

2018-2024年中国电影院线市场深度评估及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国电影院线市场深度评估及投资方向研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/361460.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

电影院线，简称“院线”。电影放映行业一种具有垄断性的经营体制。经营者为发展和保护其经营利益，在某些城市或地区，掌握相当数量的电影院，建立放映网络，借以垄断某国或某一电影制片公司新版影片的公映。中国最早出现的电影院线，是20世纪初至20年代中期，由西班牙电影商人雷玛斯在上海建立的，由虹口、夏令配克、维多利亚等七家电影院组成的电影院线；其后中国影戏院公司在平、津、沪等地也建成相当规模的电影院线；20世纪20年代初中国电影资本家罗明佑在华北、东北建立电影院线；30年代，天一影片公司企业家邵氏兄弟在新加坡、马来西亚等地组建南洋电影院线。现在港台等地仍有些电影发行放映商采用电影院线体制。

2016年3月3日，万达集团旗下美国AMC院线与美国卡麦克院线(Carmike)签订并购协议，AMC将出资11亿美元并购卡麦克院线。该并购使AMC在美国45州拥有663家影院、8380块屏幕，成为全球最大的电影连锁院线，也使万达在中美两个全球最大的电影院线市场都占据第一，进一步增加万达全球电影市场份额，扩大在好莱坞的影响力。

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 2013-2018年世界电影产业发展状况分析

第一节 世界电影产业发展概况

- 一、国际电影产业现状分析
- 二、现代电影产业发展动力
- 三、全球电影票房收入情况
- 四、全球3D电影票房收入
- 五、全球数字屏幕发展分析
- 六、世界电影国际化合作情况
- 七、世界电影行业发展新趋势

第二节 美国电影市场分析

- 一、美国电影产业发展回顾
- 二、美国电影产业发展现状
- 三、美国电影产业发展特点
- 四、美国电影票房收入状况
- 五、美国电影票房特征分析
- 六、美国影院银幕发展情况

七、美国电影发展趋势分析

第三节 欧洲电影市场分析

- 一、欧洲电影票房收入情况
- 二、欧洲本土电影市场份额
- 三、欧洲电影制作数量分析
- 四、欧洲数字影院发展情况
- 五、欧洲主要国家电影市场

第四节 亚洲电影市场分析

- 一、巴基斯坦电影产业分析
- 二、泰国电影产业发展情况
- 三、日本电影市场发展分析
- 四、韩国电影市场现状

第五节 印度电影市场分析

- 一、印度电影产业发展回顾
- 二、印度电影产业发展现状
- 三、印度电影产业发展特点
- 四、印度影院发展状况分析

第二章 2013-2018年中国电影产业链发展分析

第一节 电影制片环节分析

- 一、电影制片业模式及流程
- 二、电影制作的结构与组成
- 三、电影制片业的对外开放
- 四、电影制片业投融资模式
- 五、电影制片业投融资体制
- 六、电影制片的投融资渠道

第二节 电影发行环节分析

- 一、电影发行模式及其方式
- 二、影片发行传输手段对比
- 三、电影发行业的市场格局
- 四、电影发行业的市场特点
- 五、数字电影发行市场格局
- 六、电影发行过程成本分析
- 七、电影发行业的潜力巨大

第三节 电影放映环节分析

- 一、电影放映体制变革历程

二、电影放映业院线制分析

三、电影放映院线制的效果

四、院线制的改革形势分析

五、电影放映业投融资状况

第三章 2013-2018年中国电影市场发展分析

第一节 中国电影产业发展概述

一、中国电影体制改革历程回顾

二、中国电影产业发展主要特点

三、电影市场开始凸显内容力量

四、电影消费区域扩大趋势分析

第二节 国内电影产业发展现状

一、电影产业呈现良性发展态势

二、电影产业发展呈现的新特征

三、电影制作行业规模现状分析

四、国内电影发行发展状况分析

第三节 2013-2018年电影产业规模分析

一、国内电影票房收入分析

（一）城市电影票房收入分析

（二）国产影片票房收入分析

（三）进口影片票房收入分析

二、电影海外销售收入分析

三、中国电影综合收入构成

四、中国电影广告收入分析

第四节 国内贺岁档电影市场分析

一、中国贺岁档电影市场分析

二、中国贺岁档电影周票房分析

三、中国贺岁档国产片市场情况

四、贺岁档续集和翻拍市场分析

第五节 中国电影票价分析

一、中国电影票价总体情况

二、电影票价形成机理分析

三、电影高票价的原因分析

四、电影票价未来发展趋势

第四章 2013-2018年中国影院市场环境分析

第一节 中国宏观经济发展环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、全社会固定资产投资分析

四、社会消费品零售总额分析

五、城乡居民收入与消费分析

六、对外贸易的发展形势分析

第二节 中国影院产业政策环境

一、中国电影行业行政监管体系

二、电影产业主要法规政策分析

三、《外商投资电影院暂行规定》

四、电影发行和放映的行政许可

五、影院投资相关扶持政策分析

第三节 影院产业社会环境分析

一、中国城镇化进程与趋势分析

二、居民文化娱乐服务消费情况

三、居民电影消费习惯正在形成

第五章 2013-2018年中国影院市场发展分析

第一节 国内电影院线发展分析

一、国内影院线制改革历程

二、中国电影院线市场概况

三、电影院线经营呈现特点

四、民营电影院线发展情况

五、国有电影院线发展分析

六、影院投资公司经营状况

第二节 电影院线市场状况分析

一、中国电影观影人次分析

二、影院票房收入层次分析

三、中国院线排片效率分析

四、影院市场的饱和度分析

第三节 国内城市影院建设情况

一、中国影院建设投资情况

二、国内影院数量情况分析

三、中国电影银幕数量情况

四、国内城市影院建设动态

第四节 国内数字银幕发展分析

一、国内影院数字化发展趋势

二、国内数字银幕的增长情况

三、2K/3D数字银幕增长速度

四、国内3D数字银幕数量分析

五、农村数字电影院线建设概况

第五节 影院市场地域分布特征

一、主要地区院线票房收入

二、影院区域投资评估体系

三、影院区域分布明显不均

四、院线区域优势仍然明显

第六节 城市院线电影市场分析

一、北京院线电影市场分析

二、上海院线电影市场分析

三、广州院线电影市场分析

四、深圳院线电影市场分析

五、杭州院线电影市场分析

第六章 2013-2018年中国电影院消费者调查分析

第一节 影院观众基本情况调查

一、影院观众性别情况

二、影院观众年龄分布

三、影院观众收入分布

四、影院观众教育水平

五、影院观众职业构成

第二节 影院观众消费心理和意愿调查

一、电影消费者选择影院的因素

二、电影消费者选择影片的因素

三、电影观众对影片类型的喜好

四、电影观众对影片明星的喜好

五、电影观众对票价心理期望值

第三节 电影观众消费行为和习惯分析

一、电影消费者观看电影的频率

二、电影消费者知晓影片的途径

三、电影消费者选择的观影同伴

四、影院观众观看电影驱动因素

五、电影观众观影决策方式调查

第七章 2013-2018年中国电影院线市场竞争分析

第一节 电影院线市场竞争结构分析

- 一、行业现有企业间的竞争
- 二、供应商讨价还价的能力
- 三、消费者讨价还价的能力
- 四、潜在竞争者进入的风险
- 五、替代产品或服务的威胁

第二节 中国电影院线竞争态势分析

- 一、电影院线竞争日益激烈
- 二、电影院线梯队竞争格局
- 三、电影院线市场竞争结构
- 四、国内院线市场竞争手段
- 五、电影院线竞争关键因素

第三节 电影院线差异化竞争策略

- 一、电影院线水平差异化策略
- 二、电影院线垂直差异化策略
- 三、电影院线服务差异化策略
- 四、电影院线信息差异化策略

第八章 2013-2018年中国影院经营及营销策略分析

第一节 影院经营活动分析

- 一、影院卖品经营情况
- 二、电影衍生产品经营

第二节 影院影片排映分析

- 一、获得影片上映信息
- 二、影片排映计划调整
- 三、影院电影排映计划
- 四、影片场次排映原则

第三节 影院市场营销活动

- 一、开业庆典市场活动
- 二、周年庆的市场活动
- 三、电影档期市场活动
- 四、竞争性的市场活动
- 五、大学校园市场活动
- 六、大型社区市场活动
- 七、影院与商家的互动

第四节 影院影片宣传策略

- 一、电影院内宣传策略
- 二、影片宣传策划方法
- 三、影片市场推广流程
- 四、影院广告主要类别

第九章 中国影院项目投资建设可行性分析

第一节 影院建设前期准备工作

- 一、影院城市整体评估
- 二、影院房产租赁原则
- 三、影院设备配置情况
- 四、影院技术服务支持

第二节 影院项目选址要求分析

- 一、影院项目选址具体要求
- 二、影院商业综合体的形态
 - （一）体验式商业广场
 - （二）大型商业广场
 - （三）城市购物中心
- 三、影院辐射消费广场群体
- 四、影院周边交通环境状况

第三节 新建影院的建筑要求分析

- 一、新建影院的基本建筑要求
- 二、影院各部分建筑要求详解
 - （一）影院外部的要求
 - （二）影院观众厅要求
 - （三）放映机房的要求
 - （四）门厅休息厅要求
 - （五）影院售票处要求
 - （六）影院小卖部要求
 - （七）影院卫生间要求
 - （八）影院其他部分要求
- 三、观众厅的电影工艺要求
 - （一）视点、视距、视线
 - （二）座椅、排距、走道
 - （三）银幕、尺寸、方位
- 四、影院观众厅的建声要求

- (一) 观众厅的建声设计方案
- (二) 影院观众厅的声学要求
- (三) 数字电影音箱系统要求

五、影院相关功能设施和要求

- (一) 影院指示系统
- (二) 广告系统要求
- (三) 影院消防系统
- (四) 供暖制冷系统
- (五) 影院通风系统
- (六) 供电照明系统
- (七) 中央控制系统

第四节 影院的装修要求分析

一、影院装修方案分析

- (一) 经济型影院装修方案
- (二) 中档型影院装修方案

二、某影院装修效果图示意图

第五节 影院项目投资建设分析

一、影院投资计算前提说明

二、单厅影院投资分析

- (一) 单厅影院场地和人员配置
- (二) 单厅影院的前期投资明细
- (三) 单厅影院的投资回报分析

三、2厅影院投资分析

- (一) 2厅影院场地和人员配置
- (二) 2厅影院的前期投资明细
- (三) 2厅影院的投资回报分析

四、3厅影院投资分析

- (一) 3厅影院场地和人员配置
- (二) 3厅影院的前期投资明细
- (三) 3厅影院的投资回报分析

五、4厅影院投资分析

- (一) 4厅影院场地和人员配置
- (二) 4厅影院的前期投资明细
- (三) 4厅影院的投资回报分析

第六节 影院注册法律手续办理

- 一、影院工商注册核名
- 二、申请《电影放映经营许可证》
- 三、申请影院编码
- 四、办理正式工商执照
- 五、增设水吧的办理
- 六、《组织机构代码证》办理程序
- 七、《银行基本户许可证》办理程序
- 八、《税务登记证》办理程序
- 九、《统计登记证》办理程序
- 十、申请发票与购买发票

第七节 影院人员的招聘与培训

- 一、影院筹备组人员确定
- 二、人员招聘及薪酬制度
 - （一）了解当地劳动政策
 - （二）影院人员招聘流程
- 三、影院人员培训工作

第八节 影院试运营和开业庆典

- 一、影院试营业相关准备工作
- 二、影院的开业庆典参考范本
 - （一）影院开业活动目标
 - （二）影院开业活动支持
 - （三）影院开业活动方案
 - （四）影院开业活动准备
 - （五）影院开业庆典程序
 - （六）影院开业活动总结
 - （七）开业活动费用预算

第十章 2013-2018年中国主要电影院线公司竞争力分析

第一节 城市电影院线公司分析

- 一、万达电影院线股份有限公司
 - （一）企业发展简况分析
 - （二）企业经营情况分析
 - （三）企业经营优劣势分析
- 二、中影星美电影院线有限公司
 - （一）企业发展简况分析
 - （二）企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

三、上海联和电影院线有限责任公司

(一) 企业发展简况分析

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

四、深圳中影南方新干线有限责任公司

(一) 企业发展简况分析

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

五、广州金逸珠江电影院线有限公司

(一) 企业发展简况分析

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

六、北京新影联影业有限责任公司

(一) 北京新影联发展简介

(二) 北京新影联票房收入

(三) 北京新影联影院数量

(四) 北京新影联影院分布

七、广东大地电影院线有限公司

(一) 企业发展简况分析

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

第二节 国内影院上市公司分析

一、华谊兄弟传媒股份有限公司

(一) 企业发展简况分析

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

二、浙江华策影视股份有限公司

(一) 企业发展简况分析

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

三、北京华录百纳影视有限公司

(一) 企业发展简况分析

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国影院市场前景预测分析

第一节 2018-2024年中国电影产业发展趋势分析

- 一、资本市场将促进电影行业规范化
- 二、电影市场和收入结构将出现变化
- 三、市场机遇与风险向全产业链渗透
- 四、电影创作新形态和技术应用探索

第二节 2018-2024年中国影院发展趋势分析

- 一、影院竞争逐步重视品牌建设
- 二、大规模重组整合是必由之路
- 三、特色院线共存彰显中国特色
- 四、影院从单一性向多元化发展

第三节 2018-2024年中国影院市场前景预测分析

- 一、国内电影产业面临发展机遇
- 二、国内电影票房收入预测分析
- 三、未来国内影院数量预测分析
- 四、国内影院银幕数量预测分析

第十二章 2018-2024年中国影院投资前景预测分析

第一节 2018-2024年中国电影产业投资机会

- 一、电影制片业的投资机会分析
- 二、电影发行业务的投资机会分析
- 三、电影放映业的投资机会分析

第二节 2018-2024年中国影院投资价值分析

- 一、国内影院投资模式与回收期
- 二、国内院线公司盈利模式分析
- 三、国内电影院线市场投资前景
- 四、都市影院的投资价值与回报

第三节 2013-2018年中国影院投资机会分析

- 一、二三线城市影院的投资机会
- 二、数字影院市场投资机会分析
- 三、社区私人影院投资机会分析
- 四、小型商业影院投资机会分析

第四节 2018-2024年中国影院投资风险分析

- 一、经济波动风险
- 二、产业政策风险
- 三、市场竞争风险

四、成本上升风险

五、影视版权风险

第五节 2018-2024年中国影院投资策略及建议

第十三章 中国影院企业投融资及IPO上市策略指导（AK LT）

第一节 电影院线企业融资渠道与选择分析

- 一、电影院线企业融资方法与渠道
- 二、利用股权融资谋划企业发展机遇
- 三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道
- 四、适度债权融资配置自身资本结构
- 五、关注民间资本和外资的投资动向

第二节 电影院线企业境内IPO上市目的及条件

- 一、电影院线企业境内上市主要目的
- 二、电影院线企业上市需满足的条件
 - （一）企业境内主板 IPO 主要条件
 - （二）企业境内中小板IPO主要条件
 - （三）企业境内创业板IPO主要条件

三、企业改制上市中的关键问题

第三节 电影院线企业IPO上市的相关准备

- 一、企业该不该上市
- 二、企业应何时上市
- 三、企业应何地上市
- 四、企业上市前准备
 - （一）企业上市前综合评估
 - （二）企业的内部规范重组
 - （三）选择并配合中介机构
 - （四）应如何选择中介机构

第四节 电影院线企业IPO上市的规划实施

- 一、上市费用规划和团队组建
- 二、尽职调查及问题解决方案
- 三、改制重组需关注重点问题
- 四、企业上市辅导及注意事项
- 五、上市申报材料制作及要求
- 六、网上路演推介及询价发行

第五节 企业IPO上市审核工作流程

- 一、企业IPO上市基本审核流程

二、企业IPO上市具体审核环节

三、与发行审核流程相关的事项

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/361460.html>