

2016-2022年中国微电影企业投资项目指引及风险预警报告

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

《2016-2022年中国微电影企业投资项目指引及风险预警报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/L850436157.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

微电影即微型电影，又称微影。它是指能够通过互联网新媒体平台传播30分钟之内的影片，适合在移动状态和短时休闲状态下观看，具有完整故事情节的“微(超短)时”(8-15分钟)放映、“微(超短)周期制作(1-7天或数周)”和“微(超小)规模投资(几千-数千/万元每部)”的视频(“类”电影)短片，内容融合了幽默搞怪、时尚潮流、公益教育、商业定制等主题，可以单独成篇，也可系列成剧。

2016年微电影行业慢慢转向“微电影+”的新形态、新业态，即网络大电影，又称新媒体电影。时长超过60分钟，通过互联网平台进行发行，进行付费点播的影片，目前支持付费的视频平台有：爱奇艺，PPS，搜狐，乐视，优酷，土豆，腾讯，PPTV，响巢看看，电影网，360影视，中国移动等。

广告定制微电影模式

微电影植入广告模式

网络付费播放模式

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国微电影企业投资项目指引及风险预警报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：微电影行业发展综述

1.1 微电影行业概述

1.1.1 微电影定义与特点

1.1.2 微电影的主要类型

1.1.3 微电影产业链分析

(1) 产业链概况

(2) 产业链主要环节分析

1.2 中国微电影行业发展环境

1.2.1 行业政策环境分析

(1) 行业监管体制

(2) 行业政策法规

1.2.2 行业经济环境分析

(1) 经济运行现状

(2) 经济走势预测

1.2.3 行业社会环境分析

(1) 居民收入与消费分析

(2) 居民观影习惯分析

1.2.4 行业技术环境分析

(1) 行业专利申请数量

(2) 行业专利公开数量

(3) 行业专利类型分析

(4) 技术领先企业分析

(5) 行业热门技术分析

1.2.5 微电影行业发展机遇与威胁

第2章：国外微电影行业发展现状与趋势分析

2.1 全球微电影行业发展现状与趋势

2.1.1 全球微电影市场环境

(1) 全球电影票房收入

(2) 全球电影银幕规模

(3) 全球电影观影人次

(4) 全球电影平均票价

2.1.2 全球微电影市场现状

(1) 全球微电影市场供求

(2) 全球微电影市场特征

(3) 全球微电影市场格局

2.1.3 全球微电影行业发展趋势

2.2 美国微电影行业发展现状与趋势

2.2.1 美国微电影行业市场环境

- (1) 电影产业政策
- (2) 电影产业规模
- (3) 微电影市场需求
- 2.2.2 美国微电影行业发展现状
- 2.2.3 美国微电影行业典型案例
- 2.2.4 美国微电影行业发展趋势
- 2.3 欧洲微电影行业发展现状与趋势
- 2.3.1 欧洲微电影行业市场环境
 - (1) 电影产业政策
 - (2) 电影产业规模
 - (3) 微电影市场需求
- 2.3.2 欧洲微电影行业发展现状
- 2.3.3 欧洲微电影行业典型案例
- 2.3.4 欧洲微电影行业发展趋势
- 2.4 日本微电影行业发展现状与趋势
- 2.4.1 日本微电影行业市场环境
 - (1) 电影产业政策
 - (2) 电影产业规模
 - (3) 微电影市场需求
- 2.4.2 日本微电影行业发展现状
- 2.4.3 日本微电影行业典型案例
- 2.4.4 日本微电影行业发展趋势
- 2.5 韩国微电影行业发展现状与趋势
- 2.5.1 韩国微电影行业市场环境
 - (1) 电影产业政策
 - (2) 电影产业规模
 - (3) 微电影市场需求
- 2.5.2 韩国微电影行业发展现状
- 2.5.3 韩国微电影行业典型案例
- 2.5.4 韩国微电影行业发展趋势
- 2.6 印度微电影行业发展现状与趋势
- 2.6.1 印度微电影行业市场环境

(1) 电影产业政策

(2) 电影产业规模

(3) 微电影市场需求

2.6.2 印度微电影行业发展现状

2.6.3 印度微电影行业典型案例

2.6.4 印度微电影行业发展趋势

2.7 其他国家/地区微电影行业发展现状与趋势

第3章：中国微电影行业发展现状与趋势分析

3.1 中国微电影行业发展基础

3.1.1 中国电影市场规模现状

3.1.2 中国电影院线发展现状

3.1.3 中国电影制片发展现状

3.1.4 中国电影发行发展现状

3.2 中国微电影行业发展分析

3.2.1 中国微电影发展历程

3.2.2 中国微电影产量现状

3.2.3 中国微电影需求现状

3.2.4 中国微电影市场规模

3.2.5 中国微电影行业营收来源

(1) 票房收入

(2) 广告收入

3.2.6 中国微电影市场竞争格局

3.2.7 中国微电影行业发展趋势

3.3 中国微电影档期市场分析

3.3.1 电影档期发展特点

3.3.2 主要档期市场分析

(1) 暑期档市场分析

(2) 国庆档市场分析

(3) 贺岁档市场分析

3.4 微电影相关行业发展现状分析

3.4.1 微电影基地发展分析

3.4.2 微电影衍生产品分析

3.4.3 微电影网络发行分析

3.4.4 微电影相关行业现存问题

- (1) 相关行业整体规模较小
- (2) 微电影相关行业定位模糊
- (3) 微电影对相关行业带动作用较弱

3.4.5 微电影相关行业发展策略

第4章：中国微电影消费者行为调研

4.1 消费者题材偏好调研

4.1.1 不同性别电影题材偏好调研

4.1.2 不同年龄电影题材偏好调研

- (1) 20岁以下电影题材偏好调研
- (2) 20-40岁电影题材偏好调研
- (3) 40岁以上电影题材偏好调研

4.2 消费者行为习惯调研

4.2.1 不同性别观众结构调研

- (1) 男性观众结构调研
- (2) 女性观众结构调研

4.2.2 不同年龄观众结构调研

- (1) 观众结构调研总体情况
- (2) 15-24岁观众结构调研
- (3) 25-39岁观众结构调研
- (4) 40-50岁观众结构调研

4.2.3 观众消费频次调研

- (1) 不同性别观众消费频次调研
- (2) 不同年龄观众消费频次调研
- (3) 不同职业观众消费频次调研
- (4) 不同学历观众消费频次调研

4.2.4 观众消费时间选择调研

- (1) 节假日与非节假日选择调研
- (2) 一周时间内消费时间选择调研

(3) 一天时间内消费时间选择调研

(4) 去影院看电影的时机调研

(5) 随行人和人数调研

4.2.5 观众影院选择考虑因素调研

4.2.6 观众选择电影因由调研

4.2.7 观众观看电影的途径调研

4.2.8 观众片源产地喜好调研

(1) 观众片源产地喜好调研总体情况

(2) 不同年龄观众片源产地喜好调研

第5章：新媒体对微电影行业影响分析

5.1 新媒体发展背景分析

5.1.1 新媒体的内涵

5.1.2 新媒体的特性

5.1.3 互联网的发展与普及

5.1.4 网融合的提出与发展

(1) 三网融合定义及领域

(2) 三网融合的发展现状

5.2 新媒体发展状况分析

5.2.1 网络媒体发展状况分析

(1) 网络媒体产业基本概况

(2) 网络媒体细分市场现状

(3) 网络媒体发展趋势预测

5.2.2 数字媒体发展状况分析

(1) 数字电视发展状况

(2) 数字电影发展状况

(3) 数字媒体发展趋势预测

5.2.3 移动媒体发展状况分析

(1) 移动媒体基础资源

(2) 移动媒体市场规模

(3) 移动媒体市场结构

(4) 移动媒体细分市场现状

（5）移动媒体发展趋势预测

5.3 新媒体在微电影中的应用

5.3.1 网络媒体在微电影中的应用

5.3.2 数字媒体在微电影中的应用

5.3.3 移动媒体在微电影中的应用

5.4 新媒体发展对微电影行业的影响

5.4.1 新媒体给微电影行业带来的机遇

5.4.2 新媒体给微电影行业带来的挑战

第6章：中国微电影行业领先企业经营分析

6.1 微电影行业主要企业概述

6.2 微电影制作企业经营情况分析

6.2.1 中国电影集团公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

6.2.2 华谊兄弟传媒股份有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

6.2.3 上海电影（集团）有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

6.2.4 橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

6.2.5 保利博纳电影发行有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

6.2.6 北京光线传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.2.7 湖南电广传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.2.8 中视传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.2.9 浙江华策影视股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.2.10 北京小马奔腾文化传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.3 微电影网络播放平台经营情况分析

6.3.1 乐视网

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.3.2 优酷土豆

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.3.3 QQlive

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.3.4 奇艺网

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.3.5 激动网

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.3.6 PPTV

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.3.7 迅雷看看

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第7章：中国微电影行业前景预测与投资建议

7.1 中国微电影行业前景预测

7.1.1 微电影行业发展影响因素

7.1.2 微电影行业现存问题分析

7.1.3 微电影行业发展前景预测

(1) 微电影市场需求预测

(2) 微电影市场供给预测

(3) 微电影市场盈利预测

7.2 中国微电影行业投资特性

7.2.1 微电影行业投资价值分析

7.2.2 微电影行业投资机会分析

7.2.3 微电影行业投资风险预警

(1) 政策风险

(2) 市场风险

- (3) 经营风险
- (4) 技术风险
- (5) 竞争风险
- (6) 其他风险

7.3 中国微电影行业投资建议

第8章 电商行业发展分析

8.1 电子商务发展分析

8.1.1 电子商务定义及发展模式分析

8.1.2 中国电子商务行业政策现状

8.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

8.2 “互联网+”的相关概述

8.2.1 “互联网+”的提出

8.2.2 “互联网+”的内涵

8.2.3 “互联网+”的发展

8.2.4 “互联网+”的评价

8.2.5 “互联网+”的趋势

8.3 电商市场现状及建设情况

8.3.1 电商总体开展情况

8.3.2 电商案例分析

8.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

8.4 电商行业未来前景及趋势预测

8.4.1 电商市场规模预测分析

8.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

图表1：微电影主要类型简表

图表2：中国微电影产业链示意图

图表3：中国微电影行业相关政策简析

图表4：2011年以来中国国内生产总值及其增长情况（单位：亿元，%）

图表5：2011年以来我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势（单位：元，%）

图表6：2011年以来我国农村居民纯收入及其变化趋势（单位：元，%）

图表7：2011年以来社会消费品零售总额增长情况（单位：亿元，%）

图表8：中国人均消费性支出情况（单位：元，%）

图表9：中国人均消费性支出结构（单位：%）

图表10：2011年以来中国内地电影观影人次增长趋势（单位：亿人次）

图表11：1985年以来中国电影行业相关专利申请量变化图（单位：项）

图表12：1987年以来中国电影行业相关专利公开数量变化图（单位：项）

图表13：中国电影行业相关专利类型构成（单位：%）

图表14：中国电影行业相关专利申请人（前十名）综合比较（单位：项，%，人，年）

图表15：我国电影行业相关专利分布领域（前十位）（单位：项）

图表16：中国微电影行业发展机遇与威胁总结

图表17：2011年以来全球电影市场票房收入及增长情况（单位：十亿美元，%）

图表18：主要国家银幕数对比（单位：块，%）

图表19：北美、中、日、法银幕密度对比（单位：块/百万人口）

图表20：主要国家人均观影次数对比（单位：次/人/年）

图表21：主要国家平均票价对比（单位：美元）

图表22：各国电影票平均票价及占月收入比例（单位：美元）

图表23：全球十大电影市场（单位：亿美元；%）

图表24：全球电影消费市场结构（单位：%）

图表25：美国电影协会划分的电影级别

图表26：2011年以来北美电影业票房情况（单位：亿美元，%，亿张，部，美元）

图表27：欧洲主要国家电影票房收入（单位：亿美元，%）

图表28：欧洲主要国家观影人次对比（单位：亿人次）

图表29：2011年以来日本总票房规模及增长情况（单位：亿日元）

图表30：2011年以来日本总观影人次及增长情况（亿人）

图表31：2011年以来韩国总票房规模及增长情况（单位：亿韩元）

图表32：2011年以来韩国观影人数规模（单位：亿人次）

图表33：印度主要电影企业市场占有率（单位：%）

图表34：印度本土电影票房排行榜（单位：卢比）

图表35：印度海外电影票房排行榜（单位：卢比）

图表36：2011年以来中国主要类型电影产量（单位：部）

图表37：2011年以来中国电影票房收入增长情况（单位：亿元，%）

图表38：2016-2022年中国电影票房收入预测（单位：亿元，%）

图表39：2011年以来中国电影院线数量及增长率（单位：条，%）

图表40：2016-2022年中国电影院线数量预测（单位：亿元，%）

图表41：中国微电影发展历程简析

图表42：中国微电影产量统计

图表43：中国微电影市场规模情况（单位：亿元）

图表44：2011年以来中国电影暑期档票房情况（单位：亿元）

图表45：中国电影暑期档新映影片档期内票房分布（单位：部，%）

图表46：中国电影暑期档票收入TOP10（单位：亿元，%）

图表47：2011年以来中国电影国庆档票房情况（单位：亿元）

图表48：中国电影国庆档票房TOP5排名（单位：万元）

图表49：不同性别电影题材偏好调研情况（单位：%）

图表50：40岁以上消费者观影题材选择调研情况（单位：%）

图表51：男性观众结构调研情况（单位：%）

图表52：女性观众结构调研情况（单位：%）

图表53：观众结构调研情况（单位：%）

图表54：15-24岁观众结构调研情况（单位：%）

图表55：25-39岁观众结构调研情况（单位：%）

图表56：40-50岁观众结构调研情况（单位：%）

图表57：不同性别观众消费频次调研情况（单位：%）

图表58：不同年龄观众消费频次调研情况（单位：%）

图表59：消费者计划节假日到影院观影调研情况（单位：%）

图表60：消费者一天时间内消费时间选择调研情况（单位：%）

图表61：消费者去影院看电影的时机情况（单位：%）

图表62：消费者到影院观影随行人情况（单位：%）

图表63：消费者影院选择考虑因素调研（单位：%）

图表64：观众选择电影因由分布（单位：%）

图表65：选择网络观看电影的原因调研情况（单位：%）

图表66：观众片源产地喜好调研总体情况（单位：%）

图表67：不同年龄观众片源产地喜好调研情况（单位：%）

图表68：新媒体的优越性简析

图表69：新媒体的局限性简析

图表70：2011年以来中国网民规模与互联网普及率增长趋势（单位：万人，%）

图表71：2012年以来中国网络新闻用户数及使用率（单位：万人，%）

图表72：2011年以来中国网络视频用户数及使用率情况（单位：万人，%）

图表73：2011-2016年中国网络视频行业市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表74：2011年以来中国网络视频市场广告收入规模及同比增速（单位：亿元，%）

图表75：2011年以来中国IPTV用户规模增长情况（单位：万户）

图表76：2012年以来中国搜索引擎用户数及使用率（单位：万人，%）

图表77：2012年以来中国即时通信用户数及使用率（单位：万人，%）

图表78：2012年以来社交网站用户数及使用率（单位：万人，%）

图表79：2012年以来微博用户数及使用率（单位：万人，%）

图表80：2011年以来中国数字电视用户数量及变化（单位：万户，%）

图表81：2016-2022年中国有线数字电视用户数量预测（单位：万户）

图表82：中国数字电视市场结构（单位：%）

图表83：国产3D、IMAX影片概况（单位：万元，%）

图表84：3D电影发展契机

图表85：2011年以来我国手机网民规模及占网民比例（单位：万人，%）

图表86：2012年以来中国网民上网设备使用情况对比（单位：%）

图表87：2013年以来中国移动移动用户及3G用户数增长情况（单位：万户）

图表88：2013年以来中国联通移动用户及3G用户数增长情况（单位：万户）

图表89：2013年以来中国电信移动用户及3G用户数增长情况（单位：万户）

图表90：2011-2016年中国移动互联网收入规模及预测（单位：亿元，%）

图表91：2011-2016年中国移动互联网市场规模构成占比（单位：%）

图表92：2012年以来中国手机即时通信用户数及手机网民使用率（单位：万人，%）

图表93：2012年以来中国手机搜索用户数及手机网民使用率（单位：万人，%）

图表94：2012年以来中国手机微博用户数及手机网民使用率（单位：万人，%）

图表95：2012年以来中国手机网络视频用户数及手机网民使用率（单位：万人，%）

图表96：2012年以来中国手机网络游戏用户数及手机网民使用率（单位：万人，%）

图表97：2012年以来中国手机网络购物用户数及手机网民使用率（单位：万人，%）

图表98：中国电影集团公司基本信息表

图表99：中国电影集团公司业务能力简况表

图表100：中国电影集团公司优劣势分析

图表101：华谊兄弟传媒股份有限公司基本信息表

图表102：华谊兄弟传媒股份有限公司业务能力简况表

图表103：华谊兄弟传媒股份有限公司与实际控制人之间产权及控制关系方框图

图表104：2011年以来华谊兄弟传媒股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表105：2011年以来华谊兄弟传媒股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表106：2011年以来华谊兄弟传媒股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表107：2011年以来华谊兄弟传媒股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表108：2011年以来华谊兄弟传媒股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表109：华谊兄弟传媒股份有限公司主要部门及职能

图表110：华谊兄弟传媒股份有限公司优劣势分析

图表111：上海电影（集团）有限公司基本信息表

图表112：上海电影（集团）有限公司业务能力简况表

图表113：上海电影（集团）有限公司优劣势分析

图表114：橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司基本信息表

图表115：橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司业务能力简况表

图表116：橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司与实际控制人之间产权及控制关系方框图

图表117：2011年以来橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表118：2011年以来橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表119：2011年以来橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司运营能力分析（单位：次）

图表120：2011年以来橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司偿债能力分析（单位：%）

……略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/L850436157.html>