



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国微电影市场分 析及投资策略研究报告

# 一、调研说明

《2017-2022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/283345.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

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。近年来各类型的微电影节和微电影征集活动如雨后春笋般涌现。

微电影作为一种互联网流行的客观现象符合行业发展趋势。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 2015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 2013-2015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 2017-2022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 2012-2015年全球经济环境分析

#### 一、2015年全球经济运行概况

#### 二、2017-2022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、2015年中国宏观经济运行概况

#### 二、2017-2022年中国宏观经济趋势预测

## 第四章 2015年中国微电影行业发展概况

### 第一节 2015年中国微电影行业发展态势分析

### 第二节 2015年中国微电影行业发展特点分析

### 第三节 2015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 2015年中国微电影行业整体运行状况

### 第一节 2015年微电影行业盈利能力分析

### 第二节 2015年微电影行业偿债能力分析

### 第三节 2015年微电影行业营运能力分析

## 第六章 2017-2022年中国微电影行业进出口市场分析

### 第一节 2012-2015年微电影行业进出口特点分析

### 第二节 2012-2015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 2017-2022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 2017-2022年微电影行业投资价值及行业发展预测

### 第一节 2017-2022年微电影行业成长性分析

### 第二节 2017-2022年微电影行业经营能力分析

### 第三节 2017-2022年微电影行业盈利能力分析

### 第四节 2017-2022年微电影行业偿债能力分析

## 第八章 2011-2015年中国微电影产业行业重点区域运行分析

### 第一节 2011-2015年华东地区微电影产业行业运行情况

### 第二节 2011-2015年华南地区微电影产业行业运行情况

### 第三节 2011-2015年华中地区微电影产业行业运行情况

### 第四节 2011-2015年华北地区微电影产业行业运行情况

### 第五节 2011-2015年西部地区微电影产业行业运行情况

### 第六节 2011-2015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 2015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 2017-2022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 2013-2015年中国微电影行业投资环境分析

第二节 2013-2015年中国微电影行业投资收益分析

第三节 2013-2015年中国微电影行业产品投资方向

第四节 2017-2022年中国微电影行业投资收益预测

一、2017-2022年中国微电影行业工业总产值预测

二、2017-2022年中国微电影行业行业销售收入预测

三、2017-2022年中国微电影行业利润总额预测

四、2017-2022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 2017-2022年微电影行业发展策略

### 第三节 2017-2022年全国市场规模及增长趋势

### 第四节 2017-2022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：2012-2015年世界微电影产能

图表：世界微电影生产分布

图表：2011-2015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：2012-2015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年二季度国民经济初步核算

图表：2015年规模以上工业增加值同比增速

图表：2015年制造业PMI指数

图表：2015年非制造业商务活动指数

图表：2015年全国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2015年全国固定资产投资（不含农户）到位资金同比增速

图表：2015年民间固定资产投资和全国固定资产投资增速

图表：2015年全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2015年全国商品房销售面积及销售额增速

图表：2015年全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表：2015年社会消费品零售总额月度增长变化

图表：2015年全国居民消费价格涨跌幅

图表：2015年猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况

图表：2015年鲜菜、鲜果价格变动情况

图表：2015年居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2012-2015年国内生产总值及增长速度

图表：2015年居民消费价格比2013年涨跌幅度

图表：2012-2015年社会消费品零售总额

图表：2015年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比

图表：2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2013-2015Q3全国规模以上工业增加值及增长速度

图表：2015年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2012-2015年社会固定资产投资

图表：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2015年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2012-2015年全国一般公共预算收入

图表：2012-2015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：2012-2015年中国对外贸易进出口总额

图表：2015年货物进出口总额及其增长速度

图表：2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2011-2015年微电影行业资产利润率

图表：2011-2015年微电影行业营业利润率

图表：2011-2015年微电影行业资产负债率

图表：2011-2015年微电影行业总资产增长率

图表：2011-2015年微电影行业净利润增长率

图表：2011-2015年微电影行业进口量

图表：2011-2015年微电影出口量

图表：2017-2022年微电影行业进口量预测

图表：2017-2022年微电影行业出口量预测

图表：2017-2022年微电影行业资产周转率预测

图表：2017-2022年微电影行业资产增长率预测

图表：2017-2022年微电影行业净利润增长率预测

图表：2017-2022年微电影行业资产利润率预测

图表：2017-2022年微电影行业营业利润率预测

图表：2017-2022年微电影行业资产负债率

图表：2011-2015年华东地区微电影市场规模

图表：2011-2015年华南地区微电影市场规模

图表：2011-2015年华中地区微电影市场规模

图表：2011-2015年华北地区微电影市场规模

图表：2011-2015年西部地区微电影市场规模

图表：2011-2015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

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283345.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](http://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。