

2012

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

2012 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

2012 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, 2012. 5

ISBN 978 - 7 - 106 - 03466 - 5

I. ①2… II. ①中… III. ①电影事业—研究报告—
中国—2012 IV. ①J992

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 069001 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: 张玉氏

2012 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: cfpgh@126.com

经 销 新华书店

印 刷 中国电影出版社印刷厂

版 次 2012 年 5 月第 1 版 2012 年 5 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/787 × 1092 毫米 1/16

印张/13.75 插图/2 字数/282 千字

印 数 1 - 3000 册

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 03466 - 5/J · 1329

定 价 42.00 元

《2012 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 尹宁安 刘军 刘嘉 刘藩

刘汉文 刘浩东 齐勇锋 李春妹 郑岑

胡子光 柳秀文 贾磊磊 黄嘉明

主编 刘浩东

副主编 王丹 郑岑

统稿 王丹 郑岑 刘汉文 李亮

撰稿人 第一部分 2011 年电影产业研究报告

第一章 2011 年电影投融资分析 赵莹

第二章 2011 年电影制片生产与制片主体分析 刘藩 余宇

第三章 2011 年电影院线和影院经营分析 刘藩 肖晓 余宇

第四章 2011 年中国电影产业发展战略分析 刘军

第二部分 2011 年电影市场研究报告

第五章 2011 年电影市场总体态势分析 刘嘉 刘汉文 唐鸿

第六章 2011 年电影市场分析 刘嘉 杜思梦

第七章 2011 年电影票房分析 刘嘉 杜思梦

第八章 2011 年电影观众分析

第一节 观众构成与观影偏好分析 郑岑

第二节 电影观影人次分析 刘嘉

第九章 2011 年暑期档电影市场消费调查报告 李亮 赵梦然

第三部分 单项研究报告

第十章 2011 年电影映前广告市场分析 刘嘉

市场调研 郑岑 李亮 赵梦然

市场数据总监 刘嘉

数据分析 宋青 蒋寅 杨舒婷

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研究精英,在掌握年度翔实数据与丰厚的调研基础上,深入研究中国电影产业在发展中存在的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。

吸取往年经验,并尝试全新思路,在产业报告推出的第六个年度,我们首次大幅调整了产业报告的内容格局,打破单纯的产业链环节的线性描述,将研究整体划分为“产业”和“市场”两大板块,“产业”板块针对行业运作,向战略研究转型,“市场”板块突出受众效果反馈,以数据和分析说话,并在字数上对产业报告的容量做了大幅精简。我们希望通过这样的改革,使产业报告更加精炼、系统,增强前瞻性和研究特性。

新版报告共分为三大部分,一、以电影产业发展为基础全面调研的“产业研究报告”;二、以电影市场数据为依托深入分析的“市场研究报告”;三、根据本年度热点而设立的单项研究报告。

产业研究报告部分,主要包括投融资分析、制片生产与制片主体分析、院线和影院经营分析、产业发展战略分析。

市场研究报告部分,主要包括市场总体态势分析、市场分析、票房分析、观众分析和暑期档电影市场消费调查报告。

单项研究报告部分,我们推出了“2011年电影映前广告市场分析”报告。电影映前广告最早以片方贴片、发行公司贴片、院线(影院)贴片三种形式出现,近来,电影市场繁荣导致单一随影片的贴片广告逐步不适应市场的发展,一种以媒体化方式投放的新型电影映前广告经营模式出现了。这种模式是广告经营者与影院终端合作,将客户的广告直接发布于影院进行映前播放。该项报告以此为对象分析电影映前广告兴起、发展、经营主体和经营模式、产业前景以及存在的问题,这一热点值得关注。

目 录

第一部分 2011 年电影产业研究报告

第一章 2011 年电影投融资分析

第一节 2011 年电影投融资背景	3
一、电影产业继续蓬勃发展	3
二、十七届六中全会的召开继续为电影投融资创造良好的政策环境	4
三、经济转型和房地产紧缩政策,使得大量业外资本转投电影产业	4
四、随着文化体制改革步伐加快,诸多电影制片厂转企改制后,电影 投资成为其重要业务之一	5
第二节 2011 年电影投融资状况分析	6
一、投融资方式分析	6
二、电影产业投融资风险分析	10
第三节 2011 年电影投融资特点	11
一、2011 年电影投融资的投入资金大幅增加,投资主体更为丰富, 投融资方式有所创新,投融资领域不断扩展	11
二、在具体操作方面,我国电影投融资运作手段更为专业成熟,投融 资体系更为完备	12
三、中低成本电影越来越吸引投资目光	12
四、电影投融资出现以市场为导向、以资本为纽带,向全媒体融合的 趋势	13
第四节 电影投融资存在的主要问题及对策建议	14
一、主要问题	14
二、对策研究	15

第二章 2011 年电影制片生产与制片主体分析

第一节 2011 年电影创作生产分析	17
一、2011 年电影创作生产基本概况分析	17
二、国产片类型分析:主打类型不变,多元化格局渐显.....	19
第二节 2011 年重点国产影片分析	22
一、票房排名前 30 位的国产电影制作团队核心人才分析	22
二、合拍片:发展势头良好,仍需纵深推进.....	27
第三节 2011 年电影制片企业发展分析	28
一、国有制片企业发展分析.....	28
二、民营制片企业发展分析.....	32
三、其他制片企业.....	37

第三章 2011 年电影院线和影院经营分析

第一节 2011 年电影院线整体发展态势分析	41
一、各大院线迅速扩张与局部市场过热现象并存.....	41
二、民营企业竞相圈地与国企缺乏后劲、外部借力现象并存	41
三、院线外延式发展模式与经营多元化现象并存.....	43
四、市场竞争加剧,市场秩序有待加强	43
第二节 重点院线发展分析	45
一、万达模式独树一帜,坚持全资建设影院强化品牌管理	46
二、民营院线积极扩张,成就市场上升动力	47
三、国营院线作为市场中坚,改革调整、稳步发展.....	49
四、2011 年院线发展总结	51
第三节 2011 年强势影院分析	52
一、2011 年票房排行前 100 名影院分析	52
二、近三年票房十强影院对比分析.....	55
第四节 代表性影院经营情况分析	59
一、中心城区影院经营分析.....	59
二、城市郊区影院经营分析.....	61
第五节 全国城镇影院布局特点、问题及发展趋势	61
一、影院布局和特点.....	61
二、影院发展的问题和趋势.....	63
附:2011 影院调查问卷分析	63

第四章 2011 年中国电影产业发展战略分析

第一节 中国电影产业发展的战略目标	67
第二节 2011 年战略发展的效果概况	67
一、延续十年的票房增长	67
二、国产片的市场主导份额	70
第三节 国际比较视野下的 2011 年整体发展战略分析	71
一、2011 年中国电影产业票房成绩的原因	71
二、中国电影产业发展战略弱点和潜力	71
三、中国电影产业发展面临的外部挑战	73
四、中国电影产业发展的战略原则	75
第四节 2011 年以后的中国电影产业发展的战略对策	77
一、中国电影产业的投融资战略对策	77
二、中国电影产业的制片业发展战略对策	79
三、中国电影产业的发行放映业战略对策	80

第二部分 2011 年电影市场研究报告

第五章 2011 年电影市场总体态势分析

第一节 2011 年电影市场发展概述	85
一、2011 年电影市场新特点	85
二、电影市场升值与市场主体的转变	88
第二节 电影市场中存在的问题	88
第三节 促进电影市场健康发展的对策	90

第六章 2011 年电影市场分析

第一节 年度新片放映市场分析	92
一、十大国产片的市场表现及特点	93
二、十大进口片的市场表现及特点	94
三、中小影片的经典案例	98
第二节 年度影片市场类型分析	100
第三节 2011 年发行市场与发行公司	102

第七章 2011 年电影票房分析

第一节 城镇化进程中对电影市场的推动	110
--------------------	-----

第二节 周档期、新片首映、次周放映市场分析	111
一、2011年周档期票房分析	111
二、新片首映周票房数据分析及价值评估	119
三、新片放映第二周票房数据分析	122
第三节 节假日档期市场	125
一、节假日档市场分析	128
二、喜忧参半的国庆档分析	129
三、暑期档影片实力均衡,联手推高市场.....	129
四、贺岁档的“蝴蝶效应”	131
第四节 年度市场评估与拐点的到来	132

第八章 2011年电影观众分析

第一节 观众构成与观影偏好分析	134
一、电影观众的自然构成	134
二、电影观众的社会构成	135
三、电影观众的观影习惯分析	137
四、电影观众的影院选择分析	141
五、电影观众的广告态度分析	144
六、结论	145
第二节 电影观影人次分析	145
一、电影观众人次的演变	146
二、影响观影人次提升的外在因素	147
三、影响电影观众人次的内在原因	149
四、2011年电影观众人次结构变化的拐点	150
五、市场的蓝海——创造更广泛的观影群	151

第九章 2011年暑期档电影市场消费调查报告

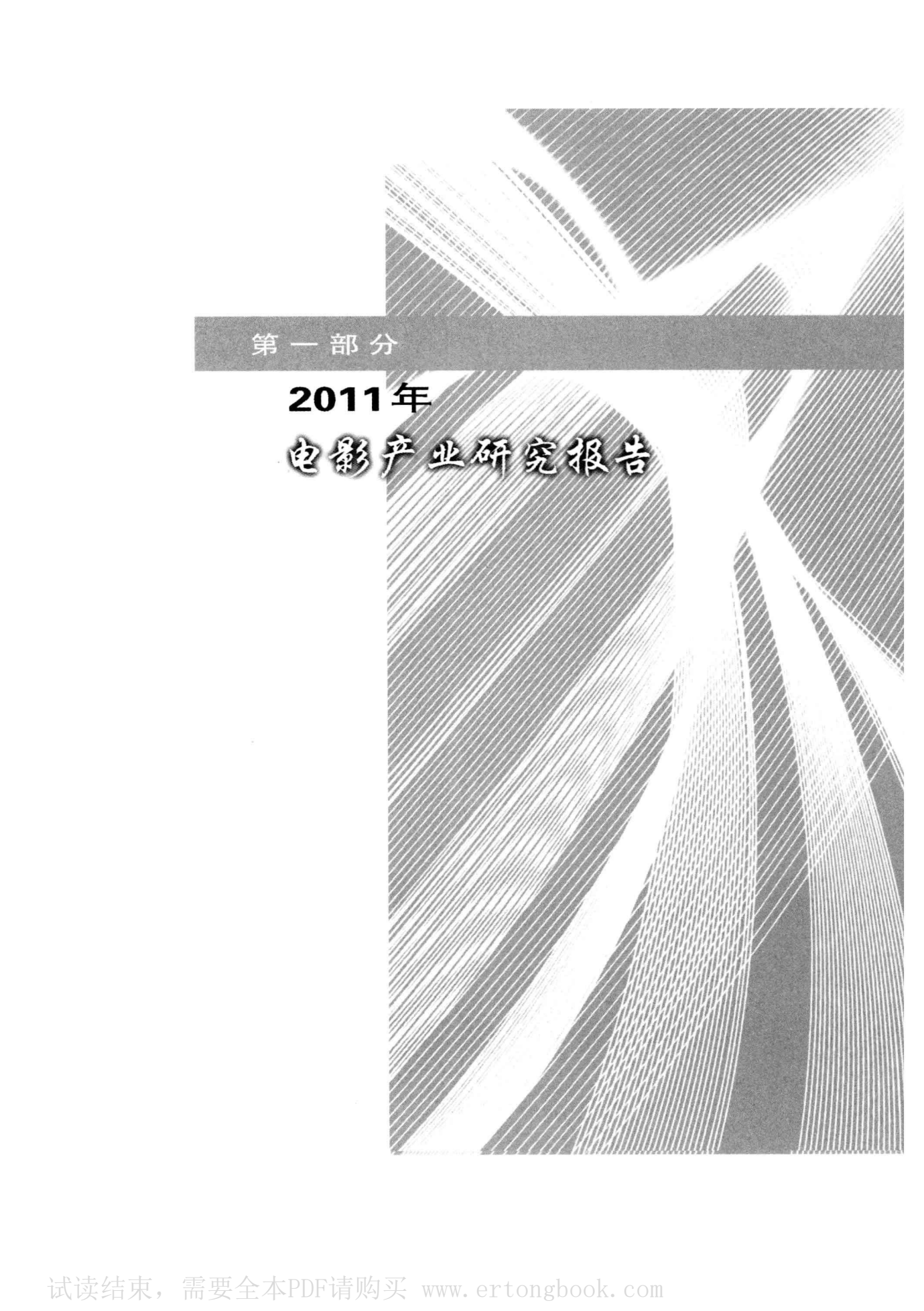
第一节 概述	153
第二节 2011年暑期档公映影片分析	154
一、影片的观看率	155
二、观看因由分析	159
三、观众满意度分析	171
四、满意成分分析	175
第三节 重点影片深层消费元素分析	180
一、《建党伟业》	180
二、《武侠》	183

三、《变形金刚3》	185
四、《窃听风云2》	188

第三部分 单项研究报告

第十章 2011年电影映前广告市场分析

第一节 电影广告兴起	194
第二节 电影广告的媒体化时代	195
第三节 电影广告经营主体与经营模式	198
一、电影媒体的经营主体——央视三维电影传媒	198
二、电影媒体的经营主体——晶茂电影传媒	199
三、院线自营电影广告的“万达银幕”映前广告公司	200
第四节 影院广告发展前景与对产业之作用	201
第五节 电影广告市场存在的问题	202



第一部分

2011年

电影产业研究报告

第一章

2011 年电影投融资分析

我国电影产业真正繁荣始于 2009 年,国际金融危机加上我国经济发展方式转变,客观上使作为文化产业领头羊的电影产业得到了长足的进展。电影产量、票房和银幕数均以高比例的增速提升,电影投资主体的数量也在飞速上升。据业内数据粗略统计,2011 年我国电影制片投资主体已经超过 1200 家,而十年前,也就是 2002 年,我国电影制片投融资主体只有 70 家。影院投资也呈上升趋势,2011 年,我国新增现代化多厅影院的有效放映厅和银幕 3030 多个(块),平均每天增加 8.3 个(块)放映厅和银幕,以每个放映厅平均 50 万的投资计算,2011 年我国每天在放映厅上的投资超过 425 万元。从这些数据可以看出,我国的电影市场正呈现出快速扩张的局面,同时全民性的电影文化正在形成之中。

但是客观分析我国电影业状况,电影作为文化事业的宣传属性与文化产业的属性并存,并且平分秋色的状态,使得我国电影投融资也呈现出相应的局面。2011 年我国生产故事片 558 部,其中无论盈亏,不足 300 部进入票房市场,其余近一半的电影没有进入市场领域,与商品属性无关。这些影片包括了百余部的建党 90 周年献礼片和表现辛亥革命的影片,以及各地区行政部门支持的政绩片。在这样的电影构成中,献礼片和政绩片主要为政府投资或政府主导投资,对投资收益没有过多要求,不属于纯粹的市场行为。目前的状态是,我国电影产业处于原始积累阶段,多种属性均有一套系统进行支撑,无法用一个标准和体系进行规范。而那近 300 部进入票房市场的影片,则是我们进行电影产业投融资研究的主体部分。

第一节 2011 年电影投融资背景

一、电影产业继续蓬勃发展

据国家广电总局新闻通气会介绍,2011 年我国全年共生产各类电影 791 部,全国电影总票房达 131.15 亿元,较 2010 年增长 28.93%,其中国产电影票房为 70.31 亿元,占票房总额的 53.61%,国产电影的票房连续 9 年超过进口电影。

总的来看,2011年中国电影实现了票房的持续增长,新上映的国产影片的实力和质量得到了进一步的提升,国内银幕数不断增长,这都预示着国内电影市场持续呈现的良好发展态势。然而,我们需要看到的是,相比美国电影市场,中国电影市场仍然是一个需大于供的不平衡市场,这个市场的调整不仅需要电影专业从业水平的提高,同时也需要科学和活跃的电影投融资体系的支持。稳定增长的电影市场,是电影投融资最为直接的影响因素,也正是基于此,2011年我国电影投融资市场也保持着与电影市场相一致的火热。

二、十七届六中全会的召开继续为电影投融资创造良好的政策环境

2011年,十七届六中全会召开并审议通过了《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》,预示着文化产业发展正得到前所未有的重视,随着后续税收、金融等扶持政策以及财政、金融、产业发展、产业布局等具体的配套措施的陆续出台,“十二五”期间将是文化产业的黄金五年,也将是中国电影产业蓬勃发展的阶段。在中央政府的大力支持下,会有更多的电影企业通过资本运作进行资源整合以提升竞争力。目前我国上市的文化企业中以图书出版、报刊广告及影视制作的企业为主,在深化文化体制改革的背景下,大批具备条件的国有和民营企业将会得到上市的政策性支持:大型的国有文化传媒企业和电影企业将会通过改制和资本运作走向上市的道路,而具备实力的民营企业也会在国家优惠政策的鼓励下通过上市以及一系列的融资手段做大做强。

电影品牌塑造,是以雄厚的资本为依托的持久品牌树立战略,《变形金刚》、《哈利·波特》、《碟中谍》等都是以一个品牌确立长久的市场地位,这就要求有雄厚的资本、相对稳定的团队和成熟的运营体系为条件。面对激烈的国内外电影市场竞争,我国电影市场主体必须做大做强才能在国际竞争中占据主动,基于此,国家政策扶持是必不可少的环节。我国已经和即将颁布的一系列电影投融资政策将会在很大程度上促进电影产业的繁荣发展,通过有效地实施资本运作,电影产业将会进一步加强电影制作水准、扩大院线经营规模和完善影院设施、与新媒体展开合作培育新型业态、提升出口竞争力,我国将会出现更多的上市影视企业,而影视行业的并购重组也有望迎来第一个高潮,中国将会出现更多的跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组的电影集团。

三、经济转型和房地产紧缩政策,使得大量业外资本转投电影产业

在国家宏观政策的调控下,前几年在房地产市场上业绩良好的企业面临着严格的监管和限制。从2010年开始,房地产市场上相关企业的利润不断下降,在国家越来越严格的政策调控和电影市场逐渐繁荣的大环境下,一部分房地产企业利用自有资金投资电影,试探性地参与到电影投融资之中,而另一部分房地产企业瞄

准电影市场,力图逐渐转型,在电影市场上展开战略性布局和战略性投资。房地产企业投资拍电影,也是企业产业多元化的战略调整,这种调整可以降低企业的投资风险,通过电影投资和一般业务投资进行双重投资,可以被看作是房地产企业在严酷宏观政策调控和市场挑战下的良好机遇。

房地产企业转型投资电影不仅对企业的多元化有益,同时也能够让企业在繁荣的电影市场中取得一定的收益,然而,电影投资所具有的特殊性和专业性要求投资者有雄厚的资金支持、有上下游影视产业链条的支持、有专业的团队和规范化的机制。因此,中国房地产投资商在面临多元化转型的挑战并进军电影市场的过程中,大多缺少对市场的专业把握,这种专业性的缺失使得很多房地产企业在投资电影的过程中面临巨大的风险,而这种投机行为也增加了行业的泡沫,不利于电影市场的健康发展。因此,可以说在房地产企业转型投资电影的过程中,不仅需要大量的资金支持,还需要专业化的运作,目前国内转型投资电影的房地产企业大多都缺少专业的团队。因此,中国电影投融资市场迫切需要大量专业投资机构和服务机构的加入。

四、随着文化体制改革步伐加快,诸多电影制片厂转企改制后,电影投资成为其重要业务之一

民营电影公司在中国电影市场上越来越强的竞争力促使国有电影制片厂走向了改革之路。2011年年初,国家广电总局召集部分国有电影制片厂开座谈会,要求这些厂在年内完成转企改制,如期没有完成改制的电影制片厂将会被吊销电影摄制许可证。目前,全国38家国有电影制片厂都必须转成企业。以安徽电影制片厂为例,作为国有的电影制片厂,安徽电影制片厂在2009年由文化事业单位正式转为文化企业单位,划归安徽广电传媒有限公司,2010年安徽电影制片厂正式更名为安徽影业有限公司。通过成功地进行事转企改革,安徽电影影业公司逐渐开始在电影市场上活跃起来,近两年来参与了大热电影《关云长》和《建党伟业》两部影片的投拍,获得了良好的投资回报,成为了国有电影制片厂成功改制的样本。从上面的例子中我们可以看出,经营性文化单位的事转企改革能够有效提升单位的活力,同时也能够使得国有电影制片厂在电影市场上产生一定的影响力。我国的电影制片厂在事转企改革的带动下,开始逐渐参与到电影投融资的领域中,展示了自己的实力,我们相信在接下来的一年中,会有更多电影制片厂完成事转企的改革,并在改革后进一步积极参与到电影市场的投融资之中。

在与国外电影公司的激烈竞争中,民营电影公司已经取得了一定的成果,我们在大部分国内影片的摄制中都看到了民营电影公司的身影。而在与国内民营电影公司的角逐中,国有电影制片厂开始通过转型参与到激烈的市场竞争里。目前,大多数的国有电影制片厂仍然处在事转企的转型过程中,这些企业一旦完成转型,将会迸发出新的活力,成为国内电影投融资市场上活跃的重要组成部分。

第二节 2011 年电影投融资状况分析

一、投融资方式分析

1. 影视类企业酝酿新一轮上市风暴

2011 年文化传媒板块国内股票市场上表现优异,乐视网、天舟文化等股票大幅上涨,人民网在年初成功通过上市募集到 5.27 亿元的资金,掀起了国内文化传媒企业上市的新高潮。根据目前的形势来看,2012 年包括国有企业在内将会有 30 家文化企业冲刺上市,而在在利好政策的推动下,十二五期间我国每年预计大约将会有 30 到 50 家企业进入 IPO^①。根据 2 月初证监会以及相关部门的信息披露,大连万达集团旗下的万达院线将会先于万达地产上市,而万达集团目前在文化产业方面的投资已经超过百亿元。相比之下,近几年才开始发展文化产业的恒大集团也斥资超过百亿成立恒大文化产业集团。此外,在电影产业上有了初步发展的保利集团已经递交了 A 股 IPO 的申请材料。同时,在文化体制改革的过程中大量国有文化企业将会开启上市之路,包括新华网、央视网在内的 10 家新闻网站正在抓紧时间抢滩登陆 A 股^②。

2011 年北京光线传媒股份有限公司在深交所挂牌上市,发行股票 2470 万股,每股发行价为 52.50 元,共募集资金约 14.39 亿元^③,这是 2011 年所有文化产业企业中上市规模较大的一起案例。光线传媒是继橙天嘉禾、华谊兄弟和“中国电视剧第一股”华策影视和保利博纳之后上市的又一家影视传媒企业,2011 年,除光线传媒外,中影集团、上影集团等也在筹备上市,此外还有海润影视、小马奔腾、长城影视等多家企业正在筹备上市。预计未来 3 年,中国上市影视公司将超过 20 家。上市能够为影视公司带来充裕的资金,可以用于影视产业链的发展上,另外,电影公司上市后,对于兼并、收购小公司也打下了基础。但是,电影是投资风险较高的行业,不是简单的扩大再生产的过程,电影企业的赢利能力的稳定性也不能与传统产业相提并论。因此,对待上市,应有理智清醒的认识,尊重市场规律,按规律办事,才是电影产业的长久发展之道。

2. 影视类已上市企业实现规模扩张

目前国内已经上市的影视企业比较多,包括光线传媒、华策影视等,这些企业在 2011 年均有良好的表现,但相对 2010 年而言,这些企业的增长速度有所放缓,下面我们具体看看几家具有代表性的上市企业在 2011 年的表现。

光线传媒公布了 2011 年的业绩:2011 年度归属于上市公司股东的净利润

① 中国证监会信息披露 <http://www.csrc.gov.cn/pub/newsite/>

② 中国证监会信息披露 <http://www.csrc.gov.cn/pub/newsite/>

③ 见光线传媒股份有限公司 2011 年年报。

1.69 亿元—1.81 亿元,比上年同期增长 50%—60%。报告期内公司共发行 7 部电影,实现的票房收入同比增长超过 70%;投资发行了 2 部电视剧,发行情况良好。发行的影视剧以投资为主,毛利率与上年同期相比亦有较大的提升。前三季度营业收入 4.81 亿元,较同期下降 10.7%;净利润 1.02 亿元,较同期增长 20.3%。光线传媒业绩增速放缓主要原因是:上年同期电影《唐山大地震》收益丰厚,2011 年三季度电影《全球热恋》收益低于预期。公司上映影片有《非诚勿扰 2》、《老夫子之小水虎传奇》、《新少林寺》、《建党伟业》、《雪花秘扇》、《全球热恋》等 6 部,电影及其衍生收入 1.82 亿元,较上年同期下降 41.2%。下降的主要原因是上年同期上映影片《唐山大地震》取得较高票房及衍生收入^①。

2010 年底于冬掌舵的博纳影业集团在美国纳斯达克上市,成为中国首家在美国上市的影视公司。在 2011 一年间,博纳参与投资以及发行的电影达 10 余部,其参与制作的影片《财神客栈》票房破 1 亿元,《窃听风云 2》破 2 亿元,《白蛇传说》破 2 亿元。除票房业绩外,博纳在艺术片领域的影响也正在逐步扩大,该企业 2009 年投资发行的《打擂台》赢得好口碑,并在 2011 年香港电影金像中摘得最佳影片桂冠。2012 年 3 月才上映的《桃姐》未映先红,在威尼斯电影节和金马奖中大放异彩,擦亮了博纳影业在海外的招牌^②。

作为中国第一家上市的电视剧制作企业,华策影视在 2011 年年报显示其业绩在平稳中进一步实现了发展:公司 2011 年下半年新增投入 2 部电影,其中《太平轮》占影片总投资的 30%,《听风》计划投资比例为 20%。2010 年公司全资子公司浙江金球影业与浙江时代电影大世界有限公司共同出资设立浙江时代金球影业投资公司,公司占 40% 股权。华策影视 2011 年全年业绩公告显示,公司预计归属于上市公司股东的净利润 1.45 亿元—1.64 亿元,比上年同期增长 50%—70%。公告显示,业绩预增原因为公司上市以来合理利用募集资金扩大生产规模,并在报告期内按计划完成了产品的拍摄并取得发行许可,除之前的定期报告中已披露的产品发行情况外,第四季度公司包括《抬头见喜》、《鱼跃在冬季》、《爱的烹饪法》等在内的部分产品获得发行许可并实现部分销售^③。

此外,待上市的小马奔腾逐渐实现了渐进的规模、良好的收入及利润,成为了私募投资基金争抢的热门对象。除了霸菱亚洲 4000 万美元注资,2011 年 3 月,由建银国际影视出版文化产业投资基金领投,开信创投、信中利等其他多家风投跟进的这笔股价交易额在 7 亿元—8 亿元的融资项目将会成为中国影视产业迄今为止最大一笔融资交易^④。通过索伦引入战略投资者,小马奔腾目前正在准备冲刺创业板,预计 2012 年内很可能实现上市的目标。

从以上上市大潮和上市公司逐渐上升的业绩表现看,未来一段时间内将会有

① 见光线传媒股份有限公司 2011 年年报。

② 见保利博纳 2011 年年报。

③ 见华策影视在 2011 年年报。

④ 中国证监会信息披露 <http://www.csrc.gov.cn/pub/newsite/>