

中国新生代线下娱乐消费升级 研究报告

2018年



从艾瑞数据来看，00、90后新生代在文化娱乐消费的占比已超过**24.5%**，高于80、70后。这表明了00、90后群体已经成熟，开始成为消费意愿最旺盛的消费群体。



中国线下娱乐各行业类别均保持稳步增长的态势，2017年总体市场规模达到创纪录的**3735.1亿元**，在新生代崛起的助推下，2019年总体市场规模有望达到**4900亿元**。



传统线下文化娱乐行业的发展面临着瓶颈和一系列的挑战，一些新兴的线下娱乐业态进入到大众视野，探索传统线下娱乐业态转型升级的方向。



以好时光影游社为代表的**娱乐综合体**整合多种新兴技术和流行元素，利用线上线下娱乐资源，为消费者提供多元化的娱乐消费种类，从而提升娱乐项目的消费溢价和用户的消费动力。



政策扶持、线上渗透带动、娱乐科技发展是线下新娱乐的发展机遇，**如何提升平台的运营能力、内容与衍生品服务，提升娱乐价值**，是其面临的主要挑战

研究说明

研究范围

线下新娱乐业态

概念：线下新娱乐是指线上内容与线下多种业态（电影院、KTV、网吧等）融合，围绕线上内容打造线下场景化体验，实现线上线下内容的互动和社交，并提供一“账”式服务的新娱乐业态。其特点是，突出线上线下跨界融合、场景的体验与互动。

研究对象

00、90后新生代

在2018年上半年中，有过线上以及线下娱乐行为的**00、90后新生代用户**

00后：出生年龄在2000年1月1日——2009年12月31日间的群体

90后：出生年龄在1990年1月1日——1999年12月31日间的群体

研究方法

定量调研

样本来源：通过艾瑞iClick社区联机调研获得

样本数量：本次调研共回收有效样本3122份

专家深访

专家来源：娱乐协会\娱乐行业相关领域从业者

专家数量：4个

新生代线下娱乐消费现状

1

线下娱乐消费升级趋势

2

娱乐综合体典型案例研究

3

线下娱乐发展机遇与挑战

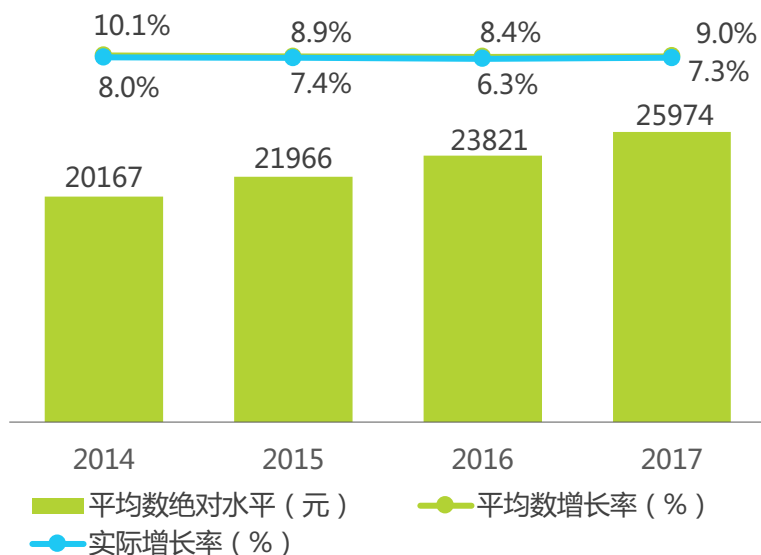
4

大众收入上涨，娱乐消费占比提高

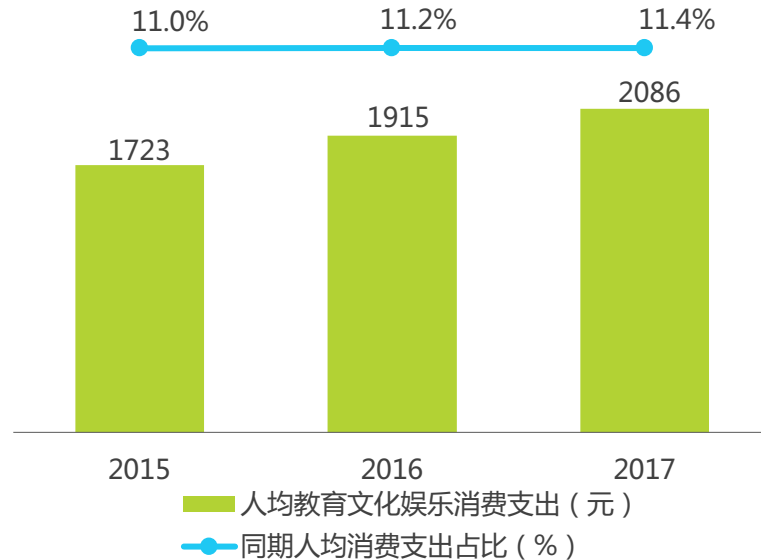
可支配收入增加和消费升级，文化娱乐消费不断增长

2014年到2017年，我国居民人均可支配收入保持在9%左右的稳定增长态势，到2017年，人均可支配收入达到25974元，增长7.3%。同时在文化娱乐的需求和消费升级的刺激下，人均教育文化娱乐消费支出也不断增长，并于2017年突破2000元，占比11.4%。教育文化娱乐消费在居民消费占比中的不断增加，说明越来越多的居民愿意将收入投入到文娱消费中。

2014-2017年中国居民人均可支配收入
平均数



2015-2017年中国居民人均教育文化娱乐消费支出数

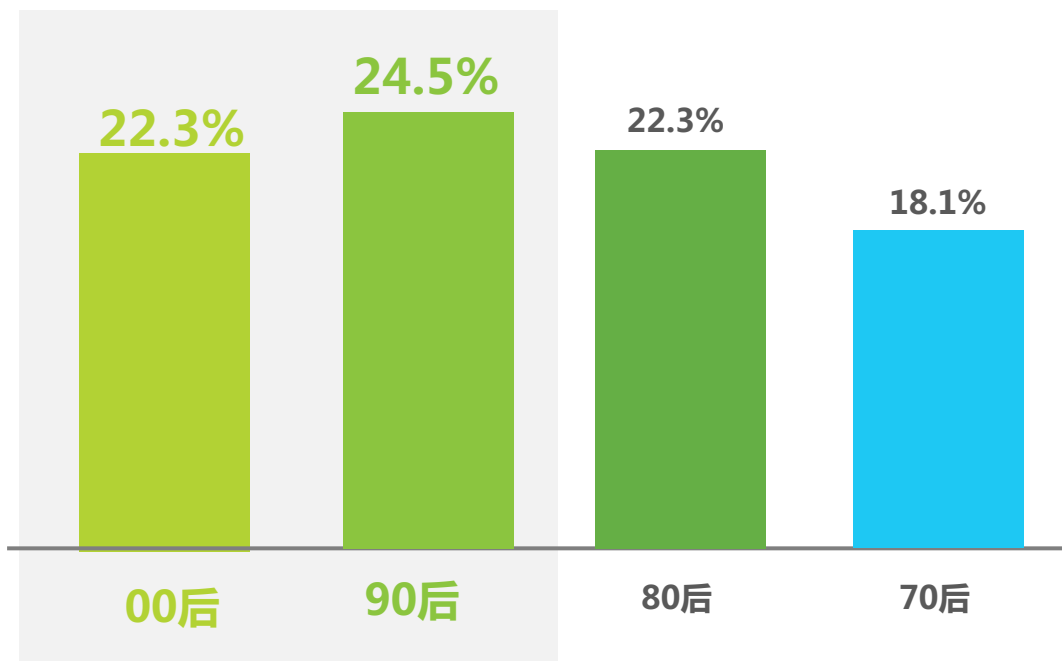


新生代娱乐消费占比更高

00、90后文化娱乐消费占比超20%，占比逐年提高

从艾瑞数据来看，00、90后新生代在文化娱乐消费的占比已超过24.5%，高于80、70后。这表明了00、90后群体已经成熟，开始成为消费意愿最旺盛的消费群体。00、90后新生代个性鲜明、追求时尚，消费独立，热衷于各种形式的文化娱乐，在文化娱乐方面的支出占比较高，并成为娱乐产业的重要目标用户。

各年龄段用户的文化娱乐消费占比



注释：G2.您每月的文化娱乐支出在所有支出中的占比大约是？
来源：N=3122，于2018年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

新生代线上娱乐消费已得到充分满足

线上娱乐内容增量巨大，00、90后对线上娱乐消费较为满意

线上娱乐经过长期的发展，经营模式成熟，内容数量增速巨大，并成为用户重要的娱乐方式之一。线上娱乐内容优质丰富，更新快，有原创性，满足了用户对娱乐内容质量、个性化、创新、服务等需求。大部分用户，特别是00、90后的新生代对线上娱乐较为满意。

线上娱乐

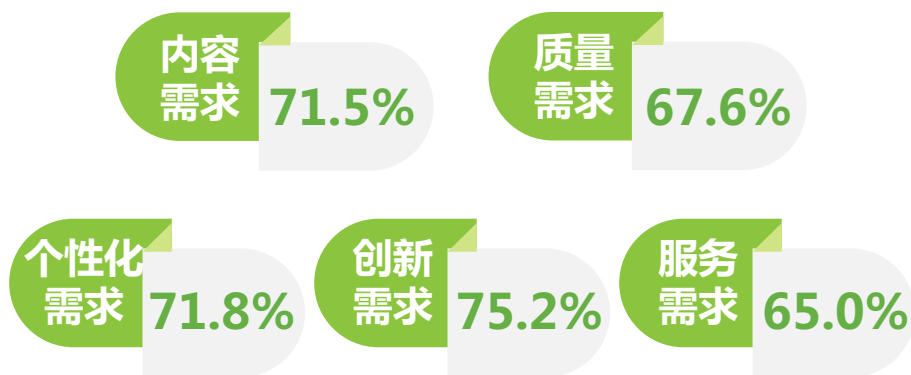
定义：通过智能手机、电脑、平板电脑等电子设备，依托互联网等虚拟媒介进行的娱乐性活动

包括：游戏、影视、动漫、小说、音乐等

2017年部分线上娱乐项目新增数量

游戏	9851 款
影视	15978 部
国漫	8986 次更新
小说	336000 部

00、90后对线上娱乐消费需求满足情况



数据来源：游戏：广电局公开的2017年过审游戏统计。影视：百度搜索统计2017年电视剧、电影，以及腾讯视频、爱奇艺独播综艺、广电局备案网络电影数量。漫画：新漫榜2017年新漫画数据推算国漫更新次数。小说：中国作协数据

注释：G4.以下关于线上娱乐消费的表述，您的认同程度是？线上娱乐内容丰富，我能很快找到自己感兴趣的娱乐内容/线上娱乐内容优质，能满足我对优质内容的需求/线上娱乐内容有创意，能满足我的个性化需求/线上娱乐内容有更新快，能满足我的追求新事物的需求/线上娱乐内容服务较好，我能通过付费获得更好的服务
来源：N=3122，于2018年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

新生代对线下娱乐的高参与度

00、90后喜欢新事物，线下新娱乐参与度高

从游戏电玩城、真人CS、私人影院等新线下娱乐场所的参与率来看，接近50%的90后新生代体验过相关的线下新娱乐项目，而00后新力军更是超过55%的用户参与过相关线下新娱乐。说明年轻一代，更喜欢探索新鲜事物，更容易接受新的娱乐形态。

各年龄段用户的线下新娱乐参与率

新娱乐业态	游戏电玩城	真人CS	密室逃脱	私人影院
00后	61.3%	58.3%	57.1%	60.5%
90后	58.5%	47.7%	47.5%	41.7%
新娱乐参与率高于80、70后				
80后	48.8%	43.7%	36.1%	38.2%
70后	33.0%	31.3%	22.5%	26.3%

注释：S2.请问您在过去半年，有去过以下哪些线下娱乐场所消费？

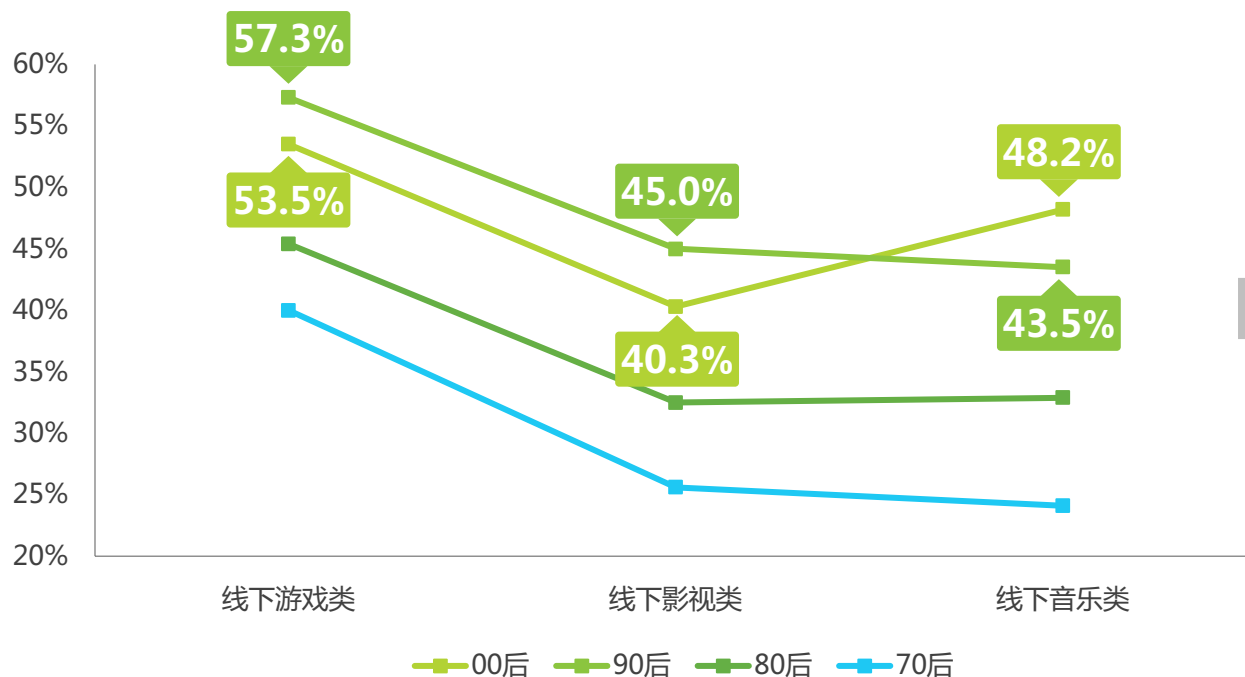
来源：N=3122，于2018年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

新生代对线下娱乐的高频次

接近50%的00、90后每周至少参与一次线下娱乐

00、90后比80、70后参与线下娱乐的频率更为频繁。00、90后每周至少参与一次线下娱乐的用户接近50%，而80、70后大约占比30%-35%。

各年龄段每周至少参与一次线下娱乐的占比



平均值

00后	47.3%
90后	48.6%
80后	36.9%
70后	29.9%

注释：A1.请问过去半年您在以下娱乐场所的消费频率如何？
来源：N=3122，于2018年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

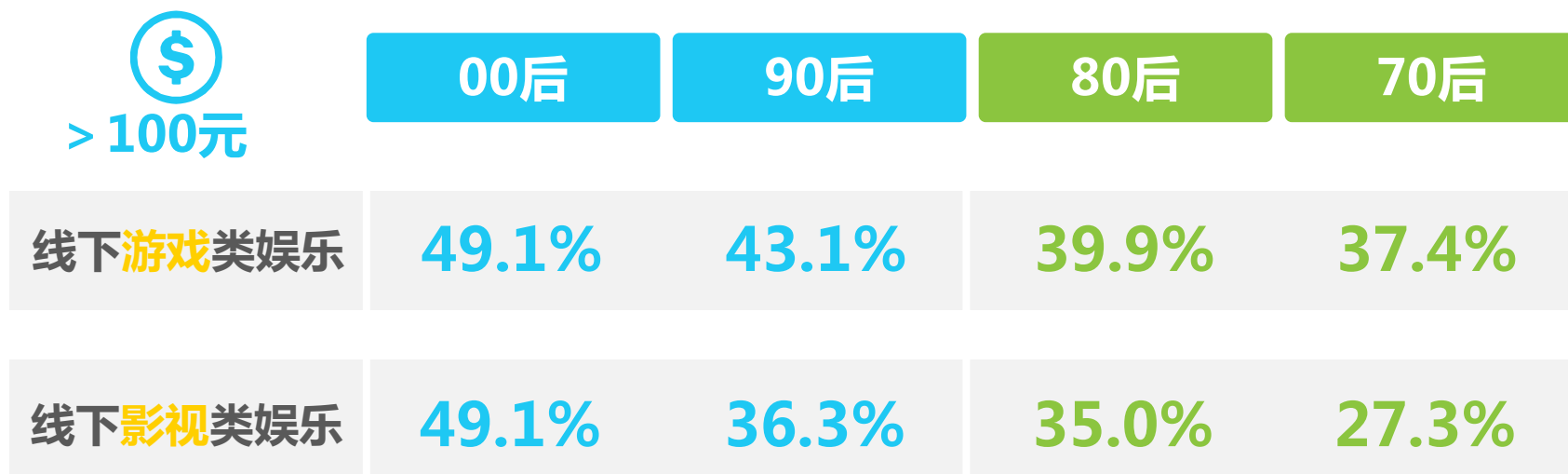
新生代对线下娱乐的高消费

消费力提升，百元以上消费占比高于80、70后

45%左右的00、90后半年内在线下娱乐投入超过100元，比例高于80、70后。

线下娱乐以其独特的互动体验和社交场景，获得00、90后的青睐，虽然线下娱乐消费偏高，但用户仍然愿意为了获得优质体验而付费。

各年龄段用户半年娱乐消费支出大于100元的占比



百元消费比例高于80、70后

注释：A3.请问过去半年您个人平均每次在以下娱乐场所的花费如何？

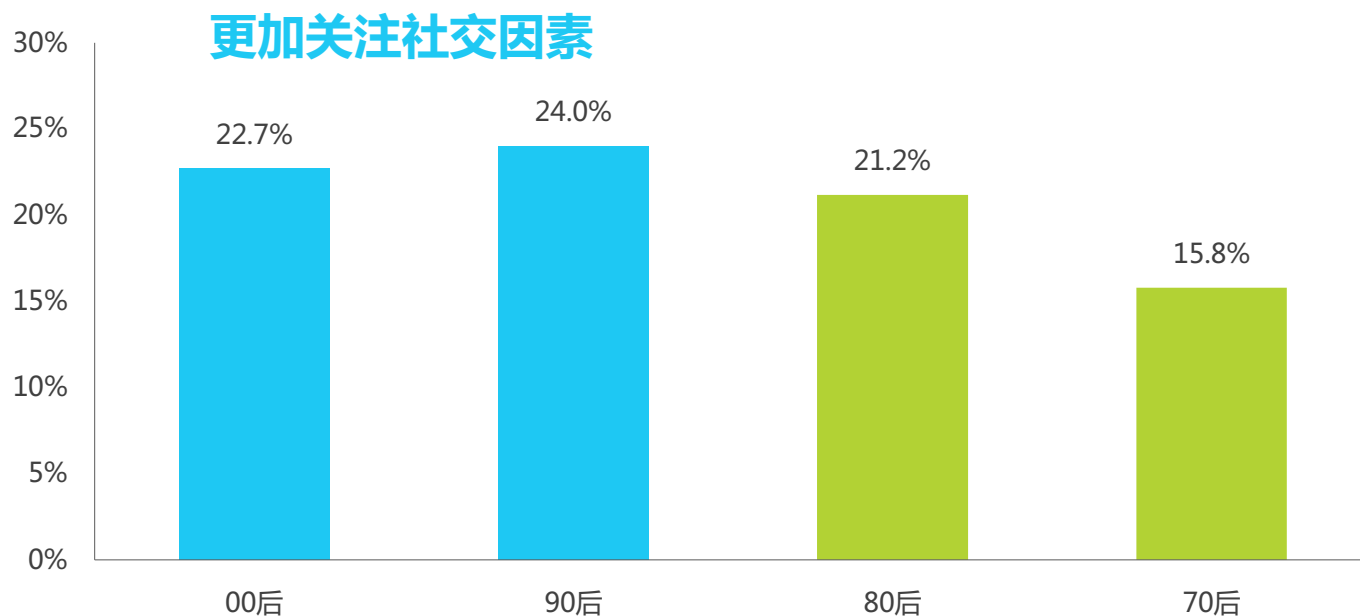
来源：N=3122，于2018年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

新生代对线下娱乐的社交需求

00、90后渴求交流与互动，社交因素影响选择线下娱乐场所

00、90后活跃于互联网，渴求更多的交流和互动。而线下娱乐场所有别于线上虚拟社交，基于现实场景内组织活动，增强朋友、同事间的互动，更能满足社交需求。00、90后在选择线下娱乐场所时，会考虑更多社交因素。

社交因素影响选择线下娱乐场所



注释：B2.什么因素会影响您选择某个线下娱乐场所？
来源：N=3122，于2018年6月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

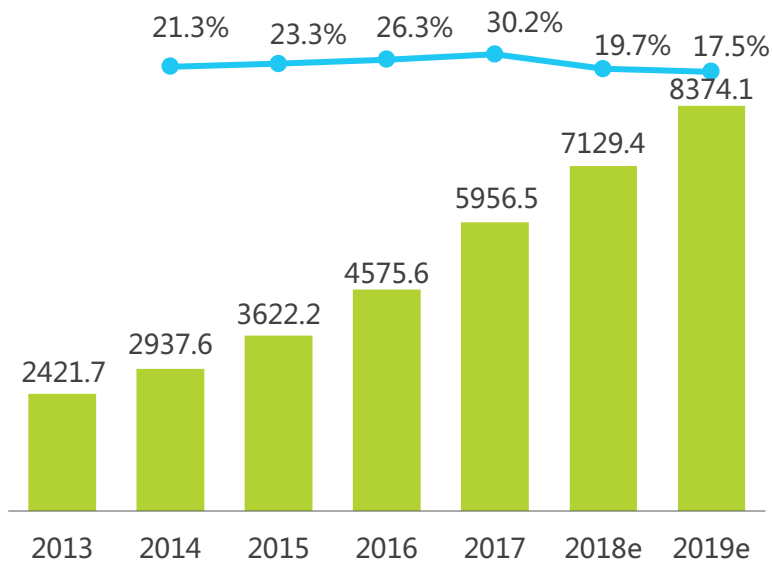
娱乐行业市场规模

新生代崛起助推线下娱乐千亿级市场规模

根据艾瑞对中国线下娱乐行业的市场规模核算，中国线下娱乐各行业类别均保持稳步增长的态势，2017年总体市场规模达到创纪录的3735.1亿元，在新生代崛起的助推下，2019年总体市场规模有望达到4900亿元。

虽然线下娱乐行业规模的增长率未能像线上娱乐达到年均20%以上的增长率，但15%上下的年均增长率也保持着稳定的增速，未来线下娱乐也有着更大的发展潜力供市场挖掘。

2013-2019年中国线上娱乐行业规模及预测

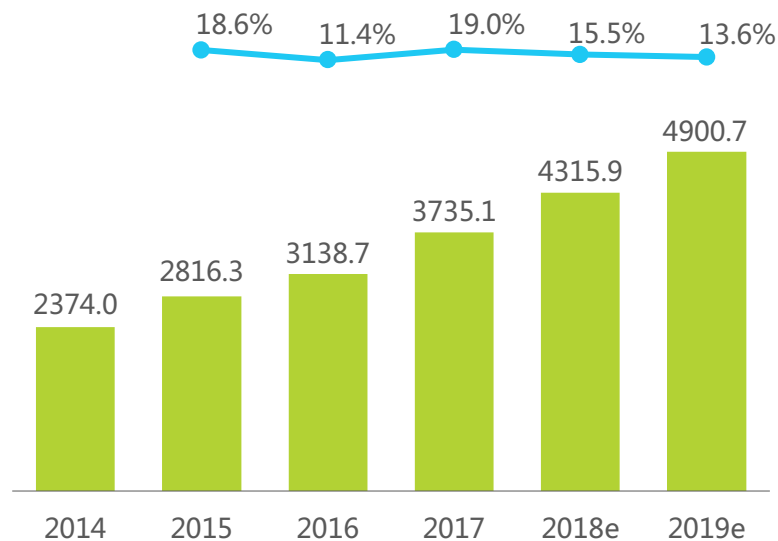


■ 中国线上娱乐行业规模 (亿元) ● 增长率 (%)

注释：中国线上娱乐行业规模包含网络游戏、网络动漫、网络视频、数字音乐、网络直播、网络文学等六个细分业态的收入。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

2014-2019年中国线下娱乐行业规模及预测



■ 线下娱乐行业规模 (亿元) ● 增长率 (%)

注释：中国线下娱乐行业规模包含游戏游艺、上网娱乐、歌舞娱乐、影视播映、其他等五个细分业态的收入。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

新生代线下娱乐消费现状

1

线下娱乐消费升级趋势

2

娱乐综合体典型案例研究

3

线下娱乐发展机遇与挑战

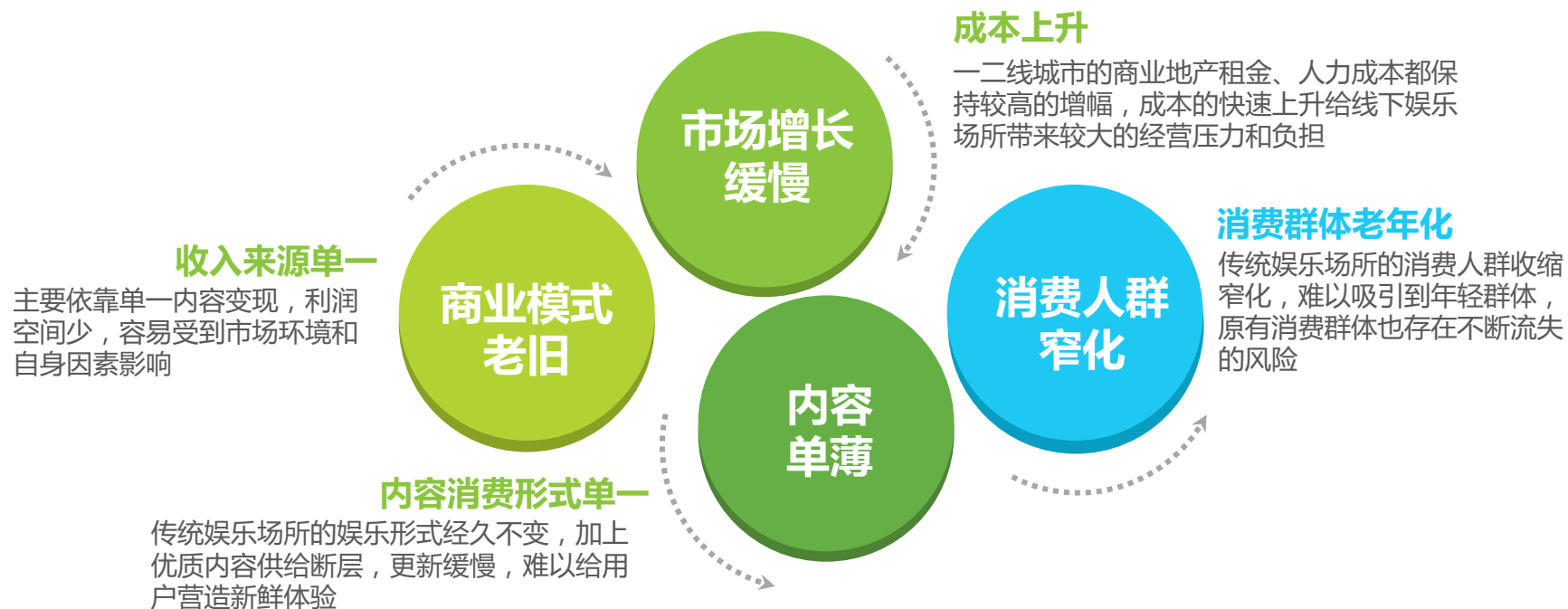
4

现有线下娱乐亟待升级

传统线下娱乐业态老旧，缺乏创新，市场增长缓慢

传统线下文化娱乐行业的发展面临着瓶颈和一系列的挑战，包括收入来源单一的老旧商业模式，以及租金、人力成本持续上涨带来的经营压力，消费人群窄化引发的市场恶性竞争，以及作为消费核心的内容形式单一老套等。在这样的背景下，一些新兴的线下娱乐业态进入到大众视野，探索传统线下娱乐业态转型升级的方向。

传统线下文化娱乐行业现状



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

线下娱乐新老业态

传统娱乐业态向新兴娱乐业态创新发展



传统院线



KTV



游戏游艺场所



上网娱乐场所



娃娃机集合店



迷你KTV



点播影院



电竞馆



娱乐综合体

新型线下娱乐业态：娃娃机集合店

娃娃机集中化经营管理，娱乐体验优化升级

娃娃机集合店是将娃娃机集中化经营和管理的垂直类商业游艺场所。

娃娃机集合店的选址立足于大型商场等人流密集地段，打造碎片化休闲化的消费场景，并基于传统娃娃机市场中盗版礼品泛滥、抓机体验差、环境不佳的痛点，进行模式创新，优化娱乐体验，提升了用户的消费意愿和消费体验。

目前大多数娃娃机集合店仍处于小规模发展阶段，少数品牌如娃娃共和国、咔啦酷等已经开展全国连锁经营的布局。

中国娃娃机集合店的娱乐体验优化升级

传统娃娃机

娃娃机集合店

环境嘈杂

经营集中化、环境优化 ➤



娃娃质量差、盗版

正版IP授权 ➤



抓机设置不合理

模式优化 ➤



用户体验升级消费意愿提升

新型线下娱乐业态：迷你KTV

碎片化K歌消费新模式，实现线上线下融合发展

迷你KTV是设立在商场、机场、影院等公共场所的可移动式付费歌咏娱乐设备，供用户进行碎片化的K歌娱乐。

迷你KTV利用个体消费者碎片化的过渡时间，引导其进行短时的消费。除此之外，迷你KTV集唱歌、录制与社交分享为一体，形成一套完整的服务机制，满足了用户除K歌娱乐外的社交分享需求。

为寻求竞争优势，迷你KTV和网络直播、K歌平台的线上线下融合成为必然趋势。比如咪哒与唱吧、斗鱼的合作，友唱M-bar与腾讯、全民K歌的合作，通过版权合作和流量转化，打通线上线下环节，形成完整的娱乐生态链条。

中国迷你KTV的发展优势



功能

优势

线上
传送、分享

- 与线上K歌社交软件联动，满足消费者社交需求

直播、选秀

- 引用线上资源与线下K歌结合，丰富娱乐内容

线下
唱歌、录歌

- 随时可唱，紧抓碎片化消费趋势
- 高品质设备器材，提高消费体验

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

新型线下娱乐业态：点播影院

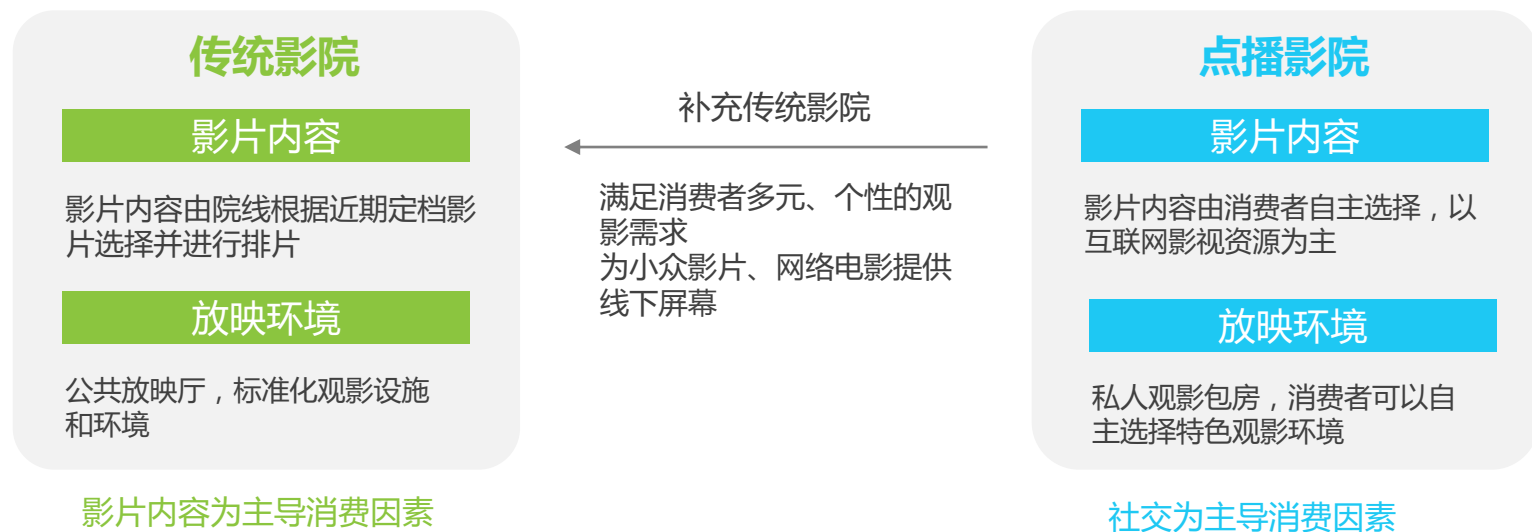
打造多元个性化观影场所，有望成为电影市场新增长点

点播影院是指通过互联网或电影技术系统，以点播、轮播、下载播放等方式，向个体或群体观众提供营利性电影放映服务的固定商业场所。

从消费者角度看，相较于传统影院，点播影院可以满足多元、个性的观影需求并提供更加舒适私密的观影环境，成为新型社交场所。从电影产业看，点播影院作为传统影院的补充，为小众影片和网络大电影提供了线下屏幕，有望成为中国电影市场新的增长点。

2018年3月原广电总局发布点播院线管理规定后，点播影院向着规范化、品质化发展。拥有大量互联网影视版权的巨头也尝试进行线下布局，进入点播影院市场，如爱奇艺、百视通等。

中国点播影院对传统影院的补充



新型线下娱乐业态：娱乐综合体

汇集多种娱乐模式，提供一体化社交娱乐场所

娱乐综合体指以社交为中心，融合KTV、点播影院、手游、桌游、电玩、电竞、直播、餐饮等多种娱乐设施或服务共同打造的一体式社交娱乐场所。

针对目前市场上娱乐场所形态老化、消费人群固化的缺陷，娱乐综合体整合多种新兴技术和流行元素，利用线上线下娱乐资源，为消费者提供多元化的娱乐消费种类，从而提升娱乐项目的消费溢价和用户的消费动力。

娱乐综合体

单一娱乐场所



以社交为中心
有机整合娱乐资源

一站式社交娱乐场所



娱乐综合体

新型线下娱乐业态：电竞馆和高端网咖

个性化优质体验和多元化服务推动上网服务场所进一步升级

近年来，上网服务场所在网吧向网咖全面升级的基础上，实现了进一步的分化发展。

在电竞赛事的刺激下，以适配电竞游戏需要的高端配置设备，和大型竞技展示空间为特色的电竞馆成功拓展了上网服务场所的高端市场，其提供的优质体验也吸引了重度电竞游戏玩家和高端游戏玩家。

而一些网咖，也在朝着高端化方向发展，包括在环境提升的基础上提供个性化的主题包房，通过手游桌游区、吧台等不同功能的划分提升内部空间的利用效率，提供多元化服务等，从而将网咖打造成高端娱乐场所以供玩家进行线下的社交活动。

中国电竞馆和高端网咖的升级



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

线下娱乐消费升级趋势

趋势一：线下娱乐成为线上娱乐新的流量入口

线下娱乐场所的社交属性和面对面交流互动属性是其独一无二的优势。基于线下娱乐场所组织的游戏赛事、粉丝见面会、分享会等多种多样的活动形式日益丰富线下娱乐场所组织形态的同时，也为线上娱乐起到了导流的作用，吸引更多的潜在用户群体去尝试相应的线上娱乐形式。

未来，线下娱乐将成为线上娱乐越来越重要的流量入口，在网民人口红利不复存在的时代背景下发挥重要的作用。

中国线下娱乐成为线上娱乐新的流量入口



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

线下娱乐消费升级趋势

趋势二：线上娱乐线下娱乐融合发展，打造高水平娱乐体验

线上娱乐内容优势明显，内容优质丰富，具有原创性，可满足用户的个性化需求；而线下娱乐目前面临优质内容匮乏，娱乐形式老化的挑战。通过融合发展，线上娱乐和线下娱乐共享内容资源，创造线上线下的内容联动效应，实现优势共通。越来越多的线上娱乐企业布局线下娱乐业务，打破线上与线下之间的经营壁垒，在流量互补的同时，也不断为用户打造高水平的娱乐体验。

中国线上娱乐和线下娱乐的融合发展



线下娱乐消费升级趋势

趋势三：运用优质IP，形成线上线下综合娱乐体验

优质IP是被用户和市场验证过，获得用户在情感体验上的一致认可。优质IP能够提供更多沉浸式体验，多元化的跨界融合，使忠实粉丝的情感得到延伸，让搭载其中的品牌或娱乐项目有更多获得关注的机会，未来可形成特色的体验场景。

《全职高手》打造线上线下综合娱乐体验



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

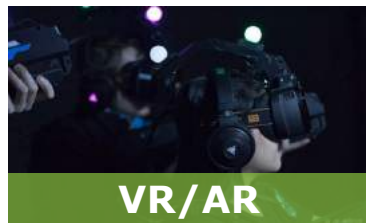
线下娱乐消费升级趋势

趋势四：科技助推高沉浸式、高互动的娱乐体验

69.4%的娱乐消费用户认为，高科技可以提升娱乐体验感。搭配高科技的娱乐项目更容易给消费者带来新鲜感和刺激感，提升感官的刺激体验。因此适当地使用新技术能实现娱乐消费的质变式提升。

未来随着VR/AR、互动游戏、智能中控、全息投影等技术不断走向成熟和成本降低，娱乐场所能够运用这些技术打造高沉浸式、高互动的娱乐体验，从而极大地吸引用户进行消费体验。

新科技助推线下娱乐体验升级

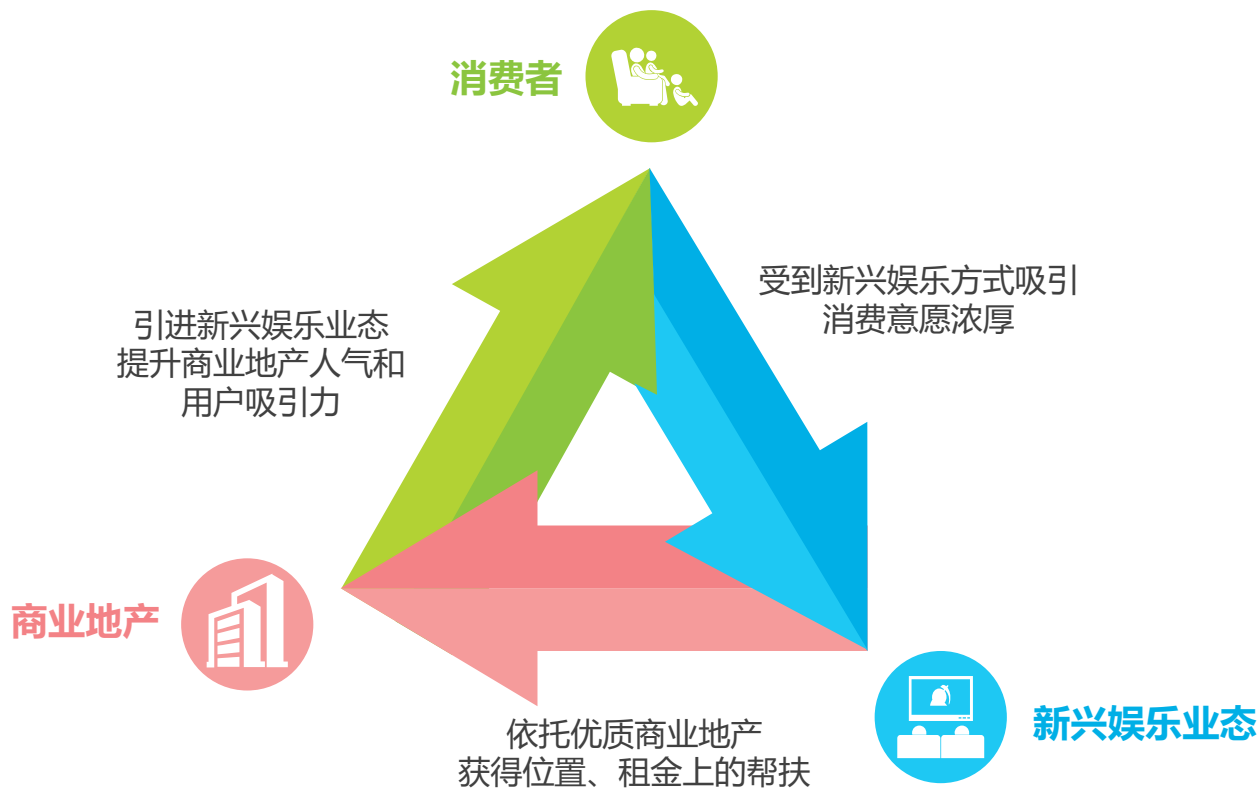


线下娱乐消费升级趋势

趋势五：商业地产积极接纳新兴娱乐业态，实现共生发展

电影院、KTV、游戏游艺场所等传统娱乐业态一直是商业地产吸引人流的重要引进对象和合作伙伴。在线下娱乐消费升级、新兴娱乐业态不断兴起的时代背景下，商业地产尤其是高端商业地产也开始转变思路，积极接纳如娱乐综合体、点播影院等新兴娱乐业态，并给予一定的帮助扶持，实现商业地产和新兴娱乐业态的共生发展，从而加速新兴娱乐业态的普及。

商业地产与新兴娱乐业态的共生发展



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

新生代线下娱乐消费现状

1

线下娱乐消费升级趋势

2

娱乐综合体典型案例研究

3

线下娱乐发展机遇与挑战

4

娱乐综合体典型案例：腾讯视频好时光

腾讯与创梦天地合作打造创新线下娱乐综合体

好时光影游社是由腾讯与深圳创梦天地合作打造的新型线下娱乐综合体。它以90后和00后为核心用户，核心业态是点播影院和同步院线，并包括手游吧、直播间、餐饮吧等功能，提供广泛而又多元的娱乐项目。在娱乐综合体的早期探索阶段，好时光影游社对这一娱乐消费形态的推广普及发挥了重要的作用。

好时光影游社主要功能展示



娱乐综合体典型案例：腾讯视频好时光

iResearch

艾瑞咨询

腾讯和创梦天地线上文娱内容落地，成为新的流量入口

好时光影游社将腾讯和创梦天地自身的影视、游戏等线上IP文娱内容接入到线下娱乐实体中，打造新的线下娱乐消费升级业态，在丰富线下娱乐内容生态的同时，也成功开拓新的线下娱乐流量入口。线上娱乐和线下娱乐的相互导流，从而实现真正意义上的线上线下融合发展。

好时光影游社线上线下娱乐的融合发展



来源:艾瑞研究院自主研究及绘制。

娱乐综合体典型案例：腾讯视频好时光

运用大数据、云计算等前沿技术提升数字化智能水平

在创梦天地与腾讯云达成深度合作的基础上，好时光影游社实体门店已采用腾讯云的智慧零售解决方案，通过精确的商圈选址和人流分析、用户画像等大数据的积累，运用前沿技术手段提升门店的数字化水平和消费体验，从而打造线下智能新消费场景。

好时光影游社的技术合作方式

智慧营销

利用LBS位置大数据进行商圈分析；私有DMP帮助洞察现有客户画像，挖掘潜在客户，并通过微信、广告平台等精准触达实现营销

智慧门店

借助人工智能，实现VIP识别、客群画像、热力图、动线分析等智能化运营、从而优化娱乐设施的布局，打造优质服务

打造企业数据中台，统一管理数据，智能洞察分析，输出实时库存、智能补货等应用，提高门店的管理效率

智慧中台

智慧品牌

基于自然语言处理技术，通过实时采集品牌报道、评论信息，从品牌曝光、品牌口碑、品牌负面等多方面综合计算好时光影游社的品牌竞争力指数



娱乐综合体典型案例：腾讯视频好时光

提高用户粘性和参与度，实现低成本获客

好时光影游社作为创梦天地用户服务的线下部分，不仅有利于提高用户粘性和参与度，也是创梦天地创新的低成本获客模式。新生代不仅享受到好时光影游社丰富的线下娱乐体验，还将享受到创梦天地提供的游戏、动漫等精品数字内容和线上会员服务。线上线下联动，将显著提升用户LTV（生命周期价值），并创造显著的经济效益。

创梦天地：数字娱乐平台



新生代线下娱乐消费现状

1

线下娱乐消费升级趋势

2

娱乐综合体典型案例研究

3

线下娱乐发展机遇与挑战

4

线下新娱乐机遇

政策扶持、线上渗透带动、娱乐科技发展

2010年来，随着我国文娱产业的不断发展和变化，尤其是线上娱乐的迅速普及，政策开始逐步引导和扶持产业发展，《文化部关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》、《文化部关于推动文化娱乐行业转型升级的意见》是这其中的典型代表。各类互联网服务都对线下娱乐产生了潜移默化的作用，这也成为线下娱乐转型升级和融合发展的前提条件。随着越来越多的技术成熟，其商业使用前景将愈发广阔，给娱乐消费带来无穷的想象空间和发展前景。

新娱乐面临的机遇



政策引导与扶持

随着我国文娱产业的不断发展和变化，国家发布政策，开始逐步引导和扶持文娱产业发展。



线上娱乐蓬勃发展

互联网服务渗透线下，提升线下消费体验，带来线上线下娱乐融合空间



娱乐科技发展迅速

虚拟现实（VR）和增强现实（AR）为代表的新技术以及新的娱乐设备不断涌现，极大地丰富了娱乐消费的形式和内涵

线下新娱乐挑战

资源储备与整合、用户导流、变现模式

稳定优质的内容输出是平台运营的关键，或是内容制造商，或与内容商深度合作，必须确保内容质量和口碑。如何连接内容、消费者、新娱乐平台，提升娱乐融合优势，考验着运营商线上线下资源整合能力。同时，需要依靠更强的运营整合能力，实现线上线下用户导流和互动。线下新娱乐如何实现更多内容与衍生品服务，提升娱乐价值，有待运营商探索。

新娱乐面临的挑战



资源储备与整合

储备和整合能力

线上优质内容稳定输出
线上线下资源匹配
体现融合优势



用户导流

运营能力

线上内容与线下体验服务结合
线上线下互动、社交引导
大数据指导下营销



变现模式

内容与衍生共赢

付费模式
衍生商品
线上线下内容联动
餐饮服务

...

关于艾瑞

在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，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，本报告只提供给用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。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询