

2018年中国在线电影票务行业分析报告- 市场深度调研与投资前景预测

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-市场深度调研与投资前景预测》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/332035332035.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

自2008年首个独立的在线票务平台格瓦拉成立，到猫眼电影和微影时代合并，在线电影票务行业大致经历了三个发展阶段，从多平台混战的1.0时代，到四分天下的2.0时代，再到如今新猫眼和淘票票“两强争霸”的3.0时代。

图表：在线票务平台发展历程

一、1.0时代：确立在线选座模式，拓展影院合作。

2010年，格瓦拉率先推出在线选座服务，之后被各大平台效仿。随着智能硬件和在线支付业务的普及，在线电影票务服务在这一阶段快速发展。这一阶段行业的特点是：

1.多平台同时发展。蜘蛛电影、抠电影、美团电影、时光网、蜘蛛电影票、QQ电影票、团800电影票、万达电影等相继成立，众多小厂商进入市场。

2.票务平台积极扩大合作影院范围。大小厂商跑马圈地，提高自己的合作影院数量。最初与影院合作的形式主要是保量包销，即在线票务平台承诺在一个时间段内帮助影院卖出一定金额的电影票，最终的结算价格取决于平台完成的金额。

3.业务一般仅涉及在线领域。这一阶段多为中小厂商，尚未形成行业巨头，各自仅在票务平台领域展开竞争，尚无精力开拓其他领域。

二、2.0时代：烧钱抢占客户，产业链上下游渗透

随着2013年美团电影更名为猫眼电影，以及2014年淘宝电影、微影时代的成立，在线电影平台进入2.0时代。BAT等互联网巨头开始利用资本和流量优势，迅速瓜分在线票务市场，推动行业内合并。这一阶段市场高速发展，行业竞争加剧，有BAT股东背景的微票儿、淘宝电影、百度糯米以及起步较早的猫眼电影凭借资本优势逐渐脱颖而出，形成四分天下的格局。

图表：2016年第二季度2.0时代在线电影平台出票额市场份额 这一阶段行业特点是：1.烧钱补贴，抢占市场。在线票务平台不断推出“低价票”，“BAT+M”之间展开在线电影业务销售的拉锯战。2.优势平台向产业链上游延伸。购票业务同质化较高，除低价外不易形成竞争优势。优势平台凭借其流量和渠道优势进行业务拓展，向产业链上游延伸，参与电影制作与宣发环节，布局电影全产业链。

图表：电影在线平台参与的电影产业链格局 2016年以来行业票补的开始逐渐减少，2017年猫眼电影、微影、百度糯米纷纷宣布实现单月盈利，我们认为在线票务行业已经进入以盈利为主要目的的3.0时代。各平台都在深挖行业上下游盈利模式，平台之间追求差异化发展。

三、3.0时代：差异化经营，挖掘盈利模式

微影时代并入猫眼电影后，在线票务市场猫眼和淘票票两家独大，在线票务市场成为背后腾讯和阿里两大互联网巨头的角逐的战场。

图表：2017年第三季度中国在线电影平台出票额市场份额

平台进入差异化发展阶段。随着行业各玩家市场份额逐步趋于稳定，各大票务平台均在减少票补，各自深挖盈利模式。我们认为猫眼构建电影全产业链，大力切入内容制作和宣发环节，同时帮助影片、影院开展精准营销；淘票票基于在阿里影业集团中所扮演的角色，未来还将继续深耕电影产业链中游，一方面继续扩大市场份额，另一方面继续将加强互联网宣发环节；百度糯米电影则选择从电影产业链下游开始起步，夯实和院线的合作，专注影院卖品、衍生品、广告销售。

观研天下发布的《2018年中国在线电影票务行业分析报告-市场深度调研与投资前景预测》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 中国华东地区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/332035332035.html>