

艾媒报告|2019Q1

中国在线电影购票市场监测报告

iiMedia Report | 2019Q1 China Online Movie Ticket
Market Monitoring Report



大文娱

内部精简版

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互联网产品分析系统等。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，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、北极星互联网产品分析系统、大数据舆情监控系统和草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒大数据舆情监控系统，全球首个全网舆情监测与负面监控系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报，分钟级进行全网扫描与数据更新。
- 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research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。

- 内地电影市场发展持续向上，线上成主要购票渠道。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2019年第一季度，中国内地电影票房达到186.1亿元，春节档全国电影票房共产出58.4亿元，同比增长2.04%，内地电影票房持续回暖。而移动支付迅速普及后，线上已经成为购票主渠道，线下渠道仅占电影购票市场份额的14.3%。
- 腾讯阿里分别加持，在线购票市场竞争维持双寡头格局。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，猫眼及淘票票分别占据中国电影购票市场份额42.6%和31.5%，双雄争霸的格局明显。两大平台分别背靠阿里和腾讯，各自具有发展特点，未来两大平台之间的竞争将会长期存在，并在竞争中发展。
- 电影市场口碑为王趋势愈发明显。2019年春节档热门电影中，《流浪地球》预售票房仅为0.46亿元，低于其他热门电影，但后期凭借良好的口碑发酵，最终春节期间《流浪地球》实际票房大16.80亿元，排名首位。电影市场经历爆发增长后，观众电影购票消费开始回归理性。目前电影市场热度将更大程度上取决于好作品的数量，观众对单纯堆砌影视明星的作品买单的意愿越来越低。

除《企业家第一课》、《企业家功成堂》外，其他公众号分享本期资料的，均属于**抄袭**！
邀请各位读者朋友尊重劳动成果，关注搜索正版号：《企业家第一课》、《企业家功成堂》

谢谢观看！

企业家第一课，专注做最纯粹的知识共享平台



关注官方微信
获取更多干货



加入知识共享平台
一次付费 一年干货

2019Q1中国在线电影购票市场动态

2019年2月4日：猫眼娱乐正式在香港联交所主板挂牌上市

2月4日，猫眼娱乐正式在香港联交所主板挂牌上市，股票代码1896.HK。

2019年3月12日：猫眼娱乐与欢喜传媒二度合作，认购欢喜传媒增发股份

3月12日，猫眼娱乐与欢喜传媒订立认购协议。公司认购欢喜传媒增发股份 2.366亿股，对价约 3.91 亿港币，认购完成后公司持有欢喜传媒 7.5%的股份。

2019年3月29日：网易电商布局电影票市场 打造一站式平台

3月29日消息，旗下“网易电影票”宣布，现已支持全国一百多个主要城市、主流影院一千多家以上，并成功接入电子兑换券以拉低售价，部分城市票价低至20元。

2019年4月1日：淘票票与杭州易宏及阿里妈妈续签广告服务协议

阿里影业（01060.HK）发布公告，公司合并附属上海淘票票于2019年4月1日与AGH间接全资附属杭州易宏及阿里妈妈订立经重续广告服务框架协议，有效期自2019年4月1日起至2020年3月31日止。

口碑为王，电影观众消费趋向理性

2019年春节档，全国电影票房共产出58.4亿元，同比增长2.04%，再创历史新高。数据显示，《流浪地球》预售票房排名靠后，但在点映之后收获大量好评，口碑呈现一路上涨的趋势，上映仅6天后票房便超16亿元。艾媒咨询分析师认为，《流浪地球》凭借口碑传播逆袭成为春节档票房冠军，显示出高质量电影作品对市场的重要性不断变强。

2019春节档（2月4日-10日）热门电影预售票房与实际票房对比

片名	预售票房（亿元）	实际票房（亿元）
流浪地球	0.46	16.80
疯狂的外星人	1.03	13.22
飞驰人生	0.86	9.52

流浪地球



豆瓣评分
8.0 1117253人评价

疯狂的外星人



豆瓣评分
6.4 406509人评价

飞驰人生



豆瓣评分
7.0 455470人评价

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

猫眼娱乐：业务拓展成必要转变



推迟上市

首日破发

上市首年亏损



资本市场运行不佳

盈利模式有待完善

2016-2018年前三季度猫眼
分别亏损**5.08亿元**、**0.76亿元**和**1.44亿元**

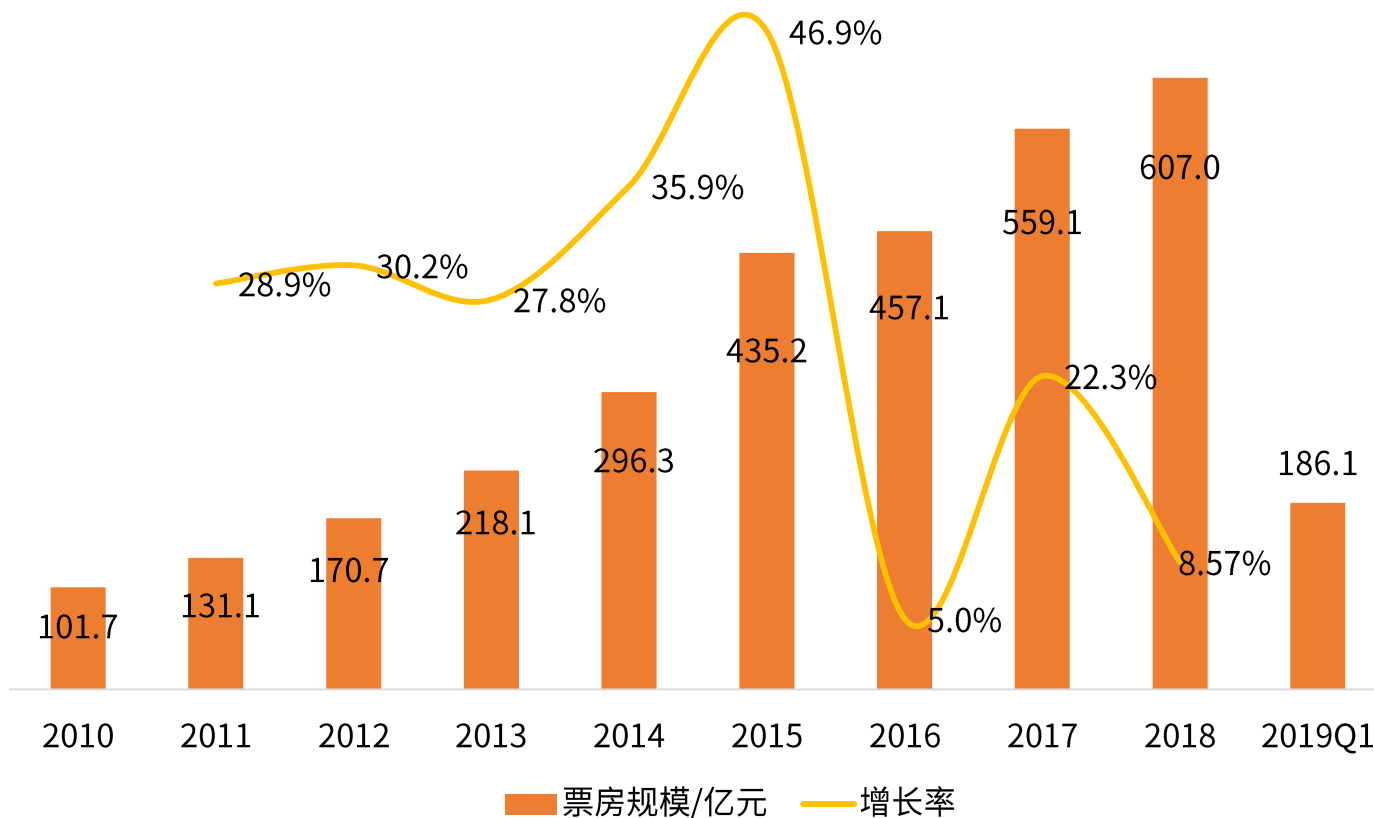
2018年年底融资规模下调
到**4亿美元**，而本次IPO募
集的资金不到**20亿港元**

猫眼上市后的首份财报显示，
猫眼2018年亏损**1.38亿元**，
同比扩大**82.1%**

艾媒咨询分析师认为，虽然猫眼娱乐是目前中国在线电影购票市场头部平台之一，但平台发展过程中资本补贴现象频繁，企业亏损严重。除了猫眼娱乐外，在线电影购票市场其他平台如淘票票等也长期存在亏损情况，在线电影平台未来发展需要探索更加健康的盈利模式，寻求持续发展道路。

2019年第一季度中国内地电影票房达186.1亿元

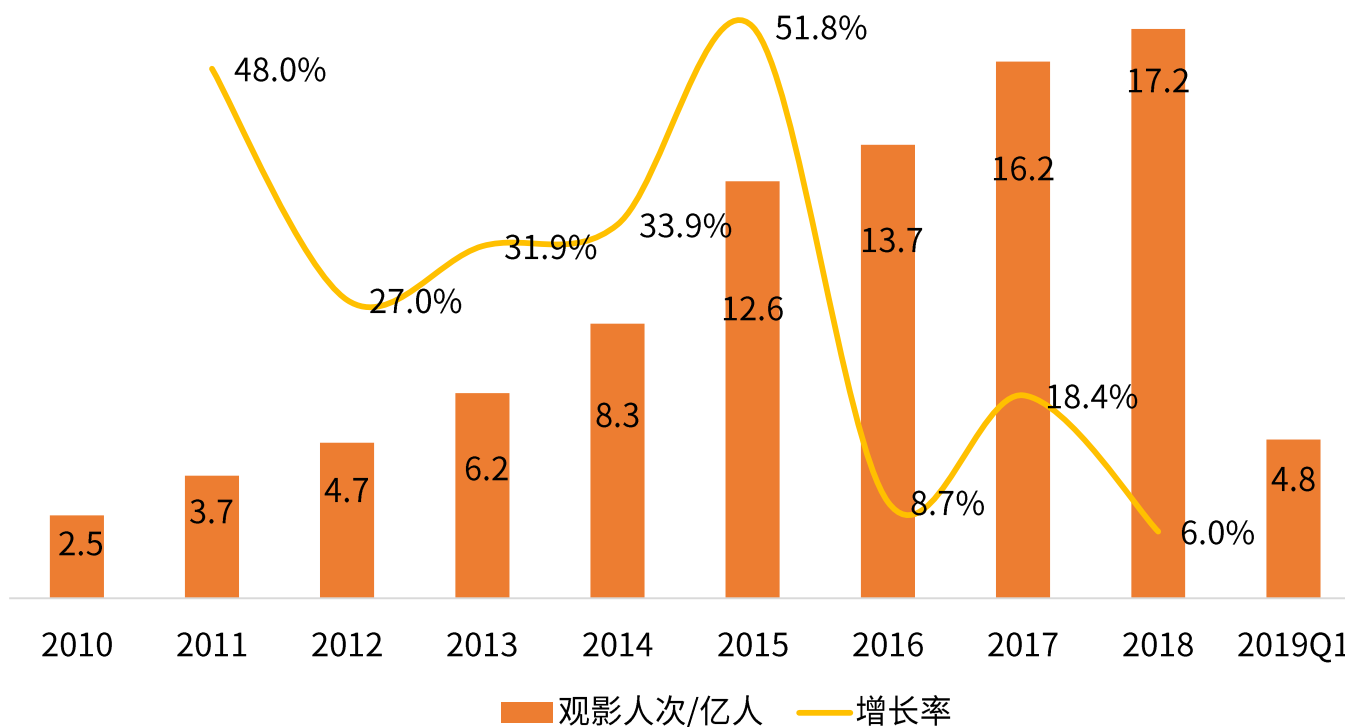
2010-2019Q1中国内地电影票房规模变化情况



数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

2019年第一季度中国内地观影人次达4.8亿人

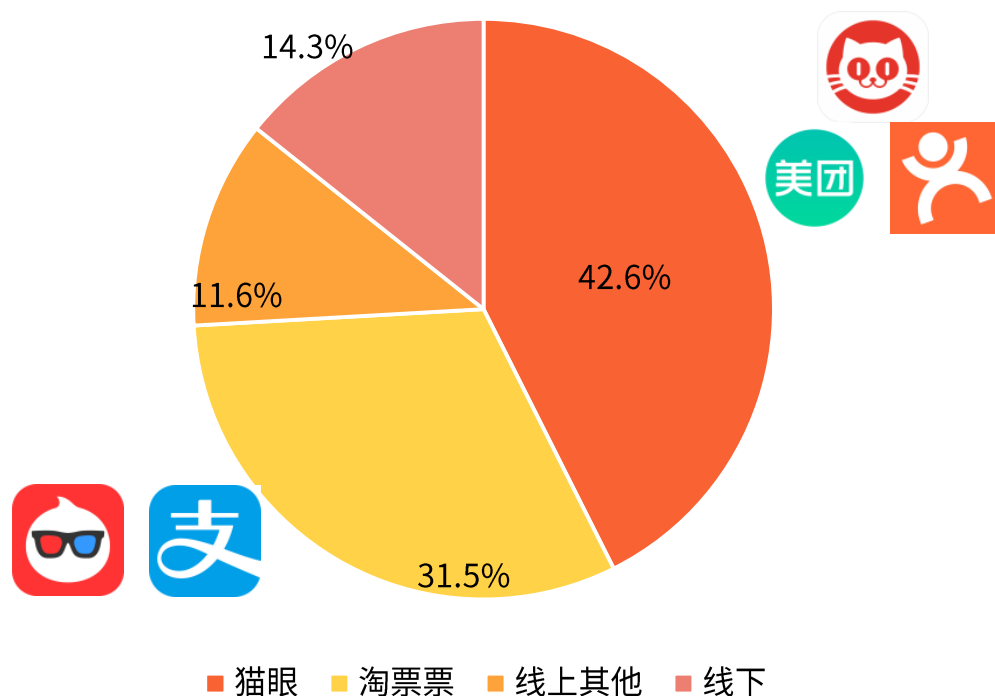
2010-2019Q1中国内地观影人次变化情况



数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

猫眼领跑电影购票市场

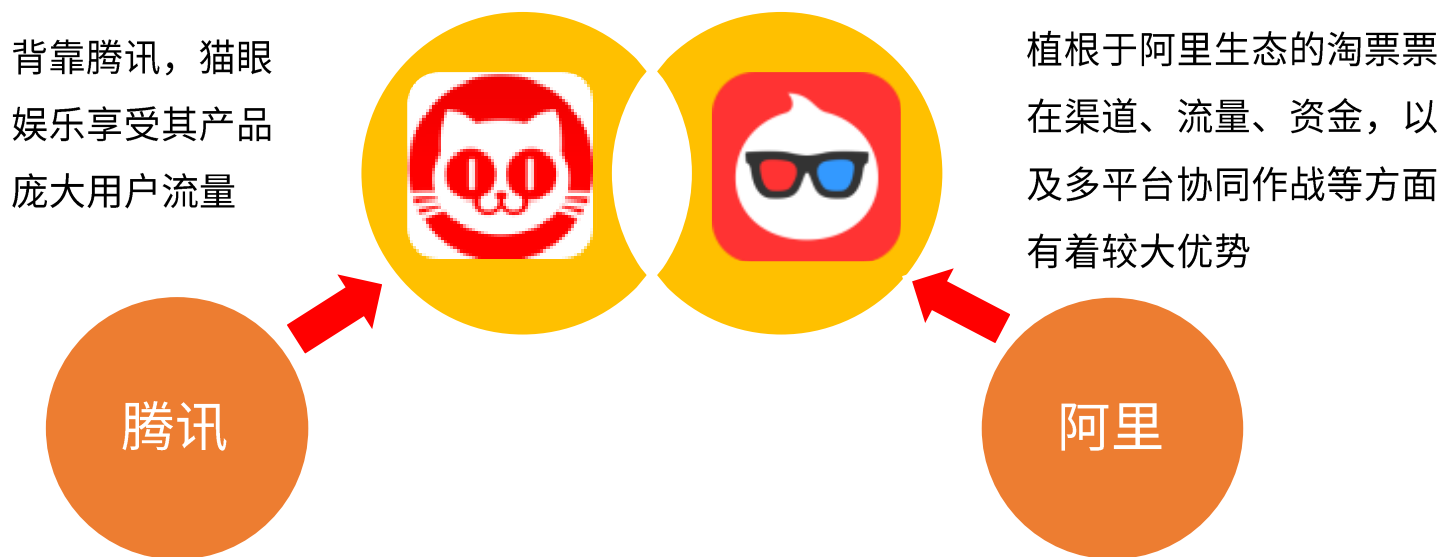
2019Q1中国电影购票市场各平台占比情况



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2019年第一季度，猫眼占据电影购票市场份额42.6%领先于其他平台，而淘票票则以31.5%的市场占比排名第二。线下渠道仅占电影购票市场份额14.3%。

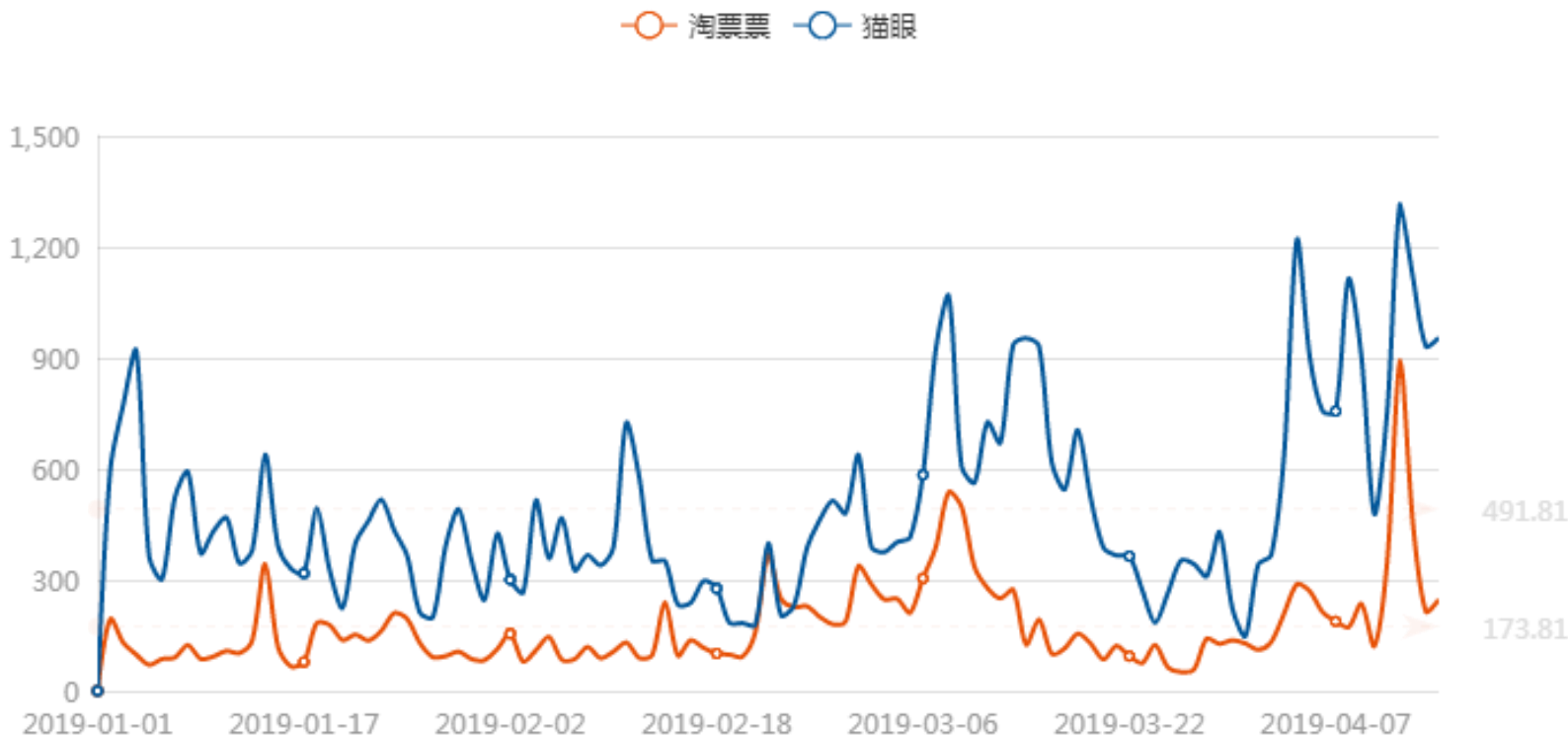
中国在线票务行业进入双寡头时代

随着同质化竞争加剧，部分中小平台惨遭淘汰，在线票务平台步入双寡头时代。艾媒咨询分析师认为，猫眼、淘票票分别背靠腾讯、阿里两大互联网巨头企业，属于两家企业生态竞争中重要一环，在资源投入支持下，未来猫眼和淘票票的竞争将更加激烈，并长期维持。



中国主要在线电影购票平台热度对比

中国主要在线电影购票平台网络热度指数



网络热度指数：指在从互联网平台采集海量信息的基础上，提取与指定事件、人物、品牌、地域等相关信息，并对所提取的阅读量、评论量、点赞转发量等进行标准化计算后得出的指数

舆情监测时间区间：2019年1月1日—4月15日

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)

猫眼言值最高

艾媒大数据舆情监控系统数据显示，系统监测期间，猫眼的言值较高，达47.0。



淘票票言值



猫眼言值

言值：客观实时反映网友对事件、人物、品牌的评论态度，数值范围0~100；50以上时正向言论越多数值越大，言论偏负面时数值常低于45

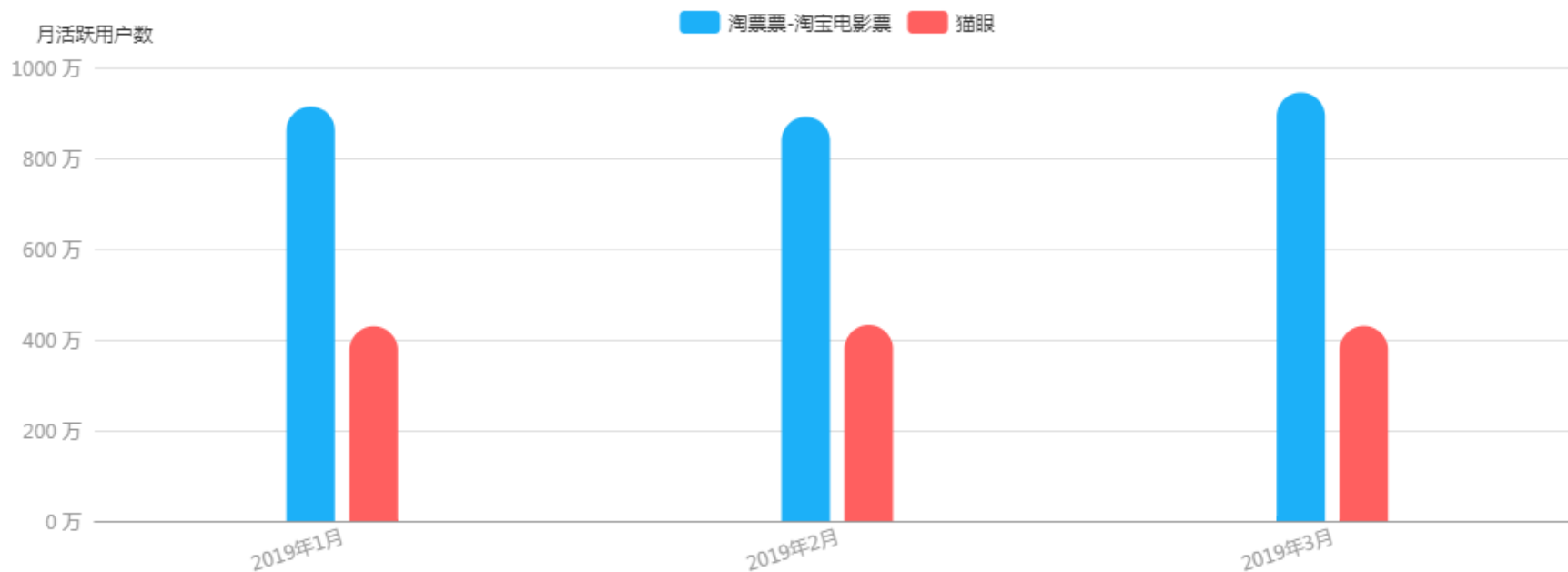
舆情监测时间区间：2019年1月1日——4月15日

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)

淘票票的月活跃用户超800万人

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，淘票票的月活跃用户数最多，超800万人。艾媒咨询分析师认为，淘票票通过和阿里系的手机淘宝、支付宝等渠道和资源的联动，对流量入口进一步扩宽。除了常规的宣发活动之外，还接连推出了电影社区、淘票票彩蛋节、电影节秒杀场景、专题活动等一些列的活动，用户与平台的互动频率得到了有效提升。场景化的购票过程也让用户的参与感和购票体验感更加深刻，平台和用户之间的粘性通过这些方式得到了有效的提升。

2019Q1中国主要在线电影购票平台移动端用户月活跃数对比



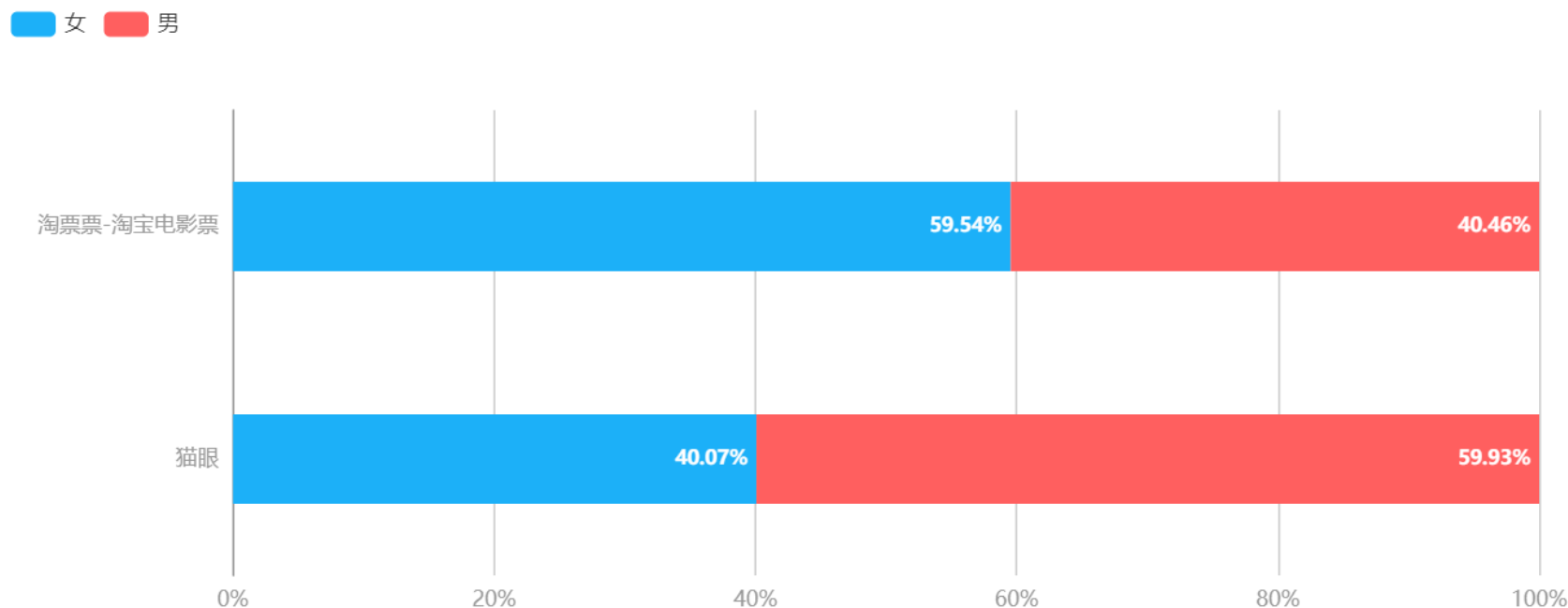
注：淘票票仅统计其独立APP活跃用户，不包含如支付宝等其他渠道入口

数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

淘票票的女性用户较多

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，淘票票的女性用户近六成，占比59.54%。

2019年3月中国主要在线电影购票平台用户性别比例

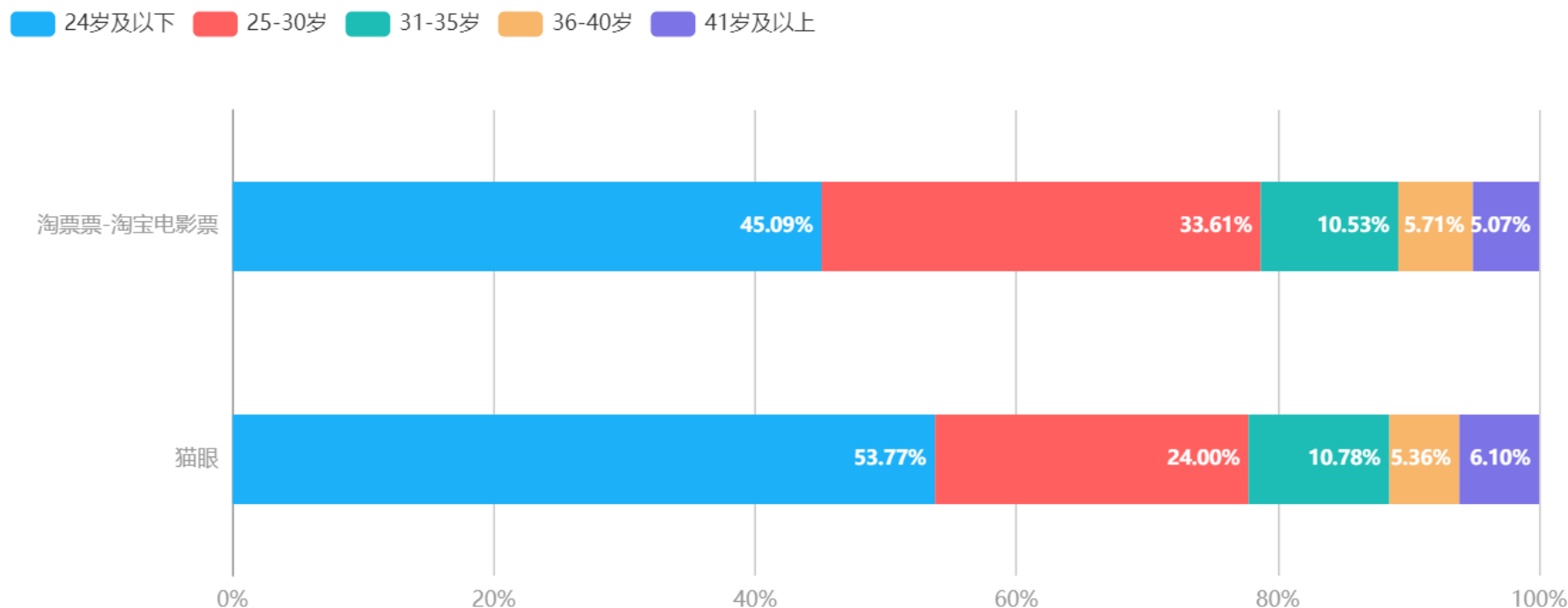


数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

猫眼年轻用户超五成

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，猫眼24岁及以下的用户较多，占比53.77%。

2019年3月中国主要在线电影购票平台用户年龄比例

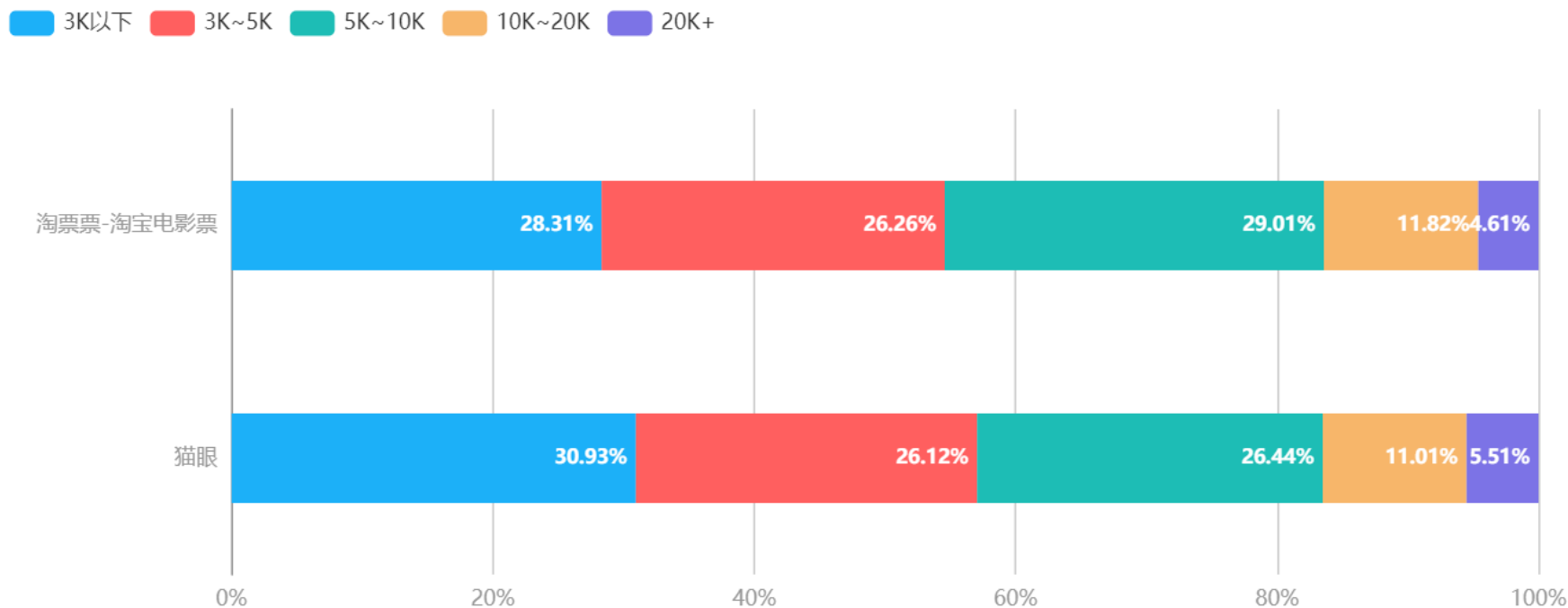


数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

在线电影购票用户月收入集中在5000—10000元

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，中国主要在线电影购票平台用户月收入分布较为接近，其中月收入在5000—10000元区间的用户占比最多。

2019年3月中国主要在线电影购票平台用户收入比例



数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

中国在线电影购票市场未来发展趋势

线上成电影购票主渠道，头部双雄将在竞争中发展

艾媒咨询分析师认为，自从移动支付迅速普及以后，线上成为观众电影购票的主要渠道，在电影市场近年爆发增长的情况下，在线电影购票平台竞争也趋向激烈。目前市场上呈现淘票票与猫眼两强争霸的局面，两大平台分别背靠阿里和腾讯，各自具有发展特点，未来两者之间的竞争仍会长期存在，两大平台将在竞争中发展。

观众电影消费趋向理性，作品质量决定市场热度

艾媒咨询分析师认为，电影市场经历爆发增长后，观众消费开始回归理性，电影市场票房增长速度以逐渐降低。目前电影市场热度将更大程度上取决于好作品的数量，观众对单纯堆砌影视明星的作品买单的意愿越来越低。而在线电影购票市场竞争格局稳定在两家巨头后，平台减少票补，加强电影制作投入、宣发等环节的趋势也更加明显。

平台挖掘持续盈利模式，商业模式将多元化发展

在线电影购票市场的高速发展也给企业带来高额成本负担，头部平台都呈现亏损状态，未来各平台将挖掘更多可持续的盈利模式。艾媒咨询分析师认为，未来在线电影购票行业商业模式将更趋向多样化发展，如佣金抽取、广告收入、大数据等都将成为平台的主要收入来源。

大文娱视角的来源：艾媒大文娱研究中心是艾媒研究院（iiMedia Institute）的一部分，中心针对大文娱商业模式与投资决策两项最重要的问题进行深入研究，并围绕当前企业面对的复杂挑战提出了新思路。

先进的大数据监测手段，尖端的研究和深刻的洞察分析为我们的客户提供了他们所需的见解和决策资讯，令他们可以借助新经济时代的互联网思维重新审视当前的社会环境和产业结构，选择最有效的方式应对不断变化的环境。

需要了解有关iiMedia Research和更多研究，请访问<http://www.iimedia.com.cn/consult.jsp>

本报告是大文娱解决方案中心研究成果的一部分，后续本研究中心将继续在大文娱领域开展相关研究，敬请关注。

iiMedia Research(艾媒咨询)是全球知名的新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，2007年诞生于广州，在广州、香港、北京、上海、硅谷设有运营和分析机构。艾媒咨询致力于输出有观点、有态度、有结论的研究报告，以权威第三方实力，通过艾媒大数据决策和智能分析系统，结合具有国际化视野的艾媒分析师观点，在产业数据监测、调查分析和趋势发展等方向的大数据咨询具有丰富经验。艾媒每年公开或定制发布新经济前沿报告超过2000份，覆盖了人工智能、新零售、电商、教育、视频、生物、医疗、音乐、出行、房产、营销、文娱、传媒、金融、环保与公共治理等领域，通过深入数据挖掘，通过数学建模，分析推理与科学算法结合，打造有数据、有理论支撑的大数据分析成果。艾媒咨询的数据报告、分析师观点平均每天被全球超过100家主流媒体，1500家(个)自媒体、行业KOL引用，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。

基于公司独立自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”，艾媒咨询建立了互联网运营数据、企业舆情和商情、用户属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告投放效果、商业模式等多维度的数据监测体系，可视化还原“数据真相”，实现市场趋势的捕捉和用户信息的洞察，提升品牌的行业竞争和影响力。

POIIMedia(艾媒舆情)

大数据舆情监控系统

(yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。



DatallMedia(艾媒北极星)

移动应用运营监测

(bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。



SurveyiiMedia(草莓派)

用户感知与体验监测

(survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。



SoicaliiMedia

微信微博媒体监测

(SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。



RankingsiiMedia(艾媒金榜)

权威消费品牌评价监测

(ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。



ADiimedia

移动广告效果监测

(www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。



—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容，但是必须标注出处。

免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询大数据系统监测、艾媒相关数据分析模型科学计算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。



扫描二维码查看更多报告

咨询

网址: <http://report.iimedia.cn>

邮箱: report@iimedia.cn

商城会员及平台充值享受更多优惠! 详情请联系客服 ↑

用数据说话 为决策导航



用数据说话!

全球领先的新经济产业
第三方数据挖掘与分析机构