

# 中国在线票务行业现状深度研究与投资前景分析 报告（2023-2030年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国在线票务行业现状深度研究与投资前景分析报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202309/659760.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

### 一、行业相关定义

在线票务是基于互联网的一种在线售票行为，一般指电影、演出、体育等文体娱乐，不包括机票、车票等旅游票务。

### 二、行业市场规模

电影为时下在线票务行业市场的主要营收贡献者，2020年以来，受疫情影响，电影院、体育赛事以及演唱会等室内活动受到极大的限制，导致近年来我国在线票务行业市场规模大减，2020年市场规模仅为24.72亿元，2021年以来随着疫情影响减弱，市场有所恢复。

资料来源：观研天下数据中心整理

### 三、供应情况

目前，在线票务行业主要收入来自电影市场，近年来由于疫情影响我国电影票房收入严重下滑，直接影响到在线票务行业的市场规模。受新型冠状病毒全球流行的影响，2020年各国电影的全球票房市场为120亿美元，比2019年减少了72%。从电影票房收入来看，2016-2019年，中国电影票房收入持续增长，并成功突破600亿大关。2019年，我国票房收入达642.66亿元，增速整体呈现下滑态势。2020年，受新冠疫情影响，我国电影票房收入仅为204.17亿元，不到2019年票房收入的三成。2021年，中国电影市场年度总票房472.58亿元，领跑全球，2022年，中国电影年度总票房300.67亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

### 四、需求情况

因节约时间、优惠力度大、便捷等优点，在线电影购票平台受到了消费者广泛喜爱，目前，主流线上电影票务平台有微票儿、淘宝电影、百度糯米以及猫眼电影，未来随着平台增多，在线电影票务行业逐渐趋向饱和，行业竞争将更加激烈，因此应当进行差异化的布局，加强全产业链布局，开拓在线电影票务平台盈利点，实现衍生品捆绑销售，在线电影购票行业的星星之火才能长成燎原之势。

随着人们消费水平的提高，以及互联网行业的快速发展，未来将有更多的网民涌入在线电影购票平台中，也会有更多的企业入局在线电影购票服务市场，在线电影票务平台增多，行业竞争将进一步加剧。不难发现，在线电影票务平台有较大的流量优势，因此若能不仅局限于票务业务对其加以合理利用，如积极融合电影的制作、宣传、发行和广告等多种业务，打造差异化平台，进行差异性布局，加强全产业链布局，或许可以收获更大的利益。

在观影人次方面，2011-2019年美国电影观影人次总体维持在13亿次左右，2020年受新冠疫情影响较大，美国的总观影人次仅有2.4亿人次，较2019年下降了81%。我国受疫情影响，2020年总观影人次5.49亿人次，较2019年下降了68.22%，2022年总观影人次7.12亿人次。

资料来源：观研天下数据中心整理

## 五、行业细分市场

### 1、电影票务

2013年以来中国电影产业与资本市场亲密接触，同时电影与互联网产业跨界融合。以电商巨头BAT为代表的中国金融资本，积极在电影市场展开布局，并逐步渗透电影产业的上、下游环节。亦可兑，电影产业的发展在进入了互联网时代。电影票务作为电影产业链下游的重要环节，理所当然地成为互联网资本渗透的重地，互联网公司深谙电影票务是电影产业链中最关键的终端商业环节，所以掌握电影票务终端发展走向的重要性不言而喻，在“互联网+”的大环境下，电影在线票务在近年来获得巨大的发展。对于电影消费者而言，“互联网+电影”带给他们最切身的体验之一就在于电影在线票务发展带来的购票便利，对于电影产业而言，尤其是在当下“互联网+”的背景下，互联网本身的运营模式也渗透到了电影产业中，其最大的特征就是能够为用户提供精准的、实时的、个性化的服务。支撑商品可预期、可连续生产并投入市场的前提就是明确商品自身的市场定位及目标人群的市场需求，如何获取受众需求信息、明确市场定位无疑就需要大数据的支持。电影消费者通过在线票务系统选择影片、影院并在观影结束后进行点评，这一系列的行为所产生的大量数据，能够为电影产业的上游环节提供重要参考。

资料来源：观研天下数据中心整理

### 2、体育赛事票务

早在2014年，国家下发了《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，中国的体育产业由此进入“快车道”，取消赛事审批、加快制度改革等一系列政策性松绑，使得民间企业、团体办赛的热情不断高涨，加之巨头竞购、融资重组事件频繁爆出，国内的体育赛事资源已有相当大的保有量。体育票务作为连接上游赛事和下游终端消费者的重要商业环节，在整个体育产业消费改革中的相对滞后，目前中国全年的体育门票市场体量仅在10亿元左右。中国拥有世界上最多的体育人口，居民消费能力的提高催熟了体育消费的购买力，政策利好助力以及体育赛事资源的不断丰富，国内体育票务市场将迎来爆发式增长;反观目前中国体育票务市场的现状，票务宣传系统单薄、互动渠道匮乏、衍生品开发价值尚待挖掘等诸多问题，阻碍了中国体育票务的长久爆发。

资料来源：观研天下数据中心整理

## 六、行业产业链

在线票务产业以票务平台为核心，产业链上游接内容生产方，主办方发行的票务由自营票务平台或者第三方互联网票务平台分销，自营票务平台有专业票务代理平台和主办方类票务平台，将票源直接销售用户或供给互联网票务交易服务平台，一部分票务由综合电商或生活服

务平台代销，最后触达用户。

在线票务平台可直达终端用户，便于反馈用户群数据，对其精准画像，并数据提供给产业链相关各方，整体提升产业链服务效率。面临激烈的市场竞争，我们认为差异化和多元化的销售模式为发展方向。

资料来源：观研天下数据中心整理

### 1、上游产业发展现状

2020年，在美国/加拿大影院中发行的影片数量为338部，较2019年减少了66%，许多电影的发行日期由于新冠病毒大流行而改期或者延后了。非美国电影协会成员的独立公司是2020年在美国影院发行影片的主力军，发行的影片数量为278部，但较2019年仍减少了68%。协会成员公司发行的影片有60部，较2019年减少了52%。2020年由于疫情影响，国产影片数量大幅下降，仅为301部。2021年，受益于全国疫情的有效管控，行业复苏较快，截至12月底，国产影片数量达到547部，2018-2022年各类型新映影片数量中剧情类型数量占比最多，2022年累计325部影片，其中剧情影片达133部。

2018-2022年各类型新映影片数量	影片类型	2018	2019	2020	2021	2022
剧情	221	227	161	268	133	动画
动画	61	71	34	64	44	爱情
爱情	56	48	16	48	39	动作
动作	55	41	19	22	24	喜剧
喜剧	93	72	25	55	24	战争
战争	5	11	11	20	13	科幻
科幻	26	19	8	10	10	其他
其他	64	74	35	60	38	累计
累计	581	563	309	547	325	

资料来源：观研天下数据中心整理

到2022年，消费行业传统优势得到巩固提升，体育赛事、演唱会等产业不断壮大，市场环境进一步优化，促销费行动取得积极进展，随着电影制作、宣发以及各大赛事推广的需求不断增长，对于在线票务行业的需求将不断增长，同时，在线票务行业不断拓展上下游产业链，逐步实现全产业链发展，将进一步提升产业发展深度以及市场覆盖面。

### 2、下游产业发展现状

随着电影票房市场的高速发展，我国电影银幕数量也在逐年增加。2020年疫情影响下，全年新建银幕5794块，银幕总数同比增长8.3%。进入2021年，国内电影行业在疫情后加速恢复，2022年营业影院数为12568家,较去年增长126家,营业银幕数76486块，较去年增长1109块,影院和银幕数增速均在一定程度上放缓。

资料来源：观研天下数据中心整理

资料来源：观研天下数据中心整理

下游行业的景气对本行业的发展具有较大的拉动作用，二者的关联度较高。中国经济的中高速增长、工业化和城镇化的发展将带动消费者对于电影、体育赛事以及演出等的观看需求，随着观看需求的快速增长，将为行业提供巨大的市场空间。同时，下游产业升级提高对在线票务行业的需求多样化，促进产品技术升级，提升行业企业的技术含量。（WWTQ）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国在线票务行业现状深度研究与投资前景分析报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

## 【目录大纲】

### 第一章 2019-2023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、在线票务特点分析
- 三、在线票务行业基本情况介绍
- 四、在线票务行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售/服务模式
- 五、在线票务行业需求主体分析

#### 第二节 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

#### 第三节 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

## 第二章 2019-2023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规模与区域分布情况

### 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 欧洲在线票务行业地区市场分析

#### 一、欧洲在线票务行业市场现状分析

#### 二、欧洲在线票务行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲在线票务行业市场前景分析

### 第六节 2023-2030年世界在线票务行业分布走势预测

### 第七节 2023-2030年全球在线票务行业市场规模预测

## 第三章 中国在线票务行业产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

### 第二节 我国宏观经济环境对在线票务行业的影响分析

### 第三节 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

#### 三、主要行业标准

### 第四节 政策环境对在线票务行业的影响分析

### 第五节 中国在线票务行业产业社会环境分析

## 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

## 一、影响中国在线票务行业市场规模的因素

### 二、中国在线票务行业市场规模

### 三、中国在线票务行业市场规模解析

## 第三节中国在线票务行业供应情况分析

### 一、中国在线票务行业供应规模

### 二、中国在线票务行业供应特点

## 第四节中国在线票务行业需求情况分析

### 一、中国在线票务行业需求规模

### 二、中国在线票务行业需求特点

## 第五节中国在线票务行业供需平衡分析

## 第五章 中国在线票务行业产业链和细分市场分析

### 第一节中国在线票务行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、在线票务行业产业链图解

### 第二节中国在线票务行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对在线票务行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对在线票务行业的影响分析

### 第三节我国在线票务行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

## 第六章 2019-2023年中国在线票务行业市场竞争分析

### 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格局分析

#### 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影响因素分析

#### 二、中国在线票务行业市场集中度分析

### 第三节中国在线票务行业竞争特征分析

#### 一、企业区域分布特征

#### 二、企业规模分布特征



### 三、企业所有制分布特征

## 第七章 2019-2023年中国在线票务行业模型分析

### 第一节中国在线票务行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

### 第二节中国在线票务行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国在线票务行业SWOT分析结论

### 第三节中国在线票务行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

## 第八章 2019-2023年中国在线票务行业需求特点与动态分析

### 第一节中国在线票务行业市场动态情况

### 第二节中国在线票务行业消费市场特点分析

- 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结构分析

### 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、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、中国在线票务行业平均价格趋势分析

二、中国在线票务行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国在线票务行业所属行业运行数据监测

第一节中国在线票务行业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行业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行业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

第十章 2019-2023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析

一、影响在线票务行业区域市场分布的因素

二、中国在线票务行业区域市场分布

第二节中国华东地区在线票务行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区在线票务行业市场分析

(1) 华东地区在线票务行业市场规模

(2) 华南地区在线票务行业市场现状

(3) 华东地区在线票务行业市场规模预测

### 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、华中地区在线票务行业市场分析

- (1) 华中地区在线票务行业市场规模
- (2) 华中地区在线票务行业市场现状
- (3) 华中地区在线票务行业市场规模预测

### 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、华南地区在线票务行业市场分析

- (1) 华南地区在线票务行业市场规模
- (2) 华南地区在线票务行业市场现状
- (3) 华南地区在线票务行业市场规模预测

### 第五节华北地区在线票务行业市场分析

#### 一、华北地区概述

#### 二、华北地区经济环境分析

#### 三、华北地区在线票务行业市场分析

- (1) 华北地区在线票务行业市场规模
- (2) 华北地区在线票务行业市场现状
- (3) 华北地区在线票务行业市场规模预测

### 第六节东北地区市场分析

#### 一、东北地区概述

#### 二、东北地区经济环境分析

#### 三、东北地区在线票务行业市场分析

- (1) 东北地区在线票务行业市场规模
- (2) 东北地区在线票务行业市场现状
- (3) 东北地区在线票务行业市场规模预测

### 第七节西南地区市场分析

#### 一、西南地区概述

#### 二、西南地区经济环境分析

#### 三、西南地区在线票务行业市场分析

- (1) 西南地区在线票务行业市场规模
- (2) 西南地区在线票务行业市场现状
- (3) 西南地区在线票务行业市场规模预测

## 第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区在线票务行业市场分析
  - (1) 西北地区在线票务行业市场规模
  - (2) 西北地区在线票务行业市场现状
  - (3) 西北地区在线票务行业市场规模预测

## 第十一章 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、公司优势分析

### 第二节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 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
- 四、公司优势分析

### 第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

### 第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030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规模发展预测

- 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

## 第十三章 2023-2030年中国在线票务行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一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

### 第二节在线票务行业风险分析

- 一、在线票务行业宏观环境风险
- 二、在线票务行业技术风险
- 三、在线票务行业竞争风险
- 四、在线票务行业其他风险

### 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

## 第十四章 2023-2030年中国在线票务行业研究结论及投资建议

### 第一节观研天下中国在线票务行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

### 第二节中国在线票务行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

### 第三节 在线票务行业营销策略分析

- 一、在线票务行业产品策略
- 二、在线票务行业定价策略

三、在线票务行业渠道策略

四、在线票务行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202309/659760.html>