



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/281283.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

在现代市场经济活动中，信息已经是影视制作系统行业的重要的经济资源，信息资源的优先占有者胜，反之则处于劣势。中国每年有近100万家企业倒闭，对于企业经营而言，因为失误而出局，极有可能意味着从此退出历史舞台。他们的失败、他们的经验教训，可能再也没有机会转化为他们下一次的成功了。影视制作系统企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求。

随着影视制作系统行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的影视制作系统企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。

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：

第一部分 综述 18

第一章 中国影视制作行业发展环境 18

第一节 影视制作业发展的经济环境 18

一、中国GDP增长情况分析 18

二、工业经济发展形势分析 19

三、社会固定资产投资分析 21

四、全社会消费品零售总额 22

五、城乡居民收入增长分析 23

六、居民消费价格变化分析 24

七、对外贸易发展形势分析 25

第二节 影视制作产业相关政策分析 25

一、影视制作业行政监管体系 25

二、影视制片业主要法规政策 26

三、影视制作的相关行政许可 27

四、年度电影产业政策特点分析	29
第二章 中国影视制作市场发展概述	30
第一节 影视制作概述及流程	30
一、影视制作的概念	30
二、影视制作的流程	30
第二节 中国影视制作市场发展分析	31
一、中国影视产业发展现状	31
二、中国影视制作的市场概述	31
三、影视制作业制作能力分析	31
四、制片企业发展规模及分布	32
第二部分 影视制作细分市场研究	33
第三章 中国电影制作市场分析	33
第一节 世界电影产业发展概况	33
一、国际电影产业现状分析	33
二、影视产业发展动力分析	33
三、全球电影票房收入情况	35
四、世界电影行业发展趋势	35
五、主要地区影视产业现状	37
（一）北美	37
（二）欧洲	38
（三）亚洲	40
（四）印度	41
第二节 中国电影市场规模与需求	42
一、电影总票房及增速	42
二、电影总产量及增速	42
三、影院银幕数及增速	43
四、观影人次数分析	44
五、影片海外出口规模分析	44
第三节 中国电影制作产业运作分析	45
一、电影制片环节分析	45
（一）电影制作的模式及流程	45
（二）电影制作的结构与组成	46

(三) 电影制片业的对外开放	48
二、电影发行环节分析	49
(一) 电影发行模式及其方式	49
(二) 影片发行传输手段对比	51
(三) 电影发行业的市场格局	52
(四) 电影发行业的市场特点	54
(五) 数字电影发行市场格局	55
(六) 电影发行过程成本分析	57
(七) 电影发行业的潜力分析	60
三、电影放映环节分析	60
(一) 电影放映体制变革历程	60
(二) 电影放映业院线制分析	61
四、电影放映业投融资状况	62
第四节 立体电影制作市场	63
一、全球3D电影制作市场分析	63
(一) 全球3D电影市场分析	63
(二) 全球3D电影票房收入	63
(三) 全球3D数字银幕统计	63
(四) 3D电影国际化合作情况	64
二、中国3D电影发展概况	65
(一) 中国3D电影发展现状	65
(二) 中国3D电影市场票房收入	65
三、中国3D电影制作市场分析	65
(一) 3D电影制作方式分析	65
(二) 国内外3D电影的制作费用	67
(三) 中国3D电影制作市场格局	67
(四) 影视摄制3D产业园区情况	68
四、国内3D银幕数量及增速	68
五、国内IMAX影厅建设状况	69
六、国内3D电影发展趋势分析	69
七、3D电影制作市场最新动态概览	70
第五节 中国电影业竞争分析	70

- 一、中国电影市场的竞争概况 70
- 二、中国电影市场竞争有利因素分析 70
- 三、中国电影市场竞争不利因素分析 71
- 四、中国电影院线市场竞争结构分析 71
- 五、中国电影院线的差异化竞争策略 72
 - (一) 电影院线水平差异化策略 72
 - (二) 电影院线垂直差异化策略 73
 - (三) 电影院线服务差异化策略 74
 - (四) 电影院线信息差异化策略 75
- 六、提高电影业国际竞争力对策建议 75
- 第六节 电影业商业模式与转型升级分析 78
 - 一、电影业的主流商业模式分析 78
 - 二、移动互联网对电影业的影响 78
 - 三、互联网思维下的电影业转型 79
 - 四、影视公司跨界与互联网化分析 79
- 第四章 中国电视剧制作市场分析 81
 - 第一节 电视剧产业价值链构成分析 81
 - 第二节 中国电视剧市场规模 82
 - 一、中国电视剧总生产规模分析 82
 - 二、中国电视剧销售收入分析 83
 - (一) 电视剧播出版权收入 83
 - (二) 电视剧网络版权收入 83
 - 三、中国电视剧进出口总规模分析 85
 - 第三节 中国电视剧制作机构分析 85
 - 第四节 中国电视剧播出机构分析 86
 - 一、公共电视节目套数分析 86
 - 二、中国电视台总数量分析 86
 - 三、中国电视广告收入分析 86
 - 四、电视剧播出与收视分析 87
 - 五、各频道收视对比分析 88
 - 第五节 中国电视剧发行分析 89
 - 一、电视剧发行方式 89

- (一) 自主发行 89
- (二) 委托发行 89
- 二、电视剧的两次发行 90
- 三、电视剧的四级发行市场 90
- 四、传统模式下国产电视剧发行弊端 91
 - (一) 官方意识形态掌控播放内容 91
 - (二) "刻板审查"制度导致资源浪费 91
 - (三) 固定插播广告引起受众流失 92
- 五、新媒体环境下电视剧发行新渠道 92
 - (一) 电视剧经电视台和网络同步或跟从播出 92
 - (二) 电视剧经网络走红后电视台再次播映 92
 - (三) 电视剧以互联网作为播放的首映平台 93
 - (四) 互联网网站直接投拍网络电视剧 93
- 六、国产电视剧网络发行模式分析 93
 - (一) 网络发行的优势 93
 - (二) 有待解决的问题 94
- 第六节 大陆、美国、香港电视剧制作播出模式分析 96
 - 一、电视剧制播方式比较分析 96
 - 二、电视剧内容结构比较分析 96
 - 三、电视剧制作主体比较分析 97
 - 四、电视剧版权机制比较分析 97
- 第七节 大陆、美国、香港电视剧营销模式比较 98
 - 一、分销渠道比较 98
 - 二、节目播出方式比较 98
 - 三、节目经营比较 99
 - 四、节目售卖比较 99
- 第八节 电视剧盈利模式分析 99
 - 一、国内电视剧的制作成本分析 99
 - 二、国内电视剧的定价机制分析 100
 - 三、电视剧发行收益分析 101
- 第九节 国际电视剧制作市场分析 102
 - 一、韩国电视剧市场发展分析 102

- (一) 韩国电视剧发展概况 102
- (二) 韩国电视剧制播模式 103
- (三) 2015年韩剧收视TOP10 104
- (四) 《面包王金卓求》的成功秘诀 105
- 二、日本电视剧市场发展分析 105
 - (一) 日本电视产业概述 105
 - (二) 2015年日剧收视TOP10 106
- 三、美国电视剧市场发展分析 107
 - (一) 美国电视剧产业链分析 107
 - (二) 美国电视剧盈利模式 107
 - (三) 美国电视剧播制模式 109
 - (四) 美国电视剧市场状况 110
- 第十节 电视剧生产企业情况 111
 - 一、主要企业 111
 - 二、市场份额 112
- 第十一节 电视剧受众分析 113
 - 一、韩剧：帅气欧巴+时尚装扮成全少女"爱美之心" 113
 - 二、美剧：剧情丰富百无禁忌"高冷"战术攻占精英受众 114
 - 三、国产剧：家庭伦理笼络大妈偶像古装青少年最爱 115
- 第五章 中国动画制作市场分析 117
 - 第一节 全球动画产业发展综述 117
 - 一、全球动画市场发展概况分析 117
 - 二、美国动画制作产业发展情况 117
 - 三、日本动画制作产业发展情况 118
 - 第二节 动画片市场化运作模式分析 119
 - 一、动画片市场化运作模式分析 119
 - (一) 日韩模式 119
 - (二) 美国模式 120
 - (三) 中国模式 120
 - 二、动画片市场化运作阶段分析 120
 - (一) 前期策划 121
 - (二) 中期制作 122

(三) 后期宣传	122
(四) 延续期	123
三、面向市场的动画片制作重点	123
四、以国际市场为目标的制作特点	124
第三节 中国动画制作产业发展情况	125
一、中国动画产业发展历程分析	125
二、中国动画市场结构特征分析	128
三、中国国产电视动画片制作量	129
四、中国电视动画内容生产趋势	129
五、中国动画电视播出情况	130
六、中国优秀国产动画片分析	130
第三部分 影视制作前后期的运作	132
第六章 中国影视拍摄题材的选择及分析	132
第一节 影视拍摄题材概况	132
一、电影题材的分类	132
二、电视剧题材的分类	134
三、微电影题材的分类	136
四、动画片题材的分类	136
第二节 国内影视拍摄题材市场研究	137
一、影视剧题材与市场的关系	137
二、国内电视剧题材统计分析	138
三、国内电影题材的统计分析	139
四、国内微电影题材统计分析	139
第三节 观众的观影偏好分析	140
一、影片类型	140
二、性别差异	140
三、地域影响	141
四、学历及年龄	141
五、观影方式	142
第四节 影视拍摄题材选择及评估	142
一、影视题材的选择方法	142
二、影视题材的评估方法	146

- (一) 内涵及艺术风格评估 146
- (二) 操作能力评估 147
- (三) 专业评估 148
- 三、影视题材的特点 150
- 四、影视题材的管理 151
- 第七章 中国影视后期制作及影视特效市场 154
- 第一节 影视后期制作市场 154
- 一、影视后期制作的概述 154
- 二、国内外影视后期制作行业现状 154
- 三、国际影视后期制作市场现状 155
- 四、海外影视后期制作市场阵营 155
- (一) 美国 155
- (二) 欧洲 155
- (三) 澳大利亚 156
- 五、影视后期制作应处理的关系研究 156
- 六、国内影视后期制作生产线情况 156
- 七、国内影视后期制作海外拓展情况 157
- 八、国际著名影视后期制作公司运作分析 157
- (一) ILM 157
- (二) A52 158
- (三) Animal Logic 158
- (四) Digital Domain 159
- (五) Framestore CFC 159
- (六) 新西兰Weta工作室 160
- 九、影视后期制作发展趋势 161
- 十、影视后期制作事业发展对策建议 162
- 第二节 中国影视特效市场分析 164
- 一、影视特效的概念及制作手段 164
- 二、国内影视特效的技术水平 165
- 三、影视特效发展的必要性 165
- 四、国际影视特效市场发展分析 166
- (一) 国际特效企业商业模式研究 166

（二）国际著名的特效团队运作分析 166

1、工业光魔 166

2、威塔数码 167

3、数字领域 167

4、Cinesite 167

5、索尼影像工作室 168

（三）美国特效行业的发展及困境 168

1、美国特效行业发展历程 168

2、美国特效业遭遇的困境 169

3、特效企业倒闭潮中的机遇 170

五、国内影视特效市场发展现状 170

（一）内地特效行业发展现状 170

（二）内地特效制作企业现状 171

（三）特效制作行业盈利状况 171

（四）特效行业人才结构情况 171

六、国内影视特效行业发展格局 172

七、国内特效行业未来发展策略 172

八、影视特效行业最新动态概览 173

第四部分 影视制作管理运营研究 174

第八章 中国影视制作项目管理研究 174

第一节 影视制作项目管理概述 174

一、影视制作项目管理的定义 174

二、影视制作项目管理的要素 174

三、影视制作项目管理的原则 180

四、影视制作项目管理的方法 184

第二节 影视制作项目规划步骤 189

一、影视制作项目规划的概念 189

二、影视制作项目规划的步骤 189

（一）范围规划 189

（二）项目分解 189

（三）成本估算 189

（四）收益估算 189

- (五) 融集资金 190
- (六) 寻找合作伙伴及主创团队 190
- (七) 制定生产计划 190
- (八) 宣传发行 191
- 第三节 影视制片的成本管理 191
 - 一、影视制片项目成本管理内涵 191
 - 二、影视制片项目成本的构成 192
 - 三、项目成本管理应注意的问题 195
 - (一) 确定项目参与人员 195
 - (二) 制定活动筹备计划 195
 - (三) 制定明晰的费用支出与报销规定 195
 - (四) 建立应急计划 195
 - 四、影视项目成本管理的内容 196
 - (一) 影视项目成本估算 196
 - (二) 影视项目成本预算 197
 - (三) 影视项目预算的流程 198
 - (四) 影视项目成本预算内容 199
 - 1、剧本预算 199
 - 2、制片预算 200
 - 3、职员酬金预算 200
 - 4、演员酬金预算 200
 - 5、摄制器材预算 200
 - 6、置景道具服装等费用 201
 - 7、不可预见费和保险费 202
 - (五) 影视项目成本的编制 202
 - 五、影视制片项目成本控制 202
 - (一) 影视项目成本控制的依据 202
 - (二) 影视制作成本的影响因素 203
 - (三) 影视项目成本控制的内容 205
 - (四) 影视项目成本控制的方法 205
 - (五) 影视项目成本控制的技巧 206
 - 1、定期控制技巧 206

2、预防性控制的技巧	207
3、成本控制的关键活动	208
第四节 影视制作项目质量管理	209
一、影视制作项目质量管理的概念	209
二、影视制作项目质量管理的内容	209
三、一般影视制作项目质量管理分析	210
四、不同类影视项目质量管理的内容	226
五、影视制作项目质量管理方法及技术	228
第九章 中国影视制作项目资金流入及收入分成模式	231
第一节 中国影视制作资金进入分析	231
一、中国影视制作业资金进入概况	231
二、中国影视制作业投资主体概况	231
三、影视制作关联领域的投资主体	233
(一) 电影发行公司	233
(二) 网络游戏公司	233
(三) 网络视频公司	233
(四) 电台及电视台	233
四、金融领域资本进入分析	234
(一) 商业银行资金进入分析	234
(二) VC/PE的资金进入分析	234
五、新兴业外资本进入分析	235
(一) 煤炭领域的资金进入分析	235
(二) 房地产领域资金进入分析	235
第二节 中国影视制作项目收入分成情况	235
一、中国电影制作项目的收入及分成	235
(一) 电影制作项目主要收入来源	235
(二) 中国电影票房分账模式分析	236
(三) 国产电影投资分成模式分析	237
二、电视剧制作项目的收入及分成	238
(一) 电视剧的盈利模式分析	238
(二) 电视剧制作的收入来源	239
(三) 电视剧产出各环节收入	239

三、微电影制作项目的盈利及收入	239
(一) 微电影的盈利模式分析	239
(二) 微电影的主要收入来源	240
四、动画制作项目的盈利及收入	241
(一) 动画片的盈利模式分析	241
(二) 动画片的主要收入来源	244
五、影视剧无线市场分成模式	244
第三节 影视剧投资回报分析	245
(一) 电影	245
(二) 电视剧	245
(三) 微电影	245
第五部分 影视制作企业竞争力研究	246
第十章 中国著名影视制作公司竞争力研究	246
第一节 中国电影集团	246
一、企业基本情况分析	246
二、企业组织架构分析	246
三、企业影视制作水平	246
四、企业制作的影视剧	247
五、企业经营情况分析	249
六、企业未来发展战略	249
第二节 华谊兄弟传媒股份有限公司	250
一、企业基本情况分析	250
二、企业主营业务分析	250
三、企业影视制作水平	250
四、企业制作的影视剧	251
五、企业经营情况分析	252
第三节 上海电影集团有限公司	253
一、企业基本情况分析	253
二、企业组织架构分析	254
三、企业影视制作水平	254
四、企业制作的影视剧	254
五、企业最新动态分析	255

六、企业未来发展战略 255

第四节 博纳影业集团 256

一、企业基本情况分析 256

二、企业组织架构分析 256

三、企业影视制作水平 256

四、企业制作的影视剧 257

五、企业经营情况分析 257

六、企业竞争优势分析 258

第五节 英皇电影有限公司 258

一、企业基本情况分析 258

二、企业组织架构分析 258

三、企业影视制作水平 258

四、企业制作的影视剧 259

五、企业未来发展战略 260

第六节 香港寰亚综艺集团有限公司 260

一、企业基本情况分析 260

二、企业组织架构分析 261

三、企业影视制作水平 261

四、企业制作的影视剧 261

五、企业经营情况分析 262

六、企业未来发展战略 262

第七节 橙天娱乐集团(国际)控股有限公司 262

一、企业基本情况分析 262

二、企业组织架构分析 263

三、企业影视制作水平 263

四、企业制作的影视剧 263

第八节 西部电影集团 264

一、企业基本情况分析 264

二、企业组织架构分析 265

三、企业影视制作水平 265

四、企业制作的影视剧 265

五、企业经营情况分析 266

六、企业未来发展战略 266

第九节 寰宇国际控股有限公司 266

一、企业基本情况分析 266

二、企业组织架构分析 267

三、企业影视制作水平 267

四、企业制作的影视剧 267

五、企业经营情况分析 267

六、企业未来发展战略 268

第十节 银河映像控股集团 268

一、企业基本情况分析 268

二、企业组织架构分析 268

三、企业影视制作水平 268

四、企业制作的影视剧 269

五、企业经营情况分析 269

六、企业未来发展战略 270

第十一节 中航文化股份有限公司 270

一、企业基本情况分析 270

二、企业组织架构分析 270

三、企业影视制作水平 271

四、企业制作的影视剧 271

五、企业发展战略分析 271

第十二节 上海新文化传媒集团股份有限公司 271

一、企业基本情况分析 271

二、企业组织架构分析 272

三、企业影视制作水平 273

四、企业制作的影视剧 273

五、企业经营情况分析 274

六、企业未来发展战略 275

第十三节 北京光线传媒股份有限公司 276

一、企业基本情况分析 276

二、企业组织架构分析 276

三、企业影视制作水平 277

四、企业制作的影视剧	278
五、企业经营情况分析	278
六、企业未来发展战略	279
第十四节 北京华录百纳影视股份有限公司	280
一、企业基本情况分析	280
二、企业组织架构分析	280
三、企业影视制作水平	281
四、企业制作的影视剧	282
五、企业经营情况分析	282
六、企业未来发展战略	283
第十五节 浙江华策影视股份有限公司	283
一、企业基本情况分析	283
二、企业组织架构分析	284
三、企业影视制作水平	284
四、企业制作的影视剧	285
五、企业经营情况分析	286
六、企业未来发展战略	287
第十六节 海润影视制作有限公司	290
一、企业基本情况分析	290
二、企业组织架构分析	290
三、企业影视制作水平	291
四、企业制作的影视剧	292
五、企业经营情况分析	292
六、企业发展最新动态	293
第十一章 国内热映电影制作案例研究	294
第一节 西游降魔篇	294
一、影片基本情况概述	294
二、影片制作发行分析	294
三、影片制作成本分析	294
四、影片投资收益分析	294
五、影片营销策略分析	295
第二节 致我们终将逝去的青春	295

一、影片基本情况概述	295
二、影片制作发行分析	295
三、影片投资收益分析	296
四、影片成功经验总结	296
第三节 中国合伙人	297
一、影片基本情况概述	297
二、影片营销策略分析	298
三、影片投资收益分析	298
四、影片成功经验总结	298
第四节 小时代	300
一、影片基本情况概述	300
二、影片制作发行分析	300
三、影片营销策略分析	300
四、影片投资收益分析	300
第五节 爸爸去哪儿	301
一、影片基本情况概述	301
二、影片制作发行分析	301
三、影片营销策略分析	301
四、影片投资收益分析	303
五、影片成功经验总结	303
第六节 大闹天宫	304
一、影片基本情况概述	304
二、影片制作发行分析	304
三、影片营销策略分析	305
四、影片投资收益分析	305
五、影片成功经验总结	306
第六部分 影视文化地产发展研究	308
第十二章 中国影视文化地产发展分析	308
第一节 影视文化地产的概述	308
一、影视文化地产的范畴	308
二、国内影视文化地产发展机遇	308
三、影视文化地产的运营模式	308

四、影视文化地产的发展趋势	310
第二节 国内影视基地的发展概况	310
一、影视基地的概念及分类	310
二、国内影视基地的发展历程	312
三、国内影视基地的发展特征	313
四、国内影视基地的建设情况	313
五、国内影视基地盈利状况分析	314
第三节 影视基地的发展模式	314
一、影视基地发展模式类型	314
二、影视基地的形成分类	314
三、影视基地的盈利模式	318
四、影视基地的运营模式	320
（一）影视主题公园式	320
（二）影视产业集群式	320
第四节 影视基地产业集群	320
一、影视基地产业集群发展的背景	320
二、影视基地产业集群发展必要性	321
三、国内影视基地产业集群发展的问题	321
四、发展影视基地产业集群的对策分析	322
第五节 影视基地品牌构建	324
一、影视基地品牌建构的动因分析	324
二、影视基地品牌建构的主要路径	325
三、影视基地品牌建设的影响因素	326
四、影视基地品牌建设的政策保障	327
第六节 影视基地发展中的问题及建议	328
一、影视基地发展困境分析	328
二、影视基地发展对策分析	329
三、影视基地持续发展方向	330
第七节 国内影视文化地产发展动态	332
第十三章 中国影视基地运营案例研究	334
第一节 中影怀柔数字制作基地	334
一、基地发展概况	334

- 二、基地运作模式分析 334
- 三、基地经营策略分析 334
- 四、基地成功经验分析 335
- 第二节 横店影视基地 336
 - 一、基地发展概况 336
 - 二、基地运作模式分析 336
 - 三、基地经营策略分析 336
 - 四、基地成功经验分析 337
- 第三节 无锡影视基地 337
 - 一、基地发展概况 337
 - 二、基地运作模式分析 337
 - 三、基地经营策略分析 338
 - 四、基地成功经验分析 338
- 第四节 长影世纪城 338
 - 一、基地发展概况 338
 - 二、基地运作模式分析 338
 - 三、基地成功经验分析 339
- 第五节 中山影视基地 339
 - 一、基地发展概况 339
 - 二、基地运作模式分析 339
 - 三、基地成功经验分析 340
- 第六节 云南省影视基地 340
 - 一、基地发展概况 340
 - 二、基地运作模式分析 340
 - 三、基地成功经验分析 341
- 第七节 镇北堡西部影视城 341
 - 一、基地发展概况 341
 - 二、基地运作模式分析 341
 - 三、基地经营策略分析 341
 - 四、基地成功经验分析 342
- 第八节 溧水石湫影视基地 342
 - 一、基地发展概况 342

二、基地运作模式分析	342
三、基地成功经验分析	343
第九节 创新影视基地——冯小刚电影公社	343
第七部分 影视制作市场前景	345
第十四章 2016-2022年中国影视制作市场前景及趋势预测	345
第一节 2016-2022年中国影视制作行业发展趋势	345
一、中国电影产业发展趋势分析	345
二、中国电视剧产业发展趋势分析	349
三、中国电影企业发展趋势分析	349
四、影视制作行业整体发展趋势	352
五、影视制作技术发展趋势分析	352
第二节 2016-2022年中国影视制作行业发展前景趋势	353
一、中国影视制作市场发展前景	353
二、中国影视基地产业化前景分析	354
三、中国影视后期制作业发展潜力	354
第三节 2016-2022年中国影视制作行业发展预测分析	355
一、中国影视文化需求预测分析	355
二、中国影视制作市场规模预测	356
（一）电影制作的市场规模预测	356
（二）电视剧制作的市场规模预测	356
（三）微电影制作的市场规模预测	357
（四）动画片制作的市场规模预测	357
第八部分 影视制作投融资	358
第十五章 中国影视制片业投融资及兼并重组研究	358
第一节 境外影视投融资经验及借鉴	358
一、美国影视投融资分析	358
二、韩国影视投融资分析	359
三、香港影视投融资分析	360
第二节 中国电影制片业投融资模式	360
一、中国电影投融资体系发展特点	360
二、中国电影制片业主要融资渠道	361
（一）政府投入	361

- (二) 预售版权 361
- (三) 银行贷款 362
- (四) 广告融资 362
- (五) 电影基金 362
- (六) 风险投资 363
- (七) PE/VC融资 363
- 三、中国电影制片投融资现状 363
- 四、中国电影融资的困境分析 364
- 五、电影制片业融资的新模式 365
 - (一) 电影期货融资 365
 - (二) 版权信托融资 366
- 六、电影制片行业投融资体制研究 367
- 七、中小成本电影投融资体制研究 370
- 八、电影投融资体系面临挑战及风险 371
- 九、电影融资创新及风险控制策略 372
 - (一) 制作保证与发行营销 372
 - (二) 版权价值评估策略 372
 - (三) 财务及预算控制 373
 - (四) 风险分散策略 373
 - (五) 成片担保策略 374
 - (六) 政策支持及行业合作 374
- 第三节 电视剧制片业投融资研究 374
 - 一、中国电视剧融资的环境 374
 - 二、中国电视剧融资的特点 375
 - 三、电视剧融资渠道和方式 375
 - 四、电视剧融资新趋势研究 376
 - (一) 电视剧股权融资的新活力 376
 - (二) 电视剧无形资产融资新势力 376
 - (三) 电视剧产业内融资的新潮流 377
 - (四) 电视剧政府投融资深度转型 377
 - 五、电视剧产业整合与融资新方向 378
 - 六、中国电视剧投融资的策略分析 379

第四节 中国影视制作兼并重组分析	380
一、中国影视制作兼并重组背景分析	380
二、中国影视制作兼并重组现状分析	380
三、中国影视制作兼并重组趋势分析	381
四、影视制作行业兼并重组障碍分析	381
五、影视制作企业兼并重组案例分析	381
第十六章 2016-2022年中国影视制作市场投资机会及风险分析	383
第一节 2016-2022年中国影视制作行业投资环境分析	383
一、中国影视文化产业投资大趋势	383
二、影视制作行业投资的有利因素	383
三、影视制作行业投资的不利因素	384
第二节 2016-2022年中国影视制作行业投资机会分析	384
一、影视制作行业的投资特性分析	384
二、中国影视制作业投资价值分析	385
三、影视制作产业链上的投资机会	385
第三节 2016-2022年中国影视制作行业投资风险分析	386
一、政策监管风险	386
二、宏观经济风险	387
三、盗版侵权风险	387
四、市场竞争风险	388
五、作品内容风险	388
第四节 2016-2022年中国影视制作行业投资策略建议	388

图表目录：

图表 1 2013-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图	21
图表 2 2013-2015年国内生产总值构成及增长速度统计	21
图表 3 2013-2015年中国工业增加值及增长速度趋势图	22
图表 4 2015年中国规模以上工业增加值月度增长速度	22
图表 5 2013-2015年中国全社会固定资产投资趋势图	23
图表 6 2013-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	24
图表 7 2013-2015年中国城镇居民人均可支配收入及增长趋势图	25
图表 8 2013-2015年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图	26
图表 9 2015年中国居民消费价格月度变化趋势图	27

- 图表 10 2013-2015年中国电影产业相关政策 29
- 图表 11 2013-2015年全球电影票房收入统计 37
- 图表 12 2013-2015年北美电影票房及增长率 39
- 图表 13 2013-2015年北美电影观影人次及增长率、平均票价 40
- 图表 14 2013-2015年法国电影观影人次变化趋势图 41
- 图表 15 2013-2015年韩国年度观影人次变化 42
- 图表 16 2013-2015年日本年度观影人次和票房变化 43
- 图表 17 2013-2015年中国电影票房收入统计 44
- 图表 18 2013-2015年中国国产故事片产量统计 45
- 图表 19 2013-2015年中国影院及银幕数量变化趋势图 45
- 图表 20 2013-2015年中国电影观影人次增长趋势 46
- 图表 21 2013-2015年中国电影海外销售收入统计 46
- 图表 22 中外电影合拍片的三种形式 48
- 图表 23 电影拍摄剧组组织结构图 49
- 图表 24 剧组工作小组主要人员 49
- 图表 25 中国电影的三级发行模式 52
- 图表 26 中国电影发行的四种主要方式 52
- 图表 27 2015年中国电影发行企业市场份额 TOP10 55
- 图表 28 2015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 55
- 图表 29 影片放映场次受发行方关系影响案例 56
- 图表 30 固定卫星传输单价的传输成本分析 60
- 图表 31 固定邮寄发行拷贝数量的传输成本分析 61
- 图表 32 利用传输市场总额反推发行电影的传输单价 62
- 图表 33 中国的两种性质院线对比 63
- 图表 34 2013-2015年全球3D数字银幕数量统计 66
- 图表 35 2013-2015年中国3D银幕数统计 71
- 图表 36 2015年中国票房收入前10名电影院线公司 73
- 图表 37 2015年影视公司跨界与互联网化分析 82
- 图表 38 电视剧产业价值传导过程 84
- 图表 39 2013-2015年中国电视剧完成剧目数量变化趋势图 84
- 图表 40 2013-2015年在线视频版权支出规模 86
- 图表 41 2013-2015年中国电视剧进出口额统计 87

- 图表 42 2013-2015年电视剧制作机构数量变化统计 87
- 图表 43 2013-2015年中国公共电视节目套数统计 88
- 图表 44 2013-2015年中国电视台数量统计 88
- 图表 45 2013-2015年广播电视广告收入变化趋势图 89
- 图表 46 2013-2015年中国电视剧播出情况统计 89
- 图表 47 2013-2015年观众人均每日收视时长 90
- 图表 48 2013-2015年各级频道市场份额对比 91
- 图表 49 电视剧成本收益曲线 103
- 图表 50 电视剧发行收入结构 104
- 图表 51 2015年度韩剧收视TOP10分析 106
- 图表 52 2015年度日剧收视TOP10分析 108
- 图表 53 中国电视剧制作机构分类 114
- 图表 54 2015年度按获得发行许可证电视剧部数、集数统计的产量分布 115
- 图表 55 韩剧受众属性分析 116
- 图表 56 美剧受众属性分析 117
- 图表 57 国产剧各类型受众属性差异 118
- 图表 58 2013-2015年制作完成的国产电视动画片生产情况统计 131
- 图表 59 2013-2015年中国电视动画片产量（时间）统计 131
- 图表 60 2013-2015年中国动画电视播出情况 132
- 图表 61 2015年全国推荐播出优秀动画片目录 132
- 图表 62 2015年全国获准发行国产电视剧题材统计 140
- 图表 63 2015年电影各类型票房、数量占比 141
- 图表 64 中国微电影-含广告主题影片题材统计 142
- 图表 65 影片收入预算明细表 192
- 图表 66 中国电影制片业新投资主体 234
- 图表 67 中国影片分账比例表 238
- 图表 68 电影项目的现金流投入与分配 239
- 图表 69 微电影三种产业链示意图 242
- 图表 70 中国电视集团影视剧列表 250
- 图表 71 华谊兄弟传媒股份有限公司影视剧列表 253
- 图表 72 2015年华谊兄弟传媒股份有限公司分产品情况表 254
- 图表 73 2015年华谊兄弟传媒股份有限公司业务结构情况 254

- 图表 74 2015年华谊兄弟传媒股份有限公司分地区情况表 255
- 图表 75 上海电影集团有限公司组织架构 256
- 图表 76 上海电影集团有限公司经典电影 257
- 图表 77 博纳影业集团旗下子公司列表 258
- 图表 78 博纳影业集团影视剧列表 259
- 图表 79 英皇电影有限公司影视剧列表 261
- 图表 80 寰亚综艺集团有限公司下属子公司 263
- 图表 81 寰亚综艺集团有限公司部分制作或融资电影 263
- 图表 82 橙天娱乐集团(国际)控股有限公司组织架构 265
- 图表 83 橙天娱乐集团(国际)控股有限公司影视剧 266
- 图表 84 西部电影集团组织架构 267
- 图表 85 寰宇国际控股有限公司组织架构 269
- 图表 86 2013-2015年寰宇国际控股有限公司主要财务指标 270
- 图表 87 银河映像控股集团影视作品 271
- 图表 88 银河映像控股集团经典影视作品类型 271
- 图表 89 中航文化股份有限公司组织架构图 272
- 图表 90 上海新文化传媒集团股份有限公司组织架构图 275
- 图表 91 上海新文化传媒集团股份有限公司经典影视作品 275
- 图表 92 2015年上海新文化传媒集团股份有限公司分行业情况表 277
- 图表 93 北京光线传媒股份有限公司组织架构图 279
- 图表 94 北京光线传媒股份有限公司主要作品统计 280
- 图表 95 2015年北京光线传媒股份有限公司分产品情况表 280
- 图表 96 2015年北京光线传媒股份有限公司业务结构情况 281
- 图表 97 北京华录百纳影视股份有限公司组织机构图 283
- 图表 98 北京华录百纳影视股份有限公司旗下公司统计 283
- 图表 99 北京华录百纳影视股份有限公司部分作品汇总 284
- 图表 100 2015年北京华录百纳影视股份有限公司分产品情况表 284
- 图表 101 2015年北京华录百纳影视股份有限公司业务结构情况 285
- 图表 102 浙江华策影视股份有限公司组织架构图 286
- 图表 103 浙江华策影视股份有限公司主要作品汇总 288
- 图表 104 2015年浙江华策影视股份有限公司经营情况 288
- 图表 105 2015年浙江华策影视股份有限公司业务结构情况 289

图表 106 海润影视制作有限公司旗下公司统计 293

图表 107 海润影视制作有限公司经典电影、电视剧统计 294

图表 108 2016-2022年国产故事片数量预测趋势图 358

图表 109 2016-2022年中国电视剧产量预测趋势图 358

图表 110 2016-2022年中国电视动画片产量（时间）预测趋势图 359

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281283.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。