

2020-2026年中国线下订阅 制观影市场发展态势与投资策略报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国线下订阅制观影市场发展态势与投资策略报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/998477GQL3.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

网络流媒体服务的崛起正在将人们带出电影院，与其费劲地“跋山涉水”去看一场电影，人们更愿意懒坐在沙发上打开电视或者电脑，刷一部剧或是看一部电影。只需花10.99美元就能包月看Netflix上任意的高清内容，这个价格甚至比一张3D电影票还便宜。看电影正在从一种日常消费变成一种享受型的消费，这就意味着，前往电影院需要一个充足的理由而不是一种习惯。比如说，为了享受IMAX带来的视觉享受，为了约会而把电影院当做一个社交场所，抑或是为了追星，等等。

Netflix的成功让一些创业者想把这种模式移植到电影产业上来，于是，MoviePass横空出世。简单的说，MoviePass就是观众支付一笔月费，就能在美国几乎所有电影院无限制观看电影，类似于Netflix的订阅制。

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国线下订阅制观影市场发展态势与投资策略报告》共九章。首先介绍了中国线下订阅制观影行业市场发展环境、线下订阅制观影整体运行态势等，接着分析了中国线下订阅制观影行业市场运行的现状，然后介绍了线下订阅制观影市场竞争格局。随后，报告对线下订阅制观影做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国线下订阅制观影行业发展趋势与投资预测。您若想对线下订阅制观影产业有个系统的了解或者想投资中国线下订阅制观影行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章 线下订阅制观影概述

第一节 电影产业相关概念

一、电影产业

二、影院

三、数字电影、数字拷贝、数字银幕

四、3D电影、3D银幕

五、IMAX电影、IMAX银幕

第二节 电影产业链

一、标准电影产业链介绍

- 二、大电影产业链介绍
- 三、中国电影票房分账系统介绍
- 四、中国电影版权收入介绍
- 五、中国电影票价探讨

第三节 线下订阅制观影定义及分类

- 一、线下订阅制观影定义
- 二、线下订阅制观影分类

第二章 2015-2019年全球电影产业及院线发展状况

第一节 2015-2019年全球电影产业发展状况

- 一、全球电影收入概况
- 二、全球电影市场和影片排名
- 三、全球电影市场票房收入分析
- 四、主要国家人均票房数据对比分析
- 五、主要国家观影人次对比分析

第二节 北美电影行业及院线发展状况

- 一、北美电影票房收入状况
- 二、北美观影人次及平均票价
- 三、北美线下订阅制观影消费者分析
- 四、美国线下订阅制观影制发展概况
- 五、美国线下订阅制观影溯源与发展
 - 1、镍币影院时代
 - 2、电影宫殿时代
 - 3、多厅影院时代
 - 4、巨型多厅影院时代
- 六、美国线下订阅制观影的发展现状
- 七、美国主要院线的经营状况

第三节 印度电影业发展状况

- 一、印度电影业发展历程回顾
- 二、印度电影业发展现状分析
- 三、宝莱坞电影产业集群发展剖析
- 四、印度电影发行业发展状况

五、印度电影业发展面临的挑战

六、印度电影行业的发展新趋势

第四节法国电影业及院线发展状况

一、法国电影业发展状况综述

二、法国公共影院的建设状况

三、法国艺术线下订阅制观影发展分析

四、法国电影业投融资机制分析

第五节其他地区电影行业及院线制分析

一、金砖四国票房保持较快增长

二、欧洲电影市场发展情况分析

三、瑞典电影业发展状况分析

四、德国电影管理体制及法律

五、韩国电影业发展状况分析

六、泰国电影重新崛起经验借鉴

七、香港电影业发展状况分析

第三章2015-2019年中国线下订阅制观影发展环境分析

第一节经济环境

一、全球经济环境缓慢复苏

二、全球经济运行趋势预测

三、中国经济环境平稳增长

四、中国经济环境发展预测

第二节社会环境

一、中国居民收入水平现状

二、中国居民文化消费正在升级

三、消费者追求多元化的电影消费

四、中国观影人群发展情况分析

第三节政策环境

一、行业主管部门介绍

1、中宣部

2、国家新闻出版广电总局

3、中国电影发行放映协会

二、行业监管政策分析

1、发行放映监管政策

2、经营资质监管政策

三、行业管理体制的变迁

四、历年重要产业政策回顾

第四节行业环境

一、中国电影业的巨大发展潜力

二、数字化成为必然发展趋势

三、二级电影市场有待挖掘

第四章中国电影产业发展分析

第一节2015-2019年中国电影产业发展状况

一、2014年中国电影产业发展状况

二、2015年中国电影产业发展状况

三、2019年中国电影产业发展状况

四、2019年中国电影产业发展状况

五、加快电影产业发展的关键因素

1、树立良好的营销观念

2、调整电影产业结构

3、重视影片质量

4、加速健全电影法规制度

第二节2015-2019年中国电影产业链发展现状

一、中国电影制片业发展现状

二、中国电影发行业发展现状

三、中国电影档期的发展分析

第三节国产电影

一、国产电影的发展状况分析

二、国产电影属地审查新规解析

三、互联网成国产电影重要发行渠道

四、国产电影在海外市场推广的障碍

1、文化障碍

2、资本合作

3、海外发行渠道成最大障碍

五、中国国产电影的发展瓶颈

六、中国国产电影的发展策略

1、树立品牌策略

2、借鉴世界优秀文化经验

3、以观众为中心的整合营销策略

第四节小成本电影

一、小成本电影的概念及特点

二、小成本电影的发展优势

1、小成本电影的资金优势

2、观众对小成本电影的期许

3、更加准确的市场定位

三、小成本电影观影人群分析

四、小成本电影的发展瓶颈

1、小成本电影的尴尬定位

2、小成本电影发展的障碍与瓶颈

五、小成本电影的发展策略

1、尽可能地拓展观众群体，满足观众需求

2、放弃自娱自乐的态度

3、找寻适合小成本电影的营销模式

4、不断开发二级市场

5、坚守艺术的现实观照

6、坚持具有民族色彩的表达

第五节数字电影

一、数字电影简介

二、全球数字银幕迅猛增长

三、全球银幕实现数字化转变

四、全球3D电影市场出现分化

五、中国完成电影放映数字化

六、中国IMAX银幕发展迅猛

第六节中国电影广告

一、电影广告的相关概念

- 二、中国电影广告飞速发展
- 三、中国电影植入广告分析
- 四、中国映前、贴片广告分析
- 五、搭载营销方式分析
- 六、电影广告有待规范

第五章2015-2019年中国线下订阅制观影发展分析

第一节中国线下订阅制观影发展综述

- 一、中国线下订阅制观影制溯源与发展
- 二、中国线下订阅制观影制的主要类型
- 三、中国线下订阅制观影行业的主要特点
- 四、中国线下订阅制观影的四大系分析

第二节2019年中国线下订阅制观影发展概况

- 一、线下订阅制观影基本信息
- 二、线下订阅制观影数量及规模
- 三、影院数和银幕数的发展
- 四、数字银幕数的发展分析
- 五、线下订阅制观影排名变化分析
- 六、地区票房收入份额情况

第三节2019年中国线下订阅制观影发展状况

- 一、线下订阅制观影数量及规模
- 二、影院数和银幕数的发展
- 三、数字银幕数的发展分析
- 四、线下订阅制观影区域分布格局

第四节2019年中国线下订阅制观影发展状况

- 一、线下订阅制观影数量及规模
- 二、线下订阅制观影市场特征分析
- 三、影院数和银幕数的发展
- 四、影院不同档次票房分布
- 五、线下订阅制观影区域分布格局
- 六、影院电子商务发展状况

第五节2015-2019年特色院线的发展状况

第六节中国线下订阅制观影的管理分析

- 一、影院公司结构探讨
- 二、全新的电影文化生活方式
- 三、差异化运营
- 四、顾客价值管理

第七节国内院线制的不足

- 一、严重的两级分化
- 二、布局现象的不均
- 三、资本纽带的缺乏
- 四、影片放映中的垄断现象
- 五、缺乏计划性的电影营销

第八节中国线下订阅制观影发展策略

- 一、重视品牌建设
- 二、大规模兼并重组
- 三、不同形态共同发展
- 四、打造完整产业链
- 五、重视二级及农村市场

第六章线下订阅制观影消费者研究

第一节中国线下订阅制观影消费者群体概况

- 一、线下订阅制观影消费者的性别分布
- 二、线下订阅制观影消费者的年龄分布
- 三、线下订阅制观影消费者的区域分布

第二节中国线下订阅制观影观众消费行为调查

- 一、中国电影观众观影方式分析
- 二、中国影院观众观影原因分析
- 三、中国影院观众观影时机分析
- 四、影院观众选择影院考虑因素
- 五、中国影院观众购票方式分析
- 六、影院观众可接受的票价调研
- 七、影院观众成为影院会员的原因

第七章中国线下订阅制观影竞争和营销分析

第一节中国院线的市场化程度和竞争格局

- 一、中国线下订阅制观影的市场化水平
- 二、中国线下订阅制观影行业竞争格局
- 三、中国主要院线及其市场份额
- 四、院线的投资自建和合并重组
- 五、加盟影院对十大院线的影响

第二节中国院线市场份额影响因素分析

- 一、品牌认知力
- 二、核心特色资源
- 三、设备环境氛围

第三节中国城市影院竞争趋势分析

- 一、一线城市竞争趋势分析
- 二、二线城市竞争趋势分析
- 三、三线城市竞争趋势分析
- 四、未来具有竞争优势的影院类型

第四节中国线下订阅制观影的营销分析

- 一、中国影院的营销概况
- 二、影院营销的基本模型

第五节中国线下订阅制观影营销战略

- 一、品牌战略
- 二、阵地宣传载体
- 三、公共关系建设
- 四、未来影院营销趋势

第八章2015-2019年中国十大线下订阅制观影分析

第一节万达院线

- 一、万达院线概况
- 二、万达院线迅猛发展
- 三、万达院线市场份额分析
- 四、国际化发展取得实质性进展

第二节上海联和院线

- 一、上海联和院线概况
- 二、数字影院加速联和院线发展
- 三、上海联和院线成功经验借鉴
- 四、上海联和院线未来整体规划

第三节中影星美院线

- 一、中影星美院线概况
- 二、中影星美影院投资与建设状况
- 三、中影星美影院经营管理分析
- 四、中影星美院线成功经验借鉴

第四节、中影南方新干线

- 一、中影南方新干线概况
- 二、院线的优势及市场地位
- 三、院线的成功经验借鉴
- 四、院线旗下影院的发展

第五节广州金逸珠江院线

- 一、广州金逸珠江院线概况
- 二、金逸院线的市场地位分析
- 三、金逸院线的竞争优劣势分析
- 四、金逸院线的产品及服务分析

第六节其他重点线下订阅制观影概况

- 一、北京新影联院线
- 二、大地数字影院
- 三、浙江时代院线
- 四、四川太平洋院线

第九章中国电影产业及影院投资及前景预测（）

第一节电影产业投资分析

- 一、中外电影产业投融资模式分析
 - 1、创新电影产业发展基金运作模式
 - 2、建立履约保证机制
 - 3、完善投资风险保障机制
 - 4、建立国家电影扶持基金的市场化运作机制

5、通过税收手段来促进本国电影产业发展

二、中国电影产业投资机会分析

三、中国电影产业投资风险分析

1、制作风险

2、政策风险

3、审批风险

4、资金风险

四、中国电影产业投资趋势分析

第二节线下订阅制观影投资分析

一、中国线下订阅制观影投资概况

二、中国影院投资管理公司分析

三、中国影院投资效益分析

四、中国影院投资评估模型

五、行业利润变动趋势分析

六、中国线下订阅制观影加盟模式分析

七、中国院线投资壁垒分析

1、行业准入壁垒

2、市场壁垒

3、专业人才壁垒

第三节中国线下订阅制观影前景及趋势预测

一、中国影院发展前景分析

二、巨幕成影院发展新方向

三、重组整合是院线发展趋势

四、院线的互联网化发展趋势

第四节2020-2026年线下订阅制观影发展预测分析

一、中国线下订阅制观影行业影响因素分析

1、有利因素（）

2、行业发展的不利因素

二、2020-2026年中国城市线下订阅制观影票房收入预测

三、2020-2026年中国城市线下订阅制观影放映场次预测

四、2020-2026年中国城市线下订阅制观影观影人次预测

附录：

附录一：《关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》

附录二：《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》

附录三：文化部发布“十三五”时期文化改革发展规划纲要

附录四：《关于支持电影发展若干经济政策的通知》

图表目录：

图表：线下订阅制观影分类

图表：2019年全球电影票房收入前十名影片

图表：2015-2019年全球电影票房收入情况单位：亿美元

图表：主要国家人均票房数据对比

图表：主要国家观影人次对比

图表：北美观影人次及平均票价

图表：北美电影消费者年龄构成分析

图表：2019年瑞典电影票房排名情况

图表：全球数字银幕数量情况单位：万块

图表：数字银幕数的发展情况单位：块

图表：2019年城市票房收入前20名

图表：线下订阅制观影区域分布格局

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/998477GQL3.html>