

2020

新势力·新融合·新模式

中国网络电影行业 年度报告

中国电影家协会网络电影工作委员会

联合发布：



序言

2020年注定是不平凡的一年，疫情的爆发让电影产业都面临了前所未有的挑战：如何应对疫情带来的影响，如何为中国电影行业贡献一份力量，成为今年网络电影行业最重要的议题。

2019年首届中国网络电影周上，彼时的“网络大电影”在三家平台联合倡议下，拿掉“大”字，将“网络电影”作为通过互联网发行的电影的统一称谓，标志着网络电影步入了与整个内容产业接轨的新时期。

2020年，通过提质降量与互联网多维融合，网络电影逐渐进入到稳定发展期。电影与互联网加速融合，不断创新商业模式使得产业生态进一步完善，越来越多的专业资本与优秀人才不断入局。尽管突如其来的疫情改变了全球电影产业的发展环境，但网络电影却实现了逆势增长，前路一片光明。

后疫情时代，网络电影作为线上新型消费的重要形式，必将成为扩大我国文化内需，加速畅通国内大循环的重要抓手。能力越大，责任越大，网络电影更需担负起更多的使命，为中国电影行业的发展齐心聚力。

在进入报告正文之前，衷心希望全行业都能够——

坚守初心，以用户为本，树立更高的目标，创作更好更优秀的电影内容。

勇于创新，拥抱变化，勇于突破，把握每一次行业进步的契机。

这份报告仅仅是对于网络电影的2020年的部分总结，未来更耀眼的成绩，更精彩的作品，需要全行业携手并进，共同创造！

中国电影家协会网络电影工作委员会

2021年1月15日

报告说明



研究方法

定量研究：云合数据、爱奇艺、腾讯视频、优酷提供数据、市场公开数据信息。

文献研究：国家机构相关政策法规、权威行业报告等。



数据来源

云合数据、爱奇艺、腾讯视频、优酷、市场公开数据信息。

数据时间：2020年1月1日-12月31日。



术语定义

网络电影：指时长超过60分钟以上，制作水准精良，具备完整电影的结构与容量，并且符合国家相关政策法规，以互联网为首发平台的电影。本报告第一章数据统计暂不含以点播付费模式上线或纯版权采购模式上线的电影内容，例如《肥龙过江》《征途》《冷血狂宴》《囧妈》等。

正片有效播放：数据来源于云合数据，综合有效点击与受众观看时长，最大程度去除异常点击量，并排除花絮、预告片、特辑等干扰，真实反映影视剧的市场表现及受欢迎程度。

PVOD模式：高端付费点播（Premium Video on Demand），国内将纯网发行、先网后院、院网同步的国产电影，以及院线窗口期少于1个月或同步流媒体上线的海外院线电影，称之为PVOD模式发行影片。

D2C模式：Direct-to-Consumer 直接面向消费者模式，由消费者反向决定上游生产制作端。



目录

01 新势力

网络电影为中国电影产业助力

02 新融合

电影发行渠道 融通共荣

03 新模式

网络电影快速成长 求新求变



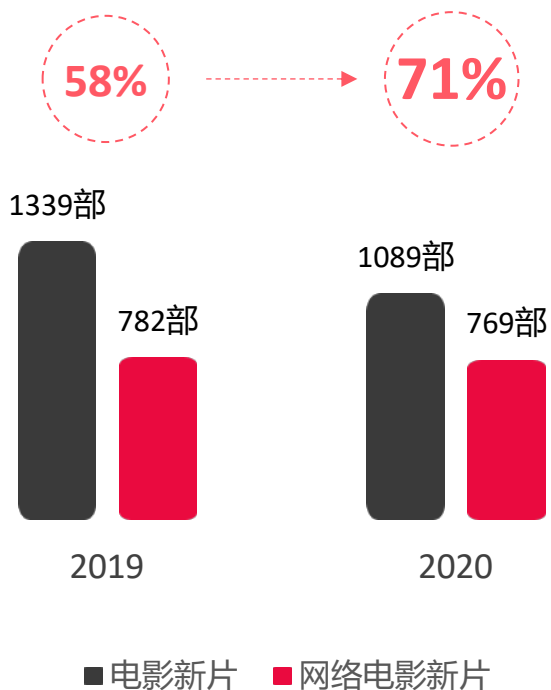
新势力

网络电影
为中国电影产业助力

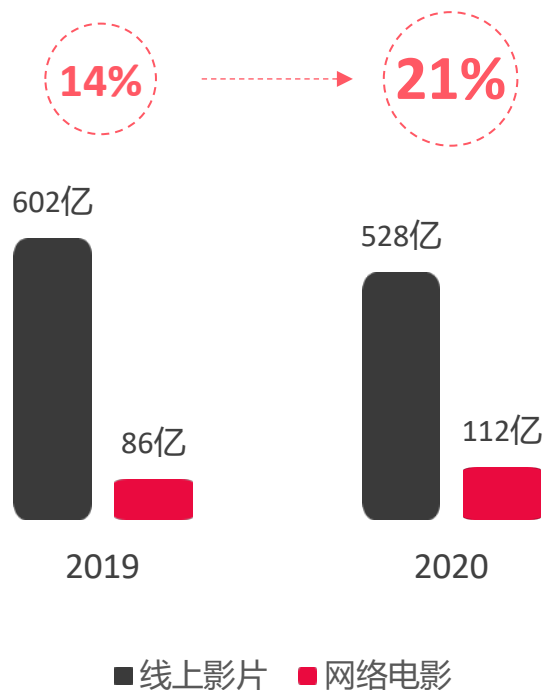
网络电影对电影行业的贡献率提升

- ✓ 2020年国内共上新1089部电影，其中院线发行新片305部，网络发行新片784部，占新片整体数量的72%，相较2019年占比提升明显。
- ✓ 网络发行新片中参与分账的网络电影共769部，相较2019年略有下降，在新片整体数量的占比达到71%。
- ✓ 在影院停摆、电影大盘整体下滑的趋势下，2020年网络电影的线上播放表现逆势增长，市场占有率进一步提升；2020年线上影片累计正片有效播放528亿，其中网络电影112亿，同比增长30%，占比提升至21%。

2019年-2020年电影上新量趋势



2019年-2020年线上电影正片有效播放趋势



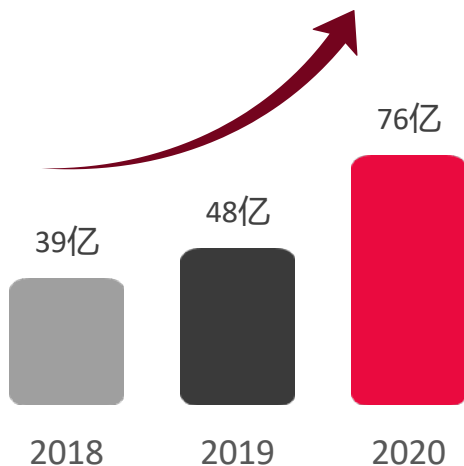
数据来源：云合数据、拓普

数据说明：网络发行电影指以互联网为首发平台的影片；“线上影片”含全网在线的电影片库及本年上新影片，“网络电影”含全网在线的网络电影片库及本年上新影片

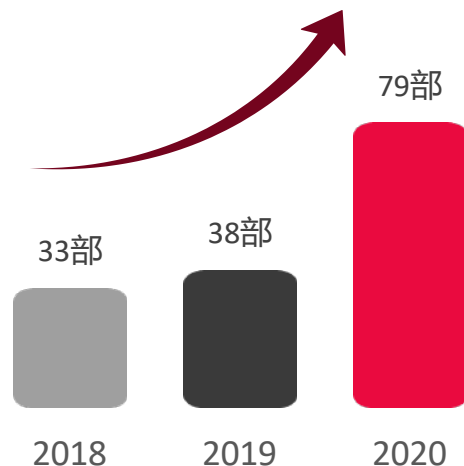
行业共同发力，票房翻倍增长

- ✓ 2020年网络电影展现出巨大的市场潜力，2020年上新网络电影累计正片有效播放76亿，同比增长59%。
- ✓ 票房再获新突破，2020年上新网络电影中，共79部影片分账破千万，同比增加41部；千万级影片票房规模13.9亿元，同比增长125%。

2018年-2020年上新网络电影正片有效播放趋势



2018年-2020年分账票房破千万的影片数量



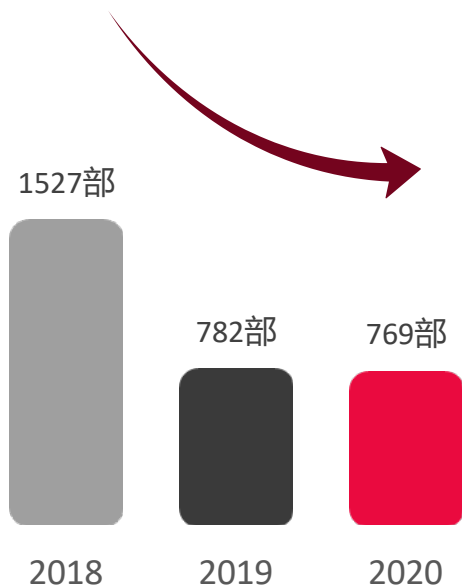
数据来源：云合数据，爱奇艺、腾讯视频、优酷

数据说明：统计范围为历年上新网络电影；2020年破千万票房影片含2部拼播影片，《奇门遁甲》爱腾两平台分账均破千万，《龙虎山张天师》爱腾优三平台分账累计破千万。2018年-2019年票房破千万影片数量不含腾讯视频，腾讯视频2020.1.1起为新分账规则，2020年票房规模仅统计新规则纯分账票房，不含自制/定制项目。

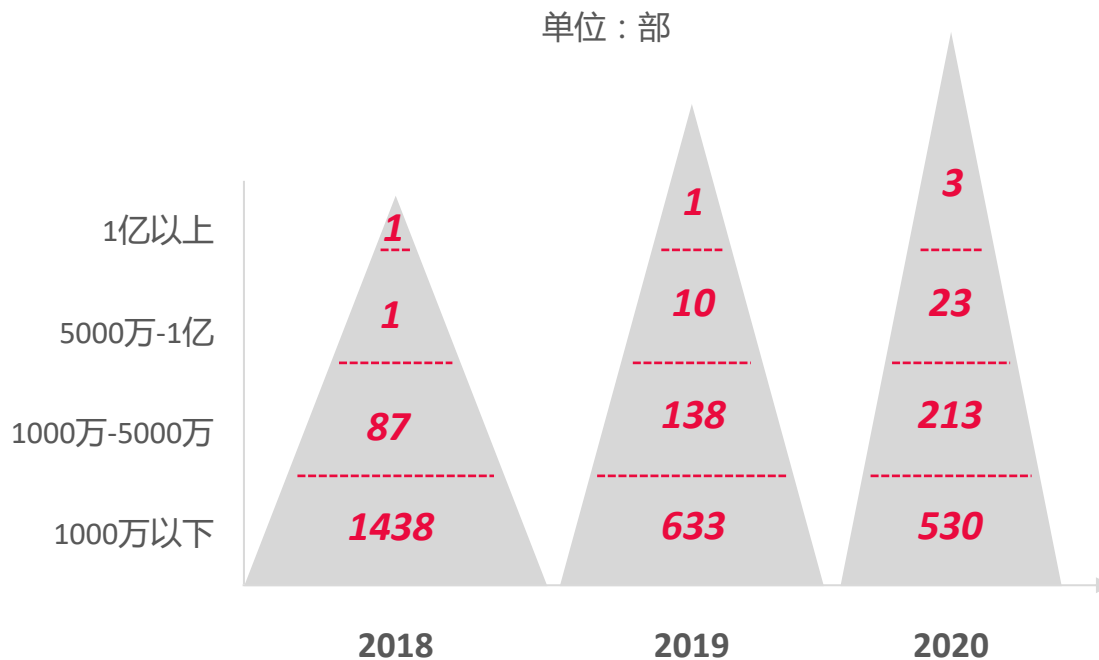
精品化：提质减冗、产能优化

- ✓ 2020年共上新网络电影769部，较2019年减少13部；在“提质减量”的大趋势下，网络电影精品化成效显著，正片有效播放1000万以下的影片共530部，同比减少103部。
- ✓ 行业结构升级，头部影片爆发式增长，2020年正片有效播放5000万以上影片共26部，同比增长15部，其中《奇门遁甲》《倩女幽魂：人间情》《鬼吹灯之龙岭迷窟》3部影片的正片有效播放破亿。

2018年-2020年网络电影上新量



2018年-2020年上新网络电影正片有效播放区间分布



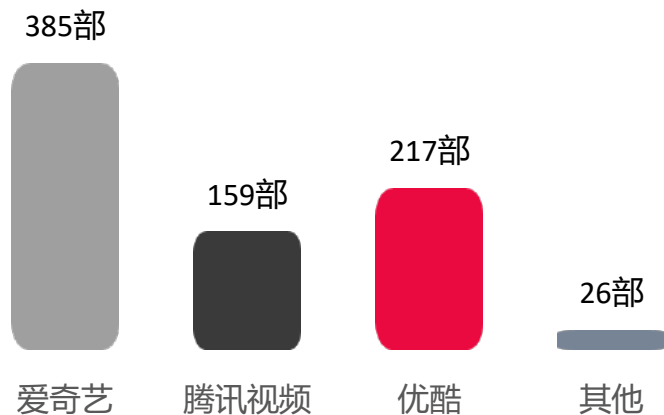
数据来源：云合数据

数据说明：统计范围为历年上新网络电影

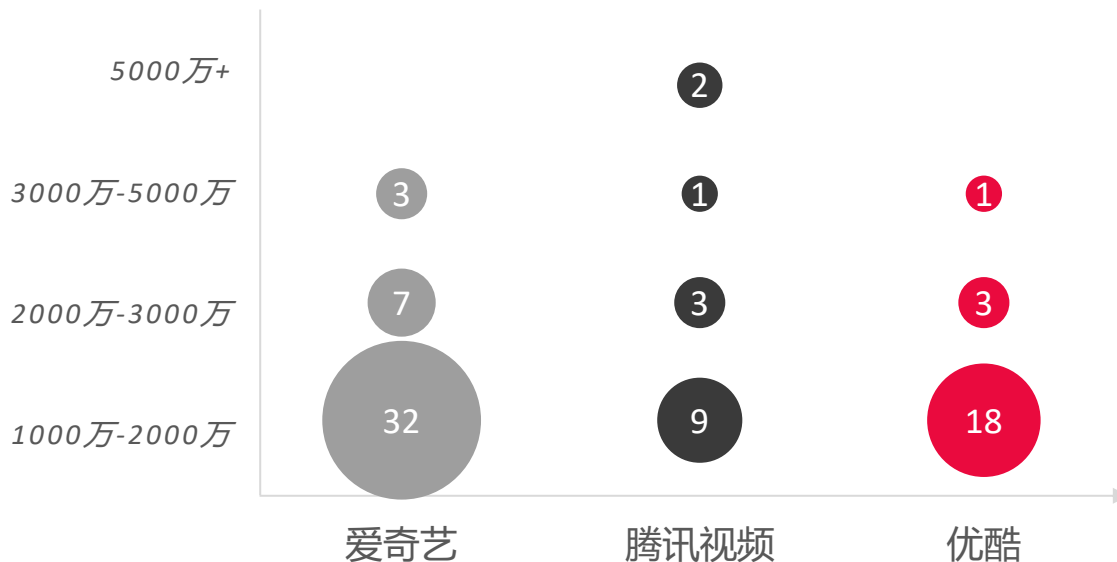
内容激励加磅，平台竞争激烈

- ✓ 爱奇艺共上新网络电影385部，单平台分账票房千万级的影片42部，同比增加17部；破千万影片累计分账票房达到7亿。
- ✓ 优酷上新217部，分账票房千万级的影片23部，同比增加10部；破千万影片累计分账票房达3.48亿。
- ✓ 腾讯视频上新159部，纯分账101部，自制/定制58部，15部纯分账影片票房破千万；上新纯分账影片累计分账票房达5.34亿。
- ✓ 网络电影迈入新阶段，爱腾拼播《奇门遁甲》票房超5600万，再次打破票房天花板；2020年底腾讯视频、优酷均加磅优质内容激励，2021年初爱奇艺更新分账规则，各平台从前期项目评估服务到全方位营销支持，参与度显著提升，平台竞争加剧。

2020年各平台网络电影上新量



2020年票房破千万网络电影分账区间分布



数据来源：云合数据、爱奇艺、腾讯视频、优酷

数据说明：统计范围为历年上新网络电影，优酷上新量为云合数据监测；《龙虎山张天师》爱腾优三平台分账累计破千万

2020年网络电影分账票房TOP20

排名	电影名称	上线时间	分账票房	播出平台
1	奇门遁甲	2020/3/19	56,410,671	爱奇艺/腾讯视频
2	鬼吹灯之湘西密藏	2020/9/30	54,142,912	腾讯视频
3	倩女幽魂：人间情	2020/5/1	50,765,992	腾讯视频
4	海大鱼	2020/10/30	38,893,596	腾讯视频
5	鬼吹灯之龙岭迷窟	2020/4/2	35,115,089	爱奇艺
6	狙击手	2020/3/5	34,323,163	爱奇艺
7	狄仁杰之飞头罗刹	2020/11/6	30,234,554	优酷
8	蛇王	2020/9/30	28,560,726	优酷
9	武动乾坤：涅槃神石	2020/8/7	25,894,316	腾讯视频
10	大幻术师	2020/8/6	24,879,724	爱奇艺

排名	电影名称	上线时间	分账票房	播出平台
11	东北往事：我叫刘海柱	2020/9/3	24,866,223	爱奇艺
12	奇门相术	2020/6/26	24,307,438	爱奇艺
13	九指神丐	2020/1/19	23,748,000	爱奇艺
14	龙无目	2020/8/28	23,067,478	腾讯视频
15	封神榜·妖灭	2020/3/13	23,055,318	爱奇艺
16	霍家拳之铁臂娇娃	2020/7/1	22,057,286	爱奇艺
17	鬼吹灯之龙岭神宫	2020/4/24	21,564,648	优酷
18	陆行鲨	2020/6/16	21,089,126	优酷
19	灭狼行动	2020/1/5	20,303,363	爱奇艺
20	辛弃疾1162	2020/1/2	19,387,479	爱奇艺

数据来源：云合数据、爱奇艺、腾讯视频、优酷
数据说明：统计范围为2020年上新网络电影，腾讯视频自制/定制项目未收入榜单



电影发行渠道 融通共荣

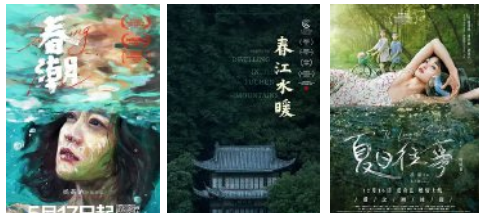
商业模式：会员+PVOD模式的尝试探索

- ✓ 疫情加速全球电影发行方式革新，视频平台采用PVOD模式提升影片发行效率，推动建立院网融合新生态。2020年流媒体已然成为影片重要的发行渠道，国内以《肥龙过江》为首的10部影片、海外《魔发精灵2》《花木兰》等多部影片均参与PVOD发行模式，华纳2021年北美上映的17部影片将同步登录HBOMAX。

强类型片



文艺佳片



国内

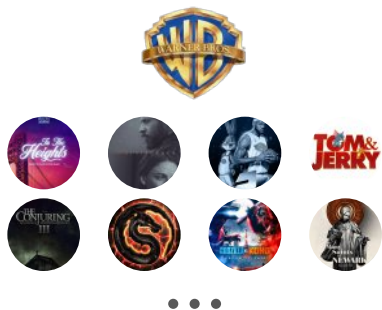
2020年PVOD发行模式影片10部

类型丰富，覆盖喜剧、动作、文艺、剧情、奇幻、冒险、现实主义等题材

国外

好莱坞PVOD将成常态

2021将上映17部影片



同步登陆

HBOMAX

点播库

北美院线、流媒体同步
取消院线窗口期

市场环境：基础服务完善，助推网络发行高效率

科技创新，优化基础设施建设

全链路金融支持，提升项目开发效率

AI
云计算
大数据
5G

- **产品服务**：爱奇艺“线上项目评估”系统，优酷“观影情绪模拟”产品，腾讯视频“专辑用户画像”等功能，平台从项目前期创作到影片制作、平台分发、运营分析等全流程介入，推动影片创作更高效、更便捷。
- **技术革新**：超高速率、极低时延、广域链接、高移动性特点推动网络电影制片、发行、放映等环节变革，提升观影体验。

- **金融服务**：爱奇艺建立金融机构与内容制作方的连接，解决合作方的资金供给需求；针对票房有一定保障的影片，票房宝推出超前结算服务，上线前预支30%-50%的制作成本。
- **回款高效**：缩短网络电影合作方的结算周期，实现月结，最快可提升至周结，优质影片超前结算。

政策环境：政策支持、推动融合发展

✓ 2020年疫情推动网络电影行业进入加速发展新阶段，国家电影局、财政部、税务局等积极发布利好政策、动态，推动电影行业共克时坚。

2月 广电总局

《关于开展2020年网络视听节目季度评优工作的通知》

鼓励网络视听行业创作生产高质量视听内容，网络电影首次参与广电总局影视作品推优。

3月 广电总局

《关于开展2020年“网络视听节目精品创作传播工程”扶持项目评审的通知》

《中国飞侠》《我是警察之扫黑英雄》《飞夺泸定桥》《血骆驼》《绝对忠诚之国家利益》《重启》《红军故事》等入选。

4月 国家电影局

积极协调出台政策措施 推动电影行业纾困发展

积极组织优质片源，丰富电影网络供给，满足人民群众当前居家观影需求。

5月 财政部、税务总局

《关于电影等行业税费支持政策的公告》

对电影行业企业2020年度发生的亏损，最长结转年限由5年延长至8年；电影行业企业限于电影制作、发行和放映等企业，不包括通过互联网、电信网、广播电视网等信息网络传播电影的企业。2020全年免征文化事业建设费。

8月 国家电影局、中国科协

《关于促进科幻电影发展的若干意见》

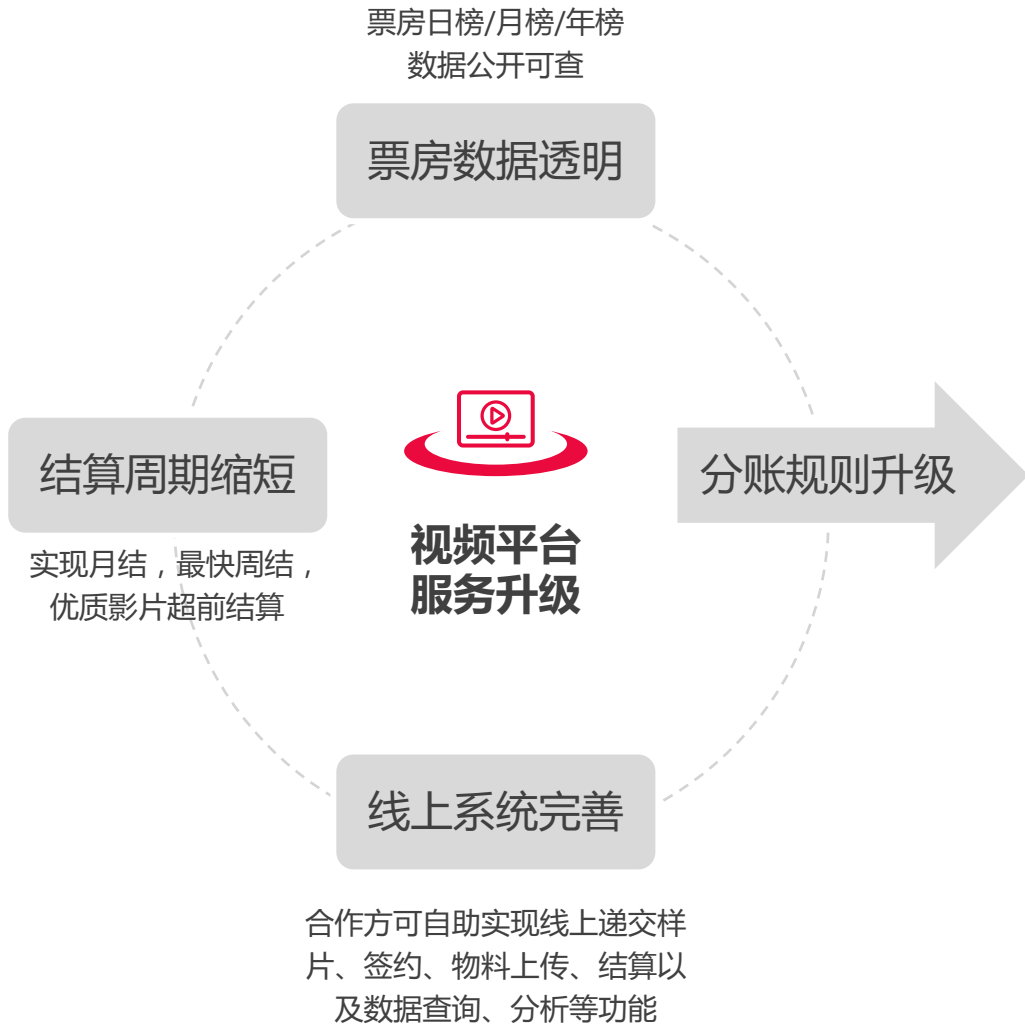
提出对科幻电影创作生产、发行放映、特效技术、财税支持、金融服务、人才培养、顾问服务等加强扶持引导的10条政策措施。

9月 广电总局

《关于做好重点网络影视剧制作成本配置比例情况报备的通知》

网络电影“演员片酬”正式纳入重点网络影视剧上线备案公示信息。

行业生态：平台升级、打造健康生态



爱奇艺

- 按照内容、广告两方面分成
- S、A+、A、B等级，S级可以点播分成
- 分账周期：S级点播期不少于2周，A+、A级6个月，B级3个月

新增S、A+级别，S级内容可应用单点付费模式；提高A+级单价，降低B级单价，取消C至E等级，淘汰尾部项目

腾讯视频

- 内容分成（有效观影人次：连续观影超5分钟）
- S+、S、A、B、C等级，单价最高4元
- 分账周期：独家6个月，非独家3个月

提高分账单价，增加营销资源配置，激励优质内容

优酷

- 内容分成（会员有效观影时长）
- S、A+、A、B、C等级，单价最高6元
- 分账周期：90天

新增A+级别，增加各级别推广资源，取消固定时长参数，激励优质内容



新
模
式

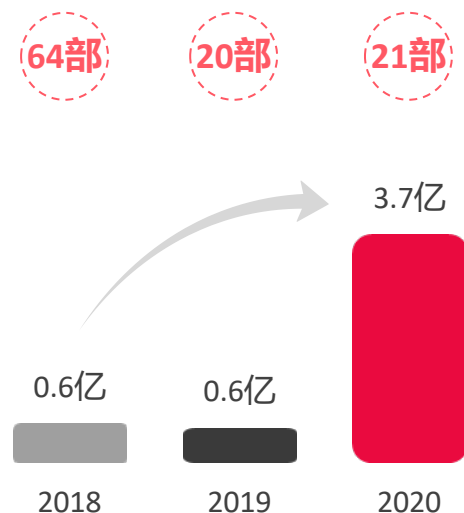
网络电影

快速成长 求新求变

发行模式：网络电影尝试拼播模式

- ✓ 2020年网络电影发行模式上取得新突破，部分投资规模较大的影片试水拼播模式。2020年拼播网络电影21部，正片有效播放3.7亿，拼播影片的累计正片有效播放市占率提升至4.8%。
- ✓ 奇树有鱼、项氏兄弟出品的《奇门遁甲》在爱腾同步上线；影纳文化、淘梦影业出品的《龙虎山张天师》爱腾优三平台联合发行；此外，云南爆笑江湖出品的《陈翔六点半之民间高手》在爱优采取PVOD全新发行模式同步上线，再次开拓了多平台联播发行模式。

拼播网络电影部数及正片有效播放



网络电影发行赛道升级



首部双平台分账

《奇门遁甲》
2020/03/19

分账票房高达5641万，刷新了网络电影票房新纪录



首部三平台分账

《龙虎山张天师》
2020/06/05

获三平台最高评级，开创首次联合播出网络电影先河



首部双平台PVOD

《陈翔六点半之民间高手》
2020/12/30

PVOD模式首度应用于网络电影IP

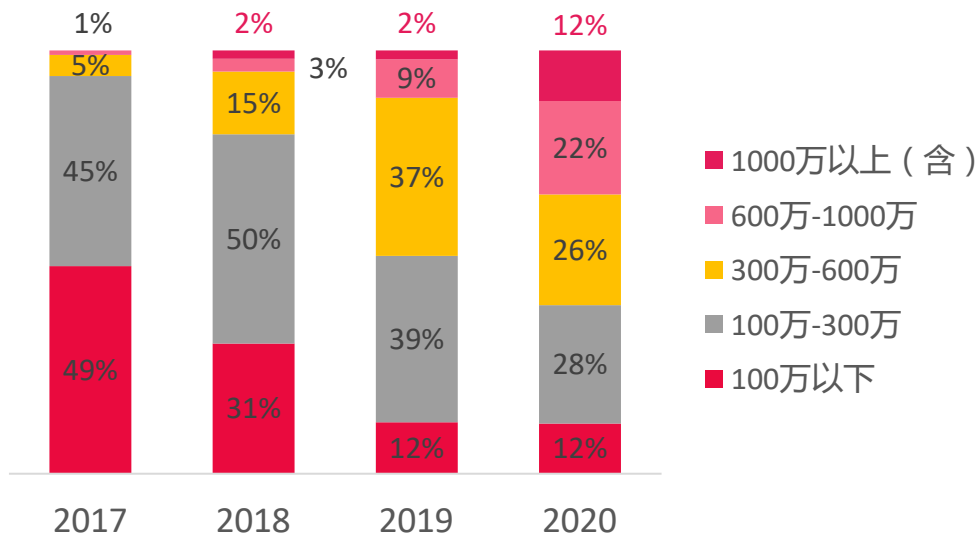
数据来源：云合数据、市场公开信息

数据说明：统计范围为历年拼播网络电影新片

创作模式：高成本助推精品化、工业化进程

- ✓ 网络电影已告别“低成本”时代，整体投入层级更为丰富，投资成本300万以下影片由51%缩减至40%，投资成本在600万以上的影片占比达34%。
- ✓ 2020年上新网络电影导演超720人，主要参演人员（番位前五）超2300人，其中在2019年参与网络电影制作的导演、演员比例分别为13%和19%；公司方面“网生+传统”组合格局形成，随着专业制作人才、演员进入，网络电影向影视工业化进程又迈进一步。

网络电影制作成本分布



专业化影视团队



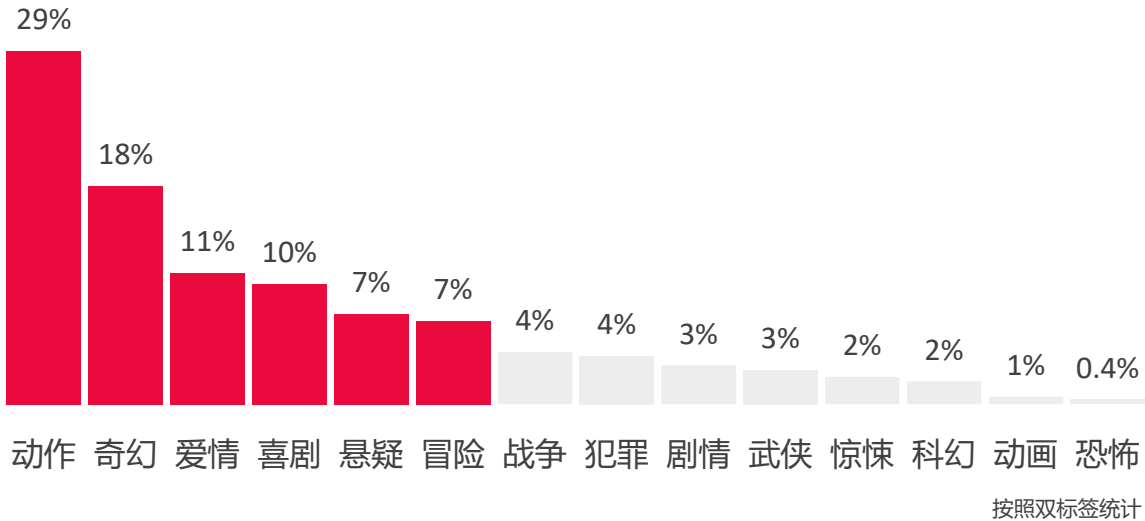
数据来源：云合数据、爱奇艺、腾讯视频、优酷

数据说明：统计范围为历年上新网络电影

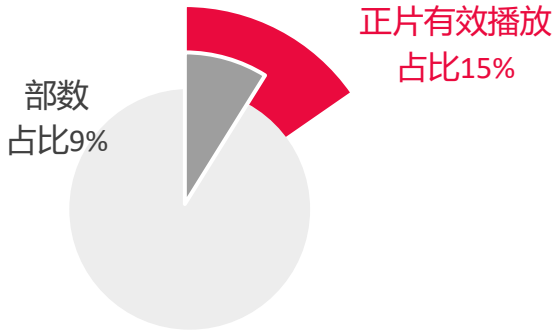
创作模式：内容多元化，现实题材再获新突破

- ✓ 2020年网络电影依旧围绕动作、奇幻、爱情、喜剧、悬疑、冒险等类型展开，正片有效播放占比均在5%以上；共119部网络电影在豆瓣开分，开分比例达15%。
- ✓ 2020年现实主义题材影片在数量及内容质量上均有较大突破，部数占比9%，正片有效播放占比达15%；《树上有个好地方》豆瓣评分8分，取得网络电影近年最高评分；《老大不小》以80万成本撬动563万分账，投资回报率高达703%；聚焦外卖群体的《中国飞侠》上线23天分账票房突破1500万，现实主义题材网络电影市场潜力进一步释放。

2020网络电影类型正片有效播放分布



2020年“现实主义”+“主旋律”
网络电影表现



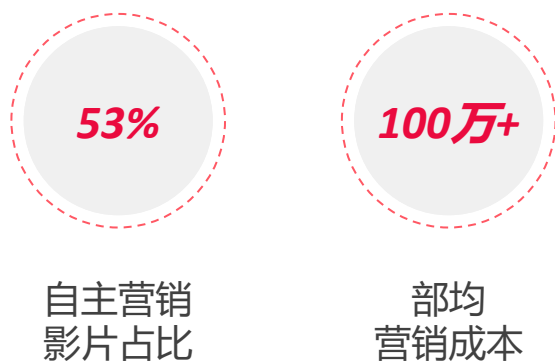
数据来源：云合数据、市场公开信息

数据说明：统计范围为2020年上新网络电影；现实主义网络电影定位为关注社会现实话题与人物，传达并引领主流价值观，弘扬革命历史与时代伟绩的影片，2020年共68部。

营销模式：预算扩增，平台资源加持

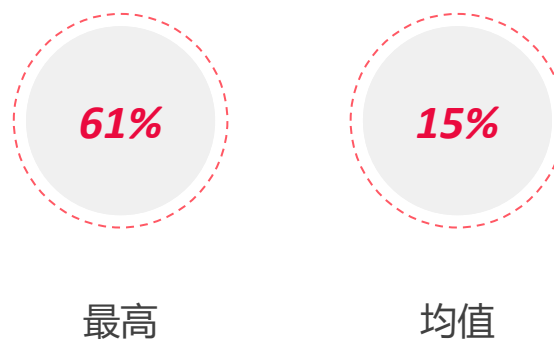
- ✓ 网络电影发行、创作结构升级的同时，营销也悄然升级。2020年全网半数以上的新片均进行自主营销，部均营销成本过百万；单部影片营销成本占总成本比例最高可达61%。
- ✓ 平台鼓励营销并对优质影片提供支持。爱奇艺对优质S级影片进行联合营销，专项投入百万级现金，贯穿影片全生命周期进行曝光和推广；腾讯视频发动院线级营销资源为重点力推项目提供流程支持和站外引流；优酷整合阿里生态资源，2020年累计为16部影片提供1:1宣发资源。

网络电影营销规模



网络电影营销成本占比

(营销成本/总成本)



数据来源：爱奇艺、腾讯视频、优酷、市场公开信息

数据说明：统计范围为2020年上新网络电影

营销模式：算法驱动精准曝光时代到来

- ✓ 网络电影的站内外营销均已趋向于算法驱动的精准曝光，2020年短视频营销成为重要的站外营销方式，但破千万票房影片的正片有效播放与抖音主话题播放相关性仅为33.37%，营销转化效果并不稳定。
- ✓ 相比来说，长视频平台站内营销效率更高，且仍有巨大增长空间：在影视剧综的协同作用下，平台构建站内流量体系，可实现真正的内循环；通过站内精细化运营，延长电影的生命周期，促进营销价值完全释放。

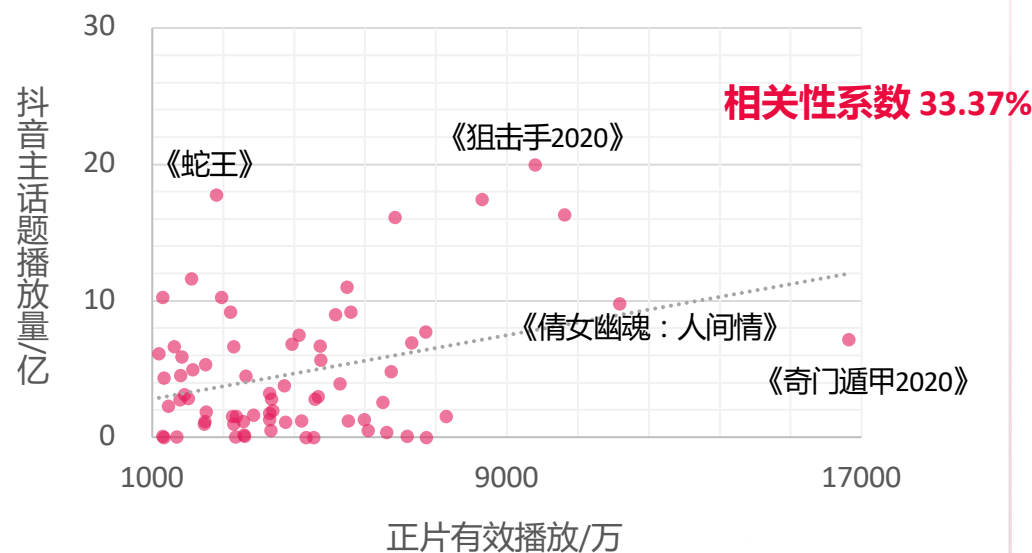
站内营销

平台持续优化算法
个性化推荐内容高效曝光
效果广告精准分发

站外营销

内容曝光与流量引导并重
形式多样，重视创意，长线推广
避免短视频过度曝光

分账票房破千万影片
正片有效播放及抖音主话题播放



数据来源：云合数据

数据说明：统计范围为2020年上新网络电影

回顾2020，展望2021

2020年电影行业面临了巨大挑战。在政策利好、平台扶持的环境下，网络电影对电影产业的贡献率提升，票房潜力进一步释放。分账票房破千万影片共79部，占全年上新影片数量的10%，部数较2019年翻一番，片方获得分账票房收益近14亿元，达到2020年院线电影市场片方分账票房收益的21%，网络电影已然成为中国电影产业的重要组成部分。

网络电影迈向了新阶段。2020年上新的769部网络电影中，26部影片的正片有效播放突破5千万，同比2019年增加15部；制作成本600万以上的影片数量占比达34%， “高质量”、“高成本”成为网络电影产业发展的必然趋势。视频平台竞争更加激烈，腾讯视频、优酷发布年度激励，以现金奖励优质电影，驱动内容生产。伴随着传统影视公司、专业制作团队及知名演员入局，网络电影赛道升级，“工业化”态势明朗。

2020年网络电影类型更加多元化，在政策及平台的双重鼓励下，现实主义题材影片在数量及内容质量上均有较大突破，68部影片的正片有效播放占比达15%，《奇袭·地道战》《中国飞侠》等影片分账票房陆续破千万，主流精品佳作频出。

回顾2020，展望2021

网络电影营销升级成为行业共识，2020年全网半数以上的新片进行自主营销，部均营销成本过百万，影片营销成本最高可达总成本的61%；以优质的影片内容为基础，精准营销与高效运营成为了网络电影票房增长的又一核心动力。

商业模式升级，从《奇门遁甲》到《龙虎山张天师》再到《陈翔六点半之民间高手》，更多影片走向拼播发行模式；从疫情期间院线电影选择网络首播到优质网络电影IP尝试单片付费，再到2021年初爱奇艺分账规则革新，新增单点付费的S级，PVOD模式走向主流，网络电影积极入场，D2C模式为网络电影产业发展提供了更多选择。

但产业精品化的进程中，网络电影的版权维护已刻不容缓。2020年爱奇艺、腾讯视频累计处理侵权链接70余万条，盗版侵蚀已给行业造成了无法预估的票房损失。2021年越来越多网络电影将以单片付费模式进行网络发行，而盗版对于影片票房的影响也将愈发严重，打击盗版迫在眉睫。在此呼吁政府相关部门重视网络电影盗版问题，全行业联手打击侵权行为，共建网络电影良性发展的健康生态。

2021

网络电影

砥砺前行

创作团队 (按姓名拼音字母排序)

总 顾 问 吴曼芳

总 策 划 韩志杰、李捷、杨向华

总 编 辑 常斌、陈晓华、李雪琳、宋佳、赵梦燃

撰写团队 云合数据：李红梅、郑云霞

数据支持 爱奇艺：李桦、孙雪
腾讯视频：宋爽、姚玲
优酷：吴毅婵、张琦
云合数据：姜景阳、李萨、刘浩、张伟

中国电影家协会网络电影工作委员会

联合发布：

