

2024-2030年中国影视制作 行业发展趋势与市场需求预测报告

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

《2024-2030年中国影视制作行业发展趋势与市场需求预测报告》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/202401/432839.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国影视制作行业发展趋势与市场需求预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第一部分 综述 21 第一章 中国影视制作行业发展环境 21 第一节 影视制作业发展的经济环境 21 一、中国GDP增长情况分析 21 二、工业经济发展形势分析 22 三、社会固定资产投资分析 23 四、全社会消费品零售总额 24 五、城乡居民收入增长分析 25 六、居民消费价格变化分析 26 七、对外贸易发展形势分析 27 第二节 影视制作产业相关政策分析 28 一、影视制作业行政监管体系 28 二、影视制作业主要政策分析 29 三、影视制作的相关行政许可 30 四、电影产业的政策特点分析 32 第二章 中国影视制作市场发展概述 33 第一节 影视制作概述及流程 33 一、影视制作的概念 33 二、影视制作的流程 33 第二节 中国影视制作市场发展分析 34 一、中国影视产业发展现状 34 二、中国影视制作的市场概述 34 三、影视制作业制作能力分析 35 四、制片企业发展规模及分布 35 第二部分 影视制作细分市场研究 36 第三章 中国电影制作市场分析 36 第一节 世界电影产业发展概况 36 一、国际电影产业现状分析 36 二、影视产业发展动力分析 36 三、电影票房收入情况 38 四、世界电影行业发展趋势 38 五、主要地区影视产业现状 40 （一）北美 40 （二）欧洲 41 （三）亚洲 42 第二节 中国电影市场规模与需求 45 一、电影总票房及增速 45 二、电影总产量及增速 45 三、影院银幕数及增速 46 四、观影人次分析 47 五、影片海外出口规模分析 47 第三节 中国电影制作产业运作分析 48 一、电影制片环节分析 48 （一）电影制作的模式及流程 48 （二）电影制作的结构与组成 49 （三）电影制片业的对外开放 51 二、电影发行环节分析 52 （一）电影发行模式及其方式 52 （二）影片发行传输手段对比 54 （三）电影发行企业市场格局 55 （四）电影发行业的特点 57 （五）数字电影发行市场格局 58 （六）电影发行过程成本分析 60 （七）电影发行业的潜力分析 63 三、电影放映环节分析 63 （一）电影放映体制变革历程 63 （二）电影放映业院线制分析 64 四、电影放映业投融资状况 65 第四节 立体电影制作市场 66 一、3D电影制作市场分析 66 （一）3D电影市场分析 66 （二）3D电影票房收入 66 （三）3D数字银幕统计 66 （四）3D电影国际化合作情况 67 二、中国3D电影发展概况 68 （一）中国3D电影发展现状 68 （二）中国3D电影市场票房收入 68 三、中国3D电影制作市场分析 68 （一）3D电影制作方式分析 68 （二）国内外3D电影的制作费用 70 （三）中国3D电影制作市场格局 70 （四）影视摄制3D产业园区情况 71 四、国内3D银幕数量及增速 71 五、国内IMAX影厅建设状况 72 六、国内3D电影发展趋势分析 72 七、3D动漫电影制作市场情况 73 第五节 中国电影业竞

争分析 73 一、中国电影市场的竞争概况 73 二、中国电影市场竞争有利因素分析 73 三、中国电影市场竞争不利因素分析 74 四、中国电影院线市场竞争结构分析 74 五、中国电影院线的差异化竞争策略 75 (一) 电影院线水平差异化策略 75 (二) 电影院线垂直差异化策略 76 (三) 电影院线服务差异化策略 77 (四) 电影院线信息差异化策略 78 六、提高电影业国际竞争力对策建议 78 第六节 电影业商业模式与转型升级分析 81 一、电影业的主流商业模式分析 81 二、移动互联网对电影业的影响 81 三、互联网思维下的电影业转型 82 四、影视公司跨界与互联网化分析 82 第四章 中国电视剧制作市场分析 84 第一节 电视剧产业价值链构成分析 84 第二节 中国电视剧市场规模 85 一、中国电视剧总生产规模分析 85 二、中国电视剧销售收入分析 86 (一) 电视剧播出版权收入 86 (二) 电视剧网络版权收入 86 三、中国电视剧进出口总规模分析 87 第三节 中国电视剧制作机构分析 88 第四节 中国电视剧播出机构分析 88 一、公共电视节目套数分析 88 二、中国电视台总数量分析 88 三、中国电视广告收入分析 89 四、电视剧播出与收视分析 89 五、各频道收视对比分析 90 第五节 中国电视剧发行分析 91 一、电视剧发行方式 91 (一) 自主发行 91 (二) 委托发行 92 二、电视剧的两次发行 92 三、电视剧的四级发行市场 93 四、传统模式下国产电视剧发行弊端 93 (一) 官方意识形态掌控播放内容 93 (二) “刻板审查”制度导致资源浪费 93 (三) 固定插播广告引起受众流失 94 五、新媒体环境下电视剧发行新渠道 94 (一) 电视剧经电视台和网络同步或跟从播出 94 (二) 电视剧经网络走红后电视台再次播映 94 (三) 电视剧以互联网作为播放的首映平台 95 (四) 互联网网站直接投拍网络电视剧 95 六、国产电视剧网络发行模式分析 96 (一) 网络发行的优势 96 (二) 有待解决的问题 97 第六节 大陆、美国、香港电视剧制作播出模式分析 98 一、电视剧制播方式比较分析 98 二、电视剧内容结构比较分析 99 三、电视剧制作主体比较分析 99 四、电视剧版权机制比较分析 100 第七节 大陆、美国、香港电视剧营销模式比较 100 一、分销渠道比较 100 二、节目播出方式比较 100 三、节目经营比较 101 四、节目售卖比较 101 第八节 电视剧盈利模式分析 102 一、国内电视剧的制作成本分析 102 二、国内电视剧的定价机制分析 102 三、电视剧发行收益分析 103 第九节 国际电视剧制作市场分析 105 一、韩国电视剧市场发展分析 105 (一) 韩国电视剧发展概况 105 (二) 韩国电视剧制播模式 105 (三) 韩剧收视TOP10 106 (四) 《面包王金卓求》的成功秘诀 107 二、日本电视剧市场发展分析 108 (一) 日本电视产业概述 108 (二) 日剧收视TOP10 108 三、美国电视剧市场发展分析 109 (一) 美国电视剧产业链分析 109 (二) 美国电视剧盈利模式 109 (三) 美国电视剧播制模式 111 (四) 美国电视剧市场状况 112 第十节 电视剧生产企业情况 113 一、主要企业 113 二、市场份额 114 第十一节 电视剧受众分析 115 一、韩剧：帅气欧巴+时尚装扮成全少女“爱美之心” 115 二、美剧：剧情丰富百无禁忌“高冷”“战术攻占精英受众” 116 三、国产剧：家庭伦理笼络大妈偶像古

装青少最爱 116 第五章 中国动画制作市场分析 118 第一节 动画产业发展综述 118 一、动画市场发展概况分析 118 二、美国动画制作产业发展情况 118 三、日本动画制作产业发展情况 120 第二节 动画片市场化运作模式分析 120 一、动画片市场化运作模式分析 120 (一)日韩模式 120 (二)美国模式 121 (三)中国模式 121 二、动画片市场化运作阶段分析 122 (一)前期策划 122 (二)中期制作 123 (三)后期宣传 123 (四)延续期 124 三、面向市场的动画片制作重点 124 四、以国际市场为目标的制作特点 125 第三节 中国动画制作产业发展情况 126 一、中国动画产业发展历程分析 126 二、中国动画市场结构特征分析 129 三、中国国产电视动画片制作量 130 四、中国电视动画内容生产趋势 131 五、中国动画电视播出情况 131 六、中国优秀国产动画片分析 131 第三部分 影视制作前后期的运作 134 第六章 中国影视拍摄题材的选择及分析 134 第一节 影视拍摄题材概况 134 一、电影题材的分类 134 二、电视剧题材的分类 136 三、微电影题材的分类 138 四、动画片题材的分类 138 第二节 国内影视拍摄题材市场研究 139 一、影视剧题材与市场的关系 139 二、国内电视剧题材统计分析 140 三、国内电影题材的统计分析 141 四、国内微电影题材统计分析 142 第三节 观众的观影偏好分析 143 一、影片类型 143 二、性别差异 143 三、地域影响 143 四、学历及龄 144 五、观影方式 144 第四节 影视拍摄题材选择及评估 145 一、影视题材的选择方法 145 二、影视题材的评估方法 149 (一)内涵及艺术风格评估 149 (二)操作能力评估 149 (三)专业评估 150 三、影视题材的特点 152 四、影视题材的管理 154 第七章 中国影视后期制作及影视特效市场 157 第一节 影视后期制作市场 157 一、影视后期制作的概述 157 二、国内外影视后期制作行业现状 157 三、国际影视后期制作市场现状 158 四、海外影视后期制作市场阵营 158 (一)美国 158 (二)欧洲 158 (三)澳大利亚 159 五、影视后期制作应处理的关系研究 159 六、国内影视后期制作生产线情况 159 七、国内影视后期制作海外拓展情况 160 八、国际著名影视后期制作公司运作分析 160 (一)ILM 160 (二)A52 161 (三)Animal Logic 161 (四)Digital Domain 162 (五)Framestore CFC 162 (六)新西兰Weta工作室 163 九、影视后期制作发展趋势 164 十、影视后期制作事业发展对策建议 166 第二节 中国影视特效市场分析 167 一、影视特效的概念及制作手段 167 二、国内影视特效的技术水平 168 三、影视特效发展的必要性 168 四、国际影视特效市场发展分析 169 (一)国际特效企业商业模式研究 169 (二)国际著名的特效团队运作分析 169 1、工业光魔 169 2、威塔数码 170 3、数字领域 170 4、Cinesite 171 5、索尼影像工作室 171 (三)美国特效行业的发展及困境 171 1、美国特效行业发展历程 171 2、美国特效业遭遇的困境 172 3、特效企业倒闭潮中的机遇 173 五、国内影视特效市场发展现状 173 (一)内地特效行业发展现状 173 (二)内地特效制作企业现状 174 (三)特效制作行业盈利状况 174 (四)特效行业人才结构情况 175 六、国内影视特效行业发展格局 175 七、国内特效行业未来发展策略 176 八、影视特效行业最新动态概览 176 第四部分 影

视制作管理运营研究 177 第八章 中国影视制作项目管理研究 177 第一节 影视制作项目管理概述 177 一、影视制作项目管理的定义 177 二、影视制作项目管理的要素 177 三、影视制作项目管理的原则 184 四、影视制作项目管理的方法 188 第二节 影视制作项目规划步骤 192 一、影视制作项目规划的概念 192 二、影视制作项目规划的步骤 193 (一) 范围规划 193 (二) 项目分解 193 (三) 成本估算 193 (四) 收益估算 193 (五) 融集资金 194 (六) 寻找合作伙伴及主创团队 194 (七) 制定生产计划 194 (八) 宣传发行 194 第三节 影视制片的成本管理 195 一、影视制片项目成本管理内涵 195 二、影视制片项目成本的构成 195 三、项目成本管理应注意的问题 198 (一) 确定项目参与人员 198 (二) 制定活动筹备计划 199 (三) 制定明晰的费用支出与报销规定 199 (四) 建立应急计划 199 四、影视项目成本管理的内容 200 (一) 影视项目成本估算 200 (二) 影视项目成本预算 201 (三) 影视项目预算的流程 202 (四) 影视项目成本预算内容 203 1、剧本预算 203 2、制片预算 204 3、职员酬金预算 204 4、演员酬金预算 204 5、摄制器材预算 204 6、置景道具服装等费用 204 7、不可预见费和保险费 205 (五) 影视项目成本的编制 206 五、影视制片项目成本控制 206 (一) 影视项目成本控制的依据 206 (二) 影视制作成本的影响因素 207 (三) 影视项目成本控制的内容 209 (四) 影视项目成本控制的方法 209 (五) 影视项目成本控制的技巧 210 1、定期控制技巧 210 2、预防性控制的技巧 211 3、成本控制的关键活动 212 第四节 影视制作项目质量管理 213 一、影视制作项目质量管理的概念 213 二、影视制作项目质量管理的内容 214 三、一般影视制作项目质量管理分析 215 四、不同类影视项目质量管理的内容 232 五、影视制作项目质量管理方法及技术 233 第九章 中国影视制作项目资金流入及收入分成模式 236 第一节 中国影视制作资金进入分析 236 一、中国影视制作业资金进入概况 236 二、中国影视制作业投资主体概况 236 三、影视制作关联领域的投资主体 238 (一) 电影发行公司 238 (二) 网络游戏公司 238 (三) 网络视频公司 238 (四) 电台及电视台 238 四、金融领域资本进入分析 239 (一) 商业银行资金进入分析 239 (二) VC/PE 的资金进入分析 239 五、新兴业外资本进入分析 240 (一) 煤炭领域的资金进入分析 240 (二) 房地产领域资金进入分析 240 第二节 中国影视制作项目收入分成情况 240 一、中国电影制作项目的收入及分成 240 (一) 电影制作项目主要收入来源 240 (二) 中国电影票房分账模式分析 241 (三) 国产电影投资分成模式分析 242 二、电视剧制作项目的收入及分成 243 (一) 电视剧的盈利模式分析 243 (二) 电视剧制作的收入来源 244 (三) 电视剧产出各环节收入 244 三、微电影制作项目的盈利及收入 244 (一) 微电影的盈利模式分析 244 (二) 微电影的主要收入来源 245 四、动画制作项目的盈利及收入 245 (一) 动画片的盈利模式分析 245 (二) 动画片的主要收入来源 248 五、影视剧无线市场分成模式 249 第三节 影视剧投资回报分析 249 一、电影 249 二、电视剧 249 三、微电影 250 第五部分 影视制作企业竞争力研究 251 第十章 中国著名影视制作公司

竞争力研究 251 第一节 中国电影集团公司 251 一、企业基本情况分析 251 二、企业制作的影视剧 252 三、企业影视制作水平 253 四、企业发展情况分析 254 五、企业未来发展战略 254 第二节 华谊兄弟传媒股份有限公司 255 一、企业基本情况分析 255 二、企业主营业务分析 255 三、企业经营情况分析 255 四、企业制作的影视剧 257 五、企业影视制作水平 259 第三节 上海电影（集团）有限公司 259 一、企业基本情况分析 259 二、企业制作的影视剧 260 三、企业影视制作水平 261 四、企业未来发展战略 261 五、企业最新动态分析 262 第四节 博纳影业集团 262 一、企业基本情况分析 262 二、企业制作的影视剧 262 三、企业经营情况分析 263 四、企业影视制作水平 263 五、企业竞争优势分析 264 第五节 英皇电影有限公司 264 一、企业基本情况分析 264 二、企业制作的影视剧 264 三、企业影视制作水平 266 四、企业未来发展战略 266 第六节 寰亚综艺娱乐集团有限公司 266 一、企业基本情况分析 266 二、企业制作的影视剧 266 三、企业影视制作水平 267 四、企业发展情况分析 268 五、企业未来发展战略 268 第七节 新丽传媒股份有限公司 268 一、企业基本情况分析 268 二、企业经营情况分析 268 三、企业制作的影视剧 269 四、企业影视制作水平 270 五、企业影视剧价格水平 271 六、企业发展规划分析 272 第八节 浙江唐德影视股份有限公司 273 一、企业基本情况分析 273 二、企业制作的影视剧 273 三、企业经营情况分析 274 四、企业影视制作水平 275 五、企业影视制作计划 276 第九节 寰宇国际控股有限公司 276 一、企业基本情况分析 276 二、企业制作的影视剧 276 三、企业经营情况分析 277 四、企业影视制作水平 277 五、企业未来发展战略 277 第十节 中国电影股份有限公司 278 一、企业基本情况分析 278 二、企业制作的影视剧 278 三、企业经营情况分析 279 四、企业影视制作水平 280 五、企业未来发展战略 281 第十一节 幸福蓝海影视文化集团股份有限公司 281 一、企业基本情况分析 281 二、企业制作的影视剧 281 三、企业经营情况分析 283 四、企业影视制作水平 284 五、企业发展目标分析 285 第十二节 上海新文化传媒集团股份有限公司 285 一、企业基本情况分析 285 二、企业制作的影视剧 286 三、企业经营情况分析 286 四、企业影视制作水平 288 五、企业未来发展战略 288 第十三节 北京光线传媒股份有限公司 289 一、企业基本情况分析 289 二、企业制作的影视剧 289 三、企业经营情况分析 291 四、企业影视制作水平 292 五、企业未来发展战略 292 第十四节 北京华录百纳影视股份有限公司 293 一、企业基本情况分析 293 二、企业制作的影视剧 294 三、企业经营情况分析 294 四、企业影视制作水平 296 五、企业未来发展战略 296 第十五节 浙江华策影视股份有限公司 296 一、企业基本情况分析 296 二、企业制作的影视剧 297 三、企业经营情况分析 299 四、企业影视制作水平 300 五、企业未来发展战略 301 第十六节 海润影视制作有限公司 302 一、企业基本情况分析 302 二、企业制作的影视剧 303 三、企业影视制作水平 304 四、企业发展情况分析 305 五、企业发展最新动态 305 第十一章 国内热映电影制作案例研究 306 第一节 捉妖记 306 一、影片基本情况概述 306 二、影片制作发

行分析 306 三、影片制作成本分析 306 四、影片投资收益分析 306 五、影片营销策略分析 306

第二节 速度与激情7 308 一、影片基本情况概述 308 二、影片制作发行分析 308 三、影片投资收益分析 309 四、影片营销策略分析 309 第三节 港囧 309 一、影片基本情况概述 309 二、影片制作发行分析 309 三、影片投资收益分析 310 四、影片营销策略分析 310 第四节 复仇者联盟2：奥创纪元 312 一、影片基本情况概述 312 二、影片制作发行分析 313 三、影片投资收益分析 313 四、影片演员成本分析 314 五、影片成功经验分析 314 第五节 夏洛特烦恼 315 一、影片基本情况概述 315 二、影片制作发行分析 315 三、影片投资收益分析 316 四、影片营销策略分析 316 五、影片成功经验分析 317 第六节 侏罗纪世界 320 一、影片基本情况概述 320 二、影片制作发行分析 320 三、影片投资收益分析 321 四、影片成功经验分析 321 第七节 煎饼侠 322 一、影片基本情况概述 322 二、影片制作发行分析 322 三、影片制作成本分析 322 四、影片投资收益分析 323 五、影片成功经验总结 323 第六部分 影视文化地产发展研究 325 第十二章 中国影视文化地产发展分析 325 第一节 影视文化地产的概述 325 一、影视文化地产的范畴 325 二、国内影视文化地产发展机遇 325 三、影视文化地产的运营模式 325 四、影视文化地产的发展趋势 327 第二节 国内影视基地的发展概况 327 一、国内影视基地的发展历程 327 二、国内影视基地的发展特征 329 三、国内影视基地的建设情况 329 四、国内影视基地盈利状况分析 330 第三节 影视基地的发展模式 330 一、影视基地发展模式类型 330 二、影视基地的形成分类 330 三、影视基地的盈利模式 334 四、影视基地的运营模式 336 （一）影视主题公园式 336 （二）影视产业集群式 336 第四节 影视基地产业集群 337 一、影视基地产业集群发展的背景 337 二、影视基地产业集群发展必要性 337 三、国内影视基地产业集群发展的问题 338 四、发展影视基地产业集群的对策分析 339 第五节 影视基地品牌构建 340 一、影视基地品牌建构的动因分析 340 二、影视基地品牌建构的主要路径 341 三、影视基地品牌建设的影响因素 343 四、影视基地品牌建设的政策保障 343 第六节 影视基地发展中的问题及建议 344 一、影视基地发展困境分析 344 二、影视基地发展对策分析 345 三、影视基地持续发展方向 347 第七节 国内影视文化地产发展动态 349 第十三章 中国影视基地运营案例研究 350 第一节 中影怀柔影视基地 350 一、基地发展概况 350 二、基地运作模式分析 350 三、基地经营策略分析 350 四、基地成功经验分析 351 第二节 横店影视基地 352 一、基地发展概况 352 二、基地运作模式分析 352 三、基地经营策略分析 352 四、基地成功经验分析 353 第三节 无锡影视基地 353 一、基地发展概况 353 二、基地运作模式分析 353 三、基地经营策略分析 354 四、基地成功经验分析 354 第四节 长影世纪城 354 一、基地发展概况 354 二、基地运作模式分析 354 三、基地成功经验分析 355 第五节 中山影视基地 355 一、基地发展概况 355 二、基地运作模式分析 355 三、基地成功经验分析 356 第六节 云南省影视基地 356 一、基地发展概况 356 二、基地运作模式分析 356 三、基地成功经验分析 357 第七节 镇北堡西部

影视城 357 一、基地发展概况 357 二、基地运作模式分析 357 三、基地经营策略分析 357 四、基地成功经验分析 358 第八节 溧水石湫影视基地 358 一、基地发展概况 358 二、基地运作模式分析 358 三、基地成功经验分析 359 第九节 创新影视基地——冯小刚电影公社 359 第七部分 影视制作市场前景 360 第十四章 中国影视制作市场前景及趋势预测 360 第一节 中国影视制作行业发展趋势 360 一、中国电影产业发展趋势分析 360 二、中国电视剧产业发展趋势分析 364 三、中国电影企业发展趋势分析 364 四、影视制作行业整体发展趋势 367 五、影视制作技术发展趋势分析 367 第二节 中国影视制作行业发展前景趋势 368 一、中国影视制作市场发展前景 368 二、中国影视基地产业化前景分析 369 三、中国影视后期制作业发展潜力 369 第三节 中国影视制作行业发展预测分析 370 一、中国影视文化需求预测分析 370 二、中国影视制作市场规模预测 371 (一) 电影制作的市场规模预测 371 (二) 电视剧制作的市场规模预测 371 (三) 微电影制作的市场规模预测 372 (四) 动画片制作的市场规模预测 372 第八部分 影视制作投融资 373 第十五章 中国影视制片业投融资及兼并重组研究 373 第一节 境外影视投融资经验及借鉴 373 一、美国影视投融资分析 373 二、韩国影视投融资分析 374 三、香港影视投融资分析 375 第二节 中国电影制片业投融资模式 375 一、中国电影投融资体系发展特点 375 二、中国电影制片业主要融资渠道 376 (一) 政府投入 376 (二) 预售版权 376 (三) 银行贷款 377 (四) 广告融资 377 (五) 电影基金 377 (六) 风险投资 378 (七) PE/VC 融资 378 三、中国电影制片投融资现状 378 四、中国电影融资的困境分析 379 五、电影制片业融资的新模式 380 (一) 电影期货融资 380 (二) 版权信托融资 381 六、电影制片行业投融资体制研究 382 七、中小成本电影投融资体制研究 385 八、电影投融资体系面临挑战及风险 386 九、电影融资创新及风险控制策略 387 (一) 制作保证与发行营销 387 (二) 版权价值评估策略 387 (三) 财务及预算控制 388 (四) 风险分散策略 388 (五) 成片担保策略 389 (六) 政策支持及行业合作 389 第三节 电视剧制片业投融资研究 389 一、中国电视剧融资的环境 389 二、中国电视剧融资的特点 390 三、电视剧融资渠道和方式 390 四、电视剧融资新趋势研究 391 (一) 电视剧股权融资的新活力 391 (二) 电视剧无形资产融资新势力 391 (三) 电视剧产业内融资的新潮流 392 (四) 电视剧政府投融资深度转型 392 五、电视剧产业整合与融资新方向 393 六、中国电视剧投融资的策略分析 394 第四节 中国影视制作兼并重组分析 395 一、中国影视制作兼并重组背景分析 395 二、中国影视制作兼并重组现状分析 395 三、中国影视制作兼并重组趋势分析 396 四、影视制作行业兼并重组障碍分析 396 五、影视制作企业兼并重组案例分析 396 第十六章 中国影视制作市场投资机会及风险分析 398 第一节 中国影视制作行业投资环境分析 398 一、中国影视文化产业投资大趋势 398 二、影视制作行业投资的有利因素 398 三、影视制作行业投资的不利因素 399 第二节 中国影视制作行业投资机会分析 399 一、影视制作行业的投资特性分析 399 二、中国影视制作

业投资价值分析 399 三、影视制作产业链上的投资机会 400 第三节 中国影视制作行业投资风险分析 401 一、政策监管风险 401 二、宏观经济风险 402 三、盗版侵权风险 402 四、市场竞争风险 402 五、作品内容风险 403 第四节 中国影视制作行业投资策略建议 403
略••••完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/432839.html>