



[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

# 2020年 中国在线电影短报告

短报告标签：网络大电影，票房，大制作

报告作者：马阿鑫  
2020/02

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

# 头豹研究院简介

- ◆ 头豹研究院是中国大陆地区首家**B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台**，已形成集**行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议**行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- ◆ 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用**大数据、区块链和人工智能**等技术，围绕**产业焦点、热点问题**，基于**丰富案例和海量数据**，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



## 四大核心服务：

### 企业服务

为企业提供**定制化报告服务、管理咨询、战略调整**等服务

### 云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场服务**，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

### 行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项评选**、行业白皮书等服务

### 园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区企业孵化服务**

# 报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com) PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报



图说



表说



专家说



数说



详情请咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451

# 概览摘要

在线电影即依托于网络播放平台、数字电视点播平台播放的电影，其中主要包含大制作电影、网络大电影以及网络微电影三大种类。在线电影有上映成本低和盈利模式多样的特点，由此可吸引更多微电影和网络大电影上映。截至2018年，中国在线电影上新1,537部，同比下降了18.8%。2015至2018年，中国在线电影上新数量的年复合增长率为31.2%。2015-2019年上新数量变化明显，呈现先骤增后递减的趋势。预测2018至2024年，中国在线电影上新数量的年复合增长率将达4.1%，2024年上新的在线电影将达1,959部。

## ◆ 中国在线电影行业盈利模式完善，盈利分成调动各方合作积极性

盈利模式以网络播放平台为核心，分别通过购买版权和盈利分成两种方式与电影制作方合作；并以购买单片和VIP收入与电影观众连接。其中，盈利分成模式最为常见，该模式双方为网络播放平台和电影制作方，二者分别按照单位有效点击量、电影是否独家播放以及不同分成比例各自计算收入。

## ◆ 2020年初疫情爆发，行业寒冬中诞生《囧妈》特例

2020年初的春节档全面撤档，保守估计，春节和情人节的票房损失将达到70亿元左右，全年的票房损失将超过百亿元，由于疫情以致部分居民强制居家隔离，线上娱乐热度较高，观看在线电影的用户将会增多；另一方面，2020年1月24日，欢喜传媒以6.3亿元的价格将《囧妈》的版权转让给字节跳动，其上映运作模式为行业首例。

## ◆ 中国在线电影行业具备良性发展模式，发展前景广阔

随着互联网的发展，网络播放平台为中小制作成本的电影提供了宣传途径，各大网络播放平台对网络大电影的资金和政策扶持让更多人加入了网络电影的制作中，多方面促进了网络大电影的发展。结合优秀作品、用户数量以及资本关注度三大元素，行业将实现良性的运转模式，发展前景广阔。

## 企业推荐：

西瓜视频、云途时代影业、腾讯视频

# 目录

◆ 名词解释	-----	06
◆ 中国在线电影定义及分类	-----	07
◆ 中国在线电影盈利模式	-----	08
◆ 中国在线电影上新数量	-----	10
◆ 中国在线电影行业特殊案例——新型冠状病毒疫情期间	-----	11
◆ 中国在线电影行业展望	-----	13
◆ 中国在线电影行业投资企业推荐——行业公司	-----	14
• 中国在线电影行业投资企业推荐——西瓜视频	-----	14
• 中国在线电影行业投资企业推荐——云途时代影业	-----	16
• 中国在线电影行业投资企业推荐——腾讯视频	-----	18
◆ 方法论	-----	20
◆ 法律须知	-----	21

# 名词解释

- ◆ **UGC** : User Generated Content, 用户生成内容, 用户将自己原创的内容通过互联网平台进行展示或者提供给其他用户。
- ◆ **PGC** : Professional Generated Content, 专业生产内容, 专业或官方用户将自己原创的内容通过互联网平台进行展示或者提供给其他用户。
- ◆ **特殊放映厅** : 区别于传统模式的影视放映厅, 其中主要包括IMAX、中国巨幕、4D厅、4DX厅、LUXE厅、杜比全景声厅等, 从音效、视频清晰度以及立体感等方面出发, 提升播放效果。
- ◆ **IMAX** : Image Maximum, 巨幕电影, 是一种能够放映比传统胶片更大和更高解像度的电影放映系统。整套系统包括以IMAX规格摄制的影片拷贝、放映机、音响系统、银幕等。标准的IMAX银幕为22米宽、16米高, 但完全可在更大的银幕播放。
- ◆ **腾讯视频节目综合指数** : 由腾讯视频播放量、微博指数、微信指数、媒体曝光和口碑舆情的情况分析并加权得出。
- ◆ **腾讯视频互动指数** : 由腾讯视频专辑评论弹幕截屏、小视频等互动人数、线上活动参与人数、打卡网购等行为数据综合加权得出。
- ◆ **KOL** : Key Opinion Leader, 关键意见领袖, 拥有更多、更准确的产品信息, 且为相关群体所接受或信任, 并对该群体的购买行为有较大影响力的人。
- ◆ **2K分辨率** : 2K Resolution, 2K分辨率, 是水平分辨率具有约2,000像素的显示设备或者内容的通用术语, 为2560×1440分辨率的高清画面。
- ◆ **4K分辨率** : 4K Resolution, 4K分辨率, 是水平分辨率具有约4,000像素的显示设备或者内容的通用术语, 为4096×2160分辨率的精细的高清画面。
- ◆ **正态分布** : Normal Distribution, 正态分布也称“常态分布”, 呈钟型, 两头低, 中间高, 左右对称因其曲线呈钟形, 因此人们又经常称之为钟形曲线。
- ◆ **长尾效应** : Long Tail Effect, 长尾效应由“头”和“尾”两大部分组成, 主要用于需求市场中对主要需求市场和非主要需求市场的描述, 即主流市场的价值高但聚集企业数量少, 非主流市场虽然单位价值低但企业数量多, 蕴含更大需求和生产力。
- ◆ **票房保底协议** : 签订双方通常为与发行方和制作方。当发行方看好一部电影, 通常会和制片方签订的一个票房协议。如果电影上映后票房没有达到协议内的票房, 发行方按照协议规定的票房给制片方资金, 如果票房超过协议规定的票房, 则发行方和制片方分别按照比例分成, 其中发行方分成比例会较大。
- ◆ **DCP** : Digital Cinema Package, 数字电影包是一种数字文件集, 用于存储和转换数字影像的音频、图像和数据流。
- ◆ **KDM** : Key Delivery Message, 密钥传送消息, 是负责传送密钥的文件, 主要包含以下三类信息: 内容解密密钥; 密钥参数, 主要是密钥的时间窗(有效时间段), 即电影放映档期; 受信任设备列表(TDL, Trusted Device List), 即经授权的合法设备的列表信息。



# 中国在线电影定义及分类

为优化更多观众的观影体验，院线电影中的特殊放映厅逐步增多，而在线电影凭借独特的引流和盈利模式，近年来得到更多各类电影制作方的关注

## 行业的定义及现状

### (1) 电影定义

电影，是由活动照相术和幻灯放映术结合发展起来的一种连续的影像画面，是一门视觉和听觉的现代艺术。按照播放渠道区分，可分为在线电影和院线电影。

### (2) 院线电影现状

为了给观众提供更身临其境的观影体验，近年来院线电影院大力发展特殊放映厅。据艺恩《文娱2019数据白皮书》信息披露，截至2019年，全国特殊厅影厅新增**693个**，同比增长**59个**；其中，杜比全景声厅净增量最多，达**272个**；4D厅净增量第二，达**108个**；IMAX增幅第三，达**74个**。同时，部分老影院对大部分影厅进行了影院升级，多数影院观影基础设施更加完善，能够更好的吸引观影者。

### (3) 在线电影种类及特点

**种类：**观看模式上，在线电影即依托于网络播放平台、数字电视点播平台播放的电影。其中主要包含大制作电影、网络大电影以及网络微电影三大种类。近期上映或经典电影一般为付费观看（VIP办理、单个电影付费），其余电影大多为免费观看（其中包含视频缓冲广告或内嵌式广告等）。

**特点：**成本低和盈利模式多样的优势让在线电影平台成为微电影和网络大电影的上线选择。在线电影平台具备上线成本低的特点，其无需院线电影的线下推广费用；其次，在线上上映的变现模式更多，不依托于票房，平台可通过点击量、播放量和购买版权等方式与在线电影拍摄方进行合作，方便其回款和经营。

总体而言，更高清的画面以及更快速的图像信号传输让在线播放的质量更高，相较于线下电影，线上观影成本更低，未来，人们或将倾向于观看性价比更高的在线电影。

## 各类型电影的特点和区分

种类		制作特点	拍摄时长	上线时长	投资成本
在线电影	大制作电影	专业团队拍摄，电影水准高，院线首发，并同步或随后上线在各大平台	1-3小时	1-5年	千万至数亿元
	网络大电影	团队拍摄，电影制作水准精良，具备完整电影的结构与容量，符合国家相关政策法规，以互联网为首发平台的电影	超过60分钟	数月至1年	百万元至千万元
	网络微电影	团队或个人拍摄，制作水准参差不齐，在各类网络平台上映	30分钟以内	3-10个月	几万至几十万
院线电影	大制作电影	专业团队拍摄，电影水准高，院线首发，并同步或随后上线在各大平台，不会在线上上映	1-3小时	1-5年	千万至数亿元
	中小制作电影	团队拍摄为主，部分为专业团队，其导演和演员多为新人，电影水准良莠不齐，通常选择院线上映，但档期较少	1-3小时	1-2年	千万级别

来源：艺恩《文娱2019数据白皮书》，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

# 中国在线电影盈利模式

网络播放平台作为在线电影行业的核心，主要通过购买版权和盈利分成的方式与电影制作方合作，并通过办理VIP、单片出售的方式与观众对接，构建盈利模式

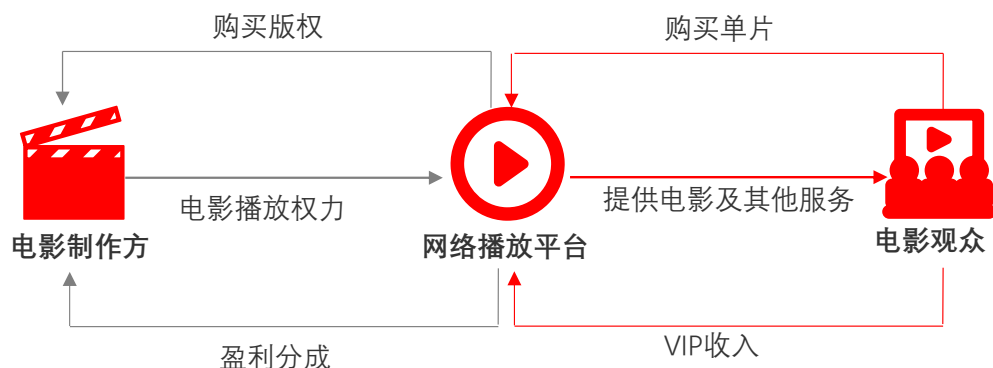
## 中国在线电影发展现状

网络播放平台能够为大制作电影提供新的传播手段，并为网络大电影以及微电影提供上线途径，基于此，各类电影制作方均在第一时间选择与网络播放平台合作，达到电影宣传和电影内容变现的目的。

爱奇艺、腾讯和优酷作为网络播放平台，年均上传会员付费电影数量达1,200部以上，占比整体上传会员内容的70%以上，说明在线电影是网络播放平台会员内容的重要组成部分。

现阶段，电影制作方和网络播放平台通过在线电影的经营模式，分别获得了额外收入和会员用户，实现双赢。

## 中国在线电影盈利模式



## 中国在线电影盈利模式分析

网络播放平台通常以购买版权和盈利分成两种方式与电影制作方达成合作。

(1) **购买版权**：即网络播放平台通过一定价格，购买电影的播放权，款项一次性划清，电影制作方会对网络播放平台的可播放期限做出限制。如爱奇艺在2019年4月底前持有漫威系列电影版权，但版权到期后，其平台内的漫威系列电影均做下架处理。

(2) **盈利分成**：网络播放平台会根据有效点击数量计算收益，并按照一定比例（50-70%不等）将收益分成给电影制作方。例如电影《攀登者》，腾讯有效点击量1.5亿次左右，按照点击量来进行计算，电影制作方和网络播放平台总体收入约3亿元。

网络播放平台通常以单片购买或办理VIP的方式，向用户收取费用。

(1) **购买单片**：网络播放平台将部分电影以固定单价出售给电影观众，随着电影的热门程度提升，网络播放平台对电影的收费单价也会有所提高。例如：部分普通好莱坞电影会员单片购买价格为3.5元，非会员为6元；而热门电影如《流浪地球》点播费则为会员6元，非会员12元。

(2) **VIP收入**：电影观众可通过在网络播放平台办理包月或包年VIP以获得更多权益（跳过广告、不限次的观看付费电影等）。网络播放平台VIP包月费用价位在15-20元之间，包季价位在45-60元之间，包年价位在140-210元之间。

来源：艺恩《中国视频内容付费产业观察》，国盛证券，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com



# 中国在线电影盈利模式——盈利分成模式分析

盈利分成模式按照等级将电影进行区分，并设定不同有效付费点播单价和分成比例，对最终收益进行计算，实现电影制作方和网络播放平台的双赢

## 中国在线电影盈利分成模式介绍

在线电影盈利分成模式即网络播放平台和电影制作方，按照单位有效点击量、是否独家以及分成比例计算各自收入。这种模式主要应用在网络大电影以及大制作电影中。根据不同平台，盈利分成模式计算方式有所不同。如优酷平台主要以用户观影的时长来决定最后分成的总比例，而腾讯视频则以有效付费点播次数作为分成比重的判断因素之一。

同时，网络播放平台会根据电影的质量、是否独家合作以及市场的响应将电影设定为不同等级，绝大部分平台将电影分为由高至低的S、A、B、C、D几个级别，不同等级的付费点播单价各异。

2019年上半年，各大平台上线网络大电影共计400余部，其中15部影片总收入破千万，例如：《鬼吹灯之巫峡棺山》分账总额达1,990万元，排名第一。高额的分成金额吸引了更多的电影制作方与网络播放平台合作，实现双赢。

## 不同平台分账模式的具体情况



电影制作方收益 =  $\frac{\text{保底收益} + \text{会员有效付费点播数量} \times \text{对应等级有效付费点播单价} \times \text{对应比重}}{\text{付费点播单价} \times \text{对应比重}}$

芒果TV分账模式

播放权	等级	对应等级有效付费点播单价	对应比重
独家	S类	4.5元/有效点播	75%分成以上
	A类	3.0元/有效点播	65%分成以上
	B类	2.0元/有效点播	50%分成以上
非独家	C类	1.0元/有效点播	无



电影制作方收益 =  $\text{会员有效付费点播数量} \times \text{对应等级有效付费点播单价} \times \text{对应比重}$

爱奇艺分账模式

播放权	等级	对应等级有效付费点播单价	对应比重
独家	A类	2.5元/有效点播	70%分成比例
	B、C类	2.0元/有效点播	
非独家	D类	1.5元/有效点播	50%分成比例
	E类	0.5元/有效点播	

注：网络播放平台针对B、C类的影片的宣传方式等有所不同。

来源：芒果TV官方数据，爱奇艺官方数据，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

# 中国在线电影上新数量

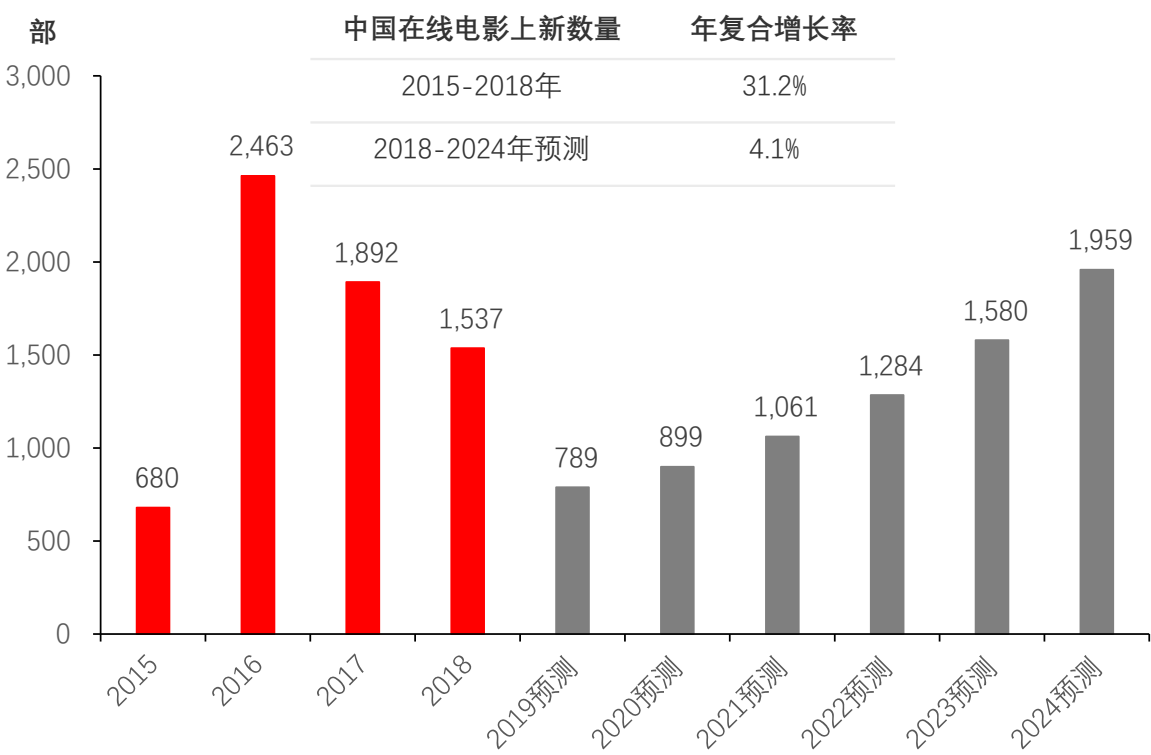
产业链的完善促进了在线电影发展，政策对在线电影的质量和内容进行监管，限制劣质作品上新，在线电影质量提高

## 中国在线电影上新数量及发展方向

截至2018年，中国在线电影上新**1,537部**，同比下降了**18.8%**。2015至2018年，中国在线电影上新数量的年复合增长率为**31.2%**。2015-2019年上新数量变化明显，呈现先骤增后递减的趋势：

- (1) 2015年-2016年，在线电影上新数量骤增。  
2016年，中国在线电影上新数量达**2,463部**，同比增长了**262.2%**。在线电影上新数量的骤增源自于产业链的完善，自2016年起以腾讯视频和爱奇艺为首的各大网络播放平台开始设立在线电影线上申报平台，并完善合作机制和上线规范。如爱奇艺要求影片从申请合作至上线应在平台进行，所需公司资质、版权声明等也会直接要求制作方提供。基于此，在线电影制作方能够获得更便捷的上线体验，更规范的合作流程促进了制作方的上线积极性。2016年，作为当年在线电影的最大发行平台，爱奇艺一共播放了**1,780部**影片，占全网上新总数量的**72%**。
- (2) 2017年-2019年，在线电影上新数量呈现递减趋势。  
2016年，中国在线电影市场经过爆发式的增长后趋于冷静，部分跟风上映、质量较差的在线电影票房惨淡，制作方基于对其产品的审视，选择暂缓上线，从而导致2017、2018年上新数量逐渐回落，但相较2015年仍处在较高水平。  
由于审批政策进一步加严，2019年中国在线电影上新数量同比下降了**48.7%**。2019年2月，广电总局发布《关于网络视听节目信息备案系统升级的通知》，开始对在线电影的质量进行更严格的审批，并进行备案和信息公示。2019年2月至10月，共有**2,381部**在线电影选择备案，而真实上线的在线电影只占**30.1%**。更为严格的政策意味着更多内容低俗、质量差的电影作品备案和上映将被拒绝，上新数量由此减少，但在线电影的质量得到有效保证。  
未来五年，随着政策的监管加严，未来在线电影质量会进一步提升；同时，更完善的合作机制和上线规范会吸引更多制作方，在线电影的上新数量也将逐步增多。预计2018至2024年，中国在线电影上新数量的年复合增长率将达**4.1%**，2024年上新的在线电影将达**1,959部**。

中国在线电影上新数量，2015-2024年预测



来源：中国网络视听节目服务协会，爱奇艺，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



# 中国在线电影行业（新型冠状病毒疫情期间）特殊案例——《囃妈》

受到疫情影响，各贺岁档纷纷撤档，《囃妈》选择与字节跳动合作，于抖音、西瓜视频等线上平台进行首播，并取消了和横店影视的保底协议

## 《囃妈》上映事件概况



受到年初疫情影响，2020年原定的春节贺岁档电影陆续选择撤档，如《唐人街探案3》、《姜子牙》、《夺冠》等均在1月23日前陆续发布了公告，各平台均配合做出了退票处理。

2020年1月24日，为了提前锁定收益，欢喜传媒以**6.3亿元**的价格将《囃妈》的版权转让给了字节跳动。同时，双方商定后宣布《囃妈》电影将于大年初一免费在抖音、今日头条、西瓜视频以及欢喜首映这四大平台进行网络首映。《囃妈》的运作模式为行业首例，其没有选择和发行方、院线以及网络播放平台进行合作，而是将版权直接出售给了第三方字节跳动，并以免费播放的模式首映。

因更改了上映模式，《囃妈》原签订6亿保底合同作废，分成协议也同样作废。

原协议中，欢喜传媒（制作方）和横店影视（保底方）采用的是保底或合作分成的模式，约定期限为公映首日起计**10年内**，如票房超过**24亿元**，则双方分别按照**35%**（欢喜传媒）和**65%**（横店影视）分成；如票房低于24亿，则横店影视需要支付给欢喜传媒**6亿元**的保底费用，并承担相应的宣传和宣发费用。由于更改了合作平台，欢喜传媒与横店影业签订的高额保底协议作废，相应协议规定的保底费用和票房分成约定也随之作废。

## 《囃妈》原上映模式和现上映模式对比



按照欢喜传媒原本的上映计划，其上映流程和分成比例如下：

- (1) 欢喜传媒（制作方）需要与横店影视（发行方）达成合作，签订保底协议，并按照约定的金额和比重进行分成。制作方和发行方可分成到总票房的**36%**。
- (2) 院线和影院负责电影的宣传和播放工作，并享受总票房分成的**48%**。
- (3) 票务平台（如淘票票等）会分成总票房的8%，电影发展基金和税金同样会分成总票房的8%左右，共计占到整体票房的**16%**。

按照最新的上映计划，和原本上市计划相比有两大区别：

- (1) 合作的发行方不同。欢喜传媒将版权出售给了字节跳动而非传统的网络播放平台，字节跳动将视频在抖音、西瓜视频、今日头条等平台进行播放，播放载体多样。
- (2) 首映免费特殊。抖音6.3亿元购买了《囃妈》的版权后，并未按照传统的单片出售和VIP可观看的模式进行首映，而是在其各平台进行了免费首播。这一合作模式为抖音带来了大量的观看用户，为了观看影片，部分非抖音、西瓜视频用户也推动了App的下载量。

总体而言，《囃妈》抖音免费上线，欢喜传媒从字节跳动方获得了6.3亿版权费用，同时也得到了网友的“吆喝”；另一方面，字节跳动平台播放《囃妈》，三天总播放量超过**6亿次**，字节跳动在进行品牌宣传的同时，提高了其旗下西瓜视频等App的关注度，西瓜视频从1月25日至30日持续位于iOS免费下载榜榜首。基于此，双方在此合作事件上达成双赢。

来源：欢喜传媒公告，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com



# 新型冠状病毒疫情对在线电影行业造成的影响

疫情事件影响下，春节档、情人节档院线票房受巨大冲击，公众和行业内对另辟上线渠道的《囧妈》评价褒贬不一，出现两极分化

## 中国贺岁片全面撤档，票房损失惨重

2019年，中国全线票房为**645.1亿元**，同比增加了**6.2%**；其中，春节档贺岁片（7日）共创票房58.7亿元，同比增速有所下滑，但仍占到了全年票房的**9.1%**。  
2020年初，贺岁档中《唐人街探案3》、《姜子牙》热度最高，截至2020年2月7日猫眼平台数据，二者分别有**210、83万人**点击了想看，热度超过了2019年贺岁档的《飞驰人生》以及《流浪地球》。由于突发疫情，2020年初的春节档全面撤档，保守估计，两大节日的票房损失将达到70亿元左右，全年的票房损失将超过百亿元。  
部分观影群体无法到院线观看电影，大量在线电影成为其观影首选；同时，部分电影在撤档后，可能放弃线下，直接选择线上上映的模式，在线电影需求进一步提高。

## 《囧妈》在字节跳动旗下平台首映并免费播放，饱受争议

网评方面：原本院线的电影改为免费播放，网友多表示好评

大年初一，《囧妈》抖音上线，从正式发布起3日后（官方暂披露数据），总播放量达**6亿**次，观看人数达**1.8亿**人次；其中，影片正片留言达32万条，网友评论多以支持和感谢内容为主。在疫情的负面影响下，《囧妈》的在线播放为网友提供了精神慰藉，而免费播放进一步提高了网友对《囧妈》字节跳动以及徐峥的认可。

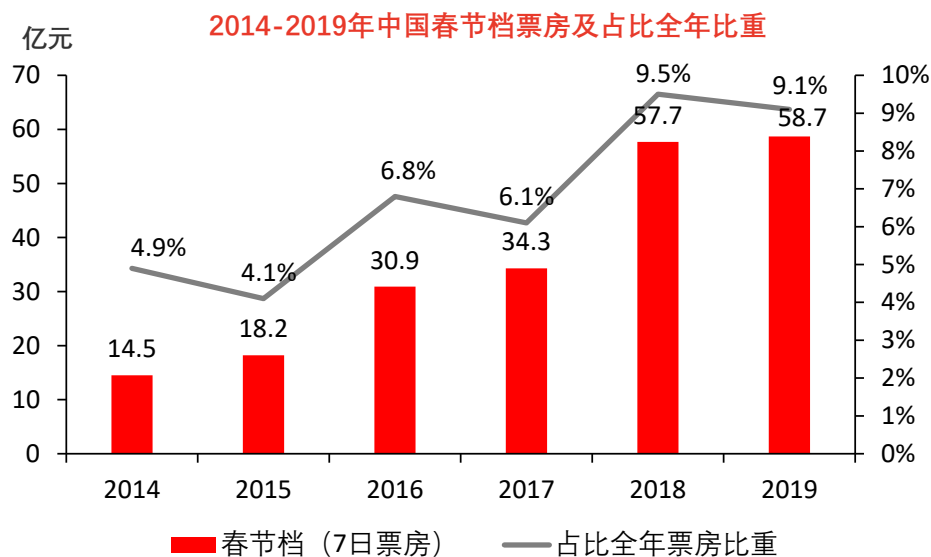
### 《囧妈》部分网络评价



行业内部方面：多家电影院线公司宣布联名抵制欢喜传媒

2020年1月24日当天，**23家**电影院线公司联名向国家电影局市场处上递了《关于提请主管部门规范电影窗口期的紧急请示》，请求叫停免费播放，并声明会对欢喜传媒予以一定程度上的抵制。抵制群体中，不乏有万达电影、新华大地电影等知名企业。

《囧妈》在行业开创式的做法饱受争议，在公众和业内的评价出现了两极分化。



来源：微博，艺恩，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

# 中国在线电影行业展望

在线电影行业中，网络电影将成为推进行业发展的主力军之一，优秀的影视作品、增加的用户数量和资本的持续关注将为在线电影行业构成良性的运转模式

## 中国在线电影发展趋势

### 新人导演增多，部分新影视作品受到观众认可

2019年由新人导演执导的作品，在全网播放Top100的影片中，数量达到了**18个**，占比**23%**，分别同比上升了**7个**和**12个百分点**。随着网络平台的多样化以及PGC模式的兴起，更多新人导演愿意尝试在网络播放平台上上传作品。

同时，新人导演执导的网络电影不仅数量有所提升，部分质量也受到观众的认可。例如2019年，《我的喜马拉雅》和《陈翔六点半之重楼别》分别达到了豆瓣评分**8分**和**7.1分**，和部分优质大制作电影持平。

### 线上会员电影观影用户数量的提升

截至2019年6月，线上网络视频用户已达**7.6亿**人次，同比增加**6.7%**；其中，截至2019年第三季度，爱奇艺、腾讯视频的会员用户数量分别突破1.1亿和1亿人次，同比增加**31.1%**，**22.2%**。根据艺恩《中国视频内容付费产业观察》，爱奇艺、腾讯视频、优酷三大平台中，电影占会员内容的**70%**以上，电影很大程度上成为了贡献网络视频平台VIP用户的主要力量。

### 资本入局，市场更加看好

根据爱奇艺《2019年网络电影行业报告》数据显示，2019年，投资为300-600万的网络电影，占到了今年网络电影投资总额的**37%**，同比增加了**22个百分点**，投资600-1,000万的投资总额占到了整体的**9%**，同比增加了**6个百分点**。随着观影用户数量的提升以及线上电影质量的提高，资本对网络电影的发展前景更为看好。同时，部分传统影视公司也开始入局网络电影。如：中宣部电影频道与爱奇艺联合推出“新时代现实主义台网院线联盟”战略，合作计划制作5部高质量的“小成本、大情怀”的网络电影作品。

## 中国在线电影良性循环模式



传统电影行业中，院线上映是电影制作和宣传后的唯一播放途径，由于院线档期有限，能够上映的电影大多都依托于资本背景雄厚，愿意购买档期并进行大规模宣传的制作、发行公司。这样的背景下，部分优秀作品无法排到档期，进而无法实现播放和回款。

现阶段，随着互联网的发展，网络播放平台为中小制作成本的电影提供了宣传途径，PGC、UGC概念的兴起让更多人加入了网络电影的制作中，多方面促进了网络电影的发展。

综上，结合优秀作品、用户数量以及资本关注度三大元素，在线电影行业将实现良性的运转模式，发展前景广阔。

# 中国在线电影行业投资企业推荐——西瓜视频（1/2）

西瓜视频为字节跳动旗下，头条系软件之一，有独立App和网页端两种形式，为用户提供“直播+视频+影视”三大内容

北京字节跳动科技有限公司-西瓜视频



## ➤ 企业简介

西瓜视频，成立于2018年，位于北京市，隶属于北京字节跳动科技有限公司。西瓜视频是一家个性化推荐视频平台，平台内容较为广泛，主要可分为影视、游戏、综艺、农业、美食、音乐等。网页平台，西瓜视频以中短视频分享为主，同时拥有直播板块。移动终端则以短视频为主，以个性化推荐为主要宣传策略，视频种类多样，给予用户更符合其个人口味的视频。基于巨量引擎商业算数中心，截至2019年9月，西瓜视频TOP5头部视频种类占到了整体视频总量的**45.8%**，分别为影视、游戏、音乐、美食以及综艺，其中，影视视频数量占到了整体视频数量的**24.8%**，视频种类分部较为集中。

## ➤ 业务介绍



**直播：**和其他平台类似，以“直播+礼物弹幕互动”为主。直播内容多为游戏，手机游戏较多，如：明日之后、第五人格、和平精英等。



**短视频：**需要个人账号的主页页面选择短视频，内容主要以个人账号的倾向方向为主，非西瓜视频主要业务方向。



**中长视频：**在官网和App上，按照种类分类，有游戏、娱乐、搞笑、儿童、音乐等，以UGC模式下的中长度视频为主（30分钟以内）。另外，西瓜视频中的“放映厅”板块为平台电影、电视剧、综艺等节目的播放渠道，清晰度达1080P。全网影视节目免费，但剧集不新，独有版权不多。



**广告业务：**由于西瓜视频涵盖的媒体种类比较多，如短视频平台、直播平台和中长视频平台，其广告业务的种类也各有不同。

按投放方式分，主要包含三类：传统唤醒页面广告投放模式、固定广告位投放模式以及短视频类广告模式。



# 中国在线电影行业投资企业推荐——西瓜视频（2/2）

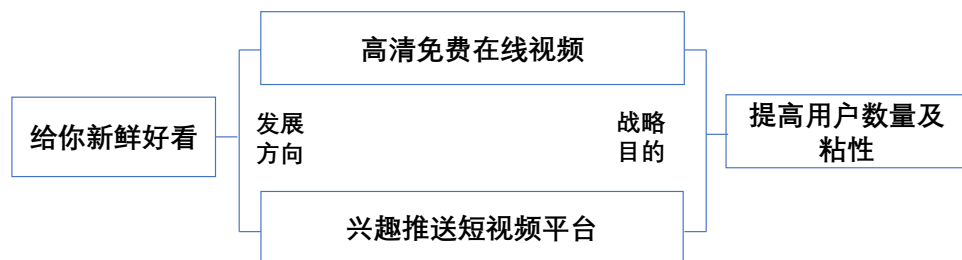
西瓜视频作为长、短视频的综合平台，分别从移动端和网页端进行优质内容输出，通过电影、影视剧、原创视频实现高用户粘性

北京字节跳动科技有限公司-西瓜视频



## ➤ 战略定位

西瓜视频的战略定位结构



西瓜视频主要通过推送免费、用户感兴趣的内容，实现用户吸纳。其平台主要分为网页端、移动端两种类型：

**（1）网页端：**西瓜视频网页端主打**高清免费在线视频**，主要特点为种类繁多，分为直播、游戏、影视等，且大多免费。平台通过丰富并免费的内容实现用户吸纳，提高网页端的用户数量；

**（2）移动端：**西瓜视频移动端以**短视频为主**，主打**个性化推荐**。通过大数据对用户的兴趣进行测算，并推送更感兴趣的视频。由于西瓜视频具有多种类型的视频标的，涵盖的目标用户更广，通过兴趣推送，能够更好的实现用户数量提升的目标。

## ➤ 竞争优势

### （1）优质内容和创作者

截至2019年上半年，西瓜视频平台视频作品及用户数量均有大幅的提升。平台视频数量为**5,100万+**，同比增长了**163.9%**。平台作者数量为**850万+**，同比增长了**98.5%**。其中个人作者增幅最为明显，同比增长105.4%；企业作者增幅速度第二，为41.2%，媒体作者排名第三，增幅为40.4%。

在视频以及作者数量纷纷实现快速增长的背景下，平台拥有了更多基于PGC、UGC模式下的内容，提高了平台的吸引力，从而在整体上提高了平台的活力。

### （2）优质用户粘性

截至2019年上半年，西瓜视频平台观看者用户数量同比增长了**122.9%**。其中，有效播放比达26.6%，同比提升了15.9个百分点；播放进度为48.3%，同比提升了10.1个百分点。另一方面，2019年Q2平台视频的平均点赞量环比增长了**35.3%**，平均分享环比增加了**75%**。平台观看者数量有所提高，同时，观看者对内容的沉浸程度和认可度都有所提升。

综上，基于观看者数量的增加以及观看者粘性的提升，平台具备良好发展潜力。

### （3）头条系加持

头条系软件涵盖了如新闻、短视频以及长视频多个领域，通过活动和运营，可为不同平台实现用户的互通。如2020年初的《囃妈》，抖音第一时间推出了电影的宣传页并可直接在线观看，同时，页面推出了西瓜视频软件的下载页面跳转，部分有投屏需求或希望在电脑进行观看的用户会对西瓜视频产生下载需求。**初一到初五，西瓜视频登上IOS免费榜第一，超过了抖音。**

来源：西瓜视频官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

# 中国在线电影行业投资企业推荐——云途时代影业（1/2）

云途时代开发的移动电影院App可将线下院线与线上实现同步，以更优惠的价格和更丰富的影片吸引用户，并基于先进技术将App打造成电影社交平台，丰富用户体验

北京云途时代影业科技有限公司



## ➤ 企业简介

北京云途时代影业科技有限公司（简称：云途时代），成立于2017年08月，位于北京市朝阳区，主营业务从事互联网文化活动、广播电视节目制作、电影放映等。

**移动电影院**是北京云途时代影业科技有限公司开发的一款app，系通过手机、平板电脑等移动终端或其可控制的其他设备搭载的移动电影院软件系统作为放映设备，向观众同步放映部分院线线上电影。移动电影院采用同线下商业院线类似的DCP（Digital Cinema Package）、KDM（Key Delivery Message）以符合国际电影安全保护标准为核心，平台的票房收入也将纳入中国电影票房统计。

## ➤ 产品介绍

移动电影院是云图时代的主要产品，主打线下线上影视作品同步，并提供相对优惠的价格和线上2K画质，用以吸引用户，

### （1）首轮同步播放，到期统一下架

移动电影院App平台向观众放映已取得《电影片公映许可证》且处于公映期内的电影，与院线同步播放，其票房收入将计入中国电影票房统计系统，按照国家规定的分账模式同电影片方进行结算。该模式下放映的电影同样存在二级市场发行之间的窗口期。待线下院线密钥到期，App会将电影同步下映。

### （2）“单次收费+播放”

与院线相同，移动电影院平台电影实行单次收费后进行单次播放的模式，单片观看成本为20元左右，2K画质，由于不受到地域限制，所以没有排片的限制，观看更方便。

### （3）“VR技术+多人同步观影”

移动电影院平台提出结合VR技术，让不同地区的两个人可跨越空间的间隔，实现“一起”看电影，并可通过设备进行实时的沟通，基于此，构建平台的垂直社交模式，让小众片的用户也能找到共同品味的观影者。

来源：云途时代官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

# 中国在线电影行业投资企业推荐——云途时代影业（2/2）

基于中国院线分布不均、院线长尾效应等现状，移动电影院通过线上优质影片，吸引潜在用户，打开海外市场，平台具备一定的行业竞争力

北京云途时代影业科技有限公司



## ➤ 战略定位

依托于平台“线上播放+院线同步”的优势，移动电影院App能够为不同地区用户提供优质的电影服务，并满足不同用户需求。

### （1）抹平地域差异，挖掘潜在用户

国家统计局数据显示，中国大部分地区线下影院数量不足，如青海、西藏以及宁夏回族自治区地区的院线总数仍在100家以下，黑龙江、吉林以及内蒙古等地院线总数也仅有**100-300家**。移动电影院App能够满足部分偏远地区的同步观影需求，满足热爱电影的用户。

### （2）针对不同特点用户，提供针对服务

针对C端用户，移动电影院App提供基于VR技术和电影的社交服务，提高电影的传播力度；针对B端用户，其可以为学校和政府用户提供电影文化，响应政策号召，同时为企业用户提供电影，以供企业向员工发放福利。

### （3）为优秀作品提供机遇

中国现阶段的院线具备一定长尾效应，大制作影片往往垄断了上线机会。移动电影院平台能够为部分小众影片提供平台，从而挖掘部分低成本、小受众的优质电影。根据移动电影院官方数据，其平台上传重庆方言电影《守望一生》上映之后，仅重庆市的观影人群就达到了**15万**，累计票房超过**370万元**。

## ➤ 竞争优势

结合母公司的技术和高性价比的电影，平台粘合用户，并积极拓宽海外市场，实现华语电影走出去战略。

### （1）科技为导向，发展前景广阔

云途时代的母公司灵思云途是一家建立在大数据基础上的营销公司，是人民日报“两微两端”新媒体独家代理，拥有百余名高端技术人才。此类技术背景让移动电影院平台具备了移动互联网和电影公司两种不同基因，“科技+大数据”的加持让平台更具发展潜力。

### （2）高性价比电影给予平台高竞争力

移动电影院对其平台下的电影定价区间基本集中在当地居民平均月收入的0.5%-1%，减轻了用户的观影压力，挖掘部分潜在用户；同时，平台为用户提供2K超清视频，并将在之后提高到4K，影片清晰度高于大部分网络播放平台的1080P。

### （3）与华为合作，着眼海外市场

移动电影院平台上的每一步影片都将推出中英以及中西双语版，平台携手华为官方视频应用，为远在意大利、西班牙的50万+华人提供优质的华语作品，同时为海外友人提供接触最新华语电影的机会。进一步来看，平台将逐步推进北美和韩国市场，实现更广阔的海外市场布局。

来源：云途时代官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

# 中国在线电影行业投资企业推荐——腾讯视频（1/2）

作为三大网络播放平台之一，腾讯视频主打流行内容和专业的媒体运营，通过电影、电视剧、纪录片和综艺节目等渠道构建视频平台

深圳市腾讯计算机系统有限公司-腾讯视频



## 企业简介

深圳市腾讯计算机系统有限公司（简称：腾讯公司），成立于1998年，位于深圳市南山区，是一家以互联网为基础的科技与文化公司。腾讯公司，为亿万网民提供优质的互联网综合服务。腾讯视频上线于2011年4月，是在线视频平台。其拥有流行内容和专业的媒体运营能力，是聚合热播影视、综艺娱乐、体育赛事、新闻资讯等为一体的综合视频内容平台，并通过PC端、移动端及客厅产品等多种形态为用户提供高清流畅的视频娱乐体验。

## 业务介绍



电影

腾讯视频平台中，电影为重要业务部分，按照电影种类区分，平台涵盖了动作、戏剧、科幻、犯罪等多个种类。截至2019年11月，平台共上映了**1,252部**作品，其中多为会员付费电影。

根据腾讯的年度指数报告，在线电影主要观看者画像为三线城市，29岁以下具有本科学历的男性。其中，腾讯视频电影业务29岁以下的用户占比整体达到了**76%**，40岁以上的占比仅达3%，平台整体呈现年轻化。



电视剧

电视剧业务中，按特点分类，可分为海外剧、网络剧、口碑剧和免费热播剧等；按照种类区分，可分为偶像爱情、都市情感、军旅生活等，其中偶像爱情剧数量占到了整体电视剧数量的**32%**，都市生活占到了13%。2019年，腾讯视频新增国产电视剧149部，同比下滑了10部，但单日播放量峰值为**15亿**，同比增加了1亿。剧目数量虽有所下降，但播放现状实现了优化。



综艺节目

综艺节目业务中，按照种类，可分为游戏、音乐、表演、情感、脱口秀等。据腾讯的年度指数报告，在线综艺节目主要观看者主要为29岁以下互联网用户，占比达90%。腾讯视频平台综艺节目共**216档**，网络综艺共99档，人均播放时长达35.2分钟每人，同比增加了1.6分钟。

来源：腾讯视频年度指数报告，腾讯视频官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com



# 中国在线电影行业投资企业推荐——腾讯视频（2/2）

腾讯视频平台具备大量的优质影视内容，内嵌doki明星社区，满足各年龄段人群需求，同时，腾讯视频更加重视网络大电影领域布局，实现了合作到自制模式的转变

深圳市腾讯计算机系统有限公司-腾讯视频



## 案例分析

通过腾讯视频平台的网络大电影模式来看：

2019年6月，腾讯视频宣布，与网络大电影的合作模式将发生改变，模式将从合作模式转变为自制模式。主要有以下三大方面的转变：

**(1) 资金投入的升级：**腾讯平台将加大对网络大电影的单部投资，成本将从**1,000万元**增加到**3,000万元**，同时，不会对项目的数量做出限制。

**(2) 资源的升级：**腾讯视频平台将动员腾讯系资源的投入，如通过微信、QQ等社交平台对网络大电影进行宣传，从而实现合作双方联合营销，进一步提高宣传效果。

**(3) 商业模式的升级：**现阶段，腾讯视频和网络大电影的合作模式以会员观看为主。随后，腾讯视频会和部分质量较好的网络大电影尝试**付费单点**，并与制作方进行**收益分账**。另一方面，腾讯视频会积极推进部分优质网络大电影进行院线发行，实现线上线下共生的营运模式。

综上，腾讯视频加强了对网络大电影的重视，从资金、资源以及商业模式三大方面进行了升级，为网络大电影提供了良好的发展前景。

## 竞争优势

### (1) 大量优质电影满足多种年龄段需求

以电影为例，截至2019年末，腾讯视频电影平台共有**13,842部**电影，其中，好莱坞电影共3,776部，经典华语电影**5,886部**，网络电影**829部**。平台不仅有院线上火爆的《流浪地球》、《飞驰人生》等电影，更有大量经典电影可供选择，其中，2019年，林正英主演的《僵尸先生》播放量达到了1.12亿，接近院线榜前十。

大量优质的新、老电影满足不同年龄段用户的观影需求，为平台提供更多粘性用户。

### (2) doki明星社区，明星应援吸引更多年轻用户，

doki是腾讯视频app内置的粉丝服务型社区产品，社区中按照不同种类的明星进行分类，为粉丝营造了追星、应援和互动的环境。其性质上类似爱奇艺的泡泡社区，斗鱼的鱼吧，豆瓣的豆瓣小组等，属于软件内嵌式的社区平台。

腾讯《年度指数报告》中披露，其用户群体为90后居多，其次是00后和部分80后，90后和00后占到了整体比重的**60%**以上。

Doki为年轻用户群体提供了追星“饭圈”，让他们能够在观看影视作品之余为自己喜爱的明星打榜应援。同时，这样的社区模式能够吸引更多年轻的加入进来，为腾讯视频平台提供更多的潜在观影用户。

来源：腾讯视频年度指数报告，腾讯视频官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

# 方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从商业模式、案例分析、发展趋势等方向着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。



# 法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。