

# 美国电影协会发布 2018年影院和家庭娱乐市场报告

■编译/如今



每年,美国电影协会(MPAA)都会通过收集和分析来自第三方的数据及对电影观众和家庭娱乐消费者的抽样调查出一份电影和电视行业的报告。2018年,协会扩大了报告范围,将家庭娱乐市场的内容涵盖了进来,包括数字家庭娱乐(电子销售(EST)、视频点播、视频订阅)和实物家庭娱乐(蓝光和DVD的租赁和销售)。这份报告还提供了付费电影和在线视频服务的评估。

为保持报告的有效性和综合性,今年的报告有如下改进。

●新数据点:今年的报告增加了几个新组成部分,提供更完整的美国电影产业面貌:全球3D票房估值,为电视台和在线视频服务所生产的原创剧集的体量数据。

●人口统计调查:观众调查的取样是基于人口统计学数据的,取样方式和上年一样,采取的是线上取样。因为和上年的取样方式相同,所以基于人口统计学的年度之间的对比在今天的报告中回归。

●汇率影响:这对于本报告中所有国际市场的数据是很重要的,因为都换算成了美元来统计。这意味着各国对美元汇率的年度间的变化也会对报告的数据结果产生直接影响,尤其是在非常规的汇率变化出现的时候。比如,2017年,因为美元汇率上涨,一些大电影市场的流通货币兑换成美元就会低,所以一些用当地货币呈现年度增长的地区的票房换算成美元却变成下滑了。2018年,此起彼伏的汇率对一些地区的票房计算有影响,欧洲的票房提升了,拉丁美洲的票房下降了。

●美国电影协会会员:在2019年初,Netflix加入了美国电影协会。因为这份报告统计的是2018年的数据,所以在美国电影协会的成员国中并不包括Netflix。明年的报告中,会有对成员公司的明确说明。

## ◎2018年 影院市场统计摘要

### 影院&家庭娱乐整体情况

●在2018年,全球影院和家庭娱乐消费达到968亿美元,较2017年上升了9%,较2014年上升了25%。

●在美国,2018年的影院和家庭娱乐消费达到352亿美元,较2017年上升了10%,较2014年上升了24%。

### 影院 全球趋势

●2018年全球各地区所有影片的总票房为411亿美元,较2017年上升了1%。国际市场(除美国之外的市场,年度总票房292亿美元)的成绩较2017年下滑了1%;同时,美国/加拿大市场(年度总票房119亿美元)较2017年上升了7%。

### 美国/加拿大趋势

●2018年美国/加拿大的总票房为119亿美元,这是一个新的纪录,较2016年的114亿美元上升了4%。观影人次为13亿,较2017年上升了5%。

●2018年,四分之三的美国/加拿大的人口(75%)每年至少去看一次电影——2亿6300万人。从平均每人一年看电影的频次看,12-17岁组别和18-24岁组别的观众最高,为一年观看5.1部影片。2018年,西班牙/拉丁裔这一组别的观众每人一年观看电影的平均次数为4.7部,其后是亚洲裔(4.5部)。所有年龄组别中除了25-39岁组别和60岁以上组别的观众都较2017年有所增加。

●带动电影票销售的主力军依然是经常去看电影的观众,这类观众平均每个月会去影院一次以上,占到了总人口的12%(4300万人),消费了49%的电影票。经常去看电影的观众中(除了年轻人)比人口统计学中同年龄段的消费者更倾向于购买技术类的产品,尤其是视频观看设备。

### 家庭娱乐 全球趋势

●2018年,全球内容类家庭娱乐产品在数字和实物产品的消费为557亿美元,较2017年上升了16%,其中数字家庭娱乐产品的增长最大。美国数字类家庭娱乐产品的年度涨幅为24%,国际市场为34%。

●全球在线视频服务的订阅数量在2018年增加到了6亿1330万,较2017年增长了27%,第一次超过了有线电视订阅数量(5亿5600万)。有线电视依然是全球最赚钱的平台,2018年的总收入为1180亿美元。

### 美国/加拿大趋势

●2018年,家庭娱乐产品的消费者在数字和实物产品的消费为233亿美元,较2017年上升了17%,占到了影院和家庭娱乐中消费的66%。数字家庭娱乐的占比最大(50%)。在线视频内容的点击量在2018年持续上涨,达到1亿8690万次,较2017年增加了17%。

●美国有超过80%的成年人通过传统电视服务观看电影和电视节目,这是比例最高的家庭观看渠道,其后是在线视频订阅服务(超过70%)。传统电视的日收视率依然是最高的:33%的成年人每天看电视节目,同时21%的人每天在电视上看电影。通过传统电视和实物碟片在家看电影和电视节目的观众各年龄组比例与人口统计相同,在线订阅和数字销售(EST)视频点播的观众都比较年轻,尤其是18-24岁和25-39岁这两个组别。

(下转第15版)

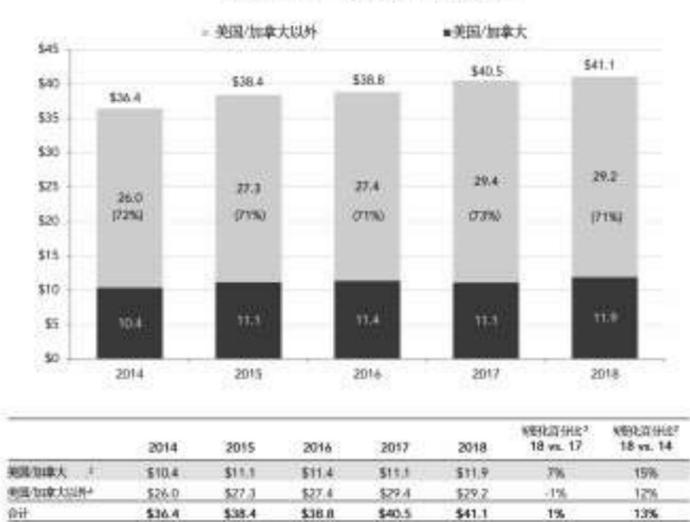
## ◎影院:全球

### 全球票房

2018年全球各地区所有影片<sup>1</sup>的总票房为411亿美元,较2017年上升了1%。国际市场(除美国之外的市场,年度总票房292亿美元)的成绩较2017年下降了1%;美国/加拿大市场(年度总票房119亿美元)较2017年上升了7%。国际市场2018年在全球总票房的占比高达71%,较2017年下降了2%。

国际市场年度总票房以美元计算,较5年前上升了12%,全球总票房较5年前上升了13%。

全球总票房——所有影片(十亿美元)



1. 本报告中的票房数据自发行之日起,不包含发行公司或国家,除了特别指出的部分。  
 2. 百分比的计算用的是小数点之前的数据。  
 3. 数据来源:comScore—票房统计部门。总票房按自然年2018年1月1日-12月31日之间的收入计算。  
 4. 美国电影的会计是:美国/加拿大之外的总票房是基于多种来源的资料,分国别统计的。

### 国际票房

2018年,亚太地区(总票房167亿美元)较2017年增长了5%。增长率第一的地区是中国,用美元计算,较2017年增长了12%。

欧洲、中东&非洲(EMEA)的票房较2017年下滑了3%,俄罗斯(-14%)和德国(-14%)是跌幅最高的地区。同时,英国年度票房用美元计算上升了2%。

在2017年上涨了22%之后,拉丁美洲2018年的票房用美元计算下滑了22%,其中巴西的跌幅(-22%)与之相同。阿根廷的跌幅高达41%,墨西哥为2%。整个区域的票房整体都在下降。

美国/加拿大之外的市场分区研究——所有影片(十亿美元)<sup>1</sup>



5. 各地区票房数据换算成美元是为了方便对比,当地货币年度与年度之间的汇率波动或有不同。  
 6. 百分比的计算用的是小数点之前的数据。

### 顶级国际票房市场

在2018年,美国/加拿大之外的市场票房排行的前三名是中国(90亿美元,包括在线票务费)、日本(20亿美元)和英国(17亿美元),排名与2017年一样。马来西亚和阿联酋在2018年进入二十大国家票房市场的行列,取代了阿根廷和土耳其。

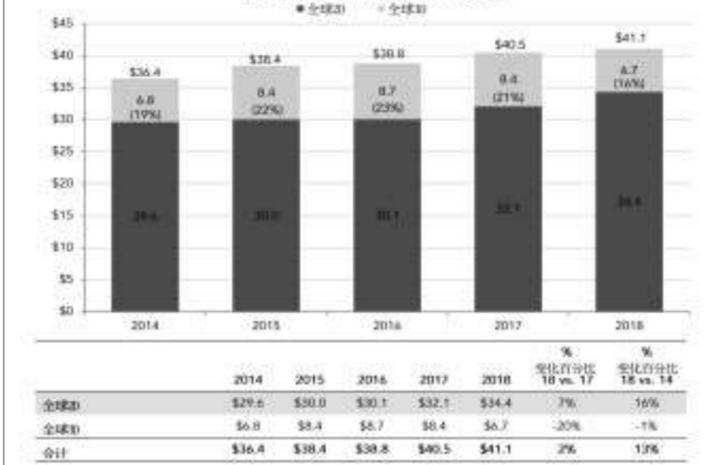
美国/加拿大之外的市场票房排行——所有影片(十亿美元)  
 数据来源: IHS Markit, 当地数据

|         |       |           |       |
|---------|-------|-----------|-------|
| 1. 中国   | \$9.0 | 11. 西班牙   | \$0.7 |
| 2. 日本   | \$2.0 | 12. 巴西    | \$0.7 |
| 3. 英国   | \$1.7 | 13. 意大利   | \$0.7 |
| 4. 韩国   | \$1.6 | 14. 荷兰    | \$0.4 |
| 5. 法国   | \$1.6 | 15. 印度尼西亚 | \$0.4 |
| 6. 印度   | \$1.5 | 16. 中国台湾  | \$0.3 |
| 7. 德国   | \$1.0 | 17. 波兰    | \$0.3 |
| 8. 澳大利亚 | \$0.9 | 18. 阿联酋   | \$0.3 |
| 9. 墨西哥  | \$0.9 | 19. 马来西亚  | \$0.3 |
| 10. 俄罗斯 | \$0.9 | 20. 中国香港  | \$0.3 |

### 全球3D票房

2018年,全球3D票房为67亿美元,较2017年下滑了20%。几乎所有的地区都在下滑。跌幅最小的地区是亚太地区(-14%),2017年中国的3D票房中包含了中国史上票房最高的影片,而美国/加拿大在2017年的跌幅最高为21%。全球3D票房占2018年年度票房的16%。

全球3D票房——所有影片(十亿美元)



7. 全球3D票房数据换算成美元是为了方便对比,当地货币年度与年度之间的汇率波动或有不同。  
 8. 百分比的计算用的是小数点之前的数据。