

2020-2026年中国影视制作 市场竞争策略及前景发展趋势预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国影视制作市场竞争策略及前景发展趋势预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201910/144313.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

影视行业的规模不断扩大，也带来了影视制作人才的缺口：2017 年我国影视制作人员规模在 20 万人左右，保守估计影视制作人员的需求量在 32 万人左右，行业人才缺口超过 10 万人；预计 2020 年，行业人才缺口将达到 13 万人左右。影视制作从业人员及行业人员需求（单位：万人）

中企顾问网发布的《2020-2026 年中国影视制作市场竞争策略及前景发展趋势预测报告》共十四章。首先介绍了影视制作相关概念及发展环境，接着分析了中国影视制作规模及消费需求，然后对中国影视制作市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国影视制作面临的机遇及发展前景。您若想对中国影视制作有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 影视制作行业的基本介绍

1.1 行业界定

1.1.1 行业定义

1.1.2 范围界定

1.2 行业在国民经济中的地位

1.2.1 行业政策定位

1.2.2 对国民经济贡献度

1.2.3 对相关行业影响程度

第二章 中国影视制作行业竞争环境分析

2.1 政策环境分析

2.1.1 行业重点政策分析

2.1.2 行业发展规划分析

2.1.3 政策发展趋势分析

2.2 经济环境分析

- 2.2.1 中国经济运行现状
- 2.2.2 中国国民收入情况
- 2.2.3 中国经济发展趋势
- 2.3 社会环境分析
 - 2.3.2 中国工业发展水平
 - 2.3.3 中国人口规模现状
 - 2.3.1 居民收入消费水平
- 2.4 技术环境分析
 - 2.4.1 行业技术术语解释
 - 2.4.2 行业主要生产技术
 - 2.4.3 行业技术发展趋势

第三章 世界影视制作产业竞争格局及经验借鉴

- 3.1 国际影视制作产业的发展
 - 3.1.1 世界影视制作产业发展综述
 - 3.1.2 全球影视制作产业竞争格局
 - 3.1.3 全球影视制作产业发展特点
- 3.2 主要国家地区影视制作产业发展分析
 - 3.2.1 欧洲
 - 3.2.2 亚洲
 - 3.2.3 美国
 - 3.2.4 其它国家和地区
- 3.3 2020-2026年世界影视制作产业竞争趋势及前景分析
 - 3.3.1 影视制作技术发展及趋势分析
 - 3.3.2 影视制作产业发展趋势分析
 - 3.3.3 影视制作产业竞争趋势分析

第四章 中国影视制作行业分区域竞争格局分析

- 4.1 湖南省影视制作行业竞争分析
 - 4.1.1 行业总体现状
 - 4.1.2 企业性质格局
 - 4.1.3 企业规模格局

4.1.4 产业集中度情况

4.2 湖北省影视制作行业竞争分析

4.2.1 行业总体现状

4.2.2 企业性质格局

4.2.3 企业规模格局

4.2.4 产业集中度情况

4.3 安徽省影视制作行业竞争分析

4.3.1 行业总体现状

4.3.2 企业性质格局

4.3.3 企业规模格局

4.3.4 产业集中度情况

4.4 福建省影视制作行业竞争分析

4.4.1 行业总体现状

4.4.2 企业性质格局

4.4.3 企业规模格局

4.4.4 产业集中度情况

4.5 河北省影视制作行业竞争分析

4.5.1 行业总体现状

4.5.2 企业性质格局

4.5.3 企业规模格局

4.5.4 产业集中度情况

第五章 中国影视制作市场品牌构成

5.1 中国影视制作市场主要品牌分析

5.1.1 国外主要企业品牌分析

5.1.1.1 品牌数量及所占份额

5.1.1.2 主要品牌在华发展历程及经验分析

5.1.2 国内主要品牌分析

5.2.1.1 品牌数量及所占份额

5.2.2.2 主要品牌在华发展历程及经验分析

第六章 影视制作行业市场竞争格局分析

- 6.1 影视制作行业企业竞争整体状况
- 6.2 影视制作行业企业竞争特点分析
- 6.3 企业构成及区域分布分析
 - 6.3.1 企业数量规模
 - 6.3.2 企业区域分布构成分析
- 6.4 影视制作行业市场集中度分析
- 6.5 影视制作行业企业兼并重组情况分析

第七章 影视制作行业竞争结构分析

- 7.1 国际市场竞争格局
- 7.2 中国市场竞争结构
 - 7.2.1 行业内现有企业的竞争
 - 7.2.2 新进入者的威胁
 - 7.2.3 替代品的威胁
 - 7.2.4 供应商的讨价还价能力
 - 7.2.5 购买者的讨价还价能力

第八章 影视制作企业产品调查

- 8.1 行业重点企业产品市场占有率
- 8.2 行业重点企业产品核心竞争力
- 8.3 企业产品策略分析
 - 8.3.1 新产品开发策略
 - 8.3.2 产品组合优化策略
 - 8.3.3 产品品牌策略
 - 8.3.4 产品包装策略

第九章 影视制作企业生产状况调查

- 9.1 行业重点企业生产能力调查
 - 9.1.1 设施配置及基本规模
 - 9.1.2 企业生产人员管理模式
 - 9.1.3 企业产品质量体系
- 9.2 行业重点企业投资项目与技术改造

9.3 2020-2026年行业重点企业生产规划

第十章 影视制作企业营销调查

10.1 行业重点企业产品营销模式调查

10.1.1 直销式

10.1.2 区域总经销商式

10.1.3 区域多家经销商式

10.2 行业重点企业产品销售渠道调查

10.2.1 企业产品销售渠道架构及规模

10.2.2 各营销渠道销售份额对比

10.2.3 营销渠道建设规划

10.3 行业重点企业下游典型客户调查

10.3.1 客户分类特点

10.3.2 客户分类规模

10.3.3 客户需求特点

10.5 行业重点企业产品销售价格调查

第十一章 影视制作企业综合评价

11.1 企业综合竞争力评价

11.2 企业价值评估

11.3 企业存在问题分析

11.4 与企业相关的投资机会

11.4.1 合作交流机会

11.4.2 并购机会

11.5 行业企业排名

第十二章 国内影视制作业标杆企业竞争力分析

12.1 标杆企业整体对比分析

12.1.1 主营业务对比分析

12.1.2 经营状况对比分析

12.1.3 竞争优势对比分析

12.1.4 发展前景对比分析

- 12.2 中国电影集团
 - 12.2.1 企业发展概况
 - 12.2.2 经营状况分析
 - 12.2.3 未来前景展望
- 12.3 华谊兄弟传媒股份有限公司
 - 12.3.1 企业发展概况
 - 12.3.2 经营状况分析
 - 12.3.3 未来前景展望
- 12.4 上海新文化传媒集团股份有限公司
 - 12.4.1 企业发展概况
 - 12.4.2 经营状况分析
 - 12.4.3 未来前景展望
- 12.5 北京光线传媒股份有限公司
 - 12.5.1 企业发展概况
 - 12.5.2 经营状况分析
 - 12.5.3 未来前景展望
- 12.6 北京华录百纳影视股份有限公司
 - 12.6.1 企业发展概况
 - 12.6.2 经营状况分析
 - 12.6.3 未来前景展望
- 12.7 浙江华策影视股份有限公司
 - 12.7.1 企业发展概况
 - 12.7.2 经营状况分析
 - 12.7.3 未来前景展望

第十三章 2020-2026年中国影视制作企业经营模式及策略分析

- 13.1 影视制作行业企业经营发展分析及建议
 - 13.1.1 影视制作行业经营模式
 - 13.1.2 影视制作行业生产模式
- 13.2 行业主要销售渠道与策略
 - 13.2.1 行业产品销售渠道存在的主要问题
 - 13.2.2 行业产品销售渠道发展趋势与策略

13.3 影视制作行业营销模式分析及建议

13.3.1 影视制作行业营销模式

13.3.2 影视制作行业营销策略

13.4 中国影视制作市场销售品牌研究

13.4.1 区域热卖品牌

13.4.2 龙头企业动态

13.5 中国影视制作市场标杆企业销售模式分析

13.5.1 国外品牌企业

13.5.2 国内龙头企业

13.6 影响中国影视制作目标市场策略因素分析

13.6.1 企业的资源特点

13.6.2 产品及市场特点

13.6.3 竞争者策略选择

13.7 中国影视制作目标市场营销策略

13.7.1 无差别性市场营销策略

13.7.2 差别性市场营销策略

13.7.3 集中性市场营销策略

第十四章 2020-2026年中国影视制作行业企业营销策略建议

14.1 影视制作产品生命周期策略

14.1.1 影视制作产品生命周期研究

14.1.2 影视制作产品生命周期营销策略

14.2 影视制作新产品定位策略

14.2.1 影视制作新产品的界定

14.2.2 影视制作新产品开发策略

14.2.3 影视制作新产品定位策略

14.3 影视制作产品价格策略研究

14.3.1 影视制作产品价格机制形成及特征

14.3.2 影视制作产品定价程序研究

14.3.3 影视制作产品定价策略

14.4 策略建议

14.4.1 影视制作产品策略应用要点及注意事项

14.4.2 影视制作产品策略建议

图表目录：

图表1 国内生产总值

图表2 国内生产总值增长趋势图

图表3 中国城镇居民人均可支配收入实际增长情况

图表4 中国农村居民人均收入实际增长情况

图表5 中国人口增长情况

图表6 中国居民消费价格涨跌情况

图表7 中国社会消费品零售总额

图表8 2015-2017年全球影视制作产业发展情况

图表9 2015-2017年影视制作行业市场销售规模

图表10 2015-2017年影视制作行业销售收入及增长趋势图

图表11 2015-2017年影视制作行业市场需求情况

图表12 2020-2026年影视制作行业需求预测

图表13 2015-2017年影视制作行业供给情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201910/144313.html>