



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国影视制作市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国影视制作市场发展现状及战略咨询报告》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/273113.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

电视媒体已经成为当前最为大众化，最具影响力的媒体型式。从好莱坞电影所创造的幻想世界，到电视新闻所关注的现实生活，到铺天盖地的电视广告，无不深刻地影响着我们的世界。而在影视的商业链条中，版权是不可逾越的一个门槛。

电影电视媒体已经成为当前最为大众化，最具影响力的媒体型式。从好莱坞电影所创造的幻想世界，到电视新闻所关注的现实生活，到铺天盖地的电视广告，无不深刻地影响着我们的世界。过去，影视节目的制作只是专业人员的工作，似乎还笼罩着一层神秘的面纱。

十几年来，数字技术全面进入影视制作过程，计算机逐步取代了许多原有的影视设备，在影视制作的各个环节发挥了很重大的作用。但是直到不久之前，影视制作使用的一直是价格极端昂贵的专业硬件及软件，非专业的人员很难有机会见到这些设备，更不用说熟练掌握这些工具来制作自己的作品了。

随着PC性能的显著提升以及价格上的不断降低，影视制作从以前专业等级的硬设备逐渐向PC平台上转移，原先身价极高的专业软件逐步移植到PC平台上，价格也日益大众化。同时影视制作的应用也从专业的电影电视领域扩大到计算机游戏、多媒体、网络、家庭娱乐等更为广阔的领域。

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：

第一章 中国影视制作行业发展环境 28

第一节 影视制作业发展的经济环境 28

一、中国经济发展现状分析 28

二、中国经济环境发展趋势 46

三、经济发展对行业影响分析 48

第二节 影视制作产业相关政策分析 49

一、影视制作业行政监管体系 49

二、影视制片业主要法规政策 52

三、影视制作的相关行政许可 56

四、影视投资相关扶持政策分析 57

第二章 中国影视制作市场发展概述 59

第三节 影视制作概述及流程 59

一、影视制作的简介 59

二、影视制作的流程 59

第四节 中国影视制作市场发展分析 60

一、中国影视产业发展现状 60

二、中国影视制作的市场概述 62

三、影视制作业制作能力分析 64

四、制片企业发展规模及分布 66

第三章 中国电影制作市场分析 69

第一节 2013-2015年世界电影产业发展概况 69

一、国际电影产业现状分析 69

二、现代电影产业发展动力 69

三、全球电影票房收入情况 72

四、世界电影行业发展趋势 76

五、主要地区影视产业现状 78

第二节 2013-2015年中国电影市场规模与需求 90

一、电影总票房及增速 90

二、电影总产量及增速 95

三、影院屏幕数及增速 96

四、电影业票价及增速 97

五、人均观影次数分析 98

六、影片海外出口规模分析 99

七、中国影院观影需求分析 100

第三节 中国电影制作产业运作分析 101

一、电影制片环节分析 101

二、电影发行环节分析 106

三、电影放映环节分析 114

四、全球3D电影制作市场分析 118

五、中国3D电影发展概况 121

六、中国3D电影制作市场分析 123

七、国内3D数字银幕数量及增速 130

八、国内IMAX影厅建设状况 131

九、国内3D电影发展趋势分析	133
第四节 2013-2015年电影市场竞争格局与热点	134
一、中国电影市场竞争现状分析	134
二、中国电影市场竞争格局分析	135
三、中国电影市场竞争热点分析	136
四、中国电影市场竞争趋势分析	137
第五节 电影业商业模式与转型升级分析	138
一、电影业的主流商业模式分析	138
二、移动互联网对电影业的影响	141
三、电影业的跨界互动案例分析	142
第四章 中国电视剧制作市场分析	147
第一节 电视剧生产制作价值链分析	147
一、电视剧生产制作全产业链介绍	147
二、播出平台向生产环节拓展力度	148
三、电视剧播出渠道环节多向融合	150
四、积极探索多元化用户营销模式	152
第二节 2013-2015年中国电视剧市场规模	154
一、中国电视剧总生产规模分析	154
二、中国电视剧国内销售额分析	155
三、中国电视剧进出口总规模分析	156
第三节 中国电视剧制作机构分析	158
一、电视剧制作机构数量分析	158
二、广播电视剧制作经营许可证	159
三、备案公示--电视剧分析	159
四、发行许可--国产电视剧分析	160
五、发行许可--引进剧分析	161
第四节 中国电视剧播出机构分析	162
一、公共电视节目套数分析	162
二、中国电视技术设备数量分析	163
三、中国电视广告收入分析	164
四、电视剧播出与收视分析	164
五、各级电视台收视率分析	167

第五节 电视剧的收视特征分析	168
一、电视剧收视量的变化趋势	168
二、电视剧收视量的观众特征	169
三、电视剧收视量的频道分析	170
四、电视剧收视量的时段分布	171
五、电视剧收视量的周天特征	172
第六节 电视剧制作播出模式分析	173
一、电视剧制播方式比较分析	173
二、电视剧内容结构比较分析	173
三、电视剧制作主体比较分析	174
四、电视剧版权机制比较分析	174
第七节 电视剧经营销售模式比较	174
一、电视剧分销渠道比较分析	175
二、电视剧经营模式比较分析	176
三、电视剧营销模式比较分析	176
四、电视剧节目售卖比较分析	177
五、电视剧盈利模式比较分析	177
第八节 中国电视剧竞争分析	179
一、电视剧制作行业竞争格局	179
二、电视剧产业品牌竞争格局	180
三、电视剧行业面临竞争难题	184
四、电视剧竞争中存在主要问题	185
五、电视剧竞争的制胜对策	186
第九节 国际电视剧制作市场分析	189
一、韩国电视剧市场运营模式分析	189
二、香港电视剧市场运营模式分析	195
三、美国电视剧市场运营模式分析	198
第十节 国内电视剧竞争格局分析	209
四、地方卫视收视份额分析	209
五、各频道的收视份额分析	210
六、总体市场竞争份额分析	213
七、电视剧的竞争热点分析	214

八、行业新进入者威胁分析	215
第十一节 中国电视剧制作市场分析	216
一、中国电视剧播出市场分析	216
二、中国电视剧播出题材分析	221
三、中国电视剧制片市场分析	223
第五章 中国动画制作市场分析	226
第一节 2013-2015年全球动画产业发展综述	226
一、全球动画市场发展概况分析	226
二、美国动画制作产业发展情况	228
三、日本动画制作产业发展情况	231
第二节 动画片市场化运作模式分析	233
一、动画片市场化运作模式分析	233
二、动画片市场化运作阶段分析	245
第三节 2013-2015年中国动画制作产业发展情况	252
一、中国动画产业发展历程分析	252
二、中国动画产业发展特点分析	254
三、中国国产电视动画片制作量	255
四、中国主要企业动画片制作量	258
五、中国动画产业基地统计分析	259
六、中国动画片交易及播出情况	260
第六章 中国影视拍摄题材的选择及分析	264
第一节 影视拍摄题材概况	264
一、电影题材的分类	264
二、电视剧题材的分类	265
三、微电影题材的分类	267
四、动画片题材的分类	267
第二节 国内影视拍摄题材市场研究	268
一、影视剧题材与市场的关系	268
二、2013-2015年国内电视剧题材统计分析	270
三、2013-2015年国内电影题材的统计分析	271
四、2013-2015年国内微电影题材统计分析	272
第三节 观众的观影偏好分析	273

一、 影片类型	274
二、 性别差异	275
三、 职业构成	275
四、 观影年龄	276
五、 观影频率	276
第四节 影视拍摄题材选择及评估	277
一、 影视题材的选择方法	277
二、 影视题材的评估方法	278
三、 影视题材的特点	280
四、 影视题材的管理	281
第七章 中国影视后期制作及影视特效市场	282
第一节 影视后期制作市场	282
一、 影视后期制作技术概述	282
二、 国内外影视后期制作行业现状	283
三、 海外影视后期制作市场阵营	284
四、 中国影视后期制作市场研究	285
五、 国内影视后期制作生产线情况	285
六、 国内影视后期制作海外拓展情况	286
七、 著名影视后期制作公司运作分析	286
八、 影视后期制作发展趋势	287
九、 影视后期制作市场动态追踪	288
第二节 中国影视特效市场分析	289
一、 影视特效的概念及制作手段	289
二、 国内影视特效的技术水平	293
三、 中国球幕电影制造技术	295
四、 国际影视特效市场发展分析	297
五、 国内影视特效市场发展现状	300
六、 国内特效电影的引进情况	303
七、 国内影视特效行业发展格局	305
八、 国内特效行业未来发展风向	305
第八章 中国影视制作项目管理研究	307
第一节 影视制作项目管理概述	307

一、影视制作项目管理的定义	307
二、影视制作项目管理的要素	307
三、影视制作项目管理的原则	309
四、影视制作项目管理的方法	310
第二节 影视制作项目规划步骤	311
一、影视制作项目规划的概念	311
二、影视制作项目规划的步骤	312
第三节 影视制片的成本管理	312
一、影视制片项目成本管理内涵	312
二、影视制片项目成本的构成	312
三、项目成本管理应注意的问题	315
四、影视项目成本控制的内容	317
五、影视制片项目成本控制方法	318
第四节 影视制作项目质量管理	319
一、影视制作项目质量管理的概念	319
二、影视制作项目质量管理的内容	320
三、不同类影视项目质量管理的内容	323
第九章 中国影视制作项目资金流入及收入分成模式	325
第一节 中国影视制作资金进入分析	325
一、中国影视制作业资金进入概况	325
二、中国影视制作业投资主体概况	326
三、金融领域资本进入分析	328
第二节 中国影视制作项目收入分成情况	332
一、中国电影制作项目的收入及分成	332
二、电视剧制作项目的收入及分成	334
三、微电影制作项目的盈利及收入	337
四、动画制作项目的盈利及收入	338
五、影视剧无线市场分成模式	346
第三节 影视剧投资回报分析	348
一、电影投资回报和盈利分析	348
二、电视剧投资回报和盈利分析	353
三、微电影投资回报和盈利分析	354

第十章 中国著名影视制作公司竞争力研究 356

第一节 中国电影集团 356

一、企业基本情况分析 356

二、企业组织架构分析 357

三、企业影视制作水平 357

四、企业制作的影视剧 358

五、企业未来发展战略 359

第二节 华谊兄弟传媒集团 359

一、企业基本情况分析 359

二、企业组织架构分析 359

三、企业影视制作水平 359

四、企业制作的影视剧 362

五、企业经营情况分析 363

六、企业未来发展战略 369

第三节 上海电影集团有限公司 372

一、企业基本情况分析 372

二、企业组织架构分析 372

三、企业影视制作水平 373

四、企业制作的影视剧 373

五、企业经营情况分析 374

六、企业未来发展战略 374

第四节 博纳影业集团 375

一、企业基本情况分析 375

二、企业影视制作水平 376

三、企业制作的影视剧 376

四、企业经营情况分析 378

五、企业未来发展战略 380

第五节 英皇电影有限公司 381

一、企业基本情况分析 381

二、企业影视制作水平 381

三、企业制作的影视剧 382

四、企业未来发展战略 382

第六节 香港寰亚综艺集团有限公司 383

一、企业基本情况分析 383

二、企业影视制作水平 383

三、企业制作的影视剧 383

四、企业未来发展战略 384

第七节 橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司 384

一、企业基本情况分析 384

二、企业组织架构分析 385

三、企业影视制作水平 385

四、企业制作的影视剧 386

五、企业经营情况分析 387

六、企业未来发展战略 393

第八节 西部电影集团有限公司 393

一、企业基本情况分析 393

二、企业组织架构分析 395

三、企业影视制作水平 395

四、企业制作的影视剧 396

五、企业经营情况分析 397

六、企业未来发展战略 397

第九节 寰宇国际控股有限公司 397

一、企业基本情况分析 397

二、企业组织架构分析 398

三、企业影视制作水平 398

四、企业制作的影视剧 399

五、企业经营情况分析 399

六、企业未来发展战略 405

第十节 银河映像控股集团 405

一、企业基本情况分析 405

二、企业影视制作水平 406

三、企业制作的影视剧 406

四、企业未来发展战略 407

第十一节 中视传媒股份有限公司 407

一、企业基本情况分析 407

二、企业影视制作水平 408

三、企业制作的影视剧 409

四、企业经营情况分析 409

五、企业未来发展战略 415

第十二节 上海新文化传媒集团股份有限公司 416

一、企业基本情况分析 416

二、企业组织架构分析 417

三、企业影视制作水平 417

四、企业制作的影视剧 418

五、企业经营情况分析 419

六、企业未来发展战略 426

第十三节 北京光线传媒股份有限公司 430

一、企业基本情况分析 430

二、企业组织架构分析 431

三、企业影视制作水平 431

四、企业制作的影视剧 433

五、企业经营情况分析 433

六、企业未来发展战略 440

第十四节 北京华录百纳影视股份有限公司 443

一、企业基本情况分析 443

二、企业组织架构分析 444

三、企业影视制作水平 444

四、企业制作的影视剧 445

五、企业经营情况分析 446

六、企业未来发展战略 452

第十五节 浙江华策影视股份有限公司 456

一、企业基本情况分析 456

二、企业组织架构分析 457

三、企业影视制作水平 457

四、企业制作的影视剧 458

五、企业经营情况分析 459

六、企业未来发展战略	465
第十六节 海润影视制作有限公司	471
一、企业基本情况分析	471
二、企业影视制作水平	472
三、企业制作的影视剧	472
四、企业经营情况分析	473
五、企业发展最新动态	473
第十一章 2013-2015年国内热映电影制作案例研究	474
第一节 西游降魔篇	474
一、影片基本情况概述	474
二、影片制作发行分析	475
三、影片营销策略分析	475
四、影片投资收益分析	476
第二节 致我们终将逝去的青春	477
一、影片基本情况概述	477
二、影片制作发行分析	478
三、影片营销策略分析	478
四、影片成功经验总结	481
第三节 中国合伙人	482
一、影片基本情况概述	482
二、影片制作发行分析	483
三、影片营销策略分析	484
第四节 小时代	484
一、影片基本情况概述	484
二、影片制作发行分析	485
三、影片营销策略分析	486
四、影片成功经验总结	489
第五节 爸爸去哪儿	490
一、影片基本情况概述	490
二、影片制作发行分析	491
三、影片营销策略分析	491
第十二章 中国影视文化地产发展分析	495

第一节 影视文化地产的概述	495
一、国内影视文化地产开发现状	495
二、影视文化地产的运营模式	497
三、影视文化地产的发展趋势	498
第二节 国内影视基地的发展概况	499
一、影视基地的概念及分类	499
二、国内影视基地的发展历程	501
三、国内影视基地的基本类型	502
四、国外影视基地的发展模式	503
五、国内影视基地的建设情况	503
六、国内影视基地发展格局分析	504
七、国内影视基地盈利状况分析	506
第三节 影视基地的发展模式	507
一、影视基地发展模式类型	507
二、影视基地的形成分类	508
三、影视基地的盈利模式	510
四、影视基地的运营模式	512
第四节 影视基地产业集群	513
一、影视基地产业集群发展的背景	513
二、国内影视基地产业集群水平分析	513
三、国内影视基地产业集群发展的问题	514
四、发展影视基地产业集群的对策分析	515
第五节 影视基地品牌构建	517
一、影视基地品牌建构的动因分析	517
二、影视基地品牌建构的主要路径	518
三、影视基地品牌建设的影响因素	519
四、影视基地品牌建设的政策保障	521
第六节 影视基地发展中的问题及建议	522
一、影视基地发展困境分析	522
二、影视基地发展对策分析	523
第十三章 中国影视基地运营案例研究	526
第一节 中影怀柔数字制作基地	526

一、基地发展概况	526
二、基地建设开发情况	526
三、基地产业聚集情况	526
四、基地经营效益情况	528
五、基地经营策略分析	529
六、基地品牌建设水平	530
七、基地未来发展目标	532
第二节 横店影视基地	533
一、基地发展概况	533
二、基地建设开发情况	534
三、基地产业聚集情况	535
四、基地经营效益情况	536
五、基地运作模式分析	537
六、基地经营策略分析	537
第三节 无锡影视基地	539
一、基地发展概况	539
二、基地建设开发情况	539
三、基地产业聚集情况	540
四、基地经营效益情况	540
五、基地运作模式分析	540
六、基地经营策略分析	541
第四节 长影世纪城	541
一、基地发展概况	541
二、基地建设开发情况	541
三、基地产业聚集情况	542
四、基地发展特点分析	543
五、基地运作模式分析	546
第五节 中山影视基地	547
一、基地发展概况	547
二、基地建设开发情况	547
三、基地产业聚集情况	547
四、基地经营效益情况	549

五、基地运作模式分析 549

六、基地品牌建设水平 550

第六节 云南省影视基地 550

一、基地发展概况 550

二、基地建设开发情况 550

三、基地产业聚集情况 551

四、基地经营效益情况 552

第七节 镇北堡西部影视城 552

一、基地发展概况 552

二、基地建设开发情况 552

三、基地产业聚集情况 553

四、基地经营效益情况 553

五、基地运作模式分析 553

六、基地经营策略分析 554

七、基地品牌建设水平 554

第八节 溧水石湫影视基地 555

一、基地发展概况 555

二、基地建设开发情况 555

三、基地产业聚集情况 555

四、基地运作模式分析 556

五、基地品牌建设水平 557

第九节 创新影视基地——冯小刚电影公社 557

一、基地基本概况 557

二、基地建设开发情况 557

三、基地产业聚集情况 558

四、基地品牌建设水平 559

第十四章 2016-2022年中国影视制作市场前景及趋势预测 560

第一节 2016-2022年中国影视制作行业发展因素 560

一、进入结构调整转型阶段 560

二、国际传播能力加速升级 560

三、政策创新提升管理水平 560

四、行业互联网化日渐明显 561

五、监管体系的进一步完善 561

第二节 2016-2022年中国影视制作行业发展趋势 561

一、中国电影产业发展趋势分析 561

二、电视剧产业的发展趋势分析 563

三、影视制作行业整体发展趋势 564

四、电影制片业的发展趋势分析 565

第三节 2016-2022年中国影视制作行业发展预测分析 566

一、中国影视文化需求预测分析 566

二、中国影视制作市场规模预测 567

第十五章 中国影视制片业投资运作分析 572

第一节 境外影视投融资经验及借鉴 572

一、创新电影产业基金模式 572

二、建立履约保证机制 572

三、完善投资风险保障机制 573

四、建立国家扶持基金机制 573

五、税收促进电影产业发展 574

第二节 中国电影产业投资状况及策略分析 575

一、行业主要投资领域 575

二、产业潜在投资风险 575

三、电影产业投资建议 576

第三节 中国电影制片业投融资模式 577

一、电影制片投融资渠道与结构 577

二、电影制片投融资的特点分析 580

三、电影制片投融资模式完善建议 581

第四节 电视剧制片业投融资研究 583

一、中国电视产业投资机会 583

二、中国电视剧投融资模式 584

三、中国电视剧投融资策略分析 585

第十六章 2016-2022年中国影视制作市场投资机会及风险分析 589

第一节 2016-2022年中国影视制作行业投资环境分析 589

一、优势 589

二、劣势 589

三、机遇 590

四、威胁 591

第二节 2016-2022年中国影视制作行业投资机会分析 593

一、影视制作行业的投资特性分析 593

二、中国影视制作业投资价值分析 594

三、影视制作产业链上的投资机会 595

第三节 2016-2022年中国影视制作行业前景趋势分析 598

一、中国电影产业发展趋势预测 598

二、中国电影产业未来发展走向 600

三、电视剧制作行业发展方向分析 602

四、中国电视剧产业发展趋势分析 604

图表目录：

图表 1 2014年1-4季度GDP初步核算数 28

图表 2 GDP环比和同比增长速度 29

图表 3 2015年1-2季度GDP初步核算数据 29

图表 4 GDP环比和同比增长速度 30

图表 5 规模以上工业增加值同比增速（月度同比） 31

图表 6 2014年规模以上企业主营业务收入与利润总额同比增速（月度同比） 33

图表 7 规模以上工业增加值同比增长速度 34

图表 8 固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比） 35

图表 9 2015年1-6月度固定资产投资（同比增速 36

图表 10 全国房地产开发投资增速 37

图表 11 2015年1-6月份固定资产投资（不含农户）主要数据 37

图表 12 2010-2015年城镇新增就业人数 38

图表 13 全国居民人均可支配收入指标 38

图表 14 社会消费品零售总额名义增速（月度同比） 40

图表 15 2014-2015年6月社会消费品零售总额名义增速 42

图表 16 2014年6月-2015年6月社会消费品零售总额月度同比增长速度 43

图表 17 2014年居民消费价格月度涨跌幅度情况 44

图表 18 2014年居民消费价格指数 44

图表 19 2014-2015年6月居民消费价格涨幅（月度同比） 45

图表 20 2014-2015年6月居民消费价格涨幅对比 46

图表 21	2014年主要影视并购案例	49
图表 22	2013-2015年电影产业相关政策	58
图表 23	2009-2014年中国院线数量	61
图表 24	2005-2015年6月年院线数与银幕增加数	61
图表 25	2005-2015年6月银幕增加数与银幕总数情况	62
图表 26	2013、2014 年通过电视剧审批发行的制作机构比例分布	63
图表 27	2015年1-8月年电视剧备案数量分布	64
图表 28	2009-2014年中国电影产业规模	65
图表 29	中国电影制片机构TOP15市场份额	66
图表 30	我国电视剧制作机构分类	66
图表 31	2006-2014年广播电视节目制作经营机构数量变化	68
图表 32	2014年全球主要国家和地区电影票房及占比	73
图表 33	2014年电影产业整体规模	74
图表 34	2009-2014年国产片与进口片票房贡献率对比	75
图表 35	2009-2014年中、日、韩三国本土电影占全国票房比例	76
图表 36	2014年北美票房收入Top10	79
图表 37	北美观影人次和票房	80
图表 38	2014年北美十大发行商电影票房收入与份额	81
图表 39	法国电影观影人次变化	84
图表 40	2009-2014年韩国电影观影人次变化	85
图表 41	2015年韩国上半年观影人次TOP15	86
图表 42	日本年度观影人次和票房变化	87
图表 43	2014年度日本本土电影票房TOP10	88
图表 44	2014年北美外语片国家票房Top10	89
图表 45	2010-2015年中国电影票房总收入及增速	90
图表 46	2010-2015年中国国产片票房收入及增速	91
图表 47	2010-2015年中国国产片海外销售收入及增速	92
图表 48	2011-2015年6月中国电影票房总收入及增速	92
图表 49	2015年1-6月票房收入院线公司top10	93
图表 50	2011-2015年6月中国国产片票房收入及增速	94
图表 51	2011-2015年6月中国国产片海外销售收入及增速	95
图表 52	2010-2015年中国国产片总数、上映数、上映比例情况	96

图表 53	2010-2015年中国电影院数、银屏数及增长情况	97
图表 54	2010-2015年中国电影平均票价及增长情况	98
图表 55	2010-2015年中国观影人次及增长情况	99
图表 56	2010-2015年中国影片海外销售收入及增长情况	100
图表 57	电影制作流程图	103
图表 58	电影发行模式	107
图表 59	电影发行业重点企业	108
图表 60	2014年中国电影发行市场实力矩阵	109
图表 61	2014年中国电影发行企业市场伟额TOP10	110
图表 62	2014年中国五大民营企业发行各票房区间影片数量及平均票房	111
图表 63	2011-2014年国产票房及五大民营电影公司发型影片票房占比	112
图表 64	2014年五大民营电影公司发型国产影片市场份额	112
图表 65	2005-2014年全球每年上映3D电影数	118
图表 66	2014年全球3D电影票房收入	119
图表 67	2005-204年世界各国制作3D电影	124
图表 68	2014年美国3D电影	125
图表 69	2012-2015年中国国产3D电影	126
图表 70	2010-2015年中国3D银幕数及增长情况	131
图表 71	中国IMAX影厅城市分布情况	132
图表 72	2014年IMAX大中华区影院数量	133
图表 73	2015年1-6月票房收入前10名电影院线公司	136
图表 74	2014年全国电影票房前十省份	139
图表 75	2014年全国票房前十城市	140
图表 76	2014年新成立电影公司盘点	142
图表 77	新成立电影公司模式对比	144
图表 78	2014年新成立电影公司模式对比	145
图表 79	2010-2015年中国电视剧生产规模	155
图表 80	2001-2014年中国电视剧交易额及增长情况	156
图表 81	2010-2013年中国电视剧进口量统计	156
图表 82	2014-2015年中国电视剧进口量统计	157
图表 83	2010-2013年中国电视剧进口额及增长情况	157
图表 84	2010-2013年中国电视剧出口量统计	158

- 图表 85 2010-2013年中国电视剧出口额及增长情况 158
- 图表 86 2012-2015年电视剧制作机构数量 159
- 图表 87 2011-2015年中国《广播电视制作经营许可证》数量 159
- 图表 88 2010-2015年中国电视剧备案数量及增长情况 160
- 图表 89 2010-2015年中国国产电视剧发行许可数及增长情况 161
- 图表 90 2010-2015年中国同意发行的境外影视剧及增长情况 162
- 图表 91 2010-2013年中国公共电视节目套数 163
- 图表 92 2010-2013年中国广播电视技术情况 163
- 图表 93 2010-2015年中国广播电视总收入及增长情况 164
- 图表 94 2010-2013年中国电视剧播出数量 165
- 图表 95 2011-2014年各题材电视剧播出比重 165
- 图表 96 2010-2015年观众人均每日收视时长 166
- 图表 97 2013-2015年所有频道全天收视率走势 166
- 图表 98 2014年各类节目收视比重 167
- 图表 99 2011-2014年各级频道市场份额对比 168
- 图表 100 2010-2015年观众规模及收视时长 169
- 图表 101 2010-2015年各年龄段观众人均日收视时长 170
- 图表 102 2014年各级频道在不同年龄段观众的市场份额 170
- 图表 103 2012-2015年各级频道电视剧收视份额 171
- 图表 104 2013-2015年综合性省卫视全天各时段电视剧人均收视量 172
- 图表 105 2014年各级频道全天收视走势对比 173
- 图表 106 中国内地、美国、TVB电视剧分销体系与营销模式比较 175
- 图表 107 各种发行渠道的使用情况 178
- 图表 108 江西卫视首播《亮剑》收视率 187
- 图表 109 江西卫视重播五次《亮剑》的收视率排名 187
- 图表 110 电视剧《聊斋》播出后的收视效果 188
- 图表 111 韩国电视剧产业流程图 191
- 图表 112 2012年第四季度美国收视率排名前十名剧目类型及其制作公司 206
- 图表 113 2013-2015年全国电视台收视率排行榜 209
- 图表 114 2010-2015年观众规模及收视增长 211
- 图表 115 2011-2014年各级频道市场份额对比 211
- 图表 116 2012-2015年各级频道综艺节目收视份额 212

图表 117	电视剧收视率TOP20的电视台对比	215
图表 118	2011-2013年电视剧资源利用效率	217
图表 119	电视剧播出整体收视情况	218
图表 120	2013年电视剧在不同频道组间播出情况	218
图表 121	2013年中央级频道各类型节目收视比重	219
图表 122	各卫视收视率过（含）1%电视剧分布图	220
图表 123	2014年上半年电视剧公司在卫视频道播出集数TOP10排名	220
图表 124	2014年各类题材电视剧的播出及收视比重	222
图表 125	2010-2013年全国电视剧备案数量分布	223
图表 126	2007-2014年广播电视节目制作经营许可证数量变化	224
图表 127	2011-2014年电视剧制作公司集数TOP10集中度	225
图表 128	动漫产业层次结构	232
图表 129	动漫产业各层次盈利模式	232
图表 130	日本动漫推广模式图	234
图表 131	韩国动漫推广模式图	237
图表 132	美国动漫推广模式图	239
图表 133	中国动画片商品化市场结构的三个层次	240
图表 134	国内播映动画片的主要商业策略	241
图表 135	国内动画片的三种商业类型	242
图表 136	A类型的动画片	243
图表 137	B类型动画片的"品牌"导向	244
图表 138	C类型的动画片=广告片	244
图表 139	2010-2015年中国电视动画公示与完成情况	256
图表 140	2014年度推荐播出优秀动画片目录	256
图表 141	2015年1-7月电视动画题材	258
图表 142	经备案公示的全国国产电视动画片数量	258
图表 143	2012年全国原创电视动画片生产企业前十位	259
图表 144	2012年国家动画产业基地国产电视动画片生产情况	259
图表 145	2010-2015年国产电视动画片生产数量变化图	261
图表 146	2009-2013年我国电视动画制作投资额和国内销售交易额	262
图表 147	电影题材的分类	264
图表 148	电视剧题材的分类标准	265

图表 149	2012-2015年中国电视剧题材统计	271
图表 150	2010-2015年中国故事影片数量	272
图表 151	2013年全网上榜微电影题材数量	273
图表 152	电影观众观影选择因素比例	274
图表 153	电影观众最喜欢的影片类型	274
图表 154	电影观众性别的构成比例	275
图表 155	电影观众职业构成比例	276
图表 156	电影观众年龄构成	276
图表 157	电影观众观影频率构成	277
图表 158	2009-2012年我国电影后期制作市场规模情况分析	285
图表 159	项目管理三角	309
图表 160	影视项目成本控制原理示意图	318
图表 161 157	电影票房分账模式	333
图表 162 158	电视剧盈利模式	334
图表 163 164	2014年国产电影投资回报率	349
图表 164	2010-2015年华谊、博纳、光线三家公司平均回报率	350
图表 165	2012-2015年成功失败的电影题材	351
图表 166	2015年传媒股过亿电影投资回报率	353
图表 167	中国电影集团组织架构图	357
图表 168	2014年华谊兄弟传媒集团分产品收入情况	360
图表 169	2014年华谊兄弟传媒集团分地区收入情况	360
图表 170	华谊兄弟传媒集团部分电影作品	362
图表 171	华谊兄弟传媒集团部分电视剧作品	363
图表 172	2012-2015年03月末华谊兄弟传媒集团资产负债情况表	363
图表 173	2012-2015年03月华谊兄弟传媒集团利润情况表	365
图表 174	2012-2015年03月华谊兄弟传媒集团盈利能力关键指标	366
图表 175	2012-2015年03月华谊兄弟传媒集团营运能力关键指标	367
图表 176	2012-2015年03月华谊兄弟传媒集团偿债能力关键指标	368
图表 177	2012-2015年03月华谊兄弟传媒集团成长能力关键指标	369
图表 178	华谊兄弟传媒集团2015年上半年上映电影	370
图表 179	华谊兄弟传媒集团2015年上半年拍摄计划	370
图表 180	上海电影集团有限公司部分电视剧作品	373

图表 181	上海电影集团有限公司部分电影作品	373
图表 182	博纳影业集团部分影视作品	377
图表 183	2010-2015年博纳影业集团营业收入及增长情况	379
图表 184	2010-2015年博纳影业集团利润情况	380
图表 185	英皇电影有限公司部分电影作品	382
图表 186	香港寰亚综艺集团有限公司部分电影作品	383
图表 187	橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司组织架构图	385
图表 188	橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司部分电影作品	386
图表 189	2010-2015年橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司资产负债情况表	387
图表 190	2010-2015年橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司现金流量表	389
图表 191	2010-2015年橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司综合损益表	390
图表 192	2010-2015年橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司盈利能力指标	391
图表 193	2010-2015年橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司营运能力指标	391
图表 194	2010-2015年橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司偿债能力指标	392
图表 195	2010-2015年橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司成长能力指标	393
图表 196	西部电影集团组织架构图	395
图表 197	西部电影集团部分影视作品	396
图表 198	寰宇国际控股有限公司组织架构图	398
图表 199	寰宇国际控股有限公司部分影视作品	399
图表 200	2010-2015年6月末寰宇国际控股有限公司资产负债情况表	400
图表 201	2009-2014年6月寰宇国际控股有限公司现金流量表	401
图表 202	2010-2015年6月寰宇国际控股有限公司综合损益表	402
图表 203	2010-2015年6月寰宇国际控股有限公司盈利能力指标	403
图表 204	2010-2015年6月寰宇国际控股有限公司营运能力指标	404
图表 205	2010-2015年6月寰宇国际控股有限公司偿债能力指标	404
图表 206	2010-2015年6月寰宇国际控股有限公司成长能力指标	405
图表 207	银河映像控股集团部分影视作品	406
图表 208	2014年中视传媒股份有限公司分产品收入情况	408
图表 209	2014年中视传媒股份有限公司分地区收入情况	408
图表 210	中视传媒股份有限公司部分影视作品	409
图表 211	2012-2015年03月末中视传媒股份有限公司资产负债情况表	409
图表 212	2012-2015年03月中视传媒股份有限公司利润情况表	411

图表 213	2012-2015年03月中视传媒股份有限公司盈利能力关键指标	412
图表 214	2012-2015年03月中视传媒股份有限公司营运能力关键指标	413
图表 215	2012-2015年03月中视传媒股份有限公司偿债能力关键指标	414
图表 216	2012-2015年03月中视传媒股份有限公司成长能力关键指标	415
图表 217	上海新文化传媒集团股份有限公司	417
图表 218	2014年上海新文化传媒集团股份有限公司分产品收入情况	417
图表 219	2014年上海新文化传媒集团股份有限公司分地区收入情况	418
图表 220	上海新文化传媒集团股份有限公司部分电影作品	419
图表 221	上海新文化传媒集团股份有限公司部分电视剧作品	419
图表 222	2012-2015年03月末上海新文化传媒集团股份有限公司资产负债情况表	420
图表 223	2012-2015年03月上海新文化传媒集团股份有限公司利润情况表	421
图表 224	2012-2015年03月上海新文化传媒集团股份有限公司盈利能力关键指标	423
图表 225	2012-2015年03月上海新文化传媒集团股份有限公司营运能力关键指标	424
图表 226	2012-2015年03月上海新文化传媒集团股份有限公司偿债能力关键指标	425
图表 227	2012-2015年03月上海新文化传媒集团股份有限公司成长能力关键指标	426
图表 228	2015年上海新文化传媒集团股份有限公司电视剧开拍计划	427
图表 229	2015年上海新文化传媒集团股份有限公司电影上映计划	428
图表 230	2014年北京光线传媒股份有限公司分产品收入情况	432
图表 231	2014年北京光线传媒股份有限公司分地区收入情况	432
图表 232	2012-2015年03月末北京光线传媒股份有限公司资产负债情况表	434
图表 233	2012-2015年03月北京光线传媒股份有限公司利润情况表	435
图表 234	2012-2015年03月北京光线传媒股份有限公司盈利能力关键指标	437
图表 235	2012-2015年03月北京光线传媒股份有限公司营运能力关键指标	438
图表 236	2012-2015年03月北京光线传媒股份有限公司偿债能力关键指标	438
图表 237	2012-2015年03月北京光线传媒股份有限公司成长能力关键指标	439
图表 238	2015年北京光线传媒股份有限公司电影上映计划	440
图表 239	2015年北京光线传媒股份有限公司正在制作的电影	441
图表 240	2015年北京光线传媒股份有限公司正在制作的电视剧	442
图表 241	2015年北京华录百纳影视股份有限公司分产品收入情况	444
图表 242	2015年北京华录百纳影视股份有限公司分地区收入情况	445
图表 243	北京华录百纳影视股份有限公司部分电视剧作品	445
图表 244	北京华录百纳影视股份有限公司部分电影作品	446

图表 245	2012-2015年03月末北京华录百纳影视股份有限公司资产负债情况表	447
图表 246	2012-2015年03月北京华录百纳影视股份有限公司利润情况表	448
图表 247	2012-2015年03月北京华录百纳影视股份有限公司盈利能力关键指标	449
图表 248	2012-2015年03月北京华录百纳影视股份有限公司营运能力关键指标	450
图表 249	2012-2015年03月北京华录百纳影视股份有限公司偿债能力关键指标	451
图表 250	2012-2015年03月北京华录百纳影视股份有限公司成长能力关键指标	452
图表 251	2015年北京华录百纳影视股份有限公司电视剧开拍计划	453
图表 252	2015年北京华录百纳影视股份有限公司电视栏目制作计划	454
图表 253	2015年北京华录百纳影视股份有限公司电影开拍计划	455
图表 254	浙江华策影视股份有限公司产业架构	457
图表 255	2015年浙江华策影视股份有限公司分产品收入情况	458
图表 256	2015年浙江华策影视股份有限公司分地区收入情况	458
图表 257	浙江华策影视股份有限公司部分电视剧作品	458
图表 258	浙江华策影视股份有限公司部分电影作品	459
图表 259	2012-2015年03月末浙江华策影视股份有限公司资产负债情况表	460
图表 260	2012-2015年03月浙江华策影视股份有限公司利润情况表	461
图表 261	2012-2015年03月浙江华策影视股份有限公司盈利能力关键指标	462
图表 262	2012-2015年03月浙江华策影视股份有限公司营运能力关键指标	463
图表 263	2012-2015年03月浙江华策影视股份有限公司偿债能力关键指标	464
图表 264	2012-2015年03月浙江华策影视股份有限公司成长能力关键指标	465
图表 265	2015年浙江华策影视股份有限公司电视剧开拍计划	466
图表 266	2015年浙江华策影视股份有限公司电影开拍计划	467
图表 267	2015年浙江华策影视股份有限公司综艺节目生产计划	469
图表 268	海润影视制作有限公司部分影视作品	472
图表 269	西游降魔篇基本情况	474
图表 270	西游降魔篇制作/发行公司	475
图表 271	致我们终将逝去的青春基本情况简介	477
图表 272	致我们终将逝去的青春发行制作公司	478
图表 273	爸爸去哪儿影片基本情况	490
图表 274	国外影视基地的两种主要发展模式	503
图表 275	中山影视基地节目表演时间安排	548
图表 276	2008-2009年中山影视城经营状况	549

图表 277	2014年影视公司跨界互联网化分析	566
图表 278	2016-2022年中国电影票房总收入预测	568
图表 279	2016-2022年中国电视剧市场规模预测	569
图表 280	2016-2022年中国动画片电影票房收入预测	571
图表 281	2014年中国电影院线三大梯队划分	594
图表 282	VC/PE投资中国影视行业涉及产业链环节	597

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/273113.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提供专业投资咨询报告、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。