

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

CFP 中国电影出版社
2014 · 北京



图书在版编目(CIP)数据

2014 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, 2014. 7

ISBN 978 - 7 - 106 - 03953 - 0

I. ①2… II. ①中…②中… III. ①电影事业—研究报告—中国—2014 IV. ①J992

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 143414 号

2014 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 100029

电话: 64296664 (总编室) 64216278 (发行部)

64296742 (读者服务部) Email: cfpvgb@126.com

经 销 新华书店

印 刷 中国电影出版社印刷厂

版 次 2014 年 7 月第 1 版 2014 年 7 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/787×1000 毫米 1/16

印张/18 字数/380 千字

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 03953 - 0/J · 1545

定 价 62.00 元

《2014 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 饶曙光

委 员 (以姓氏笔画为序)

毛 羽 刘浩东 李景富 杨步亭 张会军 陈建文
明振江 周铁东 胡子光 侯光明 耿西林 贾磊磊

专家委员会

委 员 (以姓氏笔画为序)

刘 军 刘 嘉 刘汉文 齐勇锋 吴鹤沪 陆绍阳
赵 军 高 军

主 编 刘浩东

副主编 王 丹 郑 岑

编辑部主任 王 丹

编辑部副主任 但红莲

统 稿 王 丹 但红莲 郑 岑 刘汉文

市场数据总监 刘 嘉

问卷数据调研 郑 岑 卢雪菲 赵梦然 石小溪

问卷数据分析 宋 青 郑 岑

《2014 中国电影产业研究报告》

撰稿人

第一部分 2013 年电影产业研究报告

第一章 概 述 李 相 鲜 佳 康 婕

第二章 2013 年中国电影产业总体态势和战略思考 康 婕 鲜 佳

第三章 2013 年电影投融资分析 彭 健 陈 烁

第四章 2013 年电影院线与影院经营分析 支菲娜 徐洁勤

第二部分 2013 年电影市场研究报告

第五章 2013 年电影市场与票房分析 刘 嘉 杜思梦

第六章 2013 年电影市场消费调查报告 郑 岑 赵梦然

第七章 2013 年 90 后电影观众调查报告 卢雪菲 石小溪

第八章 2013 年电影市场社交网络大数据分析 王 丹 刘 晗

第三部分 单项报告

第九章 院线制下的电影发行市场研究 刘 嘉 林莉丽 谷 静

附 录 2013 年中国市场电影片目信息

目 录

第一部分 2013 年电影产业研究报告

第一章 概 述

第一节 票房与市场概况	4
第二节 2013 年中国电影制片生产概况	7
一、国产电影生产类型概述	8
二、分成本制作影片生产状况	10
三、高技术格式电影概述	11
四、合拍片生产情况概述	12
第三节 2013 年中国电影制片主体概况	14
一、国有电影集团年度发展综述	14
二、民营电影公司年度发展综述	15
三、2013 年电影频道生产影片情况综述	19
第四节 2013 年中国电影发行与营销发展概述	20
一、2013 年中国电影发行情况概述	20
二、电影购票渠道分析	22
三、电影营销公司业绩综述	23
四、电影大数据	25
第五节 2013 年中国电影院线/影院发展概述	26
第六节 2013 年全球电影及中国电影海外发展概述	29
一、全球电影市场发展概况	29
二、中美电影竞合关系及中国电影海外销售概况	31

第二章 2013 年中国电影产业总体态势和战略思考

第一节 2013 年中国现象级电影热点分析与思考	35
--------------------------------	----

一、“集合式”电影扎堆,市场前景堪忧	35
二、中小成本影片优势压倒大制作,新生代电影创作群体崛起	36
三、现象级电影过度消费引争议,制片公司需警惕	37
第二节 2013 年中国高技术格式电影产业转向	37
一、国产高技术格式电影生产创新高,影院消费成常态	38
二、高技术格式电影热度下降,观众消费趋理性	38
三、机遇与挑战:中国高技术格式电影打响内容战	39
第三节 2013 年中国电影院线与影院热点分析与思考	40
一、院线整合与差异化发展是未来趋势	40
二、二三线城市院线初显发展潜力	41
第三章 2013 年电影投融资分析	
第一节 2013 年中国电影产业发展投融资环境分析	43
第二节 电影产业主要融资方式分析	47
一、影视产业私募股权投资基金(PE/VC)融资	47
二、并购	50
三、上市融资	56
四、银行贷款	61
第三节 2013 年电影产业投融资特点分析	62
一、影视并购潮汹涌而至	62
二、投资模式日益多元化	64
三、中国资本投资海外电影	65
四、新三板扩容至全国,首只影视股挂牌	67
五、上海自贸区	69
第四章 2013 年电影院线与影院经营分析	
第一节 城市放映终端发展情况分析	71
一、政策助推,行业响应,放映业保持平稳快速发展	72
二、差距渐开,加快整合,院线市场化深入成趋势	75
三、中枢管理,探索艺术放映,差异化经营赢取市场	76
四、网络售票,依托大数据,放映业提升服务质量	77
五、税改压力重,多元化经营,收益方式呈现新变化	78
第二节 特色院线经营状况分析	80
一、万达院线	80
二、中影星美院线	82
三、上海联和院线	83

四、广东大地院线·····	85
五、江苏幸福蓝海院线·····	87
第三节 特色影院经营状况分析 ·····	89
一、北京耀莱成龙国际影城·····	89
二、南京新街口国际影城·····	90
三、乌鲁木齐奥斯卡友好国际影城·····	92
四、上海永华影城·····	93
五、武汉中影天河影城·····	94
第四节 城市放映终端发展的主要问题 ·····	95
一、成本快速上升·····	95
二、竞争日益激烈·····	96
三、人才缺口巨大·····	98
四、市场仍待规范·····	98
五、观众市场还需培养·····	99
第五节 城市放映终端发展的对策建议 ·····	100
一、加强多方沟通,开源节流·····	100
二、行业协会引导与市场调节相结合,合作共赢·····	102
三、加强人才培养,有序流动·····	103
四、完善市场准入和退出机制,有效监管·····	104
五、提供个性化优质服务,独创特色·····	104

第二部分 2013 年电影市场研究报告

第五章 2013 年电影市场与票房分析

第一节 2013 年电影市场概述 ·····	110
一、年度市场数据概览·····	110
二、年度市场新纪录·····	112
三、年度市场新特点·····	113
第二节 2013 年市场热点话题 ·····	120
一、明星导演·····	120
二、“现象级”电影·····	121
三、片酬入股·····	121
四、合拍片·····	122
五、万达青岛东方影都·····	122
第三节 2013 年市场数据解读 ·····	122

一、新片市场数据解读	123
二、2013 年周档期数据解读	127
三、节假日档期数据解读	130
第四节 2013 年市场的评估及发展趋势	132
 第六章 2013 年电影市场消费调查报告	
第一节 调查背景	135
一、调查目的	135
二、调查范围	135
三、分析架构	136
第二节 电影观众构成	136
一、电影观众的自然情况	136
二、电影观众的社会特点	137
第三节 电影观众的观影习惯分析	139
一、观影频率:七成观众至少月观影一次	139
二、观影时段:下午及晚饭后为观影首选时段	141
三、观影目的:休闲娱乐是观众观影的首要诉求	141
四、伴随人群:近半数组合为朋友观影	141
五、观影计划:超六成观众有计划观影	143
六、选择因素:影片类型和内容是观影首选依据	143
第四节 电影观众的观影偏好分析	145
一、影片类型:科幻喜剧热门,战争历史降温	145
二、喜剧类型片:喜故事桥段,恶低俗内容	147
三、动作类型片:喜视觉效果,恶简单故事	151
四、青春爱情类:喜情感共鸣,恶老套拖沓	154
第五节 电影观众的观影满意度分析	157
一、总体满意度:超六成观众满意	157
二、关于新导演新演员:值得鼓励,但离满意有差距	158
三、满意因由分析:满足情感因素最重要	159
四、提升国产影片满意度的建议:开拓多样化题材	160
结 论	161

第七章 2013 年 90 后电影观众调查报告

第一节 调研概述	163
一、调研目的	163
二、分析架构	163

第二节 90 后电影观众的基本信息	164
一、自然构成	164
二、社会构成	164
第三节 90 后电影观众的观影习惯分析	166
一、观影目的	166
二、观影依据	167
三、舆论影响	169
四、明星效应	171
五、观影粘度	174
六、购票方式	175
第四节 90 后电影观众的观影态度分析	176
一、对上映影片题材的态度	176
二、对青春爱情片的态度	179
三、对新导演新演员的态度	184
四、观影满意因由分析	185
第五节 90 后电影观众的观后行为分析	187
一、观影后的分享行为与方式	187
二、影片对于现实生活的影响	188
三、舆论对于影片评价的影响	190
四、电影衍生产品的购买情况	191
五、偶像、明星参演对观影行为的影响	193
结 论	196
 第八章 2013 年电影市场社交网络大数据分析	
一、网民规模及特征	199
二、影迷规模计算	200
三、影迷观影特征	201
四、影迷的主要互联网特征	204

第三部分 单项报告

第九章 院线制下的电影发行市场研究

第一节 院线制下发行市场概述	211
一、电影发行概念界定	211
二、院线制下的电影发行	212

三、数字化放映对发行模式的影响	215
第二节 电影发行市场现状	216
一、政策环境	216
二、产品环境	217
三、产业环境	218
第三节 电影市场的发行主体	219
一、发行主体分类	219
二、发行公司核心竞争力分析	220
第四节 院线制下电影发行趋势前瞻	230
一、渐进缩短的发行放映周期	230
二、争夺激烈的“档期”生命线	231
三、2013 年进口片发行面面观	231
四、关于电影发行的对策和建议	234
第五节 近距离观察海外电影发行	235
 附录 2013 年中国市场电影片目信息	 239



第一部分

2013年

电影产业研究报告

第一章

概述

2013 年中国电影产业以符合大多数人预期的方式实现了继续快速增长,顺利突破了 200 亿大关。全国电影票房收入为 217.69 亿元,同比增长 27.51%。全年故事片产量 638 部(不含电视电影),产量与上年基本持平略有下降。全国新增银幕 5077 块,银幕总数达 18195 块,同比增长 38.7%。2013 年全国影院放映场次达到 2885 万场,净增场次近 820 万场,同比增长 39.7%;2013 年全国观影人次为 6.134 亿,同比增长 29.96%,人次净增 1.41 亿。

2013 年,依靠电影市场的持续发展,尤其是二三线城市的快速扩容,中国电影单片票房体量又上升一个台阶,国产影片的市场表现较为亮眼,中等成本影片出现高票房作品,但大多依靠话题效应及营销手段,如《致我们终将逝去的青春》、《小时代》。大制作影片数量减少,缺乏精品,市场表现疲软。进口片表现较为均衡,《钢铁侠 3》、《环太平洋》、《超人:钢铁之躯》的视觉冲击依然有效,而《地心引力》、《疯狂原始人》等影片依靠口碑效应,在中国市场上取得了意外的收获。全年国产影片票房成绩大幅回升,达到 127.67 亿元,相比较 2012 年的 82.73 亿元,同比增长 54.32%,占比 58.65%(2012 年占比 48.46%)。改变了 2012 年国产影片总票房低于进口影片总票房的短暂局势。

2013 年,新生代电影创作群体逐渐成熟,“跨界”影人更成亮点。2013 年,不仅有很多新导演、青年导演,如赵薇、郭敬明、薛晓路等人的作品上映,更为难得的是,这些新人的作品已经能够在市场上引起强烈的反响并获得高额的票房回报。这些现象级电影虽然出自一些新人之手,在观众中却具有相当强的影响力。这些中小成本影片能够与大制作电影分庭抗礼,也体现出当今目标观众的细分化特点。

2013 年的电影产业发展,既有着对于过去发展模式的延续,也有一些新的特点。电影类型与票房不再是简单的关联,而是面对不同观众更有针对性。电影基金在电影投资中作用凸显,全产业链经营初见端倪。院线并购成为大势所趋,实现了差异化竞争与分众市场。二三线城市院线初显潜力,终端拓展影响制片诉求。

2013 年中国电影市场快速发展的同时,也仍然存在着一些尚未解决的问题。在整体规模做大的前提下,产业结构性矛盾日益凸显。电影票房与口碑仍无法同

步、且落差进一步加大,无论是国产片还是好莱坞电影,都出现了叫座不叫好的现象。由于市场竞争加剧,有限的资源如何合理分配,成为制约电影产业发展的重要因素。国产电影的生产依然维持着一个庞大的数量,但很多影片没有确立适当的市场定位,在市场上无所适从,难有作为。而一些影片在剧情上粗制滥造,依靠华丽的商业包装、铺天盖地的炒作,虽然赢了票房,却输了口碑。这些过度消费的情况,对于电影业未来的发展有害无益,应该引起大家的警惕和重视。

艺术电影的创作近年来成为难以突破的瓶颈,中国电影市场的整体火爆并没有给艺术电影带来福音,反而让艺术电影的生存更加艰难。大多数追求艺术风格和品位的电影,都没能在市场上获得良好的回报。更为令人担忧的是,这些影片本身在艺术质量上也没有达到过去中国电影的高度。由于自身质量不过硬,在国内国际的电影节上战绩差强人意。艺术片创作的萎靡对于中国电影文化生态的负面作用正日益凸显,它使中国电影在题材挖掘、类型拓展、人才积累等方面都受到限制,影响到了中国电影产业格局的整体发展。

3D 电影在经历了前几年的大红大紫之后,已经悄悄退热,不再是能引发观众高度关注的现象。但 3D 电影制作的数量并未大幅减少,目前更多的电影已经将 3D 作为一种常见的制作手段和表现形式。虽然 3D 加 IMAX 依然有着很强的票房号召力,但普通 3D 电影对于票房的贡献已经并不明显。不注重影片叙事和艺术质量,仅仅依靠 3D 的视觉效果噱头就想把观众拉进影院的做法已经不太现实。

第一节 票房与市场概况

2013 年,全国电影票房收入 217.69 亿元,相比较 2012 年 170.73 亿元的票房,同比增长 27.51%。其中国产影片票房 127.67 亿元,相比较 2012 年 82.73 亿元,同比增长 54.32%,占比 58.65%(2012 年占比 48.46%)。

2013 年进口影片票房收入 90.02 亿元。相比较 2012 年 88 亿元,同比增长 2.30%,占比 41.35%(2012 年占比 51.54%)。

2013 年中国电影票房的增长符合业内的预期,人们对于中国电影市场的判断相对客观、准确,说明中国电影市场稳定增长的趋势仍未发生变化,电影市场已渐渐向规模化、成熟化发展。

国产影片票房最高者为 2 月份上映的动作喜剧片《西游·降魔篇》,由《功夫》导演周星驰操刀执导。该片拿下了人民币 12.46 亿元的票房,取代了 2012 年的喜剧片《人再囧途之泰囧》成为票房最高的华语影片。而进口片中的《钢铁侠 3》票房为 7.68 亿元。进口片不仅总票房低于国产片,进口片的票房冠军也不敌国产片票房冠军。

2013 年新上映的所有影片中,共有 59 部电影票房过亿,国产片 32 部,进口片 27 部。《西游·降魔篇》位居年度票房冠军,排在第二至第五名的影片分别是《钢

铁侠3》、《致我们终将逝去的青春》(以下简称《致青春》)、《环太平洋》和《狄仁杰之神都龙王》。

国产片票房走高,得益于新老创作人才的集体发力。一些著名导演、演员的作品依然卖座,如《西游·降魔篇》、《私人订制》、《狄仁杰之神都龙王》、《中国合伙人》、《警察故事2013》等。而较为年轻的创作者获得市场认可,新人新作不断涌现,引发观众关注,则是中国电影票房整体拉高的另一个重要原因,如《致青春》、《北京遇上西雅图》、《小时代》等。2013年海外票房和销售收入14.14亿元,同比增长33.02%,共有45部国产影片销往全球49个国家和地区。海外销售国产影片的数目和票房收入虽有明显增长,但国产电影在海外销售的成绩和在国内市场并不同步,一些在国内火爆的电影,在海外市场并没有获得相应的效应。

二三线城市对于票房增长已初显潜力,未来几年,中国电影票房增长的动力将来自二三线城市。在2013年的电影市场中,不同类型电影对于票房的贡献趋于细化,一些跨类型电影屡屡成为票房黑马。电影资本层面动作活跃,很多公司开始尝试全产业链经营,院线并购的步伐也进一步加快,这些都是影响中国电影票房未来走势的具体因素。

表 1-1-1 2013 年票房收入前 10 名国产影片

票房排名	影片	总票房(万元)
1	西游·降魔篇	124604
2	致我们终将逝去的青春	71901
3	狄仁杰之神都龙王	60220
4	私人订制	58929
5	中国合伙人	53926
6	北京遇上西雅图	51967
7	小时代	48810
8	警察故事 2013	34538
9	风暴	30913
10	天机·富春山居图	30014

表 1-1-2 2013 年票房收入前 10 名进口影片

票房排名	影片	总票房(万元)
1	钢铁侠 3	76844
2	环太平洋	69583
3	地心引力	43633

续表

票房排名	影片	总票房(万元)
4	速度与激情 6	41385
5	疯狂原始人	39488
6	超人:钢铁之躯	39464
7	007:大破天幕杀机	37678
8	星际迷航 2:暗黑无界	35390
9	侏罗纪公园	34896
10	雷神 2:黑暗世界	34350

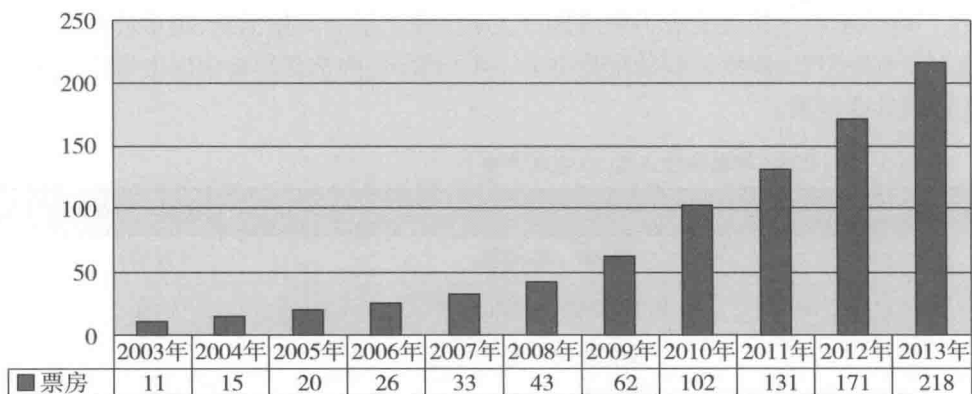


图 1-1-1 票房总量的 10 年数量递增表 (单位:亿元)

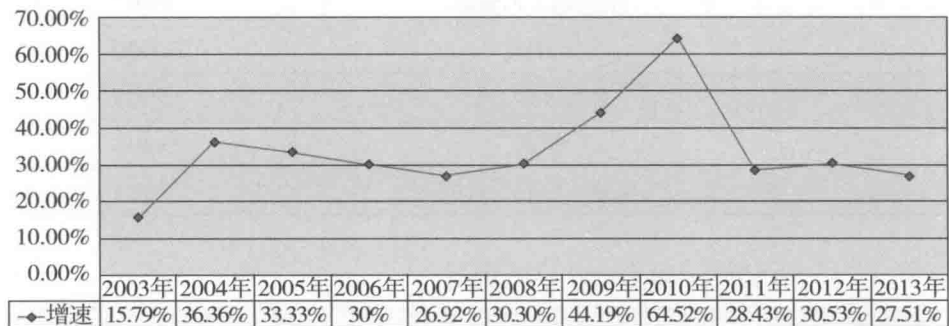


图 1-1-2 票房总量的 10 年数量增速表