

2011年-2015年中国电影市 场“十二五”规划发展指导报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011年-2015年中国电影市场“十二五”规划发展指导报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/chuanmei1011/L216189Y82.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2010-11-09

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011年-2015年中国电影市场“十二五”规划发展指导报告》共十四章。首先介绍了中国电影市场相关概述，接着分析了中国电影市场全球市场发展状况，然后对中国电影市场运行环境及运行现状进行了重点分析，最后分析了中国电影市场的发展趋势及投资前景，并提出相应投资策略。您若想对中国电影市场有个系统的了解，透视行业发展现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划，寻求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展打下坚实的基础，本报告是您不可或缺的重要工具。

近几年我国电影市场发展速度较快，受益于电影市场生产技术不断提高以及下游需求市场不断扩大，电影市场在国内和国际市场上发展形势都十分看好。2008年共有44部影片出口到61个国家和地区，海外票房收入总计超过25亿元人民币，同比增长25%。其中《功夫之王》取得6.7亿元、《赤壁》1.936亿元、《长江7号》1.497亿元。研究制订了《广播影视服务贸易中长期发展规划》，积极协调商务部，对36家重点企业和39个重点项目从信用保险、资金奖励等方面予以支持。继续牵头组织国内影视机构联合参加戛纳国际影视节展，重点加强海外营销和宣传推广力度。2008年各影视机构仅通过参加国际影视节展，出口额已经达到近千万美元。

第一章 电影市场相关概述

第一节 电影市场定义及相关概述

第二节 电影市场发展历程与特征

一、行业发展历程

二、行业发展特征

第三节 电影市场生命周期分析

第二章 “十一五”期间电影市场全球发展状况分析

第一节 2009-2010年世界电影产业发展概况

一、金融风暴下全球电影业的发展态势

二、2009年全球电影业欲以3D影片应对金融危机

三、世界电影的国际化合作现状

第二节 2009-2010年世界电影产业市场运行动态分析

- 一、温情片、喜剧片风靡全球电影市场
- 二、盗版问题正成为全球电影业的共同威胁
- 三、全球电影票房分析

第三节 2010-2015年世界电影行业发展的新趋势分析

第三章 “十一五”期间中国电影市场发展环境分析

第一节 国内宏观经济情况分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国电影市场政策环境分析

- 一、2009年利好政策支持电影产业企业发展
- 二、中国电影投融资的政策引导
- 三、政府对于电影产业的公共产品属性管理政策分析
- 四、国家需要关注的电影产业发展激励政策

第四章 “十一五”期间中国电影产业运行形势分析

第一节 改革开放30年中国电影产业发展综述

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

第二节 2009-2010年中国电影行业发展影响因素分析

- 一、中国电影产业的投融资格局分析
- 二、中国电影产业的制作环节分析
- 三、中国电影产业的电影发行与市场开拓分析
- 四、中国电影产业的人才培养和市场研发措施分析

第三节 2009-2010年中国电影产业的发展现状分析

- 一、中国电影产业发展呈现的新特征
- 二、中国电影市场开始凸显内容力量
- 三、中国电影院线的发展现状概述

四、中国电影产业开辟筹融资新渠道

第四节 2009-2010年中国电影“二级市场”发展浅析

一、“二级市场”释义

二、“二级市场”的存在价值

三、“二级市场”在电影整体市场中所处的位置

四、“二级市场”的现状调研

第五章 2009-2010年中国电影行业营运格局分析

第一节 2009-2010年中国电影产业运行动态分析

一、中国电影产业发展特点分析

二、中国电影市场结构日趋合理

三、电影龙头企业竞相打造符合自身发展的经营之道

四、2009年贺岁档中国电影市场分析

第二节 2009-2010年中国电影业改革发展综述

一、推进转企改制及重塑市场主体

二、深化院线改革及搞活市场流通

三、调整行政职能及理顺管理体制

四、加快电影科技发展及创新公益放映机制

第三节 2009-2010年中国电影技术发展与应用现状

一、胶片影片摄制、洗印加工技术质量稳步提高

二、电影技术标准体系进一步完善

三、电影科研成果增加创新水平稳步提高

四、数字电影技术应用发展取得可喜成果

五、国家数字电影服务监管平台开始发挥枢纽作用

六、民族电影设备工业逐渐成长及相关领域发展良好

第六章 2009-2010年中国电影产业链运行态势分析

第一节 2009-2010年中国电影制片状况分析

一、国产电影制片及票房状况

二、中国电影制片机构特点

三、国有电影制片企业继续发挥龙头作用

四、中国电影制片产品类型特点

第二节 2009-2010年中国电影发行状况分析

一、中国电影发行企业格局

二、中国电影发行特点

第三节 2009-2010年中国电影院线与放映状况分析

一、中国电影院线与放映概述

二、中国电影院线格局

三、中国主流电影院线发展分析

第七章 2009-2010年中国国产电影产业发展形势分析

第一节 2009-2010年中国国产电影发展现状综述

一、中国国产电影发展近年成就突出

二、金融危机下国产电影取得优秀业绩

三、国产动画电影异军突起获得成功

四、由贺岁片透析当代国产电影的生态环境

第二节 2009-2010年中国国产电影市场新动态分析

一、中国电影票房国产片占主导

二、国产电影类型化渐入佳境

三、国产影片海外市场继续拓展

四、国产大片回归理性中小电影找到自信

第三节 2009-2010年国产电影发展存在的问题分析

一、缺乏创意和资金不足制约国产电影发展

二、国产影片产品后续开发存在不足

三、国产儿童电影市场呈现失调状态

四、国产电影应对金融危机的措施

第八章 2009-2010年中国电影产业市场营销分析

第一节 影响电影市场票房的因素分析

第二节 2009-2010年中国电影营销现状分析

一、中国电影营销模式现状分析

二、2008年中国电影市场营销状况

三、2009-2010年中国贺岁片营销状况分析

四、中国电影仍缺乏有创意的营销

第三节 2009-2010年国产电影全方位整合营销策略分析

一、国产影片制作要符合电影市场发展要求

二、提高观众人次作为提高票房的有效途径

三、积极发挥票价的经济杠杆作用

四、充分利用档期的集聚效应

五、重视观众的口碑作用

第四节 2009-2010年中国电影海外营销的多渠道分析

一、通过国际电影节等既有平台拓展中国电影知名度

二、与国外官方或非官方机构合作实现商业销售

三、多层面开展日常销售工作

四、实施请进来战略

第九章 2009-2010年中国电影产业发展战略研究

第一节 2009-2010年中国电影业发展存在的问题

一、国产电影数量增长与质量欠缺并存

二、中国电影业仍面临电影生产和影院建设考验

三、中国电影市场化遭遇瓶颈

四、中国电影和国际上相比存在差距

第二节 2009-2010年中国电影产业发展战略研究理论概述

一、发展战略的基本涵义

二、中国电影产业发展战略的特点和研究意义

三、有关发展战略的主要理论观点

四、中国电影产业发展战略研究的分析框架

五、中国电影产业发展战略研究的总体内容构成

第三节 2009-2010年中国电影产业发展的具体战略分析

一、中国电影产业发展的战略方针分析

二、中国电影产业发展的战略重点分析

三、中国电影产业发展的战略目标

四、中国电影产业的未来战略方向

第四节 2009-2010年中国电影产品在国际贸易市场中的适应性策略分析

一、电影需要“走出去”才能更有效对外传播国家形象

二、中国电影产品出口现状分析

三、国际电影贸易的特殊性

四、中国电影产品出口的市场适应性策略

第五节 2009-2010年中国电影海外销售策略分析

一、近年中国电影海外销售状况

二、政策策略

三、人才策略

四、文化资源策略

第十章 2009-2010年中国电影产业市场竞争格局分析

第一节 2009-2010年电影产业竞争力现状分析

一、我国电影产业近年来的票房收入状况

二、以票房收入为例分析我国电影产业的竞争力

三、中国电影产业集中度分析

第二节 2009-2010年提升中国电影产业竞争力措施分析

一、积极培育和发展一个成熟的电影市场

二、高度重视消费主体和消费客体的作用

三、不断加快电影产业相关产业链的发展

四、不断改革电影发行和放映市场

五、不断加强国内市场与国际市场的联系

第三节 2009-2010年电影产业国际竞争力的影响因素分析

第十一章 2009-2010年中国电影重点上市企业竞争力分析

第一节 中视传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第三节 湖南电广传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第四节 陕西广电网络传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第五节 华闻传媒投资集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第十二章 2009-2010年中国电影产业衍生产品市场分析

第一节 2009-2010年中国电影衍生产品市场的开发现状

一、中国电影衍生产品市场方兴未艾

二、中国电影衍生产品开发是大势所趋

三、中国电影衍生品市场发展模式尚在摸索

四、中国电影衍生产品市场开发不足

五、中国电影衍生品市场受多种因素制约

第二节 2009-2010年中国电影衍生产品的消费心理分析

一、宣告身份及展现文化认同的方式

二、角色扮演的行为需要

三、心理投射与消费满足的过程

四、电影衍生产品与符号消费

第三节 2009-2010年中国电影衍生产品的形象构建分析

一、电影衍生产品的形象构成

二、电影衍生产品的目标群体和定位

三、电影衍生产品的原型和主题分析

第四节 2009-2010年游戏电影给电影产业带来新的挑战 and 机遇

一、游戏视频的现状

二、游戏视频的发展方向

三、游戏电影给电影产业带来机遇及挑战

四、游戏电影的商业化道路

第十三章 2010-2015年中国电影产业投资可行性分析

第一节 2010-2015年中国电影产业投融资现状分析

第二节 2010-2015年中国电影产业的盈利模式分析

一、商业影片盈利模式分析

二、主旋律影片盈利模式分析

三、电视电影盈利模式分析

四、电影网络发行盈利模式探析

第三节 2010-2015年中国电影产业的投资机会分析

一、电影制片业的投资机会分析

二、电影发行业务的投资机会分析

三、电影放映业的投资机会分析

四、数字电影、数字影院的投资机会分析

第四节 专家投资建议

第十四章 2010-2015年中国电影产业发展前景预测分析

第一节 2010-2015年中国电影产业前景展望

一、中国电影票房预测分析

二、中国电影院线发展趋势的瞻望

三、中国电影业或将借数字3D电影开拓赢利新空间

四、现代科技发展背景下的电影产业发展前景

五、中国影院放映信息化前景分析

第二节 2010-2015年金融危机下中国电影产业的发展趋势前瞻

- 一、中国电影产业可能面临的冲击
- 二、中国电影业将保持长时间增长
- 三、电影产业应对金融危机的宏观策略建议
- 四、电影产业经营实体应对金融危机的运营策略

第三节 2010-2015年中国电影产业市场盈利预测分析

图表目录（部分）：

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年年末国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1011/L216189Y82.html>