



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国电影院市场需 求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国电影院市场需求及投资前景分析报告》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/276922.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

作为电影放映的主体，随着电影市场的飞速发展，影院数量和银幕数量亦得到稳步增长。2013年中国电影突破了200亿元关口，比2012年高出近50亿元。全年新开业影院903家，全国新增银幕5077块，新增座位48万个。2014年全年新增影院1015家，新增银幕5397块，日均增长15块银幕，目前全国银幕总数已达2.36万块。《智取威虎山》《归来》《亲爱的》等一批优秀影片受到广大观众欢迎。 2005-2014年全国影院数量走势分析

银幕数量是当前阶段推动中国电影票房的关键因素，则银幕数量在未来几年的发展趋势也将具有重要的预示作用。

截至2013年底，全国银幕数从2002年的1845块增加到18195块。2013年银幕数量增长超过5000块。2014年新增为5397块。总体来看，这一快速的增长趋势有一定的惯性，一方面，影院投资是一个相对长期的规划，诸多在2011、2012年规划的项目仍在推进之中；另一方面，排名靠前的院线中，不少都有上市的规划，上市前有保住排名的需要，若成功上市后，资本市场募得资金，将加速或至少坚定其扩张的步伐。 2005-2014年全国影院数量走势分析

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。

报告揭示了电影院行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国电影院做了重点企业经营状况分析，并分析了中国电影院行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分 电影院产业运行态势分析	1
第一章 2016-2022年世界电影产业运行态势分析	1
第一节 2016-2022年世界电影产业的发展概况	1
一、全球电影业发展态势	1
二、2014年全球3D发展态势	4

截至2014年底全球电影屏幕数量达到142,000块，较上年同期增长15%。当中北美市场数量

为43265块，EMEA地区数量为40424块，亚太市场数量为47349块，拉美市场数量为11177块。

2014年全球电影屏幕数量分布图：块 资料来源：美国电影协会

在全球近14.2万块电影荧幕中，数字电影屏幕（含3D）数量为127689块，占比为90%。其中3D电影屏幕数量为64905块，占数字电影屏幕总量的50.7%。 2014年全球电影屏幕数量分布图：块 资料来源：美国电影协会 2009-2014年全球3D电影屏幕数量分区域统计（块）

2010	2011	2012	2013	2014	2014 % of digital	U.S./Canada	8,505	13,860	14,734	15,782	16,146	39%	EMEA	3,487	11,769	13,964	15,813	16,888	46%	Asia Pacific	4,661	8,596	14,219	17,726	27,559	70%	Latin America	1,104	2,119	2,629	3,748	4,312	45%	Total	22,385	36,344	45,546	53,069	64,905	51%
------	------	------	------	------	-------------------	-------------	-------	--------	--------	--------	--------	-----	------	-------	--------	--------	--------	--------	-----	--------------	-------	-------	--------	--------	--------	-----	---------------	-------	-------	-------	-------	-------	-----	-------	--------	--------	--------	--------	--------	-----

资料来源：美国电影协会

三、世界电影的国际化合作现状 5

四、盗版问题正成为全球电影业的共同威胁 8

第二节 美国 8

一、美国电影产业局部微调 8

二、美国电影业推出400部影片救经济 9

三、金融危机下美国电影业依然呈现相对繁荣 9

四、美国电影业的融资渠道 10

第三节 英国 11

一、2015年英国电影业异常繁荣 11

二、英国电影产业受政策影响较大 14

三、金融危机下英国电影业分析 18

四、英国广播电视业的产业化进程 21

五、英国数字电视产业发展分析 24

第四节 法国 28

一、法国电影产业的起源 28

二、法国政策推动电影业发展 28

二、法国政策推动电影业发展 31

三、法国电影业成绩喜人 32

四、法国网络电视产业市场展望 33

五、2015年法国将全面迈入数字电视时代 34

第五节 印度 35

一、印度电影产业的发展概况 35

二、印度电影产业快速发展	36
三、印度宝莱坞电影业受重创	36
四、印度电影业发展与好莱坞	37
第六节 日本	43
一、日本电影发展简史	43
二、日本影视业动画和高清两手出击	44
三、2014日本电影业发展盘点	46
四、2015日本电影市场分析	49
第七节 香港	50
一、2014年香港电影发展现状分析	50
二、香港电影的发展历程简述	50
三、香港影视剧进入内地不再受限制	57
四、香港政府鼓励发展电影业融资	58
五、香港影视产业谋求多边合作	59
第八节 其他国家	60
一、西班牙电影市场发展情况	60
二、韩国电影市场发展情况	61
三、英国电影业市场发展情况	64
四、巴基斯坦开启电影业发展的新篇章	65
五、南非电影业逐渐在世界崛起	67
六、肯尼亚制定激励政策大力发展电影业	68

第二章 2016-2022年中国电影产业整体运行态势分析 70

第一节 改革开放30年中国电影产业发展综述 70

一、改革开放30年中国电影在探索中前行	70
二、改革开放30年中国电影体制改革历程回顾	75
三、改革开放30年中国电影创作风潮回望	85
四、改革开放30年中国电影合拍片历程	93

第二节 2016-2022年中国电影产业的发展现状 98

一、近年来中国电影产业迈入黄金期	98
二、2015年中国电影产业发展分析	98
三、2015年中国国产片海外销售市场分析	102

四、2015年中国电影产业进口片票房分析	102
五、2015年中国电影产业投资新契机	103
六、2016年中国电影产业发展展望	106
七、2014年中国将加快电影产业发展	106
第三节 2011-2015年中国电影市场运行综述	107
一、2015年中国电影市场发展状况	107
二、2012年中国电影市场发展状况	122
三、2013中国电影市场现状分析	125
四、2014中国电影市场发展分析	127

近年来，中国经济进入“降增速、调结构、重创新、提品质”的新常态中。在这样的背景下，2014年的中国电影整体保持健康、稳定、科学发展的良好态势，取得显著成绩。全年生产故事片618部，年度电影总票房达到296.39亿元，同比增长36.15%，新增银幕5397块，吸引着越来越多的社会资本、人才和技术进入电影行业。

（一）政策环境

电影产业的发展得益于政府的大力支持和鼓励。2014年10月15日，习近平主席在北京主持召开文艺工作座谈会，在讲话中高度赞扬了近年来电影业在扩大开放中不仅没有被击垮，而且增强了竞争实力。2014年7月，全国电影工作座谈会召开，中宣部部长刘奇葆同志在会上分析了电影工作面临的挑战和压力，并指出提高电影质量必须坚持“内容为王”、“技术为基”、“人才为本”。

2014年5月，财政部、国家发改委、中国人民银行等七部委出台了《关于支持电影发展若干经济政策的通知》。这个文件从财政补贴、税收优惠、金融支持、土地政策等八个方面全方位支持电影业发展，特别是首次将金融和差别化用地写入国家政策。《通知》是近年来参与部委最多、涉及领域最广、扶持力度最大的政策文件之一，这个文件的出台不仅使全行业为之振奋，也引起全社会的广泛关注。与此同时，地方政府纷纷出台配套政策鼓励当地电影产业的发展。2014年10月27日，上海市九部门共同出台了《关于促进上海电影产业发展的若干政策》，从财政补贴、税收优惠、人才队伍建设、差别化用地、完善摄制服务机制等几个方面来支持上海电影产业的发展。2015年1月，山东省财政厅会同省发改委等部门联合出台《关于支持电影发展若干经济政策的实施意见》，从支持组建山东电影集团，加大财政投入力度、鼓励电影内容生产、鼓励社会资本投资电影产业、落实电影税收优惠政策、鼓励差别化用地等几个方面来促进电影产业发展。而此前，山东省青岛市政府出台了《关于促进影视产业发展的若干意见》，推出资金扶持，支持影视企业上市等一系列扶持政策。

各层级促进政策的出台对电影产业无疑是利好消息。在政策引导下，各类社会资本进入电

影行业的积极性得到进一步调动，银幕的增加保持较高的速度，电影观影的良好氛围持续形成，从而极大地带动电影全行业快速发展。

（二）创作生产

2014年，中国电影主动压产量、提质量，不断提高创作水平，不断丰富品质类型，受到了市场和观众的欢迎。全年共生产故事影片618部，包括合拍片38部（见图1），电影产量名列世界前茅。2014年国产故事片产量同比减少20部，进一步有效化解产能过剩的问题，供求基本平衡。2003~2014年国产故事片生产情况（单位：部）

此外，2014年还生产了动画影片40部，纪录影片25部，科教影片52部，特种电影23部。与上一年相比，科教片数量有较大幅度的下降，动画片同比增长39%。2007~2014年故事片以外的国产影片生产情况（单位：部）

电影种类/年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
动画影片	6	16	27	16	24	33	29	40
纪录影片	9	16	19	16	26	15	18	25
科教影片	34	39	52	54	76	74	121	52
特种影片	9	2	4	9	5	26	18	23
合计	58	73	102	99	131	148	186	140

2014年的电影创作类型更加多元化，极大地满足了不同类型观众的观赏需求。

年票房收入前十的国产电影（见表2）中，不但有《心花路放》、《分手大师》这样的喜剧片，还有《小时代3》、《同桌的你》、《后会无期》这样的青春片。特别是《爸爸去哪儿》广受市场和观众的认可，表明合家欢电影这种类型具有广阔的发展前景。国产片票房排名前十的影片

序号	电影名称	票房成绩（万元）	人次（万人次）
1	《心花路放》	114720	3330.89
2	《西游记之大闹天宫》（3D）	104599	2490.74
3	《爸爸去哪儿》	69611	2185.27
4	《分手大师》	66644	2001.91
5	《后会无期》	62975	1963.31
6	《匆匆那年》	57934	1668.66
7	《澳门风云》	52323	1616.04
8	《小时代3：刺金时代》	52241	1648.20
9	《一步之遥3D》	49266	1166.85
10	《智取威虎山》	45758	1099.76

（截至2015年1月底，票房已达8.6亿元）

（三）发行与营销

2014年，电影发行主体积极探索新的发行渠道和发行方式，专业化营销机构逐渐成熟，社交媒体在营销中的作用更加凸显。发行和营销与电影产业链结合更为紧密，成为推动电影产业快速发展的重要力量。

2014年，国营和民营电影发行公司共同做大电影市场。中影股份调整影片发行思路，创新发行观念，对外与国企、民企结成战略同盟，对内做到制片、发行、放映无缝衔接，按照“大片大发、小片细发”的原则，为电影市场提供了277部多类型、多题材、正能量的影片，其中有反腐倡廉警示片《破局》，艺术片《白日焰火》、《黄金时代》等，商业大片《西游记之大闹天宫》、《心花路放》、《一步之遥》等，动画影片《神笔马良》，以及中小成本影片

《整容日记》、《临时同居》等，均取得了较好的社会效益和经济效益。2014年，华夏共发行影片114部，取得票房87.45亿元，其中国产片65部，实现票房35.88亿元。上影发行2014年全年发行影片42部，其中包括《京城81号》、《闺蜜》等电影。民营发行公司不断壮大。光线影业2014年共发行12部影片，包括《爸爸去哪儿》、《分手大师》、《匆匆那年》和《同桌的你》等多种类型影片，累计票房达31.1亿元，成为民营电影公司发行之冠。博纳影业2014年共发行影片12部，包括《澳门风云》、《窃听风云3》和《后会无期》等影片，取得30亿元的票房成绩。乐视影业凭借《小时代3》、《熊出没》、《老男孩之猛龙过江》等13部影片取得近24亿元人民币的票房。此外，万达影业、华谊兄弟、福建恒业等民营发行公司也充分利用自身优势，积极协调市场资源发行国产片。

电影营销方式细分多元，社交媒体作用凸显。除了海报、预告、发布会等传统营销手段外，2014年营销方式趋于多元化发展，从以往的辅助手段提升为拉动票房的重要手段。《一步之遥》在首都机场的草坪广告、《西游记之大闹天宫》的美猴王雕塑都可圈可点。随着观众需求和信息获取习惯的改变，电影营销开始进入“多屏化”时代，社交媒体的作用得到了极大凸显，微博、微信、时光网、豆瓣电影等成为重要阵地。利用官方微博发布影片相关新闻、花絮、预告片已较为普遍，通过与影片受众直接互动、举办线上活动、与微博话题炒作等方式提升话题热度、聚集观影人气，这些措施大大推动了影片的宣传造势。《后会无期》从影片立项至整个宣发期间，韩寒共发布105条相关微博，转发数超过700万次，评论数超过240万次。《微爱之渐入佳境》还尝试通过建立微信群来营销，取得良好效果。

随着通过电视、网络等渠道观看电影的观众越来越多，社会各界对国产影片的评价更加多元，票房收入仅仅是其中的一个参考指标。国家新闻出版广电总局电影频道节目中心尝试提出电影产业大数据M指数，通过对国产电影海量大数据的抓取和计算，从电影院观影人次、网络媒体点播人次、电影频道收视人次、投入产出比和市场口碑舆情等指标进行量化分析，统计出电影、演员、编导、制片人的综合影响力，推测电影产业走势，综合考量影片价值，为国产电影提供一个更加全面客观的综合性评价指标。

（四）电影票房

2014年，全年电影票房收入296.39亿元，同比增长36.15%，12年来平均增幅超过30%（见图）。中国内地电影票房约相当于北美地区（美国和加拿大）票房的1/2，全球总票房收入的13%，继续保持全球第二的位置，中国电影市场对世界电影市场格局的贡献和影响越来越大。从发展趋势来看，中国电影市场与北美地区的差距越来越小，与排在第三名以后国家的优势在进一步扩大。2003~2014年国产故事片生产情况（单位：部）

在2014年电影票房总收入中，进口片票房收入约132.64亿元，占总票房45.49%，国产电影票房为161.55亿元，占总票房的54.51%。世界范围内，除印度、韩国、日本等少数国家外，绝大

多数国家的电影市场都是美国电影占绝对优势，本土电影生存艰难。在这样的背景下，中国的国产电影能取得如此成绩，是相当不容易的。2007~2014年国产电影和进口电影市场份额情况（单位：亿元 %）

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
国产片票房	18.01	25.63	35.15	57.34	70.31	82.73	127.67	161.55
进口片票房	15.26	17.78	26.91	44.38	60.84	88.00	90.02	134.84
国产片票房比例	54.13	59.04	56.64	56.37	53.61	48.46	58.65	54.51

2014年电影票房过亿的影片有66部，其中国产电影有36部。电影票房过10亿的国产电影有两部影片，分别是《心花路放》和《西游记之大闹天宫》，票房成绩超过了包括《星际穿越》、《X战警：逆转未来》、《美国队长2：冬日战士》和《猩球崛起：黎明之战》等几部极具票房号召力的好莱坞电影。2014年票房收入前十名的影片中，国产电影和好莱坞电影的比例是"5：5",显示了国产电影不断地受到市场的认可和观众的喜爱。2007~2014年中国内地票房过亿元影片数量（单位：部）

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
票房过亿元影片总数	7	12	21	27	38	43	62	66
票房过亿元国产片	3	7	11	17	21	21	35	36

2014年度票房收入前十名影片

排名	片名	票房成绩（亿元）	影片类型
1	《变形金刚4：绝迹重生》	19.78	进口
2	《心花路放》	11.65	国产
3	《西游记之大闹天宫》	10.46	国产
4	《星际穿越》	7.11	进口
5	《X战警：逆转未来》	7.24	进口
6	《美国队长2：冬日战士》	7.21	进口
7	《猩球崛起：黎明之战》	7.11	进口
8	《爸爸去哪儿》	6.96	国产
9	《分手大师》	6.66	国产
10	《后会无期》	6.30	国产

2014年，全国31个省（直辖市、自治区）票房均出现不同幅度的增长。有10个省的票房收入超过10亿，排在第一名的是广东省，票房总数是41.48亿元，比2013年增长11亿元。江苏省票房收入为27.89亿元，继续保持第二名的位置。浙江省超越北京市，排在第三位，票房收入为23.68亿元。2003~2014年国产故事片生产情况（单位：部）

2014年，电影票房增幅最大的省份为青海省，增幅高达68.87%，其次是河北省，增幅为55.55%，第三名为西藏，增幅为53.42%。接下来依次是安徽52.74%，河南49.15%。2014年海南省电影票房突破2亿大关，比2013年增长43.42%，全省观影人次达619万。

从档期来看，春节档每天的平均票房产出最高，平均每天票房为2.09亿元，7天电影票房收入达14.66亿元，一周的票房产出，比2002年一年的票房产出还要高。年度单日票房最高纪录是6月28日，这一天全国票房达到2.83亿元。

（五）院线和影院

2014年全国电影院线呈现出"一超多强"局面。有10家电影院线的收入超过10亿元，排在首位的是万达院线，有影院182家，银幕数1616块，会员数量突破2600万，年票房达到42.12亿元。2015年1月22日，这家成立10周年的院线，登陆A股市场，成为中国院线第一股。其余9条院

线分别是中影星美、广东大地、上海联和、广州金逸珠江、中影南方电影新干线、浙江时代院线、中影数字院线、横店电影院线、北京新影联院线。票房超过20亿的5大院线票房约占全国总票房的45%。

名称	票房收入(亿元)	增长率	放映场次(万次)	观影人次(万次)	影院数量
万达院线	42.1	24.90%	282.1	10182.5	182
中影星美院线	24.5	33.3%	255.8	6769.3	279
广东大地院线	23.0	45.6%	392.8	7417.6	479
上海联和院线	22.74	21.0%	186.0	6152.0	230
广州金逸珠江院线	20.83	35.1%	236.0	5468.0	231
中影南方电影新干线	19.8	28.6%	247.7	5584.7	279
浙江时代院线	11.9	31.8%	155.7	3392.4	166
中影数字院线	11.0	46.0%	170.0	3300.0	280
横店电影院线	10.6	36.4%	171.2	3327.2	183
北京新影联院线	10.2	17.2%	88.1	2598.9	97

2014年票房排名前十的电影院，北京耀莱成龙国际影城总票房数超过了1亿元，也是单个电影院票房成绩首次破亿，同比2013年增长9%，蝉联冠军宝座4年。上榜的影院与2013年基本相同，整体格局变化不大。

排名	影院名称	票房收入(万元)
1	Jackie Chan北京耀莱	10037.39
2	深圳橙天嘉禾影城	8252.30
3	北京UME国际影城双井店	8111.88
4	首都华融电影院	7975.91
5	上海万达影城五角场店	7284.95
6	广州万达影城白云店	7251.86
7	南京新街口国际影城	7092.79
8	北京UME华星国际影城	6900.25
9	上海永华电影城	6847.22
10	金逸国际电影城(北京朝阳大悦城店)	6762.25

2014年，影院市场继续保持快速扩容的态势。全年新增影院1015家，新增银幕数量5397块，平均每天增加银幕15块，全国银幕总数已高达2.36万块，银幕总数再创新高(见图4)。其中，县级城市拥有数字银幕7204块，在重庆、河北、浙江等10省(市)实现了县级城市数字影院全覆盖。在银幕数量和技术指数继续提高的同时，也为电影产业的高速发展奠定了坚实的基础。

2003~2014年国产故事片生产情况(单位:部)

各省(自治区、直辖市)的影院建设都取得新进展。广东、江苏和浙江是拥有影院数最多的省份，分别拥有565家、376家和318家影院，合计占全国影院数的1/4以上，而这三个省也是全国票房最高的省，产出了全国1/3左右的票房。其中广东是唯一一个票房份额超过10%的省份，达14%，也是唯一影院数量占有率超过10%的省份。

影院在各大省份的分布情况

艺术院线、公益院线、校园院线等特色院线均有所发展。2014年12月30日，北京市新闻出版广电局向中国电影资料馆艺术影院小西天影院、耀莱成龙国际影城五棵松影院、新影联华谊兄弟影城望京影院三家特色影院授牌。三家影院作为特色影院试点，将在固定影厅、固定时间进行每周至少两场次的主题影片放映，票价为国产影片10元、进口影片20元，让广大市民以低廉的票价、优雅的环境观赏电影佳作。上海市电影发行放映行业协会发动上海全市105家影院联手，推出老人优惠价格观影活动：凡60周岁以上的老人凭有效证件每周一至周五(除

节假日外)可享受35元以内优惠价看电影。

2014年11月18日,教育部与国家新闻出版广电总局在北京签署《关于"全国校园电影院线"会商备忘录》,全国校园电影院线由中国教育出版传媒集团、中国教育电视台、华夏电影发行有限责任公司发起成立,教育部、国家新闻出版广电总局共同支持。目标是经过3至5年的努力,在高校建设6000块银幕,主要覆盖大学校园,并辐射中小学,使之成为加强社会主义核心价值观教育,推进校园文化建设的重要平台,成为讲好中国故事、传播好中国声音的重要渠道,成为汇聚培养专业人才,推动创新创业的示范基地。

五、2015年全国电影市场火爆 137

六、2015年中国电影市场发展方向 138

第四节 细分电影市场领域分析 147

一、中小城市电影市场发展情况 147

二、国产儿童电影市场及营销分析 149

三、动漫电影成人市场消费分析 150

四、我国3D电影市场发展状况 161

第五节 2016-2022年贺岁档中国电影市场分析 163

一、2015年贺岁档市场分析 163

二、2013年贺岁票房单项数据分析 164

三、2015年贺岁档国产影片一路败走 167

四、2014-2015年中国电影贺岁档票房创新高 169

五、2015年贺岁档总结 171

第三章 2016-2022年中国影院产业运行环境分析 177

第一节 2016-2022年中国宏观经济环境分析 177

一、2015年宏观经济运行指标分析 177

二、2015年中国宏观经济发展展望 179

三、2015年中国经济增长预测 185

第二节 2016-2022年中国影院产业政策法规环境 187

一、中国电影产业发展迎来利好政策 187

二、中国电影投融资的政策引导 189

三、政府对于电影产业的公共产品属性管理政策分析 202

四、中国发布促进中国电影产业繁荣发展政策 204

第三节 2016-2022年中国影院产业环境分析 207

一、中国电影产业的投融资格局分析	207
二、中国电影产业的制作环节分析	210
三、中国电影产业的电影发行与市场开拓分析	211
四、中国电影产业的人才培养和市场研发措施分析	212
第四章 2016-2022年中国影院产业运行新态势分析	214
第一节 2016-2022年中国影院市场运行总况	214
一、2015年中国电影票房收入状况	214
二、中国影院市场的规模与银幕数量	216
第二节 2016-2022年中国影院市场的地域分布分析	218
一、中国影院市场的发展现状	218
二、中国票房最高的十个省市的影院信息	219
第三节 2016-2022年中国影院数字化新进展	220
一、中国影院系统走进数字化时代	220
二、数字银幕的增长情况	221
三、中国数字影院的放映格局	221
四、国际数字影院市场运营模式的比较分析	221
五、数字影院市场的规模前景	222
第二部分 影院市场运行格局分析	224
第五章 2016-2022年中国影院市场运行新格局透析	224
第一节 2016-2022年中国电影院线与放映状况分析	224
一、2015年中国电影放映市场发展分析	224
二、2015年中国电影院线与放映特点	230
第二节 2016-2022年中国影院市场动态分析	232
一、中国电影市场票房连续六年保持两位数增幅的快速增长态势	232
二、2015年中国电影票房分析	232
第三节 2016-2022年中国影院竞争分析	236
一、院线竞争加速	236
二、各路资本角逐影院市场	237
三、各院线圈地争建影城	238
四、艺术影院的市场生存探索	240

第六章 中国影院细分市场运行分析—城市院线	242
第一节 中国城市电影院线发展分析	242
一、全国城市电影院线市场发展和竞争概述	242
二、万达院线	242
三、中影星美院线	244
四、上海联和院线	246
五、中影南方新干线	246
六、北京新影联院线	247
七、广州金逸珠江院线	247
八、浙江时代院线	248
九、辽宁北方院线	249
十、四川太平洋院线	249
十一、世纪环球院线	250
十二、河南奥斯卡院线	250
十三、广东大地院线	251
第二节 主要城市院线电影市场分析	252
一、主要城市院线电影市场总揽	252
二、北京院线电影市场	254
三、上海院线电影市场	255
四、广州院线电影市场	255
五、深圳院线电影市场	256
第三节 主要省市城市院线电影市场分析	257
一、广东城市院线电影市场	257
二、吉林城市院线电影市场	257
三、四川城市院线电影市场	257
四、江苏城市院线电影市场	258
五、重庆城市院线电影市场	258
第七章 2016-2022年中国影院细分市场运行分析—农村影院	260
第一节 2016-2022年中国农村影院市场运行分析	260
一、从城市转向社区农村民营影院尝试新活法	260

二、10家农村数字影院春节前投入使用	260
三、创维"新农村影院工程"圆满落幕	261
第二节 2016-2022年中国新农村数字影院投入情况分析	262
一、北京已建3000个农村数字影院覆盖七成行政村	262
二、通州区2015年农村数字电影院(厅)将达480个	263
第八章 2016-2022年中国重点地区影视业分析	265
第一节 北京	265
一、北京广播影视产业发展概况	265
二、2015年北京广播影视业经营状况	266
三、北京电影产业迅速发展	268
四、北京电视剧产业发展分析	269
五、北京广播影视业面临的问题和挑战	269
六、北京广播影视产业的发展目标	271
第二节 上海	272
一、上海影视产业发展分析	272
二、上海电影市场发展分析	273
三、上海市推动影视业发展措施	274
第三节 广东	276
一、广东省电视内容产业链调查分析	276
二、广东电影市场发展分析	288
三、深圳市电影院发展探析	289
第四节 浙江	289
一、浙江省影视产业呈现良好发展态势	289
二、浙江横店影视产业发展解析	291
三、2015年横店影视产业实验区发展状况	293
四、浙江省加快发展影视产业	294
第五节 云南	294
一、云南影视已形成全国知名品牌	294
二、昆明市电影后产品市场分析	295
三、云南十大影视基地介绍	295
第六节 其他地区	303

一、山西影视产业取得的成就	303
二、陕西省影视业发展状况	304
三、安徽广播影视产业快速发展	305
四、厦门影视动画产业发展现状	305
第九章 2016-2022年中国影院观众市场调研	309
第一节 中国影院观众构成	309
一、年龄分布	309
二、性别占比	309
三、地区分布	310
第二节 中国电影消费市场解析	311
一、电影消费者的年龄结构分析	311
二、现代化电影院的消费特点分析	311
三、高票价成电影消费市场的首要影响因素	312
第三节 中国电影观众观影频率和观影方式分析	313
第三部分 影院产业投资前景及战略	315
第十章 2014-2015年中国电影产业投资运作分析	315
第一节 中国电影业的SWOT分析	315
一、中国电影产业的优势	315
二、中国电影产业的劣势	316
三、中国电影产业面临的机遇	316
四、中国电影产业面临的威胁	317
第二节 中国电影产业投资状况及策略分析	317
一、中国电影产业投资透视	317
二、私募股权投资中国电影业	322
三、合拍有利于降低电影投资的市场风险	323
四、中国电影业降低投资风险的发展策略	324
五、完善电影业投融资体制、机制的策略分析	327
六、中国电影产业投资热潮背后的隐忧	329
第三节 电影产业投资分析	330
一、电影制片业的投资机会分析	330

二、电影制片业的盈利模式分析	331
三、电影发行业的投资机会分析	335
四、电影发行业的投资价值分析	337
五、电影放映业的投资机会分析	337
六、电影放映业的投资价值分析	338
七、数字电影投资机会分析	339
八、数字电影投资价值分析	340
第四节 2014-2015年中国电影票房影响因素分析	341
一、影片自身质量	341
二、影片排映档期	343
三、影片宣传策划	343
四、映期社会环境	345
五、映期天气情况	347
六、影院和票价	349
第五节 2014-2015年中国电影票价分析	349
一、电影票价的历史沿革	349
二、电影票价的形成机理	351
三、电影高票价的原因分析	353
四、电影票价未来发展趋势	358
第十一章 关于中国电影产业前景预测分析	360
第一节 2016-2022年中国电影业前景预测分析	360
一、中国成为全球最具发展潜力的电影市场	360
二、电影业改制上市将成未来方向	360
三、2015年中国电影业发展趋势分析	362
第二节 2016-2022年中国影院产业前景及趋势	363
一、中国电影票房预测分析	363
二、中国电影院线发展趋势的瞻望	363
三、中国电影业或将借数字3D电影开拓赢利新空间	365
四、中国影院放映信息化前景分析	365
五、我国未来新建影院将以数字放映为主	369

第十二章 2016-2022年中国影院产业投资战略研究 374

第一节 2016-2022年中国影院行业投资概况 374

一、中国影院投资热分析 374

二、电影院市场投资样本调查 375

三、电影院投资选址要求 379

四、影院投资面临机遇和挑战 385

第二节 2016-2022年中国影院投资机会分析 389

一、2016-2022年中国影院3D当主流 389

二、2016-2022年中国数字影院市场投资机会分析 390

三、未来市场投资重点在建设旗舰型影院 391

图表目录：

图表：2010-2015年全球电影市场规模统计：十亿美元

图表：2002-2015年北美票房市场概况（百万美元，百万张）

图表：2010-2015年国际（不含北美）电影票房市场规模：十亿美元

图表：2015年国际（不含北美）电影票房TOP 20（十亿美元）

图表：2015年全球电影屏幕数量分布图：块

图表：2010-2015年全球数字电影屏幕数量统计：块

图表：2009-2015年全球3D电影屏幕数量分区域统计（块）

图表：美国电影产业价值链

图表：2001-2015年英国电影票房市场概况（百万英镑，%）

图表：2015年英国电影产地及票房概况（部，百万英镑，%）

图表：2007-2015年英国电影市场概况（部；百万英，%）

图表：2001-2015年英国电影市场票房集中度概况：%

图表：2013-2015法国电影观影人数月度统计表（百万人）

图表：2004-2015年法国电影市场竞争格局（%）

图表：2015年法国电影市场观影人次超过500万的电影数量为0

图表：2015年法国电影市场6部美国电影观影人次超过300万

图表：2015年3部法国本土电影观影人次超过300万

图表：2010-2015年中国国产片海外销售市场规模（单位：亿元）

图表：2007-2012年中国电源票房收入

图表：2007-2012年中国各类电源制作数量

图表：2010-2015年我国电影票房收入状况

图表：2015年全国电影票房前10名影片如下：

图表：2003～2015年国产故事片生产情况（单位：部）

图表：2007～2015年故事片以外的国产影片生产情况（单位：部）

图表：国产片票房排名前十的影片

图表：2007-2015年中国电影票房收入以及增长率（单位：亿元）

图表：2007～2015年国产电影和进口电影市场份额情况（单位：亿元 %）

图表：2007～2015年中国内地票房过亿元影片数量（单位：部）

图表：2015年度票房收入前十名影片

图表：票房收入排名前十的省份

图表：票房排名前十院线的市场信息

图表：票房排名前十影院票房信息

图表：2003-2015中国电影银幕数量

图表：影院在各大省份的分布情况

图表：中国国产电影市场增长处于世界领先地位

图表：国产影片应对进口影片挑战的能力正在增强

图表：2015年中美影片票房TOP30类型分布

图表：年轻高知白领在引领中国电影文化消费

图表：渠道+观众+营销合力促进中国电影增长

图表：中国电影对国民经济贡献日益提升

图表：2014年全球主要国家票房及占比

图表：中国电影正在改变世界电影格局

图表：中美电影市场均属于金字塔格局

图表：2015年全球电影市场结构分布（单位：亿美元）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276922.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。