

# 2016Q3中国在线电影 购票专题研究报告

2016Q3 China online movie ticket Research  
Report

( 内部精简版 )



艾媒咨询集团  
iiMedia Research Group

iiMedia 艾媒咨询  
Research



# 研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与在线电影购票用户进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
  - 政府数据与信息
  - 行业公开信息
  - 企业年报、季报
  - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截止2016年8月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.57亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询whd@iimedia.cn](mailto:whd@iimedia.cn)。

# 目录

- 1 2016Q3中国电影及在线电影购票市场概况
- 2 2016Q3中国在线电影购票平台案例分析
- 3 2016年中国在线电影购票市场未来发展趋势预测



## PART ONE

# 2016Q3中国电影及 在线电影购票市场概况

# 2016Q3中国在线电影平台市场动态

## 2016Q3中国内地电影票房

iiMedia Research (艾媒数据) 显示, 2016Q3中国内地票房达到108.7亿, 相比2016Q2增长5.4%。暑期档票房达85.6亿, 相比2015年有所下降。暑期影片类型多样, 《X战警:天启》、《惊天魔盗团2》再一次展现好莱坞大场面调度的能力, 《大鱼海棠》成为引起广泛讨论的现象级影片, 《三人行》则引起人们对港片的兴趣与思考。

## 猫眼电影推出影视圈信息资源对接平台“找合作”

2016年8月, “猫眼专业版” APP更新发布2.0版本, 并新推出影视圈信息资源对接平台“找合作”。在此平台上, 无论院线电影、网络电影、电视剧还是电视栏目、真人秀等各种影视项目运作者都可以发布相关需求信息, 范围包括寻找投资人, 招募制片人、演员, 以及摄影、灯光、声音等相关专业人才, 同时对此感兴趣的人均可与信息发布者取得联系, 直接完成对接。

## 猫眼电影首批接入苹果iMessage

2016年9月, 猫眼电影购票平台接入苹果iOS10新版iMessage, 苹果手机用户可以在新版iMessage 内直接调用猫眼电影。从查看影讯、到选择场次座位、邀请好友看电影、再到利用ApplePay完成支付, 所有步骤的实现均可在iMessage内一站式完成, 不需要进行任何跳转。

# 2016Q3中国在线电影平台市场动态

## 百度糯米上线“饭圈”频道

2016年7月，百度糯米电影新增“饭圈”频道，包含明星、电影、演出等分类，粉丝可以此为媒介聊“饭圈事儿”、获取糯米独家爆料资讯，在百度糯米电影“饭圈”进行高质量发帖的“糯米饭”将有机会获得荣誉勋章，凡是获得勋章的“糯米饭”将优先享受明星见面、电影周边等福利。

## 百度糯米推出电影票房专业版

2016年8月，百度糯米推出电影票房专业版，利用百度人工智能、机器学习、自然语言处理、数据挖掘、网络爬虫、数据集群等大数据技术，综合百度糯米影片用户画像、用户行为分析及影片预售票房、影院排片、百度指数等各类数据，生成发布票房预测。此外，糯米电影票房还兼具实时票房、排片分析、影院票房、榜单日历、影片指数等多项功能。

## 阿里影业上半年亏损超四亿元，淘票票推广支出是主因

2016年7月，阿里影业发布“盈利警告”：截至2016年6月30日，2016年上半年的净亏损预计将在4亿元 - 4.5亿元人民币之间，亏损幅度是2015年同期1.5亿的近3倍。公告指出，亏损主要是由于“淘票票（原淘宝电影）的市场推广支出”。

## “微票儿”改名“娱票儿”，拆分内容和发行公司

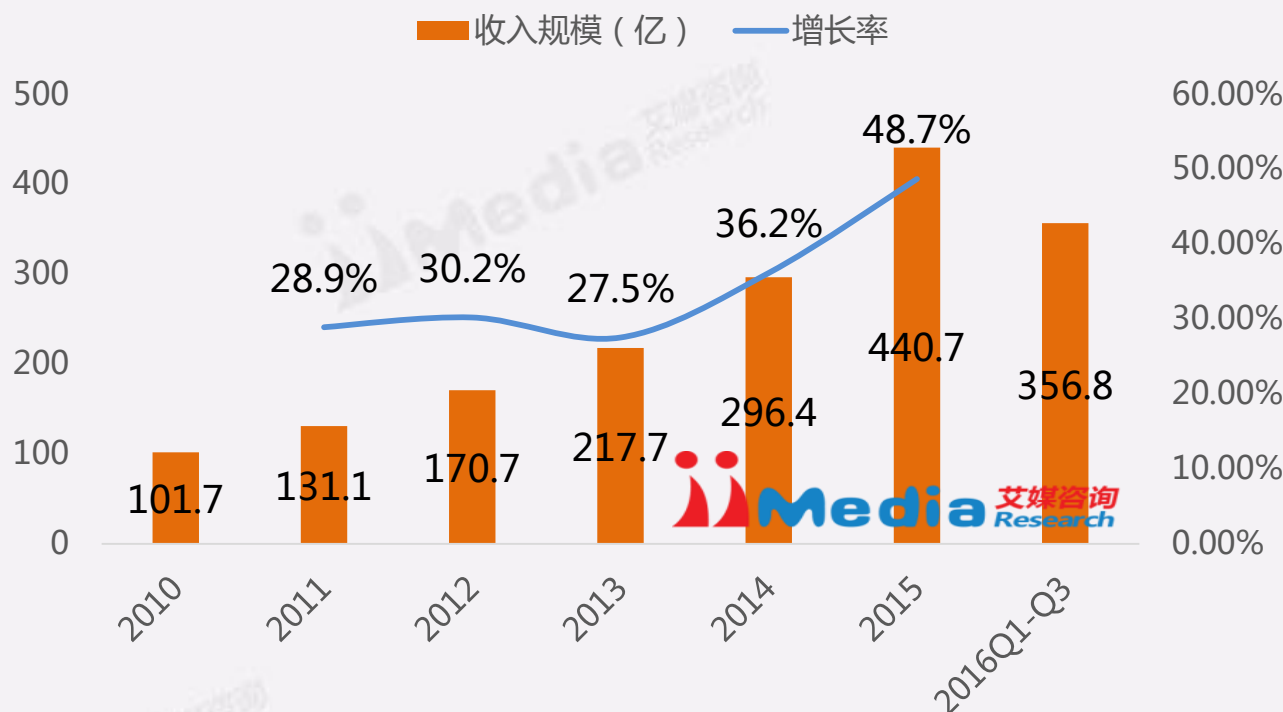
2016年9月，微影时代发布新品牌“娱跃”，将电影投资、制作、IP开发，以及发行业务等对应分拆为娱跃影业、娱跃发行，另外旗下在线电影票务平台“微票儿”升级为泛娱乐票务平台“娱票儿”。改名后，娱票儿拥有微信钱包“电影演出赛事”、QQ钱包“电影-娱乐”、娱票儿APP三个入口。



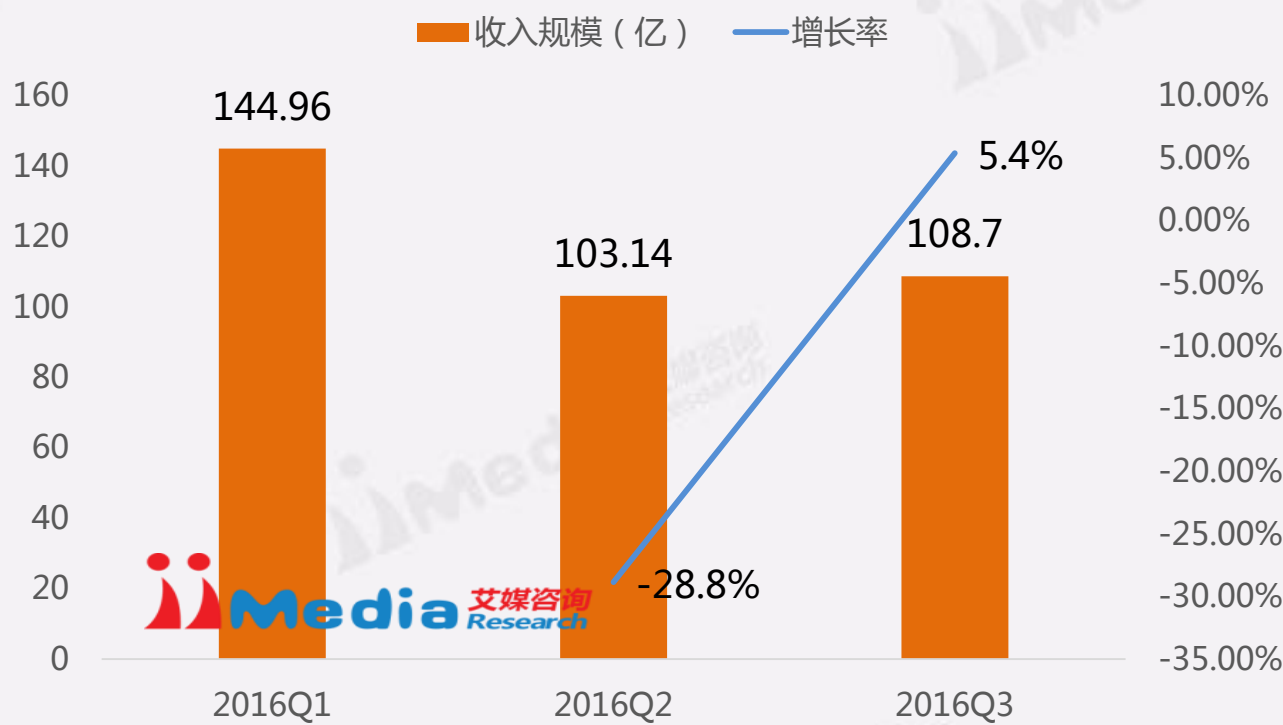
# 2016Q3中国内地电影票房情况

iiMedia Research (艾媒数据) 显示, 2016Q3, 中国内地票房达到108.7亿, 相比去年同期降低约13%, 相比2016Q2增长5.4%。虽然有暑期档、中秋档加持, 但第三季度票房尚未追上第一季度, 影片质量不佳或是影响观众观影热情最重要原因。

## 2010-2016Q3中国内地电影票房变化情况



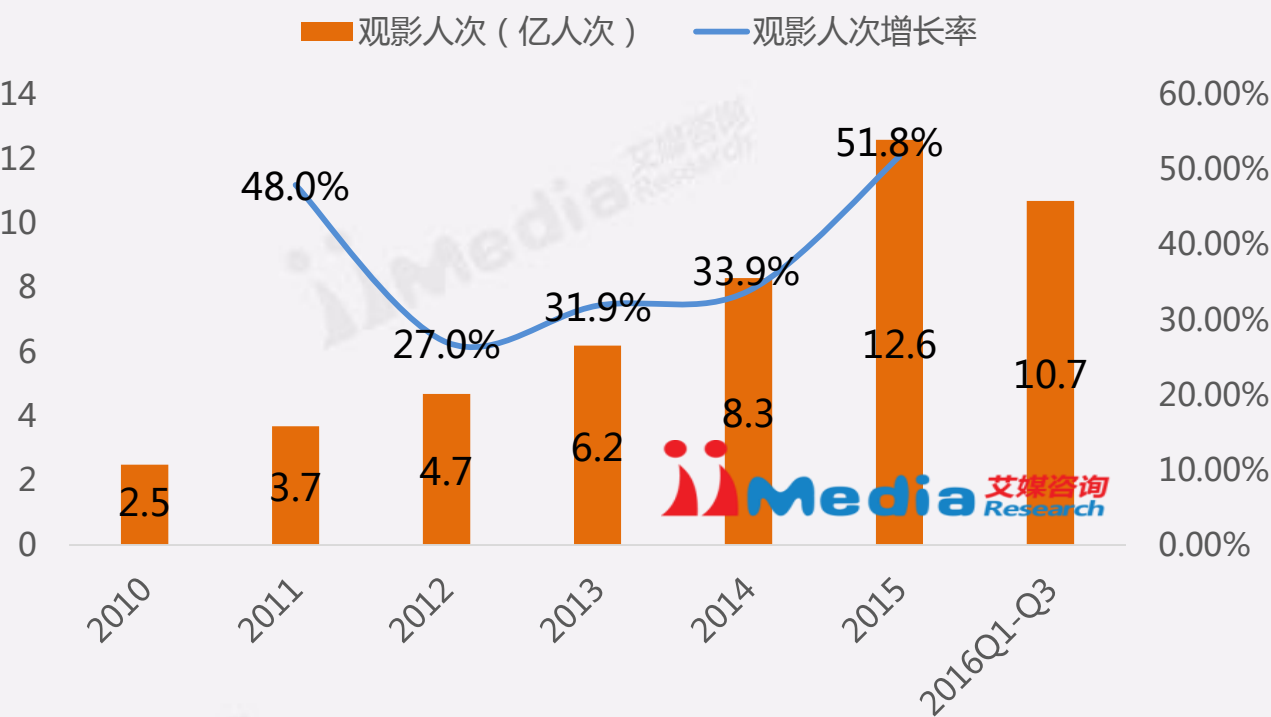
## 2016Q1-Q3中国内地电影票房变化情况



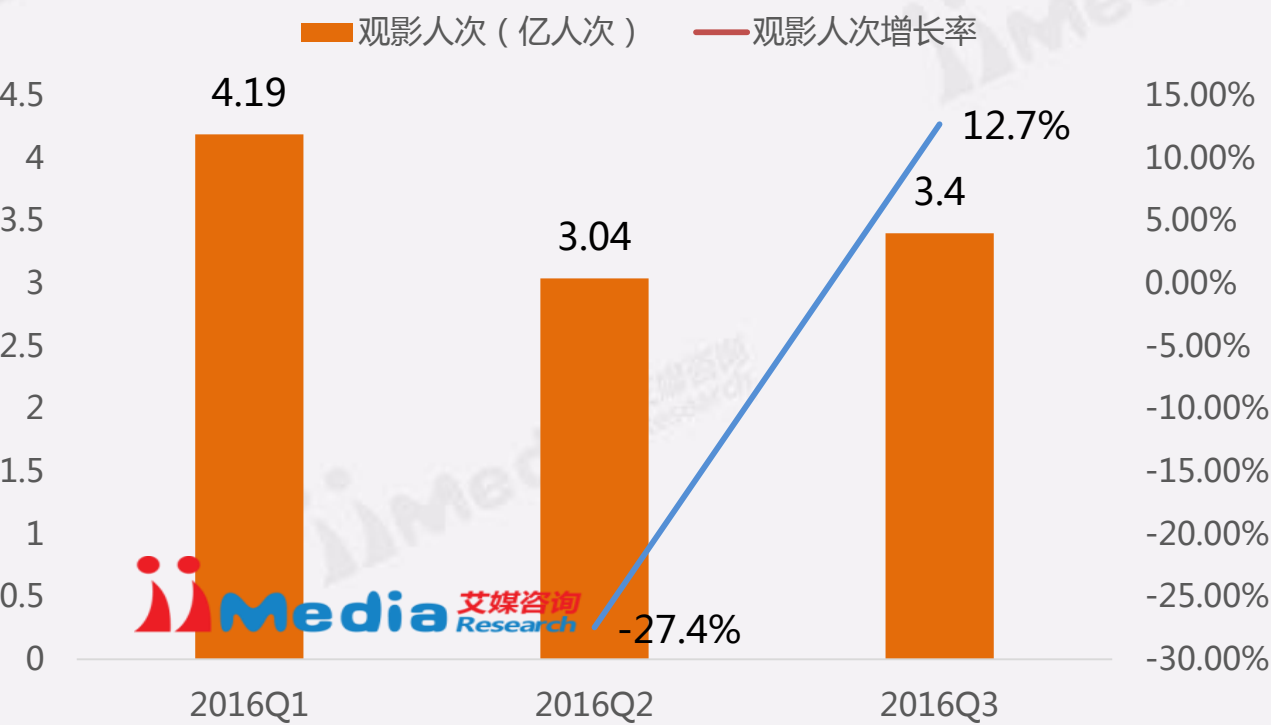
# 2016Q3中国内地观影人次有所增长

iiMedia Research（艾媒数据）显示，2016Q3，中国内地观影人次为3.4亿。相比第二季度，观影人次增长12.7%。前三季度总观影人次已达到2015年全年85%，观众观影热情依旧，整体大盘看好。

## 2010-2016Q3中国内地观影人次变化情况



## 2016Q1-Q3中国内地观影人次变化情况



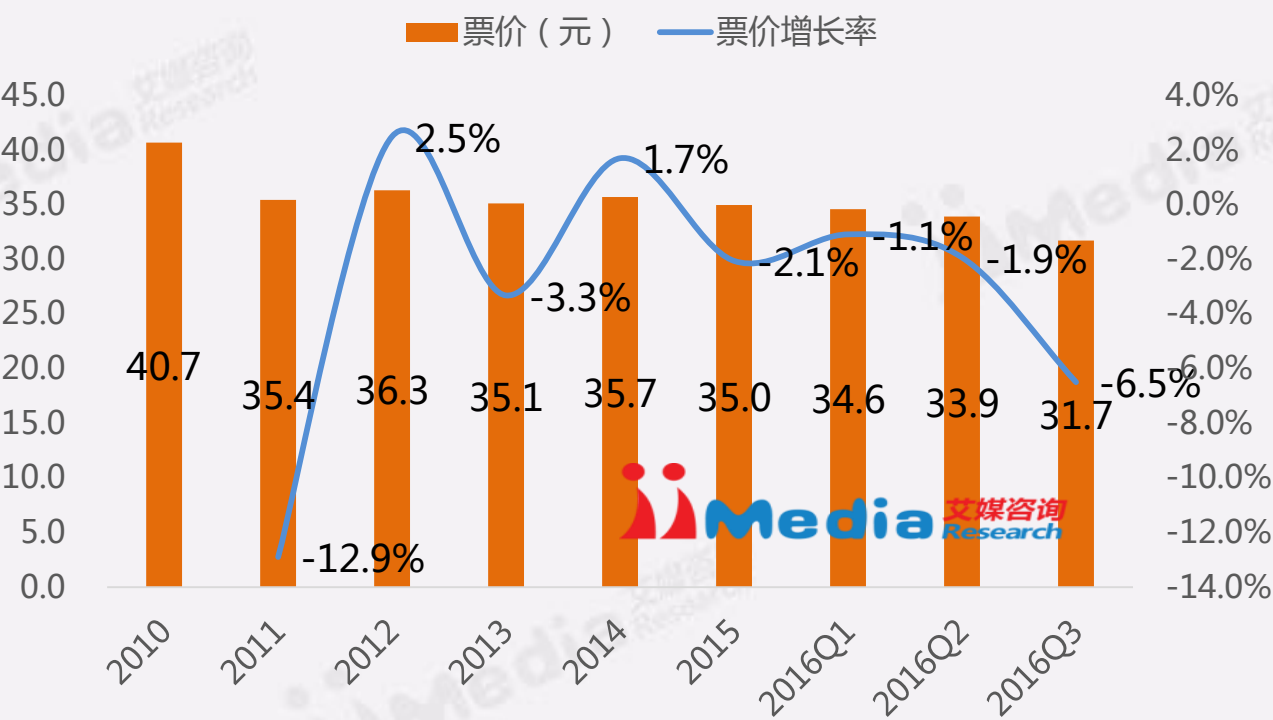


# 2016Q3中国内地电影票价变化情况

iiMedia Research（艾媒数据）显示，进入2016年，中国内地电影票价持续走低，第三季度电影票价跌破至32元，其中8月电影票价为31.2元。艾媒咨询分析师认为，此季度票价显著降低与各在线电影购票平台暑期加大电影票补贴力度不无关系。

艾媒咨询分析师认为，价格优惠是在线电影购票平台打开市场、改变用户观影习惯、逼退部分竞争者的关键。目前，用户习惯基本养成，平台谋求扩大商业利益的情况下，增强其他方面的竞争力对于各在线购票平台来说尤为重要。

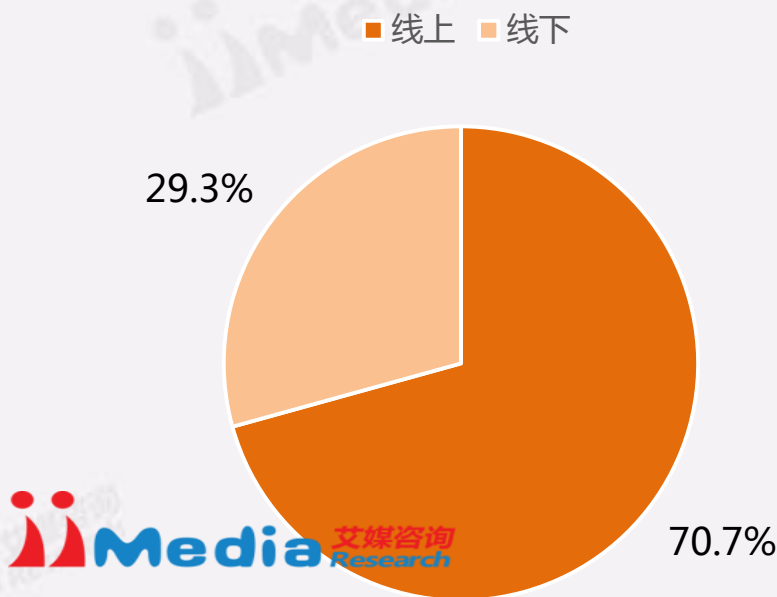
2010-2016Q3中国内地电影票价变化情况



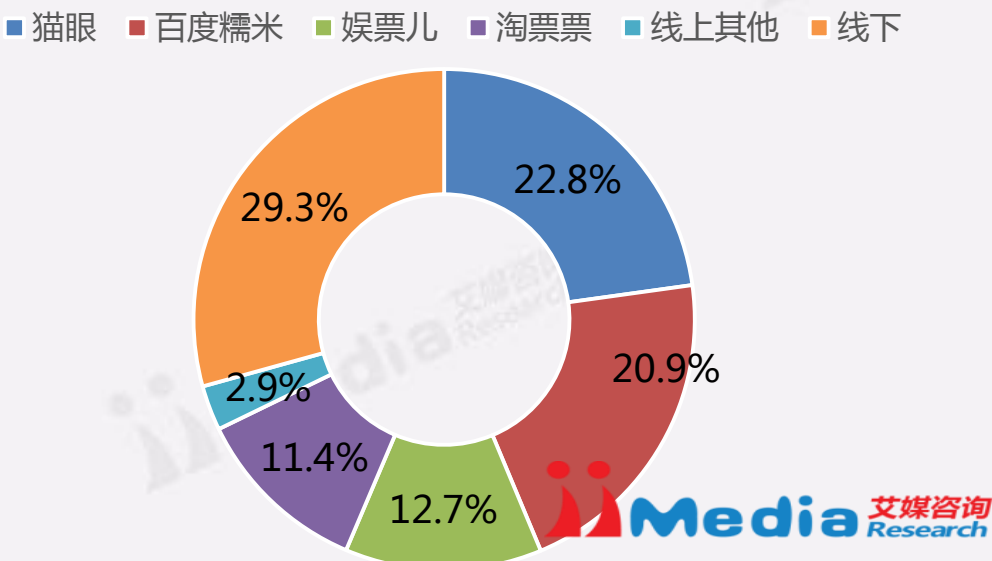
# 2016Q3中国在线电影购票占比

iiMedia Research (艾媒数据) 显示, 2016年, 在线购票占整体票房比例呈现缓慢增长趋势, 第三季度突破70%。在2016Q3在线购票平台占比方面, 猫眼、百度糯米、娱票儿分列前三位, 占比分别为22.8%、20.9%以及12.7%。艾媒咨询分析师认为, 目前在线购票平台市场已基本确立BAT系+猫眼的竞争格局, 四者在大数据挖掘、用户体验、泛娱乐、产业链打造等方面均开始发力, 目前来看并没有一方拥有压倒性优势。

## 2016Q3中国内地电影在线购票情况



## 2016Q3在线购票市场各平台占比情况



来源：综合院线数据、企业及专家访谈，并根据艾媒统计模型核算



## PART TWO

# 2016Q3中国在线 电影购票平台案例分析

# 猫眼电影：优化市场运作模式



2016年7月，猫眼独立满一周年，利用在线电影购票平台优势，优化电影市场运作模式、开拓新的营销模式，成为猫眼电影进一步发展的重点。

2016年8月，猫眼电影专业版2.0版本全新上线“找合作”功能，意图通过“互联网+”平台的力量，切实有效地解决影视圈长期存在的资源信息不对称性问题，推动产业链中上游项目运作模式实现从传统模式向“互联网+”模式的顺利转变。

营销方面，猫眼电影探索“电影+”整合营销方式。8月，猫眼电影携手兰芝在上海举办“七夕节浪漫观影活动”，尝试“电影+时尚”跨界整合营销。





# 百度糯米：深耕粉丝经济



2016年7月，百度糯米新增“饭圈”频道，内设明星、电影、演出等栏目，及时发布相关资讯，进行独家爆料。鼓励粉丝发帖赢得“荣誉勋章”，争取与明星互动机会。艾媒咨询分析师认为，百度糯米意图以此推动粉丝社群的形成与发展。此社群以粉丝兴趣（明星、电影等）为核心进行聚合，糯米和粉丝不断生产高质量的内容，用户获得满足感，并逐渐对平台产生忠诚度、信任感，此举有利于其长期发展。另外，百度糯米推出“明星票房榜”购票入口，实现粉丝对于明星的支持可视化、可比较，进一步增强粉丝满足感与竞争感。



# 百度糯米：糯米票房专业版上线



8月，百度糯米影业推出了“糯米票房”专业版，其票房预测功能集成了百度独有的人工智能、机器学习、自然语言处理、数据挖掘、网络爬虫、数据集群等大数据技术，根据百度糯米影片用户画像、用户行为分析及影片预售票房、影院排片、百度指数等各类数据综合生成并发布，目前可进行对影市大盘及单片票房数据的预测。在9月召开的百度世界大会上，百度糯米总经理曾良发表题为《科技服务生活，技术智领未来》主题演讲，并以百度糯米电影为例，展示百度大脑重塑电影服务生态的能力。





# 百度糯米：泛娱乐化、全产业链



在提升电影市场竞争力的同时，百度糯米在音乐、话剧、现代舞等演出市场也是动作不断，利用平台优势，承办或参与合作多个演出项目。通过开启专题活动页面、推出特色优惠活动、完善交通住宿攻略等方式，提升用户参与度和满意度。

产业链方面，百度糯米联合出品或联合发行《星际迷航3》、《反贪风暴》、《湄公河行动》、《王牌逗王牌》《寒战2》等一系列影片，逐步深入产业链上游。

艾媒咨询分析师认为，完善电影市场产业链，深挖电影市场商业价值，同时在演艺市场多点发力，打造泛娱乐生态，将推动百度糯米健康、全面、长期良好发展。



话剧

助力开心麻花《江湖学院》，推出“爆笑经典喜剧买一赠一”活动  
与“南锣鼓巷戏剧节”达成独家战略合作



当代舞

“9.9元赏当代舞《国色》”活动，邀请观众深入后台



音乐

2016“降噪”IV摇滚民谣系列音乐会票务合作方  
携手河北衡水市冀州区人民政府举办“花田音乐生活节”  
许魏洲Light亚洲巡演上海站主办方及票务合作方

# 微影时代：全产业链布局



微影时代发布新品牌“娱跃”，将电影投资、制作、IP开发，以及发行业务等对应分拆为娱跃影业、娱跃发行，在线电影票务平台“微票儿”升级为泛娱乐票务平台“娱票儿”。逐步发展线上宣发，甚至投资、制作电影项目，意图深入到产业链的核心。



## 娱跃影业-未来项目

翻拍：《雪孩子》、《敦煌》

影游联动：《少年幻兽师》

漫画改编：熊顿《减肥侠》

小说改编：马伯庸《长安十二时辰》

## 娱跃发行

暑期已发行《我们诞生在中国》

将发行刘震云监制的《一句顶一万句》等小众影片



## PART THREE

# 2016年中国在线电影购票 市场未来发展趋势预测

# 2016Q3中国在线购票市场解析及预测

## 打造全产业链

依托大量线上用户资源，线上电影售票平台必将寻求深入产业链上下游，打造完整产业链。上游参与投资、打造电影项目，把控电影内容，中游加深与影院合作，推动电影宣发，进行精准营销，下游拓展电影衍生品市场。

## 泛娱乐平台化

深挖、拓展电影市场的同时，运用已有经验，增强平台在演唱会、戏剧等演艺项目的竞争力，将成为提升平台综合实力的重要方式。艾媒咨询分析师认为，有效联结影视、音乐、游戏、小说等项目，打造大IP，深挖内容商业价值，形成泛娱乐生态，将是未来娱乐大平台的未来主要发展方向。

## 社交化深耕粉丝经济

粉丝经济已成为我国电影及演出产业的一大新风口，各平台针对粉丝经济已开始重点布局以及跟进。如百度糯米已开始尝试以粉丝兴趣为核心，打造“获取资讯、追踪信息动态、内容生产与传播、助力票房及周边、获取福利、增强粉丝粘合度”的完整的、可复制的粉丝经济循环生态，并已取得一定成果，可见此部分市场尚有潜力有待挖掘。

## 大数据助力精准营销

以各平台内容及用户层面已积累的海量数据为基础，通过精准建模和数据挖掘，大数据已实现影片宣发的助力、提升用户体验。宣发层面，可帮助平台锁定核心受众，找到潜在受众，全面覆盖目标观众，提升票房转化率。百度糯米票房专业版已展开此方面尝试。用户层面，进行个性化推荐、动态优惠营销，提升用户体验，增加联动消费是平台增强竞争力的要点。





北极星应用统计分析平台是在广东省政府省重大科技专项支持下研发的专业、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS等主流平台。

北极星系统通过专业的技术手段助力开发者统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据对接，充分利用运营商精准LBS能力、用户深度透视能力、用户消费能力，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。

ADiiMedia艾媒移动广告监测系统由全球领先第三方数据研究机构艾媒咨询独家研发，系统针对移动端广告特性，通过全流程数据记录跟踪、复合反作弊算法，结合用户大数据标签分析，实时提供公正独立的广告监测与优化服务，帮助广告主、代理公司及数字媒体有效分析提升营销效果和投资回报。目前支持微信公众号、微博、网页、APP、H5等多种媒体广告监测。

ADiiMedia系统正在为国内外的过百家知名品牌提供产品及服务，包括微软、高通、百事、华为、联想、王老吉、格力等。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/> 接入咨询：[mwj@iimedia.cn](mailto:mwj@iimedia.cn)

# 艾媒 ● 大数据解决方案

围绕“互联网+”主题，依托艾媒集团的整合传播营销与互联网行业大数据挖掘的资源优势，为寻求互联网转型的传统企业以及互联网创业企业提供业务咨询，整合资源，提升客户价值。





# 法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；

iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。



# 因为专注， 所以专业！

Since 2010, We focus on mobile Internet!



艾媒咨询集团  
iiMedia Research Group

全球领先的移动互联网  
大数据挖掘与分析机构