

2015-2022年中国电影产业 竞争力分析及投资前景研究报告

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

《2015-2022年中国电影产业竞争力分析及投资前景研究报告》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/chuanmei1509/Z751046PV5.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-07

【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《2015-2022年中国电影产业竞争力分析及投资前景研究报告》共十三章。报告介绍了电影行业相关概述、中国电影产业运行环境、分析了中国电影行业的现状、中国电影行业竞争格局、对中国电影行业做了重点企业经营状况分析及中国电影产业发展前景与投资预测。您若想对电影产业有个系统的了解或者想投资电影行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

1993年中国电影体制改革启动以来，电影业逐渐迈上产业化发展的道路。近年来，我国电影故事片产量每年以30%左右的速度递增；电影投资主体日益多元，民营制片机构超过1000家；农村电影放映工程基本覆盖全国。中国电影产业迅速发展，电影产量和市场容量大幅度成长。而在产量增长的同时，越来越多的国产影片尤其是国产大片，逐渐密切与观众的关系，取得票房与口碑的双丰收。

2013年，全国电影票房收入217.69亿元，其中，国产影片票房收入127.67亿元，进口影片票房收入90.02亿元，实现了电影产业化改革以来的又一次重大飞跃，国产影片市场份额高达58.65%。2013年新开业影院903家，全国新增银幕5077块，新增座位48万个。

2014年中国电影总票房达296.39亿元，同比增长36.15%。2014年中国共上映影片388部，其中国产片308部产生票房161.55亿元，占总票房的54.51%；进口片80部，票房134.84亿元。

报告目录：

第1章：中国电影产业发展背景

1.1 产业综述

1.1.1 产业定义

1.1.2 产业特征分析

(1) 产业的季节性

(2) 产业的区域性

(3) 产业的周期性

1.1.3 产业价值链分析

1.2 产业政策环境分析

1.2.1 产业监管体系

1.2.2 产业相关政策解读

(1) 《关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》

(2) 《文化产业振兴规划》

1.3 产业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

1.3.2 国内宏观经济环境分析

(1) 国内宏观经济走势分析

(2) 2013-2015年国内宏观经济走势预测

1.3.3 宏观经济对相关产业的影响

(1) 宏观经济对国际电影产业的影响

(2) 宏观经济对中国电影制片业的影响

(3) 宏观经济对中国电影发行业的影响

(4) 宏观经济对中国电影放映业的影响

1.4 产业消费环境分析

1.4.1 居民人均收入增长情况分析

1.4.2 居民消费影响因素与消费倾向分析

1.4.3 居民消费信心分析

1.4.4 居民消费结构及演进特征

1.4.5 居民消费行为特征分析

第2章：国际电影产业发展分析及经验借鉴

2.1 国际电影产业发展概况

2.1.1 国际电影产业发展概况

2.1.2 国际电影票房收入规模

(1) 国际电影票房收入规模及增长

(2) 国际电影票房地区分布格局

2.1.3 国际银幕规模分析

(1) 主要国家银幕数对比分析

(2) 主要国家银幕密度对比

2.2 美国电影产业发展分析

2.2.1 美国电影产业发展概述

2.2.2 美国电影产业相关政策

2.2.3 美国电影产业模式分析

(1) 产业融资模式

(2) 制作、发行、放映模式

2.2.4 美国电影产业营销策划机制

2.2.5 美国电影产业发展总结

2.3 欧洲电影产业发展分析

2.3.1 欧洲电影产业发展概述

(1) 产业繁荣时期

(2) 产业滑坡原因

2.3.2 欧洲电影产业相关政策

(1) 投融资方面政策

(2) 制作、发行、放映方面政策

(3) 产业促进方面政策

2.3.3 欧洲电影产业发展现状

2.3.4 欧洲电影产业发展总结

2.4 韩国电影产业发展分析

2.4.1 韩国电影产业发展概述

2.4.2 韩国电影产业相关政策

2.4.3 韩国电影产业发展规模

(1) 产业收入规模

(2) 产业观影人数规模

2.4.4 韩国电影产业近年衰退解析

(1) 衰退表现

(2) 衰退原因分析

(3) 电影界的对策

2.4.5 韩国电影产业发展总结

2.5 日本电影产业发展分析

2.5.1 日本电影产业相关政策

2.5.2 日本电影产业发展规模

(1) 产业收入规模

(2) 观影人次规模

2.5.3 日本电影产业发展现状

(1) 投融资领域发展

（2）电影制作领域发展

1) 电影内容发展现状

2) 电影技术发展现状

2.5.4 日本电影产业发展特色

（1）打造精品工程

（2）政府的支持

（3）以量取胜

（4）衍生产品的开发

（5）积极创新

2.5.5 日本电影产业发展总结

2.6 印度电影产业发展分析

2.6.1 印度电影产业发展概述

2.6.2 印度电影产业相关政策

2.6.3 印度电影产业的特征与经验

（1）投融资方面

（2）制作方面

（3）发行、放映方面

2.6.4 印度电影产业现存的问题

（1）缺乏创新

（2）盗版严重

2.6.5 印度文化与西文电影的互动

2.6.6 印度电影产业发展总结

2.7 香港电影产业发展分析

2.7.1 香港电影产业发展概述

2.7.2 香港电影产业相关政策

2.7.3 香港电影产业市场分析

2.7.4 香港电影产业优劣势分析

2.7.5 香港电影产业发展趋势

2.8 国际电影产业经验借鉴

2.8.1 进一步加大政策扶持

2.8.2 优化电影产品结构

2.8.3 打造集团化龙头企业

- 2.8.4 完善投融资体系
- 2.8.5 强化整合营销
- 2.8.6 加大院线建设
- 2.8.7 发展后影院市场
- 2.8.8 注重电影技术创新
- 2.8.9 加大对盗版打击力度

第3章：中国电影产业发展状况分析

3.1 中国电影产业发展状况分析

- 3.1.1 产业发展发展历程
- 3.1.2 产业发展主要特点
- 3.1.3 产业产量规模分析
- 3.1.4 产业盈利模式分析

3.2 中国电影产业经营情况分析

3.2.1 产业营收规模分析

- (1) 产业营收规模
- (2) 产业营收城市分布

3.2.2 产业营收来源情况

- (1) 国内票房营收规模
 - 1) 国内票房规模及增长
 - 2) 国产影片票房分析
 - 3) 进口影片票房分析

- (2) 海外销售及票房规模
- (3) 电影频道广告收入规模

3.2.3 票房与观影人数规模

3.2.4 票房过亿影片统计情况

3.2.5 电影票房的地区分布

- (1) 主流市场电影票房分布
- (2) 二级市场票房发展状况

3.2.6 票房影响因素分析

3.3 中国二级电影市场和农村电影市场发展分析

3.3.1 二级电影市场发展分析

- (1) 二级电影市场发展现状
- (2) 二级电影市场竞争状况
- (3) 二级电影市场存在问题
- (4) 二级电影市场发展策略

3.3.2 农村电影市场发展分析

- (1) 农村电影市场发展现状
- (2) 农村电影市场竞争状况
- (3) 农村电影市场存在问题
- (4) 农村电影市场发展策略

3.4 中国电影档期市场分析

3.4.1 电影档期发展特点

3.4.2 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

3.5 中国电影产业投资与重组整合分析

3.5.1 产业投资分析

- (1) 投资规模分析
- (2) 投资轮次分析
- (3) 投资阶段分析
- (4) 投资地区分析
- (5) 币种投资分析

3.5.2 产业重组整合分析

3.6 中国电影产业发展趋势与前景分析

3.6.1 产业发展趋势分析

3.6.2 产业发展前景分析

- (1) 产业产量规模预测
- (2) 产业营收规模预测

第4章：中国电影制片业发展分析

4.1 中国电影制片业发展现状

4.1.1 电影制片业发展现状

4.1.2 电影制片业产量分析

(1) 电影制片业产量规模

1) 电影制片业纪录片产量

2) 电影制片业科教片产量

3) 电影制片业美术片产量

4) 电影制片业故事片产量

(2) 电影制片业生产格局

4.2 中国电影制片业经营分析

4.2.1 电影制片业收入规模

(1) 电影制片业投入产出水平

(2) 电影制片业市场规模分析

4.2.2 电影制片业竞争状况

(1) 电影制片业竞争状况分析

(2) 电影制片业潜在威胁分析

4.2.3 电影制片业盈利情况

(1) 电影制片业资金回收渠道

(2) 电影制片业盈利能力分析

4.3 中国电影制片业发展前景分析

4.3.1 电影制片业技术发展分析

(1) 数字摄影技术

(2) 数字中间片(DI)技术

(3) 数字特效技术

4.3.2 电影制片业发展趋势分析

4.3.3 电影制片业发展前景分析

第5章：中国电影发行业发展分析

5.1 中国电影发行业发展分析

5.1.1 电影发行市场概况

5.1.2 电影发行模式分析

5.1.3 电影发行企业分类情况

5.1.4 电影发行业发展趋势

5.2 中国电影发行业竞争分析

- 5.2.1 电影发行市场集中度分析
- 5.2.2 电影发行市场竞争格局分析
- 5.2.3 电影发行企业盈利能力分析
- 5.3 中国电影发行业营销案例分析
 - 5.3.1 商业大片营销案例分析
 - (1) 影片基本资料
 - (2) 影片优劣势分析
 - (3) 营销策略分析
 - (4) 营销效果分析
 - 5.3.2 小成本影片营销案例分析
 - (1) 影片基本资料
 - (2) 营销策略分析
 - (3) 营销效果分析
 - 5.3.3 文艺影片营销案例分析
 - (1) 影片基本资料
 - (2) 营销策略分析
 - 5.3.4 系列电影营销案例分析
 - (1) 影片基本资料
 - (2) 影片分析
 - (3) 营销策略分析

第6章：中国电影放映业发展分析

- 6.1 电影院线发展分析
 - 6.1.1 院线市场发展概况
 - 6.1.2 院线竞争分析
 - (1) 院线集中度分析
 - (2) 院线市场份额分析
 - (3) 院线竞争状况分析
 - 1) 票房1亿以上院线竞争分析
 - 2) 票房1亿以下院线竞争分析
 - 6.1.3 院线盈利能力分析
 - 6.1.4 重点城市院线市场分析

- (1) 北京电影院线市场分析
- (2) 上海电影院线市场分析
- (3) 广州电影院线市场分析
- (4) 深圳电影院线市场分析
- (5) 成都电影院线市场分析

6.1.5 数字院线市场发展分析

- (1) 数字院线市场发展分析
- (2) 中影数字院线发展分析
- (3) 校园数字院线发展分析

6.1.6 院线发展趋势分析

6.2 电影院发展分析

6.2.1 影院发展规模分析

- (1) 影院规模及增长情况
- (2) 影院票房分档
- (3) 影院地区分布
- (4) 票房2000万元以上影院地区分布

6.2.2 银幕数量规模分析

- (1) 银幕规模及增长情况
- (2) 银幕地区分布

6.2.3 影院运营分析

- (1) 影院运营模式分析
- (2) 影院竞争状况分析
- (3) 影院设备成本分析
- (4) 电影票价走势分析
- (5) 影院盈利能力分析

6.2.4 影院票房排名情况

6.2.5 重点城市影院发展分析

- (1) 北京影院发展分析
- (2) 上海影院发展分析
- (3) 广州影院发展分析
- (4) 深圳影院发展分析

6.2.6 影院的改造和新建情况

- (1) 影院改造和新建现状
- (2) 新建和改造影院资本构成

第7章：中国不同类型电影市场分析

7.1 中国胶片电影市场分析

- 7.1.1 胶片电影发展分析
- 7.1.2 胶片电影优劣势分析
- 7.1.3 胶片电影前景分析

7.2 中国数字电影市场分析

- 7.2.1 数字电影发展分析
- 7.2.2 数字电影优势分析
- 7.2.3 数字电影市场分析
- 7.2.4 数字电影发展前景

7.3 中国3D电影市场分析

- 7.3.1 3D电影发展分析
- 7.3.2 3D电影盈利能力
- 7.3.3 3D电影优势分析
- 7.3.4 3D电影发展前景

7.4 中国IMAX电影市场分析

- 7.4.1 IMAX电影发展分析
- 7.4.2 IMAX电影银幕现状
- 7.4.3 IMAX电影需求分析
- 7.4.4 IMAX电影发展前景

第8章：中国电影产业消费者行为调研

8.1 消费者题材偏好调研

- 8.1.1 不同性别电影题材偏好调研
- 8.1.2 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

8.2 消费者行为习惯调研

8.2.1 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

8.2.2 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

8.2.3 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

8.2.4 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

8.2.5 观众影院选择考虑因素调研

8.2.6 观众选择电影因由调研

- (1) 观众选择电影因由分布
- (2) 观众选择电影因由走势

8.2.7 观众观看电影的途径调研

- (1) 观众观看电影的途径走势
- (2) 选择网络观看电影的原因

8.2.8 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9章：中国电影相关产业发展分析

9.1 电影相关产业发展分析

9.1.1 电影相关产品重要性分析

9.1.2 电影相关产业发展分析

(1) 影视基地分析

(2) 电影衍生产品分析

(3) 电影网络发行分析

9.2 电影相关产业存在问题及策略分析

9.2.1 电影相关产业存在问题分析

(1) 电影相关产业整体规模较小

(2) 电影本体不能带动相关产业发展

(3) 对电影相关产业定位不当

9.2.2 电影相关产业发展策略分析

9.3 电影相关产业案例分析

9.3.1 品牌植入案例分析

9.3.2 相关产品整合营销案例分析

第10章：中国新媒体对电影产业的影响分析

10.1 中国新媒体发展分析

10.1.1 新媒体定义

10.1.2 新媒体特点分析

10.1.3 新媒体发展分析

(1) 手机发展分析

(2) IPTV发展分析

(3) 数字电视发展分析

(4) 移动电视发展分析

10.1.4 新媒体在产业中的应用

(1) 手机与电影

(2) IPTV与电影

(3) 数字电视与电影

(4) 移动电视与电影

10.2 中国新媒体的发展对电影产业的影响

10.2.1 新媒体给电影产业带来的机遇

(1) 开辟新的资本回收渠道

- (2) 满足观众多样化的消费需求
- (3) 提供新的播放平台
- (4) 电影发行的重要渠道

10.2.2 新媒体给电影产业带来的挑战

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

第11章：中国电影海外推广及国际合作分析

11.1 中国电影海外推广情况分析

11.1.1 中国电影海外发行概况

11.1.2 中国电影海外推广活动

11.1.3 中国电影文化交流活动

11.1.4 海推公司的对外交流活动

11.2 中国电影合拍片情况分析

11.2.1 电影合拍片定义

11.2.2 电影合拍形式

11.2.3 电影合拍片操作流程

11.2.4 电影合拍片发展概述

11.2.5 电影合拍片特点分析

- (1) 逐渐成为中国电影海外市场的主流
- (2) 支撑了国内大部分市场
- (3) 逐渐成为中国电影走向世界的主要商业运作模式
- (4) 主要是以香港、台湾及其他亚洲地区为主

11.3 中国电影海外推广策略分析

11.3.1 海外推广中存在问题分析

- (1) 电影类型单一
- (2) 对国际市场利用不够
- (3) 宣传不力

11.3.2 海外推广应对策略分析

- (1) 政府政策扶植

- (2) 海推公司的集团化发展
- (3) 明确影片的市场定位
- (4) 注重其他市场的开发
- (5) 成立专业的海外运作团队
- (6) 实现海外推广的多元化

第12章：中国电影产业主要企业经营分析

12.1 中国电影制片发行企业领先个案分析

12.1.1 中国电影集团公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业电影作品情况
- (4) 企业运营特色分析
- (5) 企业发展方向分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

12.2 中国电影放映企业领先个案分析

12.2.1 大连万达集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业市场规模分析
- (3) 企业票房业绩分析
- (4) 企业加盟影院概况
- (5) 企业投资情况分析
- (6) 企业运营特色分析
- (7) 企业经营状况优劣势分析
- (8) 企业最新发展动向分析

第13章：中国电影产业投融资分析

13.1 中国电影产业投资机会与风险分析

13.1.1 产业投资机会分析

- (1) 单一影片市场

(2) 院线市场

(3) 影视器材制作公司

(4) 第二阵营电影企业

(5) 专门影视培训机构

13.1.2 产业投资风险分析

(1) 政策风险

(2) 盗版冲击风险

(3) 作品审查风险

(4) 市场竞争风险

13.2 中国电影产业投融资模式分析

13.2.1 版权质押银行贷款

13.2.2 私募股权融资

13.2.3 专项电影基金

13.2.4 多方投资

13.2.5 影片预售融资

13.3 中国电影产业投融资分析

13.3.1 制片业投融资分析

(1) 投融资渠道多元化

(2) 制片企业投融资现状

(3) 制片业投融资趋势

13.3.2 发行业投融资分析

13.3.3 放映业投融资分析

(1) 主流商业院线投融资分析

(2) 数字影院投融资分析

(3) 农村电影放映投融资分析

13.4 中国电影产业投融资典型案例分析

13.4.1 境外银行贷款案例分析

13.4.2 内地银行贷款案例分析

13.4.3 电影企业资本运营案例分析

(1) 中国电影集团资本运营案例分析

(2) 华谊兄弟资本运营案例分析

(3) 橙天国际集团资本运营案例分析

图表目录：

图表1：2010年票房过亿影片在五大档期的票房分布情况（单位：亿元）

图表2：中国影视产业价值链示意图

图表3：2004-2012年中国GDP增长情况（单位：亿元，%）

图表4：2010-2015年中国GDP增长情况（单位：亿元，%）

图表5：1995-2012年城镇单位人员工资情况（单位：元/人年）

图表6：2004-2010年中国文娱业增加值占GDP情况（单位：亿元，%）

图表7：2011年居民文娱消费结构情况（单位：元，%）

图表8：2005-2011年全球电影市场票房收入及增长（单位：亿美元，%）

图表9：2011年全球电影票房分布格局（单位：亿美元）

图表10：2007-2011年美、中、日、韩银幕数对比（单位：块）

图表11：2011年美、中、日、韩银幕密度对比（单位：块/百万人口）

图表12：2006-2012年美国电影业票房情况（单位：亿美元，%，亿张，部，美元）

图表13：2002-2011年韩国电影产业收入规模及增长情况（单位：亿韩元）

图表14：2004-2012年韩国观影人数规模及增长情况（单位：亿人次，%）

图表15：2002-2011年日本总票房规模及增长情况（单位：亿日元）

图表16：2002-2011年日本总观影人次及增长情况（亿人）

图表17：2002-2012年中国内地电影历年总产量及同比增长情况（单位：部）

图表18：2003-2011年中国电影细分市场营收规模及增长情况（单位：亿元，%）

图表19：2011年中国主要城市票房营收分布情况（单位：万元，%，万次，万人）

图表20：2005-2014年中国内地电影产量及同比增长情况（单位：部，%）

图表21：2005-2014年中国国内电影票房及同比增长情况（单位：亿元，%）

图表22：2005-2014年中国国内电影票房占比情况（单位：%）

图表23：2005-2014年中国进口电影票房及同比增长情况（单位：亿元，%）

图表24：2005-2014年中国进口电影票房占比情况（单位：%）

图表25：2005-2012年中国内地电影海外销售及票房收入及增长情况（单位：亿元，%）

图表26：2005-2012年中国电影频道广告收入情况（单位：亿元）

图表27：2007-2012年度观影人次及增长情况（单位：人，%）

图表28：2012年内地市场票房过亿影片一览（单位：亿元）

图表29：2006.01-2012.09城市主流院线票房情况（单位：万元，%）

图表30：2005-2011年中国电影产业投资规模（单位：起，百万美元）

图表31：2005-2011年中国电影产业投资规模分布（单位：起，百万美元）

图表32：2005-2011年中国电影产业部分投资事件（单位：百万美元）

图表33：2005-2011年中国电影产业投资轮次分析（单位：起，百万美元）

图表34：2005-2011年中国电影产业投资轮次分布（单位：%）

图表35：2005-2011年中国电影产业不同发展阶段投资规模（单位：起，百万美元）

图表36：2005-2011年中国电影产业投资不同发展阶段分布（单位：%）

图表37：2005-2011年中国电影产业投资地区分析（单位：起，百万美元）

图表38：2005-2011年中国电影产业投资地区分布（单位：%）

图表39：2005-2011年中国电影产业不同币种投资规模（单位：起，百万美元）

图表40：2005-2011年中国电影产业投资币种分布（单位：%）

图表41：2005-2011年中国电影产业不同币种投资规模（单位：起，百万美元）

图表42：2004-2014年中国内地电影产量及同比增长情况（单位：部，%）

图表43：2006-2014年中国国内电影票房及同比增长情况（单位：亿元，%）

图表44：中国电影题材分布情况（单位：%）

图表45：2011年部分国产电影国际获奖情况（单位：%）

图表46：2004-2012年中国内地纪录片产量及同比增长情况（单位：部，%）

图表47：2004-2012年中国内地科教片产量及同比增长情况（单位：部，%）

图表48：2004-2012年中国内地美术片产量及同比增长情况（单位：部，%）

图表49：2004-2012年中国内地故事片产量及同比增长情况（单位：部，%）

图表50：2004-2012年中国内地电影生产格局变化情况（单位：部，%）

图表51：部分大片投入产出情况（单位：亿元，万元，万港币，万美元，个）

图表52：2011年中国电影产业在数量和质量上的不平衡与美国差距情况（单位：部）

图表53：中国影片资金回收的主要途径

图表54：中国电影各环节分成比例原则（单位：%）

图表55：中国电影发行模式图

图表56：中国电影发行公司分类情况

图表57：2007-2011年中国电影发行市场集中度（单位：%）

图表58：2011年中国电影制片业竞争格局（单位：%）

图表59：2007-2011年中国院线票房分档情况（单位：条）

图表60：2011年中国电影院线集中度（安票房和集中度）（单位：万元，块，%）

图表61：2011年中国十大院线市场份额（单位：%）

图表62：2011年内地票房过亿院线排行（单位：家，块，亿元）

图表63：2012年内院线票房排行榜（单位：亿元，%，万人次，万场）

图表64：2002-2012年中国影院数量及增长情况（单位：家）

图表65：2007-2011中国影院票房分档情况（单位：家）

图表66：2011年中国影院城市分布情况（单位：家，%）

图表67：2011年中国票房2000万元以上影院省市分布（单位：家）

图表68：2002-2011年中国银幕数量及增长情况（单位：块）

图表69：2011年中国主要城市影院荧屏规模分布情况（单位：块，%）

图表70：2011年票房2000万元以上影城排行榜（单位：万元）

图表71：2006-2011年中国平均票价走势（单位：元）

图表72：2011年内院线票房排行前十影院情况（单位：万元，%）

图表73：不同性别电影题材偏好调研情况（单位：%）

图表74：40岁以上消费者观影题材选择调研情况（单位：%）

图表75：男性观众结构调研情况（单位：%）

图表76：女性观众结构调研情况（单位：%）

图表77：观众结构调研情况（单位：%）

图表78：15-24岁观众结构调研情况（单位：%）

图表79：25-39岁观众结构调研情况（单位：%）

图表80：40-50岁观众结构调研情况（单位：%）

图表81：不同性别观众消费频次调研情况（单位：%）

图表82：不同年龄观众消费频次调研情况（单位：%）

图表83：消费者计划节假日到影院观影调研情况（单位：%）

图表84：消费者一天时间内消费时间选择调研情况（单位：%）

图表85：消费者去影院看电影的时机情况（单位：%）

图表86：消费者到影院观影随行人情况（单位：%）

图表87：消费者影院选择考虑因素调研（单位：%）

图表88：观众选择电影因由分布（单位：%）

图表89：2002-2010年观众选择电影因由走势图（单位：%）

图表90：观众观看电影的途径调研

图表91：选择网络观看电影的原因调研情况（单位：%）

图表92：观众片源产地喜好调研总体情况（单位：%）

图表93：不同年龄观众片源产地喜好调研情况（单位：%）

图表94：中国制片业融资渠道情况表

图表95：中国电影集团公司优劣势分析

图表96：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97：2010-2012年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98：2012年华谊兄弟传媒股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）

图表99：2010-2012年华谊兄弟传媒股份有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表100：2010-2012年华谊兄弟传媒股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表101：2010-2012年华谊兄弟传媒股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表102：2012年华谊兄弟传媒股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：万元，%）

图表103：2010-2012年华谊兄弟传媒股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表104：华谊兄弟传媒股份有限公司股权结构图

图表105：华谊兄弟传媒股份有限公司组织架构图

图表106：华谊兄弟传媒股份有限公司优劣势分析

图表107：上海电影（集团）有限公司优劣势分析

图表108：橙天娱乐集团（国际）控股有限公司组织架构分析

图表109：橙天娱乐集团（国际）控股有限公司优劣势分析

图表110：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

……略

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/chuanmei1509/Z751046PV5.html>