

2013

# 中国电影产业 研究报告

THE RESEARCH REPORT  
ON CHINESE  
FILM INDUSTRY

中国电影家协会产业研究中心

# 2013 中国电影产业 研究报告

中国电影家协会产业研究中心

THE RESEARCH REPORT  
ON CHINESE  
FILM INDUSTRY

## 图书在版编目 (CIP) 数据

2013 中国电影产业研究报告/中国电影家协会产业  
研究中心著. —北京: 中国电影出版社, 2013. 4

ISBN 978 - 7 - 106 - 03631 - 7

I. ①2… II. ①中… III. ①电影事业—研究报告—  
中国—2013 IV. ①J992

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 055779 号

责任编辑: 崔 巍 李清晨

装帧设计: 赵子航

责任校对: 乾 风

责任印制: 张玉民

## 2013 中国电影产业研究报告

中国电影家协会产业研究中心 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: cfpymb@126.com

经 销 新华书店

印 刷 中国电影出版社印刷厂

版 次 2013 年 4 月第 1 版 2013 年 4 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/787 × 1092 毫米 1/16

印张/16.25 插页/2 字数/404 千字

印 数 1 - 3000 册

---

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 03631 - 7/J · 1400

定 价 48.00 元

# 《2013 中国电影产业研究报告》 编辑委员会

主 任 康健民

副主任 许柏林

委 员 (以姓氏笔画为序)

王 丹 刘 军 刘 嘉 刘 藩 刘汉文  
刘浩东 齐勇锋 李春妹 李景富 郑 岑  
胡子光 贾磊磊 黄嘉明

主 编 刘浩东

副主编 王 丹 郑 岑

选题策划 (以姓氏笔画为序)

刘 军 齐勇锋 贾磊磊 黄嘉明

统 稿 王 丹 郑 岑 刘汉文

撰稿人 第一部分 2012 年电影产业研究报告

第一章 概 述 王 丹 卢雪菲 鲜 佳

第二章 2012 年电影投融资分析 彭 健 陈 烁

第三章 2012 年电影制片生产与制片主体分析 刘 藩 刘婧雅

第四章 2012 年电影制作技术与影视基地分析 刘 藩 康 婕 余 宇

第五章 2012 年电影营销分析 王 丹 鲜 佳

第六章 2012 年电影院线与影院经营分析 刘汉文 韩 超

第七章 2012 年电影市场与票房分析 刘 嘉 杜思梦

第二部分 2012 年电影市场调查报告

第八章 2012 年暑期档电影市场消费调查报告 李 亮 赵梦然

第九章 2012 年影院经理市场分析调查报告 郑 岑 赵梦然

附录: 2012 年电影产业发展业界观点综述 徐 健

市场数据总监: 刘 嘉

问卷数据调研: 郑 岑 李 亮 赵梦然

问卷数据分析: 宋 青 雷 霆 尹 冬 王志西

## 编者的话

《中国电影产业研究报告》是国家专项资金支持的文化产业研究项目,中国电影家协会产业研究中心聚合业内专家及研究精英,在掌握年度翔实数据与充分调研基础上,深入研究中国电影产业在发展中存在问题和机遇并提出战略发展建议。《中国电影产业研究报告》自2007年推出以来,以权威的数据与精湛的分析广受业内好评。

第七部《中国电影产业研究报告》在系统、科学、规范研究数据、现象的基础上,更加注重分析产业现状背后的成因,从理论上尝试构建电影产业的运作机制,并理性预测未来世界格局中中国电影产业发展前景及机遇。

2012年度中国电影产业研究报告共分为两大部分,一是以电影产业各环节为基础全面调研的“产业研究报告”;二是以电影市场数据为依托深入分析的“市场调查报告”。

产业研究报告部分,主要包括投融资分析、电影制片生产与制片主体分析、电影制作技术与影视基地分析、电影营销分析、院线与影院经营分析、市场与票房分析。本年度,投融资分析在铺陈现象的同时,更加注重金融工具在电影融资过程中的效果研究;影片生产部分明确以类型为依据分析电影生产的结构性合理问题;2012年,我们首次尝试研究主创人员在产业链中的价值及地位,他们不仅仅是电影产品开发的工作人员,也是电影本身的价值组成之一。而电影营销板块对产业的边际效应带动最大,对营销的研究已从大电影营销过渡为整合营销研究。

市场调查报告部分,主要包括暑期档电影市场消费调查报告和影院经理市场分析调查报告。2012年,我国城市影院已达3442家,票房超过500万的有939家,影院经理实际上成为电影产品离观众距离最近的一线经销者,我们首次把调查的对象锁定这一群体。调查结果很有意思,大多数影院经理认为,在一线市场“时间代表一切”,目前中国电影市场影片总量合理,但分布不均,大片应及早确定档期,小片灵活调整,方能充分把握市场空间。“宣传效果”是影片排映的第一风向标,但“口碑”绝对是决定电影在市场上生死存亡的第一标尺。

感谢电影市场研究专家刘嘉老师、中国艺术研究院刘藩研究员、国家广电总局

战略发展研究中心电影所刘汉文所长等专家所带领的调研团队一年来的辛苦工作,同时也感谢数十位业界代表接受我们的考察,无私地与读者分享他们的实践经验和思考成果。我们希望,对中国电影产业的研究是一次电影人与市场规律的对话,更是一次对中国电影与人民生活关系的定位和思考。

# 目 录

## 第一部分 2012 年电影产业研究报告

### 第一章 概 述

<b>第一节 2012 年中国电影产业发展概况</b> .....	4
一、票房与市场 .....	4
二、制片生产 .....	6
三、制片主体 .....	7
四、院线与影院 .....	8
<b>第二节 2012 年中国电影产业总体态势分析</b> .....	9
一、影片创作题材、类型呈现多元化的良好态势 .....	9
二、国产电影市场遭遇新政策冲击 .....	11
三、制片、发行方和院线调整分账比例需直面解决 .....	12
<b>第三节 中国电影产业发展战略及思考</b> .....	13
一、“十二五”文化政策导向下,电影产业有望由量到质、从大到强转变 .....	13
二、“中美电影协议”下国产电影市场告急,或可逼出“内生性”增长力的爆发 .....	14
三、资本市场与电影产业的融合趋于充分,理性投资与市场分工成为可能 .....	14
四、电影技术大发展,新的增长点与问题并存,产业升级换代任重道远 .....	15
五、整合营销的局面打开,与微博等社会化媒体的互动实践将过渡为一种常态 .....	15

六、“请进来”、“走出去”深入发展,中方电影企业的主导作用逐步增强	16
七、院线市场扩容向基层迈进并有跨国趋势	16

## 第二章 2012 年电影投融资分析

<b>第一节 电影产业发展环境分析</b>	17
一、宏观经济环境	17
二、政策环境	17
<b>第二节 电影产业主要融资方式分析</b>	19
一、影视产业私募股权投资基金(PE/VC)融资	19
二、上市融资	22
三、银行贷款	25
四、信托	27
五、政府资金、电影专项资金与社会资助资金	28
<b>第三节 电影产业投融资的特点分析</b>	29
一、投融资方式的进一步创新	29
二、投融资服务体系的进一步完善	30
三、国际化资本流动增多	32
<b>第四节 电影产业投融资的深层问题及对策</b>	35
一、影视企业如何提高盈利	36
二、政府如何支持影视产业投融资	37

## 第三章 2012 年电影制片生产与制片主体分析

<b>第一节 电影制片生产分析</b>	39
一、国产电影创作生产基本概况	39
二、制片业的竞争对手	41
三、国产类型片分析	42
四、国产非类型片分析	46
五、合拍片分析	47
<b>第二节 电影制片人才分析</b>	50
一、国产电影幕后人才分析	50
二、华语电影明星对电影制片的影响	56
三、人才结构有待优化	59
<b>第三节 电影制片主体分析</b>	60
一、制片企业发展模式分析	60
二、制片企业存在的问题	71



## 第四章 2012 年电影制作技术与影视基地分析

<b>第一节 电影制作技术现状</b> .....	75
一、国产电影制作全面进入数字化时代 .....	75
二、中国高技术格式电影新发展 .....	78
<b>第二节 电影制作公司发展现状</b> .....	80
一、灵动力量和水晶石 .....	80
二、视点特艺 .....	81
三、八一电影制片厂技术部 .....	82
<b>第三节 电影制作存在的问题与对策</b> .....	84
一、电影制作中存在的问题 .....	84
二、建议与对策 .....	86
<b>第四节 产业集群与影视基地的功能定位</b> .....	88
一、产业集群与影视基地 .....	88
二、影视基地的功能定位 .....	89
<b>第五节 影视基地的发展特点及运营模式</b> .....	89
一、旅游功能见长的基地 .....	89
二、拍摄功能见长的基地 .....	90
三、旅游功能与拍摄功能兼具的影视基地 .....	92
<b>第六节 影视基地发展的问题及思考</b> .....	94

## 第五章 2012 年电影营销分析

<b>第一节 电影营销的方式与手段</b> .....	98
一、品牌营销与核心价值 .....	98
二、新媒体运用与社会化营销 .....	99
三、口碑营销与情感共鸣 .....	100
四、“饥饿营销”与档期选择 .....	102
五、跨界营销与借势营销 .....	103
六、整合营销和广告植入 .....	104
七、院线市场与衍生产品 .....	105
<b>第二节 电影营销的趋势——整合营销</b> .....	106
一、何谓“整合营销”？ .....	107
二、以《画皮 II》为代表：“矩阵式营销(矩形营销)” .....	108
<b>第三节 问题和建议</b> .....	110
一、问题 .....	110
二、建议 .....	110

三、建立系统化营销机制 .....	111
四、结语 .....	112
<b>第六章 2012 年电影院线与影院经营分析</b>	
<b>总 论</b> .....	113
<b>第一节 电影院线与影院整体发展态势分析</b> .....	114
一、政策上,更加有利于发行放映与制片环节的协调发展 .....	114
二、经营上,影院积极增加票房之外的收入 .....	115
三、技术上,数字放映基本取代胶片放映 .....	115
四、品牌上,影院追求差异化经营 .....	116
五、业务上,影片排映动态化 .....	116
六、人员上,从业者年轻化与跨专业化趋势凸显 .....	117
<b>第二节 重点院线发展分析</b> .....	118
一、院线总体情况概述 .....	118
二、近三年票房排行前十的院线比较分析 .....	120
三、强势院线的发展分析 .....	121
四、上升院线的快速发展 .....	122
五、中小院线的发展状况 .....	124
<b>第三节 影院总体发展情况分析</b> .....	125
一、人次排行前 100 的影院分析 .....	125
二、近三年票房排行前十的影院对比分析 .....	128
三、特色影院经营分析 .....	132
四、县域影院发展分析 .....	133
五、影院投资公司情况分析 .....	134
<b>第四节 院线与影院建设十年回顾与发展趋势分析</b> .....	135
一、院线制改革的主要措施 .....	135
二、十年来院线和影院发展的基本特点 .....	136
三、院线制改革十年来取得的成效 .....	137
四、影院未来发展趋势预测 .....	139
<b>第七章 2012 年电影市场与票房分析</b>	
<b>第一节 电影市场基本情况</b> .....	141
一、市场基本数据 .....	141
二、电影市场的新纪录 .....	143
<b>第二节 年度热点事件</b> .....	145
一、《画皮 II》率国产片“突围”,增强应对进口片信心 .....	145

二、制片方与院线的分账比例纷争 .....	146
三、《人再囧途之泰囧》的成功案例,折射大片投资危机 .....	147
四、市场多元,催生文艺片票房 .....	149
五、《Hold 住爱》Hold 住“七夕档” .....	151
<b>第三节 市场各类数据解读 .....</b>	<b>151</b>
一、新片市场数据解读 .....	152
二、档期数据解读 .....	161
三、节假日档期数据解读 .....	164
四、对节日档含金量的重新认识 .....	168
<b>第四节 年度发行公司的业绩评析 .....</b>	<b>171</b>
一、国内发行公司基本情况 .....	171
二、年度发行市场的主要问题 .....	174

## 第二部分 2012 年电影市场调查报告

### 第八章 2012 年暑期档电影市场消费调查报告

<b>第一节 概述 .....</b>	<b>179</b>
一、调研背景与目的、调查范围、分析架构 .....	179
二、观众构成 .....	180
<b>第二节 暑期档公映影片分析 .....</b>	<b>182</b>
一、影片的观看率 .....	183
二、观看因由分析 .....	188
三、观众满意度分析 .....	191
四、满意成分分析 .....	195
<b>第三节 单片深层内容消费分析 .....</b>	<b>201</b>
一、《画皮 II》 .....	201
二、《搜索》 .....	203
三、《冰川时代 4》 .....	206
四、《听风者》 .....	210

### 第九章 2012 年影院经理市场分析调查报告

<b>第一节 影院经理基本信息 .....</b>	<b>213</b>
一、性别构成:男性为主 .....	213
二、年龄构成:30 岁以下为主 .....	214
三、任职年限构成:近四成任职三年以上 .....	215

四、影院位置布局:最核心商圈(商业区集中)为主 .....	215
<b>第二节 影院经理眼中的观众观影喜好 .....</b>	<b>216</b>
一、按观众的性别、特点分类 .....	216
二、按影片的国别分类 .....	218
<b>第三节 影院经理眼中的观众观影习惯 .....</b>	<b>220</b>
一、不同观影时段的观众构成 .....	220
二、购票方式:会员票制占主体 .....	222
三、获取影讯渠道:媒体宣传效果最好 .....	223
四、影响观众的观影因素构成 .....	224
<b>第四节 影院经理眼中的其他热点问题 .....</b>	<b>225</b>
一、关于影片排映 .....	225
二、关于影院营销 .....	227
<b>第五节 影院经理说 .....</b>	<b>230</b>
一、制片:提高影片质量,丰富创意题材 .....	231
二、营销发行:建立专业团队,呼吁档期均衡 .....	232
三、院线影院:影院经营差异化,服务标准化 .....	232
四、政策:规则标准引热议 .....	233
五、人才培养:专业人才是产业发展的希望 .....	233
 <b>附录 2012 年电影产业发展业界观点综述 .....</b>	 <b>235</b>



第一部分

**2012年**  
**电影产业研究报告**



## 第一章

# 概述

2012年的中国电影产业可谓大潮涌动,在稳步提升中现象丛生。“中美电影协议”影响下的国产片与进口片的市场之争;调整分账比例诉求下的制片方与院线方的票房之争;不同创作理念指导下的类型片与文艺片的口碑之争。这些都凸显出在产业规模急速扩张的背景下,产业格局亟待调整,产业政策亟待跟进,创作理念亟待提升的现状。然而,我们仍然欣喜的看到,以《画皮Ⅱ》、《人再囧途之泰囧》、《十二生肖》为代表的国产电影,引发观影热潮,屡破票房纪录,用事实证明,观众对国产电影的需求巨大,中国电影市场的潜力巨大。

2012年,中国电影产业体制化改革进入第二个10年,电影产量、市场规模继续保持了高速增长的势头,增幅超过往年。在国家大力发展文化产业的方针政策指导下,电影作为文化娱乐产业的龙头产业,逐步横向扩张、纵向联合,在一源多用、资源整合方面积极探索实践,扩大了电影产业的边际效益和整体收益。电影制片公司积极探索符合市场规律、观众需求的创作之路,终获市场肯定,如践行“制片人中心制”的麒麟影业,坚持“类型片方向、培育新导演”的光线影业。院线制改革历史遗留问题凸显,主力院线公司积极迎上寻求变革,如广东金逸收购珠江院线,万达院线向海外扩张等。资本市场经过数年热度之后趋于平静,年度没有大的动作,单片票房成绩之于电影公司股价影响巨大,如《一九四二》之于华谊兄弟,《人再囧途之泰囧》之于光线影业。中影集团和上影集团已列入资本市场上市下一梯队,预示着国有电影企业将在未来电影产业格局中迅速崛起。2012年3D、IMAX影厅快速扩张,数字银幕占到90%以上,技术发展对电影产业发展影响巨大,不仅改变了制片发行放映之间的关联,更明显的区分了电影与其他视听产品的观影感受。凡此种表现在创作上则是一次市场主流创作集体的更替,五大导演的间或缺失,港人北上的迷茫,加之市场扩容终于给了青年一代导演(宁浩、乌尔善、徐峥、李玉等)一次积累后的集体爆发。总之,纵观2012中国电影产业动荡中有沉淀、斗争中有进步、变革中有思考,值得反复回味。

## 第一节 2012年中国电影产业发展概况

2012年,中国电影年度票房总量首次超过日本,成为全球第二大电影市场,仅次于美国。全年票房达170.73亿元人民币,较2011年增长30.18%。全年生产故事影片745部。2012年城市影院观影人次约4.72亿,同比增长28.26%,略低于2011年;全年新增影院646家,新增银幕3832块,平均每天全国新增银幕10.5块,且全部为数字影厅。截至2012年底,全国银幕数突破一万达到13118块,其中2K数字银幕超过1.2万块,约占91.5%。

### 一、票房与市场

2012年全国电影票房总额达到了170.73亿元,与2011年的131.15亿元同比增长30.18%。2002年全国电影票房只有9.5亿元,经过10年的发展,增长了18倍,平均增长率超过三成。

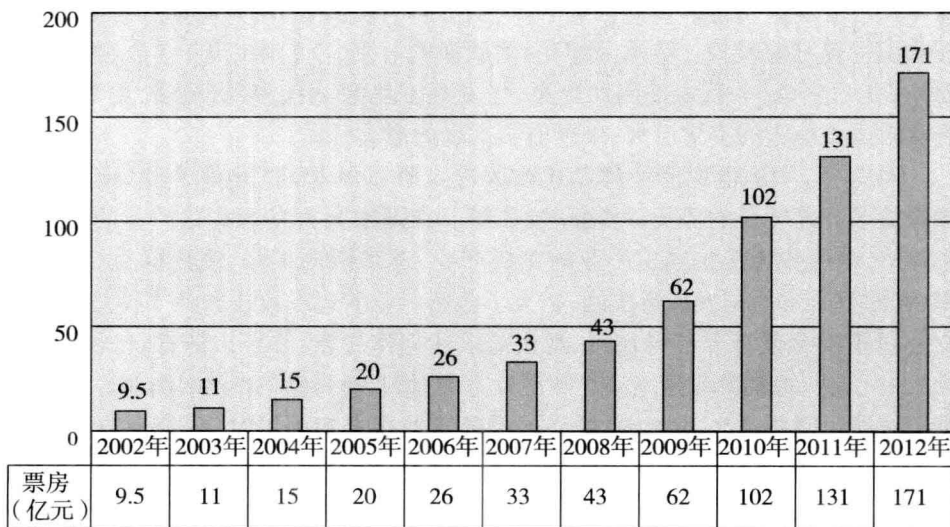


图1-1-1 2002—2012年中国电影市场票房增长情况

其中,国产影片票房82.73亿元。全年有21部国产影片票房过亿,6部影片过2亿,3部影片过7亿,数量超过历年。进口影片票房88亿元,累计23部票房过亿,其中15部票房过2亿。《人再囧途之泰囧》、《画皮II》、《十二生肖》分获国产片票房三甲,《泰坦尼克号》(3D)、《碟中谍4》、《复仇者联盟》名列进口片票房前三名。年度国产片票房占全年总票房48.46%,是近五年来国产片市场占比首次低于50%。

助推这一逆转的是2012年2月“中美电影协议”的出炉。“中美电影协议”规定:我国在每年引进20部海外分账大片的基础上,增加14部3D或IMAX分账影



片的名额。34 部分账大片全部公映,累计票房约为 74 亿,《泰坦尼克号》(3D)总票房 9.48 亿元。数量增多的好莱坞大片在中国电影市场上拉开了争夺战,8 月 27 日,“蝙蝠侠”和“蜘蛛侠”同时公映;11 月,又有 5 部分账电影同期上映。好莱坞分账大片在档期分账不均的情况下反超国产影片,说明国产电影的整体竞争力尚须增强。分析认为,好莱坞下一个目标将是获得进口影片的发行权和排期权,那么每月若有 4—5 部分账大片上映,加之批片,对国产电影的冲击不堪设想,中国电影需好好利用新政五年保护期,练好内功。

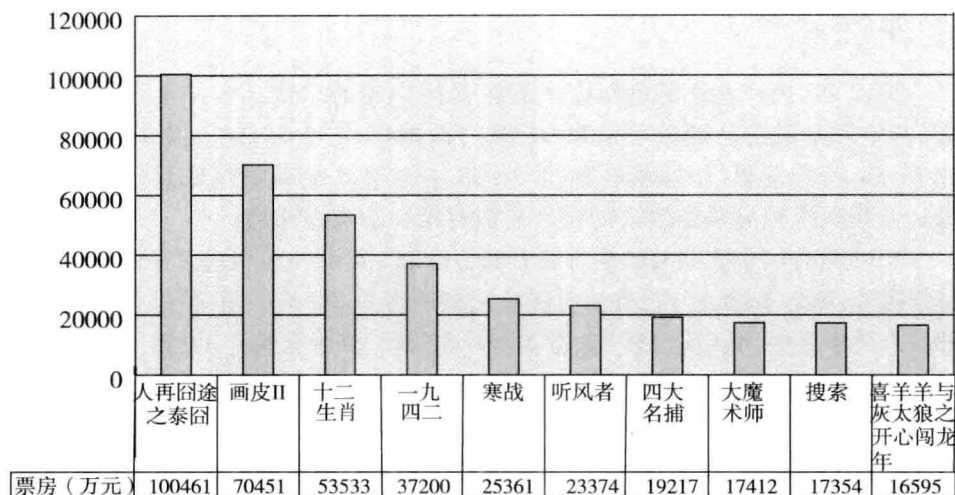


图 1-1-2 2012 年全国院线国产新片票房前 10 名

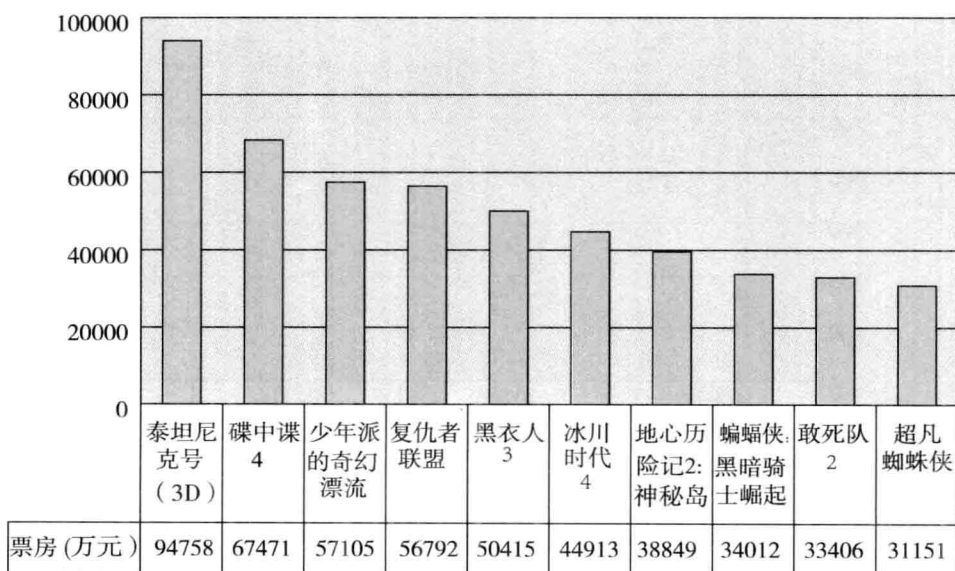


图 1-1-3 2012 年全国院线进口片票房前 10 名