了互联网+电影行业市场发展环境、互联网+电影整体运行态势等，接着分析了互联网+电影行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+电影市场竞争格局。随后，报告对互联网+电影做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+电影行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+电影产业有个系统的了解或者想投资互联网+电影行业，本报告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1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+电影”的定义

1.1.2 “互联网+电影”产业链分析

(1)制作环节

(2)电影发行环节

(3)电影院线排片环节

(4)影院放映环节

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)

1.2.3 社会环境分析(S)

1.2.4 技术环境分析(T)

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

中国票房总体规模在经历了 13-15 年的爆发性增长之后，15 年随着票补逐渐退出，潜在市场挖掘结束、观众审美提升、烂片生存环境变差、热钱逐步退出之后，18、19 年票房增速均在 10%以下。此前广电总局曾提出 2020 年票房目标为 700 亿，预计 20 年票房增速 9%左右，受新冠肺炎疫情疫情影响，全年电影票房增速将受压制。 2012-2019 年中国票房及增速数据来源：公开资料整理 2012-2019 年中国观影人次及增速数据来源：公开资料整理

(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

(2)互联网改变观影模式与观影空间

(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2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3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

(1)小咖秀

(2)玩电影

(3)开拍

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4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

(1)塑造品牌形象，宣传经营理念

(2)推广宣传新产品和服务

(3)维护客户关系

(4)助力企业开展市场调研

(5)助力企业开展促销活动

(6)助力企业网站导流

(7)助力企业挖掘新客户

(8)提供低成本营销渠道

(9)危机公关的最佳渠道

(10)微博支付助力企业O2O落地

4.1.4 微博用户规模分析

4.1.5 微博营销模式分析

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

(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

(2)APP营销是未来营销趋势

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5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6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7章:中国大型企业互联网+电影业务投资布局分析

7.1 互联网+电影产业投资主体结构特征分析

7.1.1 利用众筹

7.1.2 利用大数据

7.1.3 电商化

7.1.4 互动

7.2 传统影视企业“互联网+电影”投资布局分析

7.2.1 华谊兄弟

(1)企业基本信息分析

(2)企业经营情况分析

(3)企业互联网+电影投资布局

(4)企业互联网+电影产品/服务分析

(5)企业最新发展动向

7.2.2 乐视影业

(1)企业基本信息分析

(2)企业经营情况分析

(3)企业互联网+电影投资布局

(4)企业互联网+电影产品/服务分析

(5)企业最新发展动向

7.2.3 光线影业

(1)企业基本信息分析

(2)企业经营情况分析

(3)企业互联网+电影投资布局

(4)企业互联网+电影产品/服务分析

(5)企业最新发展动向

7.2.4 万达影业

(1)企业基本信息分析

(2)企业经营情况分析

(3)企业互联网+电影投资布局

(4)企业互联网+电影产品/服务分析

(5)企业最新发展动向

7.2.5 博纳影业

(1)企业基本信息分析

(2)企业经营情况分析

(3)企业互联网+电影投资布局

(4)企业互联网+电影产品/服务分析

(5)企业最新发展动向

7.2.6 华策影视

(1)企业基本信息分析

(2)企业经营情况分析

(3)企业互联网+电影投资布局

(4)企业互联网+电影产品/服务分析

(5)企业最新发展动向

7.2.7 互联网电影集团

(1)企业基本信息分析

(2)企业经营情况分析

(3)企业互联网+电影投资布局

(4)企业互联网+电影产品/服务分析

(5)企业最新发展动向

7.2.8 中国电影集团公司

(1)企业基本信息分析

(2)企业经营情况分析

(3)企业互联网+电影投资布局

(4)企业互联网+电影产品/服务分析

(5)企业最新发展动向

7.3 BAT等互联网企业“互联网+电影”投资布局分析

7.3.1 阿里影业

(1)企业基本信息分析

(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

7.3.2 百度公司

(1)企业基本信息分析

(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

7.3.3 腾讯公司

- (1)企业基本信息分析
- (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

7.3.4 合一影业

- (1)企业基本信息分析
- (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

7.3.5 猫眼电影

- (1)企业基本信息分析
- (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

7.3.6 上海游族文化传媒有限公司

- (1)企业基本信息分析
- (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

7.3.7 北京爱奇艺科技有限公司

- (1)企业基本信息分析
- (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

第8章:中国互联网+电影产业前景预测及投资机会分析

8.1 中国互联网+电影产业发展前景及趋势 ()

8.1.1 中国互联网+电影产业发展机遇剖析

8.1.2 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

8.1.3 中国互联网+电影产业市场前景预测

8.2 中国互联网+电影产业投资特性及模式

8.2.1 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

8.2.2 互联网+电影产业投资风险分析 ()

8.2.3 互联网+电影产业投资模式分析

8.3 中国互联网+电影产业投资机会及建议

8.3.1 中国互联网+电影产业投资机会

8.3.2 中国互联网+电影产业投资建议

部分图表目录：

图表1:电影产业链图

图表2:2015-2019年中国GDP年增长率走势图(单位:万亿元，%)

图表3:2015-2019年中国工业增加值及增长率走势图(单位:万亿元，%)

图表4:2015-2019年中国社会消费品零售总额增长走势图(单位:亿元，%)

图表5:2015-2019年中国居民人均可支配收入增长走势图(单位:元，%)

图表6:2015-2019年中国货物进出口总额走势图(单位:亿元)

图表7:2019年主要经济指标预测(单位:%)

图表8:2015-2019年中国人口数量变化趋势图(单位:亿人，%)

图表9:2015-2019年互联网+电影相关专利申请数量变化图(单位:件)

图表10:2015-2019年互联网+电影相关专利公开数量变化图(单位:件)

图表11:2015-2019年全球电影市场票房收入情况及同比增速(单位:亿美元，%)

图表12:2015-2019年全球电影消费市场结构(单位:亿美元)

图表13:2015-2019年全球银幕数情况(单位:万块, %)

图表14:2019年中国电影各类型票房占比情况(单位:部, %)

图表15:2015-2019年中国电影产业收入及其增速(单位:亿元, %)

图表16:2015-2019年中国国产与进口影片贡献率对比(单位:%)

图表17:2015-2019年中国国产电影票房收入及其增速(单位:亿元, %)

图表18:2015-2019年进口影片票房收入及其增速(单位:亿元, %)

图表19:2015-2019年中国内地电影海外票房情况(单位:亿元, %)

图表20:2015-2019年中国内地电影观影人次增长趋势(单位:亿人次, %)

图表21:互联网电影粉丝经济

图表22:互联网电影用户思维

图表23:互联网电影大数据思维

图表24:互联网电影平台化思维

图表25:中国电影制作机构TOP15市场份额情况(单位:%)

图表26:中国电影市场实力矩阵图

图表27:百度电影产业布局图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202110/243806.html>