

2018-2024年中国电影院线和电影院行业市场产销 态势分析与投资商机分析预测报告

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《2018-2024年中国电影院线和电影院行业市场产销态势分析与投资商机分析预测报告》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/yingshidongman/311423311423.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

一、绪言

2002年12月，根据国务院颁布的《电影管理条例》，全国的地方电影公司逐步转变为院线实体，正式开始实行院线制改革。截止至2005年3月，院线制改革基本完成。电影院线制是依托于若干家子院线公司，并以资本、签约或供片为纽带，由若干个子院线公司围绕着一个电影发行主体组合形成，实行统一品牌、供片、经营管理的一种发行放映机制。

电影院线制的设立使我国电影业的发展走上了规模化、品牌化的道路，它实行统一品牌、统一供片、统一经营管理，融合发行、放映为一体，节约了中间费用，减少了发行层次，增加了销售渠道，扩大了电影市场规模，建立起了良性运转的电影市场机制。

根据国家新闻出版广电总局的数据显示，2016年，全国影院总票房达到450.79亿元，观影人次达到14亿人次。中国实施院线制十多年以来，影院建设如火如荼，院线规模不断扩大，票房收入不断提高。然而，在影院数量和票房收入异常迅猛地高速增长的同时，电影院线产业的市场结构是否合理？电影院线企业之间是否存在着恶性的市场竞争行为？我们应该如何保证电影院线市场呈健康态势发展？这些问题都是值得我们思考和解决的。

二、测度方法和数据说明

在结构主义学派看来，市场结构是研究产业组织的钥匙，而市场集中度则是衡量市场结构的最核心的概念。

市场集中度是衡量市场中企业数目及其相对规模与分布的重要指标，反映了市场竞争和垄断程度。测算市场集中度的方法有很多，比如行业集中度、赫芬达尔—赫希曼指数、洛仑兹曲线、基尼系数等。本文选用较为常用的行业集中度指数（CR_n）来衡量中国电影院线业的市场集中度及其变化。

所谓行业集中度，是指行业内规模最大的前几位企业的有关数值X（可以是产值、产量、销售额、销售量、职工人数、资产总额等）占整个市场或行业的份额，一般以产业内最大若干家厂商的销售额占全产业销售额的比重来衡量。

例如，CR₄是指四个最大的企业占有该相关市场份额。同样，五个企业集中率（CR₅）、八个企业集中率（CR₈）、十个企业集中率（CR₁₀）通过相关公式均可以计算出来。

其计算CRn的公式如下：

其中， X_n 表示产业中第 n 位厂商的产值（或者产量、销售额等）， n 表示产业内的厂商数， n 的取值取决于研究的需要，通常是取CR4或CR8，数据完整的情况下也可以取CR10。一般来说，CRn越大，市场集中度就越高，说明前 n 位企业在整个市场中所占比重就越大，对市场的操纵能力、经济支配能力也就越强；反之，CRn越小，集中度就越低，表明少数厂商很难操纵和支配市场，企业竞争程度较强。

为了分析中国电影院线市场集中度及其变化情况，我们搜集了2002年到2016年上半年中国电影院线票房收入排名前10的院线。其数据来源主要有：国家新闻出版广电总局、中国电影发行放映协会、艾瑞咨询网等。在此基础上，运用行业集中度计算公式得出排名前4、前8家院线的行业集中度CR4、CR8等数据，以此分析我国电影院线市场集中度状况及其市场结构类型。

三、行业集中度综合分析

中国电影院线行业集中度情况可以通过相关数据的测算得出，这里选取了2002-2016年上半年一共历时15年的数据，我们测算出了这15年来中国电影院线行业集中度CR4和CR8，并分别计算出了CR4、CR8的均值、中位数、极差、方差、标准差等数值：

表：中国电影院线行业集中度（CRn）统计（2002-2016）

通过对这些数据的分析，我们可以看出，从2002年到2016年上半年，中国电影院线行业集中度有以下特征：

（一）我国电影院线市场集中度较高，属于寡占型市场结构

数据显示，自从我国开始实行电影院线制近15年来，中国电影院线行业集中度CR4、CR8的最大值分别为47.42%、72.7%；最小值分别为32.96%、49.83%；CR4、CR8的均值分别为40.31%、60.69%；极差分别为14.46%、22.87%。从均值和中位数的比较来看，2002-2016年中国电影院线行业集中度CR4和CR8呈对称分布；从极差和变异系数来看，CR4和CR8的离散程度均比较小，这表明近15年来，我国电影院线市场基本处于稳定状态，不存在大起大落现象。

按照美国经济学家贝恩的市场结构分类标准，我国电影院线市场集中度较高，属于寡占型市场结构（即35% CR4 < 50%或45% CR8 < 75%），具体表现为竞争企业数量较多，排名前几位的院线对市场控制力量较大，中小型院线之间的竞争较为激烈。产业经济的相

关经验研究表明，寡头垄断市场结构的效率相对较高，因而我国电影院线产业的垄断状况对于培养大型院线较为有利，能够进一步提升市场效率和产业经营绩效。

（二）行业集中度呈“先降低-后上升-再缓降”趋势

总体来说，从CR4、CR8数值变动情况来看，中国电影院线市场集中度在2009年到达峰值之后，开始呈缓慢下降趋势，但降幅较小，表明随着我国院线行业的市场化改革，市场垄断程度有所降低。

图：中国电影院线市场集中度变化趋势

从上图分别来看，15年里，中国电影院线市场集中度呈上升趋势的有5年，呈下降趋势的有10年，其中市场集中度最低的是2005年，最高的是2009年，这可能与当时的社会经济状况有很大的关系。

从增长和降低的幅度来看，增幅最大的是2006年，比2005年增长了9.86%；降幅最大的是2010年，比2009年下降了4.66%。另外从CR4和CR8的波动幅度来看，CR4的波动幅度较平缓，而CR8的波动幅度则更为明显，这说明中国电影院线市场前八位中的前四位寡头地位比较稳固，基本不可撼动，而后四位院线企业之间的竞争则异常激烈，这可能是市场环境的发展变化以及个别院线企业通过不断提升自身竞争力导致的结果。

2016上半年排名前十位院线票房市场份额

（三）电影院线“一超多强”，并呈金字塔结构分布

从2016年上半年排名前十位的电影院线市场份额来看，我国电影院线“一超多强”，呈金字塔结构分布。2016年上半年万达的票房市场份额达到了13.4%，是站在金字塔顶尖的院线企业。其次是处在第二梯队的广东大地、中影星美、上海联和，它们2016年上半年的市场份额分别是8.13%、7.56%、7.24%，基本能够在院线市场竞争中与万达一起成为中国电影院线市场前四位“霸主”，从历年的CR4值可以看出，排名前四为的这四个院线企业的票房地地位基本不可撼动。剩下的深圳中影南方新干线、中影数字、广东金逸珠江、浙江横店影视、浙江时代、华夏联和这些则属于第三梯队的院线企业，其所占的市场份额分别是6.95%、6.26%、6.17%、4.63%、3.27%、3.16%，由于市场环境和院线自身发展因素导致第三梯队的竞争则比较激烈。

图：2016上半年排名前十位院线票房市场份额

图：我国电影院线“金字塔”结构

四、优化我国电影院线行业发展的对策及建议

基于以上对我国电影院线行业市场集中度的分析，为进一步促进我国电影院线行业的发展，本文提出以下几点对策：

（一）加大并购重组力度，提高院线行业集中度，避免院线之间过度竞争

2015年，我国城市院线达到48条，影院数量达到6484家。从前面分析的CR8可以看出，除了排名前4位的影院之外，我国院线之间的竞争还是异常激烈的，排名前十位的院线每年都在重新洗牌，不断的有新的院线跻身前十，也不断有院线被挤出十名之外。相较于美国而言，美国电影产业呈现出高度集中的态势，排名前四位的院线占据了60%以上的市场份额，而我国排名前四位的院线占据的市场份额还不到40%。这种低集中的态势，将导致大部分院线为了提高票房收入盲目扩大规模而忽略院线发展是否健康的恶性竞争局面。

因此需要将院线进行兼并整合，提高院线的集中度，避免形成院线之间过度竞争的局面。通过整合兼并，未来院线数量将会逐渐减少，生产要素和资源不断向大型院线集中，最终将形成由5—10条院线控制全国大部分电影票房的产业规模，从而达到提高院线竞争能力并且增加院线的规模经济水平，提升终端放映市场的资源配置效率的目的。

（二）突出院线之间的差异，重视院线品牌化建设

目前国内院线的发展还停留在一味扩大影院数目的阶段，在经营过程中还没有体现各院线的特色，绝大多数影院提供的就是同质化的产品和服务，因此消费者在选择过程中往往不具备任何品牌忠诚度，这不利于行业内在位的影院保持自身的市场地位，容易被新进入者所取代。目前，在中国电影院线企业中，只有万达院线的品牌知名度和识别度相对比较高，这是因为它拥有强大的地产资本支持和便利的资源条件。

数据显示，截至2016年上半年，万达院线凭借“影院+商业广场”的运作模式和资本运营的实力，连续七年院线票房居于首位，成为行业领军企业。其中，它的商业地产的优势为其电影院线产业的品牌化的推广起到了不可取代的作用。

万达院线发展历程（票房：亿元）

而除了万达院线之外，其它院线基本就是各影院各自为阵，其固定的受众群体往往会

受到各种因素的局限。因此可以学习万达院线这种“影院+商业购物”的模式，建立自己的品牌，与其他院线形成差异。只有这样，才能保证自己不会在各大影院泛滥生长的浪潮中随波逐流最终被市场淘汰。

（三）降低院线地域的集中程度，转向开发二三级市场

根据调查显示，我国影院分布不均，大型影院多分布在发达的大、中城市，而这些主流市场影院大多面临着高地租、竞争大等问题，部分区域影院市场已经处于完全饱和的状态。从全国范围角度来看，主流市场与二级市场悬殊，一些具有票房潜力的二级、三级市场还处于搁置状态，巨大市场空间和潜在价值有待开发。

广东大地院线是最早完全致力于我国二、三线城市影院开发的电影院线，从2006年正式注册到2016年这十年来，广东大地院线凭借自己独特的市场定位与经营特点，如今已成功步入全国前三名的行列。因此，我们不妨借鉴广东大地的经验，打开二、三级城市电影市场大门，为电影行业的发展创造更多的机会。

观研天下发布的《2018-2024年中国电影院线和电影院行业市场产销态势分析与投资商机分析预测报告》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家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。

【报告大纲】

第一章 中国电影院线和电影院产业地位分析

1.1 电影院线和电影院相关术语定义

1.1.1 电影院线和影院定义

- 1.1.2 数字电影/数字拷贝/数字银幕定义
- 1.1.3D电影/3D银幕定义
- 1.1.4 IMAX电影/IMAX银幕定义
- 1.1.5 植入式广告/电影贴片广告/映前广告定义
- 1.2 电影院线制改革及院线性质的分析
 - 1.2.1 我国电影院线制改革分析
 - 1.2.2 电影院线性质的分析
- 1.3 电影产业链及利益分配格局分析
 - 1.3.1 电影产业链结构分析
 - 1.3.2 电影产业利益分配格局分析
 - 1.3.3 电影院线和电影院产业地位分析

第二章 国际电影产业发展现状及趋势分析

- 2.1 国际电影产业发展现状及趋势分析
 - 2.1.1 国际电影产业发展概况
 - (1) 新兴市场票房井喷引领全球电影收入增长
 - (2) 3D电影市场冰火两重天
 - (3) 成熟和新兴电影工业间的互动加速
 - 2.1.2 国际票房收入分析
 - (1) 全球电影市场票房收入规模
 - (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) 全球银幕规模及构成分析
 - (2) 主要国家银幕密度对比
 - 2.1.4 国际观影人次分析
 - 2.1.5 国际电影产业发展趋势分析
- 2.2 美国电影产业发展分析
 - 2.2.1 美国电影产业政策环境
 - 2.2.2 美国电影票房收入
 - 2.2.3 美国电影发行量
 - 2.2.4 美国电影票房排行榜
 - 2.2.5 美国电影产业发展模式
 - (1) 电影融资模式
 - (2) 电影制作模式
 - (3) 电影发行模式

- (4) 电影放映模式
- 2.2.6 美国电影产业营销战略与典型案例
- 2.3 欧洲电影产业发展分析
 - 2.3.1 欧洲电影产业政策环境
 - (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
 - 2.3.2 欧洲主要国家电影票房收入
 - 2.3.3 欧洲主要国家平均票价对比
 - 2.3.4 欧洲主要国家观影人次对比
 - 2.3.5 欧洲主要国家国产片份额
 - 2.3.6 欧洲主要国家电影票房排行榜
- 2.4 韩国电影产业发展分析
 - 2.4.1 韩国电影产业政策环境
 - 2.4.2 韩国电影票房收入
 - 2.4.3 韩国电影观影人次
 - 2.4.4 韩国电影国产片份额
 - 2.4.5 韩国电影票房排行榜
 - 2.4.6 韩国电影产业衰退分析
 - (1) 韩国电影衰退表现
 - (2) 韩国电影衰退原因
 - (3) 韩国电影界应对策略
- 2.5 日本电影产业发展分析
 - 2.5.1 日本电影产业政策环境
 - 2.5.2 日本电影票房收入
 - 2.5.3 日本电影平均票价
 - 2.5.4 日本电影观影人次
 - 2.5.5 日本电影票房排行榜
 - 2.5.6 日本动画电影市场分析
- 2.6 印度电影产业发展分析
 - 2.6.1 印度电影产业政策环境
 - 2.6.2 印度电影票房收入
 - 2.6.3 主要企业市场占有率
 - 2.6.4 印度电影国产片份额
 - 2.6.5 印度电影票房排行榜

2.6.6 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

2.7 香港电影产业发展分析

- 2.7.1 香港电影产业政策环境
- 2.7.2 香港电影市场整体情况
- 2.7.3 香港电影票房收入
- 2.7.4 香港电影票房排行榜

2.8 中国电影产业发展现状及趋势分析

2.8.1 电影产业规模及结构分析

- (1) 电影产业收入规模分析
- (2) 国产与进口片比较分析
- (3) 中国电影海外票房收入
- (4) 电影广告收入结构分析
- (5) 电影平均票价分析
- (6) 电影观影人次分析
- (7) 电影票房排行榜

2.8.2 非城市主流电影市场发展分析

- (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
- (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

2.8.3 电影制片业运营状况分析

- (1) 电影生产规模及结构分析
 - 1) 电影产量及题材分布
 - 2) 电影制片业产量分析
- (2) 电影制片业竞争格局分析
- (3) 电影制片业收入及盈利分析

- 1) 电影制片业资金回收渠道
- 2) 主要电影投资回报率
- 3) 国产电影盈利原因分析
- 4) 国产电影投资回收典型案例
 - (4) 电影制片业发展趋势分析
- 1) 电影制片业发展策略分析
- 2) 电影制片业发展趋势分析
- 2.8.4 电影发行业运营状况分析
 - (1) 电影发行模式及公司分类
 - (2) 电影发行业竞争分析
- 1) 电影发行市场集中度分析
- 2) 电影发行市场竞争格局分析
 - (3) 电影发行企业盈利能力分析
 - (4) 电影发行业发展趋势分析
- 2.8.5 电影产业发展趋势及前景分析
 - (1) 电影产业发展趋势分析
 - (2) 电影产业发展前景预测
- 1) 电影产业产量规模预测
- 2) 电影产业营收规模预测
- 2.9 国际电影产业经验借鉴
 - 2.9.1 政策方面经验借鉴
 - 2.9.2 产品结构经验借鉴
 - 2.9.3 龙头企业经验借鉴
 - 2.9.4 投融资体系经验借鉴
 - 2.9.5 营销战略经验借鉴
 - 2.9.6 院线建设经验借鉴

第三章 中国电影院线和电影院发展环境分析

- 3.1 电影院线和电影院发展政策环境分析
 - 3.1.1 电影产业主要政策汇总
 - 3.1.2 电影行业政策趋势分析
- 3.2 电影院线和电影院发展经济环境分析
 - 3.2.1 国际经济环境分析
 - (1) 国际经济现状
 - (2) 国际经济展望

3.2.2 国内经济环境分析

- (1) 国内经济现状
- (2) 国内经济展望

3.2.3 宏观经济对电影放映业影响分析

3.3 电影院线和电影院发展社会环境分析

3.3.1 居民收入及消费分析

- (1) 居民人均收入增长情况分析
- (2) 居民消费影响因素与消费倾向分析
- (3) 居民消费信心分析
- (4) 居民消费结构分析
- (5) 居民消费行为特征分析

3.3.2 居民观影习惯分析

3.4 电影院线和电影院发展技术环境分析

3.4.1 放映技术发展分析

3.4.2 新媒体发展分析

- (1) 移动媒体终端情况
- (2) 移动媒体用户情况
- (3) 移动网络建设情况
- (4) 移动视频发展情况

第四章 中国电影院线竞争格局及扩张模式分析

4.1 电影院线发展规模及竞争分析

4.1.1 电影院线发展规模分析

4.1.2 电影院线市场竞争分析

- (1) 电影院线集中度分析
- (2) 电影院线竞争格局分析

4.2 重点城市院线市场发展分析

4.2.1 电影票房区域格局分析

4.2.2 北京市院线市场分析

4.2.3 上海市院线市场分析

4.2.4 广州市院线市场分析

4.2.5 深圳市院线市场分析

4.2.6 成都市院线市场分析

4.2.7 武汉市院线市场分析

4.2.8 重庆市院线市场分析

4.2.9 杭州市院线市场分析

4.2.10 南京市院线市场分析

4.2.11 西安市院线市场分析

4.3 非城市主流院线发展分析

4.3.1 农村数字院线发展分析

(1) 农村数字电影放映工程简介

(2) 农村数字院线发展规模分析

(3) 农村数字院线区域分布格局

4.3.2 电影网络院线发展分析

(1) 电影网络院线联盟的形成及发展

(2) 电影网络院线联盟运作机制分析

(3) 电影网络院线利益格局分析

(4) 电影网络院线对城市院线影响分析

4.4 电影院线扩张模式分析

4.4.1 加盟模式

(1) 模式内涵解析

(2) 典型案例分析

(3) 模式优缺点分析

4.4.2 万达模式

(1) 模式内涵解析

(2) 典型案例分析

(3) 模式优缺点分析

4.4.3 “数字放映+二级市场”模式

(1) 模式内涵解析

(2) 典型案例分析

(3) 模式优缺点分析

4.4.4 全产业链扩张模式

(1) 模式内涵解析

(2) 典型案例分析

(3) 模式优缺点分析

第五章 中国电影院竞争格局及经营模式分析

5.1 电影院发展规模及竞争分析

5.1.1 电影院发展规模分析

(1) 电影院数量规模分析

- (2) 银幕规模及结构分析
- 5.1.2 电影院竞争格局分析
- 5.2 电影院区域市场发展分析
 - 5.2.1 电影院区域市场格局分析
 - 5.2.2 北京市影院发展分析
 - 5.2.3 上海市影院发展分析
 - 5.2.4 重庆市影院发展分析
 - 5.2.5 广州市影院发展分析
 - 5.2.6 深圳市影院发展分析
- 5.3 电影票价需求调研及走势分析
 - 5.3.1 电影票价走势分析
 - 5.3.2 影院观众票价需求调研
 - (1) 观众认可的合理票价调查
 - (2) 观众愿意接受的最高票价调查
 - 5.3.3 电影票定价建议
- 5.4 电影院经营模式分析
 - 5.4.1 电影院经营业务分析
 - (1) 票房业务分析
 - (2) 卖品业务分析
 - (3) 广告业务分析
 - (4) 其他业务分析
 - 5.4.2 电影院客户群体分析
 - 5.4.3 电影院会员服务模式分析
 - 5.4.4 电影院销售策略和手段分析
 - 5.4.5 电影院运营成本分析
 - 5.4.6 电影院盈利模式分析
 - 5.4.7 电影院经营模式创新路径

第六章 中国领先电影院线和电影院经营分析

- 6.1 领先电影院线经营分析
 - 6.1.1 万达电影院线股份有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业影院规模及布局分析
 - (3) 企业市场业绩分析
 - (4) 企业投资扩张计划分析

- (5) 企业发展模式及经验分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向
- 6.1.2 上海联和电影院线有限责任公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业影院规模及布局分析
 - (3) 企业市场业绩分析
 - (4) 企业发展模式及经验分析
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向
- 6.1.3 中影星美电影院线有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业影院规模及布局分析
 - (3) 企业票房业绩分析
 - (4) 企业市场地位分析
 - (5) 企业投资扩张计划分析
 - (6) 企业发展模式及经验分析
 - (7) 企业经营状况优劣势分析
 - (8) 企业最新发展动向
- 6.1.4 深圳市中影南方电影新干线有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业影院规模及布局分析
 - (3) 企业市场业绩分析
 - (4) 企业发展模式及经验分析
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向
- 6.1.5 广州金逸珠江电影院线有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业影院规模及布局分析
 - (3) 企业市场业绩分析
 - (4) 企业投资扩张计划分析
 - (5) 企业发展模式及经验分析
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
 - (7) 企业最新发展动向
- 6.1.6 广东大地电影院线有限公司

- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业影院规模及布局分析
 - (3) 企业市场业绩分析
 - (4) 企业投资扩张计划分析
 - (5) 企业发展模式及经验分析
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
 - (7) 企业最新发展动向
- 6.1.7 北京新影联影业有限责任公司
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业影院规模及布局分析
 - (3) 企业市场业绩分析
 - (4) 企业发展模式及经验分析
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向
- 6.1.8 浙江时代电影大世界有限公司
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业影院规模及布局分析
 - (3) 企业市场业绩分析
 - (4) 企业投资扩张计划分析
 - (5) 企业发展模式及经验分析
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
 - (7) 企业最新发展动向
- 6.1.9 川太平洋电影院线有限公司
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业影院规模及布局分析
 - (3) 企业市场业绩分析
 - (4) 企业发展模式及经验分析
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向
- 6.1.10 浙江横店电影院线有限公司
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业影院规模及布局分析
 - (3) 企业市场业绩分析
 - (4) 企业投资扩张计划分析
 - (5) 企业发展模式及经验分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向

6.1.11 辽宁北方电影院线股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业发展模式及经验分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.1.12 河南奥斯卡电影院线有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业发展模式及经验分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.1.13 中影数字院线(北京)有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业投资扩张计划分析

(5) 企业发展模式及经验分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向

6.1.14 北京时代华夏今典电影院线发展有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业投资扩张计划分析

(5) 企业发展模式及经验分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

6.1.15 重庆保利万和电影院线有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业投资扩张计划分析

(5) 企业发展模式及经验分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

6.1.16 湖北银兴院线影业有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业发展模式及经验分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.1.17 世纪环球电影院线发展有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业投资扩张计划分析

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

6.1.18 武汉天河影业有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业发展模式及经验分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

6.1.19 江苏东方影业有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业市场业绩分析

(4) 企业发展模式及经验分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.1.20 江苏蓝海亚细亚院线有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业影院规模及布局分析

(3) 企业经营状况优劣势分析

6.2 领先电影院经营分析

6.2.1 北京耀莱成龙国际影城

(1) 影院选址环境分析

- (2) 影院硬件设施分析
- (3) 影院经营业绩分析
- (4) 影院经营项目分析
- (5) 影院营销策略分析
- (6) 影院经营优劣势分析
- (7) 影院最新发展动向

6.2.2 首都华融电影院

- (1) 影院发展简况分析
- (2) 影院选址环境分析
- (3) 影院硬件设施分析
- (4) 影院经营业绩分析
- (5) 影院经营项目分析
- (6) 影院运营特色分析
- (7) 影院经营优劣势分析

6.2.3 上海万达国际电影城五角场店

- (1) 影院选址环境分析
- (2) 影院硬件设施分析
- (3) 影院经营项目分析
- (4) 影院经营业绩分析
- (5) 影院运营特色分析
- (6) 影院经营优劣势分析

6.2.4 深圳嘉禾影城

- (1) 影院发展简况分析
- (2) 影院选址环境分析
- (3) 影院硬件设施分析
- (4) 影院经营业绩分析
- (5) 影院经营项目分析
- (6) 影院经营业绩分析
- (7) 影院运营特色分析
- (8) 影院经营优劣势分析

6.2.5 北京UME华星国际影城

- (1) 影院选址环境分析
- (2) 影院硬件设施分析
- (3) 影院经营业绩分析
- (4) 影院运营特色分析

(5) 影院经营优劣势分析

6.2.6 上海永华电影城

(1) 影院发展简况分析

(2) 影院选址环境分析

(3) 影院硬件设施分析

(4) 影院经营业绩分析

(5) 影院运营特色分析

(6) 影院经营优劣势分析

6.2.7 广州万达电影城

(1) 影院选址环境分析

(2) 影院硬件设施分析

(3) 影院经营业绩分析

(4) 影院运营特色分析

(5) 影院经营优劣势分析

6.2.8 北京万达国际电影城CBD店

(1) 影院选址环境分析

(2) 影院硬件设施分析

(3) 影院经营业绩分析

(4) 影院运营特色分析

(5) 影院经营优劣势分析

6.2.9 广州飞扬影城正佳店

(1) 影院选址环境分析

(2) 影院硬件设施分析

(3) 影院经营业绩分析

(4) 影院运营特色分析

(5) 影院经营优劣势分析

6.2.10 北京UME国际影城双井店

(1) 影院选址环境分析

(2) 影院硬件设施分析

(3) 影院经营业绩分析

(4) 影院运营特色分析

(5) 影院经营优劣势分析

第七章 中国电影院线和电影院投资潜力及风险分析

7.1 电影院线和电影院投资现状分析

7.1.1 投资政策分析

7.1.2 投资主体分析

7.1.3 投资规模分析

7.1.4 投资热点分析

7.1.5 投资回报分析

7.2 电影院线IPO和并购分析

7.2.1 电影院线IPO分析

7.2.2 电影院线并购分析

7.3 电影制片及发行商全产业链扩张影响分析

7.3.1 电影制片及发行商全产业链布局优势分析

(1) 有效提高制作影片票房

(2) 制作内容商业价值最大化

(3) 平衡收入波动性

(4) 提高盈利水平

7.3.2 电影制片及发行商全产业链扩张案例分析

(1) 华谊兄弟全产业链扩张分析

(2) 中影集团全产业链扩张分析

(3) 保利博纳全产业链扩张分析

7.3.3 电影制片及发行商全产业链扩张对院线和影院影响分析

7.4 电影院线和电影院投资潜力分析

7.4.1 电影院线和电影院发展驱动因素分析

7.4.2 电影院线和电影院发展障碍因素分析

7.4.3 电影院线和电影院发展趋势分析

7.4.4 电影院线和电影院发展前景预测

7.4.5 电影院线和电影院投资空间分析

7.5 电影院投资建设模式分析

7.5.1 纯租赁模式分析

7.5.2 票房分成模式分析

7.5.3 品牌输出管理模式分析

7.5.4 保底租金加上票房分成模式分析

7.5.5 种模式的比较及应用分析

7.6 电影院建设运营流程及策略分析

7.6.1 影院选址策略

7.6.2 影院规划设计策略

7.6.3 投资规模与可行性研究

- 7.6.4 项目施工建设注意事项
- 7.6.5 加盟院线选择策略
- 7.6.6 影片排映技巧
- 7.6.7 电影票定价策略
- 7.6.8 影院品牌连锁发展思路
- 7.7 电影院线和电影院投资风险分析
 - 7.7.1 宏观经济波动风险分析
 - 7.7.2 行业政策风险分析
 - 7.7.3 市场竞争风险分析
 - 7.7.4 产品替代风险分析
 - 7.7.5 选址及需求风险分析
 - 7.7.6 电影质量风险分析
 - 7.7.7 成本上升风险分析
 - 7.7.8 技术风险分析

图表目录：

- 图表1：中国两种性质的院线对比
- 图表2：中国影视产业链示意图
- 图表3：电影票房分账比例
- 图表4：2016-2017年全球电影市场票房收入情况（单位：亿美元）
- 图表5：全球电影消费市场结构（单位：%）
- 图表6：主要国家银幕数对比（单位：块，%）
- 图表7：全球各地区银幕总数及不同类型银幕结构（单位：块）
- 图表8：全球数字银幕规模（单位：块）
- 图表9：全球3D银幕增长情况（单位：块，%）
- 图表10：北美、中、日、法银幕密度对比（单位：块/百万人口）
- 图表11：十国人均年观影次数对比（单位：次/人/年）

（GYZQJP）

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/311423311423.html>