

行業概覽

本節包含摘錄自政府官方刊物及行業來源以及獨立第三方艾瑞諮詢發出的委託報告（「艾瑞諮詢報告」）的若干資料、統計資料及數據。來自政府官方刊物及艾瑞諮詢報告的資料未必與自中國及香港境內或境外其他來源所得的資料一致。我們認為，本節資料的來源為該等資料的適當來源，並於摘錄及轉載該等資料時已採取合理審慎措施。我們並無理由相信該等資料屬虛假或具誤導成份或遺漏任何部分致使該等資料屬虛假或具誤導成份。吾等、聯席保薦人、獨家財務顧問、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的任何其他人士並無獨立核實該等資料，且概不就其準確性發表聲明。

資料來源

我們委聘艾瑞諮詢對中國娛樂市場及其他相關經濟數據進行詳盡分析，艾瑞諮詢為獨立的行業資訊供應商，為多個行業的公司提供市場研究、資訊及建議。我們已同意就編製艾瑞諮詢報告支付合共人民幣700,000元的費用，其日期為截至2018年8月31日。本文件所提供及屬於艾瑞諮詢或艾瑞諮詢報告的數據及統計數字均摘錄自艾瑞諮詢報告，並經艾瑞諮詢同意後予以刊發。

於編製市場研究報告過程中，艾瑞諮詢進行一手研究（其涉及與領先行業參與者及行業專家討論行業狀況）及二手研究（其涉及政府部門、行業協會出版的資料及統計數字、審閱公司報告、獨立研究報告及來自艾瑞諮詢自身研究數據庫的數據）。艾瑞諮詢的市場研究報告乃根據下列假設編寫：(i) 中國的經濟於未來十年很可能保持穩定增長，(ii) 中國的社會、經濟及政治環境於預測期間很可能保持穩定，(iii) 相關主要行業推動因素於預測期間保持相關及適用，及(iv) 相關行業不會出現顛覆性變動。艾瑞諮詢報告的可靠性或會受到前述假設及因素的準確性影響。總市場規模預測乃由艾瑞諮詢根據歷史數據進行分析，參考宏觀經濟數據及相關行業發展推動因素得出。

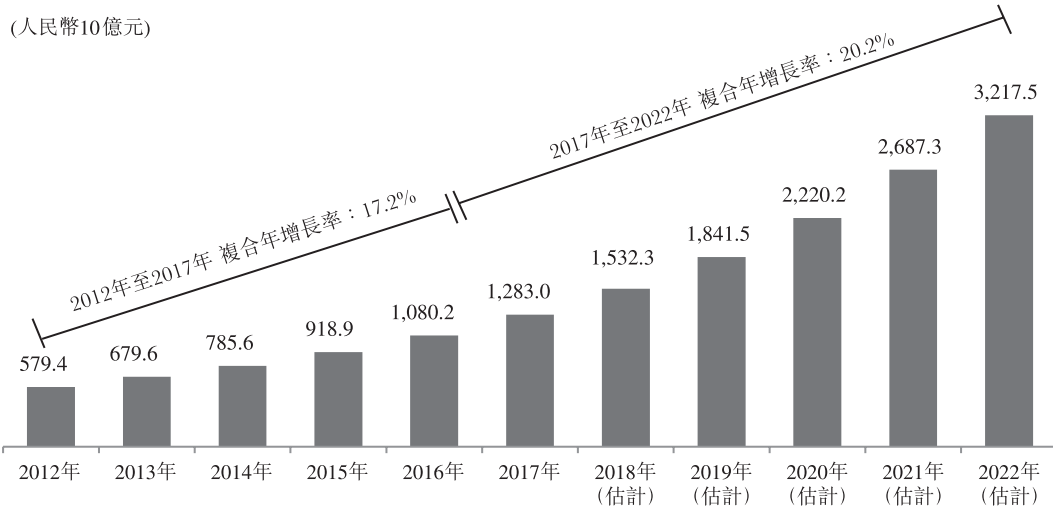
中國的娛樂市場－龐大且不斷擴大的市場機遇

娛樂成為每個人日常生活中不可或缺的一部分。如今，消費者可以獲取多樣的娛樂選擇，如電影、電視劇、網劇、網絡大電影及綜藝節目、現場娛樂及其他休閒活動。

中國娛樂市場的市場規模於2017年達人民幣12,830億元，已成為世界第二大市場，僅次於美國。根據艾瑞諮詢報告，中國的娛樂市場將持續增長，並於2022年進一步增至人民幣32,175億元，相當於自2017年起按複合年增長率20.2%增長，遠超該行業的全球增長。

行業概覽

中國娛樂市場規模⁽¹⁾



附註：

- (1) 包括電影、電視劇、網劇、網絡大電影、綜藝節目、網絡視頻、直播、短視頻、現場娛樂、衍生品、音樂、網絡文學、漫畫及其他休閒活動

中國娛樂市場的強勁增長受益於以下推動因素：

- 科技及移動互聯網的發展

移動互聯網的發展正在改變人們娛樂消費的方式。根據艾瑞諮詢報告，於2017年12月，中國的移動互聯網用戶數已達7.5億，為世界第一，並預期於2022年底增至9.7億。根據艾瑞諮詢報告，中國的移動支付領先全球，2017年的移動支付在移動互聯網用戶中的滲透率達70%，而美國僅為約20%。

中國移動互聯網的較高滲透率及移動支付的發展使得中國人口較以往更容易獲得娛樂體驗。例如，在線娛樂服務平台為用戶帶來更大的便利、靈活性及確定性，讓消費者可隨時隨地透過移動設備查閱娛樂選項及資訊並完成消費支付，這無疑為中國娛樂市場帶來了新的需求。此外，透過移動互聯網，人們更容易獲取娛樂相關的資訊(如新聞及評論)，提高了娛樂體驗的互動性。再者，大數據分析亦讓行業參與者更了解消費者的品味及偏好，藉此更有效地製作及傳達娛樂內容。

行業概覽

- 消費升級及日益增長的消費能力

中國消費者的消費能力及人均可支配收入增長迅速。根據艾瑞諮詢報告，中國的整體城市人口由2012年的7.1億增至2017年的8.1億，並預期將於2022年進一步增加至約9.2億。於2017年，娛樂市場僅佔中國總國民生產總值的4.2%，美國則為6.7%。隨著國民的消費能力增長及城市化持續進行，預期娛樂方面的消費意願將繼續上升，帶動整個娛樂市場增長。

- 更多元化及量身定制的娛樂形式

中國消費者正尋求更多種類的、豐富的娛樂形式。相較於數年前，可供選擇的娛樂形式變多，不同品味及偏好的消費者可選擇的娛樂形式正逐漸增加。此外，科技及大數據分析有助行業參與者更了解消費者，並提供更個性化及有吸引力的娛樂體驗。

- 娛樂內容質量的提升

娛樂內容的質量不斷提升，以滿足消費者更高的期望及需求，從而帶動中國娛樂市場的整體發展。例如，根據2017年由中國電影資料館發佈的中國電影觀眾滿意度調查顯示，於過往三年，中國的電影觀眾對國產電影的滿意度及認可度得到了提升。國產電影內容質量的提升進一步刺激大眾對娛樂的需求。

隨著娛樂需求的增長和高質量內容愈發的普遍，中國的娛樂市場正在快速增長。電影被大眾普遍認為是對質量要求更高的一種娛樂形式，隨著娛樂市場的整體發展，電影進入其「黃金時代」。

行業概覽

中國的電影行業

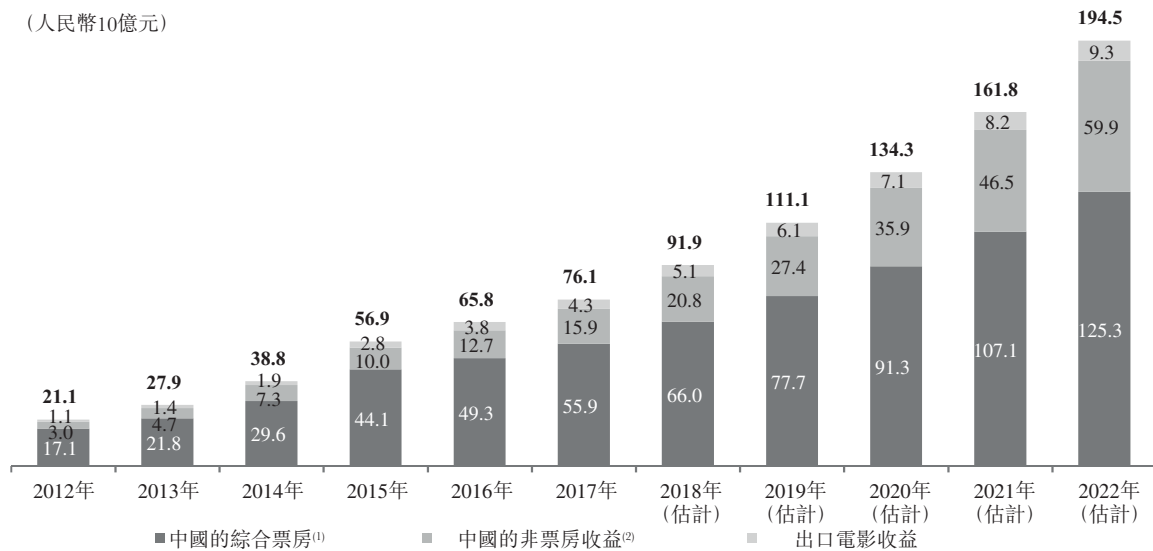
根據艾瑞諮詢報告，中國的電影市場規模已位居世界第二，僅次於美國。該市場從2012年至2017年以29.2%的複合年增長率增長，市場規模達人民幣761億元，且預期將以20.7%的複合年增長率進一步增長至2022年的人民幣1,945億元。中國的電影市場包括中國的綜合票房、中國的非票房收益及出口電影的收益。

2018年的農曆新年假期(從2018年2月15日到2018年2月22日)是中國電影行業的一個里程碑。該七天期間的綜合票房達人民幣58億元，較2017農曆新年假期增長68.3%。受2018年農曆新年假期強勁表現的推動，中國的票房於2018年第一季度首次超過美國，令中國成為該期間內全球最大的票房貢獻者。於2018年上半年，中國的綜合票房為人民幣320億元。

根據艾瑞諮詢報告，預期中國電影市場的快速增長趨勢將會持續，綜合票房預期於2017年至2022年將會按17.5%的複合年增長率增長。按票房計，中國將於2019年超越美國成為最大的電影市場。

中國的電影市場規模

(人民幣10億元)



附註：

- (1) 綜合票房指電影院自電影票銷售所得款項總額及就在線票務服務支付的服務費(無法取得2012年至2015年服務費的數據)
- (2) 主要包括電影衍生品及電影院賣品的銷售收益、電影相關廣告收益及電影版權銷售收益

行業概覽

除推動整體娛樂市場內增長的利好因素外，中國的電影市場亦受益於其本身特有的增長因素：

- **優質的國產電影數量增多**

優質的國產電影數量增多亦推動了中國電影行業的增長。隨著電影的類型變得更為多樣且質量得到提升，在中國市場發行的國產電影數量從2012年的229部增至2017年的386部。國產電影佔綜合票房的比例已從2012年的48.5%增至2017年的53.8%。特別是於2017年及截至2018年6月30日止六個月裏，於中國綜合票房最高的五部電影中，國產電影分別佔綜合票房的80.9%及82.1%，而2015年僅佔58.5%。五部綜合票房最高的電影的綜合票房亦從2015年的人民幣94億元增至2017年的人民幣140億元以及截至2018年6月30日止六個月的人民幣133億元。

- **娛樂基礎設施的發展**

中國的電影基礎設施正在快速發展。例如，銀幕數量由2012年12月31日的約13,000個增至2017年12月31日的約51,000個，每十萬人銀幕數量由1.0個上升至3.7個。特別是，根據艾瑞諮詢報告，於2017年12月31日，三線及以下城市的銀幕數量超過30,000個，為2012年12月31日約6,400個的4倍以上。

儘管中國已擁有全球最多的電影銀幕，國內的人均銀幕數量及觀影次數仍遠低於美國，存在龐大的市場潛力。

	票房 (人民幣十億元)	人均觀影次數 (次)	銀幕數量	每十萬人 銀幕數量
	2017年		截至2017年12月31日	
美國	66.8	3.5	40,109	12.3
中國	52.7	1.2	50,776	3.7

- **收益來源更多元化**

中國電影市場目前仍然較依賴於票房，於2017年，中國綜合票房佔總電影市場規模的73.5%。隨著中國電影市場持續發展，行業出現不同的收益來源，例如銷售電影衍生品及電影院賣品、電影相關廣告收益及電影版權銷售收益。該等非票房收益佔整體市場規模的比例正日益提升並迅速增長。根據艾瑞諮詢報告，中國的非票房收益由2012年的人民幣30億元增加至2017年的人民幣159億元，並預期將按30.3%的複合年

行業概覽

增長率於2022年增加至人民幣599億元，佔中國電影市場的30.8%。

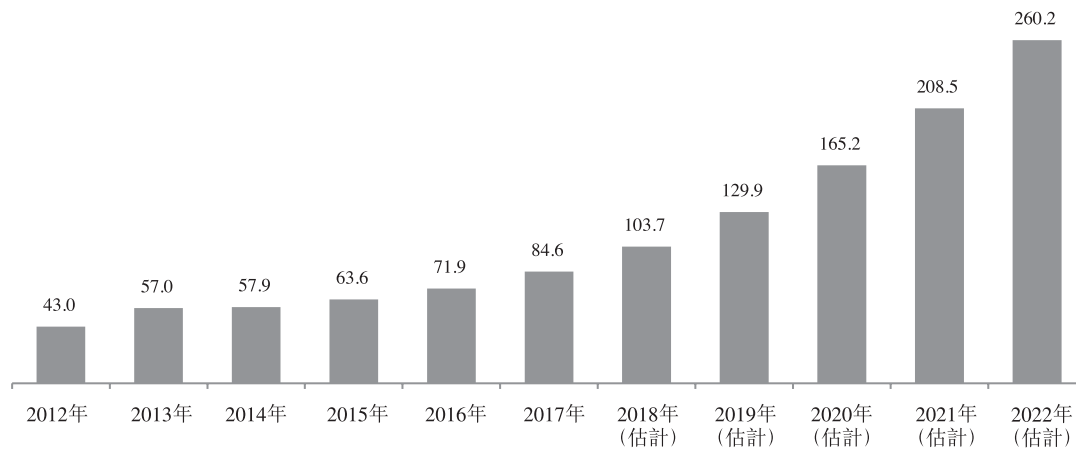
其他娛樂形式

除電影外，其他娛樂形式(如現場娛樂以及電視劇、網劇、網絡大電影及綜藝節目)亦將迎來飛速發展。

根據艾瑞諮詢報告，中國的現場娛樂市場(包括演唱會、現場演出、展會及體育賽事等)由2012年的人民幣430億元增至2017年的人民幣846億元，並預期將按25.2%的複合年增長率增長至2022年的人民幣2,602億元。消費升級、消費能力上升及現場娛樂種類的多元化推動對娛樂活動的需求上升。

中國現場娛樂市場的規模

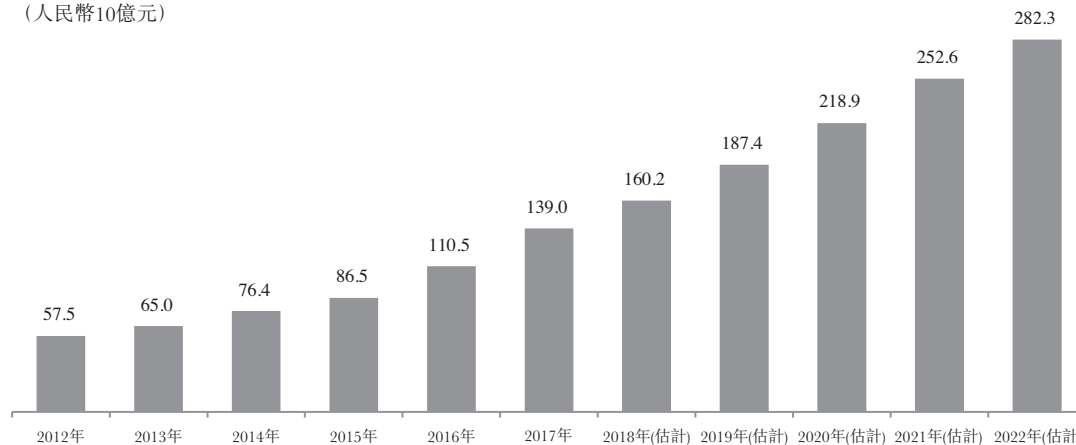
(人民幣10億元)



根據艾瑞諮詢報告，以電視劇、網劇、網絡大電影及綜藝節目市場的所有參與者總收益計，中國的電視劇、網劇、網絡大電影及綜藝節目市場由2012年的人民幣575億元增至2017年的人民幣1,390億元，並預期將於2022年達人民幣2,823億元。該行業的增長主要受娛樂種類的多元化、在線內容平台的出現、版權保護意識的增強及消費者對於優質內容更高的付費意願等因素所推動。

中國電視劇、網劇、網絡大電影及綜藝節目市場的規模

(人民幣10億元)



行業概覽

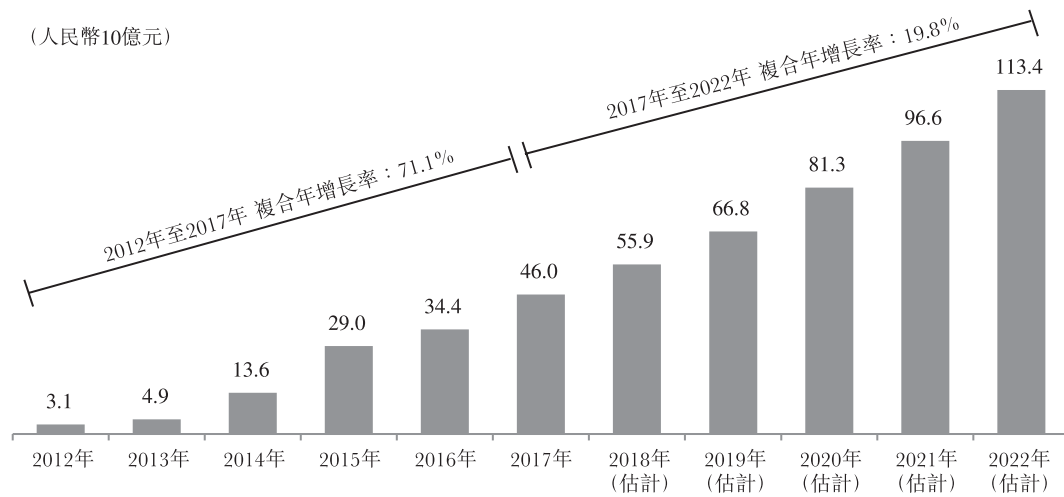
在線娛樂票務服務

人們在日常生活中移動互聯網的使用驅使購票活動從線下轉移到線上，推動在線娛樂票務服務的增長。提供此類服務的公司擁有成熟的用戶群，已準備就緒進軍鄰近市場，例如提供其他休閒活動的票務服務。

在線電影票務服務

根據艾瑞諮詢報告，隨着中國電影行業的發展及在線電影票務的滲透率由2012年的18.4%增至2017年的82.3%，以總交易額計，中國的在線電影票務市場由2012年的人民幣31億元增至2017年的人民幣460億元，預期將於2022年將進一步增至人民幣1,134億元。

中國的在線電影票務市場總交易額⁽¹⁾



附註：

(1) 包括服務費，未能取得2012年至2015年服務費的數據

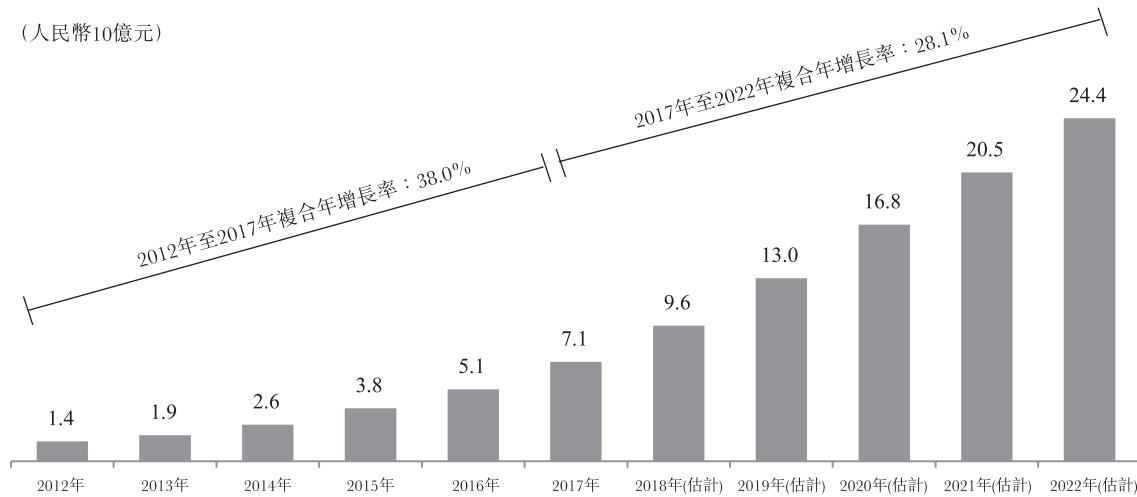
在線現場娛樂票務服務

根據艾瑞諮詢報告，現場娛樂在線票務的滲透率由2012年的11.9%增至2017年的38.6%，預期將於2022年進一步增至78.9%。根據艾瑞諮詢報告，以總交易額計，現場娛樂的在線票務服務市場由2012年的人民幣14億元增至2017年的人民幣71億元，預期將於2022年進一步增至人民幣244億元。

行業概覽

中國在線現場娛樂票務市場的總交易額

(人民幣10億元)



競爭格局

根據艾瑞諮詢報告，中國的在線電影票務市場相對集中，以總交易額計，於截至2018年6月30日止六個月，貓眼以60.9%的市場份額領先市場。根據艾瑞諮詢報告，第二及第三大參與者的市場份額分別為33.9%及2.7%。

對於中國的在線現場娛樂票務市場而言，部分參與者的經營歷史較長。近年來，不少成熟的在線電影票務服務提供商具備龐大的用戶群，通過強大的交叉銷售能力，進入現場娛樂票務服務市場。例如，根據艾瑞諮詢報告，以總交易額計，於截至2018年6月30日止六個月，貓眼於在線現場娛樂票務市場排名第二。

主要成功因素

- 用戶群規模及參與程度

在線娛樂票務服務市場的競爭主要在於其獲取及留存用戶的能力。具規模及強大網絡效應的行業參與者可以以更具成本效益的方式吸引用戶。此外，利用與領先互聯網平台的戰略夥伴關係，可接觸大量移動互聯網用戶的公司亦於獲客方面佔有龐大優勢。在線娛樂票務服務提供商亦以用戶體驗突圍而出。擁有大量優質娛樂內容的領先平台能提供更為互動的體驗，有助用戶作出明智的購買決策。擁有龐大及活躍用戶群的公司可擴大及交叉銷售其服務，從而進一步提升用戶粘性。

行業概覽

- 與行業伙伴的關係

與內容出品方、內容發行方、電影院及其他現場娛樂主辦方等行業參與者發展及維持密切關係的能力，亦屬在線娛樂票務服務提供商的一項重要競爭因素。領先的大型服務供應商可利用其龐大的用戶群及數據分析能力，協助其合作伙伴接觸更多觀眾及提升營運成績。此外，部分在線娛樂票務服務提供商亦協助其商業合作伙伴推動電子化營運及改善營運效率。在線娛樂票務服務提供商與眾多行業參與者建立的緊密關係有助其提供更全面的服務。

憑藉龐大的用戶群及大量的行業資源，領先的在線娛樂票務服務提供商已開始沿著娛樂產業鏈擴展業務，並發展成綜合娛樂平台，為產業鏈的各環節提供內容服務。

娛樂內容服務

中國娛樂市場非常分散，包括縱沿以內容出品到宣發的娛樂產業鏈，橫跨電影、電視劇、網劇、網絡大電影、綜藝節目和現場娛樂的各種娛樂形式的大量參與方。

娛樂產業鏈包括多個參與者。例如，電影出品方一般負責電影投資及製作。電影發行方主要製定整體電影宣發戰略並協調各類推廣及宣傳活動。行業參與者之間的經濟利益分成根據不同的項目及娛樂形式有所不同。例如，就國產電影而言，電影票房的3.3%及5.0%分別用於納稅及國家電影行業專項基金。一般而言，院線及電影院會保留票房的約52%，電影出品方及發行方則佔約39%。

利用其龐大的用戶群，數據分析能力和行業資源，娛樂內容服務平台的出現將消費者與各垂直領域的參與方(如出品方和發行方)相連，並助力各行業參與者優化其經營成績。擁有綜合行業資源的平台可以根據行業參與者不同且不斷變化的需求提供服務。例如，在2018年上半年，貓眼為佔中國綜合票房約90%的電影提供娛樂內容服務。

行業概覽

其他娛樂市場

憑藉其龐大的用戶群及交易量，互聯網娛樂平台已作好充分準備，可將其業務拓展至其他市場，如娛樂電商及廣告。

娛樂電商

若干互聯網娛樂平台已開始提供娛樂電商業務。根據艾瑞諮詢報告，隨著中國的娛樂行業及居民購買力持續上升，預期娛樂電商市場(主要包括銷售衍生品及賣品)將由2017年的人民幣98億元增長至2022年的人民幣415億元。於移動互聯網及移動支付普及的同時，預期在線購物將有所增加，因此互聯網娛樂平台將會處於有利位置，可通過娛樂電商市場的增長獲利。

廣告

廣告為互聯網娛樂平台提供越來越具有吸引力的機會。根據艾瑞諮詢報告，於2017年，中國廣告市場的規模達人民幣6,896億元，並預期將於2022年達人民幣14,579億元。隨著科技及移動互聯網發展，在線廣告市場正迎來大幅增長。根據艾瑞諮詢報告，按在線媒體廣告支出計算，中國在線廣告市場規模於2017年為人民幣3,750億元，預計將於2022年達到人民幣11,274億元，複合年增長率為24.6%。中國在線廣告支出佔中國廣告總支出的比例從2012年的16.5%增至2017年的54.4%，預期到2022年將達到77.3%。特別是，移動互聯網廣告已經成為中國在線廣告市場的關鍵推動因素。根據艾瑞諮詢報告，預計中國移動互聯網廣告市場的市場規模將從2017年的人民幣2,550億元增至2022年的人民幣9,661億元，複合年增長率為30.5%。憑藉龐大的活躍用戶群，領先的在線娛樂平台為移動互聯網廣告提供了有效的渠道。此外，具有互動性的內容廣告亦日益普及。擁有強大內容能力及活躍用戶群體的在線娛樂平台已準備就緒把握這一機會。