

2017-2022年中国微电影产业现状调查及发展策略 分析报告

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《2017-2022年中国微电影产业现状调查及发展策略分析报告》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/yinxiang/288285288285.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

1 微电影的简介

对于微电影的具体界定尚不明确，本文通过以下三点进行简单的介绍。

微电影是新媒体时代的产物，通过新媒体的播出平台，包括手机、网络，拉近了电影和观众间的距离，使得微电影的普及能够轻松实现。

微电影与网络视频短片有所区分。电影的诞生需要庞大的作业生产线，导演、编剧、演员、摄影、服装等加上后期的剪辑、配音等缺一不可，这需要很大的人力、物力、财力来支持。微电影同样也需要这些，对技术和艺术的要求也很高。微电影属于偏向商业化的专业影视制作，但网络上的视频短片则仅仅是为了娱乐而分享给大家。

微电影虽然偏向商业化，甚至可能是因为广告而诞生，但它并不等同于加长版的广告。微电影的制作者应该通过好的故事来打动人心，独特的手法来吸引观众，从而达到对品牌的宣传效果。而不是将商品、品牌作为目的直截了当的表现出来。上述提到的《一触即发》被媒体、专业人士称为不是广告的广告，这是因为它完美地将微电影与商业相结合，它的存在也证明了微电影不是加长版的广告。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

资料来源：公开资料，中国报告网整理

2 新媒体背景下微电影的发展历程及遭遇的挑战

2.1 新媒体背景下微电影的发展历程

微电影是新媒体时代的产物，它的发展经历了最初的在网络上引发关注到如今的繁荣发展，具体发展历程可以分为4个阶段。

第一阶段是萌芽期，2001年由真实事件改编而成的电影短片取得了不俗的成绩，但由于当时新媒体并不成熟，没有引起广泛的关注。2006年，这部影片的导演将这个电影短片授权给新浪免费播放，引起了人们的关注。后来，一系列区别于传统电影制作的草根短片在网上流行起来，微视频引起了人们的关注，为微电影的诞生作了铺垫。

第二个阶段是探索期。2010年各大网络平台开始尝试制作微电影。这一年人们见证了微电影的诞生还感受到了微电影的顽强生命力。首先《一触即发》上映，标志着微电影的正式诞生。然后优酷与专业的影视团队进行了微电影的探索，在制作精良、专业演员、雄厚资金等的支持下打造了围绕“80后”青春的系列微电影，在网络、影视界都引起了强烈的反响。随后网易视频播放平台也进行了微电影的探索，推出了明星微电影系列，由于其原创性与传播迅速的特点得到了广大网友的青睐。

第三阶段是成长期。微电影作为一种新型电影形态，一直处于发展、完善的阶段。但它由于其自身的独特优势得到了网络平台、制作团队、政府相关文化部门、商家的关注而发展势头十足。2011年是微电影发展收获最多的一年。它的发展是顺应新媒体时代的潮流，2011年，微影网，专属微电影的第一家视频网站正式上线；此外微电影在高校开始流行，中国高校主办的，学生广泛支持的中国国际微电影节开幕，收到了500多部的微电影作品；网易启动了微电影节；新浪也在中国的电影博物馆召开了2011年第一届微电影节，这些新媒体都促进了微电影的长远发展。

第四个阶段就是成熟期。经过了成长期，各大网站都推出了具有自己特色的、专门定制的微电影。

微电影的发展在类型上逐渐多样化、精品化、商业化，并与草根结合，更接地气，模式也发展成熟。

搜狐视频的《屌丝男士》系列广受欢迎；2013年出了一档《微电影》栏目，成果显著。与此同时微电影大赛也开始应运而生。2012年举行了以“坚守”为主题的第一届华语微电影大赛；2014年举行了中国大学生微电影大赛。这些都证明了微电影在新媒体为其提供的便捷平台下强大的生命力通过对微电影发展历程的介绍，我们知道它无论是在发展的方向、形式还是在传播的形式上都处于完善阶段中，只要我们处理好微电影中的问题，微电影就能够凭借自身的优点成为新媒体时代品牌推广的有效方式，并一直发展下去。

3小结

任何事物都有两面性，多元化的新媒体环境在给微电影带来发展机遇的同时，一定也提出了一些挑战。我们要辩证的看待新媒体，它的发展促进了微电影向着文化融合、媒介融合的融合化、移动化、精品化、产业化、规范化方向发展；同时也使得微电影在很多方面存在争议。我们要认清微电影现阶段的发展现状，及时解决问题，促进微电影的长远发展。

中国报告网发布的《2017-2022年中国微电影产业现状调查及发展策略分析报告》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。

目录

第一章：微电影行业发展综述

1.1微电影行业概述

1.1.1微电影定义与特点

1.1.2微电影的主要类型

1.1.3微电影产业链分析

(1) 产业链概况

(2) 产业链主要环节分析

1.2中国微电影行业发展环境

1.2.1行业政策环境分析

(1) 行业监管体制

(2) 行业政策法规

1.2.2行业经济环境分析

(1) 经济运行现状

(2) 经济走势预测

1.2.3行业社会环境分析

(1) 居民收入与消费分析

(2) 居民观影习惯分析

1.2.4行业技术环境分析

(1) 行业专利申请数量

(2) 行业专利公开数量

(3) 行业专利类型分析

(4) 技术领先企业分析

(5) 行业热门技术分析

1.2.5 微电影行业发展机遇与威胁

第二章：国外微电影行业发展现状与趋势分析

2.1 全球微电影行业发展现状与趋势

2.1.1 全球微电影市场环境

(1) 全球电影票房收入

(2) 全球电影银幕规模

(3) 全球电影观影人次

(4) 全球电影平均票价

2.1.2 全球微电影市场现状

(1) 全球微电影市场供求

(2) 全球微电影市场特征

(3) 全球微电影市场格局

2.1.3 全球微电影行业发展趋势

2.2 美国微电影行业发展现状与趋势

2.2.1 美国微电影行业市场环境

(1) 电影产业政策

(2) 电影产业规模

(3) 微电影市场需求

2.2.2 美国微电影行业发展现状

2.2.3 美国微电影行业典型案例

2.2.4 美国微电影行业发展趋势

2.3 欧洲微电影行业发展现状与趋势

2.3.1 欧洲微电影行业市场环境

(1) 电影产业政策

(2) 电影产业规模

(3) 微电影市场需求

2.3.2 欧洲微电影行业发展现状

2.3.3 欧洲微电影行业典型案例

2.3.4 欧洲微电影行业发展趋势

2.4 日本微电影行业发展现状与趋势

2.4.1 日本微电影行业市场环境

(1) 电影产业政策

- (2) 电影产业规模
- (3) 微电影市场需求
- 2.4.2日本微电影行业发展现状
- 2.4.3日本微电影行业典型案例
- 2.4.4日本微电影行业发展趋势
- 2.5韩国微电影行业发展现状与趋势
- 2.5.1韩国微电影行业市场环境
 - (1) 电影产业政策
 - (2) 电影产业规模
 - (3) 微电影市场需求
- 2.5.2韩国微电影行业发展现状
- 2.5.3韩国微电影行业典型案例
- 2.5.4韩国微电影行业发展趋势
- 2.6印度微电影行业发展现状与趋势
- 2.6.1印度微电影行业市场环境
 - (1) 电影产业政策
 - (2) 电影产业规模
 - (3) 微电影市场需求
- 2.6.2印度微电影行业发展现状
- 2.6.3印度微电影行业典型案例
- 2.6.4印度微电影行业发展趋势
- 2.7其他国家/地区微电影行业发展现状与趋势

第三章：中国微电影行业发展现状与趋势分析

- 3.1中国微电影行业发展基础
 - 3.1.1中国电影市场规模现状
 - 3.1.2中国电影院线发展现状
 - 3.1.3中国电影制片发展现状
 - 3.1.4中国电影发行发展现状
- 3.2中国微电影行业发展分析
 - 3.2.1中国微电影发展历程
 - 3.2.2中国微电影产量现状
 - 3.2.3中国微电影需求现状
 - 3.2.4中国微电影市场规模
 - 3.2.5中国微电影行业营收来源

- (1) 票房收入
- (2) 广告收入
- 3.2.6中国微电影市场竞争格局
- 3.2.7中国微电影行业发展趋势
- 3.3中国微电影档期市场分析
 - 3.3.1电影档期发展特点
 - 3.3.2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
- 3.4微电影相关行业发展现状分析
 - 3.4.1微电影基地发展分析
 - 3.4.2微电影衍生产品分析
 - 3.4.3微电影网络发行分析
 - 3.4.4微电影相关行业现存问题
 - (1) 相关行业整体规模较小
 - (2) 微电影相关行业定位模糊
 - (3) 微电影对相关行业带动作用较弱
 - 3.4.5微电影相关行业发展策略

第四章：中国微电影消费者行为调研

- 4.1消费者题材偏好调研
 - 4.1.1不同性别电影题材偏好调研
 - 4.1.2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
- 4.2消费者行为习惯调研
 - 4.2.1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
 - 4.2.2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

4.2.3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

4.2.4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

4.2.5观众影院选择考虑因素调研

4.2.6观众选择电影因由调研

4.2.7观众观看电影的途径调研

4.2.8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

第五章：新媒体对微电影行业影响分析

5.1新媒体发展背景分析

5.1.1新媒体的内涵

5.1.2新媒体的特性

5.1.3互联网的发展与普及

5.1.4网融合的提出与发展

- (1) 三网融合定义及领域
- (2) 三网融合的发展现状

5.2新媒体发展状况分析

5.2.1网络媒体发展状况分析

- (1) 网络媒体产业基本概况
- (2) 网络媒体细分市场现状
- (3) 网络媒体发展趋势预测

5.2.2数字媒体发展状况分析

- (1) 数字电视发展状况
- (2) 数字电影发展状况

- (3) 数字媒体发展趋势预测
- 5.2.3 移动媒体发展状况分析
 - (1) 移动媒体基础资源
 - (2) 移动媒体市场规模
 - (3) 移动媒体市场结构
 - (4) 移动媒体细分市场现状
 - (5) 移动媒体发展趋势预测
- 5.3 新媒体在微电影中的应用
 - 5.3.1 网络媒体在微电影中的应用
 - 5.3.2 数字媒体在微电影中的应用
 - 5.3.3 移动媒体在微电影中的应用
- 5.4 新媒体发展对微电影行业的影响
 - 5.4.1 新媒体给微电影行业带来的机遇
 - 5.4.2 新媒体给微电影行业带来的挑战

第六章：中国微电影行业领先企业经营分析

- 6.1 微电影行业主要企业概述
- 6.2 微电影制作企业经营情况分析
 - 6.2.1 中国电影集团公司
 - (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析
 - (3) 公司运营情况分析
 - (4) 公司优劣势分析
 - 6.2.2 华谊兄弟传媒股份有限公司
 - (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析
 - (3) 公司运营情况分析
 - (4) 公司优劣势分析
 - 6.2.3 上海电影（集团）有限公司
 - (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析
 - (3) 公司运营情况分析
 - (4) 公司优劣势分析
 - 6.2.4 橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司
 - (1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.5 保利博纳电影发行有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.6 北京光线传媒股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.7 湖南电广传媒股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.8 中视传媒股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.9 浙江华策影视股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.10 北京小马奔腾文化传媒股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.3 微电影网络播放平台经营情况分析

6.3.1 乐视网

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.3.2 优酷土豆

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.3.3 QQlive

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.3.4 奇艺网

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.3.5 激动网

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.3.6 PPTV

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.3.7 迅雷看看

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第七章：中国微电影行业前景预测与投资建议

7.1中国微电影行业前景预测

7.1.1微电影行业发展影响因素

7.1.2微电影行业现存问题分析

7.1.3微电影行业发展前景预测

(1) 微电影市场需求预测

(2) 微电影市场供给预测

(3) 微电影市场盈利预测

7.2中国微电影行业投资特性

7.2.1微电影行业投资价值分析

7.2.2微电影行业投资机会分析

7.2.3微电影行业投资风险预警

(1) 政策风险

(2) 市场风险

(3) 经营风险

(4) 技术风险

(5) 竞争风险

(6) 其他风险

7.3中国微电影行业投资建议

图表目录

图表1：微电影主要类型简表

图表2：中国微电影产业链示意图

图表3：中国微电影行业相关政策简析

图表4：中国国内生产总值及其增长情况（单位：亿元，%）

图表5：我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势（单位：元，%）

图表6：我国农村居民纯收入及其变化趋势（单位：元，%）

图表7：社会消费品零售总额增长情况（单位：亿元，%）

图表8：中国人均消费性支出情况（单位：元，%）

图表9：中国人均消费性支出结构（单位：%）

图表10：中国内地电影观影人次增长趋势（单位：亿人次）

图表11：中国电影行业相关专利申请量变化图（单位：项）

图表12：中国电影行业相关专利公开数量变化图（单位：项）

图表13：中国电影行业相关专利类型构成（单位：%）

图表14：中国电影行业相关专利申请人（前十名）综合比较（单位：项，%，人，年）

图表15：我国电影行业相关专利分布领域（前十位）（单位：项）

图表16：中国微电影行业发展机遇与威胁总结

图表17：全球电影市场票房收入及增长情况（单位：十亿美元，%）

图表18：主要国家银幕数对比（单位：块，%）

图表19：北美、中、日、法银幕密度对比（单位：块/百万人口）

图表20：主要国家人均观影次数对比（单位：次/人/年）

（GYZJY）

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。

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/yinxiang/288285288285.html>