

2017

中国电影产业 研究报告

THE RESEARCH REPORT
ON CHINESE
FILM INDUSTRY

中国电影家协会

中国文联电影艺术中心



 中国电影出版社

2017 中国电影产业 研究报告

中国电影家协会
中国文联电影艺术中心

THE RESEARCH REPORT
ON CHINESE
FILM INDUSTRY



图书在版编目 (CIP) 数据

2017中国电影产业研究报告 / 中国电影家协会, 中国文联电影艺术中心著. —北京: 中国电影出版社, 2017. 5

ISBN 978-7-106-04718-4

I. ①2… II. ①中…②中… III. ①电影事业—研究报告—中国—2017 IV. ①J992

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第101991号

2017中国电影产业研究报告

中国电影家协会 中国文联电影艺术中心 著

出版发行 中国电影出版社 (北京北三环东路22号) 邮编100013

电话: 64296664 (总编室) 64216278 (发行部)

64296742 (读者服务部)

Email: cfpygb@126.com

经 销 新华书店

印 刷 中国电影出版社印刷厂

版 次 2017年6月第1版 2017年6月北京第1次印刷

规 格 开本/787×1092毫米 1/16

印张/21.25 字数/440千字

印 数 1-3500册

书 号 ISBN 978-7-106-04718-4/J · 1952

定 价 78.00元

《2017 中国电影产业研究报告》

编辑委员会

主任 张 宏

副主任 许柏林 饶曙光 宋 岱

委员 (以姓氏笔画为序)

毛 羽 刘 军 刘 嘉 刘汉文 刘浩东 齐勇锋 孙崇磊

李景富 吴鹤沪 张会军 陆绍阳 陈晓云 范志忠 明振江

周铁东 赵 军 胡子光 侯光明 耿西林 贾磊磊 高 军

梁 明

项目负责 许柏林

财务负责 张 华

主 编 王 丹

编辑部主任 但红莲

编辑部副主任 郑 岑

统 稿 但红莲 郑 岑 刘 藩 康 婕

市场数据总监 刘 嘉

数据统筹 但红莲 杜思梦 康 婕

问卷调研 肖 晓

撰稿人 第一部分 2016 年电影产业研究报告

第一章 2016 年中国电影产业发展概况 支菲娜

第二章 2016 年电影投融资分析 彭 健 陈 烁

第三章 2016 年中国电影产品分析 张 琦 武建勋

第四章 2016 年电影制片企业研究 刘 藩 任冠群

第五章 2016 年中国电影后期制作技术产业发展研究 刘 藩 康 婕

第二部分 2016 年电影市场研究报告

第六章 2016 年电影院线与影院经营分析 支菲娜 张若琪

第七章 2016 年电影市场与票房分析 刘 嘉 杜思梦

第八章 2016 年电影营销态势分析 肖 晓

第九章 2016 年中国电影市场与观众调查结果分析 肖 晓

第三部分 单项报告

第十章 中国网络大电影产业研究报告 彭 侃

第十一章 影院技术与电影市场研究报告 卢雪菲 常 乐

附录一 2016 年国产电影生产基础数据

附录二 2016 年全国电影市场基础数据

附录三 2016 年上映国产电影片目信息

附录四 2016 年上映进口电影片目信息

附录五 2016 年电影产业大数据分析

第一部分

2016年电影产业研究报告

第一章 2016年中国电影产业发展概况	003
第一节 2016年中国电影产业发展概述	004
一、电影产品供应：生产积极热情，显高投入低产出之虞	004
二、电影销售体系：格局变中趋稳，改革不畅之处仍存	008
三、电影产业收入：增速放缓，存“未富先老”之忧	011
第二节 2016年中国电影产业发展的政策环境	014
一、《电影产业促进法》通过，依法发展电影业取得决定性突破	015
二、《公共文化服务保障法》促进全民共享电影发展成果	015
三、政策支持促进电影产业进一步发展	017
第三节 世界电影产业发展情况及中国的定位	018
一、中国在全球电影产业发展中的定位	018
二、2016年美国电影产业发展基本情况	020
三、2016年日本电影产业发展基本情况	022
四、2016年韩国电影产业发展基本情况	023
第二章 2016年电影投融资分析	026
第一节 2016年电影产业发展投融资环境分析	026
一、经济环境	026
二、政策环境	027

第二节	电影产业主要融资方式分析	031
一、	影视产业私募股权投融资基金 (PE/VC) 融资	031
二、	并购	038
三、	上市融资	044
* 第三节	2016年电影产业投融资特点分析	047
一、	院线加速资产证券化, 巨头争霸局面开启	047
二、	BAT渗透加深, 全产业链布局见成效	048
三、	政策趋严, 明星IP变现趋多元化	050
四、	在线电影票市场格局稳定, 向上下游拓展	051
五、	网络大电影爆发增长, 投资增加盈利下降	051
第三章	2016年中国电影产品分析	053
第一节	2016年中国电影产品概况	054
一、	产品供需分析	054
二、	产品类型分析	057
三、	合作分析	060
四、	品质分析	061
第二节	2016年中国电影产品特征分析	067
一、	三幻类型需求渐旺, “传统类型亟待突破与创新”	068
二、	新技术提升观影热情, “艺术、科技、商业期待有机结合”	068
三、	国际合作趋势明显, “中国元素、国际语言谋求科学融合”	069
四、	新人新作品不断涌现, “跨界、多元融入电影新活力”	070
五、	“新学院派” 显露头角, “传承、创新、包容有机统一”	071
六、	动画电影质量提升, “创意能力、工匠精神有望融合”	072
七、	电影泛娱乐深度拓展, “IP粉丝和观影群体渴望协同”	073
第三节	2016年中国电影产品现存问题分析	073
一、	中国电影的国际竞争力有待提升	073
二、	中国电影的票房号召力尚显不足	074
三、	电影创作亟需工匠精神	075
四、	过度金融化引负面效应	075

第四节	2016年电影产品案例分析·····	076
一、	《长城》——“国际融合的新高概念电影”·····	076
二、	《湄公河行动》——“主旋律电影的商业化探索”·····	077
三、	《我不是潘金莲》——“艺术创新与商业运作有机结合”·····	078
四、	《塔洛》——“小众文艺片的精准定位”·····	079
五、	《你的名字。》——“二次元”引领文化产业整体布局·····	080
第五节	提升中国电影产品竞争力的策略分析·····	081
一、	内容为王，提升电影内在品质·····	081
二、	需求为引，强化电影项目开发·····	082
三、	艺术为本，铸造电影文化品牌·····	083
四、	技术为法，探索电影新兴制作·····	083
五、	创新融合，开创中国电影新模式·····	084
第四章	2016年电影制片企业研究·····	086
第一节	上市影视公司研究·····	086
一、	国有控股上市影视公司·····	086
二、	民营上市影视公司·····	091
第二节	非上市影视公司研究·····	099
一、	国有控股影视公司·····	099
二、	民营影视公司·····	102
第三节	互联网影视公司研究·····	108
第四节	导演制作公司及工作室研究·····	113
一、	大陆导演制作公司·····	114
二、	港台及国外导演制作公司·····	115
第五节	中国电影制片业的问题和趋势·····	118
一、	渠道瓶颈压力减缓，内容为王成真，未来制片公司权益可能获提升·····	118
二、	成熟的核心制片人才稀缺，换代加速，导演制作公司话语权增大·····	119
三、	制片公司逐步分化，资本市场“马太效应”凸显·····	120
四、	电影业法制化上轨道，但制片业法律困境仍在·····	121
五、	新媒体渠道回收增加，但后产业链反哺上游制片的力度仍不够·····	121

六、中外合作深化，项目和公司层面合作齐头并进·····	122
七、电影需提升品质、增强必看性，以IP为核心的泛娱乐业务影响大 公司组织再造·····	122
第五章 2016年中国电影后期制作技术产业发展研究 ·····	124
第一节 2016年中国电影后期制作产业的需求·····	124
第二节 中国电影后期制作技术的局限与突破·····	126
一、视觉特效与文化艺术结合出现问题·····	126
二、后期制作工作前置逐步成为常规·····	126
三、真人CG动画电影的突破·····	127
四、3D扫描球阵技术在电影特效制作中的应用·····	128
五、前期制作衔接后期视效·····	129
六、VR电影的探索·····	130
第三节 中国电影后期制作技术公司的发展现状和问题·····	131
一、2016年主要电影后期技术公司概况·····	131
二、中国电影后期制作技术公司面临的问题·····	134
第四节 对中国电影后期制作技术产业的思考与建议·····	138
一、国家政策应进一步鼓励扶植电影后期制作产业·····	138
二、降低成本，建立健全行业协会制度，以科学机制吸引高端人才·····	138
三、视软件特别是算法研发，通过合作提高核心竞争力·····	139
四、管理精细化，引导导演追求合理的艺术效果·····	139
五、相关业务多元化拓展·····	139

第二部分

2016年电影市场研究报告

第六章 2016年电影院线与影院经营分析 ·····	143
第一节 放映业发展基本数据分析·····	143
一、影院建设继续快速发展·····	143
二、放映终端经营指标回落·····	145

三、放映终端发展降速·····	147
第二节 城市放映业发展环境分析·····	150
一、国家政策促进电影放映业健康规范发展·····	150
二、行业信息化建设进一步拓展·····	153
三、互联网+放映加速融合·····	154
第三节 2016年院线发展情况分析·····	156
一、院线发展拉开差距，经营状况随大盘波动·····	157
二、2016年代表性院线经营情况分析·····	158
第四节 2016年影院发展情况分析·····	162
一、2016年影院发展特色分析·····	162
三、2016年特色影院经营状况分析·····	165
第五节 城市放映市场发展存在的问题与对策分析·····	169
一、城市放映市场发展存在的问题·····	169
二、城市放映市场发展存在问题的对策建议·····	172
第七章 2016年电影市场与票房分析·····	175
第一节 年度市场概述·····	176
第二节 年度市场基本数据解读·····	178
第三节 年度市场热点事件及现象评析·····	182
一、《美人鱼》年度之冠引爆一季度·····	182
二、《叶问3》被资本绑架，大盘逆转·····	183
三、从动画片大卖看中外动画电影的差距·····	184
四、《湄公河行动》逆袭国庆档·····	186
五、西方不亮东方亮，《魔兽》留给市场的启示·····	187
六、“高额保底”发行为什么失灵？·····	188
七、档期和影片开放，竞争形成新格局·····	189
八、电商平台从颠覆到服务的转变·····	190
第四节 档期数据分析解读·····	191
一、暑期档销售平稳·····	192
二、国庆档负增长·····	193

三、春节档爆棚井喷·····	194
第五节 季度市场特点及对于年度市场发展之影响·····	197
一、一季度为年度贡献红利·····	198
二、二季度市场大盘转向放缓·····	198
三、三季度疾走中减速·····	199
四、四季度三连跌中收官·····	200
第六节 电影发行中热门问题剖析·····	201
一、年度发行市场特点·····	201
二、发行公司基本业绩评估·····	202
三、两大国企资本市场上市对于行业的影响·····	206
四、发行改革趋势、分线发行之可行·····	206
第七节 2016年市场的思考·····	207
第八章 2016年电影营销态势分析 ·····	209
第一节 2016年电影营销大环境·····	209
第二节 2016年电影营销新趋势·····	212
一、互通内外的跨界营销更加精准·····	213
二、由内向外的内容营销不断深化·····	215
三、由外向内的场景(场地)营销进一步增强·····	216
第三节 2016年经典电影营销案例简析·····	218
一、《你的名字。》搅动二次元联通现实界·····	218
二、《美人鱼》情怀牌与饥饿牌共打·····	219
三、《疯狂动物城》品牌植入教程·····	219
四、《湄公河行动》“自来水”助力逆袭·····	220
五、《百鸟朝凤》以下跪博同情大打悲情牌·····	220
六、《大鱼海棠》尝试创造第二个“大圣归来”·····	221
第四节 2016年电影营销的总结与未来展望·····	222
第九章 2016年中国电影市场与观众调查结果分析 ·····	223
第一节 2016年中国电影市场与观众调查·····	223

第三部分 单项报告

第十章 中国网络大电影产业研究报告	245
第一节 网络大电影的发展历程	245
第二节 网络大电影迅速发展的原因	247
第三节 网络大电影产业发展现状	249
一、上线总量：连续三年爆发式增长	249
二、播映平台：爱奇艺领跑	250
三、影片平均点击量：马太效应显现	250
四、单片投入剧增，投资100万成分界线	251
五、单片收入：“二八法则”逐渐显现	252
六、类型：日趋多样化	254
七、观众：集中在19~30岁之间	255
第四节 网络大电影的产业链分析	256
一、网络大电影的市场结构	256
二、网络大电影的盈利模式	258
三、网络大电影领域主要公司	260
第五节 网络大电影产业存在的问题	262
一、“蹭IP”“蹭热点”现象屡见不鲜	262
二、部分网络大电影内容低俗化，丧失底线	263
三、数据透明度还有待提升	264
第六节 结语	265
第十一章 影院技术与电影市场研究报告	266
第一节 概述	266
第二节 目前国内电影市场放映技术分析	267
一、影院放映技术概况	267
二、2D电影与3D、IMAX格式电影的票房对比分析	272
三、巨幕电影	274
四、2D影片和3D影片的放映技术分析	275

五、高帧率与《比利·林恩的中场战事》	275
第三节 电影放映技术与市场现状分析	276
第四节 结语	278
附录一 2016年国产电影生产基础数据	279
附录二 2016年全国电影市场基础数据	280
附录三 2016年上映国产电影片目信息	281
附录四 2016年上映进口电影片目信息	306
附录五 2016年电影产业大数据分析	315



ART 1

Film
Industry
Research
Report
2016

第一部分

2016年电影
产业研究报告

第一章

2016年中国电影产业发展概况

2016年，是中国全面建成小康社会决胜阶段的开局之年，是推进结构性改革的攻坚之年，对电影产业而言注定也是不平静的一年。

2016年，国家通过出台《电影产业促进法》等措施，继续加大扶持电影产业发展力度；习近平总书记《在庆祝中国共产党成立95周年大会上的讲话》中对文化自信的阐释，对包括电影在内的文化发展定位提出了新的更高的要求。

2016年，宏观经济处于新常态和长周期低谷中，供给侧结构性改革中“盘活存量，用好增量”的要求日益迫切，国家政治、经济、社会、外交等各个方面发展的动向，间或以直接影响和间接传导的方式折射到电影领域，型塑着电影产业的样态。

2016年，电影人并肩携手取得了新的成绩，中国电影产业规模和多项产业指标仍保持世界第二的位置，全国电影银幕数和观影人次更冲至世界第一之高位。然而，中国电影产业也迎来14年来增速第一次不到5%的“增速放缓”危机，经历着市场化改革不彻底、不到位带来的各种阵痛。

2016年，是中国电影产业化改革的第14个年头。这一改革起自蓬户瓮牖，走过了栉风沐雨、筚路蓝缕的历程，在多个层面走在文化产业改革的前列，取得的多项成绩令人瞩目。但是，2016年，电影产业暴露出的种种增长瓶颈与转型不畅，令人深思电影产业会否陷入“中等收入陷阱”和“未富先老”之忧。

因此，电影供给侧结构性改革迫在眉睫。2017年伊始，电影行业主管部门提出要打造“电影质量促进年”，业界深感提升内容质量的紧迫性，学界也对这一点有普遍的共识。中国电影产业从“高原”到“高峰”、提振民族的文化自信之路崎岖艰辛，更需胼手胝足、砥砺前行。

► 第一节 2016年中国电影产业发展概述

2016年,中国电影产业多项指标继续增长。从市场相关数据和发展情况来看,中国电影产业的基本面仍然向好,仍处于理性成长的黄金时代。城市电影票房492.83亿元,保持全球第二市场地位。从电影产业多项指标而言,电影银幕数的国际地位于2016年取得突破,超过美国成为世界第一银幕大国。此外,观影人次也有较大增幅。故事片生产数量仍处于世界第三位。(见表1-1-1)

表1-1-1 2012~2016年电影产业发展基本指标一览

指标	2012	2013	2014	2015	2016
故事片产量(部)	745	638	618	686	772
票房(亿元)	170.73	217.69	296.39	440.69	492.83
院线(条)	45	45	47	48	48
银幕数(块)	13118	18195	23592	31627	41179
观影人次(亿人)	4.66	6.17	8.34	12.6	13.72
平均票价(元)	36.25	35.28	35.54	34.98	35.92

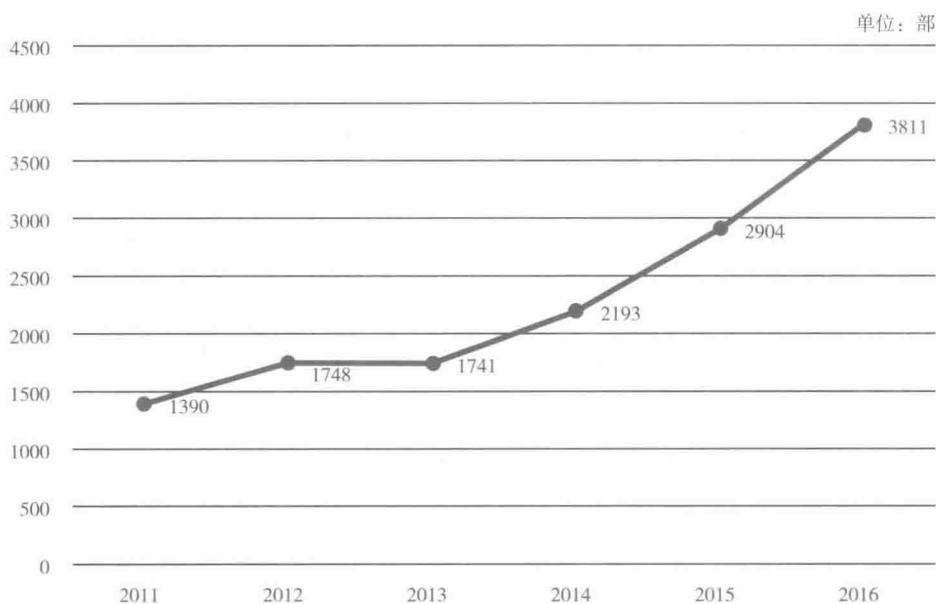
但是,电影产品质量和生产水平不能满足观众日益增长的物质文化需求的问题尤为凸显。它正在倒逼中国电影产业深入进行供给侧结构性改革,优化资源配置、用增量改革促存量调整、提高供给结构对需求变化的适应性和灵活性,迫在眉睫。

一、电影产品供应:生产积极热情,显高投入低产出之虞

总体而言,2016年,市场对电影生产抱有较高热情,影片生产数量仍继续增长。

(一) 市场主体生产热情持续高涨,生产数量不断提高

2016年,向行业主管部门提交电影剧本备案立项并获通过的数量总体仍呈上升趋势。(见图1-1-1)

图1-1-1 2011~2016年全国电影片剧本立项公示情况^①

各类电影生产能力仍不断提高，产品呈提质增效趋势。其中，故事片产量有明显上升，动画片、科教片和特种影片产量亦维持较高水平。(见表1-1-2)

表1-1-2 2012~2016年各类影片生产情况(单位：部)^②

电影片种类 / 年份	2012	2013	2014	2015	2016	
合计	893	824	758	888	944	
故事片	故事片	745	638	618	686	772
	在总产量中的占比	83.43%	77.43%	81.54%	77.25%	81.78%
	动画影片	33	29	40	51	49
其他各类影片	纪录影片	15	18	25	38	32
	科教影片	74	121	52	96	67
	特种影片	26	18	23	17	24
	在总产量中的占比	16.57%	22.57%	18.46%	22.75%	18.22%

市场生产热情的高涨显示出：一方面，市场主体对投资生产影片仍抱有较高期待，更多的法人和组织参与电影制作；另一方面，也折射出电影生产方式高投

^① 根据国家新闻出版广电总局电影局公布数据整理。

^② 数据来源：国家新闻出版广电总局电影局。自2012年起，供电视播出的数字电影生产数量并入故事片类计算。