

2016-2022年中国互联网+电影服务市场需求调研 及十三五发展定位研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国互联网+电影服务市场需求调研及十三五发展定位研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/250382250382.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

中国报告网发布的《2016-2022年中国互联网+电影服务市场需求调研及十三五发展定位研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

报告简介

第一章互联网+电影服务产业发展综述

1.1“互联网+电影服务”概念界定

1.1.1“互联网+”的提出及内涵分析

(1)“互联网+”的提出

(2)“互联网+”的内涵

1.1.2“互联网+电影服务”的定义

1.1.3“互联网+电影服务”产业链分析

1.1.4本报告的研究范围

1.2互联网+电影服务产业PEST分析

1.2.1政策环境分析（P）

(1)行业管理体制分析

(2)行业发展规划分析

(3)行业政策动向分析

(4)政策环境对产业的影响

1.2.2经济环境分析（E）

(1)宏观经济运行分析

1)国际宏观经济运行分析

2)国内宏观经济运行分析

(2)电子商务发展情况分析

(3)经济环境对产业的影响

1.2.3社会环境分析（S）

- （1）互联网普及情况分析
- （2）城乡居民收入增长情况
- （3）社会环境对产业的影响

1.2.4技术环境分析（T）

- （1）云计算技术发展现状及未来趋势分析
- （2）物联网技术发展现状及未来趋势分析
- （3）通信技术的发展现状及未来趋势分析
- （4）大数据技术发展现状及未来趋势分析
- （5）技术环境对产业的影响

1.3互联网+电影服务产业发展现状分析

1.3.1全球电影产业发展状况分析

- （1）全球电影票房收入规模
- （2）主要国家电影票房收入
- （3）全球电影产业银幕数量

1.3.2中国电影产业发展状况分析

- （1）中国电影产业产量规模
- （2）中国电影产业收入规模
- （3）中国电影产业观影人次

1.3.3互联网给电影产业带来的冲击和变革

- （1）互联网思维颠覆电影传统理念

1) 粉丝经济

2) 用户思维

3) 大数据思维

4) 平台化思维

- （2）互联网改变观影模式与观影空间

1) 互动观影

2) 弹幕电影

- （3）互联网重塑电影产业发展路径

1.3.4中国互联网+电影服务产业竞争态势分析

- （1）中国互联网+电影服务产业竞争格局分析
- （2）中国互联网+电影服务潜在进入者威胁分析

1.3.5中国互联网+电影服务产业投资并购分析

- （1）中国互联网+电影服务产业投资并购动机
- （2）中国互联网+电影服务产业投资并购特点

(3) 中国互联网+电影服务产业投资并购动向

(4) 中国互联网+电影服务产业投资并购趋势

第二章互联网+电影服务产业筹资模式创新策略及优秀案例

2.1互联网+电影服务产业筹资模式创新策略——众筹

2.1.1互联网众筹概况简介

2.1.2互联网+电影服务众筹发展现状

2.1.3互联网+电影服务众筹应用评价

(1) 对电影产业链的积极影响

(2) 互联网+电影服务众筹局限性分析

2.1.4互联网+电影服务众筹平台分析

(1) 大家投

(2) 淘梦网

(3) 追梦网

(4) 影娱宝

(5) 众筹网

2.1.5互联网+电影服务众筹优秀案例

(1) 《我就是我》

(2) 《十万个冷笑话》

2.2互联网+电影服务产业筹资模式创新策略——娱乐宝

2.2.1“娱乐宝”概况简介

2.2.2“娱乐宝”发展现状

2.2.3“娱乐宝”应用评价

(1) 对电影产业链的积极影响

(2) “娱乐宝”局限性分析

2.2.4“娱乐宝”优秀案例

(1) 《小时代》

(2) 《狼图腾》

(3) 《老男孩》

(4) 《绝命逃亡》

2.3互联网+电影服务产业筹资模式创新策略——百发有戏

2.3.1“百发有戏”概况简介

2.3.2“百发有戏”发展现状

2.3.3“百发有戏”应用评价

(1) 对电影产业链的积极影响

(2) “百发有戏”局限性分析

2.3.4“百发有戏”优秀案例

第三章互联网+电影服务产业制作模式创新策略及优秀案例

3.1互联网+电影服务产业叙事方式创新策略——数据库叙事

3.1.1数据库叙事概况简介

3.1.2数据库叙事发展现状

3.1.3数据库叙事应用评价

(1) 对电影产业链的积极影响

(2) 数据库叙事局限性分析

3.1.4数据库叙事未来趋势

3.1.5数据库叙事优秀案例

(1) 《小时代》

(2) 《纸牌屋》

3.2互联网+电影服务产业创作模式创新策略——UGC模式

3.2.1UGC模式概况简介

3.2.2UGC模式发展现状

3.2.3UGC模式应用评价

(1) 对电影产业链的积极影响

(2) UGC模式局限性分析

3.2.4UGC模式未来趋势

3.2.5UGC模式优秀案例

3.3互联网+电影服务产业制作技术创新策略——立体/奇观电影

3.3.1立体/奇观电影简介

3.3.2立体/奇观电影发展现状

3.3.3立体/奇观电影未来趋势

3.3.4立体/奇观电影优秀案例

(1) 《阿凡达》

(2) 《变形金刚4》

(3) 《少年派的奇幻漂流》

第四章互联网+电影服务产业营销模式创新策略及优秀案例

4.1互联网+电影服务产业营销模式创新策略——微博营销

4.1.1微博营销定义简介

4.1.2微博主要功能分析

4.1.3微博营销价值分析

4.1.4微博用户规模分析

4.1.5微博营销模式分析

- (1) 企业自营推广模式
- (2) 意见领袖推广模式
- 4.1.6 电影微博营销模式分析
 - (1) 立项期微博营销策略
 - (2) 筹备期微博营销策略
 - (3) 拍摄期微博营销策略
 - (4) 制作期微博营销策略
 - (5) 宣传期微博营销策略
 - (6) 上映期微博营销策略
- 4.1.7 电影微博营销优秀案例
 - (1) 《失恋33天》
 - (2) 《小时代》
 - (3) 《后会无期》
- 4.2 互联网+电影服务产业营销模式创新策略——微信营销
 - 4.2.1 微信营销定义简介
 - 4.2.2 微信主要功能分析
 - 4.2.3 微信营销价值分析
 - 4.2.4 微信用户规模分析
 - 4.2.5 微信营销模式分析
 - (1) 第三方服务商营销模式
 - (2) 企业自建自营模式
 - 4.2.6 电影微信营销模式分析
 - (1) 微信公众号营销策略
 - (2) 微信朋友圈营销策略
 - (3) 微信二维码营销策略
 - (4) 微信红包营销策略
 - (5) 微信漂流瓶营销策略
 - (6) 微信LBS营销策略
 - 4.2.7 电影微信营销优秀案例
 - (1) 《富春山居图》
 - (2) 《爸爸的假期》
 - (3) 《完美出逃》
- 4.3 互联网+电影服务产业营销模式创新策略——APP营销
 - 4.3.1 APP营销定义简介
 - 4.3.2 APP主要功能分析

4.3.3APP营销价值分析

4.3.4APP用户规模分析

4.3.5APP营销模式分析

4.3.6电影APP营销模式分析

(1) 上映前发行同名APP

(2) 联合优质APP进行宣传

4.3.7电影APP营销优秀案例

(1) 《被偷走的那五年》

(2) 《京城81号》

(3) 《饥饿游戏2》

第五章互联网+电影服务产业售票模式创新策略及优秀案例

5.1互联网+电影服务产业售票模式创新策略——团购网站售票

5.1.1团购网站售票概况简介

5.1.2团购网站售票发展现状

5.1.3团购网站售票模式评价

(1) 对电影产业链的积极影响

(2) 团购网站售票局限性分析

5.1.4团购网站售票优秀案例

(1) 美团网

(2) 拉手网

(3) 百度糯米

(4) 大众点评网

5.2互联网+电影服务产业售票模式创新策略——在线选座售票

5.2.1在线选座售票概况简介

5.2.2在线选座售票发展现状

5.2.3在线选座售票模式评价

(1) 对电影产业链的积极影响

(2) 在线选座售票局限性分析

5.2.4在线选座售票优秀案例

(1) 时光网

(2) 猫眼电影

(3) 万达电影

(4) 格瓦拉电影

(5) 蜘蛛网电影

5.3互联网+电影服务产业售票模式创新策略——APP售票

5.3.1 APP售票概况简介

5.3.2 APP售票发展现状

5.3.3 APP售票模式评价

(1) 对电影产业链的积极影响

(2) APP售票局限性分析

5.3.4 APP售票优秀案例

(1) 微信电影票

(2) 太平洋影城APP客户端

第六章 互联网+电影服务后期经营模式创新策略及优秀案例

6.1 互联网+电影服务后期经营模式创新策略——粉丝经济模式

6.1.1 粉丝经济模式简介

6.1.2 粉丝经济模式发展现状

6.1.3 粉丝经济模式未来趋势

6.1.4 粉丝经济模式优秀案例

(1) 《超能陆战队》

(2) 《冰雪奇缘》

(3) 《功夫熊猫》

6.2 互联网+电影服务后期经营模式创新策略——网络点播分成模式

6.2.1 网络点播分成模式简介

6.2.2 网络点播分成模式发展现状

6.2.3 网络点播分成模式未来趋势

6.2.4 网络点播分成模式优秀案例

(1) 《一步之遥》

(2) 《刺杀金正恩》

6.3 互联网+电影服务后期经营模式创新策略——APP版权经营模式

6.3.1 APP版权经营模式简介

6.3.2 APP版权经营模式发展现状

6.3.3 APP版权经营模式未来趋势

6.3.4 APP版权经营模式优秀案例

(1) 《盗梦空间》

(2) 《黑暗骑士》

第七章 中国互联网+电影服务产业市场前景及投资机会分析

7.1 中国互联网+电影服务产业发展趋势及前景

7.1.1 中国互联网+电影服务产业发展机遇剖析

7.1.2 中国互联网+电影服务产业发展瓶颈剖析

- (1) 网络盗版冲击电影产业
- (2) 电子商务影响影院利润
- 7.1.3 中国互联网+电影服务产业市场前景预测
- 7.2 中国互联网+电影服务产业投资特性及模式
 - 7.2.1 互联网+电影服务产业投资壁垒分析
 - (1) 政策壁垒
 - (2) 技术壁垒
 - (3) 市场壁垒
 - 7.2.2 互联网+电影服务产业投资风险分析
 - 7.2.3 互联网+电影服务产业投资模式分析
- 7.3 中国互联网+电影服务产业投资机会及建议
 - 7.3.1 中国互联网+电影服务产业投资机会
 - 7.3.2 中国互联网+电影服务产业投资建议
- 第八章 中国大型企业互联网+电影服务业务投资布局分析
 - 8.1 互联网+电影服务产业投资主体结构特征分析
 - 8.2 传统影视企业“互联网+电影服务”投资布局分析
 - 8.2.1 华谊兄弟
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业互联网+电影服务投资布局
 - (4) 企业互联网+电影服务产品/服务分析
 - (5) 企业最新发展动向
 - 8.2.2 乐视影业
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业互联网+电影服务投资布局
 - (4) 企业互联网+电影服务产品/服务分析
 - (5) 企业最新发展动向
 - 8.2.3 光线影业
 - (1) 企业基本信息分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+电影服务投资布局
- (4) 企业互联网+电影服务产品/服务分析
- (5) 企业zui新发展动向

8.2.4 万达影业

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+电影服务投资布局
- (4) 企业互联网+电影服务产品/服务分析
- (5) 企业zui新发展动向

8.2.5 博纳影业

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿zhai能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业互联网+电影服务投资布局
- (4) 企业互联网+电影服务产品/服务分析
- (5) 企业zui新发展动向

8.2.6 华策影视

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿zhai能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业互联网+电影服务投资布局
- (4) 企业互联网+电影服务产品/服务分析
- (5) 企业zui新发展动向

8.2.7 互联网电影集团

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析

- (3) 企业互联网+电影服务投资布局
- (4) 企业互联网+电影服务产品/服务分析
- (5) 企业zui新发展动向

8.2.8 中国电影集团公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+电影服务投资布局
- (4) 企业互联网+电影服务产品/服务分析
- (5) 企业zui新发展动向

8.3 BAT等互联网企业“互联网+电影服务”投资布局分析

8.3.1 阿里影业

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿zhai能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业互联网+电影服务布局资源
- (4) 企业互联网+电影服务布局思路
- (5) 企业互联网+电影服务产品/服务分析
- (6) 企业zui新发展动向

8.3.2 百度公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- 1) 利润分析
- 2) 资产负zhai分析
- 3) 现金liu量分析
- 4) 主要指标分析
- (3) 企业互联网+电影服务布局资源
- (4) 企业互联网+电影服务布局思路
- (5) 企业互联网+电影服务产品/服务分析
- (6) 企业zui新发展动向

8.3.3 腾讯公司

- (1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业互联网+电影服务布局资源

(4) 企业互联网+电影服务布局思路

(5) 企业互联网+电影服务产品/服务分析

(6) 企业最新发展动向

8.3.4合一影业

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+电影服务布局资源

(4) 企业互联网+电影服务布局思路

(5) 企业互联网+电影服务产品/服务分析

(6) 企业最新发展动向

8.3.5猫眼电影

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+电影服务布局资源

(4) 企业互联网+电影服务布局思路

(5) 企业互联网+电影服务产品/服务分析

(6) 企业最新发展动向

8.3.6游族影业

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+电影服务布局资源

(4) 企业互联网+电影服务布局思路

(5) 企业互联网+电影服务产品/服务分析

(6) 企业最新发展动向

8.3.7爱奇艺影业

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+电影服务布局资源

- (4) 企业互联网+电影服务布局思路
- (5) 企业互联网+电影服务产品/服务分析
- (6) 企业zui新发展动向

图表目录

- 图表1：互联网+电影服务产业链结构图
- 图表2：互联网+电影服务产业发展规划汇总表
- 图表3：互联网+电影服务产业主要政策汇总表
- 图表4：政策环境对产业的影响分析表
- 图表5：2016-2022年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）
- 图表6：2016-2022年美国经济增长趋势及预测（单位：%）
- 图表7：2016-2022年德国经济增长趋势及预测（单位：%）
- 图表8：2016-2022年日本经济增长趋势及预测（单位：%）
- 图表9：2013-2015年中国GDP增长率变化趋势图（单位：%）
- 图表10：2013-2015年中国工业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）
- 图表11：2013-2015年中国服务业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）
- 图表12：2013-2015年中国电商交易规模发展趋势（单位：亿元，%）
- 图表13：2016-2022年中国电商交易规模预测
- 图表14：经济环境对产业的影响分析
- 图表15：2013-2015年我国网民规模及互联网普及率
- 图表16：2013-2015年中国网民各类网络应用的使用率
- 图表17：2013-2015年我国移动网民规模及增长速度
- 图表18：2013-2015年我国城镇居民人均收入增长情况（单位：元，%）
- 图表19：2013-2015年我国农村居民人均收入增长情况（单位：元，%）
- 图表20：社会环境对产业的影响分析表
- 图表21：技术环境对产业的影响分析表
- 图表22：2013-2015年全球电影市场票房收入（单位：亿美元）
- 图表23：2013-2015年全球各地区票房情况（单位：亿美元）
- 图表24：2015年全球电影消费市场结构（单位：%）
- 图表25：2015年票房收入前10名国家对比（单位：亿美元）
- 图表26：2013-2015年主要电影市场本土电影票房市场份额（单位：%）
- 图表27：2013-2015年全球银幕数量（单位：块）
- 图表28：2015年全球各地区银幕分布数量（单位：块）
- 图表29：2013-2015年中国国产影片总产量（单位：部）
- 图表30：2013-2015年中国电影产业规模及增长情况（单位：亿元，%）
- 图表31：2013-2015年中国内地电影观影人次及增长情况（单位：亿人次，%）

图表32：中国互联网+电影服务产业现有竞争者之间的竞争分析及结论

图表33：中国互联网+电影服务产业潜在进入者的威胁分析及结论

图表34：2013-2015年中国互联网+电影服务产业投资并购动向

图表35：互联网+电影服务众筹局限性分析

图表36：“娱乐宝”局限性分析

图表37：“百发有戏”局限性分析

图表38：数据库叙事模式局限性分析

图表39：UGC模式局限性分析

图表40：新浪微博的主要功能分析

图表41：2013-2015年新浪微博月活跃用户增长情况（单位：亿人，%）

图表42：意见领袖对信息进行加工与解释进而传播的案例

图表43：意见领袖对粉丝的影响示意图

图表44：郑渊洁与移动WIFI的微博故事

图表45：2013-2015年各类微博账号日均微博走势图

图表46：2013-2015年各类微博账号日均微博数分布图

图表47：2013-2015年各类微博账号平均每个微博月均收到转评数

图表48：微信功能的发展演变路径示意图

图表49：微信公众平台功能演变历程示意图

图表50：微信的营销价值分析

图表51：微信公众平台的营销价值

图表52：2013-2015年微信用户数量增长情况趋势图（亿人，%）

图表53：2015年APPStore中各类应用增长速度（单位：%）

图表54：近年来全球APP下载量统计（单位：亿次，%）

图表55：国内网民APP安装数量分布（单位：%）

图表56：不同APP适合投放电影类型

图表57：APP营销票房破亿的影片

图表58：2013-2015年中国主要团购网站电影票销售收入统计

图表59：2013-2015年中国主要在线售票网站电影票销售收入统计

图表60：2013-2015年中国主要APP客户端电影票销售收入统计

（GYYS）

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/250382250382.html>