

2018年中国在线票务行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势研究

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年中国在线票务行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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/hulianwang/340830340830.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

2017年9月，猫眼、微影时代宣布合并。根据光线传媒发布的公告，猫眼将进行增资扩股，而微影时代以其持有的微格时代100%股权作价39.74亿元分两次注入猫眼，第一次以微格时代估值中的37.71亿元取得猫眼27.59%股权，第二次由猫眼视情况增发；林芝利新以其持有的瑞海方圆100%股权作价8.97亿元增资猫眼，取得6.56% 股权。第一次发股完成后，微影时代、林芝利新成为猫眼新股东，微格时代及瑞海方圆成为猫眼文化的全资子公司，光线传媒持有猫眼文化的比例由30.11%变更为19.83%。此次交易中，猫眼整体估值由90亿元上升至136.7亿元。此外，微影时代、林芝利新及上海三快（美团）在此次交易中承诺不直接或间接从事与猫眼文化相关业务相竞争的业务。

同时，猫眼和微影时代宣布实现战略合作，将共同组建一家新公司“猫眼微影”。猫眼将注入全部业务，包括电影和演出票务业务、行业专业服务、电影投资宣发等。微影时代将注入电影票务、演出业务。新公司将由王长田担任董事长，微影创始人李宁任副董事长，原猫眼CEO郑志昊任CEO。

根据新浪网报道，2017年11月，腾讯再次以10亿元增资猫眼，此次增资中猫眼估值约200亿元。

图表：猫眼微影合并时腾讯对旗下在线票务业务的整合

图表来源：公开资料整理

图表：合并时新猫眼股权结构

图表来源：公开资料整理

微影时代在成立初期，拥有远高于同业其他平台的流量入口，加上强有力资本支持下的票补，微影时代的市占率一路上扬，到2015年Q4旗下“微票儿”的市占率已达 16.3%，仅次于猫眼。从流量入口、资本实力来看，微影时代似乎都更胜一筹。从行业背景来看，经过上半场票补大战，2015年票务市场在线化率达到72.07%，对比 2014年的45.78%，大幅上扬了26个百分点。而到了2017年，在线票务市场趋于饱和，线上化率达到了81%，与2016年相比仅仅增长7个百分点。票务平台的竞争主场从新用户争夺，转移至对存量用户的更好服务，以及在电影产业链的上下游的布局。

图表：2013-2017 年电影在线票务市场规模&线上化率

图表来源：公开资料整理

在上游出品发行方面，2015年暑期档，微影时代以联合发行方式参与了多部影片，包括国产动画影史票房冠军《西游记之大圣归来》（9.56亿元）。除了《西游记之大圣归来》外，2015年微影时代还参与了多部电影的出品发行，2015年1-10月，全国上映影片数目不到300部，其中微影时代参与营销发行的影片近100部，但以联合出品、联合发行为主。不同于新兴的在线票务，电影产业链整体较为传统，电影项目给新兴平台开放的投资份额较少（微影时代电影宣传负责人表示，和讯网报道）。如此壁垒下，新兴的平台需要以保底、垫

付宣发费等高成本、高风险方式，才能与传统公司争夺出品发行份额。2016年微影时代一方面加大电影出品发行项目数量，另一方面增强了参与程度，根据新浪网，2016年微影时代合作影片130部，其中联合出品、发行53部，同时通过重金保底获得《铁道飞虎》、《致青春2》等多个发行项目。虽然依靠强大的资本实力，微影时代通过“票补”+“保底发行”迅速切入产业链，但保底发行等方式将电影项目风险转移至电影发行方，要求发行方能够精准预判电影票房。与微影时代在电影宣发的激进投资相对应的是，其一系列保底发行项目表现不佳：

《铁道飞虎》10亿保底，最终总票房6.99亿元；

《致青春2》4亿保底，最终总票房3.36亿元；

《盗墓笔记》10亿联合保底，最终总票房10.02亿元；

《陆垚知马俐》3亿保底，最终总票房1.91亿元。

不仅国产电影投资受挫，微影时代2017年参与的海外电影项目也表现不及预期。2017年，微影时代参与了派拉蒙的大制作影片《攻壳机动队》、《变形金刚5》的全球投资，根据百家号，微影时代对《攻壳机动队》全球票房分账10%，对《变形金刚5》全球票房分账不到10%，根据网易财经，《攻壳机动队》成本高达3.2亿美元，北美票房仅为4056万美元，中国内地票房2.03亿元人民币。《变形金刚5》北美票房1.3亿美元，中国内地票房15.47亿，票房成绩是《变形金刚》全系列的最低值，收入远不及预期。作为强互联网基因的O2O平台，微影时代在电影宣发、制作上，缺乏积淀，但却以大手笔的保底、投资承揽了电影项目的巨大风险。

此外，在线票务大战尚未分出胜负时，微影时代便快速的向非电影领域拓展，微影时代快速的向非电影领域拓展。2014年，微影时代成立了专注于体育、演出等方向 VC+产业投资的微影资本，由微影时代CEO李宁担任微影资本的创始人兼CEO。根据清科研究所，微影资本的募集基金规模近30亿元。其中，由微影时代与诺亚财富共同成立的文化产业基金，初始规模近20亿元。在售票领域，微影时代向演出票务、体育票务拓展，2015年11月，微影时代宣布将旗下体育业务分拆，成立“微赛体育”，目的为全面布局体育产业。微影时代在产品和资金的分散布局导致其在线票务的本行反而发展得不甚理想，虽然其坐拥微信的流量入口，但电影在线售票业务的品牌名称却又多次变更（“微票儿”、“娱票儿”、“微信电影票”等），一定程度上也造成用户对其品牌认知的减弱。

猫眼在微影时代更早之前，也向电影产业链上游延伸，但相对而言猫眼的策略更加稳扎稳打，2016年春节，猫眼第一部主发行的动画电影《年兽大作战》在激烈竞争的春节档并不显眼，最终只获得了3442万元的票房。但这之后，猫眼明确了自己的发行思路，与微影时代以高举高大的模式参与大明星、大制作的影片不同，猫眼参与的几乎都是体量较小的动画或普通真人电影。2017年猫眼再次进入春节档，主发行影片《大闹天竺》，该片获得超过7个亿票房。在2017年，猫眼参与主发行的影片开始有所增加，如《大护法》、《破局》、《心理罪》，以及2017年国庆档的冠军影片《羞羞的铁拳》。2018年春节档，猫眼团

队主发行了电影《捉妖记2》，票房达22.19亿。

图表：天津猫眼文化传媒有限公司主发行影片

图表来源：公开资料整理

从猫眼2016年首次主发行电影至今，公司未参与任何电影的保底发行。从早期千万票房量级的动画片到开始参与10亿以上级别的影片。猫眼的发行业务走的是一条循序渐进的道路。而猫眼在一步步踏实的进行发行和影片投资的过程中，也逐渐开始获取行业内最优质的资源。继《驴得水》、《羞羞的铁拳》两部电影后，根据猫眼专业版显示，开心麻花团队的新一部电影《李茶的姑妈》将于2018年9月30日上映（猫眼为该片除开心麻花之外的第二大出品方）。

同时，在猫眼的电影售票业务领先的期间，猫眼仍然专注于电影售票业务中，而并没有过快向演出、体育等低频的票务市场进行拓展。

观研天下发布的《2018年中国在线票务行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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、中国在线票务、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、PEST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 2016-2018年中国在线票务行业发展概述

第一节 在线票务行业发展情况概述

- 一、在线票务行业相关定义
- 二、在线票务行业基本情况介绍
- 三、在线票务行业发展特点分析

第二节 中国在线票务行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、在线票务行业产业链条分析
- 三、中国在线票务行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国在线票务行业生命周期分析

- 一、在线票务行业生命周期理论概述
- 二、在线票务行业所属的生命周期分析

第四节 在线票务行业经济指标分析

- 一、在线票务行业的赢利性分析
- 二、在线票务行业的经济周期分析
- 三、在线票务行业附加值的提升空间分析

第五节 中国在线票务行业进入壁垒分析

- 一、在线票务行业资金壁垒分析
- 二、在线票务行业技术壁垒分析
- 三、在线票务行业人才壁垒分析
- 四、在线票务行业品牌壁垒分析
- 五、在线票务行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球在线票务行业市场发展现状分析

第一节 全球在线票务行业发展历程回顾

第二节 全球在线票务行业市场区域分布情况

第三节 亚洲在线票务行业地区市场分析

- 一、亚洲在线票务行业市场现状分析
- 二、亚洲在线票务行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲在线票务行业市场前景分析

第四节 北美在线票务行业地区市场分析

- 一、北美在线票务行业市场现状分析
- 二、北美在线票务行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美在线票务行业市场前景分析

第五节 欧盟在线票务行业地区市场分析

- 一、欧盟在线票务行业市场现状分析
- 二、欧盟在线票务行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟在线票务行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界在线票务行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球在线票务行业市场规模预测

第三章 中国在线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、全社会消费品在线票务总额
- 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 中国在线票务产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国在线票务行业运行情况

第一节 中国在线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 中国在线票务行业市场规模分析

第三节 中国在线票务行业供应情况分析

第四节 中国在线票务行业需求情况分析

第五节 中国在线票务行业供需平衡分析

第六节 中国在线票务行业发展趋势分析

第五章 中国在线票务所属行业运行数据监测

第一节 中国在线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 中国在线票务所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国在线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 2016-2018年中国在线票务市场格局分析

第一节 中国在线票务行业竞争现状分析

一、中国在线票务行业竞争情况分析

二、中国在线票务行业主要品牌分析

第二节 中国在线票务行业集中度分析

一、中国在线票务行业市场集中度分析

二、中国在线票务行业企业集中度分析

第三节 中国在线票务行业存在的问题

第四节 中国在线票务行业解决问题的策略分析

第五节 中国在线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 2016-2018年中国在线票务行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国在线票务行业消费特点

第二节 中国在线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

第三节 在线票务行业成本分析

第四节 在线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

第五节 中国在线票务行业价格现状分析

第六节 中国在线票务行业平均价格走势预测

一、中国在线票务行业价格影响因素

二、中国在线票务行业平均价格走势预测

三、中国在线票务行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国在线票务行业区域市场现状分析

第一节 中国在线票务行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区在线票务市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区在线票务市场规模分析

四、华东地区在线票务市场规模预测

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、华中地区在线票务市场规模分析

四、华中地区在线票务市场规模预测

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、华南地区在线票务市场规模分析

第九章 2016-2018年中国在线票务行业竞争情况

第一节 中国在线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 中国在线票务行业竞争环境分析（PEST）

- 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年中国在线票务行业发展前景分析与预测

第一节 中国在线票务行业未来发展前景分析

- 一、在线票务行业国内投资环境分析
- 二、中国在线票务行业市场机会分析
- 三、中国在线票务行业投资增速预测

第二节 中国在线票务行业未来发展趋势预测

第三节 中国在线票务行业市场发展预测

- 一、中国在线票务行业市场规模预测
- 二、中国在线票务行业市场规模增速预测
- 三、中国在线票务行业产值规模预测
- 四、中国在线票务行业产值增速预测
- 五、中国在线票务行业供需情况预测

第四节 中国在线票务行业盈利走势预测

- 一、中国在线票务行业毛利润同比增速预测
- 二、中国在线票务行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国在线票务行业投资风险与营销分析

第一节 在线票务行业投资风险分析

- 一、在线票务行业政策风险分析
- 二、在线票务行业技术风险分析
- 三、在线票务行业竞争风险分析
- 四、在线票务行业其他风险分析

第二节 在线票务行业企业经营发展分析及建议

- 一、在线票务行业经营模式
- 二、在线票务行业销售模式
- 三、在线票务行业创新方向

第三节 在线票务行业应对策略

- 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年中国在线票务行业发展策略及投资建议

第一节 中国在线票务行业品牌战略分析

- 一、在线票务企业品牌的重要性
- 二、在线票务企业实施品牌战略的意义

三、在线票务企业品牌的现状分析

四、在线票务企业的品牌战略

五、在线票务品牌战略管理的策略

第二节中国在线票务行业市场重点客户战略实施

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年中国在线票务行业发展策略及投资建议

第一节中国在线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

第二节中国在线票务行业定价策略分析

第三节中国在线票务行业营销渠道策略

一、在线票务行业渠道选择策略

二、在线票务行业营销策略

第四节中国在线票务行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国在线票务行业重点投资区域分析

二、中国在线票务行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/340830340830.html>