

2020-2026年中国传媒影视 市场深度研究与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国传媒影视市场深度研究与投资前景预测报告》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.chinairr.org/report/R04/R0401/202003/31-341355.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国传媒影视市场深度研究与投资前景预测报告》共十三章。首先介绍了传媒影视行业市场发展环境、传媒影视整体运行态势等，接着分析了传媒影视行业市场运行的现状，然后介绍了传媒影视市场竞争格局。随后，报告对传媒影视做了重点企业经营状况分析，最后分析了传媒影视行业发展趋势与投资预测。您若想对传媒影视产业有个系统的了解或者想投资传媒影视行业，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 2014-2019年国际传媒影视产业概况

1.1 国际传媒影视业状况

1.1.1 广播传媒影视业发展特征

1.1.2 电视产业运行特点

1.1.3 电影市场发展现状

1.1.4 优秀电影作品分析

1.1.5 各国电视剧特点简析

1.2 美国

1.2.1 电影产业成功经验

1.2.2 好莱坞电影投融资途径

1.2.3 电影市场运行分析

1.2.4 电影消费结构分析

1.2.5 电视剧产业运作模式

1.3 英国

1.3.1 电视行业监管制度

1.3.2 电视新闻节目运作模式

1.3.3 电视剧产制模式分析

1.3.4 电影票房收入规模

1.3.5 政府的政策扶持力度

1.4 法国

1.4.1 传媒影视产业资助政策

1.4.2 电影市场发展现状

1.4.3 产业发展促进因素

1.4.4 电影产业获政府支持

1.4.5 电影产业融资模式

1.4.6 电影发展方向及战略

1.5 韩国

1.5.1 韩国传媒影视产业的崛起

1.5.2 电影产业的运行状况

1.5.3 电视剧产业运作模式

1.5.4 传媒影视业经济驱动效应

1.6 日本

1.6.1 电视剧制作与播映模式

1.6.2 电影市场运行情况

1.6.3 电影产业发展策略

1.7 印度

1.7.1 电影产业发展态势

1.7.2 电影产业收入规模

1.7.3 电影产业集群状况

1.7.4 电影产业发展瓶颈

1.7.5 开拓国际市场策略

1.8 中国香港

1.8.1 传媒影视产业发展现状

1.8.2 电影票房情况分析

1.8.3 传媒影视产业政策环境

第二章 2014-2019年中国广播传媒影视产业分析

2.1 广播传媒影视产业运行综述

2.1.1 产业发展背景

2.1.2 产业驱动因素

2.1.3 行业发展蜕变

- 2.1.4 行业制播分离路径
- 2.1.5 行业关键词解读
- 2.2 广播传媒影视产业政策环境分析
 - 2.2.1 产业税收政策环境
 - 2.2.2 广播传媒影视业审批调整
 - 2.2.3 三网融合进程逐步加快
 - 2.2.4 广电总局加强节目管理
 - 2.2.5 广播传媒影视“十三五”规划
- 2.3 2014-2019年中国广播传媒影视业的发展
 - 2.3.1 广播传媒影视运行情况
 - 2.3.2 广播传媒影视收入规模
 - 2.3.3 广播传媒影视市场格局
 - 2.3.4 行业发展问题分析
 - 2.3.5 广播传媒影视发展趋向
- 2.4 2014-2019年中国广播传媒影视业改革分析
 - 2.4.1 改革目标及重点
 - 2.4.2 制播分离改革
 - 2.4.3 改革思路建议
- 2.5 广播传媒影视产业的发展策略分析
 - 2.5.1 行业发展思路
 - 2.5.2 行业发展途径
 - 2.5.3 发展战略措施
 - 2.5.4 资本运营策略
 - 2.5.5 参与三网融合
 - 2.5.6 行业发展重点

第三章 2014-2019年中国传媒影视产业分析

- 3.1 中国传媒影视产业的监管体系解析
 - 3.1.1 电影行业监管体系
 - 3.1.2 电视剧行业监管体系
 - 3.1.3 艺人经纪及相关服务业监管体系
- 3.2 中国传媒影视产业发展综述

- 3.2.1 传媒影视产业发展特征
- 3.2.2 行业运营模式分析
- 3.2.3 传媒影视动画产业现状
- 3.2.4 “大数据”改变行业商业模式
- 3.2.5 网络化成为行业常态
- 3.3 2014-2019年中国传媒影视基地的建设及发展模式
 - 3.3.1 传媒影视基地发展脉络
 - 3.3.2 传媒影视基地建设动态
 - 3.3.3 传媒影视基地发展特征
 - 3.3.4 传媒影视基地发展动因
 - 3.3.5 传媒影视基地制约因素
 - 3.3.6 传媒影视基地发展战略
- 3.4 中国传媒影视产业存在的问题
 - 3.4.1 行业制约因素
 - 3.4.2 缺乏高级人才
 - 3.4.3 版权问题严峻
 - 3.4.4 投融资难度大
 - 3.4.5 衍生品市场冷淡
- 3.5 中国传媒影视产业的发展建议
 - 3.5.1 突破行业桎梏
 - 3.5.2 完善全产业链
 - 3.5.3 打造优秀品牌
 - 3.5.4 集群发展策略
 - 3.5.5 扩大衍生品市场

第四章 2014-2019年中国电影业发展分析

- 4.1 中国电影产业的总体分析
 - 4.1.1 中国电影产业链分析
 - 4.1.2 电影制片业运行特点
 - 4.1.3 电影制片业盈利模式
 - 4.1.4 电影院线相关概述
 - 4.1.5 电影院消费特点分析

4.2 2014-2019年中国电影产业发展的政策红利

4.2.1 电影发展促进意见

4.2.2 电影专项资金管理

4.2.3 电影产业促进法

4.3 2014-2019年中国电影产业票房情况分析

4.3.1 电影上映率

4.3.2 票房总收入

4.3.3 电影观影人次

4.3.4 电影票房排名

4.3.5 地区电影票房

4.4 2014-2019年中国电影院线发展现状

4.4.1 银幕建设现状

4.4.2 院线数量及规模

4.4.3 影院运营效率分析

4.4.4 重点省市分布格局

4.4.5 电影产业发展建议

4.4.6 加快产业化发展

4.4.7 建立现代市场体系

第五章 2014-2019年中国电影市场分析

5.1 2015年中国电影市场的发展

5.1.1 月度票房市场分析

5.1.2 优势票房区间分析

5.1.3 制片投资主体多元化

5.1.4 电影营销市场分析

5.1.5 暑期档市场格局

5.1.6 电影O2O平台

5.2 2016年中国电影市场的发展

5.2.1 月度票房市场分析

5.2.2 市场发展特征分析

5.2.3 市场发展形势分析

5.2.4 市场竞争格局分析

- 5.2.5 IP电影持续爆发
- 5.3 2019年中国电影市场发展形势
 - 5.3.1 季度票房市场分析
 - 5.3.2 国产电影市场现状
 - 5.3.3 市场盈利情况分析
 - 5.3.4 市场竞争态势分析
- 5.4 中国电影制作市场分析
 - 5.4.1 国产电影生产规模
 - 5.4.2 制作市场运行特点
 - 5.4.3 制作市场盈利模式
- 5.5 中国电影发行市场分析
 - 5.5.1 电影发行管理政策
 - 5.5.2 电影发行主体分析
 - 5.5.3 发行市场格局改变
- 5.6 中国电影消费市场解析
 - 5.6.1 消费人群分析
 - 5.6.2 受众消费心理
 - 5.6.3 影院消费特点
 - 5.6.4 消费者行为分析

第六章 2014-2019年中国电视产业分析

- 6.1 中国电视业发展概况
 - 6.1.1 产业运行概况
 - 6.1.2 产业转型发展
 - 6.1.3 媒介融合分析
 - 6.1.4 行业转型模式
- 6.2 2015年电视行业发展分析
 - 6.2.1 电视市场特征
 - 6.2.2 电视收视市场
 - 6.2.3 电视广告投放分析
 - 6.2.4 网络剧市场分析
 - 6.2.5 综艺节目市场分析

6.3 2016年电视行业运行态势

6.3.1 电视市场运行现状

6.3.2 综艺节目市场现状

6.3.3 网络剧市场态势

6.3.4 电视广告投放情况

6.4 2014-2019年中国电视收视状况调查分析

6.4.1 电视收视方式

6.4.2 城乡用户比例

6.4.3 用户满意度分析

6.4.4 收视内容偏好

6.4.5 收视行为偏好

6.4.6 电视广告信任度

6.5 国内互联网电视产业发展概况

6.5.1 产业概念界定

6.5.2 商业化进程分析

6.5.3 发展问题分析

6.5.4 产业发展建议

6.6 2014-2019年中国互联网电视市场发展分析

6.6.1 市场渗透率

6.6.2 市场发展态势

6.6.3 市场运营现状

6.6.4 盈利困境分析

6.7 国内电视剧产业发展概况

6.7.1 产业发展历程

6.7.2 行业供求情况

6.7.3 核心要素分析

6.7.4 播出渠道分析

6.7.5 衍生产业开发

6.8 2014-2019年中国电视剧市场发展分析

6.8.1 市场发展要素

6.8.2 市场发展特征

6.8.3 市场运行现状

6.8.4 市场竞争情况

第七章 2014-2019年中国重点地区传媒影视业分析

7.1 北京

7.1.1 传媒影视发展成果

7.1.2 行业创收收入

7.1.3 电影市场统计

7.1.4 发展面临形势

7.1.5 传媒影视建设项目

7.2 上海

7.2.1 行业政策环境

7.2.2 电影市场规模

7.2.3 传媒影视生态变化

7.2.4 市场培育举措

7.3 广东

7.3.1 传媒影视市场现状

7.3.2 总体市场规模

7.3.3 电影行业规模

7.3.4 市场发展态势

7.3.5 未来发展目标

7.4 浙江

7.4.1 市场发展成就

7.4.2 总体经营状况

7.4.3 电影市场规模

7.4.4 传媒影视发展困境

7.5 江苏省

7.5.1 产业发展特点

7.5.2 行业收入分析

7.5.3 电影市场规模

7.5.4 发展面临形势

7.5.5 产业发展障碍

7.5.6 产业支持政策

7.6 河南省

7.6.1 产业发展创新

7.6.2 传媒影视创作情况

7.6.3 对外交流合作

7.6.4 发展存在问题

7.6.5 发展对策建议

7.7 云南

7.7.1 电影运行状况

7.7.2 产业扶持政策

7.7.3 产业基地建设

7.7.4 传媒影视品牌发展

7.7.5 产业发展困境

7.7.6 传媒影视发展思路

7.8 其他地区

7.8.1 山东省

7.8.2 四川省

7.8.3 湖北省

第八章 2014-2019年传媒影视产业竞争与营销分析

8.1 中国电影业国际竞争力

8.1.1 国际竞争力内涵

8.1.2 电影产业价值链

8.1.3 电影产业技术链

8.1.4 电影产业文化链

8.1.5 国际竞争力形成机理

8.2 中国电影业竞争分析

8.2.1 市场参与主体竞争特征

8.2.2 电影制作发行市场竞争格局

8.2.3 电影票房市场竞争格局剖析

8.2.4 中国电影海外市场竞争战略

8.3 中国电视剧竞争分析

8.3.1 电视剧行业竞争的本质

- 8.3.2 电视剧制作行业竞争格局
- 8.3.3 视频网站电视剧竞争格局
- 8.3.4 电视剧行业的不规范竞争现象
- 8.3.5 电视剧竞争中存在的主要问题
- 8.3.6 电视剧竞争行业的制胜对策
- 8.4 电影业营销状况及策略分析
 - 8.4.1 电影营销的典型模式
 - 8.4.2 电影营销大战经典案例盘点
 - 8.4.3 电影营销现实水平分析
 - 8.4.4 微电影营销的战略变革分析
 - 8.4.5 电影营销的问题及建议
 - 8.4.6 国产电影全方位整合营销策略
- 8.5 电视剧营销分析
 - 8.5.1 电视剧市场营销的目标
 - 8.5.2 电视剧市场营销的环境与形势
 - 8.5.3 中国电视剧市场营销策略
 - 8.5.4 中国电视剧营销模式变革
 - 8.5.5 中国电视剧营销竞争格局与趋势
 - 8.5.6 电视剧营销的要点及思路分析

第九章 2014-2019年国外重点传媒影视企业经营状况

- 9.1 时代华纳（Time Warner）
 - 9.1.1 企业发展概况
 - 9.1.2 2015年经营状况
 - 9.1.3 2016年经营状况
 - 9.1.4 2019年经营状况
- 9.2 迪士尼（The Walt Disney Company Group）
 - 9.2.1 企业发展概况
 - 9.2.2 2015财年经营状况
 - 9.2.3 2016财年经营状况
 - 9.2.4 2019财年经营状况
- 9.3 维亚康姆（Viacom）

- 9.3.1 企业发展概况
- 9.3.2 2015财年经营状况
- 9.3.3 2016财年经营状况
- 9.3.4 2019财年经营状况
- 9.4 索尼公司
- 9.4.1 企业发展概况
- 9.4.2 2015财年经营状况
- 9.4.3 2016财年经营状况
- 9.4.4 2019财年经营状况

第十章 2014-2019年国内重点传媒影视企业经营状况

- 10.1 光线传媒
- 10.1.1 企业发展概况
- 10.1.2 经营效益分析
- 10.1.3 业务经营分析
- 10.1.4 财务状况分析
- 10.2 华谊兄弟
- 10.2.1 企业发展概况
- 10.2.2 经营效益分析
- 10.2.3 业务经营分析
- 10.2.4 财务状况分析
- 10.3 电广传媒
- 10.3.1 企业发展概况
- 10.3.2 经营效益分析
- 10.3.3 业务经营分析
- 10.3.4 财务状况分析
- 10.4 慈文传媒
- 10.4.1 企业发展概况
- 10.4.2 经营效益分析
- 10.4.3 业务经营分析
- 10.4.4 财务状况分析
- 10.5 华录百纳

- 10.5.1 企业发展概况
- 10.5.2 经营效益分析
- 10.5.3 业务经营分析
- 10.5.4 财务状况分析
- 10.6 金逸影视
 - 10.6.1 企业发展概况
 - 10.6.2 经营效益分析
 - 10.6.3 业务经营分析
 - 10.6.4 财务状况分析
- 10.7 中视传媒
 - 10.7.1 企业发展概况
 - 10.7.2 经营效益分析
 - 10.7.3 业务经营分析
 - 10.7.4 财务状况分析
- 10.8 浙报传媒
 - 10.8.1 企业发展概况
 - 10.8.2 经营效益分析
 - 10.8.3 业务经营分析
 - 10.8.4 财务状况分析

第十一章 2014-2019年中国电影行业投资运作分析

- 11.1 中国电影业的SWOT分析
 - 11.1.1 优势
 - 11.1.2 劣势
 - 11.1.3 机遇
 - 11.1.4 威胁
- 11.2 中国电影产业投资状况
 - 11.2.1 行业主要投资领域
 - 11.2.2 电影制片投融资分析
 - 11.2.3 电影发业投资价值
 - 11.2.4 产业投资壁垒分析
 - 11.2.5 产业投融资风险分析

11.3 中国电影产业投资策略分析

11.3.1 电影产业投资建议

11.3.2 降低投资风险策略

11.3.3 完善行业融资体制

11.3.4 国外投融资模式借鉴

11.4 中国电影众筹模式分析

11.4.1 电影行业众筹现状

11.4.2 众筹对产业的影响

11.4.3 众筹模式缺点分析

11.4.4 众筹模式发展展望

第十二章 2014-2019年电视产业投资运作分析

12.1 电视产业投资机会

12.1.1 节目生产与销售

12.1.2 电视收视网络

12.1.3 电视广告

12.1.4 技术设备生产与销售

12.1.5 电视购物

12.2 电视剧产业投资分析

12.2.1 产业制作资金来源

12.2.2 电视剧行业投资情况

12.2.3 电视剧投资要点

12.2.4 产业投融资发展趋势

12.3 电视剧行业投资风险及建议

12.3.1 行业进入壁垒

12.3.2 投资风险及其原因

12.3.3 电视剧制作风险

12.3.4 投资风险规避策略

第十三章 2020-2026年传媒影视产业前景与趋势分析

13.1 中国传媒影视产业未来发展展望

13.1.1 绿色传媒影视发展空间大

- 13.1.2 动漫传媒影视发展前景分析
- 13.1.3 传媒影视产业发展趋势分析
- 13.2 2020-2026年中国传媒影视产业预测分析
 - 13.2.1 中国传媒影视产业发展因素分析
 - 13.2.2 2020-2026年中国广播传媒影视行业总收入预测
 - 13.2.3 2020-2026年中国电影票房收入预测
 - 13.2.4 2020-2026年中国电视剧市场规模预测

部分图表目录：

- 图表1 2019年全球重点市场票房及观影人数对比
 - 图表2 2019年度北美票房前十名
 - 图表3 2019年度电影公司北美票房排名
 - 图表4 2019年北美电影票房
 - 图表5 2006-2019年北美电影观影人次和人均观影频次
 - 图表6 2011-2019年北美各年龄层电影观看频次
 - 图表7 2011-2019年北美各年龄层3D或巨幕电影观看频次
 - 图表8 2011-2019年北美不同性别人群电影观看频次
 - 图表9 2019年第美国收视率排名前十名剧目类型及其制作公司
 - 图表10 2019年英国电影票房前10
- 更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0401/202003/31-341355.html>