



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国微电影市场分 析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国微电影市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/270642.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

微电影是指专门运用在各种新媒体平台上播放的、适合在移动状态和短时休闲状态下观看的、具有完整策划和系统制作体系支持的具有完整故事情节的“微(超短)时”(8-15分钟)放映、“微(超短)周期制作(1-7天或数周)”和“微(超小)规模投资(几千-数千/万元每部)”的视频(“类”电影)短片，内容融合了幽默搞怪、时尚潮流、公益教育、商业定制等主题，可以单独成篇，也可系列成剧。它具备电影的所有要素：时间、地点、人物、主题、故事情节。

微电影发展早期以“恶搞”取得了多数公众的注意，发展至今早已脱离了“恶搞”范畴，刻意浮夸、低俗恶搞、过度叫卖并非受众所要。制作精良、剧情考究、使观众产生共鸣、“有营养的微电影”成为标准。爱情、剧情、喜剧、悬疑、公益、记录以及动画等众多题材已百花齐放。目前来看，市场需求是很大的，而供应方面却略显不足，尤其是拥有核心知识产权，质量过硬的企业并不多，行业整体缺乏品牌效应。

微电影目前仍处于“沉睡”状态，产业链也不成熟。但微电影的投资、拍摄，制作却已呈现出了井喷状态，社交网站、视频网站、传统企业等都在参与。目前微电影行业正以爆炸式的速度在增长，除个人定制影片可不计收益外，绝大多数微电影的制作都是以营销和企业广告宣传为目的，并且都是免费观看的模式。

目前国内微电影产业总产值已达到700亿元，年产量达2多万部。随着新媒体技术的不断更新，国内微电影产业正迎来蓬勃发展。2013年全国举办的微电影赛事已高达130多项，各类型的微电影节和微电影征集活动如雨后春笋般涌现。微电影行业进口和出口数量极少，进口的主要类型为爱情类微电影，进口国家主要为韩国、日本、泰国；出口的主要为商业类微电影。

微电影作为一种互联网流行的客观现象符合行业发展趋势。经历了2011、2012两年的备受追捧进入爆发期，微电影在2013年产量增长，但在众多而杂乱的声音中脱颖而出的几率却越来越小。由于“限娱令”、“限广令”因素的影响，很多企业开始转移广告的投放渠道，而近期发展火热的微电影则成为了广告商们新的选择。移动通讯4G时代的到来，越来越多的人在用手机随时随地看一部当下火热的微电影，逐渐形成年轻时尚人群的消费趋势。大众对于“微文化”的消费，得到了社会各界的广泛关注，不论是明星还是草根，各行各业的人群参与微电影创作拍摄，使得微电影在近几年文化市场上的异军突起。目前，已经有不少企业抓住了微电影萌芽的机会进行营销投资，成绩不菲，带动了微电影从概念进入到实践阶段，并且出现了众多被人津津乐道的优秀作品，未来会有更多的企业加入到这一行列。

微电影现在以“电影—新媒体—广告赞助商”的商业形式运作，微电影要想实现大规模的营销利益，就要使产业获取利益的方式更加多元化。除了

依靠广告的途径，互联网上的点击率，还可以通过开发周边新产品、大学生年度微电影节、新兴艺人经纪和微电影出产版权等多种渠道来获取利益。

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家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：

第一部分 微电影行业深度分析

第一章 世界微电影行业发展情况分析

第一节 世界微电影行业分析

一、世界微电影行业特点

二、世界微电影产能状况

三、世界微电影行业动态

第二节 世界微电影市场分析

一、世界微电影生产分布

二、世界微电影消费情况

三、世界微电影消费结构

第三节 2014年海峡两岸微电影市场对比

第二章 中国微电影行业供给情况分析 & 趋势

第一节 2013-2014年中国微电影行业市场供给分析

一、微电影整体供给情况分析

二、微电影重点区域供给分析

第二节 微电影行业供给关系因素分析

一、需求变化因素

二、技术水平提高

三、政策变动因素

第三节 2015-2020年中国微电影行业市场供给趋势

一、微电影整体供给情况趋势分析

二、微电影重点区域供给趋势分析

三、影响未来微电影供给的因素分析

第三章 微电影行业宏观经济环境分析

第一节 2012-2014年全球经济环境分析

一、2014年全球经济运行概况

二、2015-2020年全球经济形势预测

第二节 中国宏观经济政策变动及趋势

一、2014年中国宏观经济运行概况

二、2015-2020年中国宏观经济趋势预测

第四章 2014年中国微电影行业发展概况

第一节 2014年中国微电影行业发展态势分析

第二节 2014年中国微电影行业发展特点分析

第三节 2014年中国微电影行业市场供需分析

第四节 微电影行业价值研究

第五章 2014年中国微电影行业整体运行状况

第一节 2014年微电影行业盈利能力分析

第二节 2014年微电影行业偿债能力分析

第三节 2014年微电影行业营运能力分析

第六章 2015-2020年中国微电影行业进出口市场分析

第一节 2012-2014年微电影行业进出口特点分析

第二节 2012-2014年微电影行业进出口量分析

一、进口分析

二、出口分析

第三节 2015-2020年微电影行业进出口市场预测

一、进口预测

二、出口预测

第二部分 微电影行业竞争格局分析

第七章 2015-2020年微电影行业投资价值及行业发展预测

第一节 2015-2020年微电影行业成长性分析

第二节 2015-2020年微电影行业经营能力分析

第三节 2015-2020年微电影行业盈利能力分析

第四节 2015-2020年微电影行业偿债能力分析

第八章 2011-2014年中国微电影产业行业重点区域运行分析

第一节 2011-2014年华东地区微电影产业行业运行情况

第二节 2011-2014年华南地区微电影产业行业运行情况

第三节 2011-2014年华中地区微电影产业行业运行情况

第四节 2011-2014年华北地区微电影产业行业运行情况

第五节 2011-2014年西部地区微电影产业行业运行情况

第六节 2011-2014年东北地区微电影产业行业运行情况

第七节 微电影行业市场集中度分析

第九章 2014年中国微电影行业重点企业竞争力分析

第一节 爱奇艺

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第二节 乐视网

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第三节 互联网电影集团

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第四节 华谊兄弟传媒股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第五节 北京华影盛世文化传播有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第六节 优酷土豆股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第三部分 微电影行业投资战略研究

第十章 2015-2020年中国微电影行业消费者偏好调查

第一节 微电影的品牌市场调查

一、微电影目标市场分析

二、消费者对微电影品牌认知度宏观调查

三、消费者对微电影的品牌偏好调查

四、消费者对微电影品牌的首要认知渠道

五、消费者经常观看的品牌调查

六、微电影品牌忠诚度调查

七、微电影品牌市场占有率调查

八、消费者的消费理念调研

第二节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

第三节 微电影广告创新的思路

一、反向思维

二、有效沟通

三、风格区隔

四、理性迎合

五、层次导引

六、心理感染

七、受众细分

第十一章 中国微电影行业投资策略分析

第一节 2013-2014年中国微电影行业投资环境分析

第二节 2013-2014年中国微电影行业投资收益分析

第三节 2013-2014年中国微电影行业产品投资方向

第四节 2015-2020年中国微电影行业投资收益预测

- 一、2015-2020年中国微电影行业工业总产值预测
- 二、2015-2020年中国微电影行业行业销售收入预测
- 三、2015-2020年中国微电影行业利润总额预测
- 四、2015-2020年中国微电影行业总资产预测

第十二章 中国微电影行业投资风险分析

第一节 中国微电影行业内部风险分析

- 一、市场风险分析
- 二、技术水平风险分析
- 三、企业风险分析
- 四、盈利风险分析

第二节 中国微电影行业外部风险分析

- 一、宏观经济环境风险分析
- 二、行业政策环境风险分析
- 三、其他风险分析

第十三章 微电影行业发展趋势与投资战略研究

第一节 微电影市场发展潜力分析

- 一、市场空间广阔
- 二、发展格局变化
- 三、新媒体技术带来新生机

第二节 微电影行业发展趋势分析

- 一、品牌格局趋势
- 二、渠道分布趋势
- 三、消费趋势分析

第三节 微电影行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 对我国微电影品牌的战略思考

一、微电影品牌的重要性

二、微电影实施品牌战略的意义

三、我国微电影企业的品牌战略

四、微电影品牌战略管理的策略

第五节 微电影经营策略分析

一、微电影市场细分策略

二、微电影市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、微电影新产品差异化战略

第十四章 行业发展及投资策略分析

第一节 中国生产、营销企业投资运作模式分析

第二节 2015-2020年微电影行业发展策略

第三节 2015-2020年全国市场规模及增长趋势

第四节 2015-2020年全国投资规模预测

第五节 微电影市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第六节 项目投资建议

一、技术应用注意事项

二、项目投资注意事项

三、生产开发注意事项

四、销售注意事项

图表目录:

图表：2012-2014年世界微电影产能

图表：世界微电影生产分布

图表：2011-2014年世界微电影行业销售收入

图表：世界微电影消费结构

图表：2012-2014年微电影产量

图表：各国际组织近期下调世界及主要经济体经济增长率预测值

图表：世界工业生产同比增长率

图表：三大经济体GDP环比增长率

图表：世界及主要经济体GDP同比增长率

图表：三大经济体零售额同比增长率

图表：世界贸易量同比增长率

图表：世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率

图表：美国、日本和欧元区失业率

图表：2015年一季度国民经济初步核算

图表：2015年1-4月规模以上工业增加值同比增速

图表：2015年1-4月制造业PMI指数

图表：2015年1-4月非制造业商务活动指数

图表：2015年1-4月全国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2015年1-4月全国固定资产投资（不含农户）到位资金同比增速

图表：2015年1-4月民间固定资产投资和全国固定资产投资增速

图表：2015年1-4月全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2015年1-4月全国商品房销售面积及销售额增速

图表：2015年1-4月全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表：2015年1-4月社会消费品零售总额月度增长变化

图表：2015年1-4月全国居民消费价格涨跌幅

图表：2015年1-4月猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况

图表：2015年1-4月鲜菜、鲜果价格变动情况

图表：2015年4月居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2012-2014年国内生产总值及增长速度

图表：2014年居民消费价格比2013年涨跌幅度

图表：2012-2014年社会消费品零售总额

图表：2014年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比

图表：2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2014年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2013-2014Q3全国规模以上工业增加值及增长速度

图表：2014年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2012-2014年社会固定资产投资

图表：2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2014年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2012-2014年全国一般公共预算收入

图表：2012-2014年国家外汇储备

图表：2014年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2012-2014年中国对外贸易进出口总额

图表：2014年货物进出口总额及其增长速度

图表：2014年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2011-2014年微电影行业资产利润率

图表：2011-2014年微电影行业营业利润率

图表：2011-2014年微电影行业资产负债率

图表：2011-2014年微电影行业总资产增长率

图表：2011-2014年微电影行业净利润增长率

图表：2011-2014年微电影行业进口量

图表：2011-2014年微电影出口量

图表：2015-2020年微电影行业进口量预测

图表：2015-2020年微电影行业出口量预测

图表：2015-2020年微电影行业资产周转率预测

图表：2015-2020年微电影行业资产增长率预测

图表：2015-2020年微电影行业净利润增长率预测

图表：2015-2020年微电影行业资产利润率预测

图表：2015-2020年微电影行业营业利润率预测

图表：2015-2020年微电影行业资产负债率

图表：2011-2014年华东地区微电影市场规模

图表：2011-2014年华南地区微电影市场规模

图表：2011-2014年华中地区微电影市场规模

图表：2011-2014年华北地区微电影市场规模

图表：2011-2014年西部地区微电影市场规模

图表：2011-2014年东北地区微电影市场规模

图表：微电影行业市场集中度

图表：乐视网主要财务指标

图表：华谊兄弟主要财务指标

图表：优酷土豆主要财务指标

图表：消费者对微电影品牌认知度宏观调查
图表：消费者对微电影的品牌偏好调查
图表：消费者对微电影品牌的首要认知渠道
图表：消费者经常观看的品牌调查
图表：微电影品牌忠诚度调查
图表：微电影品牌市场占有率调查
图表：2015-2020年中国微电影行业工业总产值预测
图表：2015-2020年中国微电影行业行业销售收入预测
图表：2015-2020年中国微电影行业利润总额预测
图表：2015-2020年中国微电影行业总资产预测
图表：四种基本的品牌战略
图表：2015-2020年全国市场规模预测
图表：2015-2020年全国投资规模预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/270642.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数

名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。