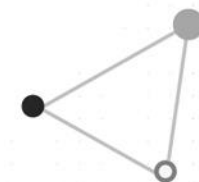




2021

第一季度中国电影市场报告

芝恩出品 2021年



目录 Contents

1

第一季度电影市场分析

2

第一季度电影放映市场分析

3

第一季度重点影片分析



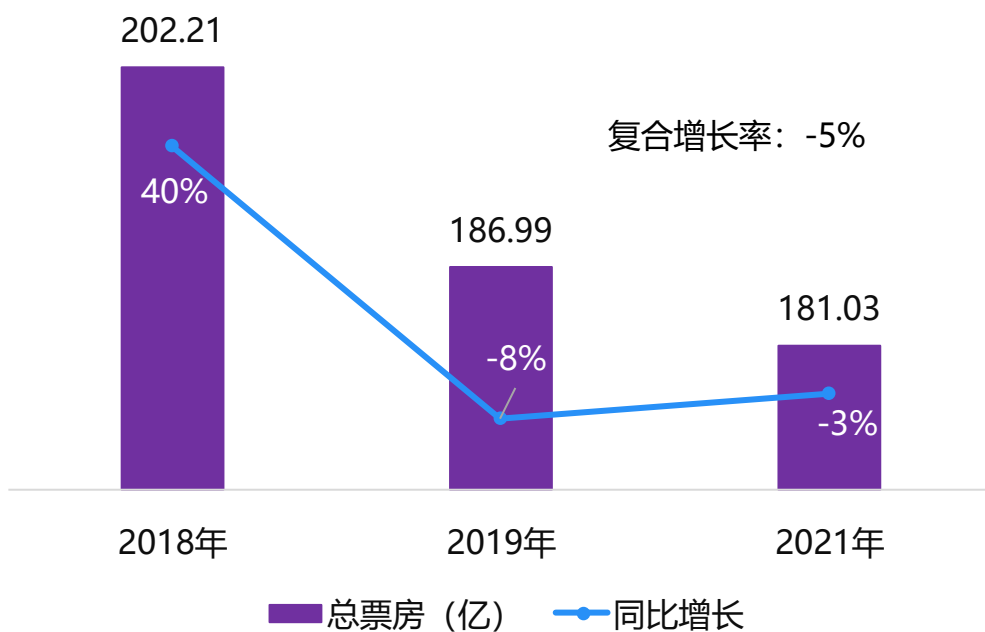
01

第一季度电影市场分析

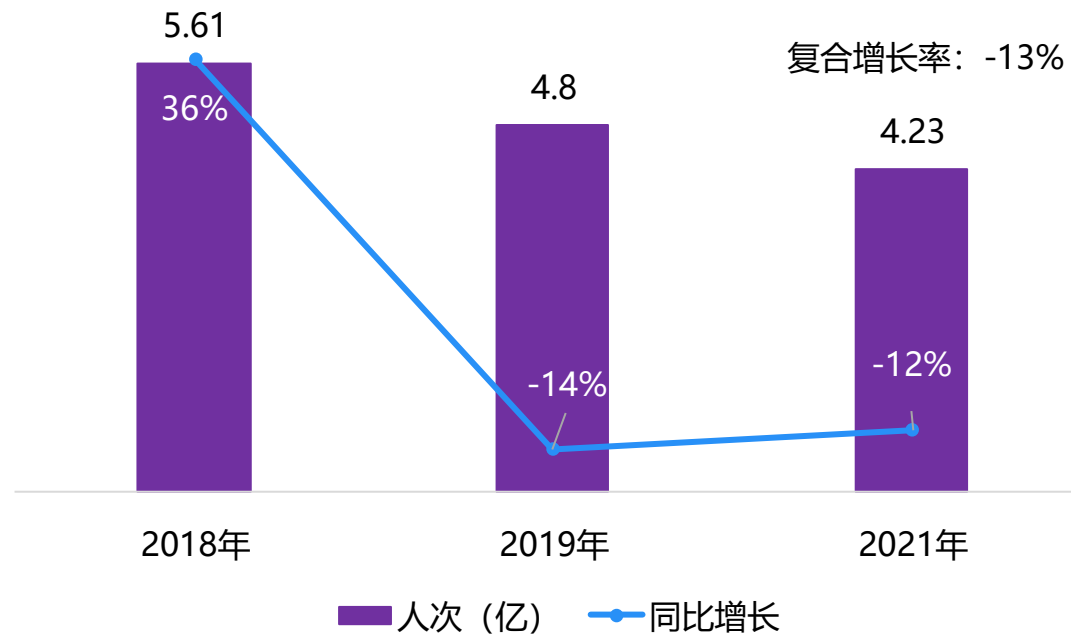
“后春节档” 影市低迷 Q1票房人次均同比下降

- 2021年春节档票房较2019年增长33%，创下新纪录，但“后春节档”的冷清较往年更甚。2021年Q1电影总票房定格181.03亿，较2019年减少3%，较2018年减少10%。
- 2021年春节档观影人次达1.6亿，同比增加21%。第一季度观影人次达4.23亿，较2019年减少12%，较2018年的5.61亿减少25%。

近三年Q1电影票房及同比增长

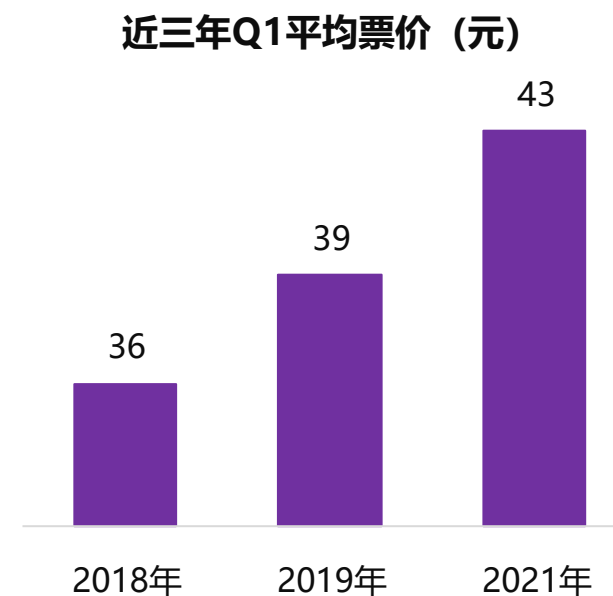
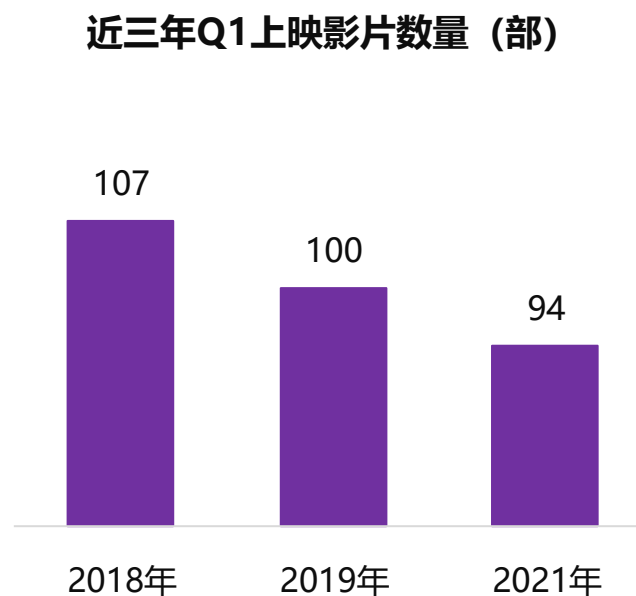
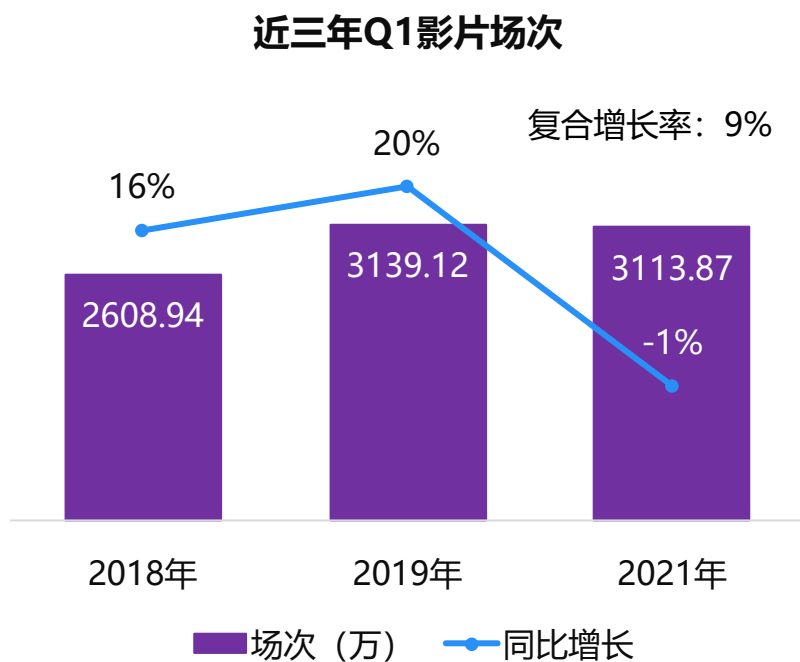


近三年Q1观影人次及同比增长



Q1上映影片数量少于百部 平均票价连续三年增加

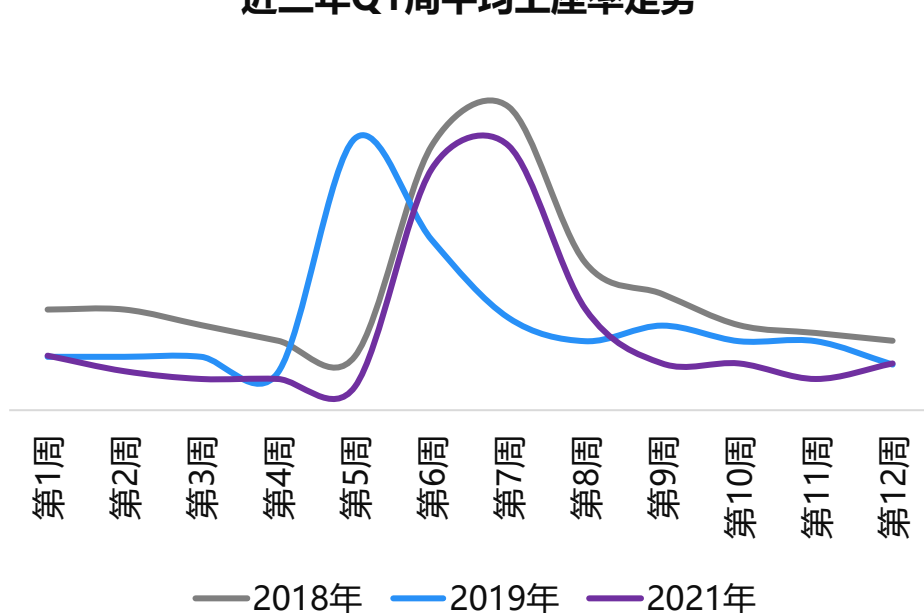
- 2021年第一季度场次3113.87万，比2019年同期略有下降，较2018年相比，复合增长率达9%。
- 2021年第一季度上映影片数量为94部，较2019年和2018年同期均有下降。第一季度上映影片数量连续三年呈下降趋势。
- 2021年第一季度的平均票价为43元，较2018年增长19%，较2019年增长10%。第一季度票价连续三年呈增长趋势。



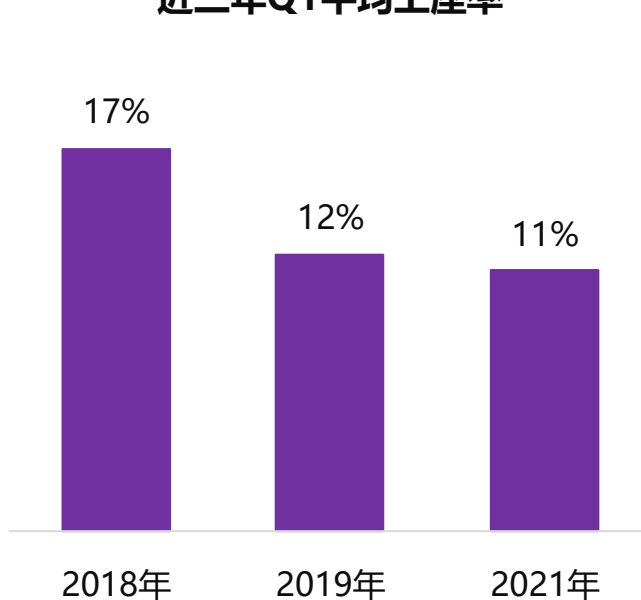
上座率创近三年新低 进口片市场表现差强人意

- 2021年第一季度平均上座率为11%，与2018和2019年相比，呈现连续下降趋势。从周平均上座率来看，2021年整个第一季度周上座率都低于2018年，且在春节档的高峰之后急速回落。
- 春节档进口片的缺席，以及“后春节档”市场的持续低迷，导致进口片在整个第一季度的表现差强人意，2021年第一季度进口影片票房占比仅达9%，国产片票房占比高达91%。

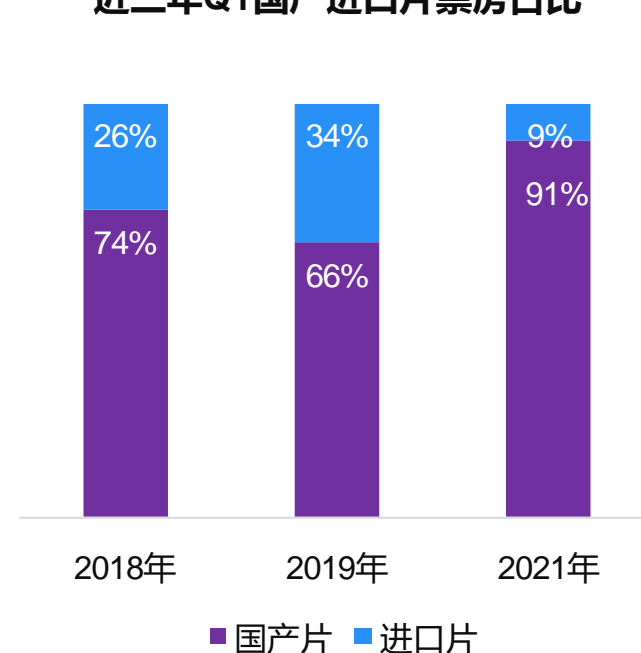
近三年Q1周平均上座率走势



近三年Q1平均上座率



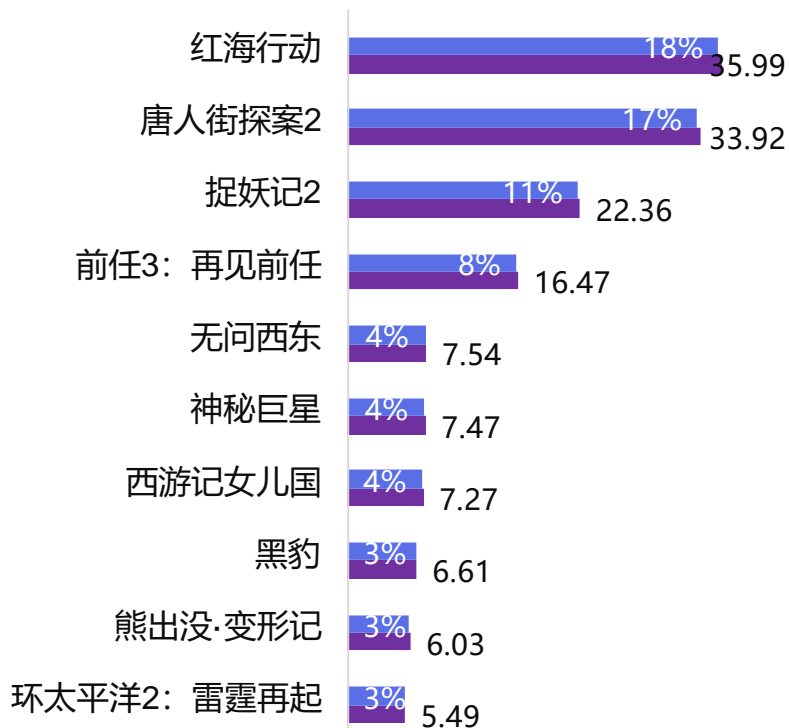
近三年Q1国产进口片票房占比



头部影片体量持续增大 腰部影片市场表现不达预期

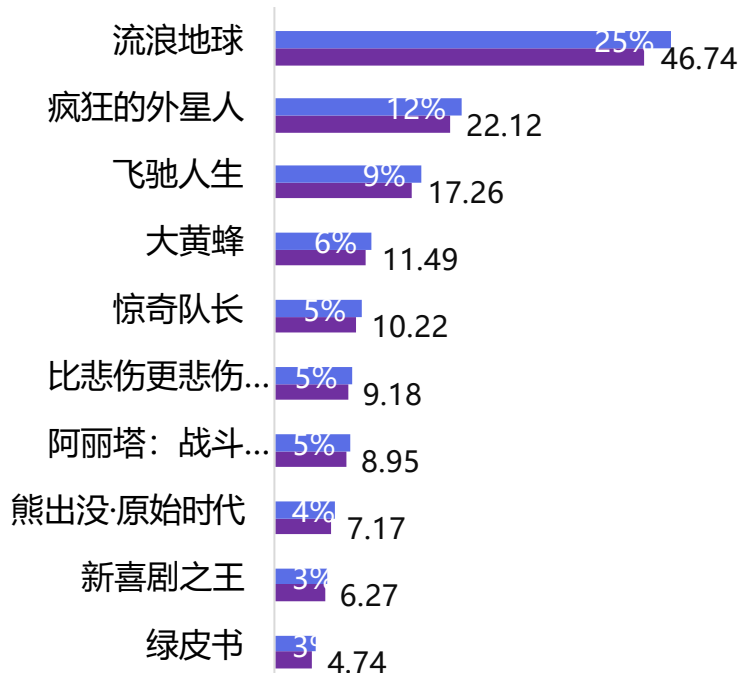
- 从近三年Q1TOP10影片来看，头部影片的单部体量较往年有所增加。
- 头部影片占去大部分市场份额之后，留给腰部影片的市场空间则明显不足，《刺杀小说家》和《人潮汹涌》等腰部影片市场表现不达预期。

2018年Q1TOP10影片票房及占比



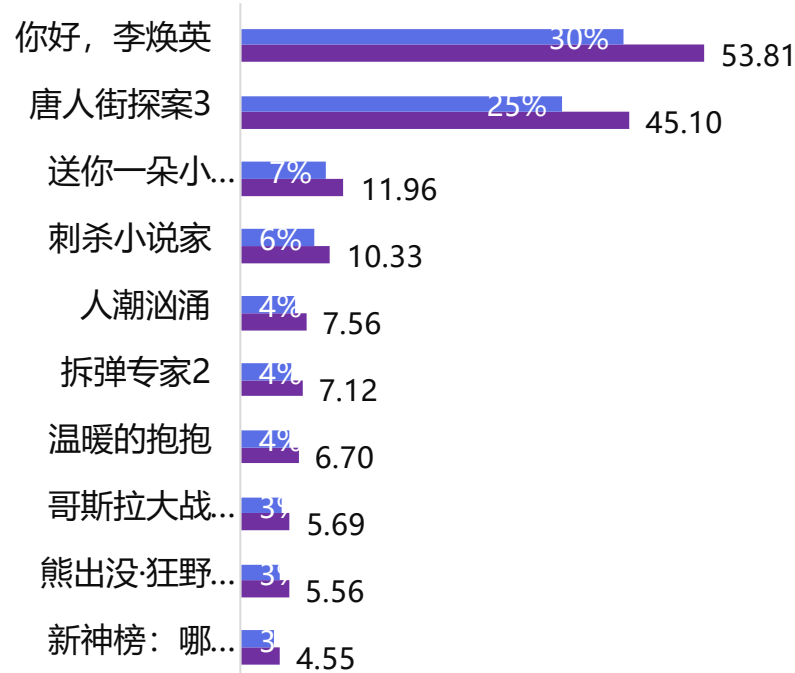
■ 票房 (亿) ■ 票房占比

2019年Q1TOP10影片票房及占比



■ 票房 (亿) ■ 票房占比

2021年Q1TOP10影片票房及占比



■ 票房 (亿) ■ 票房占比



02

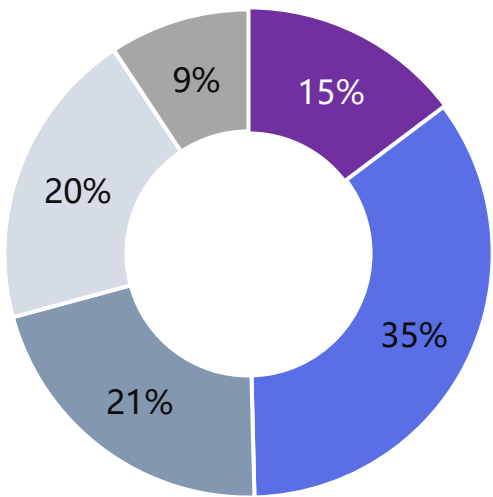
第一季度电影放映市场分析

二三四线城市贡献近8成票房 华北中南票房份额近7成



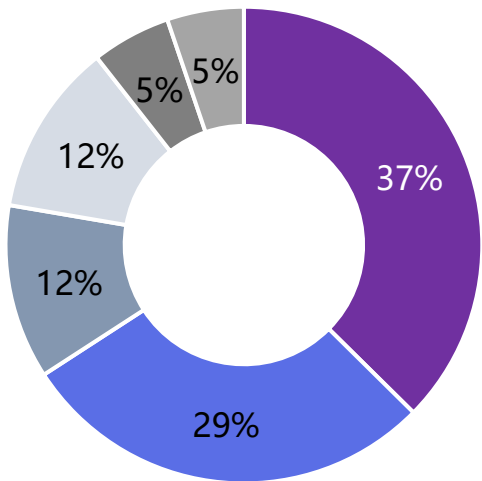
- 2021年Q1贡献票房最多的二线城市占比35%，三线和四线城市各贡献21%和20%票房。二三四线城市票房占比近8成。
- 各地区中，华东地区票房占比最高，为37%，其次为中南地区的29%。华北地区和西南地区均贡献12%的票房。

2021年Q1各级别城市票房分布



■ 一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线城市 ■ 四线城市 ■ 五线城市

2021年Q1各地区票房分布



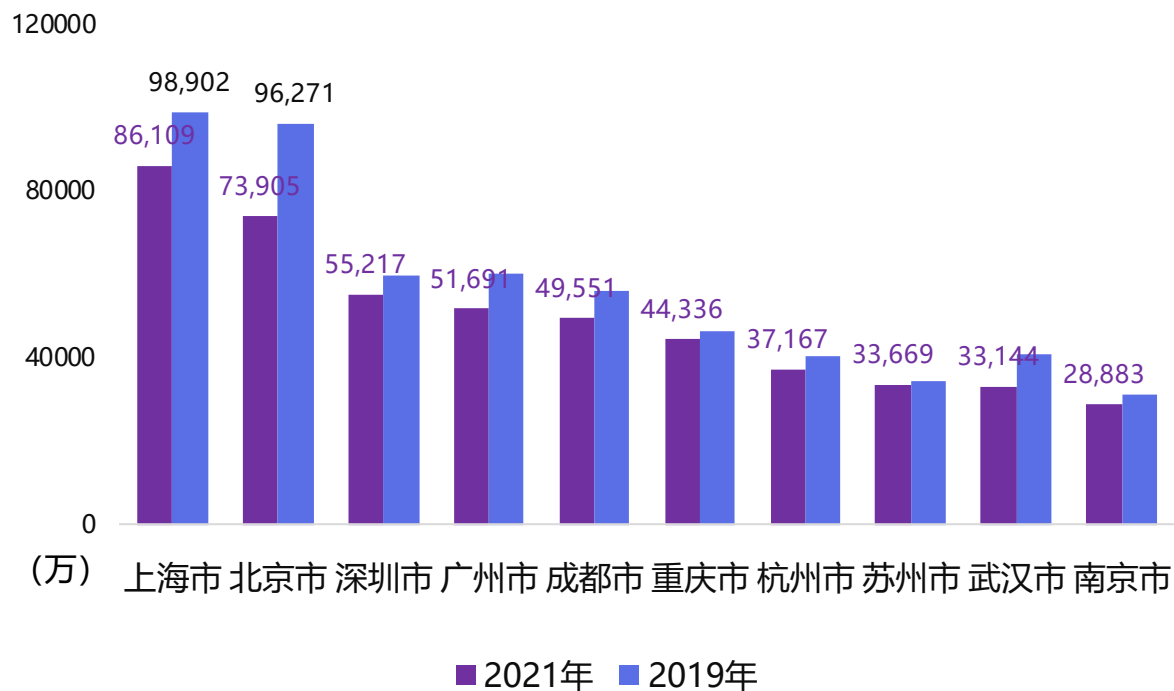
■ 华东地区 ■ 中南地区 ■ 华北地区
■ 西南地区 ■ 东北地区 ■ 西北地区

数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2021.01.01-2021.03.31 数据包含服务费

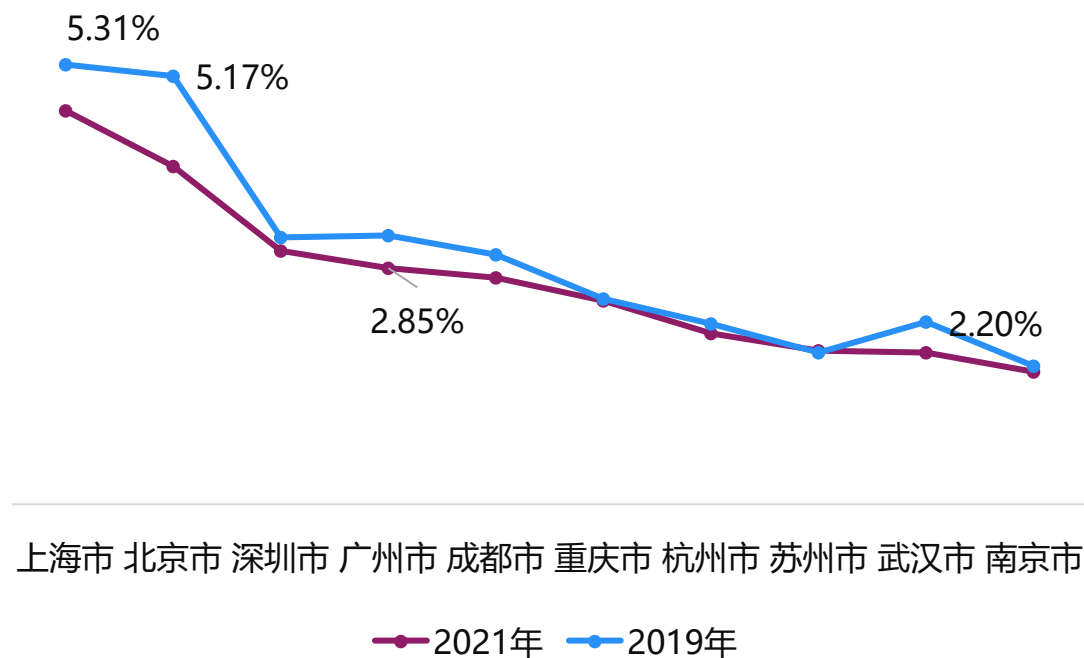
Q1北上票房体量缩减超1亿元 TOP10城市票房均减少

- 2021年上海市和北京市票房分别为8.61和7.40亿，比2019年同期均减少超1亿。广州市，成都市和武汉市票房下降也较多。
- 2021年票房TOP10城市票房与2019年相比，均出现下滑趋势。

2021年Q1TOP10城市票房及2019年Q1对比



2021年Q1TOP10城市票房占比及2019年Q1对比

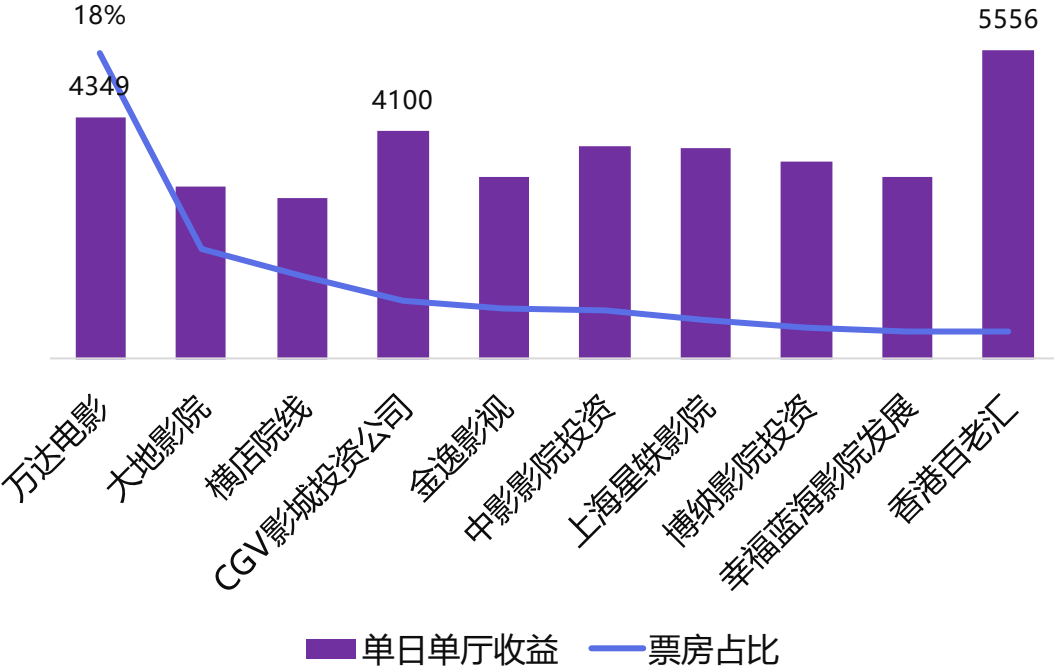


万达电影票房占比近2成 大地银幕数量近7千

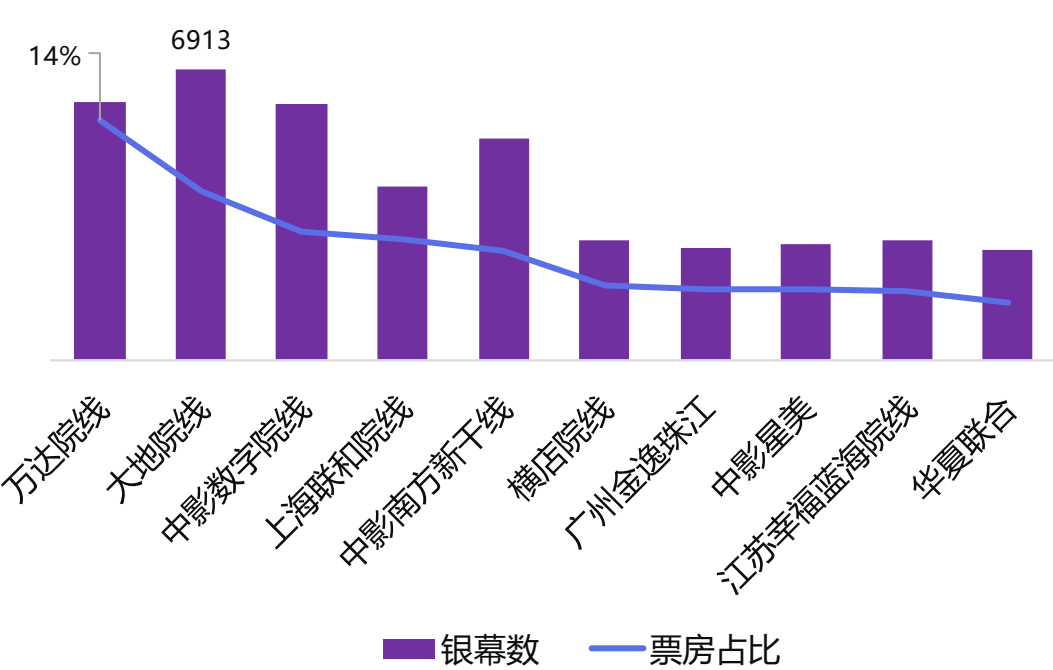


- 2021年第一季度票房TOP10影投中，万达电影位居首位，票房占比18%，其次为大地影院和横店院线。万达电影的单日单厅收益也较高，仅次于香港百老汇，其次为CGV影城投资公司。
- TOP10院线中，万达院线票房占比14%。银幕数最多的为大地院线，拥有6913块银幕。

2021年Q1TOP10影投票房占比及单日单厅收益



2021年Q1TOP10院线票房占比及单日单厅收益



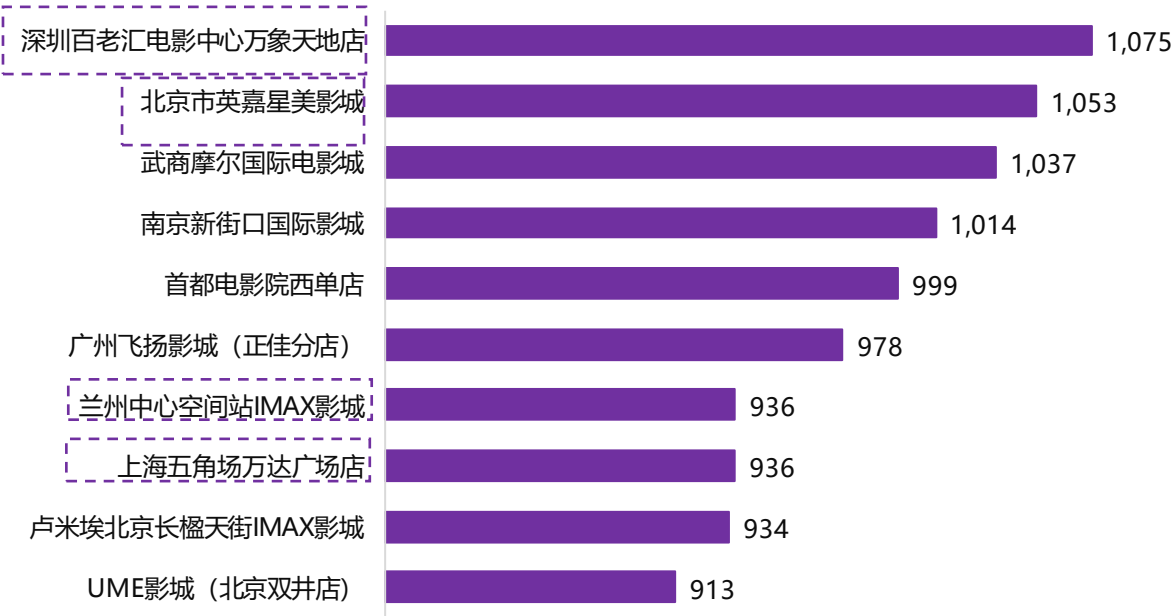
数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2021.01.01-2021.03.31 数据不含服务费

TOP10影院更新换代 整体票房大幅减少

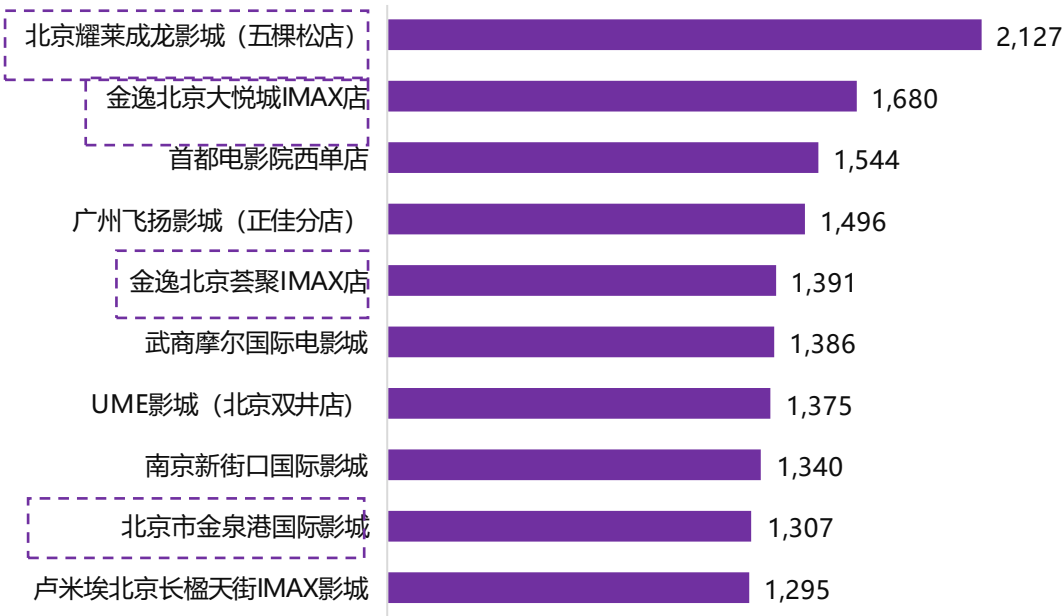


- 2021年北京4家影院从票房TOP10榜单上消失，数量从2019年7家下滑至2021年4家。
- 2021年Q1的TOP1深圳百老汇电影中心万象天地店票房仅有1075万，仅为2019年Q1TOP1的一半。

2021年Q1票房（万） TOP10影院



2019年Q1票房（万） TOP10影院



数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2021.01.01-2021.03.31 数据不含服务费



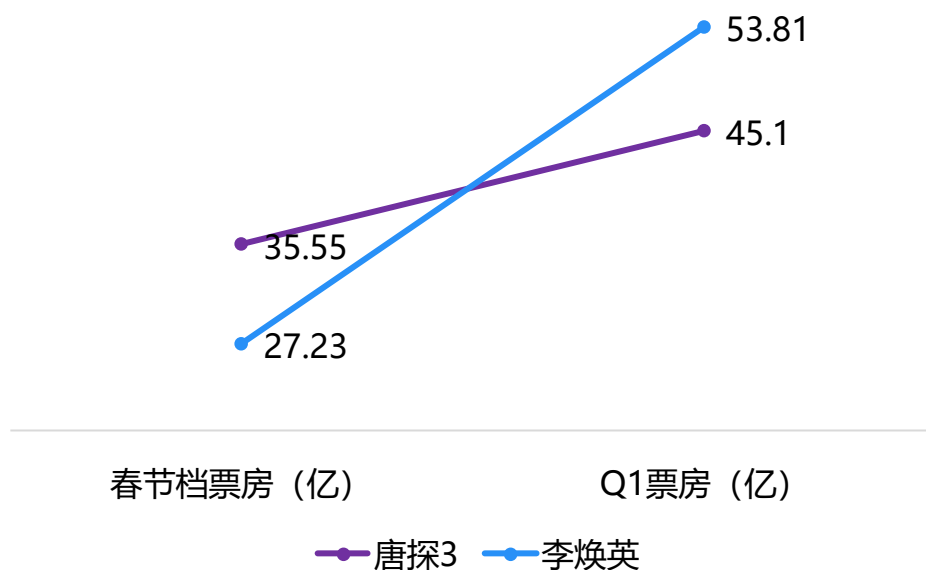
03

第一季度重点影片分析

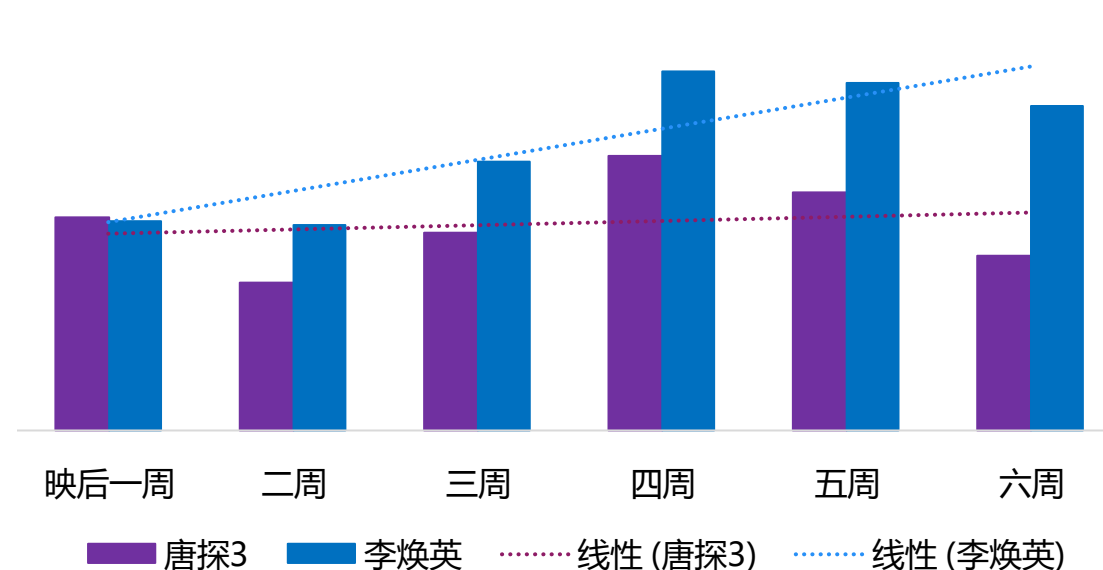
《李焕英》：长尾效应持续，后春节档票房实现翻番

- 春节档票房双霸《唐人街探案3》和《你好，李焕英》在“后春节档”发挥余威，前者票房增加10亿，后者几乎实现翻番。
- 《李焕英》一线城市的票房占比不断增加，由第一周的12%，增加到第4周的16%，均值维持在15%左右。

《唐探3》《李焕英》Q1票房



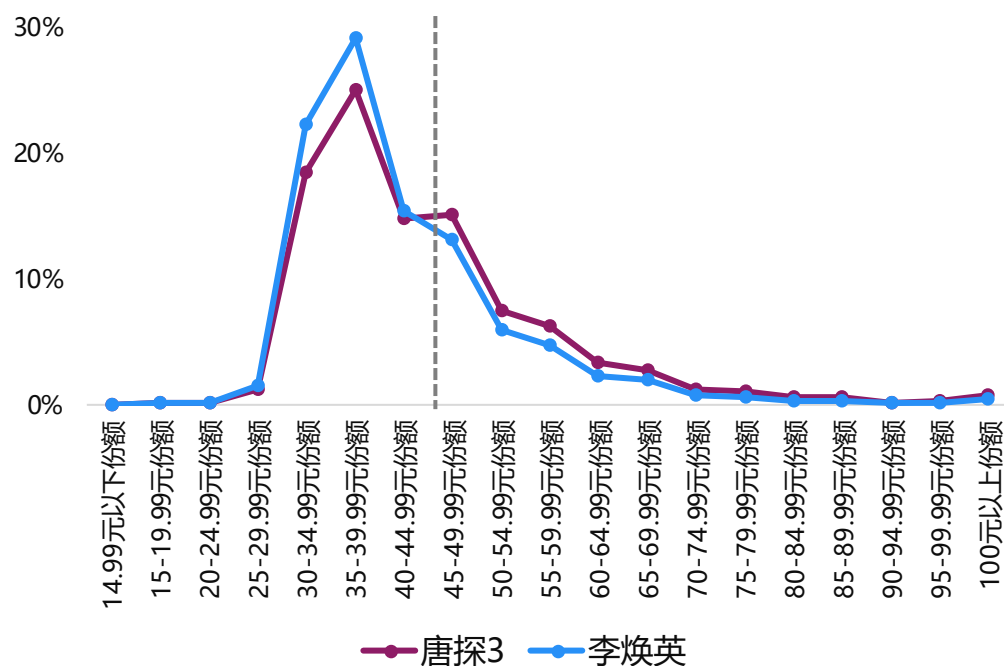
《唐探3》《李焕英》映后七周一线城市票房占比走势



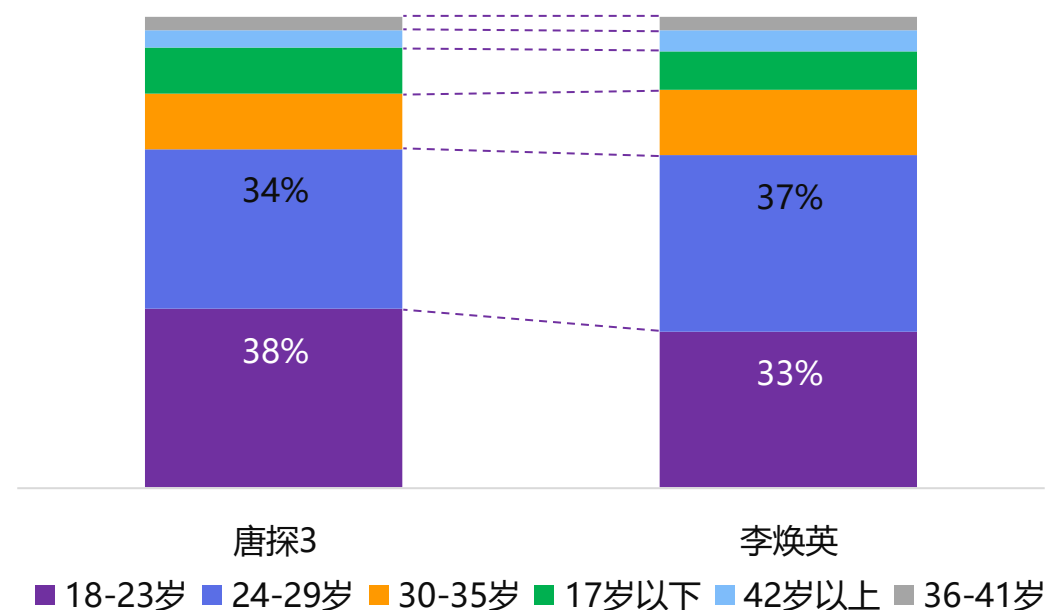
《唐探3》：大IP大明星加持高价策略，助力影片实现预期

- 受益于IP影响力及多位国际知名影星加持，《唐探3》凭借高价策略致胜，其40元以上的票房区间占比达55%超过《李焕英》的47%。
- 《唐探3》最主要的观众年龄层为18-23岁，占比38%，其次为24-29岁。

《唐探3》和《李焕英》票价区间分布



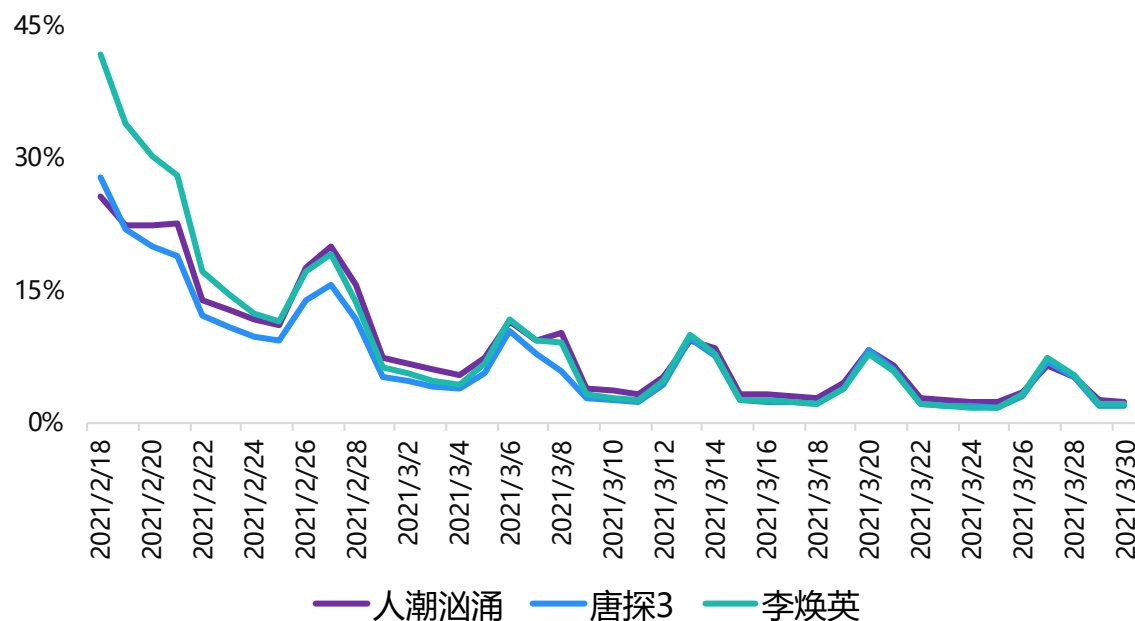
《唐探3》和《李焕英》观众年龄层分布



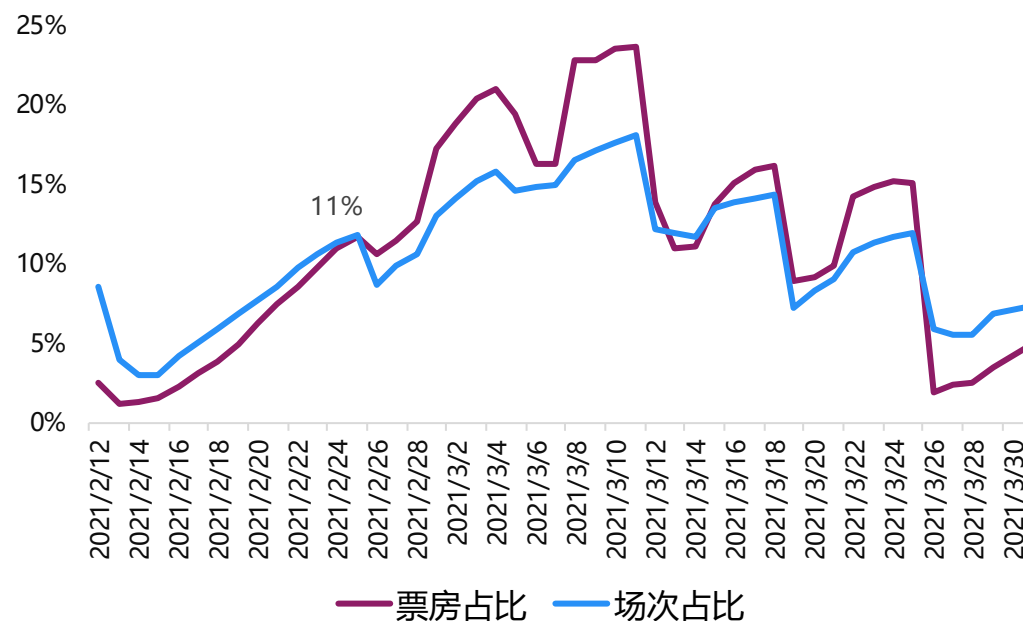
《人潮汹涌》：口碑发酵 后春节档票房逆袭

- 在春节档“人潮汹涌”的竞争阵容中，影片《人潮汹涌》并没有占有先机，导演不断在微博上乞求增加排片行为带来的热度，以及影片优质的内容，良好的口碑，使其在“后春节档”实现了逆袭。《人潮汹涌》于春节档刚结束的2月19日，上座率就超过了《唐探3》，在2月24日实现了对《李焕英》上座率的赶超，并且这一走势一直持续到3月的最后一天。

春节档后《人潮汹涌》《唐探3》《李焕英》上座率走势



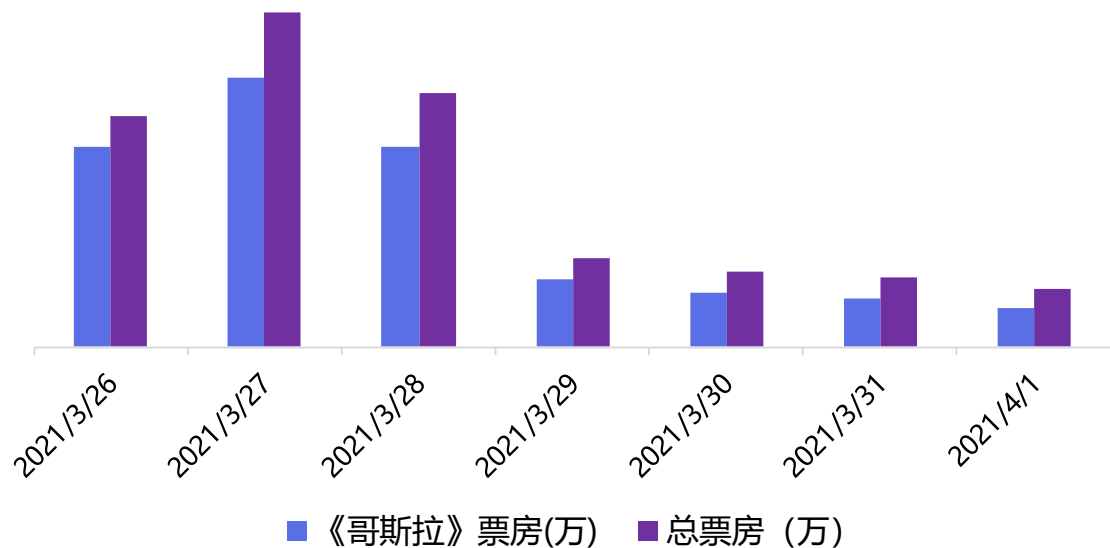
《人潮汹涌》上映后票房占比和场次占比变化



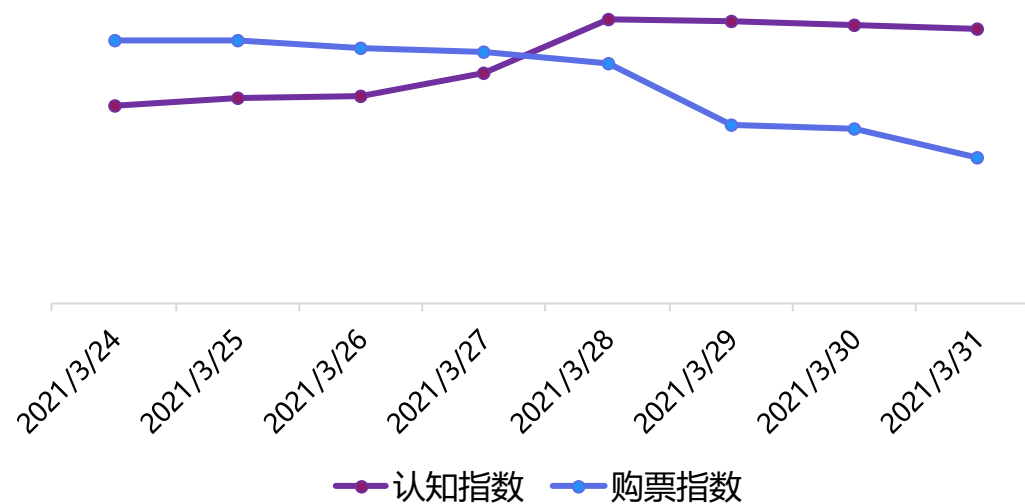
《哥斯拉》：打破三月低迷市场态势 认知指数不断升高

- 怪兽大片《哥斯拉大战金刚》激活了3月冷清的电影市场。映前的前一周末，日均票房产出1亿，而非周末单日票房仅在2000万级别。《哥斯拉》上映的当天，票房达到1.37亿，总票房为1.58亿，在3月的最后一周取得5.74亿的票房成绩。
- 随着影片上映，《哥斯拉》的认知指数在不断提升，由上映前的6.51上升到3月28的9.34，其购票指数则在不断走低。4月初的清明档期，有《我的姐姐》《明天会好的》《第十一回》《来都来了》和《西游记之再世妖王》等多部竞品上映，《哥斯拉》票房走势如何还面临诸多未知。

《哥斯拉大战金刚》上映后票房及当天总票房



《哥斯拉大战金刚》认知、购票和口碑指数走势



报告说明与免责声明



本次报告研究说明：

□数据来源：艺恩电影智库。

□数据选取周期：如无特别说明，数据统计周期均为2021年1月1日-2021年3月31日。

□名词释义：本报告重点分析2021年第一季度电影市场变化，数据包含2021年在中国电影院线上映的新片。

认知指数:覆盖于电影制作发行全阶段，用于测量影片的宣传覆盖基础，对影片覆盖人群规模和认知情况进行数据和趋势统计，用于帮助发行方跟踪测量影片宣传营销效果以及时调整营销策略，是影片能否取得预期票房区间的重要基础，也将影响到影院排片场次的多寡。根据各维度的可靠性和有效性，认知指数算法用10分制的方式呈现受众对影片的认知水平，数据由搜索指数、新闻数量、微博指数等分项构成。

免责声明

艺恩ENDATA报告所提供的数据来源于艺恩数据库、大数据采集、用户调研、专家调研、模型预估以及行业公开和市场公开数据分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性，艺恩ENDATA力求但不保证所提供数据信息的完全准确性，依据上述方法所估算、分析得出的结论仅供参考，艺恩ENDATA不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。公司不保证报告中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，公司可能会发出与本报告所载资料、数据、观点和推测不一致的研究报告。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与艺恩ENDATA无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

版权声明

本报告由艺恩ENDATA制作，报告中文字、图片、表格等受中国知识产权法等法律保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归艺恩ENDATA所有。报告中所引用的第三方数据版权归原作者或机构所有，艺恩ENDATA不承担任何责任或义务，仅供用户参考。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》和其他法律法规的规定，最终解释权归艺恩ENDATA所有。



www.endata.com.cn

