

之。 中国影院市场与数智化 经营管理白皮书

凤凰云智X艺恩联合出品 2019年12月。





1	电影市场大盘
2	影院市场分析
3	影院运营"新"模式
4	影院观众价值分析
5	数智化影院发展趋势





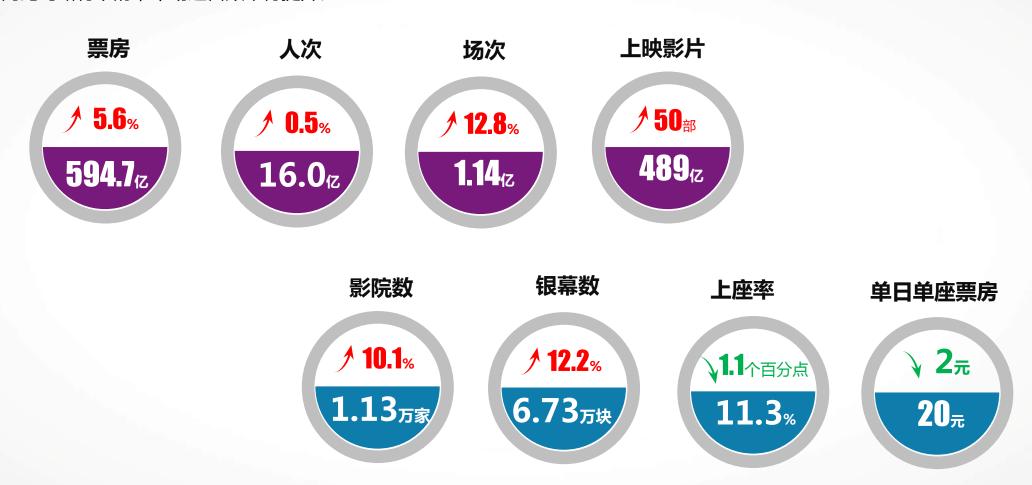
Part 1 市场大盘

电影市场亟需多元增长动力,影院红利期减退

市场大盘:电影大盘稳中小幅上扬,市场要素效率待提升



• 2019年1-11月全国累计票房594.7亿元,影片供给及人次、场次均有小幅提升,影院建设保持增长;但影院平均上座率及单座产出同比均略有下滑,市场运营效率待提升。



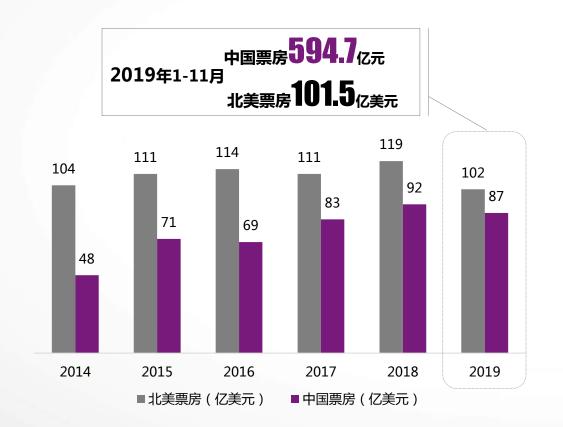
票房增长趋势:2019前11月票房增长5.6%,与北美差距持续收窄

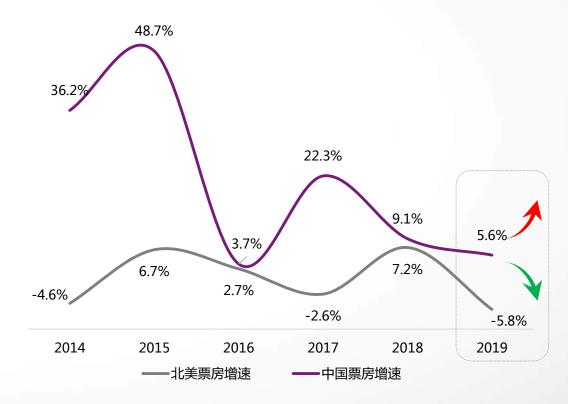


• 2019年1-11月票房同比增长5.6%,而同期北美票房约101.5亿美元,同比下降了5.8%,中美票房差距进一步收窄。

2014-2019年中美票房对比

2014-2019年中美票房增速对比





Source: 艺恩数据,数据时间截止到2019年11月30日;

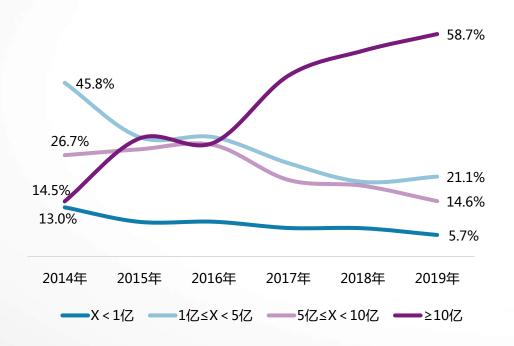
中国票房(亿美元)所用汇率按照国家统计局发布的年度《国民经济和社会发展统计公报》所公布的全年人民币兑换美元平均汇率折算而成,2019年所用汇率为前三季度汇率均值

票房集中度趋势:头部效应显著,两极分化进一步加剧

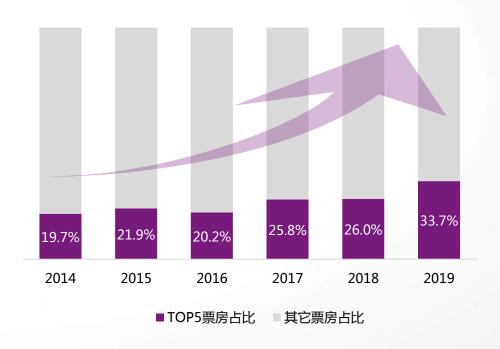


• 2017年以来电影市场爆款频出,票房10亿元以上影片数量占比维持在3%左右,但票房占比稳步提升至近六成,票房TOP5占比也不断攀升,头部效应不断增强,两极分化加剧。

2014-2019年不同票房区间影片票房占比趋势



2014-2019年TOP5影片票房集中度趋势



市场结构趋势:人次增速低于场次及票房增速,市场增长结构性承压 💢 凤凰云智 🔘 芝恩





近年来电影市场场次增速虽有下降但依旧高于票房、人次增速,运营效率缓步下行,市场面临结构性压力,后市增长动力趋缓。

2014-2019年票房、人次、场次增速及上座率趋势对比

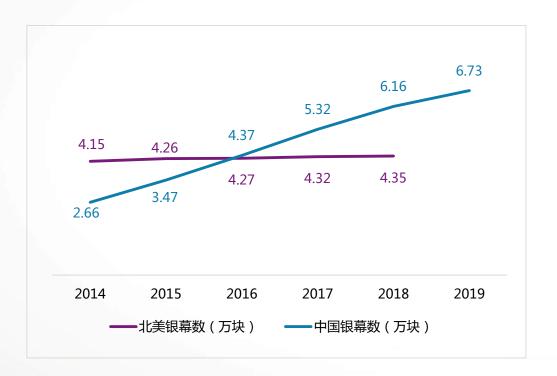


人均银幕覆盖:影院银幕数全球第一,人均银幕数有待提升

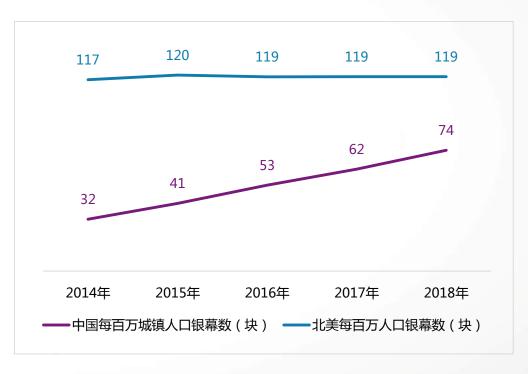


• 2019年1-11月有票房产出的银幕数量达6.73万块,稳居世界第一,城镇人均银幕数74块,与北美的119块相比,仍有较大提升空间。

2014-2019年中美银幕数量对比



2014-2019年中美人均银幕覆盖趋势



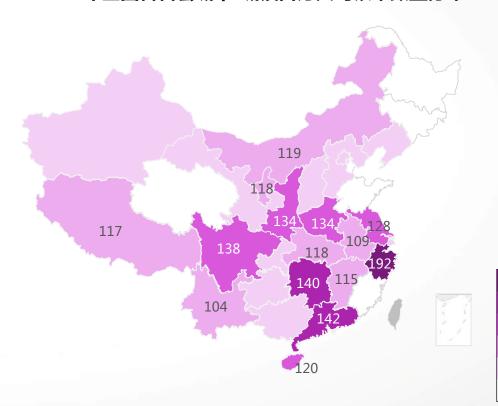
影院覆盖:地域分布差异化,东北、西部待开发空间尚可



- 中国各省份区域经济发展、人口密度等差异较大,造成各地影院覆盖水平参差不齐;
- 综合来看,中部及东南部整体影院覆盖相对密集,东北、西部待开发区域多;但影院消费还与各地经济发展水平、城市人口密度、 消费习惯等紧密相关,市场拓展仍需进行精细化、差异化对比。

2019年全国各省份-影院数量分布

2019年全国各省会城市-城镇百万人均银幕数量分布



≥160块 140-159块 120-139块 100-119块 80-99块 50-79块

Source: 艺恩数据,数据时间截止到2019年11月30日

≥1000家 500-999家

400-499家

300-399家

200-299家

100-199家

X < 100家





Part 2 影院市场分析

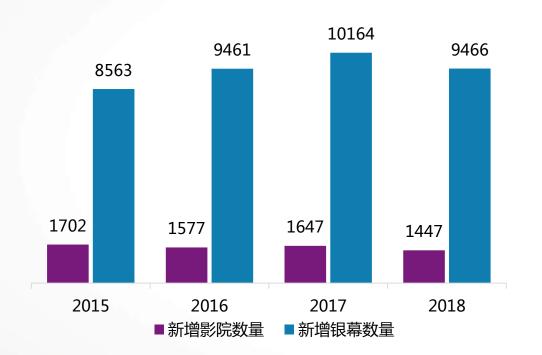
影院发展已经从数量扩张阶段进入模式创新阶段 , "开源节流" 成现阶段影院重点

影院基建概况:新建速度放缓,影院、银幕年增量出现下滑



• 2019年1-11月全国新开业影院1223家,新增银幕数7738块,同比均有所下滑,影院建设步伐继续放缓。

2015-2018年全国影院及银幕增长走势



2019年1-11月新增影院及银幕数



新增影院区域分布:华东、中南地区仍是主要阵地,影院下沉趋势减缓 💢 凤凰云智 🥥 芝恩



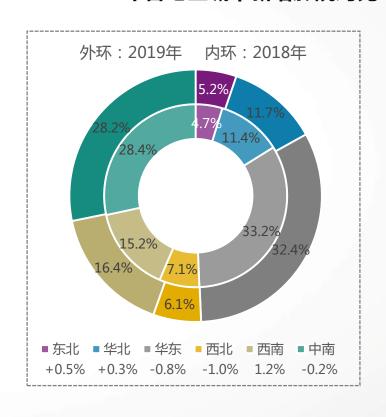


"主阵地"二三线城市新建影院数量同比持平,一线及下沉市场新建趋于谨慎;从区域分布来看,西南新建增长较为明显,趋向饱 和的华东、中南市场新建减缓。

2019年1-11月各线级城市新增影院概况

新增数量 城市级别 新增影院分布 城市影院新增数量同比概况 仅广州新增数量提升,深圳新增大幅 一线城市 ↓ 13.6% 减少, 北京新增基本持稳 18城新增10家以上,其中重庆、成都 二线城市 新增超30家,苏州、杭州、东莞、长 22.0% 30.9% 沙、佛山和郑州新增超15家 26城新增影院数量在5家及以上,南 22.1% 通新增最多(14家),其次为贵阳 三线城市 (13家),惠州(10家) ■一线城市 16城新建在5家及以上,其中赣州、 - 二线城市 四线城市 1.1% 连云港和荆州新增7家及以上 ■三线城市 四线城市 - 五线城市 6城新建在5家及以上, 五线城市 **1** 4.6% 其中拉萨新建7家,咸宁新建6家

2018-2019年各地区城市新增影院对比

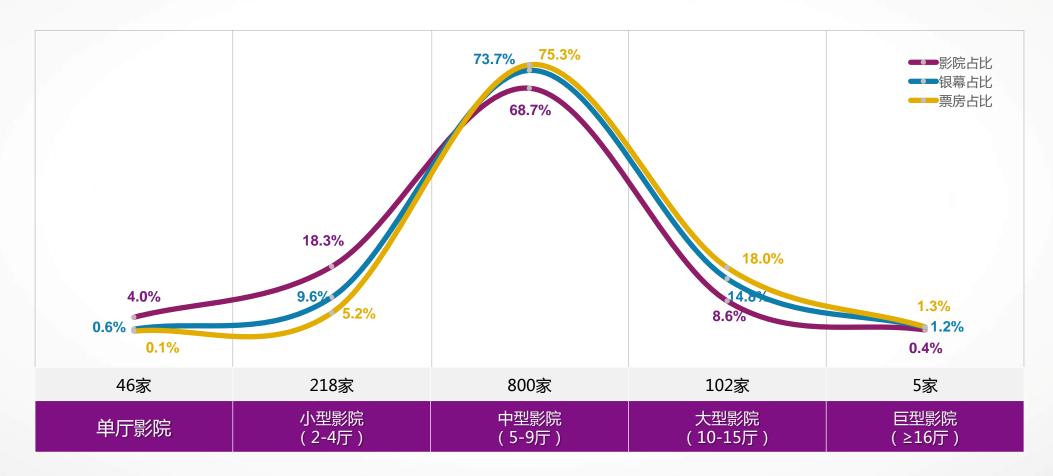


新增影院规格:中、大型影院规模优势明显,中型影院为投建重点



2019年新增影院仍以中型影院为主,在运营效率上,中型、大型影院运营效率相对理想,市场整体呈正态分布。

2019年1-11月各规格新增影院、银幕、票房分布图



院线市场:院线市场集中度稳中略有上升,头部效应明显



• 2019年1-11月院线市场格局基本稳定,TOP5院线所拥有影院、银幕数量略有提升,票房占比维持在近五成,市场头部效应依旧较为明显。

2019年1-11月院线票房TOP5市场集中度趋势

46.0% 45.7% 40.6% 38.5% 36.1% 36.7% 36.7% 36.7% 2017 2018 2019 ●票房 ●影院数 ●银幕数

2019年1-11月票房TOP10院线概况

院线名称	票房同比	占有率
万达院线	10.5%	13.98%
大地院线	4.3%	9.80%
上海联和院线	7.3%	8.03%
中影南方新干线	2.5%	7.21%
中影数字院线	-4.1%	6.66%
中影星美	-11.6%	5.39%
广州金逸珠江	4.6%	4.95%
横店院线	3.4%	4.26%
江苏幸福蓝海院线	21.8%	3.90%
华夏联合	13.0%	3.69%
	万达院线 大地院线 上海联和院线 中影南方新干线 中影数字院线 中影数字院线 中影星美 广州金逸珠江 横店院线 江苏幸福蓝海院线	万达院线 10.5% 大地院线 4.3% 上海联和院线 7.3% 中影南方新干线 2.5% 中影数字院线 -4.1% 中影星美 -11.6% 广州金逸珠江 4.6% 横店院线 3.4% 江苏幸福蓝海院线 21.8%

影投市场:影投市场竞争激烈,头部集中度稳中仍有下滑



• 2019年1-11月TOP5影投所拥有影院和银幕数量占比持续下滑,票房占比基本持稳,市场集中度不高,竞争依旧激烈。

2019年1-11月影投票房TOP5市场集中度趋势

 29.1%
 27.5%

 20.7%
 18.4%

 16.8%
 17.6%

 14.8%
 14.4%

 2017
 2018
 2019

 夢房房
 影院数
 銀幕数

2019年1-11月票房TOP10影投概况

排名	影投名称	票房同比	占有率
1	万达电影	7.1%	13.50%
2	大地影院	-0.5%	4.50%
3	横店院线	3.9%	3.70%
4	CGV影城投资公司	10.6%	3.00%
5	中影影院投资	6.2%	2.90%
6	金逸影视	6.2%	2.80%
7	博纳影院投资	21.8%	1.60%
8	香港百老汇	7.8%	1.60%
9	耀莱管理公司	1.0%	1.60%
10	太平洋影管	-4.8%	1.50%

影院业绩:整体业绩同比下滑,票房增长进入瓶颈期

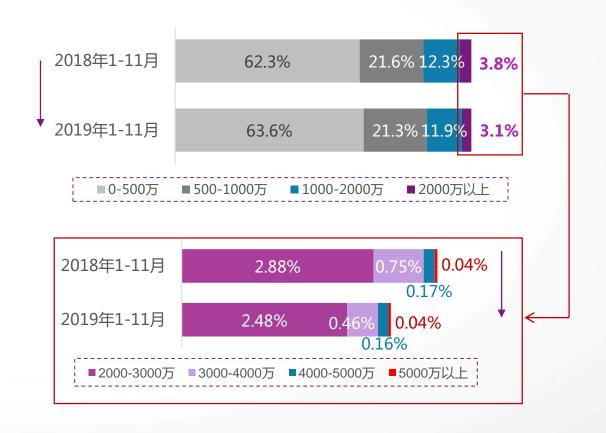


- 2019年虽大盘整体票房略有增长,但影院综合运营水平显一般,"有人欢喜有人忧",TOP200影院中有过半数业绩同比下降;
- 从票房产出区间分布来看,票房2000万以上的绩优影院数量占比同比有所下滑,影院业绩增长承压。

2019年1-11月票房TOP200影院业绩概况

票房较2018年 同期有所上升 票房较2018年 同期有所下降 注:TOP200中4家影城于 2018年12月底-2019年1月初 开业,不进行票房业绩对比。

2018与2019年1-11月份各票房产出区间影院数量占比对比



影院收入结构:过度依赖影片票房收入,收入渠道单一



• 财报数据显示,2018年中国几大影院上市公司非票房收入占比多在两成左右,万达以35.6%领先,其余非上市公司影院非票房收入 多在两成以下,这与北美影院综合近四成占比相比仍差距明显,中国影院收入结构待优化。

横店 影视

•票房收入:77.74%

• 非票房收入: 22.26%

幸福蓝海

•票房收入:78.12%

• 非票房收入: 21.88%

中国影院上市公司 非票房收入占比均值:

25%

金逸影视

•票房收入: 79.04%

• 非票房收入: 20.96%

万达

电影

•票房收入:64.37%

• 非票房收入: 35.63%

北美院线影院 非票房收入占比均值:

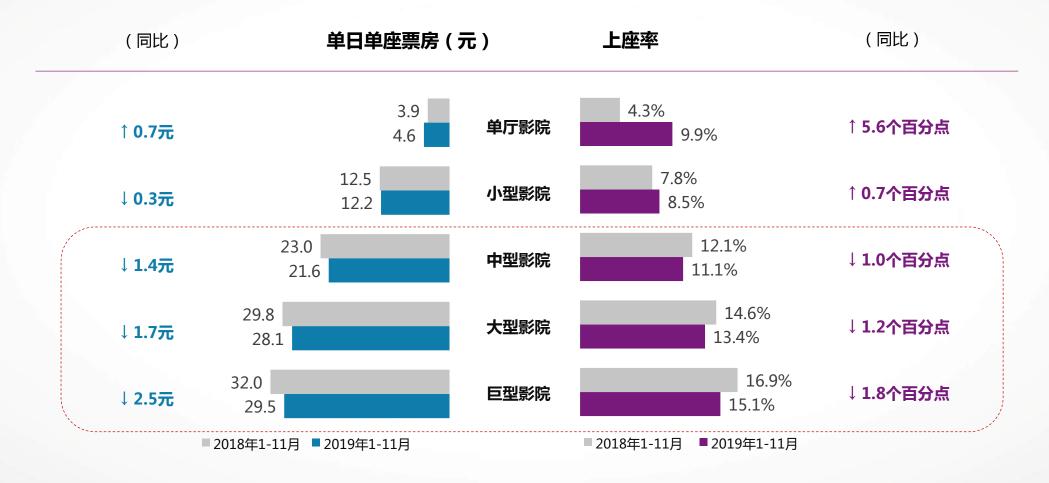
38%

Source: 上市公司2018年财报

运营效率:运营效率同比下滑,影院经营面临挑战



从不同规格影院的运营表现来看,2019年大多数影院运营效率出现下滑,其中影院规模越大所面临的运营挑战也越大,运营效率下降较为明显。

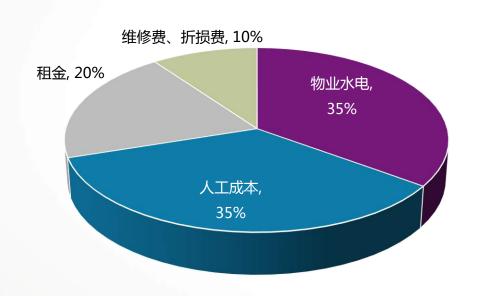


运营成本:耗资大、粗放式经营增加运营成本,急需"减负"

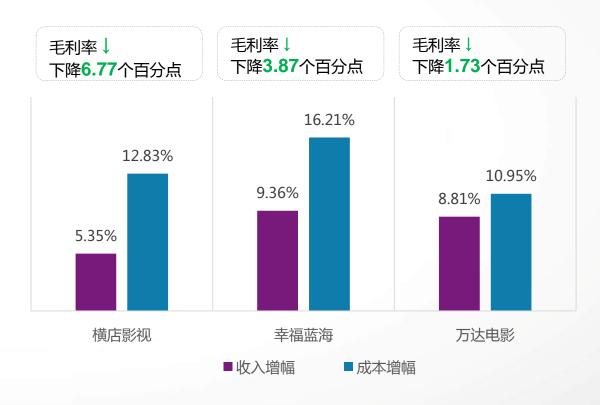


影院市场属于重资产运营模式,固定花销成本持续攀升,2018年财报数据显示,影院上市公司电影放映相关业务营业成本增幅普遍高于收入增幅,毛利率纷纷下滑。

影院运营成本构成



典型影院上市公司影院放映相关业务 2018年收入及成本增幅对比



Source:影院调研,上市公司2018年财报





Part 3 影院运营 "新" 模式

数智化运营与管理开启影院新篇章

数智化影院发展定位:"互联网+大数据"赋能终端,开启智能影院时代 💢 凤凰云智 🥥 芝恩





票房增速放缓,移动互联网变革电影观众消费习惯,云计算、人工智能等科技发展打通平台渠道,市场、技术和用户全方位驱动影 院终端运营模式迭代升级,步入智能影院时代。

数智化影院的发展背景

市场驱动



2018年,中国电影市场票房增速放缓,影院单银幕产 出降低,而影院放映成本高居不下,票房收入利润收 紧。而影院票房收入在总收入中占8成以上,单一的收 入结构加大了影院的市场风险。

技术驱动



近年来,大数据和云计算技术获得快速发展,在零售、 餐饮等行业开始应用,为传统商业提升了销售决策的精 准度。

消费驱动



网络视频平台内容优化,成为影院头号竞争对手。观众 内容消费行为日益网络化,观影动机日益社交化。影院 为了争取客源必须调整经营结构,打造影片之外的获客 优势。

数智化影院的发展条件

影院资源

凤凰云智接入超过 3200家影院







电商消费平台拥有 近7亿活跃消费 者,票务平台日活 用户最高可达250 万





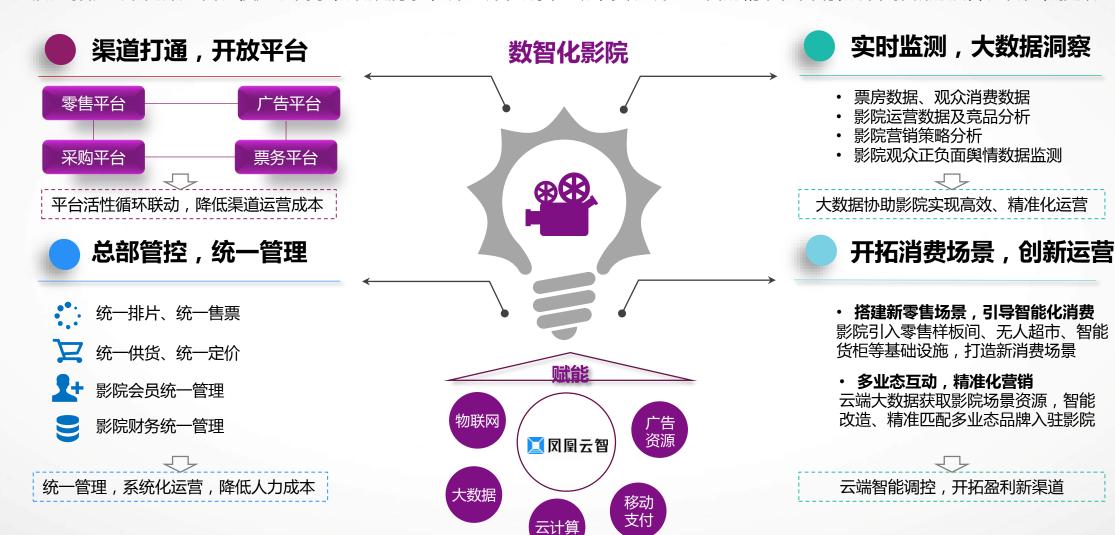




什么是数智化影院?



• 数智化影院是基于大数据、云计算、数字化、智能化技术,及生态体系内的平台资源,通过智能获取及分析影院观众的观影和消费行为,满足影院终端高效运营、供应链需求和观众洞察,线上线下消费互动,实现线上运营的精准化营销和线下影城的获客、转化和提效。



数智化影院发展历程











影院 系统

1996年,由中国电影科研所和 中影公司研制的"龙卷风"计 算机售票系统进入影院试用, 开启了影院计算机售票时代。

随着影院放映手段、观众购票方 式的数字化,传统计算机售票系 统无法满足影院运营需求,国产 数字影院管理系统出现。

线上选座售票的普及冲击了影院售 票系统的计算能力,云计算技术开 始接入。2015年,阿里影业收购粤 科软件,凤凰佳影升级为凤凰佳影 电影云。

2017年,专资办建议影院接入云 售票系统,凤凰云智成为第一家 取得资质的云系统;2018年凤凰 云智开始将零售系统接入,打通 影院售票、采购、收入

购票 方式

主要依赖影院线下购票

2010年, 电影票线上团购开始 出现。到2013年,电影票线上 团购贡献了全年票房的 16.72%。线下购票逐渐在向线 上转变

2014年在线选座购票兴起,购票 规模突破25亿,占比37%;2017 年,线上购票贡献了全年81%的票 房,成为最主要购票方式

电影售票方式不断创新和升级。 电影《受益人》在淘宝直播首次 尝试直播售票,直播间观看人数 累计1200万,在线售票11.17万张

代表 公司





中影博圣火 烈鸟

华夏满天星

















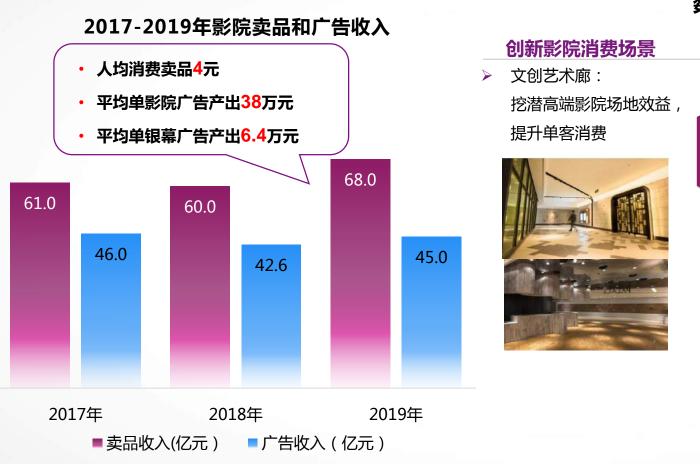




价值一:开源,增加影院收入来源



• 2019年影院卖品和广告收入预计超过113亿,增长率分别13%和6%,市场空间仍有提升空间。数智化影院通过**增加影院广告收入**、 **提升影院卖品价值**、**创新影院消费场景**,扩大影院收入来源,优化影院以票房收入为主导的单一收入结构,降低影院运营风险。



数智化影院开源价值

03

01

提升影院卖品价值

- 移动点单,拓展卖品销售渠道
- 智能配餐,提高影院餐饮接待能力
- 卖品自助,提升观众智能消费体验



增加影院广告收入

02

- 》 "云智广告"为影院整合多行业 广告资源
 - 阿里妈妈:淘品牌广告
 - 灯塔:片方广告
 - 分众:泛行业广告

价值二:节流,提升影院运营效能



数智化影院通过整合技术框架和互联网电商资源,赋能影院智能化运营。大数据优化采购方案,提升采购效率;构建信息共享平台,降低沟通成本;系统操作智能化,释放人力资源,从而实现影院运营整体效率的提升。



降低影院运营物料成本

大数据优化货物采购方案

- > 一站式进销存:
 - "云智商城"接入采购批发平台,减少采购时间成本、人力成本
- > 阳光采购:

采购流程透明,降低管理成本

▶ 智能推品:

大数据智能推荐,优化采购方案



节省影院管理成本

云端构建信息共享平台

- > 售票数据云端化:
 - 影院无需本地机房,减少硬件维护支出
- ▶ 消除总部管理时间差: 总部可实时调用影院全量数据,减少总部 与影院沟通成本

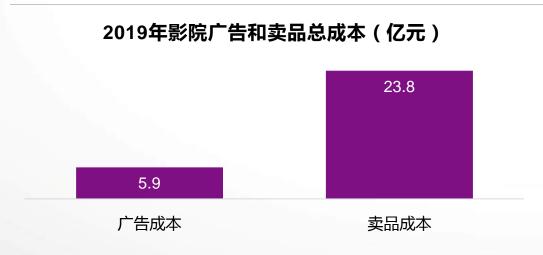


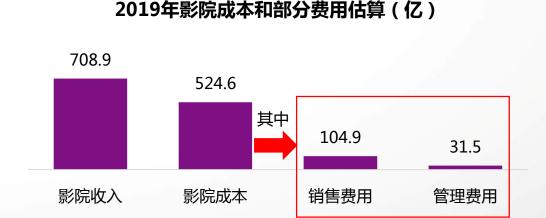
降低影院人力成本

智能化操作释放人力资源

- > 线上操作:
 - 手机端操作便捷,使用门槛降低,释放人力资源
- ▶ 智能排片:

降低影院经理排片对经验的依赖,缩短影院 经理培训时间,提升培训效益









Part 4 影院观众价值分析

数智化影院系统智能获取观众行为数据,赋能影院终端提升用户体验

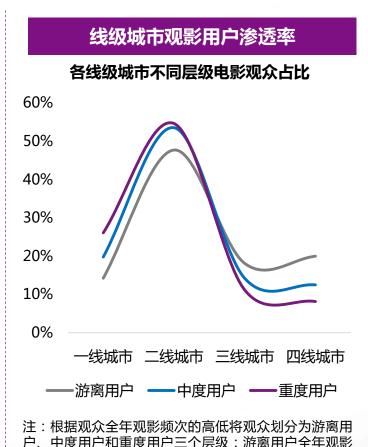
观影行为:一二线城市观影频次和用户渗透率提高,年轻人观影成习惯



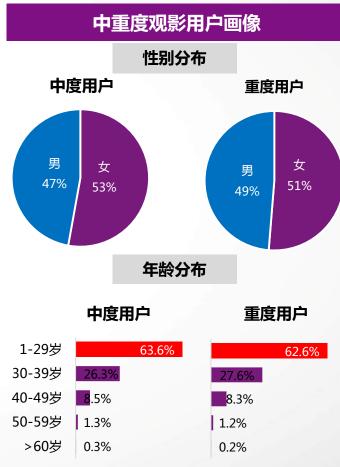


- 2019年影院观影总人次和人均观影频次持续上升,电影市场尚处人口红利期,中国观众的观影习惯正在持续养成中;
- 一二线城市中重度观影用户集中,用户渗透率高,年轻人的观影粘性提升,29岁以下的女性用户是核心观影群体。

2014-2019年影院观影总人次/频次变化 2.1次 2.0次 人均观影频次 1.7次 1.6次 1.1次 6个百分点 7个百分点 18个百分点 9个百分点 观影总人次 51个百分点 36个百分点 16.2 17.2 12.6 16.1 (亿) 2014 2015 2016 2017 2018 2019



中度用户和重度用户三个层级:游离用户全年观影 频次在2次及以下;中度用户全年观影频次在3-5次之间

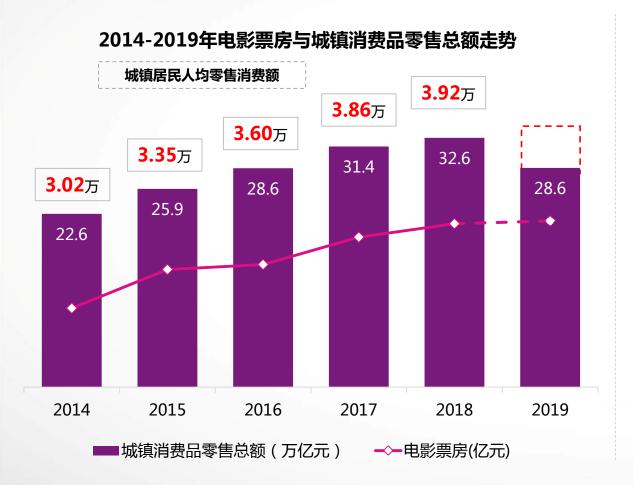


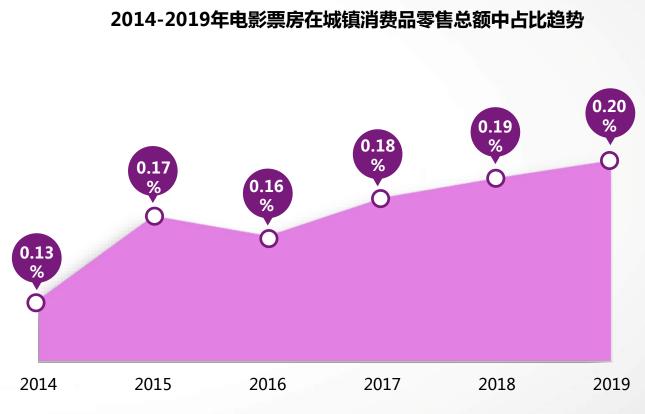
数据来源:影院观影人次数据来源于艺恩智库,数据统计时间2014年1月1日——2019年11月30日,电影用户数据来源于凤凰云智系统数据

消费趋势: 国民整体消费水平上升拉动电影消费



- 在人均可支配收入整体提升的境况下,我国年度电影票房与城镇消费品零售总额同步上升,国民整体消费水平提升;
- 国民消费水平上升拉动电影消费,近六年电影票房在城镇消费品零售总额占比稳步提升,电影消费市场的潜力空间有待进一步挖掘。





内容偏好:80、90后解压爱看喜剧片,00后追求浪漫中意爱情片



- 从观众的内容偏好来看,除科幻、动画"老少咸宜"之外,80、90后步入社会后面临各种压力,更喜欢观看轻松有趣的喜剧片;
- 作为父母的80后经常陪孩子观影,动画片《熊出没·原始时代》是主要选择之一,90后自由度高、观影兴趣比较广泛,正值青春好年华的00后群体则更中意浪漫爱情片,《最好的我们》《天气之子》入围TOP10榜单。

2019年整体电影观众最偏爱电影类型



2019年整体观众最爱看TOP3影片



票房49.7亿



票房46.6亿



票房42.4亿

80、90后观影类型偏好



80后观众偏爱影片



票房7.2亿

00后观影类型偏好



00后观众偏爱影片



票房4.1亿



票房2.9亿

购票行为: 手机网民超8亿, 网络购票行为养成

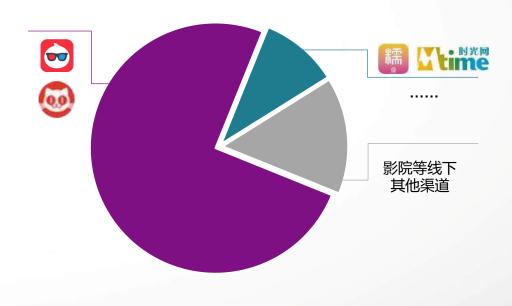


- 中国网民规模及互联网普及率持续提升,2019年手机网民达8.47亿,移动互联网普及率超60%;
- 互联网时代下淘票票等线上购票平台崛起,线上购票市场份额赶超线下购票市场,观众网络购票行为已经养成。

2019年6月中国网民规模及互联网普及率



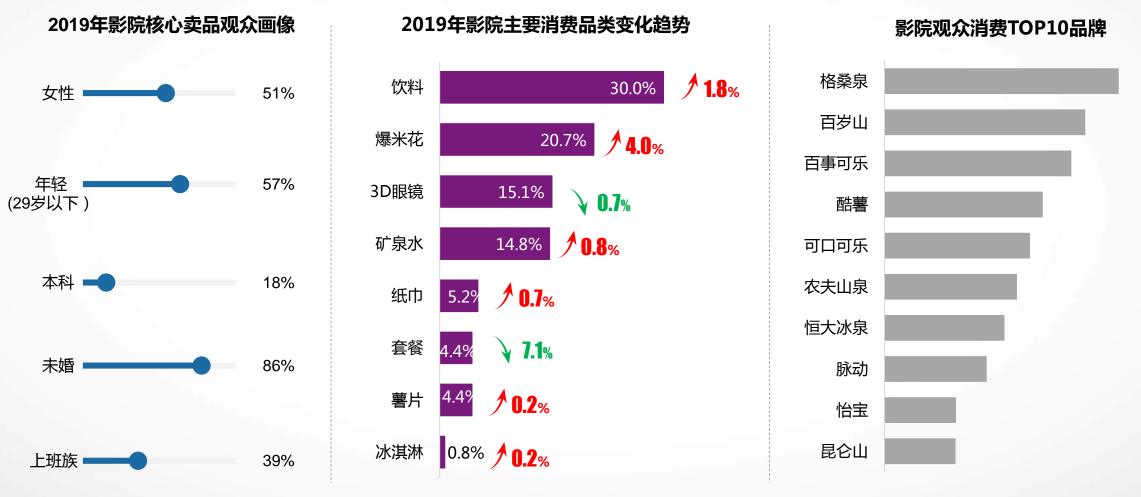
中国电影购票市场各平台占比概况



消费行为:职业女性喜欢边吃边看,饮料和爆米花是观影"好搭档"



- 高知、未婚的职业女性是影城的高消费人群,与去年相比2019年影院爆米花销量涨势最快,套餐销量降幅最大,观众更偏爱单品;
- 矿泉水、可乐、薯片品牌在影城的订单率较高,其中格桑泉、百岁山、百事可乐是影城的三大畅销品牌。



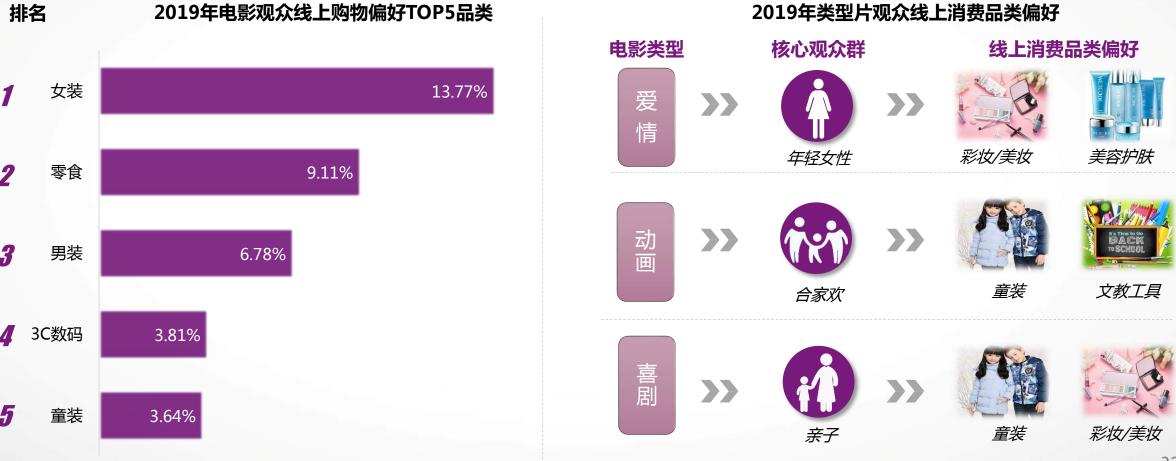
数据来源:凤凰云智系统数据

消费潜力: 爱观影也爱消费, 类型观众垂类消费潜力足

数据来源:凤凰云智系统数据



- 娱乐与消费互利共通,线下观影关联线上消费,O2O联动促进流量转化,影院观众在线上消费主要集中于女装、零食、男装等;
- 类型片观众线上消费特征鲜明,通过线下观影智能推荐线上消费品类,实现线下线上流量转化,提升影院潜在盈利空间。







Part 5 数智化影院发展趋势

未来趋势:数智化影院打通多业态联动,未来仍将持续赋能和升级产业链 💢 凤凰云智 🥥 芝恩



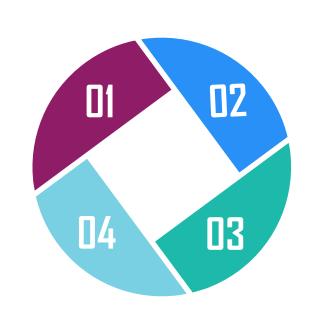


✓ 技术驱动影院建设升级,实现影 院精细化运营

互联网+大数据赋能影院终端迭代升 级,云端统一管理、大数据科学洞察, 实现影院运营全链路数字化、智能化

✓ 智能化终端链接电影行业上、下 游产业链,联动电影市场高效运 转

智能化终端实时获取电影用户观影行 为、正负面舆情等数据,即时反馈到 电影上游制作和中游传播,指导创作 与宣发,而上、中游影片内容指导影 院排片,上、中、下游循环联动、高 效运转



✓ 开源节流 , 拓展影院盈利空间

互联网切入影院运营整个链条,从人 员投入、物料采购、会员管理,全方 位降低运营成本,智能开拓零售场景、 广告场景、拓宽影院盈利渠道, 达到 开源节流的效果

✓ 打通线上、线下消费场景 , O2O 实现双向流量转化

数智化影院系统智能联动线上线下消 费场景,线下影城与电商平台渠道联 通,线下观影与线上消费互动转化, 实现线上线下双向导流







www.endata.com.cn



联系方式

研究总监: 刘翠萍

Email: catherine@endata.com.cn

