

2015-2020年中国微电影市场深度调研与投资前景研究报告

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

《2015-2020年中国微电影市场深度调研与投资前景研究报告》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/chuanmei1501/P74380OY4T.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-01-15

【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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国微电影市场深度调研与投资前景研究报告》共二十章。介绍了微电影行业相关概述、中国微电影产业运行环境、分析了中国微电影行业的现状、中国微电影行业竞争格局、对中国微电影行业做了重点企业经营状况分析及中国微电影产业发展前景与投资预测。您若想对微电影产业有个系统的了解或者想投资微电影行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一部分行业发展现状

第一章微电影行业发展概述 1

第一节行业相关概念 1

一、微电影产业定义 1

二、微电影产业产品范围 1

三、微电影产业的外延及其所隶属的大行业 5

第二节微电影产业产品与服务 8

一、微电影产业主要业态 8

二、微电影产业组织形式 10

三、微电影产品种类与生产数量 11

第三节微电影产业投资特性分析 13

一、微电影产业赢利性 13

二、微电影产业成长性 14

三、微电影产业风险性 14

四、微电影业进入壁垒 15

第四节微电影业现行管理体制分析 16

一、现行管理体制制约微电影业的发展 16

二、电影协会在市场管理中的作用 17

三、对微电影行业行政管理体制改革的建议 17

第二章全球微电影市场发展分析 22

第一节 2013年全球微电影市场分析 22

一、2013年全球微电影市场回顾 22

二、2013年全球微电影市场环境 22

三、2013年全球微电影格局分析	23
四、2013年全球微电影行业发展分析	24
第二节 2014年全球微电影市场分析	25
一、2014年全球微电影需求分析	25
二、2014年全球微电影行业发展分析	25
三、2014年全球微电影市场环境	26
四、2014年中外微电影市场对比	27
第三节 主要国家地区微电影市场分析	28
一、2013-2014年美国微电影市场分析	28
二、2013-2014年欧洲微电影市场分析	29
三、2013-2014年日本微电影市场分析	29
四、2013-2014年韩国微电影市场分析	30

第三章我国微电影行业发展现状 32

第一节 微电影市场的发展情况 32

一、微电影市场的发展现状	32
二、我国微电影业产业体系情况	33
三、中国微电影行业面临的困难局面	34
四、关于微电影行业产业链的分析	36
五、2014年微电影市场新情况	38
六、2013年转型中的微电影产业市场发展情况	41
七、微电影市场外的利润增长点分析	42

第二节 2012-2014年微电影业发展情况分析 43

一、2012年微电影行业发展情况分析	43
二、2013年微电影行业发展情况分析	45
三、2014年微电影行业发展特点分析	48
四、2014年微电影行业发展趋势	49

第三节 微电影的供需分析 50

一、微电影市场的需求情况	50
二、微电影产品需求影响因素	52
三、微电影产品供给的要素	53
四、我国微电影产品供给情况	54

第四节中国微电影的问题和危机 54

一、当前微电影市场面临的主要问题 54

二、微电影出版社面临的结构性困局 55

三、微电影产业的发展的危机 57

第五节中国微电影产业发展的机遇和建议 59

一、我国微电影产业的机遇 59

二、我国微电影行业发展的建议 60

第四章我国微电影市场发展研究 63

第一节 2013年我国微电影市场发展研究 63

一、2013年1季度我国微电影市场研究 63

二、2013年2季度我国微电影市场研究 64

三、2013年3季度我国微电影市场研究 64

四、2013年4季度我国微电影市场研究 65

第二节 2014年我国微电影市场情况 65

一、2014年1季度我国微电影市场研究 65

二、2014年2季度我国微电影市场研究 65

第三节 2014年我国微电影市场结构分析 66

一、2014年我国微电影市场结构现状 66

二、2014年我国微电影市场结构分析 68

三、2014年我国微电影市场结构发展 69

第五章我国微电影市场调查分析 72

第一节 2013年我国微电影市场调查分析 72

一、主要观点 72

二、市场结构分析 72

三、价格走势分析 73

四、经营商分析 76

第二节 2014年我国微电影市场调查分析 77

一、主要观点 77

二、市场结构分析 79

三、价格走势分析 81

四、经营商分析 82

第六章微电影行业经济运行分析 84

第一节 2013-2014年电影产量分析 84

一、2013年电影产量分析 84

二、2014年上半年电影产量分析 85

第二节 2013-2014年微电影行业主要经济指标分析 86

一、销售收入前十家企业分析 86

二、2013-2014年微电影行业主要经济指标分析 86

第三节 2013-2014年我国微电影行业绩效分析 87

一、2013-2014年行业规模情况 87

二、2013-2014年行业盈利能力 88

三、2013-2014年行业经营发展能力 89

四、2013-2014年行业偿债能力分析 89

第七章我国电影行业进出口分析 90

第一节我国电影进口分析 90

一、2013年进口总量分析 90

二、2013年进口区域分析 90

第二节我国电影出口分析 91

一、2013年出口总量分析 91

二、2013年出口区域分析 91

第三节我国电影进出口预测 92

一、2015-2020年电影进口预测 92

二、2015-2020年电影出口预测 92

第八章中国微电影产业消费者行为调研 93

第一节消费者题材偏好调研 93

一、不同性别微电影题材偏好调研 93

二、不同年龄微电影题材偏好调研 93

1、20岁以下微电影题材偏好调研 93

2、20-40岁微电影题材偏好调研 93

3、40岁以上微电影题材偏好调研 93

第二节消费者行为习惯调研 94

一、不同性别观众结构调研 94

1、男性观众结构调研 94

2、女性观众结构调研 94

二、不同年龄观众结构调研 95

1、观众结构调研总体情况 95

2、15-24岁观众结构调研 95

3、25-39岁观众结构调研 95

4、40-50岁观众结构调研 95

三、观众消费频次调研 96

1、不同性别观众消费频次调研 96

2、不同年龄观众消费频次调研 96

3、不同职业观众消费频次调研 97

4、不同学历观众消费频次调研 97

四、观众消费时间选择调研 98

1、节假日与非节假日选择调研 98

2、一周时间内消费时间选择调研 98

3、一天时间内消费时间选择调研 99

4、去影院看电影的时机调研 99

5、随行人和人数调研 100

五、观众影院选择考虑因素调研 101

六、观众选择微电影因由调研 101

七、观众观看微电影的途径调研 102

八、观众片源产地喜好调研 103

1、观众片源产地喜好调研总体情况 103

2、不同年龄观众片源产地喜好调研 103

第九章中国微电影相关产业发展分析 104

第一节微电影相关产业发展分析 104

一、微电影相关产品重要性分析 104

二、微电影相关产业发展分析 105

- 1、微电影基地分析 105
- 2、微电影衍生产品分析 106
- 3、微电影网络发行分析 110
- 第二节微电影相关产业存在问题及策略分析 111
 - 一、微电影相关产业存在问题分析 111
 - 1、微电影相关产业整体规模较小 111
 - 2、微电影本体不能带动相关产业发展 112
 - 3、对微电影相关产业定位不当 112
 - 二、微电影相关产业发展策略分析 112
- 第三节微电影相关产业案例分析 114
 - 一、品牌植入案例分析 114
 - 二、相关产品整合营销案例分析 115

第十章中国新媒体对微电影产业的影响分析 118

- 第一节中国新媒体发展分析 118
 - 一、新媒体定义 118
 - 二、新媒体特点分析 118
 - 三、新媒体发展分析 118
 - 1、手机发展分析 118
 - (1) 移动通信的发展 118
 - (2) 移动增值业务的发展 119
 - 2、IPTV发展分析 122
 - 3、数字电视发展分析 125
 - 4、移动电视发展分析 130
 - 四、新媒体在产业中的应用 130
- 第二节中国新媒体的发展对微电影产业的影响 133
 - 一、新媒体给微电影产业带来的机遇 133
 - 1、有助于杜绝盗版门槛 133
 - 2、降低了电影的播放门槛 133
 - 3、引领中国电影产业新发展 133
 - 4、微电影发行的重要渠道 134
 - 二、新媒体给微电影产业带来的挑战 134

- 1、盈利模式尚在摸索 134
- 2、扰乱新媒体的电影市场 135
- 3、电影盗版的规制难度增加 136
- 4、对产业的运营管理提出挑战 136

第十一章微电影区域市场情况分析 138

第一节华北地区 138

- 一、2013-2014年行业发展现状分析 138
- 二、2013-2014年市场需求情况分析 139
- 三、2013-2014年市场规模情况分析 139
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析 140
- 五、2015-2020年行业发展趋势分析 141

第二节东北地区 143

- 一、2013-2014年行业发展现状分析 143
- 二、2013-2014年市场需求情况分析 144
- 三、2013-2014年市场规模情况分析 145
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析 145
- 五、2015-2020年行业发展趋势分析 146

第三节华东地区 148

- 一、2013-2014年行业发展现状分析 148
- 二、2013-2014年市场需求情况分析 148
- 三、2013-2014年市场规模情况分析 149
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析 153
- 五、2015-2020年行业发展趋势分析 154

第四节华南地区 155

- 一、2013-2014年行业发展现状分析 155
- 二、2013-2014年市场需求情况分析 157
- 三、2013-2014年市场规模情况分析 158
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析 158
- 五、2015-2020年行业发展趋势分析 160

第五节中南地区 161

- 一、2013-2014年行业发展现状分析 161

二、2013-2014年市场需求情况分析 162
三、2013-2014年市场规模情况分析 163
四、2013-2014年行业竞争格局分析 164
五、2015-2020年行业发展趋势分析 165
第六节西南地区 165

一、2013-2014年行业发展现状分析 165
二、2013-2014年市场需求情况分析 166
三、2013-2014年市场规模情况分析 167
四、2013-2014年行业竞争格局分析 168
五、2015-2020年行业发展趋势分析 169

第七节西北地区 170

一、2013-2014年行业发展现状分析 170
二、2013-2014年市场需求情况分析 171
三、2013-2014年市场规模情况分析 172
四、2013-2014年行业竞争格局分析 172
五、2014-2014年行业发展趋势分析 173

第二部分行业竞争格局

第十二章微电影行业竞争格局分析 176

第一节行业竞争结构分析 176

一、现有企业间竞争 176
二、潜在进入者分析 180
三、替代品威胁分析 181
四、供应商议价能力 181
五、客户议价能力 182

第二节行业集中度分析 183

一、市场集中度分析 183
二、企业集中度分析 184
三、区域集中度分析 184

第三节中国微电影行业竞争格局综述 185

一、2013年微电影行业集中度 185
二、2013年微电影行业竞争程度 185

- 三、2013年微电影企业与品牌数量 188
- 四、2013年微电影行业竞争格局分析 189
- 第四节 2013-2014年微电影行业竞争格局分析 190
 - 一、2013-2014年国内外微电影竞争分析 190
 - 二、2013-2014年我国微电影市场竞争分析 191
 - 三、2013-2014年国内主要微电影企业动向 191

第十三章微电影单位竞争策略分析 192

第一节微电影市场竞争策略分析 192

- 一、2014年微电影市场增长潜力分析 192
- 二、2014年微电影主要潜力产品分析 192
- 三、现有微电影产品竞争策略分析 193
- 四、潜力微电影品种竞争策略选择 195

第二节微电影企业竞争策略分析 195

- 一、2013-2014年微电影竞争格局展望 195
- 二、2013-2014年微电影竞争策略分析 199

第十四章中国重点微电影企业 202

第一节中国电影集团公司 202

- 一、公司概况 202
- 二、企业优势 202
- 三、企业经营和财务状况 203
- 四、企业发展战略 203

第二节华谊兄弟传媒股份有限公司 204

- 一、公司概况 204
- 二、企业优势 204
- 三、企业经营和财务状况 204
- 四、企业发展战略 207

第三节上海电影（集团）有限公司 208

- 一、公司概况 208
- 二、企业优势 208
- 三、企业经营和财务状况 209

四、企业发展战略 209

第四节浙江华策电影股份有限公司 210

一、公司概况 210

二、企业优势 210

三、企业经营和财务状况 210

四、企业发展战略 210

第五节西部电影集团 211

一、公司概况 211

二、企业优势 211

三、企业经营和财务状况 211

四、企业发展战略 212

第六节橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司 212

一、公司概况 212

二、企业优势 212

三、企业经营和财务状况 213

四、企业发展战略 214

第七节湖南电广传媒股份有限公司 214

一、公司概况 214

二、企业优势 214

三、企业经营和财务状况 215

四、企业发展战略 215

第八节北京光线传媒股份有限公司 216

一、公司概况 216

二、企业优势 216

三、企业经营和财务状况 217

四、企业发展战略 219

第九节中视传媒股份有限公司 220

一、公司概况 220

二、企业优势 220

三、企业经营和财务状况 220

四、企业发展战略 221

第十节博纳影业集团 222

- 一、公司概况 222
- 二、企业优势 222
- 三、企业经营和财务状况 222
- 四、企业发展战略 222

第三部分行业前景预测

第十五章微电影行业发展趋势分析 224

第一节我国微电影行业前景与机遇分析 224

- 一、我国微电影行业发展前景 224
- 二、我国微电影发展机遇分析 225
- 三、2014年微电影的发展机遇分析 227

第二节 2013-2014年中国微电影市场趋势分析 228

- 一、2013-2014年微电影市场趋势总结 228
- 二、2013-2014年微电影发展趋势分析 231
- 三、2013-2014年微电影市场发展空间 233
- 四、2013-2014年微电影产业政策趋向 238
- 五、2013-2014年微电影技术革新趋势 241
- 六、2013-2014年微电影价格走势分析 245

第十六章未来微电影行业发展预测 246

第一节未来微电影需求与消费预测 246

- 一、2015-2020年微电影消费预测 246
- 二、2015-2020年微电影市场规模预测 246
- 三、2015-2020年微电影行业总产值预测 247
- 四、2015-2020年微电影行业销售收入预测 247

第二节 2015-2020年中国微电影行业供需预测 248

- 一、2015-2020年中国微电影供给预测 248
- 二、2015-2020年中国微电影需求预测 248
- 三、2015-2020年中国微电影供需平衡预测 249

第四部分投资战略研究

第十七章微电影行业投资现状分析 250

第一节 2013年微电影行业投资情况分析 250

一、2013年总体投资及结构 250

二、2013年投资规模情况 252

三、2013年投资增速情况 252

四、2013年分行业投资分析 253

五、2013年分地区投资分析 254

六、2013年外商投资情况 255

第二节 2014年微电影行业投资情况分析 256

一、2014年总体投资及结构 256

二、2014年投资规模情况 257

三、2014年投资增速情况 257

四、2014年分行业投资分析 259

五、2014年分地区投资分析 259

六、2014年外商投资情况 260

第十八章 微电影行业投资环境分析 261

第一节 经济发展环境分析 261

一、2013-2014年我国宏观经济运行情况 261

二、2013-2014年我国宏观经济形势分析 284

三、2013-2014年投资趋势及其影响预测 289

第二节 政策法规环境分析 291

一、2014年微电影行业政策环境分析 291

二、2014年国内宏观政策对其影响 293

三、2014年行业产业政策对其影响 294

第三节 技术发展环境分析 295

一、国内电影技术现状 295

二、2014年电影技术发展分析 300

三、2013-2014年电影技术发展趋势分析 302

第四节 社会发展环境分析 304

一、国内社会环境发展现状 304

二、2014年社会环境发展分析 309

三、2013-2014年社会环境对行业的影响分析 318

第十九章微电影行业投资机会与风险 321

第一节行业活力系数比较及分析 321

一、2014年相关产业活力系数比较 321

二、2012-2013行业活力系数分析 321

第二节行业投资收益率比较及分析 322

一、2013年相关产业投资收益率比较 322

二、2012-2013行业投资收益率分析 322

第三节微电影行业投资效益分析 323

一、2013-2014年微电影行业投资背景分析 323

二、2013-2014年微电影行业投资效益分析 325

三、2013-2014年微电影行业投资趋势预测 326

四、2013-2014年微电影行业的投资方向 327

五、投资建议 327

六、新进入者应注意的障碍因素分析 328

第四节影响微电影行业发展的主要因素 329

一、2013-2014年影响微电影行业运行的有利因素分析 329

二、2013-2014年影响微电影行业运行的稳定因素分析 330

三、2013-2014年影响微电影行业运行的不利因素分析 332

四、2013-2014年我国微电影行业发展面临的挑战分析 333

五、2013-2014年我国微电影行业发展面临的机遇分析 334

第五节微电影行业投资风险及控制策略分析 335

一、2013-2014年微电影行业市场风险及控制策略 335

二、2013-2014年微电影行业政策风险及控制策略 335

三、2013-2014年微电影行业经营风险及控制策略 337

四、2013-2014年微电影行业技术风险及控制策略 337

五、2013-2014年微电影行业同业竞争风险及控制策略 338

六、2013-2014年微电影行业其他风险及控制策略 338

第二十章 博思数据关于微电影行业投资战略研究 340

第一节微电影行业发展战略研究 340

一、战略综合规划 340

二、技术开发战略	341
三、业务组合战略	342
四、区域战略规划	344
五、产业战略规划	344
六、营销品牌战略	345
七、竞争战略规划	346
第二节对我国微电影品牌的战略思考	347
一、企业品牌的重要性	347
二、微电影实施品牌战略的意义	348
三、微电影企业品牌规划分析	349
四、我国微电影企业的品牌战略	353
五、微电影品牌战略管理的策略	353
第三节微电影企业经营管理策略	354
一、成本控制策略	354
二、定价策略	356
三、竞争策略	359
四、融资渠道策略	360
五、营销策略	362
六、人力资源	363
七、财务管理	365
八、国际化策略	367
第四节我国微电影业发展的对策	368
一、中国微电影走出去的问题与对策	368
二、微电影出版社产业化发展意识定位分析	369
三、微电影市场“打建并举”	374
四、科技助力微电影数字化	375
五、强强联合专职管理	377
六、风险应降低政策待倾斜	378
七、参与体制改革进军网络领域	379
八、保护知识产权	379
九、多元化战略拓展生存空间	380
十、大力开发原创产品	381

第五节微电影行业投资战略研究 382

一、2014年文化产业投资战略 382

二、2014年微电影行业投资战略 382

三、2013-2014年微电影行业投资战略 385

四、2013-2014年细分行业投资战略 388

图表目录

图表：2013-2014年中国微电影剧情片生产数量 11

图表：2013-2014年中国微电影纪录片生产数量 11

图表：2013-2014年中国MV式微电影生产数量 12

图表：2013-2014年中国微电影默片类型生产数量 12

图表：2013-2014年中国微电影广告片生产数量 13

图表：2013年中国影片数量 84

图表：2012-2013你那中国微电影数量 85

图表：2013-2014年上半年中国故事影片产量 85

图表：2013-2014年上半年中国微电影行业资产合计 86

图表：2013-2014年上半年中国微电影行业市场规模 87

图表：2013-2014年中国电影票房规模 87

图表：2013-2014年中国电影票房分布情况 88

图表：2013-2014年微电影行业平均利润率 88

图表：2013-2014年微电影行业平均总资产增长率 89

图表：2013-2014年微电影行业平均资产负债比率 89

图表：2013年中国电影进口地区结构 90

图表：2013-2014年中国电影海外票房销售金额 91

图表：2013年中国电影出口地区结构 91

图表：2015-2020年中国进口电影票房金额预测 92

图表：2015-2020年中国出口电影票房金额预测 92

图表：中国微电影男性观众年龄占比 94

图表：中国微电影女性观众年龄占比 94

图表：中国微电影观众年龄占比 95

图表：中国微电影不同性别观众每月消费频次 96

图表：中国微电影不同年龄段观众每月消费频次 96

图表：中国微电影不同职业观众每月消费频次 97

图表：中国微电影不同学历观众每月消费频次 97

图表：中国微电影观众节假日与非节假日观看占比 98

图表：中国微电影观众一周内观看时间占比 98

图表：中国微电影观众一天内观看时间占比 99

图表：中国微电影观众去影院观看时间占比 99

图表：中国微电影观众随行人选择占比 100

图表：中国微电影观众随行人人数占比 100

图表：中国微电影观看途径 102

图表：2013年华北地区记录媒介复制企业单位数 138

图表：2013年北京市记录媒介复制工业销售产值情况 139

图表：2013年天津市记录媒介复制工业销售产值情况 139

图表：2013年河北省记录媒介复制工业销售产值情况 139

图表：2013年吉林省记录媒介复制工业销售产值情况 145

图表：2013年东北地区记录媒介复制企业单位数 148

图表：2013年上海市记录媒介复制工业销售产值情况 152

图表：2013年江苏省记录媒介复制工业销售产值情况 152

图表：2013年浙江省记录媒介复制工业销售产值情况 152

图表：2013年广东省记录媒介复制工业销售产值情况 158

图表：2013年广西省记录媒介复制工业销售产值情况 158

图表：2013年中南地区记录媒介复制企业单位数 161

图表：2013年湖北省记录媒介复制工业销售产值情况 163

图表：2013年湖南省记录媒介复制工业销售产值情况 164

图表：2013年华南地区记录媒介复制企业单位数 166

图表：2013年重庆市记录媒介复制工业销售产值情况 168

图表：2013年四川省记录媒介复制工业销售产值情况 168

图表：2009-2012年中国电影、电视剧、艺人经纪均衡发展 176

图表：华录百纳公司是国内领先的影视剧制作公司 177

图表：2009-2011年电视剧是华录百纳公司主要收入来源 178

图表：2009-2011年华录百纳营业利润主要源自电视剧业务 178

图表：华录百纳公司立足于精品剧定位 179

图表：华策影视公司主要从事电视剧业务图 180

图表：华策影视引进剧占比 180

图表：2013年我国部分省市记录媒介复制业企业单位数占比情况 184

图表：2013-2014年电影院数量增长情况 189

图表：2015-2020年微电影消费预测 246

图表：2015-2020年微电影市场容量预测 246

图表：2015-2020年微电影行业总产值预测 247

图表：2015-2020年微电影行业收入预测 247

图表：2015-2020年微电影供给预测 248

图表：2015-2020年微电影供给预测 248

图表：2015-2020年微电影供需情况预测 249

图表：2013年我国国内生产总值情况 261

图表：2013-2014年国内生产总值及增长速度 262

图表：2013年新建商品房情况 262

图表：2013年城镇就业情况 263

图表：2013-2014年城镇新增就业人数 263

图表：2013-2014年国家外汇储备及增长速度 264

图表：2013-2014年公共财政收入及增长速度 264

图表：2014年上半年国内生产总值情况 265

图表：2014年上半年社会消费品零售总额 265

图表：2014年上半年社会消费品零售总额（按经营单位分） 266

图表：2014年上半年社会消费品零售总额（按经营单位分） 266

图表：2013年全国消费价格涨幅 268

图表：2013年居民消费价格涨幅 268

图表：2013-2014年全国消费价格涨幅 269

图表：猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 270

图表：蔬果价格变动情况 270

图表：2014年6月消费价格分类别同比涨幅 271

图表：2014年6月消费价格分类别环比涨幅 272

图表：2014年6月份居民消费数据 272

图表：2013-2014年工业生产者出厂价格涨幅 274

图表：2013-2014年工业生产者购进价格涨幅 275

图表：2013-2014年工业生产资料出厂价格涨幅 275

图表：2013-2014年工业生产资料购进价格涨幅 276

图表：2013-2014年全部工业增加值及增长速度 278

图表：2013-2014年建筑增加值及增长速度 279

图表：2013年固定资产投资情况 280

图表：2013-2014年全社会固定资产投资及增长速度 280

图表：2013年固定资产投资新增主要生产力 281

图表：2013年房地产投资情况 281

图表：2014年上半年固定资产投资情况 282

图表：2014年上半年固定资产投资情况（分产业） 282

图表：2014年上半年第二产业投资情况 283

图表：2014年3月电影行业分时段情况 321

图表：2013年电影产业股票跳动情况 321

图表：2013年电影产业每股平均收益情况 322

图表：2013-2014年营收行业投资收益情况 322

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/chuanmei1501/P74380OY4T.html>