

# 中国在线电影票务行业研究报告

2016年

# 核心观点

近两年，中国电影行业发展迅速。根据国家广电总局统计，2015年中国电影市场票房达440亿元，大量资本涌入电影市场。在线电影售票平台作为互联网与电影市场的连接者，也受到越来越多的关注。



2016年中国在线电影票务行业发展机遇与挑战并存。一方面政策鼓励深度参与电影产业链、居民娱乐消费需求增强、资本布局，都为在线电影票行业发展提供了良好的市场环境；另一方面，2016年中国电影市场遇冷，在线电影票行业也面临巨大的挑战。



在线电影票平台重构了传统电影制、发、映产业链，连接互联网与电影市场，成为电影产业链重要一环。



中国在线电影票务行业市场格局趋于稳定，走向差异化竞争阶段。从粗放地烧钱补贴占领市场份额逐渐向全产业链和泛娱乐方向发展。



电影发行能力成为目前衡量在线电影票平台价值的重要指标。

## 在线休闲娱乐票务

**定义：**在线休闲娱乐票务服务是指利用互联网平台销售和购买娱乐票务的过程。

**统计口径：**包括电影票、文艺演出票、体育赛事票、旅游景点票，不包含机票和车票。

## 在线电影票务

**定义：**在线电影票务服务是指利用互联网平台销售和购买电影票的过程。用户通过电影票在线售票平台可以完成选片、在线选座、支付等完整过程，利用收到的电子兑换码到影院换取电影票进行线下观看。

**交易规模统计口径：**本报告中在线电影票务行业市场规模包括电影票在线选座市场规模及电影票团购市场规模。

### 中国休闲娱乐票务分类

中国休闲娱乐票务分类			
电影票			
文艺演出票	演唱演奏类	演唱会、音乐节等	
	表演类	舞台剧 曲艺	话剧、音乐剧、歌剧、舞剧、儿童剧等 传统戏曲、相声、二人转、魔术、杂技、马戏等
	展览类	画展、木雕展等	
体育赛事票	足球、篮球、乒乓球、网球、赛车等		
旅游景点票	景点门票等		

中国在线电影票务行业发展环境

1

中国在线电影票务行业发展现状

2

中国在线电影票务行业典型企业案例分析

3

中国在线电影票务行业发展趋势

4

# 政策放管结合，鼓励“互联网+电影” 同时对市场加强监管和规范

一方面，政策鼓励“互联网+电影”。广电总局电影局颁发给电商平台电影发行经营许可证，给予电商平台深入参与电影产业的资格。另一方面，加强对市场的监管和规范。针对电影市场假票房购买现象，成立全国电影市场专项治理办公室，对全国票房进行监管。同时，颁布影院票务系统实施细则，要求每张电影票原始信息报至国家数据平台，并对违规行为进行实时通报。

## 广电总局电影局 助力电商平台深入电影产业链

### 电影发行经营许可证

电影行业迅速发展，互联网在线售票平台的影响力也日趋明显，纷纷参与电影发行。

国家广电总局批准电商平台获得**电影发行经营许可证**，助力互联网深度参与电影产业。在线电影票平台从电影宣发的辅助渠道变成主动参与者，获得更多主动权。



## 广电总局电影局 严厉打击虚假票房

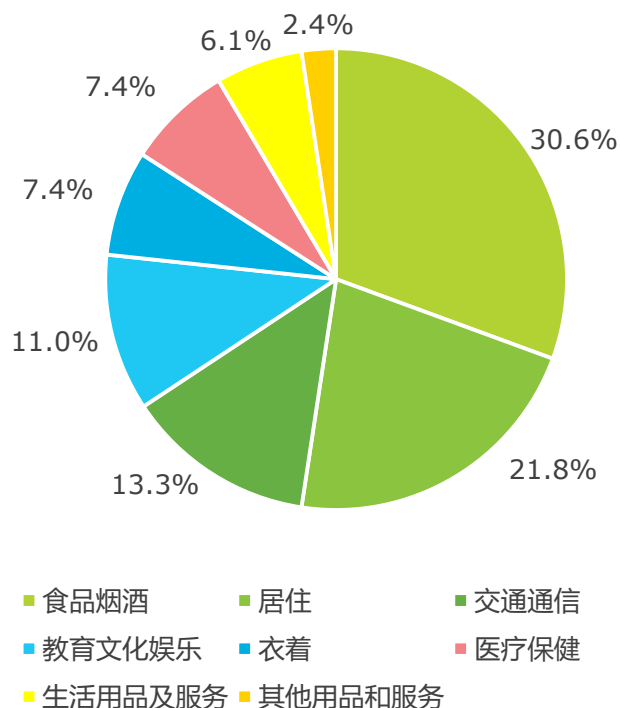
### 《电影院票务系统（软件） 管理实施细则》

电影院（含**电影票网络代售商**）须于每次售票操作完成后的10分钟内，**将每张电影票的相关原始数据上报至国家数据平台**，电影院须于当日12时前向国家数据平台商报前一营业日统计数据，上报的统计数据应包含前一营业日所有放映活动的数据。

# 居民文化休闲娱乐需求增强，实现由观众向用户转化

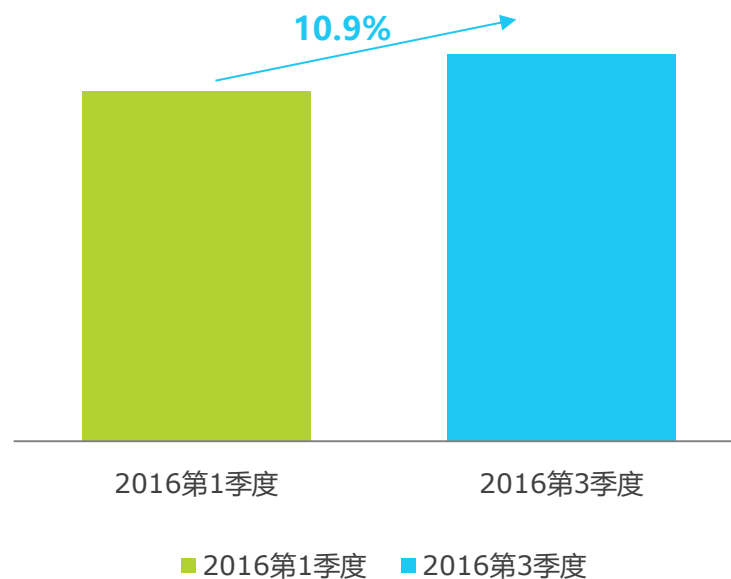
2015年，全国居民人均消费支出中，教育文化娱乐占比11.0%，成为继食品烟酒、居住、交通之后第四大消费支出。从马斯洛需求原理来看，中国居民的需求结构正在逐步升级，文化休闲娱乐需求增强。在电影领域，实现从被动刺激观影消费到观影消费成为习惯行为的转变。互联网的出现带动消费者的互动需求，将其转化成为用户。

2015年全国居民人均消费支出及其构成



来源：国家统计局，《2015年国民经济和社会发展统计公报》

2016年前三季度  
中国电影演出票消费增长比例

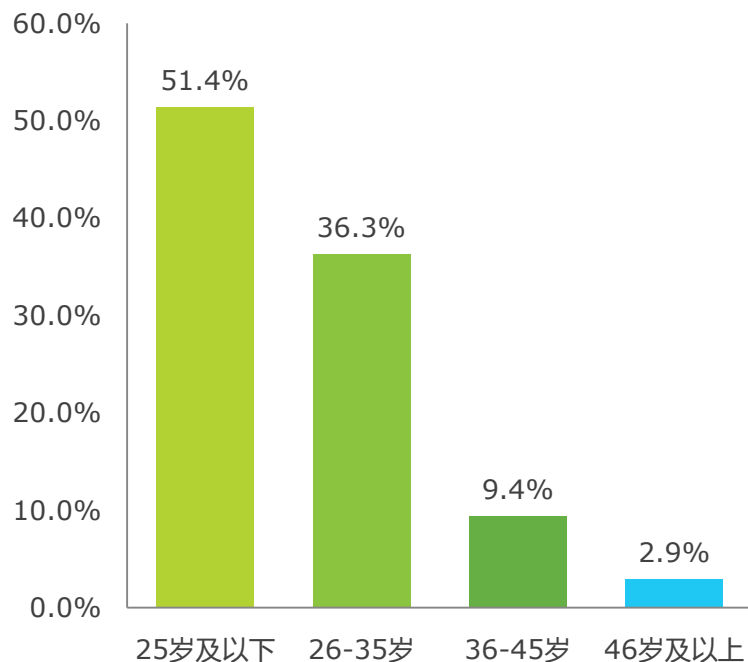


来源：国家统计局，《王萍萍:前三季度全国居民收入和消费保持稳定增长》

# 网生代用户伴随网络成长，成观影主力 带动线上购票行业的发展

伴随网络成长起来的80、90后成为观影主力，这代人经过网络购物的培养，形成了线上消费的购买习惯，带动线上购票业务的发展。

2015年中国观影人群年龄分布



网生代用户特征



## 网生代

出生年代 1990-至今

形成购买力年代 2008-至今

经济发展背景 网络经济，移动网络经济成常态

娱乐生活 娱乐社交成为生活必不可少一部分

消费观 活在当下，即时消费

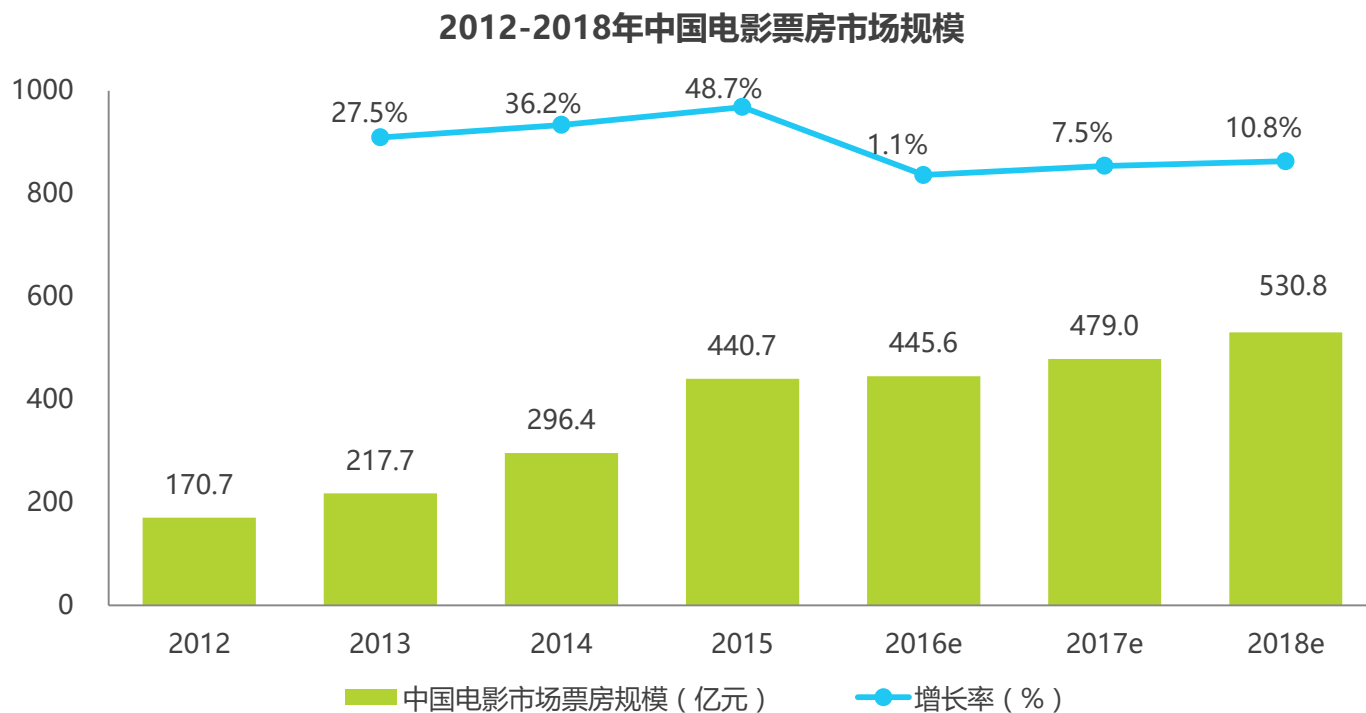
消费习惯 线上消费

来源：华谊兄弟研究院与淘票票联合发布《2015影视盘点》

注释：艾瑞将网生代用户定义为1990以后出生，伴随着网络发展而成长，伴随着网络经济成熟而拥有购买力的人群。

# 中国电影票房市场进入冷静期，影响在线电影票平台快速发展

2015年中国电影市场票房达440.7亿元，同比增长48.7%。但是进入2016年之后，票房数据表现不佳。艾瑞分析预计2016年中国电影票房与2015年持平，中国电影市场进入冷静期。电影市场增速放缓，影响在线电影票平台快速发展。



来源：2012-2015年数据来源于国家新闻出版广电总局；2016.1-2016.11数据来源于国家电影事业发展资金管理委员会办公室；2016.12-2018年数据根据企业公开信息及艾瑞统计模型估算。

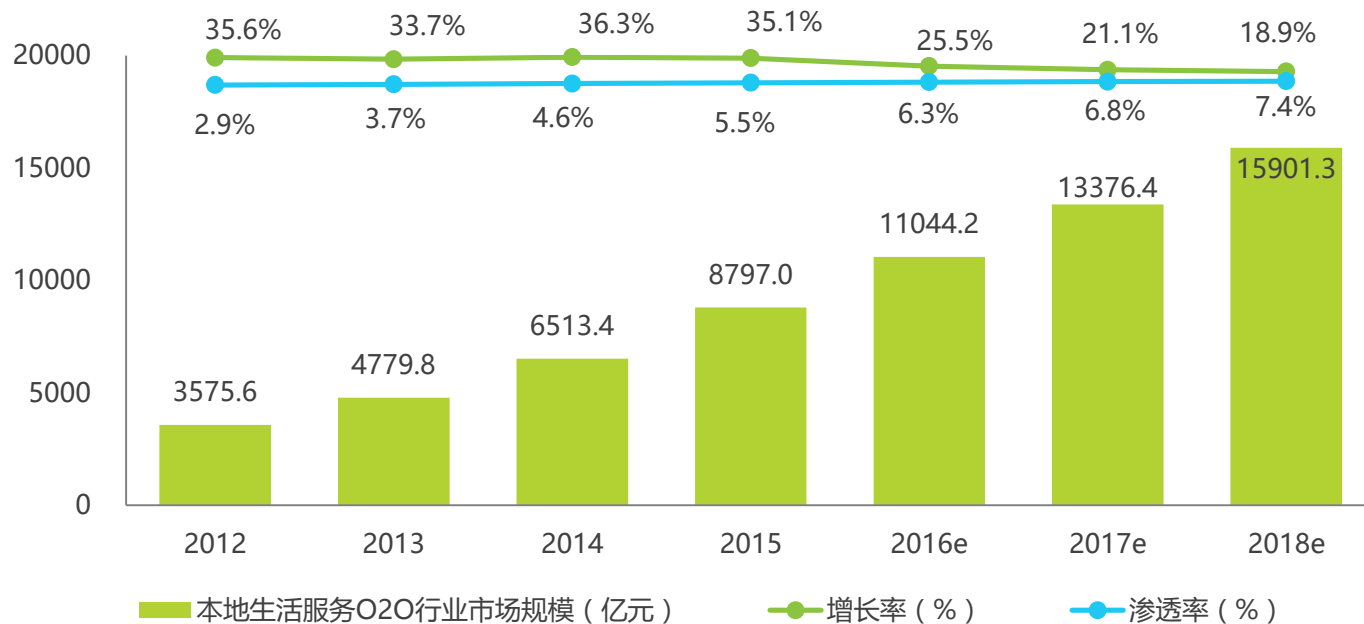


# 本地生活服务O2O行业高速增长，为在线电影票平台发展提供良好的电商环境

过去两年，中国涌现了大量O2O平台，促使O2O市场高速发展。2015年本地生活服务O2O市场规模为8797.0亿元，预计到2018年市场规模将达到15901.3亿元，线上渗透率超过7%。

据艾瑞咨询数据显示，O2O市场的高速发展主要受各垂直行业快速发展所推动。而O2O市场的繁荣，也为在线电影票行业发展提供了良好的发展环境。

2012-2018年中国本地生活服务O2O行业市场规模

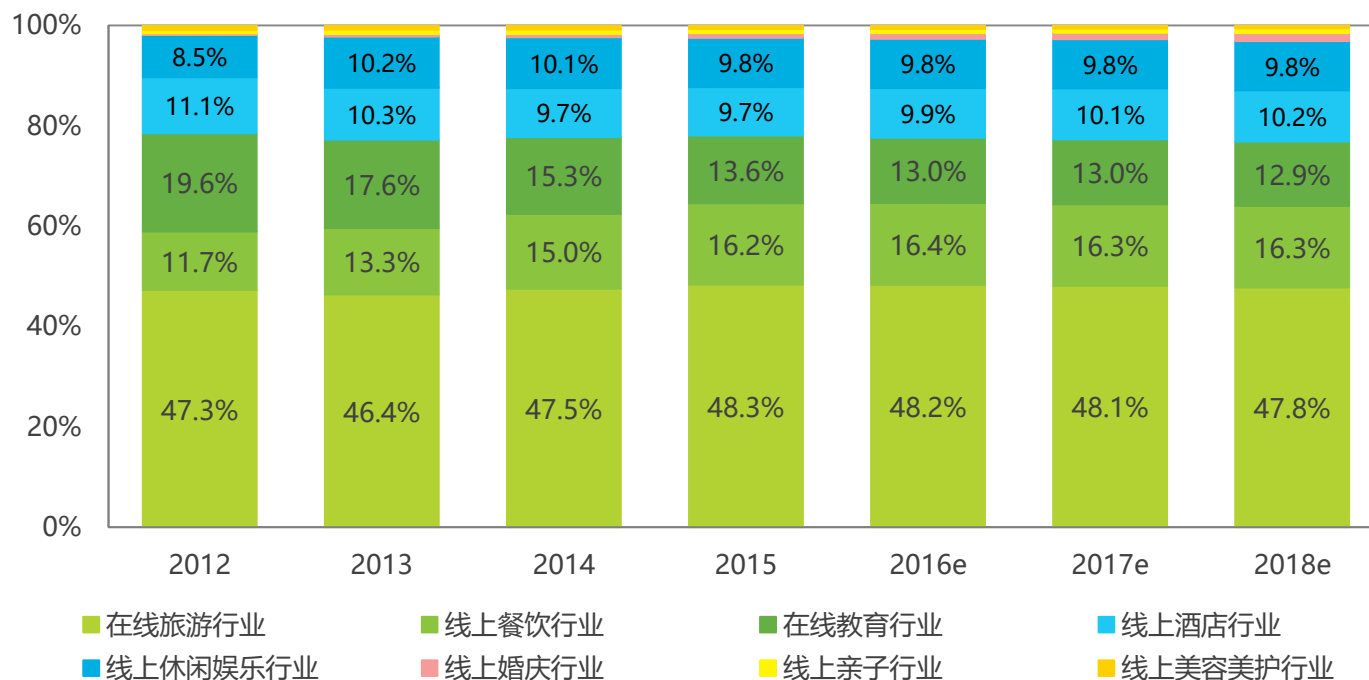


注释：本报告中的本地生活服务O2O行业市场规模仅包括餐饮、休闲娱乐、美容美护、酒店、婚庆、亲子、旅游及教育八个细分行业，未涉及汽车、房产等行业。

# 线上休闲娱乐行业稳步发展，带动休闲娱乐票线上销售

艾瑞数据统计，2014到2018年，休闲娱乐O2O市场的年复合增长率均在24%以上，休闲娱乐占比稳定。用户对线上休闲娱乐的需求稳增，带动在线电影票务行业的发展。

2012-2018年中国本地生活服务市场各垂直行业细分领域份额



注释：本报告中的本地生活服务市场规模仅包括餐饮、休闲娱乐、美容美护、酒店、婚庆、亲子、旅游及教育八个细分行业。

# 资本布局，在线电影票行业成互联网热门领域

2015年以来，腾讯、阿里等资本巨鳄先后布局在线电影票务。其中，2016年微影时代C+轮获投30亿元，为业内最大额度单轮融资；淘宝电影A轮融资17亿元，估值高达137亿元。在线电影票务成互联网热门行业。








2011-2016年11月在线电影票平台融资轮次分布

	A	B	C	C+	...
	√	√	√	√	
	√	√	√	√	
	√	√	√		
	√	√			
	√	√			
	√				
	√				

来源：公开资料，艾瑞咨询整理

注释：1. 数百万元/美元以500万元/美元计、数千万元/美元以5000万元/美元计  
2. 美元兑人民币汇率采用6.5计量  
3. 2016年数据为截至2016年10月数据统计  
4. "其他"为网票网与卖座网融资金额合计

2011-2016年11月在线电影票平台融资金额汇总

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
				2.0	6.8 15.0	30.0
	0.5		1.3	0.3		
						17.0
	3.3					
			0.5	0.1	0.5	
		0.5				
		0.1				

来源：公开资料，艾瑞咨询整理

注释：1. 数百万元/美元以500万元/美元计、数千万元/美元以5000万元/美元计  
2. 美元兑人民币汇率采用6.5计量  
3. 2016年数据为截至2016年10月数据统计  
4. "其他"为网票网与卖座网融资金额合计

中国在线电影票务行业发展环境

1

中国在线电影票务行业发展现状

2

中国在线电影票务行业典型企业案例分析

3

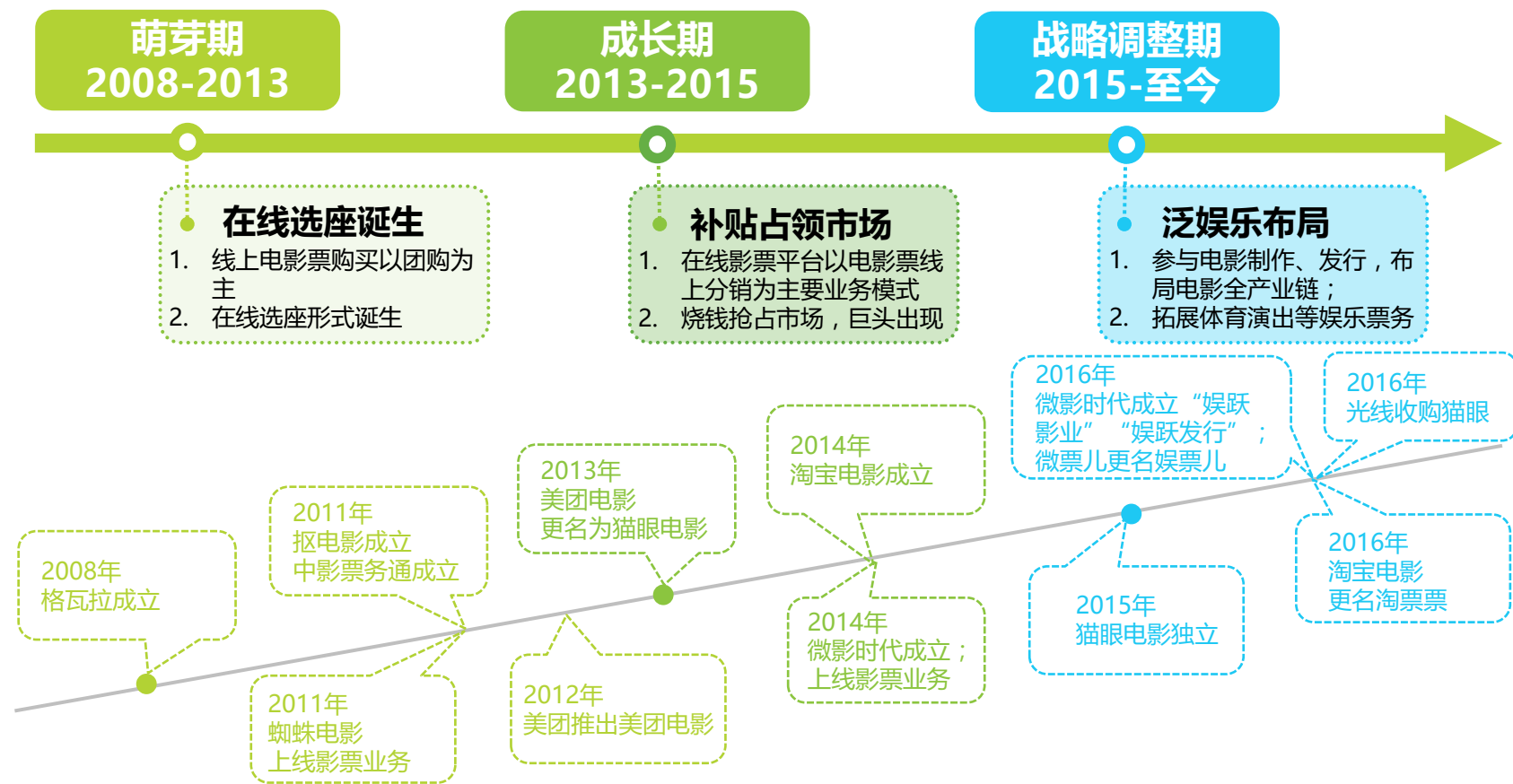
中国在线电影票务行业发展趋势

4

# 在线电影票行业处战略调整期，业务转型，进行泛娱乐布局

在线电影票行业的商业模式为在线选座，经过1.0时期的烧钱补贴，市场逐渐饱和，且格局已渐清晰。大型企业已进入战略升级期，业务转型，进行泛娱乐布局，一方面向产业链上游延伸参与电影制宣发，另一方面横向扩充体育演出等娱乐赛事。

在线电影票行业发展历程



注释：时间轴以时期为单位平均划分，非按照年度均分

# 在线电影票务行业产业链图谱

在线电影票行业产业链图



注释：排名不分先后

# 电影产业链包括制作、发行、放映三个核心环节，业务衔接紧密，基于票房利益共享

电影产业链各环节负责电影从制作到上映的不同工作，环环相扣，业务衔接紧密，且盈利模式基于票房，利益共享。

中国内地电影产业链各环节价值及盈利模式

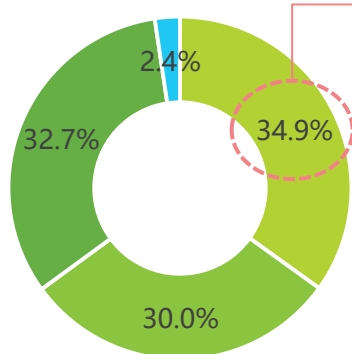
产业链价值	环节	盈利模式
<ol style="list-style-type: none"><li>完成电影的投资、拍摄和后期制作</li><li>拥有电影的版权、相应收益、周边权益</li></ol>	制片	票房分账
<ol style="list-style-type: none"><li>发行公司从制作公司手中购买电影版权，然后以票房分账的方式与院线公司合作，进行放映</li><li>主要工作包括：洽谈影院排片；影片宣传</li></ol>	发行	分帐票房中提取发行费用
<ol style="list-style-type: none"><li>院线是管理公司，一条院线下面会有若干个电影院（主要是加盟形式），院线承担旗下影院管理工作</li></ol>	院线	分帐票房中提取影院管理费用
<ol style="list-style-type: none"><li>电影产业链的线下终端，承担电影放映工作</li></ol>	影院	票房分账
<ol style="list-style-type: none"><li>针对影片的人物，音乐和内容相关的衍生品制作。包括商品以及公园等线下主题场景。</li></ol>	影后产品	衍生品销售；主题场景收费

# 票房繁荣刺激业外资本参与制片，短期逐利，内容缺乏保障，影响电影市场良性发展

电影产品属于商品，具有较强的商业属性，受资本驱动特征明显。近几年电影市场飞速发展，吸引大批资本入局，各路资本纷纷参与影片制作。资本追逐短期利益，所投电影匆匆立项，内容参差不齐。

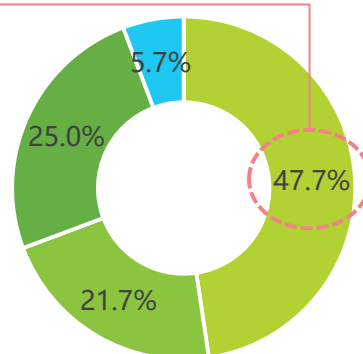
一方面，大批粗糙制作的电影集中上市，打击了观众的观影信心，这也是造成2016年电影票房市场不景气的原因之一。另一方面来看，2016年电影市场预期的走低也将产生一定的挤出效应，将部分资本投机驱逐出去，使电影市场向理性回归。

## 2015年1-10月中国内地电影票房表现



■ 10亿元以上 ■ 5-10亿元 ■ 1-5亿元 ■ 0.5-1亿元

## 2016年1-10月中国内地电影票房表现



■ 10亿元以上 ■ 5-10亿元 ■ 1-5亿元 ■ 0.5-1亿元

注释：统计范围为2015年1-10月及2016年1-10月中国大陆地区影院上映影片，仅包括中国内地制作影片，港台影片及大陆港台合拍电影未包括其中。  
来源：实时票房数据，艾瑞整理



# 分账发行为目前电影市场主流发行方式

## 保底发行受青睐，获利较多但风险较大

随着电影发行方式的变革，制作方权益逐步加大。在中国电影胶片时代，发行方式主要为买断发行。影片发行方一次性买断影片版权，制作方无需承担票房惨淡的风险，但是也无法从票房收入中直接获益；电影市场进入分账时代之后，按照一定比例分成，制作方可以直接获利于票房收入，在电影产业链中获得更多的权益。

此外，随着电影市场的繁荣，保底发行形式兴起。目前，在发行市场，如无高额保底，很难触到一线项目，但是保底发行需要承担较大的风险，市场监管也存在漏洞，未来的发展方向还有待观察。

### 中国内地电影发行方式汇总

#### 主流发行方式

- 影片的制片方、发行方、院线和影院间**按照一定的比例分得**票房收入
- 进口影片或中等规模以上的华语片大多采用此种方式

#### 获利较多,风险大

- 保底发行是指发行方对于看好的影片进行早期的市场预估，制定一个双方都可以接受的价格。当实际票房没有达到这个**保底票房数字**，发行方按这个数字分账给制片方，但超出保底数字，**超过部分按照约定的比例进行分账**，此分账比例会对发行方更有利
- 目前保底发行大多用于**大项目**和市场看好项目

#### 代理发行

#### 按票房比例获利

- 发行方以**票房的几个点**作为国内发行的**代理费用**，拥有电影放映权，不再负担影片的宣传、拷贝洗印、拷贝运输等费用

#### 买断发行

#### 一次性买断版权

- 影片的发行方**一次性买断**影片在国内的发行权、航空版权、国内的电视版权，并支付一定的版权费用。

#### 分账发行

#### 保底发行

#### 协助推广

### 中国特有发行方式，配额有限

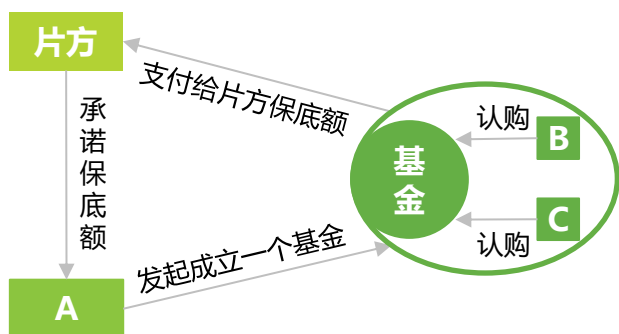
- 中国特有的发行方式
- 中影集团与华夏电影发行有限公司每年具有除**配额规定外的进口片引进批片权利**，引入后以挂名方式将影片交由其他具有发行许可资格的公司发行，影片发行方以资金等入股，上映后按照协商的比例分收票房

# 保底发行将电影市场资本化，政府监管 不明晰

一方面，导演、编剧等基于对自身价值的重视，开始寻求分羹票房。传统分账发行中，只是投资方、发行方、放映方对票房利益的分割，作为电影核心资源的导演、编剧、演员等，无法从票房中直接获利。随着新一代电影人的崛起，越来越多的导演、演员开始重视自身价值，希望能够从票房中分一杯羹。另一方面，业外资本大量涌入，为保底发行提供了条件。最近几年电影市场的繁荣吸引了大量业外资本涌入市场，为保底发行的火热提供了实现的可能。

## 保底发行-操作方式

### 一：成立基金入股分账，多个资本方组成基金入场



票房 > 保底额

超过部分  
发行方获得更多比例

按照保底额  
支付给片方

票房 < 保底额

### 二：售卖票房收益权



投资方以某协议价格卖掉部分票房收益权，可以在影片上映前回收资金

对制片方来说，风险转移。  
回款速度加快，有更多的资本做更多更好的电影

对发行方来说，承担风险，但获利更多。  
从以往几个点的发行费，渗透到可以直接参与净票房的分账



电影  
规律

OR

金融  
规律



广电总  
局监管

OR

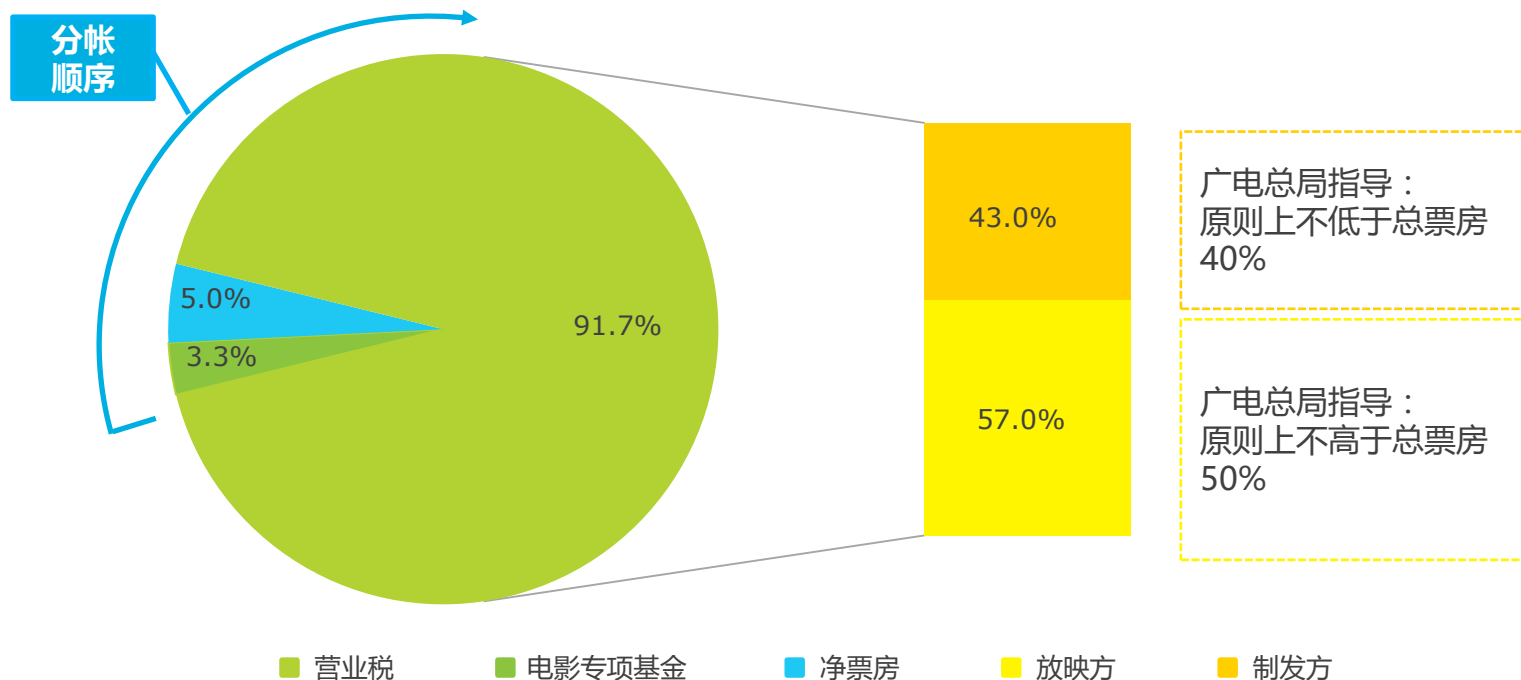
证监会  
监管

# 院线及影院分得五成票房，电影放映方拥有产业链较强话语权

根据国家广电总局电影局关于国产影片分账比例的指导意见，在电影票房分账过程中，原则上电影放映方不超过50%，电影制作方和发行方不低于43%。

影院及院线无需承担票房风险而获得较高的分成，在电影产业链中拥有较强的话语权。一方面由于电影放映方掌握着影片变现的终端渠道，影片排片与否与排片时间由影院决策。另一方面，全国银幕数量不能满足放映需求，也导致电影放映方权利较大。但是由于影院需要支付高额的租金以及影院经营升级费用，实际留在影院的利润并没有很高。

## 国产影片各环节票房分账比例

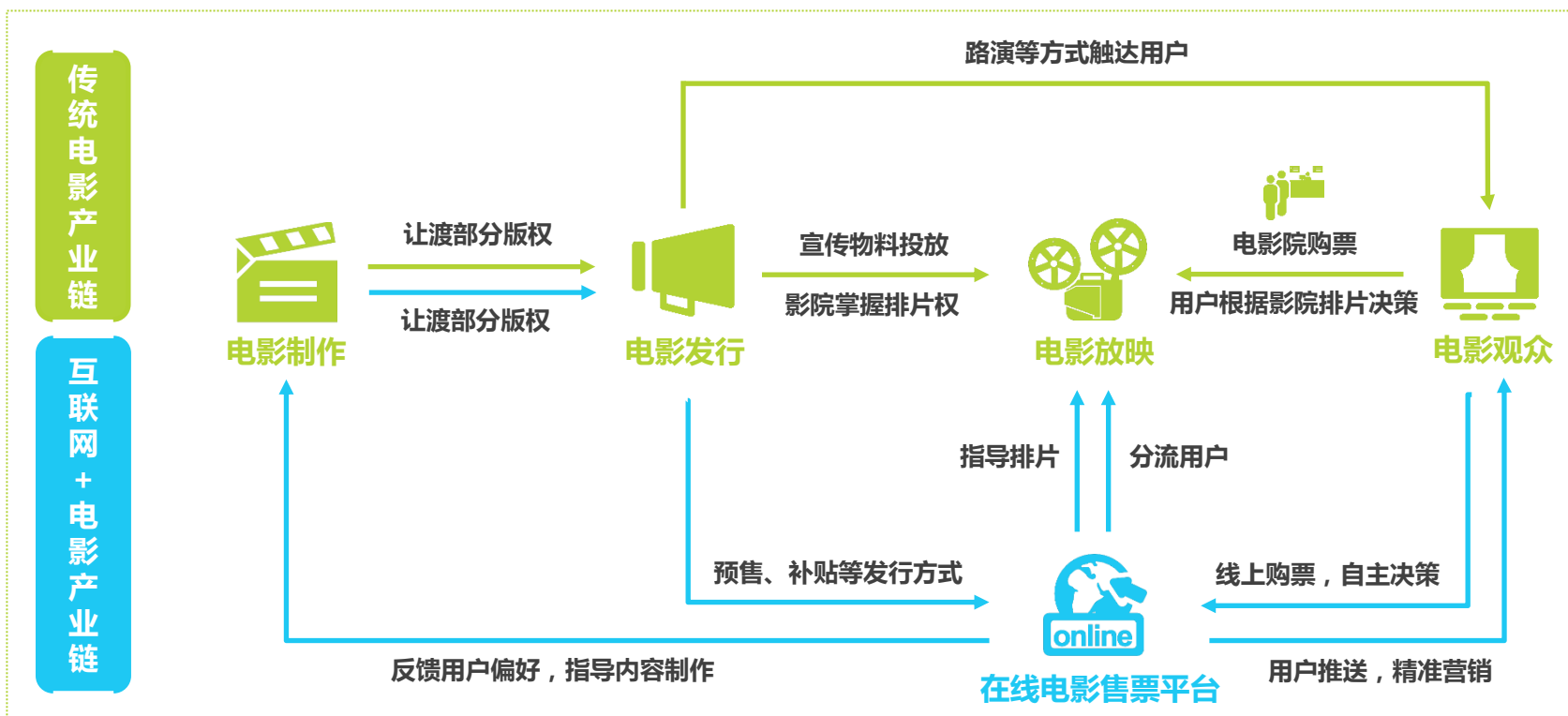


来源：国家广电总局电影局关于调整国产影片分账比例的指导性意见

# 在线电影票务平台为电影产业注入互联网基因，成为电影产业链重要环节

在线电影票平台从售票环节切入电影市场，对传统产业链进行了变革。线上购票改变了用户的消费习惯，用户的决策从电影院转移到线上，电影内容制作和宣发也逐渐依赖于互联网沉淀的大数据，在线电影票平台成为电影产业链重要环节。

## 在线电影票平台对传统产业链的变革



注释：电影版权包括发行权、放映权、网络传播权、复制权等17项权利

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

# 在线电影票务平台连接用户与电影市场 大数据支持，促进电影制宣发产业升级

“互联网+电影”时代，在线电影票平台提供的价值在于大数据支持。通过互联网渠道，将电影产业与真实市场需求对接，利用互联网便捷性优势及大数据技术促进电影产业提质升级。

## 在线电影票平台的大数据价值



# 在线电影售票平台以专业票务类模式为主，流量为主要竞争优势

在线电影票购买平台以专业票务类网站为主，分为综合票务网站和垂直电影票务网站。此类平台发展初期主要业务为在线选座，利用大额补贴获得市场较大份额，沉淀大量市场数据。目前市场上的主要玩家多为具有较大流量支持的平台。

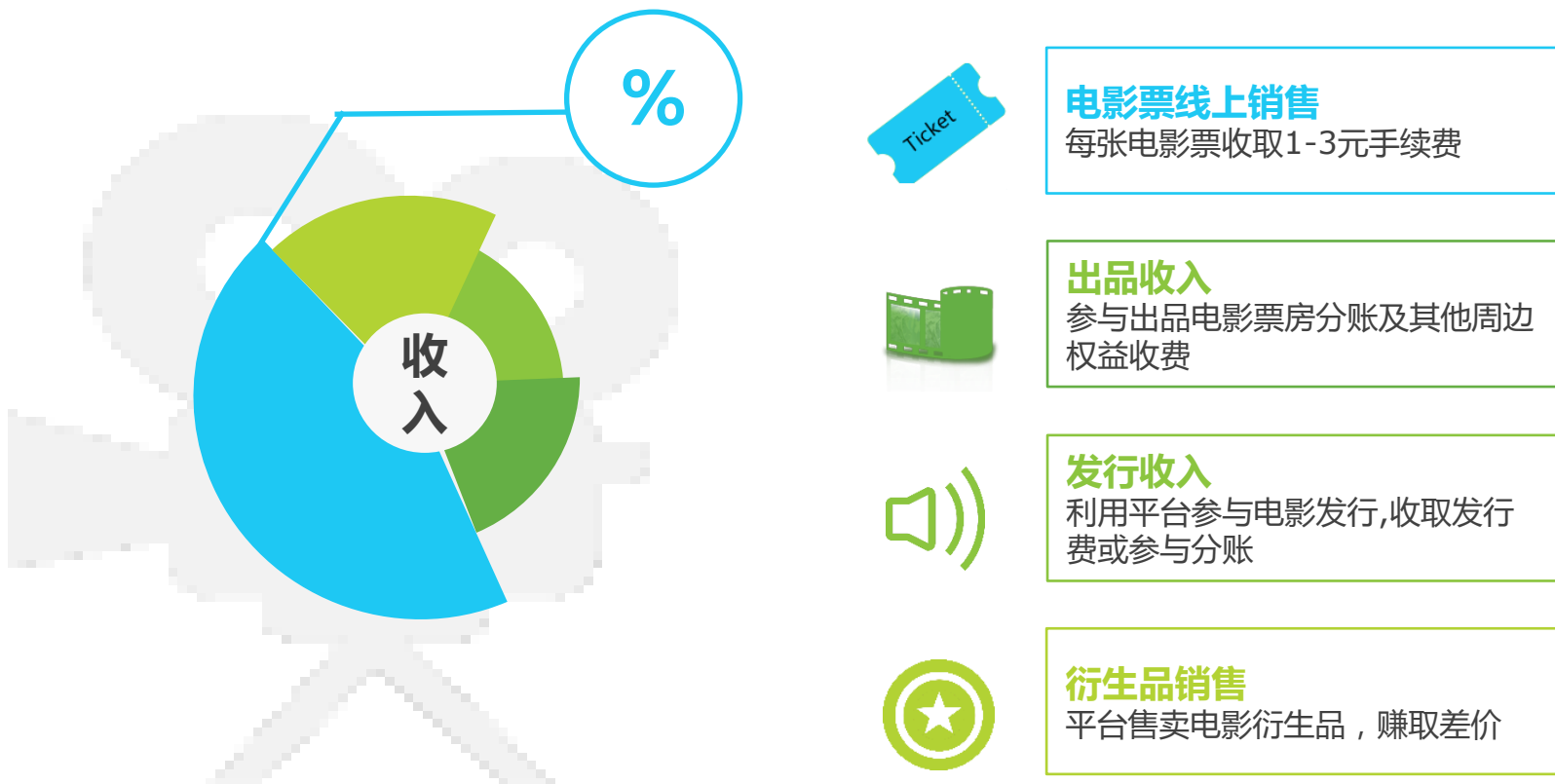
在线电影票平台模式分类



# 电影票线上销售是在线观看电影票平台目前主要盈利模式

在线电影票平台从电影售票业务点切入，逐渐从电商领域向电影市场延伸，盈利模式包括电商盈利模式：票务分销、衍生品代售，以及影业盈利模式：影片投资、制作、宣发。

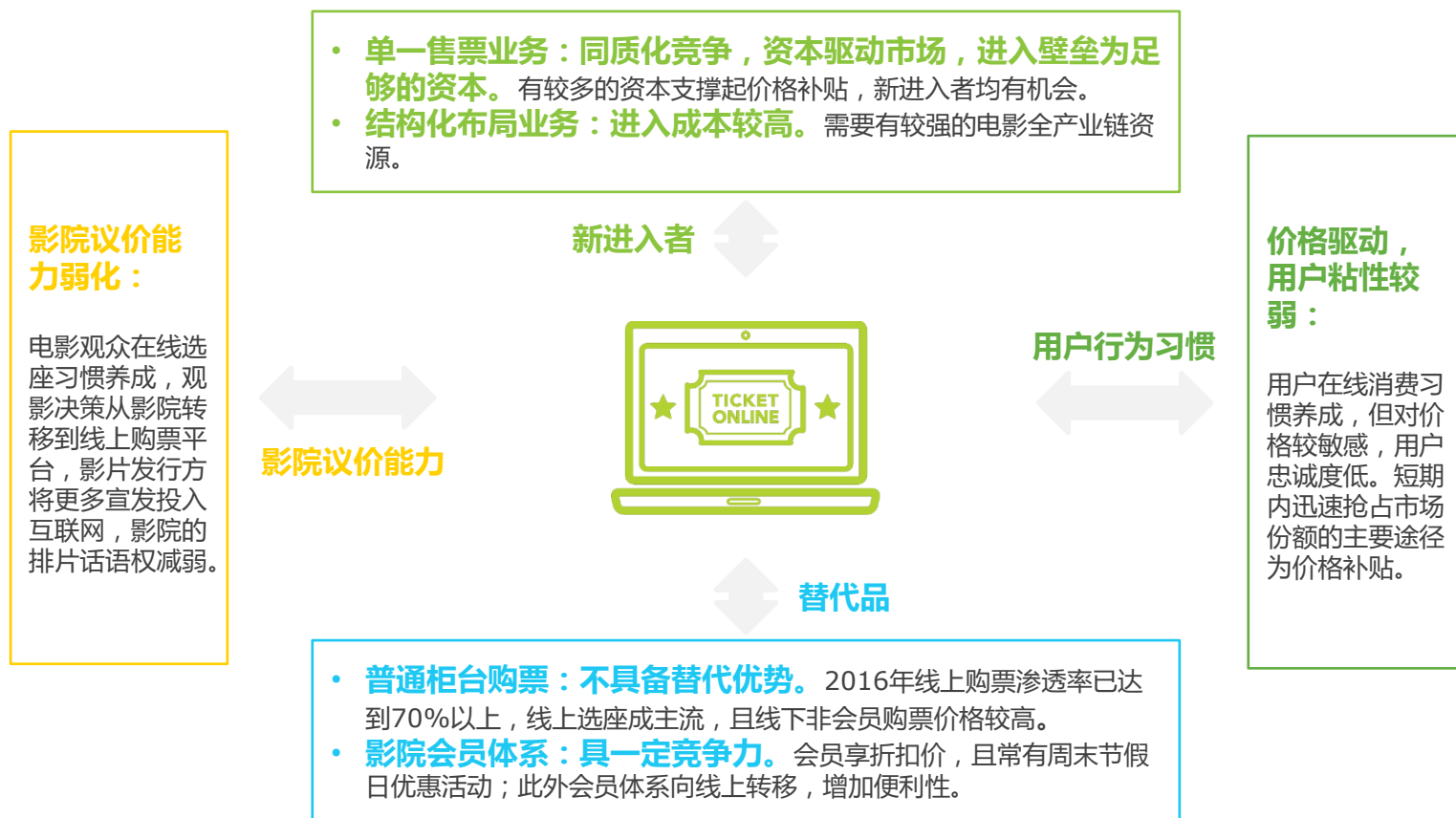
## 在线电影票平台盈利模式



# 在线电影票务行业市场格局趋于稳定， 领先企业从占领市场份额向寻求盈利点转型

在线电影票行业目前以在线售票为主要业务模式，电影票产品同质化严重，用户对价格反应敏感，单一业务模式缺乏竞争力。领先企业基于大数据进行泛娱乐布局，寻求新的盈利点。

## 在线电影票平台竞争格局分析



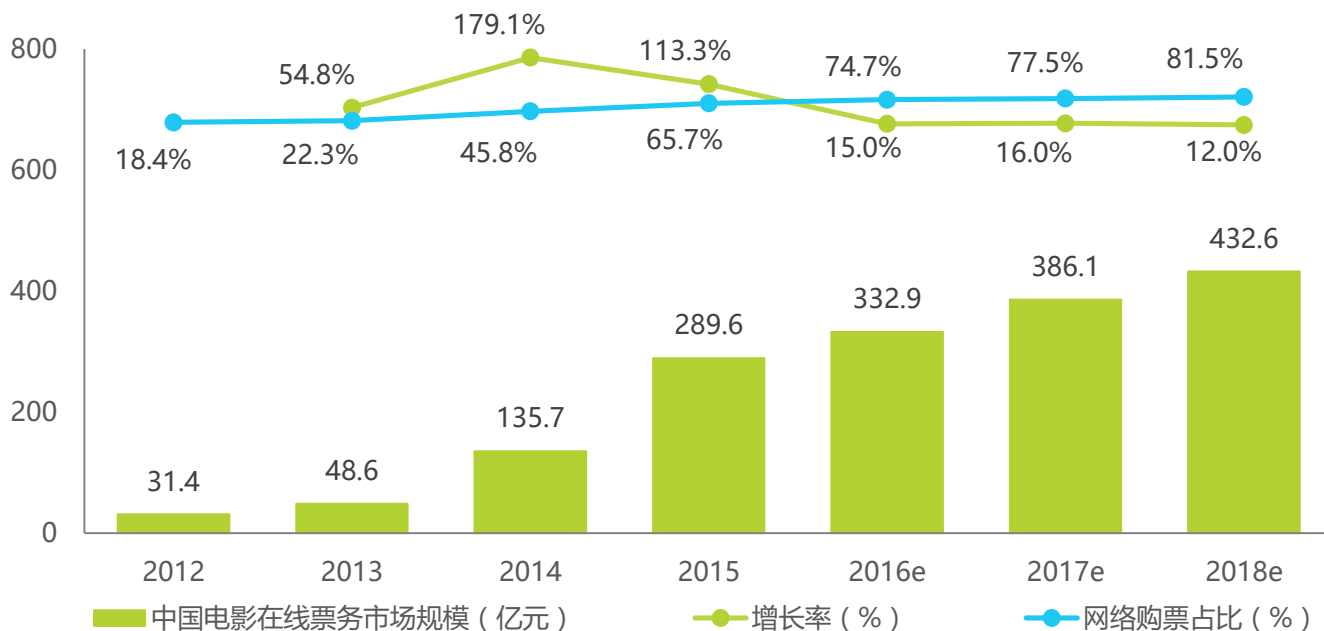


# 2016年中国在线电影票务市场线上渗透率达74.7%，在线电影售票平台成购买主渠道

iResearch  
艾瑞咨询

中国在线电影票务市场发展迅速，2015年中国电影在线票务市场规模为289.6亿元，渗透率高达65.7%。艾瑞预计2016年，中国在线电影票务市场渗透率达74.7%，市场规模将突破300亿元。在线电影票务平台已经成为购票主渠道。艾瑞咨询认为，随着在线电影票务市场的几近饱和，电影票务平台应积极探索新的利益增长点。

2012-2018年中国在线电影票务行业市场交易规模



来源：2012-2015年数据来源于国家新闻出版广电总局；  
2016.1-2016.11数据来源于国家电影事业发展资金管理委员会办公室；2016.12-2018年数据根据企业公开信息及艾瑞统计模型估算。

中国在线电影票务行业发展环境

1

中国在线电影票务行业发展现状

2

中国在线电影票务行业典型企业案例分析

3

中国在线电影票务行业发展趋势

4

# 娱票儿+格瓦拉双品牌运营，消费+社交 iResearch 艾瑞咨询

## 双属性协同，发展迅速

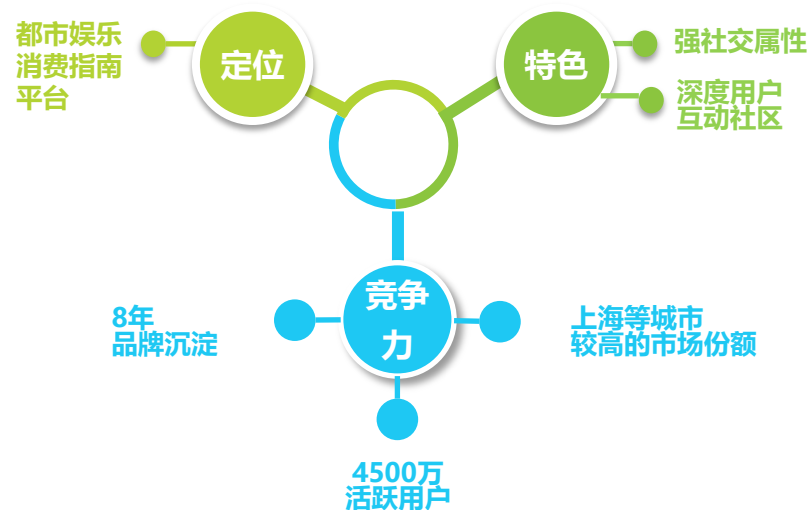
2015年微影时代收购格瓦拉，与旗下票务平台娱票儿资源共享，双品牌独立运营。其中，娱票儿定位为泛娱乐票务平台，重消费属性；格瓦拉定位为都市娱乐消费指南，重社交属性。

微影时代以旗下双平台为基础向电影产业链上游布局，形成了较强的电影发行能力。

### 娱票儿的定位及特色



### 格瓦拉的定位及特色



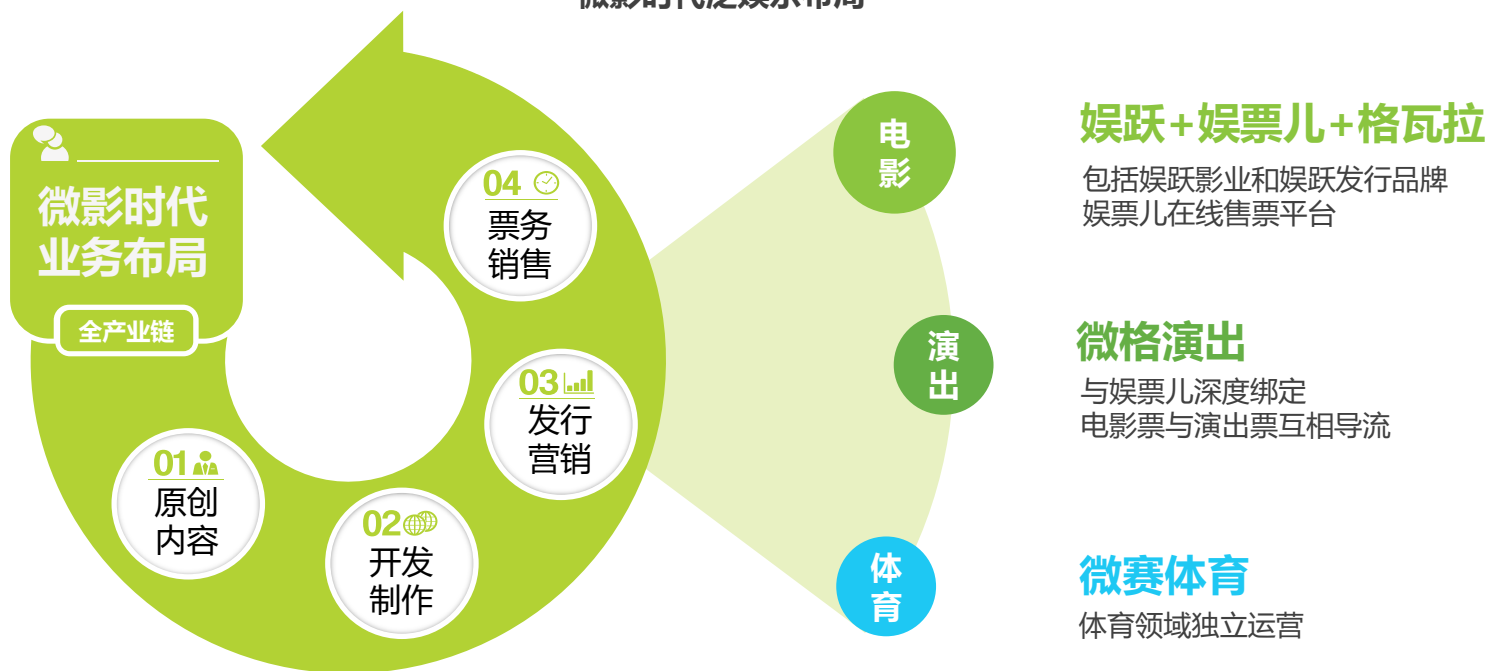
2014~2016



# 微影时代布局多元文化消费，发行能力成核心竞争力

2016年5月，微影时代完成C+轮融资，融资金额达30亿元，为业内最大额度单轮融资。本次融资过后，微影时代集齐多位互联网及娱乐行业领军人物（股东），背靠微信流量优势和腾讯大数据的精准运营优势，发展迅速。

微影时代泛娱乐布局



《电影发行经营许可证》  
2015年微影时代获得电影发行经营许可证正式获得发行资格。

2015年全国总票房

440亿

2015年微影时代联合出品联合影片票房

92亿

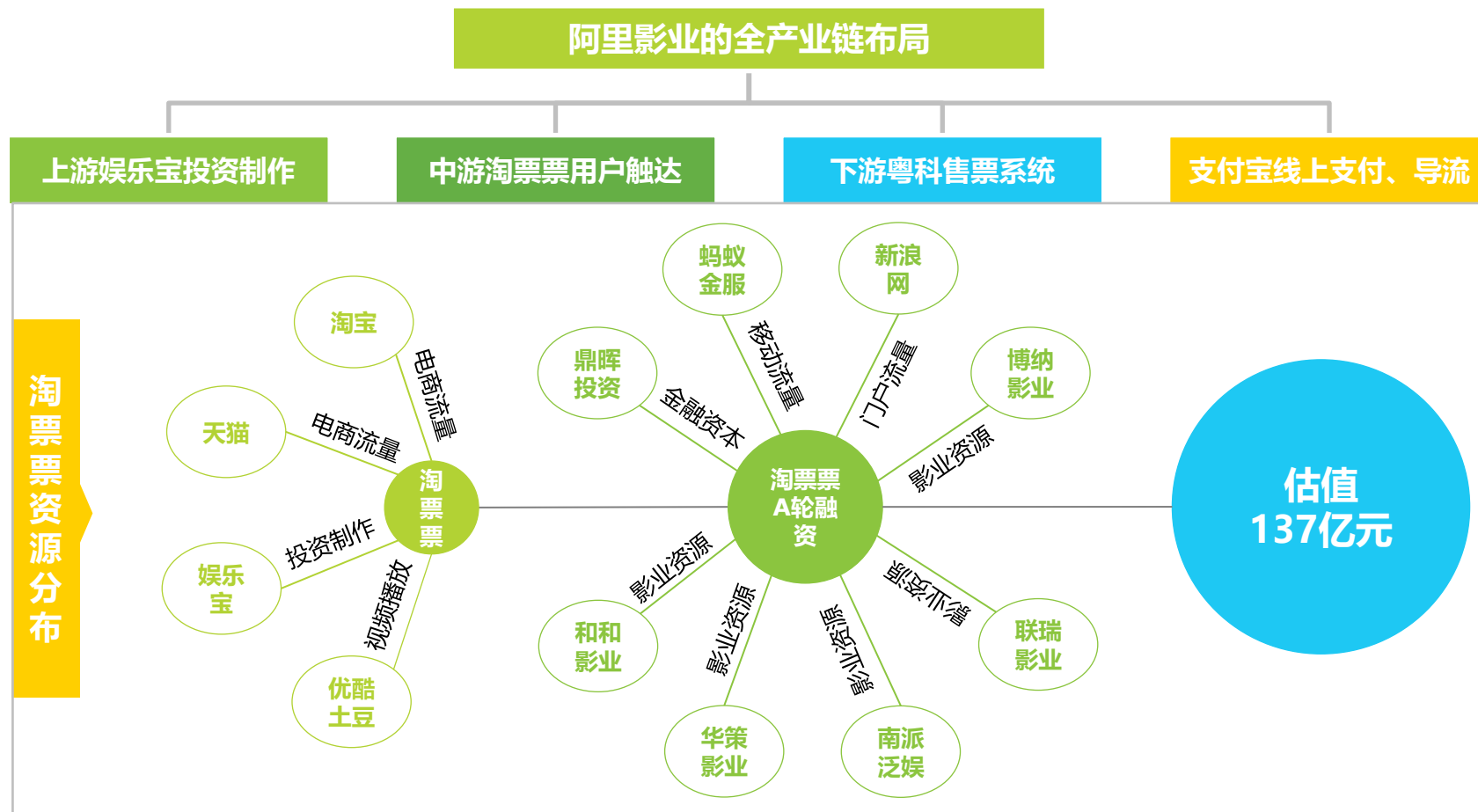
2016年1-10月  
参与出品/联合出品、  
发行/联合发行影片  
数量及覆盖票房

40+  
部  
200+  
亿

# 淘票票-全产业链布局，拥有电影产业链众多资源

iResearch  
艾瑞咨询

淘票票背靠阿里影业，拥有阿里的电商基因以及新引进的众多影视公司资源。2016年，淘票票完成A轮融资，估值137亿元，成在线售票平台最大估值。

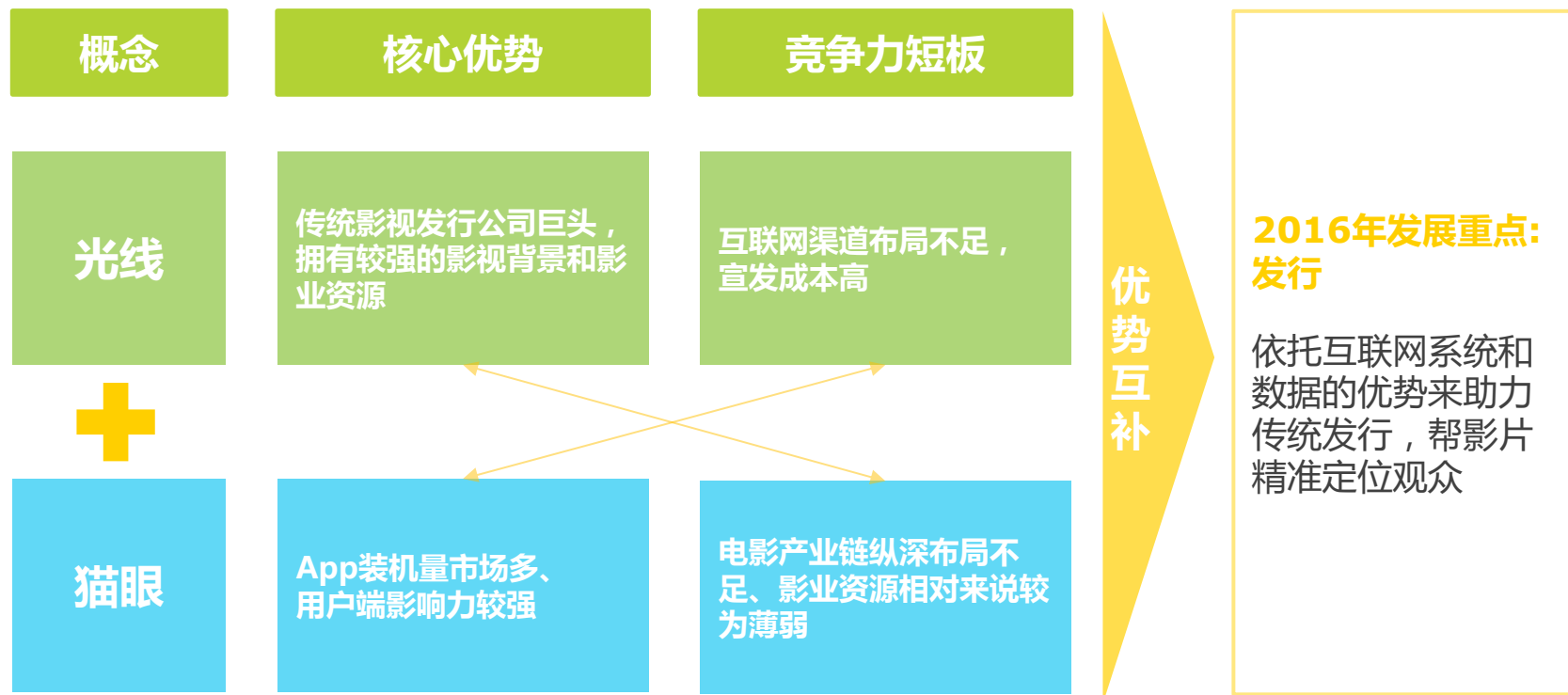


来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

# 猫眼-传统影视公司布局互联网体系的重要平台

猫眼电影发源于美团电影，2015年独立为美团旗下全资子公司猫眼文化传媒有限公司；2016年6月，光线收购猫眼，打造“光线+猫眼”新概念。

猫眼电影+光线传媒电影产业布局



# 百度糯米-与影院深度合作，布局线下终端的在线电影售票平台

一方面，百度糯米具有较强的本地生活服务资源，利用平台优势与影院深度合作，推出会员联名卡，打通会员体系，共享流量资源。另一方面，百度糯米也加强在终端放映方的直接投资，2015年入股星美影院，布局线下。但目前，百度内部O2O布局调整，所以百度糯米未来走向尚不明确。

百度糯米多场景布局



# 万达电影-掌握院线终端核心资源，打通电影全产业链的模式代表

iResearch  
艾瑞咨询

万达影视、万达五洲、万达院线已形成“制片”、“发行”、“放映”的完整产业链，并在产业链各环节表现亮眼。万达影业掌握中国大陆地区最大的院线体系，且在2015年并购美国第二大院线AMC，这一举使得中国电影在美国乃至全球拥有了更多国际参与度，也是万达在电影行业全球话语权提升的表现。

## 万达电影全产业链布局



出品众多优质电影，国际优势明显

2015年中国大陆地区票房TOP5电影万达参与出品结构

影片	票房 (亿元)	出品
捉妖记	24.4	—
港囧	16.1	—
夏洛特烦恼	14.1	√
寻龙诀	12.3	√
煎饼侠	11.6	√

来源：国家电影事业发展资金管理委员会办公室



国内发行巨头公司之一

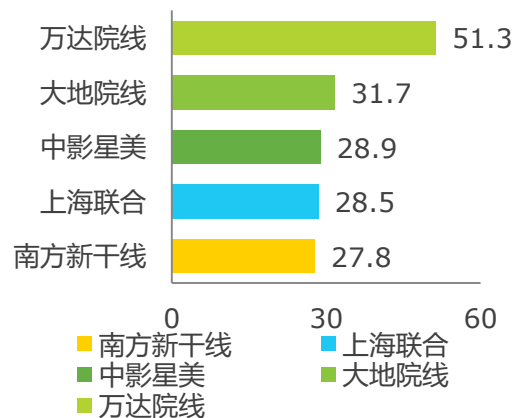
2014年万达影视发起成立

- 万达五洲为2014年，由万达影视主导，联合大地时代电影发行、广州金逸影视传媒、横店电影院线共同投资的电影发行公司。



国内最大院线体系

2016年1-10月中国大陆地区Top5院线总票房（亿元）



来源：国家电影事业发展资金管理委员会办公室



# 时光网-衍生品发展优势明显的在线电影售票平台

iResearch  
艾瑞咨询

时光网脱胎于电影资讯网站，在海外拥有较强的认可度。2015年上线衍生品商城，并获得迪士尼、漫威等多家国际影视公司版权，为国内衍生品市场的深耕者。

## 时光网业务布局及衍生品优势



### Mtime拥有良好国际口碑

Mtime在业内尤其是好莱坞拥有良好的口碑、拥有全球知名的中文电影资料库和国内专业的电影新媒体团队。



### 影时光-衍生品业务品牌

影时光是时光网的衍生品业务品牌，是衍生品行业的深耕者。

①获得迪士尼、漫威等多家国际公司的衍生品开发版权。

②与金逸、万达等院线合作，将衍生品门店开到影院大堂



### 线上电影售票业务为必要布局

时光网脱胎于电影资讯网站，拥有大量忠实用户。随着电影与互联网结合愈加紧密，在线选座业务成为其必要的业务布局。



### 2016年被万达收购，有望盈利

7月27日，万达院线以2.8亿美元的交易价格收购时光网，将持有时光网全部运营实体100%股权；并宣布，2016年度时光网有望实现盈利。

中国在线电影票务行业发展环境

1

中国在线电影票务行业发展现状

2

中国在线电影票务典型企业案例分析

3

中国在线电影票务行业发展趋势

4

# 更多互联网场景接入在线电影售票入口 线上售票模式更加多元化

“互联网+电影”大背景下，对电影售票入口的接入不仅仅是电影产业的重要布局，互联网公司也看中这一高频次消费领域背后巨大的流量价值，纷纷增加线上电影购票通道。例如视频网站爱奇艺，除了视频服务之外，已上线在线购票功能。另一方面，影院除了与在线电影票平台合作、布局自己的线上购票平台以外，在微信端利用微信公众号重建自己的会员体系，成功将影院会员机制转移到线上。

艾瑞咨询认为，在线购买电影票的模式并非一成不变，未来会越来越多元化。

## 线上购票多元模式

### 互联网场景+电影院入口

#### 1. 视频场景



#### 2. 导航场景



#### 3. 支付场景



...



### 电影院线终端线上布局

#### 1. 与在线售票平台合作



...

#### 2. 院线自己的线上平台



...

#### 3. 基于微信公众号重建会员体系



# 发行能力成衡量在线电影票平台价值的重要指标

作为泛娱乐布局重要环节的互联网票务平台，其宣发能力越来越受到市场和片方的认可。票务平台可以根据观众不同的消费行为、画像数据的积累，有针对性地进行影片发行，有效触达用户；同时根据用户的观影偏好，反向指导制片方创作出符合大众消费品味的佳片。

在线电影票平台的竞争将从粗放地占领市场份额阶段过渡到对宣发能力的竞争。

在线电影票平台全产业链布局

电影制作	电影发行	线上售票	在线售票平台	电影放映	电影衍生品
✓	✓	✓	猫眼		✓
✓	✓	✓	娱票儿+格瓦拉	✓	✓
✓	✓	✓	淘票票	✓	✓
✓	✓	✓	百度糯米	✓	✓

向产业链上下游发展，线上线下融合



注释：1. 美元兑人民币汇率采用1美元=6.5人民币元

2. “平均发行票房”为2016上半年各互联网票务平台联和发行或主发行影片的平均票房，未去掉极值影响

3. “电影放映”环节布局指的是有影院或院线投资

来源：公开资料，艾瑞咨询整理；票房数据来自中国电影放映协会

# 横向扩充票务覆盖领域，进行网络购票泛娱乐布局

随着消费者收入提升，其生活也衍生出更多娱乐需求。横向扩张业务，增加演出、体育赛事等票务内容，实现全娱乐票务布局，是未来在线电影票务平台发展的趋势之一。不同种类票务之间可以利用频次单价的互补优势，实现互相引流，打造全娱乐闭环。

在线电影票行业发展的目前阶段，大部分已经开始横向布局。其中，微影时代在“娱票儿+格瓦拉”两个平台上，可以完成三种娱乐方式的购票消费；淘票票平台可以实现电影+演出购票消费；猫眼电影目前则专注于电影领域的娱乐消费。

## 演出、体育票务扩充原因及优势



# 衍生品市场成为在线售票平台新盈利点

## 用户习惯长线培育是重点

衍生品市场是围绕电影内容的再开发，在国外市场结构中占有重要的分量。但在国内始终发展不温不火，这与国内市场用户消费习惯有一定关系。目前各大在线售票平台均布局衍生品商城，有的甚至渗透到下游衍生品设计制作。随着在线售票平台的供给刺激，或将给衍生品市场带来新的发展刺激。

### 在线电影售票平台商城布局



衍生品市场在国内的发展痛点



电影内容对用户的长线吸引力不足



衍生品设计离消费者消费习惯较远



用户消费习惯待培养

# 公司介绍/法律声明

## 公司介绍

艾瑞集团是专注于中国互联网及全球高成长领域的洞察咨询与企业服务集团，业务领域包括大数据洞察与预测、行业研究与企业咨询、投资与投后服务等。

艾瑞咨询成立于2002年，是最早涉及互联网研究的第三方机构，累计发布数千份互联网行业研究报告，为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。2015年艾瑞咨询在海外建立研究中心，研究范围扩展至全球高成长领域，建立中国与世界优秀企业的链接。

## 版权声明

本报告为艾瑞集团制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

## 联系我们

咨询热线 400 026 2099

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>

# 生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询