

# 中国电影产业运行态势及投资前景咨 询报告（2010-2015年）

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《中国电影产业运行态势及投资前景咨询报告（2010-2015年）》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.cction.com/report/201101/59793.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

### 【报告前言】

统计数据显示，2010年第一季度中国城市电影票房收入达到29.3254亿。中国电影极有可能突破原有预测，在2010年内达到百亿目标。2009年中国电影总票房62.06亿，相比2008年增长了40%，而2010年第一季度电影票房同期增长率又大大超过2009年，其加快增长的速度与环境和质量因素分不开，同时电影产业的发展很可能成为2010年中国文化产业快速发展的突破口。

中国电影产业国际竞争力不强在于电影本身——电影市场产品仍然不够丰富。电影的题材范围比较狭窄，类型也比较单一，武侠、爱情占据了商业电影的绝大多数。具有市场影响力的电影导演、明星、制片人等仍然严重匮乏。导致中国电影产业活跃程度不足，市场规模也难以扩大。面向市场、面向群众的多样化电影具有明显的竞争优势。《英雄》《七剑》《十面埋伏》等影片都以其充足的商业元素和娱乐元素受到青睐，丰富的想象力、强大的高科技手段和明星化阵容使得它们创造了一个个骄人的票房业绩。国产电影的海外竞争力不断增强。从上面表格的数据可以看出我国国产电影在海外的票房收入是逐年上升，而且幅度挺大。这些海外票房成绩客观上提升了国产影片的海外影响力，有助于提高国产影片海外发行的议价能力，也有利于增加海外发行合作模式的多样性和灵活性。

### 【报告目录】

#### 第一章 2009-2010年世界电影产业发展状况分析 16

##### 第一节 2009-2010年世界电影产业发展概况 16

###### 一、金融风暴下全球电影业的发展态势 16

###### 二、2009年全球电影业欲以3D影片应对金融危机 16

###### 三、世界电影的国际化合作现状 17

##### 第二节 2009-2010年世界电影产业市场分析 18

###### 一、温情片、喜剧片风靡全球电影市场 18

###### 二、盗版问题正成为全球电影业的共同威胁 19

###### 三、全球电影票房分析 19

##### 第三节 2010-2015年世界电影行业发展的新趋势分析 20

#### 第二章 2009-2010年世界主要国家电影产业运行分析 22

## 第一节 美国 22

- 一、美国电影产业发展回顾 22
- 二、美国电影业推出400部影片救经济 23
- 三、金融危机下美国电影业依然呈现相对繁荣 23
- 四、海外票房仍是美国电影票房重头 24
- 五、美国数字银幕得到迅猛发展 25

## 第二节 印度 25

- 一、印度电影产业的发展概况 25
- 二、2009年印度电影产业快速发展 28
- 三、印度电影产业遭遇发展瓶颈 29
- 四、印度电影全球市场的未来目标是中国 29

## 第三节 其他国家 30

- 一、2009年西班牙电影市场业绩翻番 30
- 二、2009年韩国电影市场发展状况 30
- 三、2009年巴基斯坦开启电影业发展的新篇章 30
- 四、南非电影业逐渐在世界崛起 33
- 五、肯尼亚制定激励政策大力发展电影业 33

## 第三章 2009-2010年中国电影产业运行环境分析 35

### 第一节 2009-2010年中国电影产业政策分析 35

- 一、2010年年利好政策支持电影产业企业发展 35
- 二、中国电影投融资的政策引导 35
- 三、政府对于电影产业的公共产品属性管理政策分析 40
- 四、国家需要关注的电影产业发展激励政策 40

### 第二节 2009-2010年中国宏观经济环境分析 41

- 一、中国GDP分析 41
- 二、中国经济受金融危机影响分析 44
- 三、2009年居民恩格尔系数 47

### 第三节 2009-2010年中国电影产业社会环境分析 49

## 第四章 2009-2010年中国电影产业运行形势分析 58

### 第一节 改革开放30年中国电影产业发展综述 58

- 一、改革开放30年中国电影在探索中前行 58
- 二、改革开放30年中国电影体制改革历程回顾 58
- 三、改革开放30年中国电影创作风潮回望 61
- 四、改革开放30年中国电影合拍片历程 66
- 第二节 2009-2010年中国电影行业发展环境 67
  - 一、中国电影产业的投融资格局分析 68
  - 二、中国电影产业的制作环节分析 74
  - 三、中国电影产业的电影发行与市场开拓分析 75
  - 四、中国电影产业的人才培养和市场研发措施分析 77
- 第三节 2009-2010年中国电影产业的发展现状分析 78
  - 一、中国特色主流电影有了突破性进步 78
  - 二、电影事业和公益建设全面进步 79
  - 三、中国电影院线的发展现状概述 80
  - 四、中国电影产业开辟筹融资新渠道 81

## 第五章 2009-2010年中国电影产业发展运行动态分析 82

- 第一节 2009-2010年中国电影产业发展现状分析 82
  - 一、中国电影产业发展特点分析 82
  - 二、中国电影市场结构日趋合理 84
  - 三、电影龙头企业竞相打造符合自身发展的经营之道 84
  - 四、2009年贺岁档中国电影市场分析 85
- 第二节 2009-2010年中国电影业改革发展综述 90
  - 一、推进转企改制及重塑市场主体 90
  - 二、深化院线改革及搞活市场流通 90
  - 三、调整行政职能及理顺管理体制 91
  - 四、加快电影科技发展及创新公益放映机制 91
- 第三节 2009年中国电影技术发展与应用现状 92
  - 一、胶片影片摄制、洗印加工技术质量稳步提高 92
  - 二、电影技术标准体系进一步完善 92
  - 三、电影科研成果增加创新水平稳步提高 93
  - 四、数字电影技术应用发展取得可喜成果 94
  - 五、国家数字电影服务监管平台开始发挥枢纽作用 95

## 六、民族电影设备工业逐渐成长及相关领域发展良好 95

## 第六章 2009-2010年中国电影产业链运行态势分析 97

### 第一节2009-2010年中国电影制片状况分析 97

#### 一、国产电影制片及票房状况 97

#### 二、中国电影制片机构特点 99

#### 三、国有电影制片企业继续发挥龙头作用 100

#### 四、中国电影制片产品类型特点 102

### 第二节2009-2010年中国电影发行状况分析 103

#### 一、中国电影发行企业格局 103

#### 二、中国电影发行特点 104

### 第三节 2009-2010年中国电影院线与放映状况分析 106

#### 一、中国电影院线与放映概述 106

#### 二、中国电影院线格局 107

#### 三、中国主流电影院线发展分析 108

## 第七章 2009-2010年国产电影产业发展形势分析 110

### 第一节2009-2010年国产电影发展现状综述 110

#### 一、中国国产电影发展近年成就突出 110

#### 二、金融危机下国产电影取得优秀业绩 110

#### 三、国产动画电影异军突起获得成功 111

#### 四、由贺岁片透析当代国产电影的生态环境 112

### 第二节2009-2010年国产电影的发展分析 115

#### 一、中国电影票房国产片占主导 115

#### 二、国产电影类型化渐入佳境 115

#### 三、国产影片海外市场继续拓展 116

#### 四、国产大片回归理性中小电影找到自信 116

### 第三节2009-2010年国产电影发展存在的问题分 117

#### 一、缺乏创意和资金不足制约国产电影发展 117

#### 二、国产影片产品后续开发存在不足 118

#### 三、国产儿童电影市场呈现失调状态 118

#### 四、国产电影应对金融危机的措施 118

## 第八章 2009-2010年中国电影产业市场营销分析 121

### 第一节 影响电影市场票房的因素分析 121

### 第二节 2009-2010年中国电影营销现状分析 122

#### 一、中国电影营销模式现状分析 122

#### 二、2009年中国电影市场营销状况 124

#### 三、2009-2010年中国贺岁片营销状况分析 126

#### 四、中国电影仍缺乏有创意的营销 127

### 第三节 2009-2010年国产电影全方位整合营销策略分析 128

#### 一、国产影片制作要符合电影市场发展要求 128

#### 二、提高观众人次作为提高票房的有效途径 129

#### 三、积极发挥票价的经济杠杆作用 129

#### 四、充分利用档期的集聚效应 129

#### 五、重视观众的口碑作用 130

### 第四节 2009-2010年中国电影海外营销的多渠道分析 130

#### 一、通过国际电影节等既有平台拓展中国电影知名度 130

#### 二、与国外官方或非官方机构合作实现商业销售 131

#### 三、多层次开展日常销售工作 131

#### 四、实施战略 132

## 第九章 2009-2010年中国电影产业发展战略研究 133

### 第一节 2009-2010年中国电影业发展存在的问题 133

#### 一、国产电影数量增长与质量欠缺并存 133

#### 二、中国电影业仍面临电影生产和影院建设考验 134

#### 三、中国电影市场化遭遇瓶颈 134

#### 四、中国电影和国际上相比存在差距 135

### 第二节 2009-2010年中国电影产业发展战略研究理论概述 137

#### 一、发展战略的基本涵义 137

#### 二、中国电影产业发展战略的特点和研究意义 137

#### 三、有关发展战略的主要理论观点 139

#### 四、中国电影产业发展战略研究的分析框架 140

#### 五、中国电影产业发展战略研究的总体内容构成 140

### 第三节 2009-2010年中国电影产业发展的具体战略分析 141

- 一、中国电影产业发展的战略方针分析 141
- 二、中国电影产业发展的战略重点分析 142
- 三、中国电影产业发展的战略目标 142
- 四、中国电影产业的未来战略方向 143
- 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 144
  - 一、电影需要“走出去”才能更有效对外传播国家形象 144
  - 二、中国电影产品出口现状分析 144
  - 三、国际电影贸易的特殊性 145
  - 四、中国电影产品出口的市场适应性策略 147
- 第五节2009-2010年中国电影海外销售策略分析 150
  - 一、近年中国电影海外销售状况 150
  - 二、政策策略 152
  - 三、人才策略 153
  - 四、文化资源策略 153

## 第十章2009-2010年中国电影产业市场竞争格局分析 155

- 第一节2009-2010年电影产业竞争力现状分析 155
  - 一、我国电影产业近年来的票房收入状况 155
  - 二、以票房收入为例分析我国电影产业的竞争力 157
  - 三、2009年中国电影产业集中度分析 157
- 第二节2009-2010年提升中国电影产业竞争力措施分析 159
  - 一、积极培育和发展一个成熟的电影市场 159
  - 二、高度重视消费主体和消费客体的作用 159
  - 三、不断加快电影产业相关产业链的发展 160
  - 四、不断改革电影发行和放映市场 160
  - 五、不断加强国内市场与国际市场的联系 160
- 第三节2009-2010年提高我国电影产业的竞争力的政策分析 160

## 第十一章 2009-2010年中国电影重点企业竞争力分析 166

- 第一节 中国电影集团公司 166
  - 一、公司简介 166
  - 二、中影集团积极开拓电影文化品牌 167

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 三、2009年中影集团发展概况              | 170 |
| 四、2009年中影集团首期投资20亿元影视基地落成    | 170 |
| 五、2009年中影集团的发展战略分析           | 171 |
| 第二节 华谊兄弟传媒集团                 | 172 |
| 一、公司简介                       | 172 |
| 二、华谊兄弟基本发展现状概述               | 172 |
| 三、华谊兄弟主要演员表                  | 173 |
| 四、2009年华谊兄弟涉入新媒体有望引发电影商业模式变革 | 174 |
| 五、华谊兄弟经营管理的独特模式分析            | 175 |
| 第三节 北京保利博纳电影发行有限公司           | 175 |
| 一、公司简介                       | 175 |
| 二、2009年保利博纳集团化运作迈出关键性步伐      | 176 |
| 三、2009年保利博纳多方资本协调运作          | 177 |
| 四、2010年保利博纳或将完成整改上市          | 178 |
| 第四节 橙天娱乐集团（国际）控股有限公司         | 180 |
| 一、公司简介                       | 180 |
| 二、橙天娱乐借壳并购                   | 180 |
| 三、橙天娱乐与华谊兄弟的竞争态势             | 182 |
| 第五节 北京新画面影业有限公司              | 187 |
| 一、公司介绍                       | 187 |
| 二、作品一览                       | 187 |
| 三、经典作品                       | 188 |
| 第六节 上海联和电影院线有限责任公司           | 188 |
| 一、公司简介                       | 188 |
| 二、公司最新动态分析                   | 188 |
| 三、公司发展战略分析                   | 189 |
| 第七节 华夏电影发行公司有限公司             | 189 |
| 一、公司简介                       | 189 |
| 二、公司最新动态分析                   | 190 |
| 三、公司发展战略分析                   | 191 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 第十二章 2009-2010年中国电影产业衍生产品市场分析 | 192 |
|-------------------------------|-----|

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 第一节2009-2010年中国电影衍生产品市场的开发现状    | 192 |
| 一、中国电影衍生产品市场方兴未艾                | 192 |
| 二、中国电影衍生产品开发是大势所趋               | 193 |
| 三、中国电影衍生品市场发展模式尚在摸索             | 194 |
| 四、中国电影衍生产品市场开发不足                | 195 |
| 五、中国电影衍生品市场受多种因素制约              | 198 |
| 第二节2009-2010年中国电影衍生产品的消费心理分析    | 198 |
| 一、宣告身份及展现文化认同的方式                | 198 |
| 二、角色扮演的行为需要                     | 199 |
| 三、心理投射与消费满足的过程                  | 200 |
| 四、电影衍生产品与符号消费                   | 202 |
| 第三节2009-2010年中国电影衍生产品的形象构建分析    | 203 |
| 一、电影衍生产品的形象构成                   | 203 |
| 二、电影衍生产品的目标群体和定位                | 204 |
| 三、电影衍生产品的原型和主题分析                | 204 |
| 第四节2009-2010年游戏电影给电影产业带来新的挑战和机遇 | 205 |
| 一、游戏视频的现状                       | 205 |
| 二、游戏视频的发展方向                     | 207 |
| 三、游戏电影给电影产业带来机遇及挑战              | 207 |
| 四、游戏电影的商业化道路                    | 209 |

### 第十三章2010-2015年中国电影产业发展前景预测分析 211

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 第一节 2010-2015年中国电影产业前景及趋势      | 211 |
| 一、2009年中国电影票房有望突破60亿元          | 211 |
| 二、中国电影院线发展趋势的瞻望                | 211 |
| 三、中国电影业或将借数字3D电影开拓赢利新空间        | 212 |
| 四、中国影院放映信息化前景分析                | 213 |
| 第二节 2010-2015年金融危机下中国电影产业的发展趋势 | 217 |
| 一、2009年金融危机下中国电影产业趋势           | 217 |
| 二、中国电影业将保持长时间增长                | 219 |
| 三、电影产业应对金融危机的宏观策略建议            | 219 |
| 四、电影产业经营实体应对金融危机的运营策略          | 221 |

### 第三节2010-2015年中国电影产业市场盈利预测分析 222

## 第十四章2010-2015年中国电影产业投资机会与风险分析 224

### 第一节2010-2015年中国电影产业投融资现状分析 224

### 第二节2010-2015年中国电影产业的盈利模式分析 225

#### 一、商业影片盈利模式分析 225

#### 二、主旋律影片盈利模式分析 227

#### 三、电视电影盈利模式分析 228

#### 四、电影网络发行盈利模式探析 228

### 第三节2010-2015年中国电影产业的投资机会分析 231

#### 一、电影制片业的投资机会分析 231

#### 二、电影发行业务的投资机会分析 232

#### 三、电影放映业的投资机会分析 233

#### 四、数字电影、数字影院的投资机会分析 235

### 第四节 专家投资建议 237

## 【图表目录】

图表 1 截至2010年4月世界影史票房排行榜（百万美元） 19

图表 2 2009年美国好莱坞电影公司北美票房排行榜（截至2010年1月5日） 22

图表 3 2010年第一季度中国主要宏观经济数据增长表 41

图表 4 2000-2010年第一季度中国GDP及其增长率统计表 42

图表 5 2003-2010年中国分产业GDP增长率季度统计表 42

图表 6 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 43

图表 7 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 48

图表 8 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 48

图表 9 2000-2009年中国网民规模增长趋势图 49

图表 10 2005-2009年中国大陆网民规模与互联网普及率 50

图表 11 截止至2009年6月中国互联网统计数据表 50

图表 12 部分国家的互联网普及率统计表 51

图表 13 截止至2009年6月中国网民性别结构分布图 51

图表 14 截止至2009年6月网络应用使用率排名和类别 52

图表 15 网民对生活形态语句的总体认同度统计表 53

图表 16 2001-2009年中国城镇化率走势图 54

图表 17 2000-2008年中国就业人数变化趋势图 56

图表 18 2000-2008年中国城镇就业人数变化趋势图 56

图表 19 1970-2008年中国城乡就业人口对比图 57

图表 20 30年•故事片产量 66

图表 21 2009年上半年国内民营影视公司获得银行贷款一览 68

图表 22 2007-2009年贺岁档市场数据 85

图表 23 2009年贺岁档电影市场周总票房 86

图表 24 2009年贺岁档影片票房分布散点图 87

图表 25 2009年贺岁档重点影片市场份额 87

图表 26 2009年贺岁档发行公司市场份额 88

图表 27 2007-2009年贺岁档市场数据增长率对比 88

图表 28 2002-2009年中国电影产量增长 97

图表 29 2005-2012年中国电影票房收入增长趋势 98

图表 30 2009年中国票房过亿影片 99

图表 31 2002-2009年中国影院数和银幕数增长走势 106

图表 32 2009年中国票房过亿院线排名 107

图表 33 2009年票房3000万元以上影城排名 108

图表 34 2006年中国合拍影片海外市场销售情况一览表 150

图表 35 2006-2010年第一季度中国城市电影票房收入增长图 155

图表 36 截至2010年4月4日的中国内地影史票房排行榜（人民币） 155

图表 37 2010年第一季度国产影片票房前十名影片 158

图表 38 2010年第一季度进口影片票房前十名影片 158

图表 39 2010年中国影片票房收入前十名地区 158

图表 40 华谊兄弟传媒集团主要演员表 173

图表 41 橙天娱乐集团（国际）控股有限公司主要演员统计表 180

图表 42 北京新画面影业有限公司主要作品统计表 187

图表 43 中国电影制作的投融资方式 224

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201101/59793.html>