

2018年中国在线电影票务行业分析报告- 市场深度分析与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国在线电影票务行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/332038332038.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

猫眼和微影时代合并成立“新猫眼”后，行业形成两大寡头垄断的格局。据易观智库2017年第三季度电影数据，猫眼微影占市场份额52.50%，淘票票占34.44%，两大巨头行业市占率超过85%，在线票务市场已经成为“新猫眼”和淘票票两大玩家PK的战场。

一、用户PK：两巨头行业领跑，新猫眼扩大优势

在用户使用量方面，据有关数据显示，2017年7月猫眼电影以526.9万月活跃用户领跑在线票务市场，淘票票以436.9万用户紧居其后；日活跃用户方面，淘票票实现了对猫眼的反超，以47万用户领先。从App Annie公布的iPhone用户娱乐类APP客户端历史下载排名变化情况来看，淘票票下载排名较稳定，且在2016年以来相对领先与猫眼。虽然面对淘票票的反击，猫眼的领先优势出现下滑。但考虑合并微影时代后，猫眼获得“娱票儿”、“格瓦拉”2大平台用户，新猫眼的领先优势将进一步扩大。

图表：2017年7月电影票务APP用户规模TOP10

图表：猫眼app在中国iphone客户端娱乐类app历史下载排名情况
图表：淘票票app在中国iphone客户端娱乐类app历史下载排名情况

二、战略PK：新猫眼尝试全产业链拓展，淘票票攫取流量重视宣发

猫眼：细节切入服务专业化，布局全产业链。2015年猫眼独立运作以来，在前期的积累和母公司美团网的资源之下，猫眼一直处于行业龙头地位。猫眼一直致力于解决电影全产业链的痛点，在与微影合并后，猫眼从细节切入追求服务的专业化，并逐渐拓展业务范围，布局全产业链。为此，猫眼以电影宣发和在线票务为核心，向上下游产业链延伸；在维护好其在票务市场地位的同时，逐步由电影联合制作、发行延伸到主控制作、发行等领域；并针对C端影院开发猫眼专业版、猫眼影院营销系统大数据等，提供精准化营销服务。

淘票票：入局较晚持续票补攫取流量，宣发环节跃居行业第一。阿里影业2017年上半年净亏损4.85亿元，相较于2016年同期4.66亿元，亏损进一步扩大，亏损增加的主要原因之一是淘票票的巨额票务补贴费用。淘票票2014年底才真正进入在线票务领域，借助阿里在文娱领域的战略布局和业务扩张，依靠巨额票补迅速攫取流量、抢占市场，成长为在线票务市场又一龙头。

在电影产业中，淘票票在中游宣发领域内已成为翘楚：根据阿里影业半年报，2017年上半年以淘票票为核心的互联网宣发业务收入9.139亿元，同比增长331%；淘票票参与出品、发行的影片总共9部，协助推广和联合推广的影片2部，累计票房超过73亿元，位居行业第一。基于淘票票在阿里影业集团中所扮演的角色，我们预计公司将继续发挥其中游宣发领域的业务优势，全面协助阿里文娱拓展全产业链上下游布局。

图表：阿里影业2017年上半年盈利情况
图表：阿里影视互联网宣发板块2017年上半年收入情况

三、入口PK：腾讯阿里巨头流量之争

猫眼与微影合并后，微信钱包和QQ钱包的入口转让至猫眼，新猫眼形成强大的生态流量体系。与此同时，淘票票也获得支付宝、蚂蚁应用、口碑APP、高德地区、淘票票APP等入口，与猫眼形成竞争。在流量为王的时代，在线票务市场对流量的增强将愈加激烈，而猫眼与淘票票的流量之争也将是背后两大互联网巨头腾讯与阿里之间的战争。

图表：新猫眼、淘票票生态流量体系对比

综合来看，根据易观报告显示，猫眼与微影时代合并之后市场占有率达52.50%，远高于淘票票的34.44%；用户方面尽管淘票票将持续采取票补政策，但是猫眼的领先地位尚未改变，且与微影时代合并后的领先优势短期仍将存在；我们认为未来猫眼将继续扩大对全产业链领域的探索，淘票票将继续做大互联网宣发环节，深耕产业链中游。目前猫眼已经开始实现盈利，淘票票仍处于亏损阶段。综合来看猫眼凭借多年深耕以及与微影时代的强强联合，目前已取得一定竞争优势，但是两者竞争依旧非常激烈，我们认为在线票务市场双寡头垄断格局将在短期内维持相对稳定。

图表：猫眼时代与淘票票的竞争分析 图表：猫眼和淘票票各项对比分析表

观研天下发布的《2018年中国在线电影票务行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、在线电影票务T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国在线电影票务行业发展概述

第一节 在线电影票务行业发展情况概述

一、在线电影票务行业相关定义

二、在线电影票务行业基本情况介绍

三、在线电影票务行业发展特点分析

第二节 中国在线电影票务行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、在线电影票务行业产业链条分析

三、中国在线电影票务行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国在线电影票务行业生命周期分析

一、在线电影票务行业生命周期理论概述

二、在线电影票务行业所属的生命周期分析

第四节 在线电影票务行业经济指标分析

一、在线电影票务行业的赢利性分析

二、在线电影票务行业的经济周期分析

三、在线电影票务行业附加值的提升空间分析

第五节 中国在线电影票务行业进入壁垒分析

一、在线电影票务行业资金壁垒分析

二、在线电影票务行业技术壁垒分析

三、在线电影票务行业人才壁垒分析

四、在线电影票务行业品牌壁垒分析

五、在线电影票务行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球在线电影票务行业市场发展现状分析

第一节 全球在线电影票务行业发展历程回顾

第二节 全球在线电影票务行业市场区域分布情况

第三节 亚洲在线电影票务行业地区市场分析

一、亚洲在线电影票务行业市场现状分析

二、亚洲在线电影票务行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲在线电影票务行业市场前景分析

第四节 北美在线电影票务行业地区市场分析

一、北美在线电影票务行业市场现状分析

二、北美在线电影票务行业市场规模与市场需求分析

三、北美在线电影票务行业市场前景分析

第五节 欧盟在线电影票务行业地区市场分析

一、欧盟在线电影票务行业市场现状分析

二、欧盟在线电影票务行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟在线电影票务行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界在线电影票务行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球在线电影票务行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国在线电影票务产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国在线电影票务行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国在线电影票务产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、在线电影票务环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国在线电影票务行业运行情况

第一节 中国在线电影票务行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国在线电影票务行业市场规模分析

第三节 中国在线电影票务行业供应情况分析

第四节 中国在线电影票务行业需求情况分析

第五节 中国在线电影票务行业供需平衡分析

第六节 中国在线电影票务行业发展趋势分析

第五章 中国在线电影票务所属行业运行数据监测

第一节 中国在线电影票务所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国在线电影票务所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

第三节 中国在线电影票务所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国在线电影票务市场格局分析

第一节 中国在线电影票务行业竞争现状分析

- 一、中国在线电影票务行业竞争情况分析
- 二、中国在线电影票务行业主要品牌分析

第二节 中国在线电影票务行业集中度分析

- 一、中国在线电影票务行业市场集中度分析
- 二、中国在线电影票务行业企业集中度分析

第三节 中国在线电影票务行业存在的问题

第四节 中国在线电影票务行业解决问题的策略分析

第五节 中国在线电影票务行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国在线电影票务行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国在线电影票务行业消费特点

第二节 中国在线电影票务行业消费偏好分析

- 一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 在线电影票务行业成本分析

第三节 在线电影票务行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第四节 中国在线电影票务行业价格现状分析

第五节 中国在线电影票务行业平均价格走势预测

一、中国在线电影票务行业价格影响因素

二、中国在线电影票务行业平均价格走势预测

三、中国在线电影票务行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国在线电影票务行业区域市场现状分析

第一节 中国在线电影票务行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地在线电影票务市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区在线电影票务市场规模分析

四、华东地区在线电影票务市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区在线电影票务市场规模分析

四、华中地区在线电影票务市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区在线电影票务市场规模分析

第九章 2015-2017年中国在线电影票务行业竞争情况

第一节 中国在线电影票务行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国在线电影票务行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国在线电影票务行业竞争环境分析（在线电影票务T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 在线电影票务行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国在线电影票务行业发展前景分析与预测

第一节 中国在线电影票务行业未来发展前景分析

一、在线电影票务行业国内投资环境分析

二、中国在线电影票务行业市场机会分析

三、中国在线电影票务行业投资增速预测

第二节 中国在线电影票务行业未来发展趋势预测

第三节 中国在线电影票务行业市场发展预测

一、中国在线电影票务行业市场规模预测

二、中国在线电影票务行业市场规模增速预测

三、中国在线电影票务行业产值规模预测

四、中国在线电影票务行业产值增速预测

五、中国在线电影票务行业供需情况预测

第四节中国在线电影票务行业盈利走势预测

一、中国在线电影票务行业毛利润同比增速预测

二、中国在线电影票务行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国在线电影票务行业投资风险与营销分析

第一节 在线电影票务行业投资风险分析

一、在线电影票务行业政策风险分析

二、在线电影票务行业技术风险分析

三、在线电影票务行业竞争风险分析

四、在线电影票务行业其他风险分析

第二节 在线电影票务行业企业经营发展分析及建议

一、在线电影票务行业经营模式

二、在线电影票务行业销售模式

三、在线电影票务行业创新方向

第三节 在线电影票务行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国在线电影票务行业发展策略及投资建议

第一节 中国在线电影票务行业品牌战略分析

一、在线电影票务企业品牌的重要性

二、在线电影票务企业实施品牌战略的意义

三、在线电影票务企业品牌的现状分析

四、在线电影票务企业的品牌战略

五、在线电影票务品牌战略管理的策略

第二节中国在线电影票务行业市场的关键客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国在线电影票务行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国在线电影票务行业发展策略及投资建议

第一节 中国在线电影票务行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国在线电影票务行业定价策略分析

第二节 中国在线电影票务行业营销渠道策略

一、在线电影票务行业渠道选择策略

二、在线电影票务行业营销策略

第三节 中国在线电影票务行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国在线电影票务行业重点投资区域分析

二、中国在线电影票务行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/332038332038.html>