

# 中国电影产业发展趋势报告

陈岩 主编

中国传媒大学出版社

# 中国电影产业发展趋势报告

陈岩 主编

中国传媒大学出版社

北京

## 图书在版编目(CIP)数据

中国电影产业发展趋势报告/陈岩主编.—北京:中国传媒大学出版社,2018.1  
ISBN 978-7-5657-1922-6

I. ①中… II. ①陈… III. ①电影事业—产业发展—研究报告—中国  
IV. ①J992

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第031941号

## 中国电影产业发展趋势报告

ZHONGGUO DIANYING CHANYE FAZHAN QUSHI BAOGAO

---

主 编 陈 岩  
策划编辑 欣 雯  
责任编辑 李 明  
责任印制 曹 辉  
封面设计 魏 东

---

出版发行 中国传媒大学出版社  
社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024  
电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405  
网 址 <http://www.cucp.com.cn>  
经 销 全国新华书店

---

印 刷 北京中科印刷有限公司  
开 本 787mm×1092mm 1/16  
印 张 18.75  
字 数 362千字  
版 次 2018年1月第1版 2018年1月第1次印刷

---

书 号 ISBN 978-7-5657-1922-6/J·1922 定 价 68.00元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

# 《中国电影产业发展趋势报告》

## 编委会

主任 陈 岩

副主任 杜国清

成 员 陈 怡 张允竞

李月月 冉桓宇

张心淼 王映昀

陈 智 谭志鹏

申璐璐 董 楠

刘骏晟 刘美辰

黄红颜 王 茜

特别感谢以下受访嘉宾

上海电影股份有限公司董事长 任仲伦

华谊兄弟电影有限公司 CEO 叶宁

DMG 印纪传媒娱乐总经理 & 创意总监 徐卫兵

特别感谢以下研究公司的数据支持及部分内容编写

益普索市场咨询有限公司

央视市场研究股份有限公司

艺恩信息科技有限公司

# 目 录

## 第一部分 身在变局中

- 第一章 中国电影产业的大环境 / 2
  - 第一节 中国电影产业的政策环境 / 2
  - 第二节 中国电影产业的经济环境 / 6
  - 第三节 中国电影产业的技术环境 / 8
  - 第四节 中国电影产业的文化环境 / 12
  
- 第二章 中国电影的产业链 / 15
  - 第一节 电影产业链的构成 / 15
  - 第二节 中国主要电影制作公司 / 18
  - 第三节 中国主要电影发行公司 / 23
  - 第四节 中国主要电影放映院线 / 27
  - 第五节 中国电影放映影院 / 33
  - 第六节 中国主要电影公司 / 37
  
- 第三章 中国电影产业的市场容量与票房 / 42
  - 第一节 中国电影产业市场容量 / 42
  - 第二节 中国电影票房分析 / 45
  - 第三节 一、二、三、四线市场的比较与分析 / 53

## 第二部分 创新与融合

- 第四章 电影的营销模式与新趋势 / 62
  - 第一节 电影营销的定义与内容 / 62
  - 第二节 中国电影营销的市场规模与发展现状 / 63
  - 第三节 电影营销模式的类型与特点 / 65
  - 第四节 电影营销组合策略 / 75
  - 第五节 电影整合营销趋势 / 82
- 第五章 影院媒体的营销方式与特点 / 83
  - 第一节 影院媒体的营销特点 / 83
  - 第二节 电影银幕映前广告分析 / 90
  - 第三节 其他电影媒体营销方式分析 / 111
- 第六章 电影媒体的营销策略 / 120
  - 第一节 娱乐营销 / 120
  - 第二节 内容营销 / 124
- 第七章 品牌营销与电影媒体营销的整合 / 128
  - 第一节 电影媒体对品牌的影响 / 128
  - 第二节 营销时机的选择 / 130
  - 第三节 品牌和产品的沟通策略 / 132

## 第三部分 中国电影消费者研究

- 第八章 电影的观看人群特征 / 136
  - 第一节 观影人群性别特征 / 136
  - 第二节 观影人群年龄分布 / 138
  - 第三节 观影人群婚姻状况 / 142

- 第四节 观影人群收入分布 / 144
- 第五节 观影人群受教育程度 / 145
- 第六节 观影人群职业 / 147
- 第七节 观影人群日常文化及商业场所休闲习惯 / 148
- 第八节 观影人群娱乐及其他消费品支出 / 149
- 第九节 观影人群生活习惯和消费态度 / 151
- 第十节 观影人群的消费需求 / 153
  
- 第九章 电影的观看习惯 / 155**
- 第一节 接触率 / 155
- 第二节 观影频率 / 155
- 第三节 观影动力 / 160
- 第四节 观影时间 / 164
- 第五节 题材偏好 / 165
- 第六节 国家/地区偏好 / 167
- 第七节 观影人数 / 168
- 第八节 观影交通工具 / 170
- 第九节 观影决策的影响因素 / 171
- 第十节 观影购票渠道和票价变化 / 172
  
- 第十章 电影、电视、互联网影视广告 / 175**
- 第一节 电影银幕映前广告、互联网视频广告、电视广告的可视几率 / 175
- 第二节 电影与互联网视频、电视受众的联动性 / 176
- 第三节 电影银幕映前广告、互联网视频广告、电视广告的特点及态度 / 178
- 第四节 电影银幕映前广告吸引眼球的要素 / 183
- 第五节 电影广告品类偏好 / 186
- 第六节 电影银幕映前广告与多屏 / 187



## 第四部分 电影产业的未来之路

### 第十一章 中国电影产业投融资发展 / 190

#### 第一节 中国电影市场体制改革 / 190

#### 第二节 中国电影市场投融资概况 / 201

#### 第三节 互联网巨头跨产业经营发展战略 / 222

#### 第四节 中国电影市场国际并购及合作趋势 / 235

### 第十二章 中国电影产业的机遇与挑战 / 239

#### 第一节 中国电影产业发展环境分析 / 239

#### 第二节 中国电影产业之优势 / 251

#### 第三节 中国电影产业之劣势 / 266

### 第十三章 电影媒体的机遇与挑战 / 276

#### 第一节 电影媒体面临的机遇 / 276

#### 第二节 电影媒体面临的挑战 / 288

第一部分

# 身在变局中

# 第一章 中国电影产业的大环境

## 第一节 中国电影产业的政策环境

### 一、监督与管理体系

#### (一) 电影行业的监管架构

国家新闻出版广电总局作为国务院直属机构,是我国电影行业的主要监管机构,具体管理职能由内设机构电影局具体负责,其主要职能包括:承担电影制片、发行、放映单位和业务的监督管理工作,组织对电影内容进行审查;指导、协调全国性重大电影活动;指导电影档案管理、技术研发和电影专项资金管理;承办对外合作制片、输入输出影片的国际合作与交流事项。<sup>①</sup>

#### (二) 电影行业的监管内容

中国电影行业的监管职责主要由国家新闻出版广电总局和省级广播电影电视行政管理部门承担,监管内容主要包括电影制作资格准入、电影备案公示和摄制行政许可、电影内容审查、电影发行和放映许可等方面,具体如下:

##### 1. 电影制作资格准入

根据《电影管理条例》和《电影企业经营资格准入暂行规定》,国家对电影制作经营资格实行许可制度。未经许可,任何单位和个人不得从事电影片的摄制活动。国家新闻出版广电总局负责对电影制作资格准入履行行政审批手续。

<sup>①</sup> 引自中华人民共和国国家新闻出版广电总局([www.sarft.gov.cn](http://www.sarft.gov.cn))

## 2. 电影备案公示和摄制行政许可

国家实行电影剧本(梗概)备案(立项)和摄制行政许可制度。根据《电影剧本(梗概)备案、电影片管理规定》和《国家广播电影电视总局关于改进和完善电影剧本(梗概)备案、电影片审查工作的通知》,省级广播电影电视行政管理部门负责本行政区域内的各电影制片单位的电影剧本(梗概)备案工作,并向国家新闻出版广电总局上报备案情况。拍摄重大革命和重大历史题材影片、重大理论文献影片和中外合作影片,由省级广播电影电视行政管理部门审核电影剧本后,按相关管理规定报国家新闻出版广电总局进行立项审批。

根据《电影管理条例》和《电影企业经营资格准入暂行规定》,依法设立的电影制片公司或影视文化公司从事影片摄制工作必须经国家新闻出版广电总局批准并取得摄制电影许可证。国家新闻出版广电总局颁发的摄制电影许可证分为摄制电影许可证和摄制电影许可证(单片)。已经以摄制电影片许可证(单片)的形式投资拍摄了两部以上电影片的电影制片公司,可以向国家新闻出版广电总局申请摄制电影许可证。国家新闻出版广电总局对摄制电影许可证实行隔年检验制度。未持有电影摄制许可证的影视文化公司,在每次摄制电影片之前必须申请取得摄制电影片许可证(单片),在取得该证后享有影片一次性出品权。摄制电影片许可证(单片)实行一片一报制度。

依法取得摄制电影许可证或摄制电影片许可证(单片)的境内电影制片者与境外电影制片者在中国境内采取联合摄制、协作摄制、委托摄制等方式合作摄制电影片,必须取得国家新闻出版广电总局颁发的一次性中外合作摄制电影片许可证。中外合作摄制电影片许可证也实行一片一报制度,有效期为两年。

## 3. 电影内容审查

根据《电影管理条例》和《电影剧本(梗概)备案、电影片管理规定》,国家实行电影片审查制度,影片拍摄完成后必须经国家新闻出版广电总局审查通过并取得其颁发的电影片公映许可证之后方可发行、放映、进口及出口。

国家新闻出版广电总局电影审查委员会和电影复审委员会负责电影片的终审。省级广播电影电视行政管理部门负责本行政区域内各电影制片单位的电影片审查工作,制片单位持省级广播电影电视行政管理部门的初审、终审意见,到国家新闻出版广电总局电影局进行终审和领取电影片公映许可证。实行属地审查的省级广播电影电视行政管理部门负责对所属电影制片单位摄制的重大革命和重大历史题材影片、重大理论文献影片和中外合作影片之外的影片进行终审。

#### 4. 电影发行和放映许可

国家对电影发行和放映经营资格实行许可制度。根据《电影管理条例》和《电影企业经营资格准入暂行规定》，电影制片单位可以按照有关规定在全国范围发行本单位摄制并被许可公映的电影片及其复制品；受电影出品单位委托代理发行过两部电影片或受电视剧出品单位委托发行过两部电视剧的境内公司（不包括外商投资企业）可以设立专营国产影片发行公司，但需经国家新闻出版广电总局或省级广播电影电视行政管理部门批准并取得其颁发的电影发行经营许可证。国家新闻出版广电总局对取得电影发行经营许可证的公司进行年度考核。设立电影放映单位经营电影放映业务须经广播电影电视行政管理部门批准，并取得电影放映经营许可证。

## 二、政策法规

### （一）电影行业的主要法律法规

电影行业的主要法律法规及政策主要涉及行业资质管理、行业业务标准审查和质量管理、产业体制改革、电影知识产权保护等方面。

行业资质管理方面的主要有《电影管理条例》《电影企业经营资格准入暂行规定》《中外合作摄制电影片管理规定》等。

行业业务审查和质量管理方面主要有《电影剧本（梗概）备案、电影片管理规定》《国家广播电影电视总局关于改进和完善电影剧本（梗概）备案、电影片审查工作的通知》《国家广播电影电视总局关于电影全面实行“一备二审制”的公告》《国家广播电影电视总局关于调整重大革命和历史题材电影、电视剧立项及完成片审查办法的通知》等。

产业体制改革方面的主要有《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》《关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》《国务院办公厅关于印发文化体制改革试点中支持文化产业发展和经营性文化事业单位转制为企业的两个规定的通知》《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》《关于深化文化体制改革的若干意见》《文化产业振兴规划》《财政部 海关总署 国家税务总局关于文化体制改革试点中支持文化产业发展和若干税收政策问题的通知》《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》《广电总局电影局关于调整国产影片分账比例的指导性意见》等。

知识产权保护方面的主要有《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国著作权法实施条例》《广电总局关于进一步加强广播影视节目版权保护工作的通知》《关于办理侵犯知识产权刑事案件适用法律若干问题的意见》《广播影视知识产权战略实施意见》《音像制品管理条例》《信息网络传播权保护条例》等。

## (二) 2015 年电影产业法律政策热点

### 1. 中国电影第一法的诞生

2015 年 10 月 30 日,全国人大常委会初次审议《电影产业促进法(草案)》,11 月 6 日,草案全文公布,并向社会公开征求意见。草案被媒体称为“中国电影第一法”,将改变中国电影“无法可依”的状况。毫无疑问,这部法律将对未来中国电影的发展产生重要影响。

### 2. “十三五”规划对文化产业的大力扶持

2015 年 11 月 3 日,“十三五”规划建议发布,其中出现了创意文化产业的新提法,并且提出了文化产业界未来五年奋斗的目标:文化产业成为国民经济支柱性产业。这充分表明,大力发展文化产业已上升为国家战略,文化产业的发展已进入一个新的阶段。而电影产业属于科技含量高、附加值高、资源消耗少、环境污染小的文化产业,电影作为深受人民群众喜爱的文化娱乐形式之一,在“十三五”文化产业大发展的大背景下,将会进一步地成长和突破,中国电影有望迎来一个新的黄金发展机遇期。在这个全世界瞩目的电影市场,还将诞生一个个属于中国电影的突破与奇迹。

## 三、行业协会功能

中国电影行业的相关协会超过 30 家。关注电影技术的协会主要有中国电影发行放映协会、中国电影制片人协会、中国电影剪辑学会、中国电影导演协会、中国影视摄影师学会、中国电影电视技术学会;关注电影艺术价值的协会主要有中国电影文学学会、中国电影美术学会、中国电影表演艺术学会、中国电影音乐学会;关注电影类型与地域的协会有中国农业电影电视协会、中国台湾电影研究会、中国儿童少年电影学会、中华爱子影视教育促进会、中国世界电影学会;关注电影法律环境的有中国电影著作权协会;关注电影评价的有中国电影评论学会;关注电影教育的有中国高等院校影视学会等。其中,中国电影电视技术学会的业务主管单位为中国科学技术协会,其他协

会的业务主管单位均为国家新闻出版广电总局。中国电影行业协会数量、种类繁多,但工作内容却多有重叠,因而规范行业职权成为中国电影行业协会面临的一个重要课题。

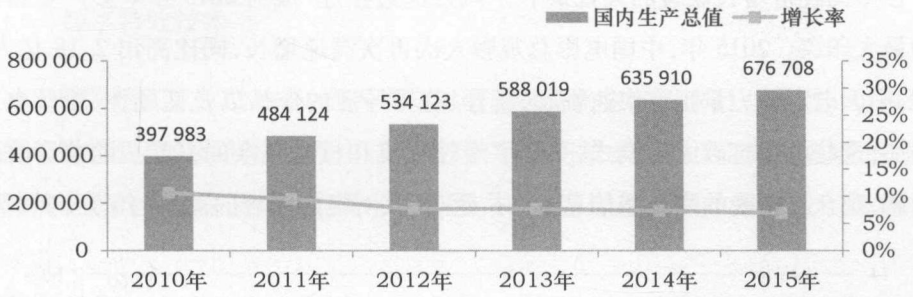
不同的电影协会根据自己的职权范围和方向,都有着各自不同的功能和工作重心。但从总体上来讲,举办行业活动、颁发行业奖项和制定行业规章制度是电影协会几个最主要的工作形式。在举办行业活动和颁发行业奖项方面,主要的协会代表是中国电影家协会,其举办的“中国电影金鸡奖”“《大众电影》百花奖”及“中国金鸡百花电影节”对推进中国电影文化建设有着重要的影响;在制定行业规章制度方面,2015年7月8日,中国电影发行放映协会、中国电影制片人协会联合印发了《电影票务营销销售规范》,要求电影零售票价、活动票价标注及结算均不能低于发行放映合同中的协议票价。

在中国电影行业的发展中,电影行业协会一直起着重要的行业自律作用。各类电影行业协会与组织,其协会成员主要来自行业从业者,他们可以更加全面地了解电影行业的现状和问题,进而制定系统的行业准则,促进中国电影的繁荣发展。

## 第二节 中国电影产业的经济环境

经济环境作为最重要的客观环境,对电影产业有着举足轻重的作用,经济环境的好坏往往意味着电影消费者的消费能力的强弱和电影市场走势的好坏。一方面,大量资本涌入电影产业,使得全国院线迅速增长,电影制作更加精良(关于电影产业的投融资环境本书第四部分将详细讲述)。另一方面,经济增长与居民消费也有着密不可分的联系。根据凯恩斯消费理论,快速增长的经济可以提高居民收入,进而提高居民的消费水平以及消费质量。近年来,我国国内生产总值持续攀升,居民收入持续提高,居民消费价格指数特别是娱乐文化服务价格指数也在逐年上升,电影作为一种居民大众娱乐形式,其观影量也不断增长。

2015年,全年国内生产总值(GDP)为676708亿元,按可比价格计算,比2014年增长6.9%,最近20年来首次滑落至7%以下。虽然GDP增长率进一步下降,但依然基本实现了政策目标。另外,2015年居民消费价格指数涨幅达到了五年以来的最低值,全年居民消费价格仅比上年上涨1.5%,其中全国居民娱乐教育文化用品及服务增长了1.9个百分点。



数据来源:国家统计局

图 1-1 2011-2015 年国内生产总值 (亿元) 及增长速度

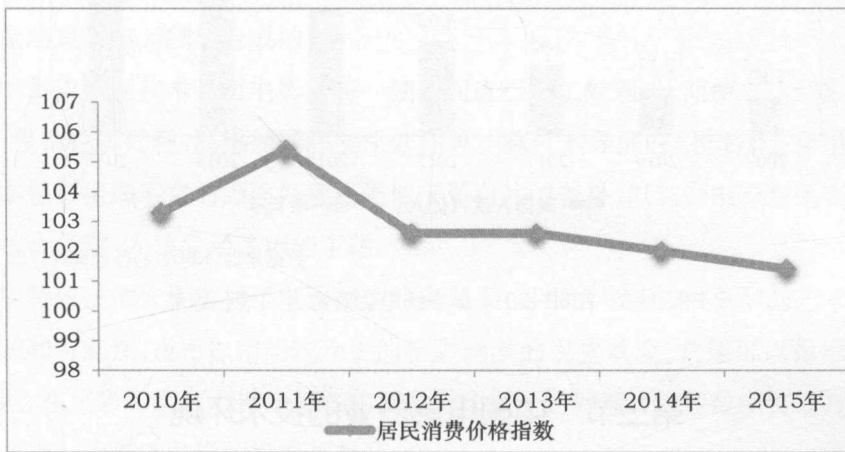


图 1-2 居民消费价格指数

表 1-1 2014 年居民消费价格比上年涨跌幅度 (单位:%)

指标	全国	城市	农村
居民消费价格	2.0	2.1	1.8
其中:食品	3.1	3.3	2.6
烟酒及用品	-0.6	-0.7	-0.5
衣着	2.4	2.4	2.4
家庭设备用品及维修服务	1.2	1.2	1.2
医疗保健和个人用品	1.3	1.2	1.5
交通和通信	-0.1	-0.2	0.0
娱乐教育文化用品及服务	1.9	1.9	1.7
居住	2.0	2.1	1.9



在中国经济增长放缓的大背景下,“风景这边独好”成为2015年电影产业留给市场的最大印象。2015年,中国电影总观影人次再次高速增长,同比高出2.18亿人次。同时,中国电影新力量正在快速崛起,新晋、跨界导演的作品以及话题性、粉丝电影显著增加,这些电影打破固定模式,受到了年轻主流和核心观众的喜爱。随着影院终端的发展,观众可接受的内容和信息越加广泛,观众对电影内容的需求趋于定向和精细。



数据来源:EBOT 艺恩日票房智库

图 1-3 2009-2014 年中国电影观影人次增长趋势

### 第三节 中国电影产业的技术环境

#### 一、中国电影技术现状

“十二五”期间,中国的电影技术已经基本完成了胶片电影向数字电影的整体转换,实现了拍摄、制作、发行、放映、经营、管理全产业链的数字化,全行业步入数字电影时代。

国际上,电影技术的发展主要体现在三个方面。第一个是基于数字技术的后期处理,在电影中加入更多精致丰富的特殊效果,增加电影的表现力。第二个是基于电影的维度,从传统的2D电影,到后来的3D立体电影,以及现在正在尝试的4D电影,不断突破观众的观影体验。第三个是基于屏幕的大小与分辨率,不断提高电影的清晰度,给观众带来更大、更清晰的画面,最具有代表性的就是IMAX技术。

国际电影主流的三大技术方向对中国的电影产业技术产生了不小的冲击。国内电影也纷纷尝试科幻题材,用精良的后期特效与好莱坞大片抢夺市场;不断发展的3D技术,做出越来越好的3D效果;还自主研发了中国巨幕等技术,与IMAX技术抗衡。