

2020年中国电影年度报告

艺恩出品 2021年1月

目录 CONTENTS

- 01 电影市场分析
- 02 电影重点档期分析
- 03 电影放映市场分析
- 04 专题研究：主旋律电影市场分析
- 05 电影营销分析

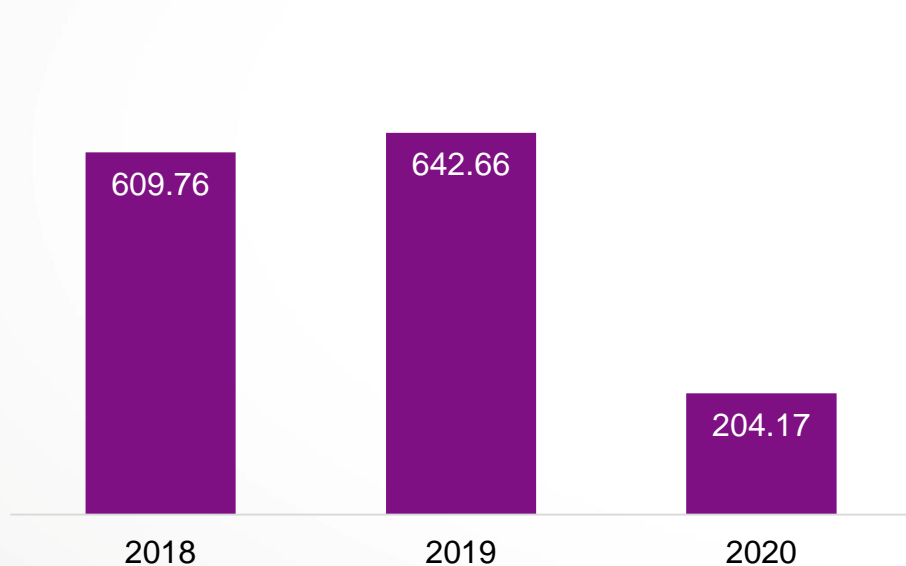


01 电影市场分析

中国电影票房下跌近七成，国产片票房占比创新高

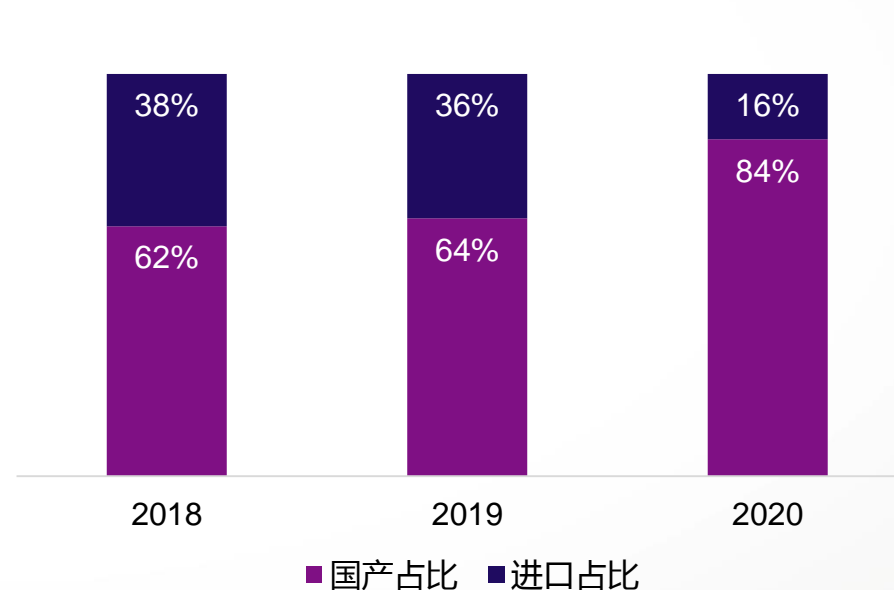
- ◆ 2020年，中国电影市场最终票房定格在204.17亿，这个数字对比2019年642.66亿的成绩，下跌了68%，总票房成绩倒退整整7年，回到了2013年的同期水平。
- ◆ 2020年，疫情原因导致大量进口片缺席，以及好莱坞内地票房号召力的下跌，国产电影占比达到了历史新高：84%，这也创造全球所有大市场的历史新记录，成为全球除北美之外所有电影市场中，国产票房占比最高的一个。

近三年中国电影总票房（亿）



注：2013年全国电影票房收入217.69亿元。

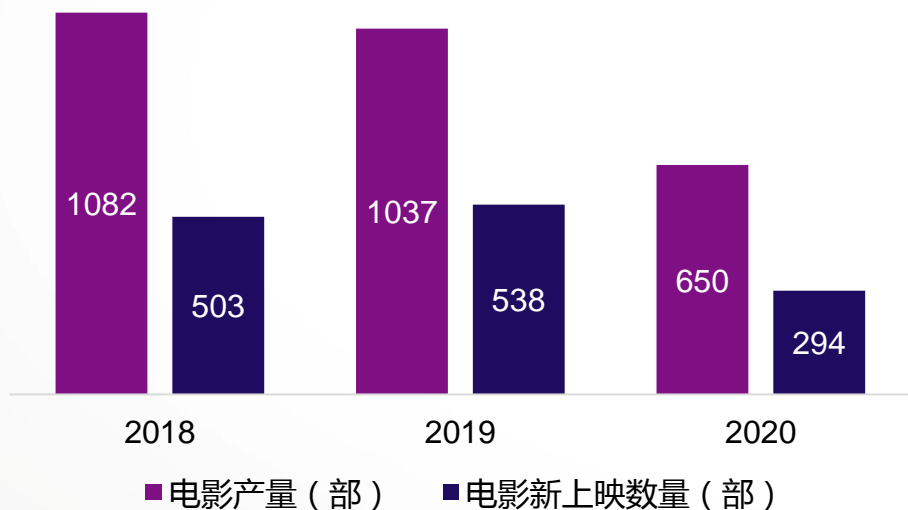
近三年国产占比与进口占比变化



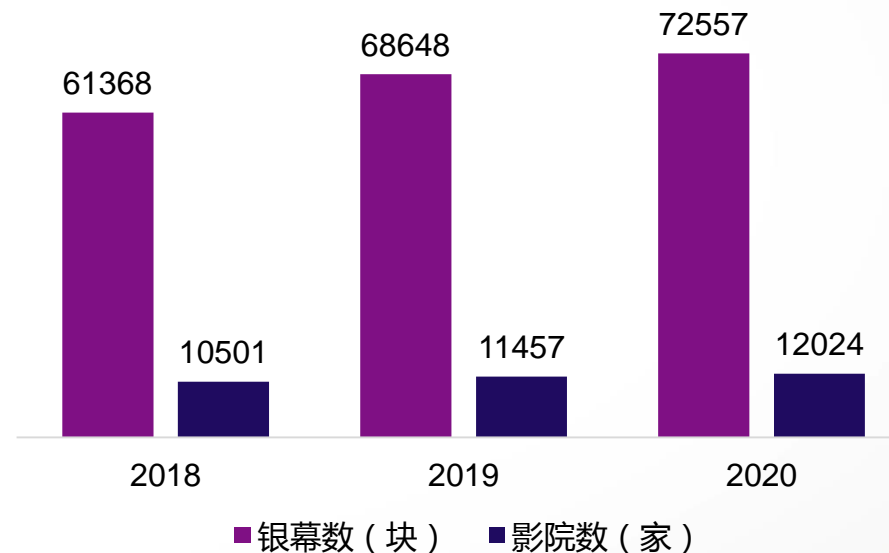
电影产量达到去年一半水平，银幕数量保持稳定增长

- ◆ 2020年，中国电影产量为650部，约为2019年的63%。电影新上映部数为294，约为2019年的55%。
- ◆ 虽然电影产量与电影票房均较去年有大幅下降，但银幕数和影院数仍然保持着较为稳定的增长速度。根据艺恩数据显示，2020有票房产出银幕数达到72557块，较去年增长3909块，增幅达到5.39%。有票房产出影院数为12024家，较去年增长567家，较去年增长5%。

近三年电影产量与电影新上映数量



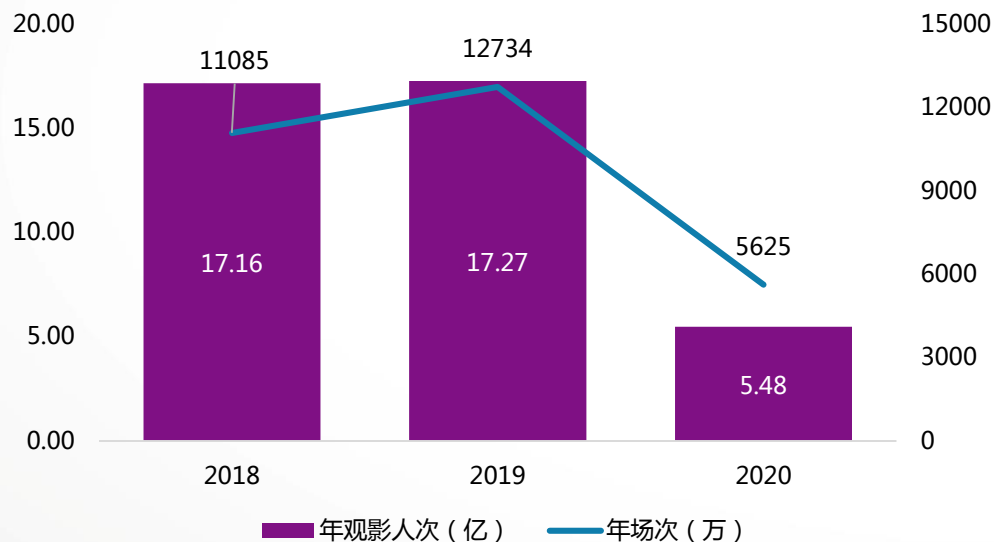
近三年电影银幕数和影院数



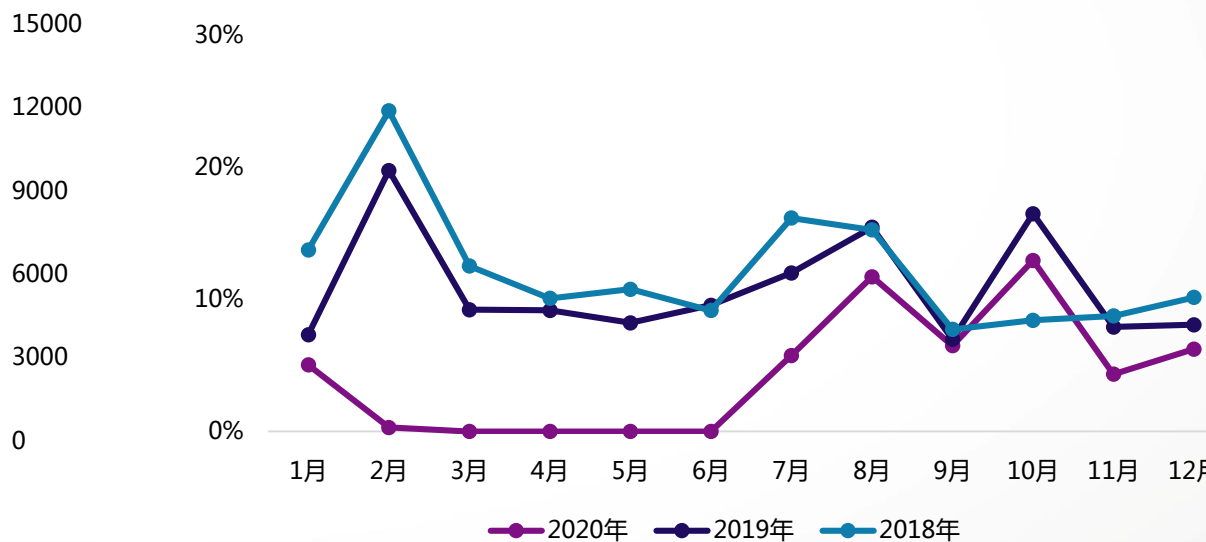
年人次年场次跌幅超五成 年单厅收入为2019年1/3

- ◆ 2020年，年观影人次为5.48亿，较2019年减少11.79亿，跌幅为68%。年场次为5625万，较2019年减少7109万，跌幅56%。平均票价为36.89，较2019年略有下降，但依然高于2018年的票价水平。平均上座率为7.7%，低于2018年的12.2%和2019年的10.9%。年单厅收入也大幅降低，为25.40万，仅为2019年的29%，2018年的28%。
- ◆ 从近三年月度平均上座率来看，2020年从8月开始，才逐步恢复到往年的平均水平，10月上座率超过2018年同期，其他月份仍然是低于2018年和2019年。

近三年年观影人次和年场次



近三年月度平均上座率走势

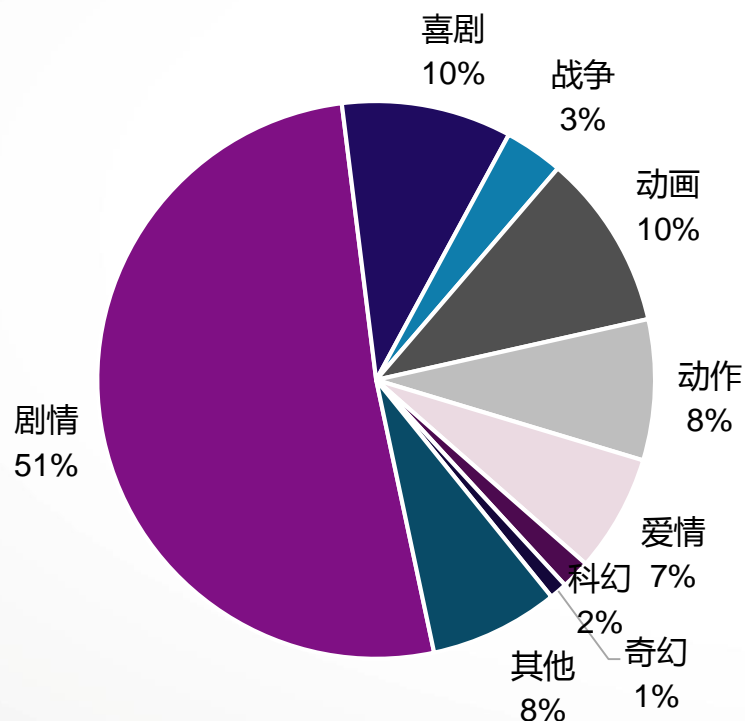


数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.01.01-2020.12.31 数据包含服务费

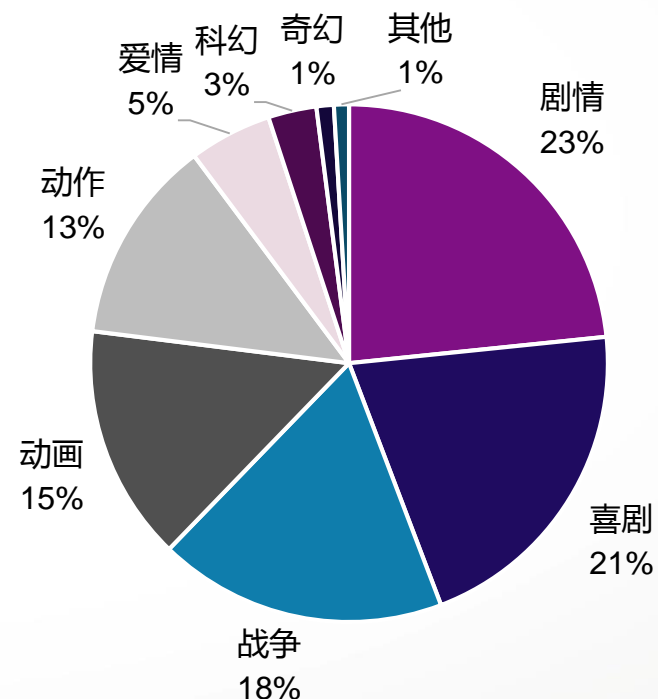
电影类型：剧情喜剧动画片三足鼎立 战争片表现亮眼

- ◆ 2020年上映的294部影片中，剧情片151部，占比达51%，产生电影票房41.43亿，占全年总票房23%。
- ◆ 喜剧片和动画片各占10%，票房占比分别为21%和15%，代表作品为年度票房第二《我和我的家乡》以及第三名《姜子牙》。
- ◆ 年度票房冠军《八佰》30亿的票房成绩，也使得数量占比仅为3%的战争片，创造了18%的票房占比。
- ◆ 数量占比8%的动作片，取得了13%的票房占比；数量占比7%的爱情片则只取得了5%的票房占比。

2020年电影类型数量占比



2020年电影类型票房占比

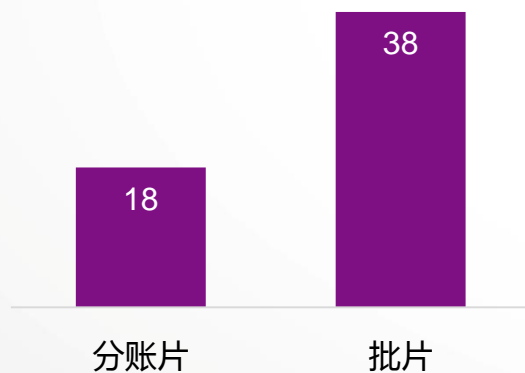


数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.01.01-2020.12.31 数据包含服务费

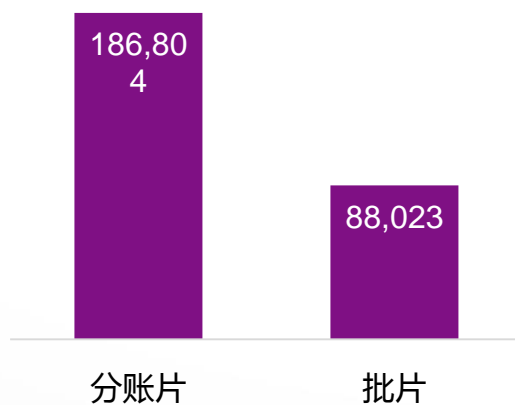
进口片：分账片票房为19年十分之一 批片仅一部过亿

- ◆ 2020年分账片共18部，总票房为18.68亿，数量较2019年的36部减少一半，票房仅为2019年分账片总票房（183.67亿）的十分之一。
- ◆ 过亿分账片共6部，全部为好莱坞6大公司出品的大制作影片，涵盖科幻，动画，剧情，喜剧等类型。分账片票房冠军《信条》，票房为4.55亿，与2019年分账片票房冠军《复仇者联盟4：终局之战》的42.49亿相去甚远。
- ◆ 批片共38部，数量上与2019年的50部相差12部。2020年总票房仅为8.80亿，为2019年的43.42亿的五分之一。
- ◆ 2020年，仅有一部批片《数码宝贝大冒险：最后的进化》票房过亿。2019年票房过亿批片为14部。

2020年分账片与批片
数量（部）



2020年分账片与批片
总票房（万）



分账片过亿影片

| 影片名称 | 当前票房(万) | 当前人次(万) | 主类型 | 国别 |
|----------|-----------|---------|-----|-------|
| 信条 | 45507.278 | 1171.36 | 科幻 | 美国/英国 |
| 疯狂原始人2 | 33802.605 | 962.92 | 动画 | 美国 |
| 花木兰 | 27733.109 | 772.04 | 剧情 | 美国/中国 |
| 神奇女侠1984 | 16218.015 | 412.16 | 动作 | 美国 |
| 多力特的奇幻冒险 | 13597.437 | 420.97 | 喜剧 | 美国 |
| 变身特工 | 10352.074 | 295.74 | 动画 | 美国 |

批片过亿影片

| 影片名称 | 当前票房(万) | 当前人次(万) | 主类型 | 国别 |
|---------------|-----------|----------|-----|----|
| 数码宝贝大冒险：最后的进化 | 12528.433 | 387.1621 | 动画 | 日本 |

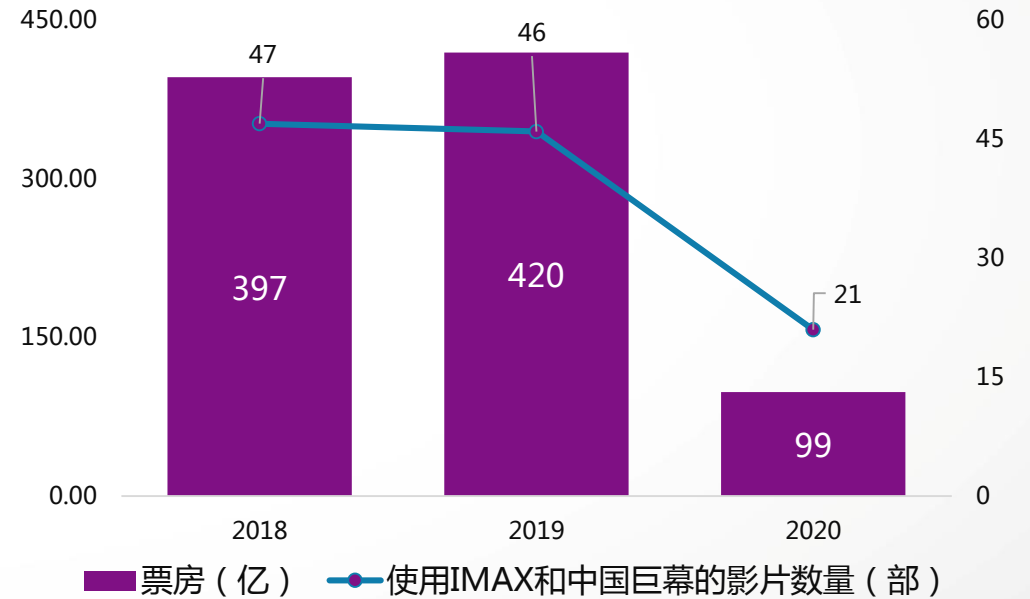
电影制式：IMAX中国巨幕 影片数量和产出比均下降过半

- ◆ 2020年，2D影片数量为252部，占上映影片总数的86%。此外，采用2D/3D/IMAX/中国巨幕上映的影片共7部，其中有4部影片为动画片，3部影片为大制作动作影片。
- ◆ 2020年，采用IMAX和中国巨幕的影片共21部。影片数量相较于2018年的47部和2019年的46部，下降超半数。创造票房共9.86亿，相较于2019年46部影片创造近42亿票房，产出比也同样下降一半。

2020年各制式影片数量（部）



近三年使用IMAX和中国巨幕的影片数量和票房

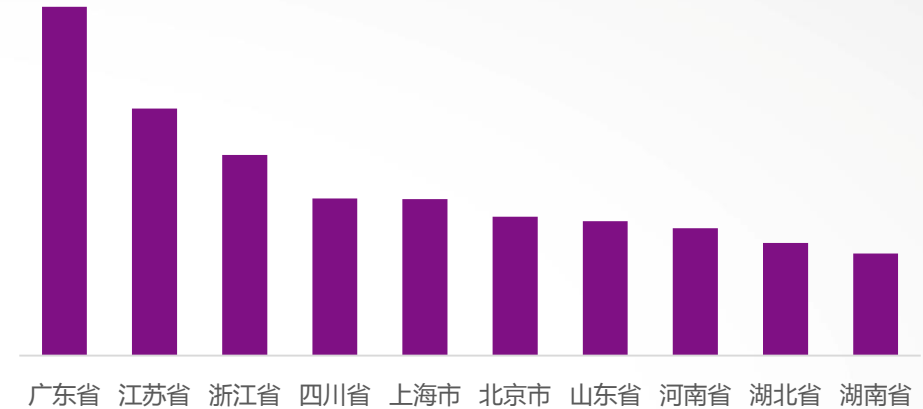


数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.01.01-2020.12.31 数据包含服务费

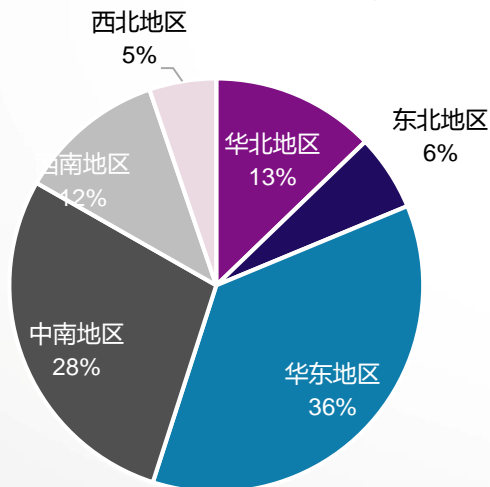
票房区域：华东和中南地区占比超6成 二线城市贡献4成

- ◆ 2020年，各大区中，华东地区和中南地区各占比36%和28%，共计占总票房6成以上。其次，华北地区的13%和西南地区的12%，东北地区 and 西北地区各占比6%和5%。
- ◆ 各级城市中，二线城市占比最多，达到39%，近四成。一线，三线和四线城市占比大致相当，分别为18%，19%和16%，五线占比8%。
- ◆ 各省份中，广东省，江苏省和浙江省分别位列前三名，其次为四川省。上海市和北京市票房在10亿以上，紧随其后。
- ◆ 各城市中，上海市，北京市，深圳市和广州市这四个一线城位列前四名。其次为成都市和重庆市两大西南城市。

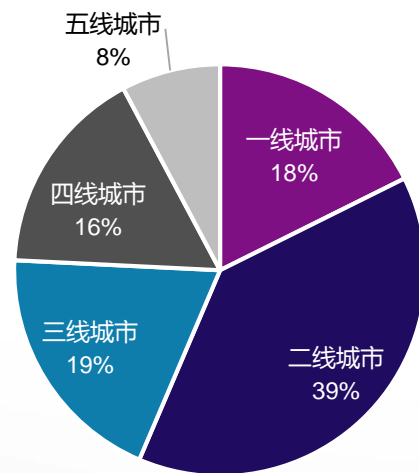
2020年票房TOP10省份排名



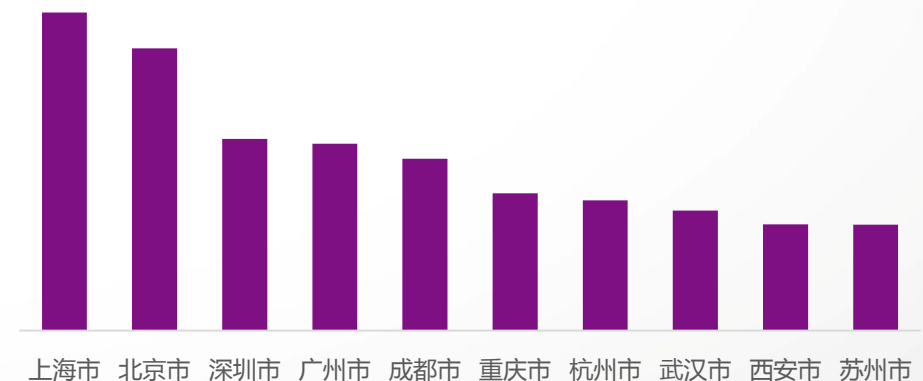
2020年各大区票房占比



2020年各级城市票房占比



2020年票房TOP10城市排名

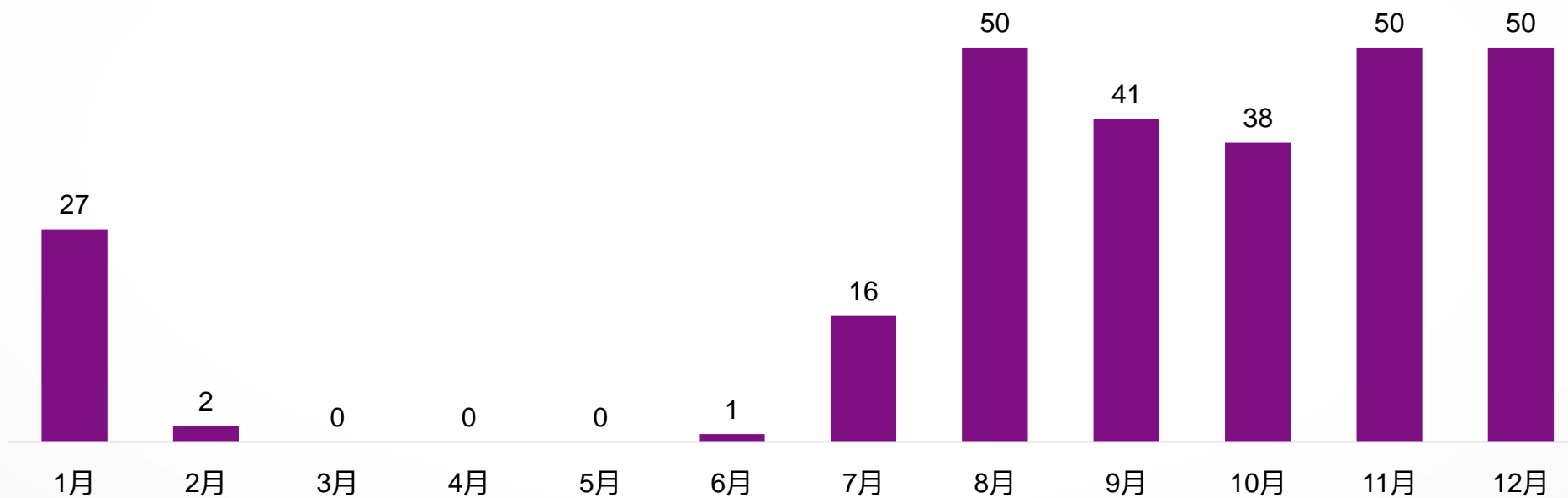


数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.01.01-2020.12.31 数据包含服务费

电影供给：上半年受疫情影响大 下半年扎堆上映

- ◆ 2020年共上映影片294部，较2019年上映总量548部减少46%。平均月上映数量24.5部，较2019年平均月上映数量45.7部减少46%。
- ◆ 其中8月，11月和12月上映数量最多，各上映50部新片。2019年上映新片最多的3个月份为11月、12月和5月，各上映影片66部、62部和56部。

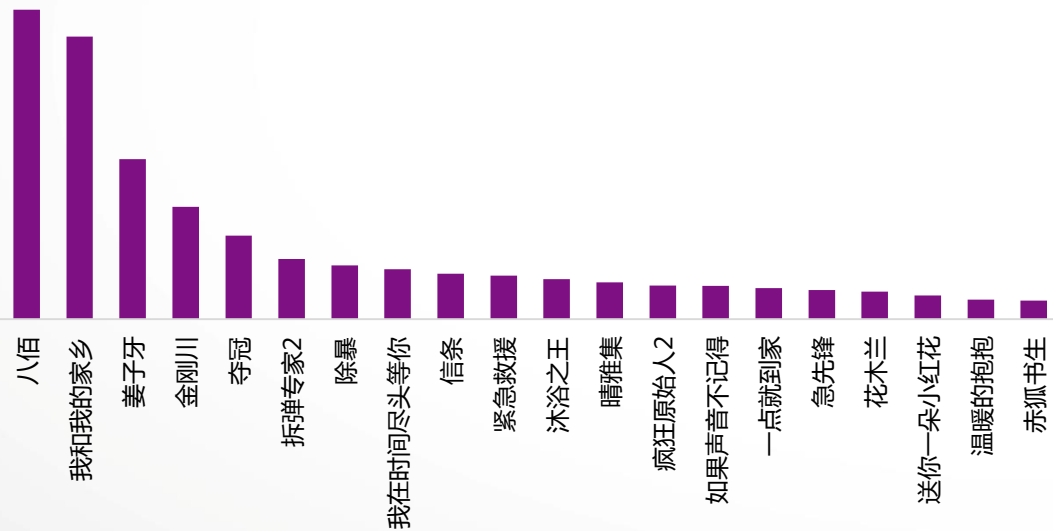
2020年各月份上映影片数量（部）



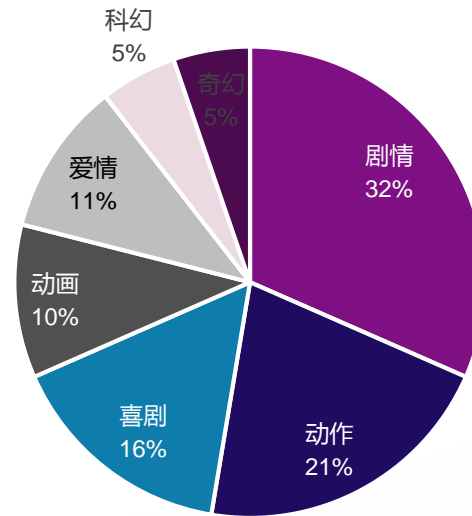
电影TOP20：冠亚军影片占总票房3成 五亿以上仅8部

- ◆ 2020年电影票房TOP20影片共取得149.57亿票房，占全年总票房的73%。
- ◆ 冠军影片《八佰》和亚军影片《我和我的家乡》各取得30亿和28亿票房，占据总票房的28%。10亿级别的只有影片《姜子牙》和《金刚川》两部。5亿级别的有四部。其余都为5亿以下。第20名《赤狐书生》则仅有1.86亿票房。
- ◆ TOP20影片中，有3部影片为进口片，分别为《信条》、《疯狂原始人2》和《花木兰》。
- ◆ TOP20影片中，剧情类有6部，占据32%，其次为动作类和喜剧类的21%和16%。动画和爱情片分别占比10%和11%。科幻和奇幻片各一部。

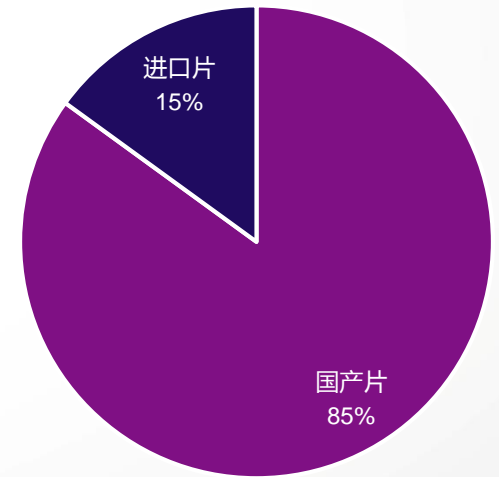
2020年电影票房TOP20影片



2020年电影票房TOP20类型分布



2020年电影票房TOP20国别分布



数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.01.01-2020.12.31 数据包含服务费

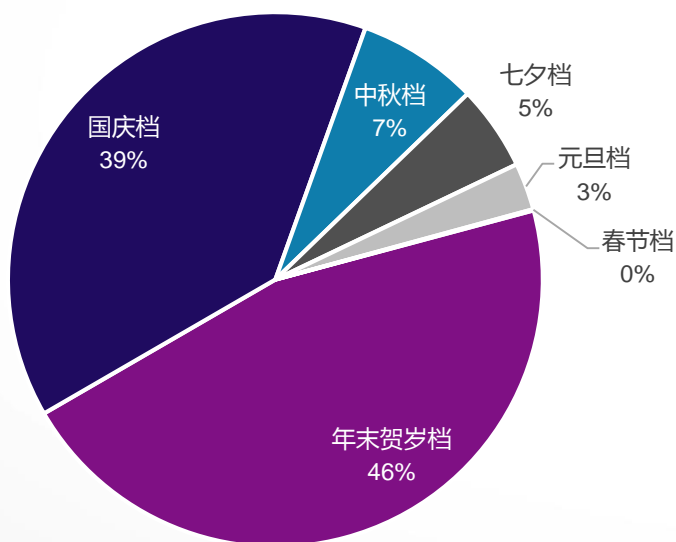


02 电影重点档期分析

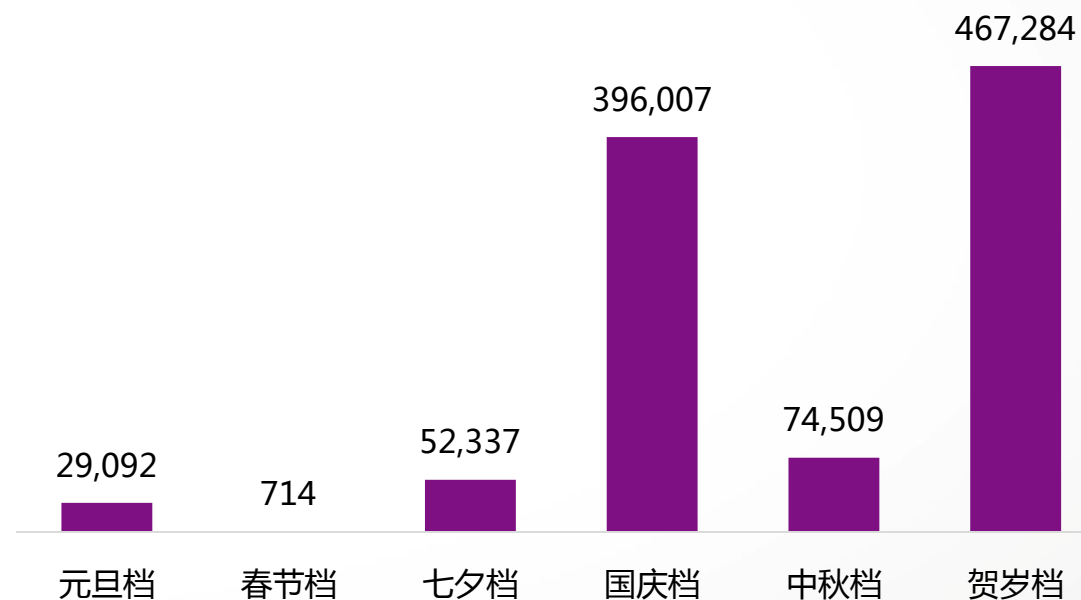
电影档期：国庆档贺岁档贡献全年4成票房

- ◆ 2020年因疫情原因，中国电影最重要的档期—暑期档和春节档，可以说是收获较少，上半年的情人节档，妇女节档，清明档，五一档，六一档也无一例外全部颗粒无收。
- ◆ 国庆档和贺岁档取得了86.33亿票房，占据了全年总票房的42%。中秋档和七夕档也取得了超5亿的票房。元旦档期票房近3亿。

2020年各档期票房占比



2020年各档期票房走势

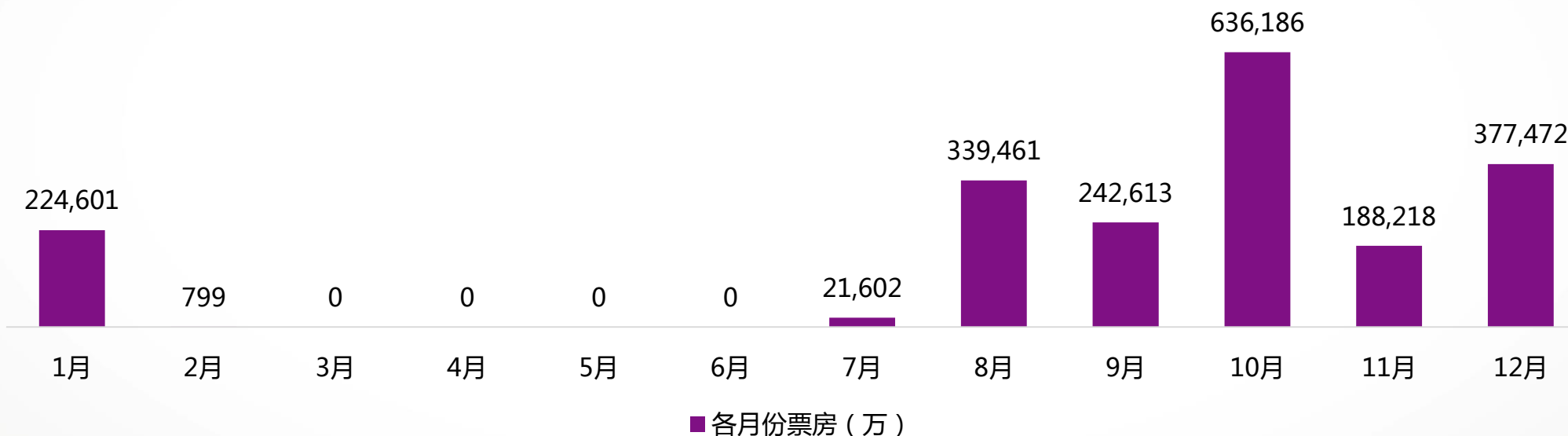


数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.01.01-2020.12.31 数据包含服务费

月票房走势：10月单月票房夺冠

- ◆ 2020年票房最高的月份为10月，总票房达63.62亿；其次为12月，票房37.75亿。第三名为8月份，票房33.95亿，TOP3月份为全年总票房贡献了66%。
- ◆ 其余月份中，票房最高的为9月和年初1月，分别为24.26亿、22.46亿。11月也创造了18.82亿票房。
- ◆ 7月票房为2.16亿，其余月份受疫情影响几乎无票房收入。

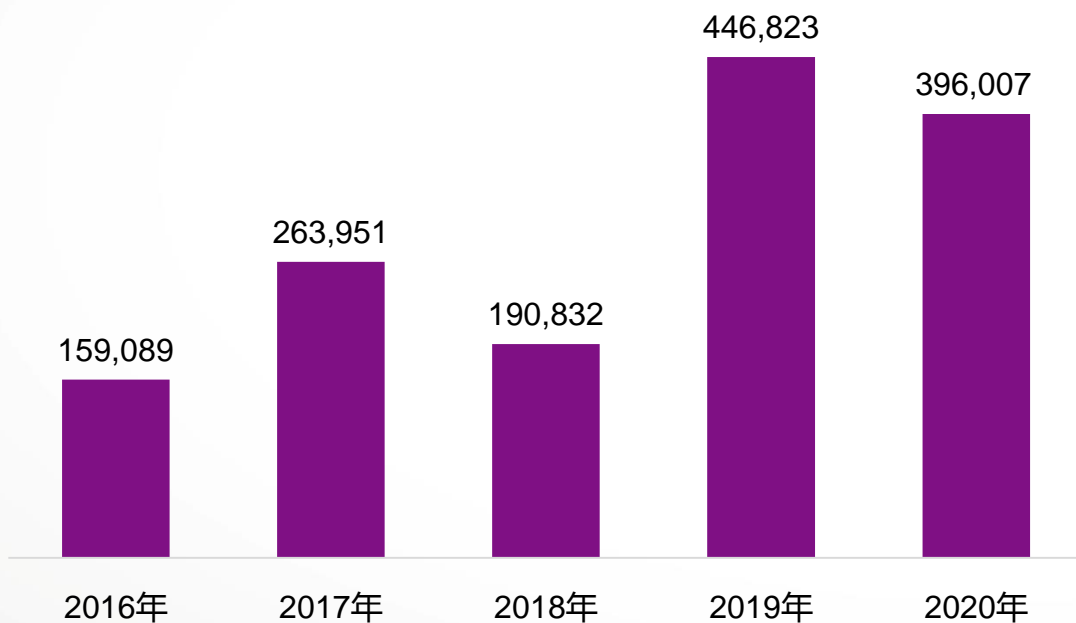
2020年各月份票房分布



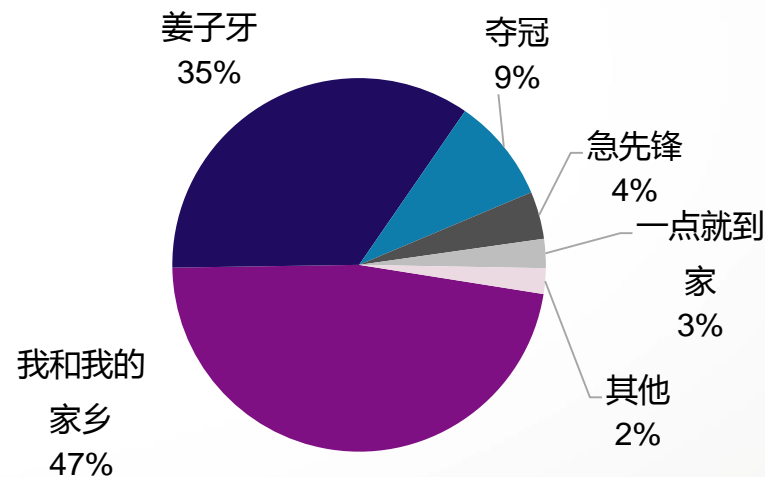
国庆档：市场基本恢复 两部影片占据票房8成

- ◆ 2020年国庆档市场基本已经恢复，取得票房39.60亿，相较于2019年下降11.37%，但高于2018年及之前年份国庆档票房。
- ◆ 《我和我的家乡》和《姜子牙》分别取得18.72亿和13.80亿，为国庆档冠亚军，两部影片票房占据国庆档总票房的82%。影片《夺冠》取得3.58亿票房，占比9%。

近五年国庆档票房走势



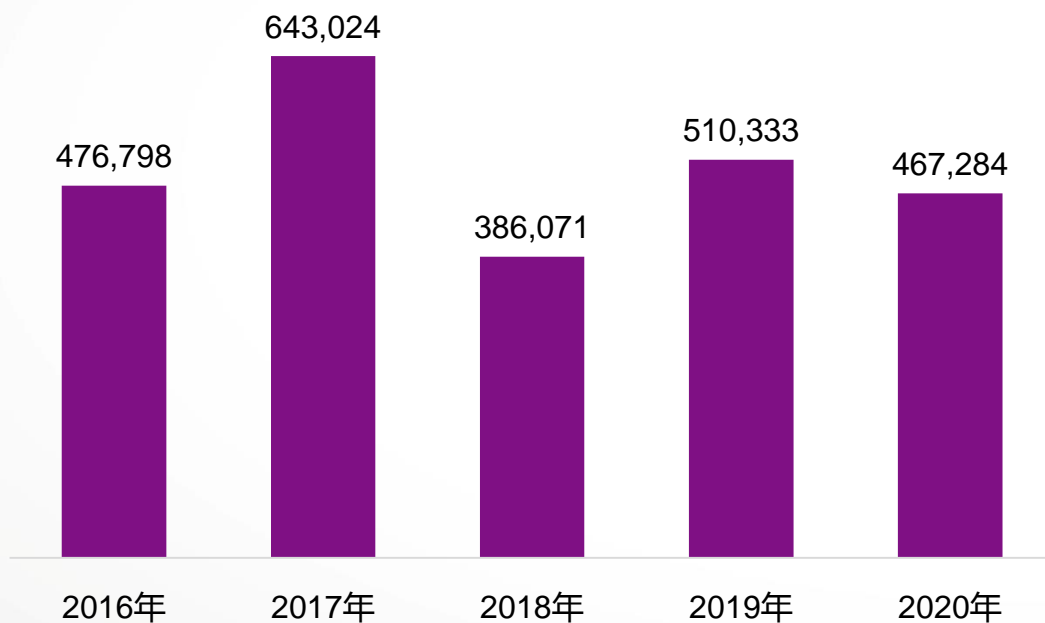
2020年国庆档各影片票房占比



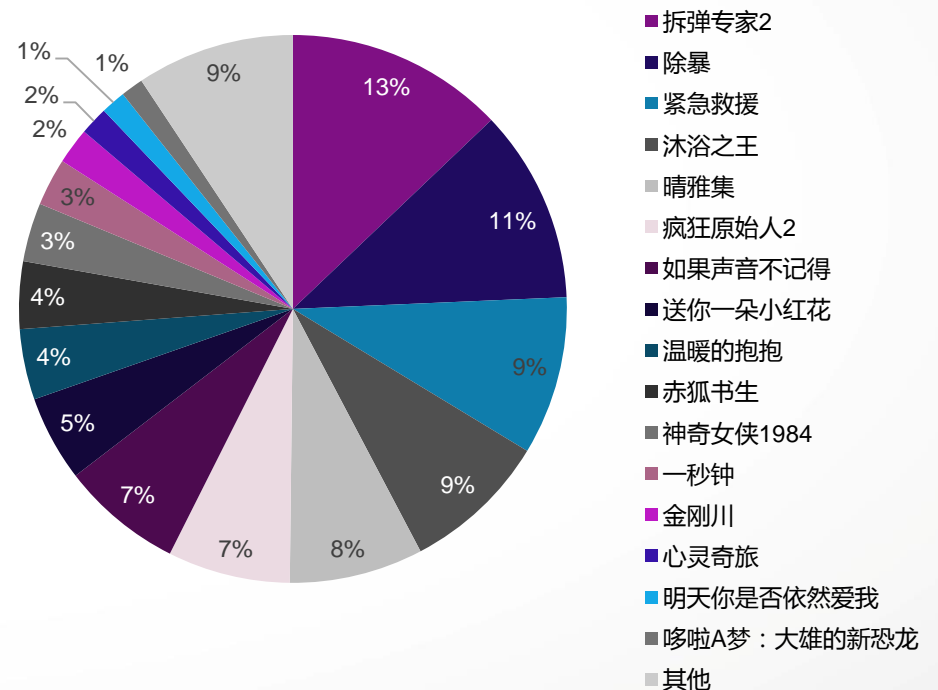
贺岁档：票房占全年近半 各影片均取得亮眼成绩

- ◆ 2020年贺岁档票房46.73亿，同样基本恢复到了近几年贺岁档的市场水平。
- ◆ 与国庆档两部影片占去总票房超8成不同，贺岁档则是皆大欢喜的局面，每部上映影片都取得了不错的票房成绩。其中票房冠军为《拆弹专家2》，票房占比为13%，其次为《除暴》，占比11%。

近五年贺岁档票房走势及全年占比



2020年贺岁档各影片票房占比



数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.01.01-2020.12.31 数据包含服务费

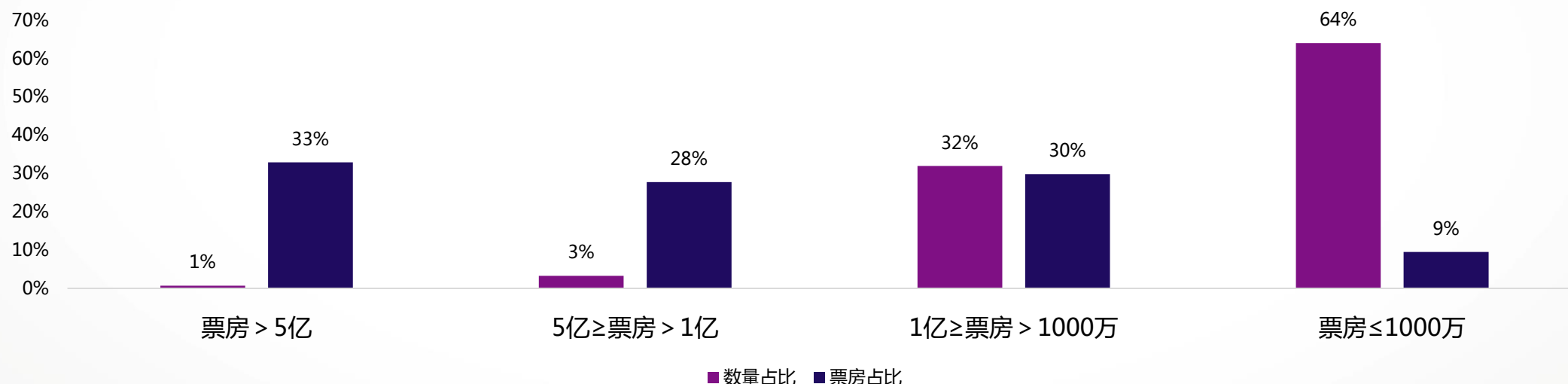


03 电影放映市场分析

影投市场格局：第一梯队贡献3成票房份额 小公司仍大量存在

- ◆ 截止2020年12月底，艺恩可以统计影投公司共计579家，其中票房超过5亿的影投公司共四家，所创造票房占据全年总票房33%。
- ◆ 票房在1亿到5亿之间的则有19家，数量占比为3%，票房占比为28%。
- ◆ 第三梯队票房在1000万到1亿之间的则有185家，数量占比32%，票房占比为30%。
- ◆ 第四梯队票房在1000万以下的影投公司，则有371家，占据了数量的64%，但只创造了票房的9%。小规模影投公司运营效率仍较为低下，且大量分散的存在于各省份的下沉市场中。

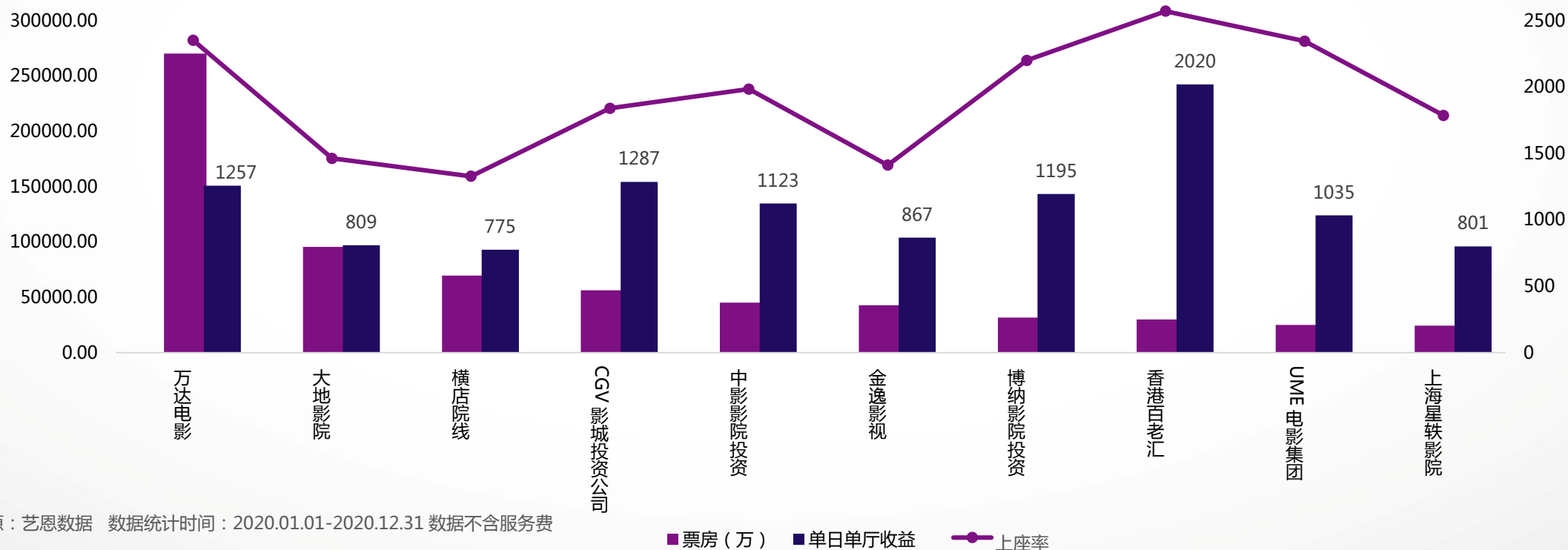
各梯队影投公司数量占比和票房占比



TOP10影投：万达电影票房冠军 香港百老汇运营效率高

- ◆ 2020年TOP10影投公司中，万达电影、大地影院、横店影院和CGV影城投资票房超五亿，万达电影票房为27.02亿，占全年票房的18%。
- ◆ TOP10影投中，单日单厅收益最高的为香港百老汇，其次为CGV影城投资公司、万达电影、中影影院投资、博纳影院投资、UME电影集团。
- ◆ 上座率最高的同样为香港百老汇、万达电影、中影影院投资、博纳影院投资、UME电影集团。

2020年TOP10影投、单日单厅收益与上座率

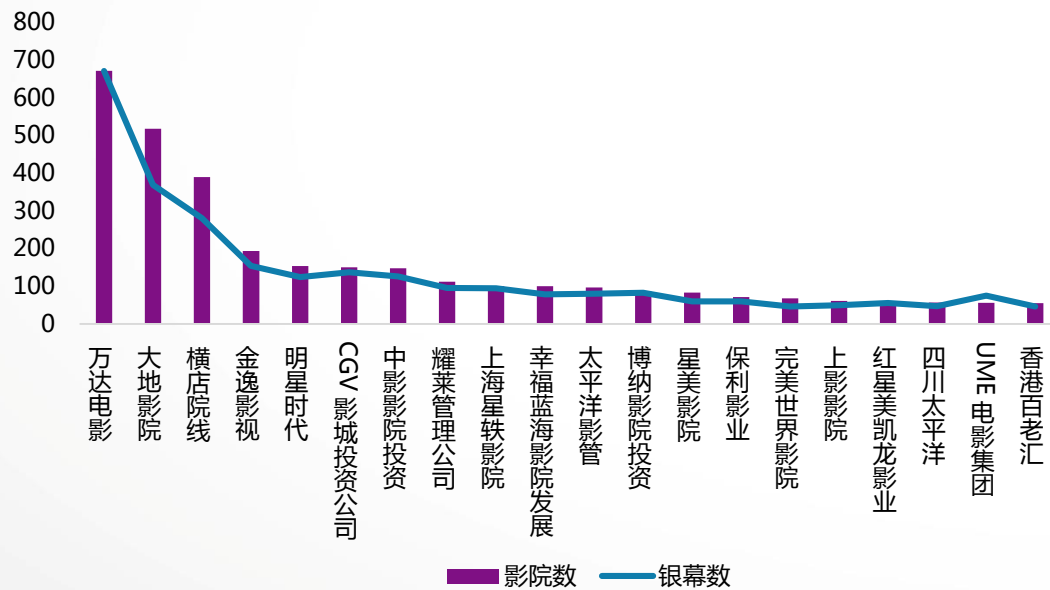


数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.01.01-2020.12.31 数据不含服务费

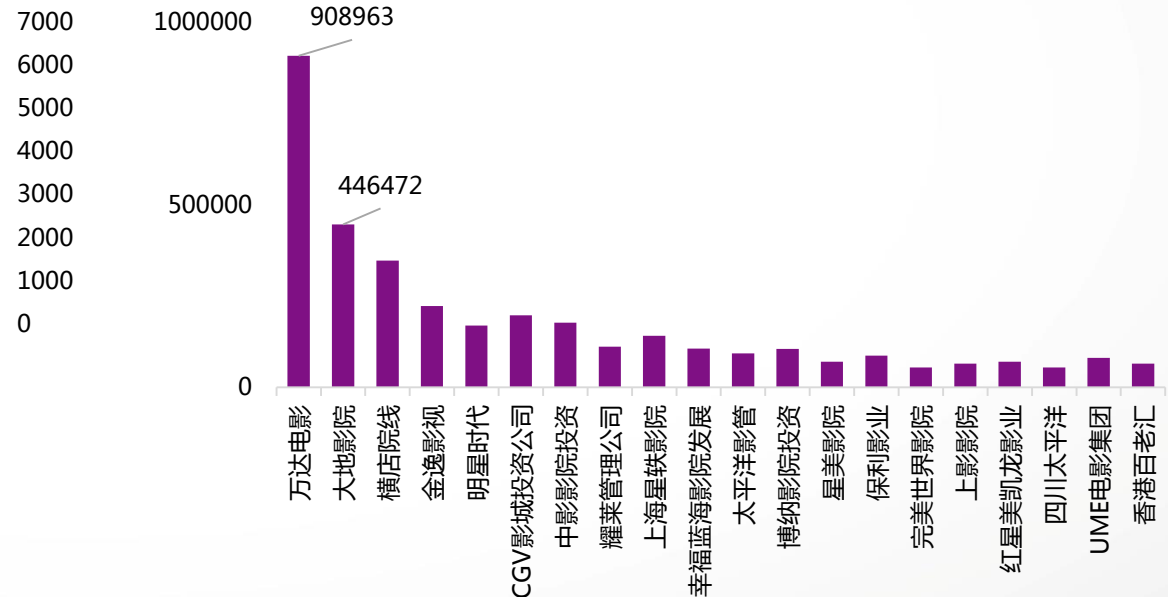
影投公司：影院银幕座位万达遥遥领先 大地横店紧随其后

- ◆ 2020年从影院数量来看，第一梯队有3家公司，分别为万达电影、大地影院和横店院线。三家影投公司分别有672，518和390家影院。拥有银幕数量也最多。其中万达电影拥有5875块银幕，而大地影院和横店院线则拥有3230块和2456块银幕。
- ◆ 第二梯队为TOP4~TOP10的六家影投公司。拥有影院在100~200家之间，拥有银幕在700~1400块之间。
- ◆ TOP20中的其余10家公司则为第三梯队，拥有影院在50~100家之间，拥有银幕在400~700之间。
- ◆ 从座位来看，第一名万达电影超过90万的座位量是第二名的大地影院近45万个的2倍。

2020年影院数TOP20影投公司影院数与银幕数分布情况



2020年影院数TOP20影投公司座位数

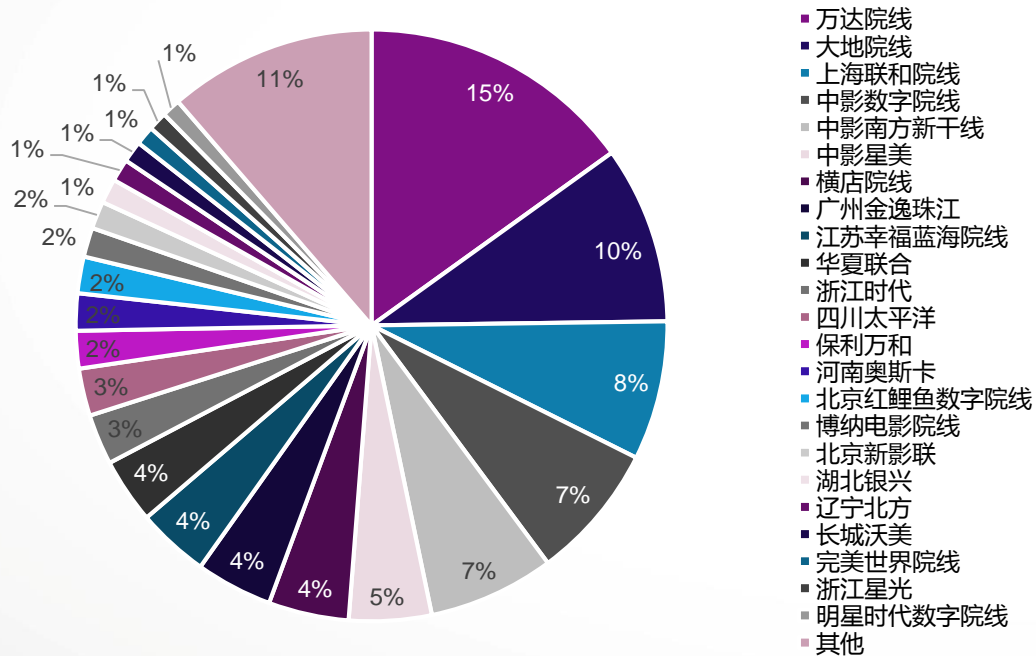


数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.01.01-2020.12.31 数据不含服务费

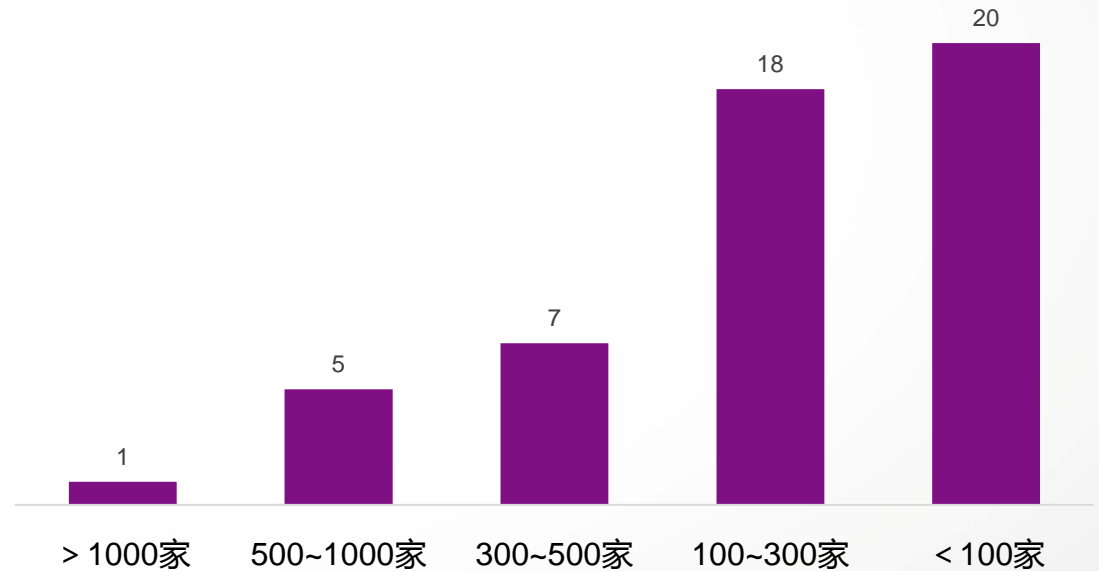
院线：万达院线票房领先 市场集中度仍较低

- ◆ 2020年，万达院线占全年总票房15%，其次为大地院线的10%，再次为上海联合院线，票房占比为8%。TOP3的票房占比为33%。中影数字院线和中影南方新干线均占比7%。TOP5的票房占比为47%。
- ◆ 2020年，超过1000家影院的院线有一家，为大地院线；500~1000家的有5家，300~500家的有7家，100~300家的有18家。数量最多的为100家以下的，共有20家。市场集中度仍较低。

2020年国内各院线票房占比分布



2020年国内院线公司旗下影院数量分布

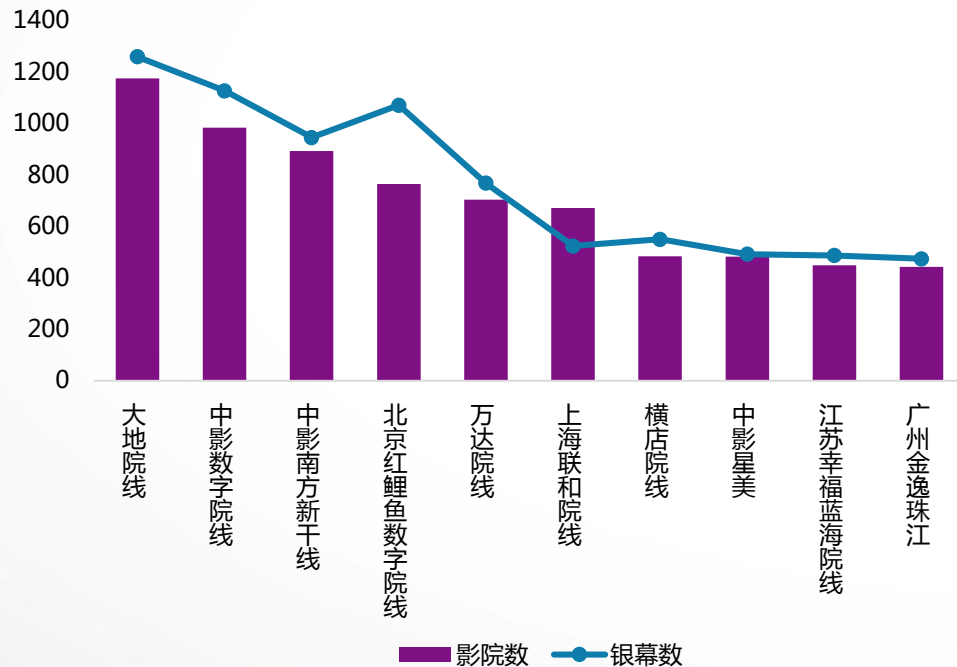


数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.01.01-2020.12.31 数据不含服务费

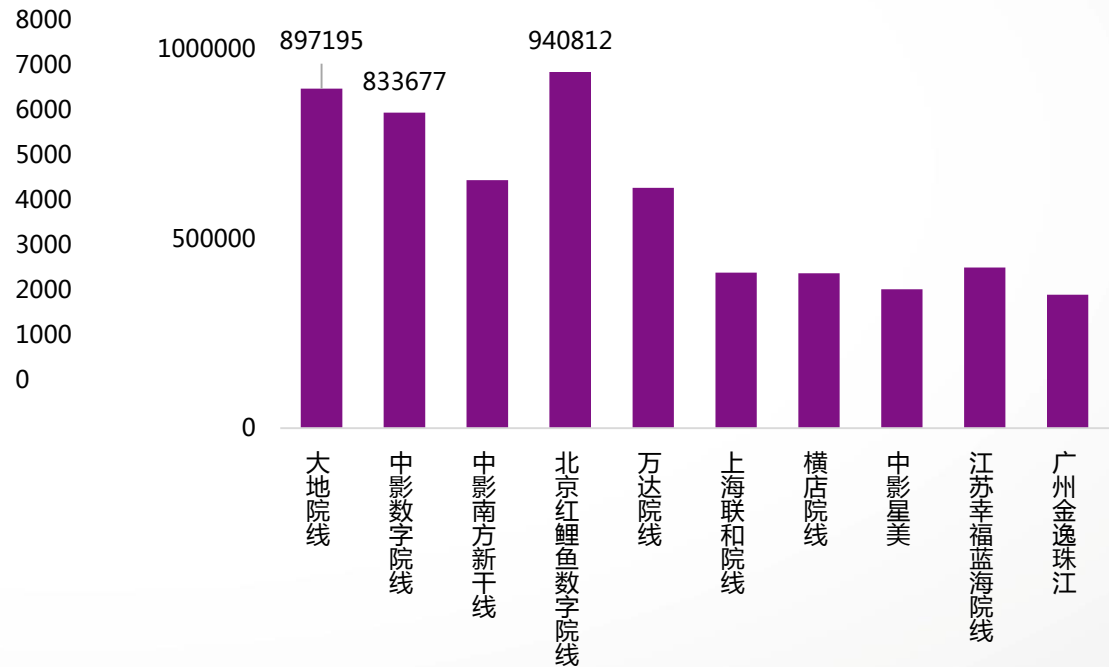
TOP10院线：影院银幕数大地夺冠 座位数北京红鲤鱼登顶

- ◆ 2020年票房占比TOP10院线中，影院数和银幕数最多的为大地院线，拥有1176家影院和7202块银幕。
- ◆ 第二梯队则为中影数字新干线、中影南方新干线以及北京红鲤鱼数字院线，万达院线和上海联合院线，拥有500家以上影院。其中北京红鲤鱼数字院线拥有全国最多的座位数，为940812个座位数。
- ◆ 第三梯队则有横店院线、中影星美、江苏幸福蓝海院线以及广州金逸珠江选线，影院数在400~500家之间，银幕数在2000~3000块之间，座位数也在30万到40万区间。

2020年TOP10院线影院数和银幕数



2020年TOP10院线座位数

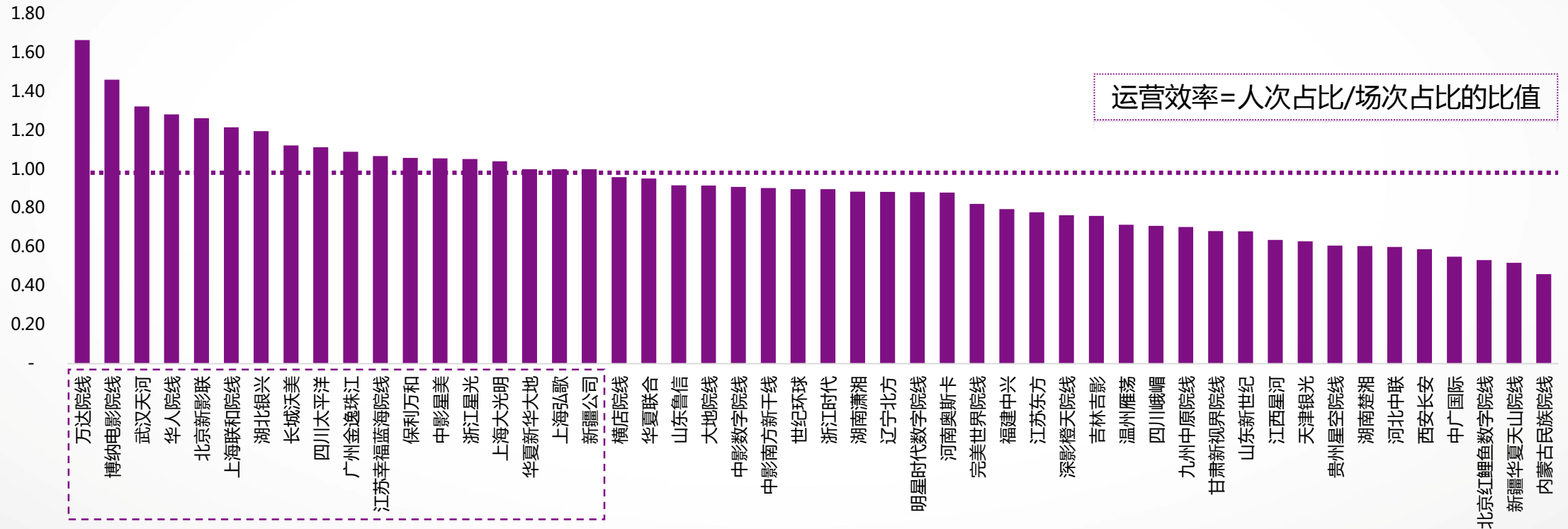


数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.01.01-2020.12.31 数据不含服务费

院线：半数运营效率超平均值 万达运营效率最高

- ◆ 2020年，50家院线中共有18家院线的运营效率高于1。50家院线运营效率的平均值为0.90，在平均值以上的院线共有26家。
- ◆ 万达院线的运营效率最高，为1.66，其次为博纳电影院线的1.46和武汉天河的1.32。

2020年各院线运营效率分析

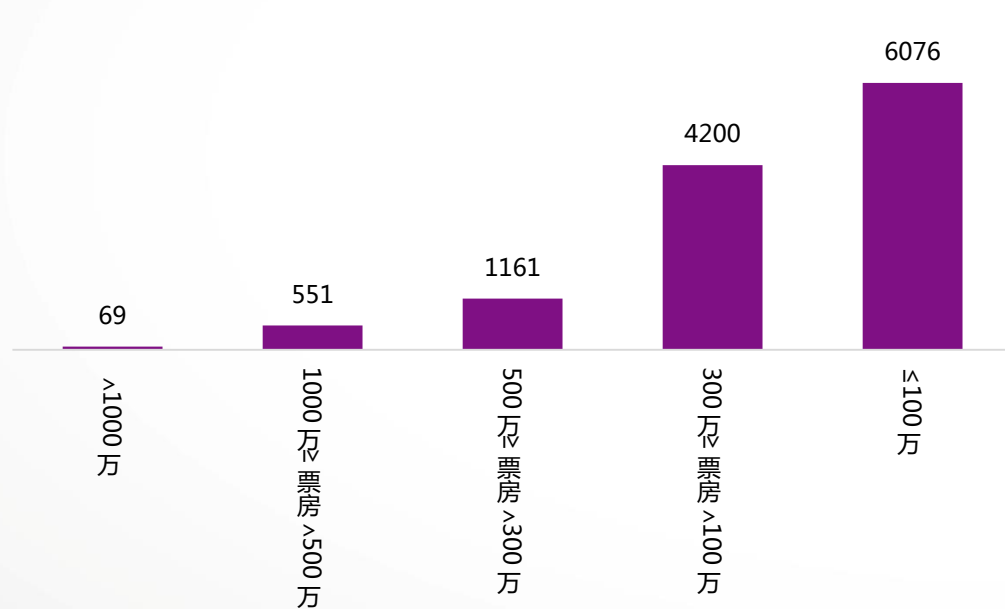


数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.01.01-2020.12.31 数据不含服务费

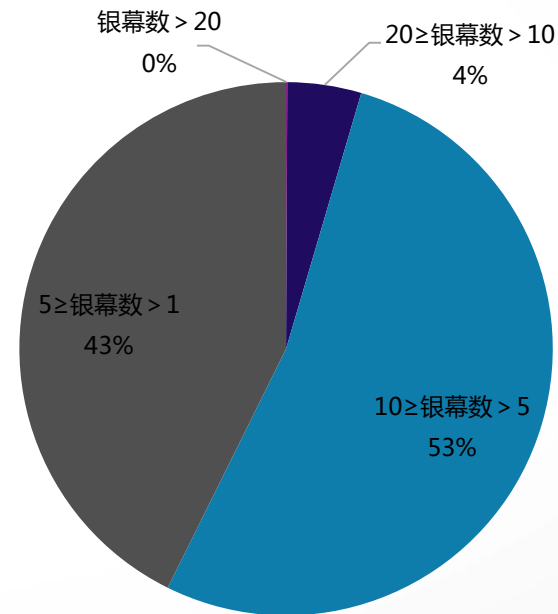
影院：半数票房低于100万 95成影院银幕少于10块

- ◆ 2020年影院的总数量为12057家。其中票房收入超过1000万的影院共69家，票房在500万和1000之间的有551家，在300万到500万之间的有1161家，占影院数量的9.63%。而票房在100万到300万之间的有4200家，占影院数量的34.83%。票房小于100万的影院最多，占比为50.39%。
- ◆ 2020年影院银幕总数为72796块。其中拥有银幕数超过20家的共有9家影院，拥有多于10块少于20块的则有540家，占比4%。53%的影院拥有多于5块少于10块银幕，而有43%的影院拥有1~5块屏幕，95成以上影院的银幕在10块以下。

2020年影院梯队票房分布



2020年影院银幕数分布情况



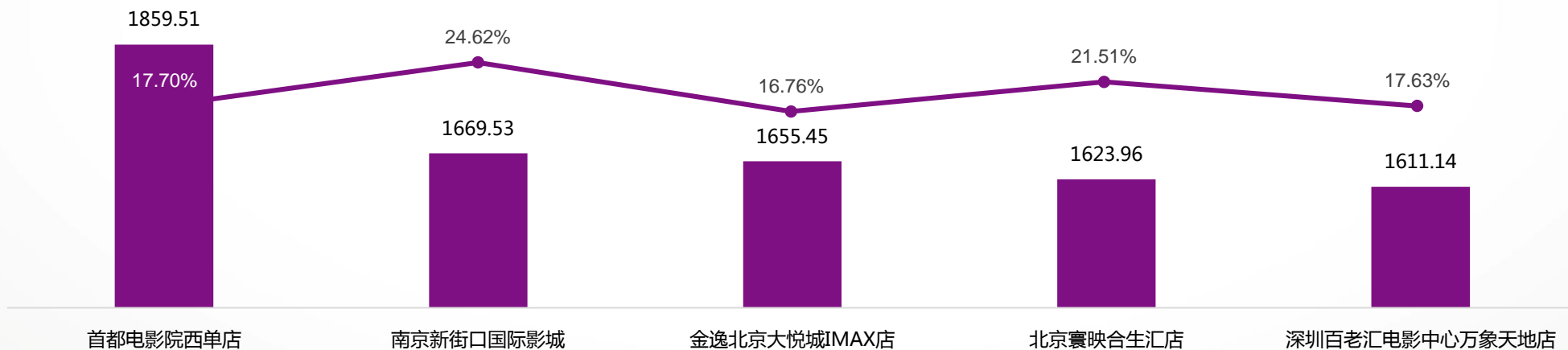
数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.01.01-2020.12.31 数据不含服务费

影院TOP5：首都电影院西单店票房冠军 南京新街口国际影城上座率居首位




- ◆ 2020年票房TOP5影院分布在北京、南京和深圳三个城市。其中北京有3家，分别为首都电影院西单店、金逸北京大悦城IMAX店、北京寰映合生汇店，南京为南京新街口国际影城，深圳的则为深圳百老汇电影中心万象天地店。
- ◆ 五家影院，金逸北京大悦城IMAX店的平均票价最高，为64元，超过2020年平均票价34元88%。其次为深圳百老汇电影中心万象天地店的63元和北京寰映合生汇店的62元。平均票价最低的为南京新街口国际影城，为37元。
- ◆ 五家影院中，上座率最高的为南京新街口国际影城的24.62%，为2020年平均上座率7.96%的3倍。

TOP5影院票房和上座率



数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.01.01-2020.12.31 数据不含服务费



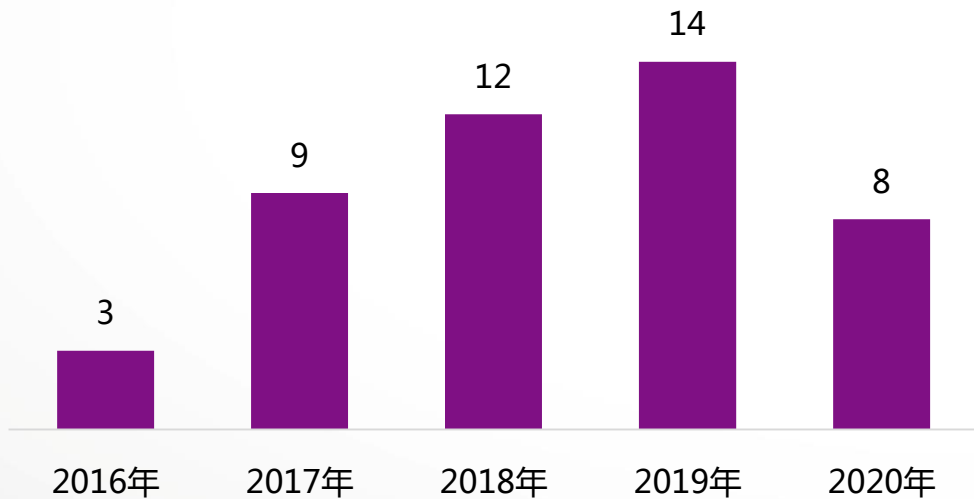
04

专题研究： 主旋律电影市场分析

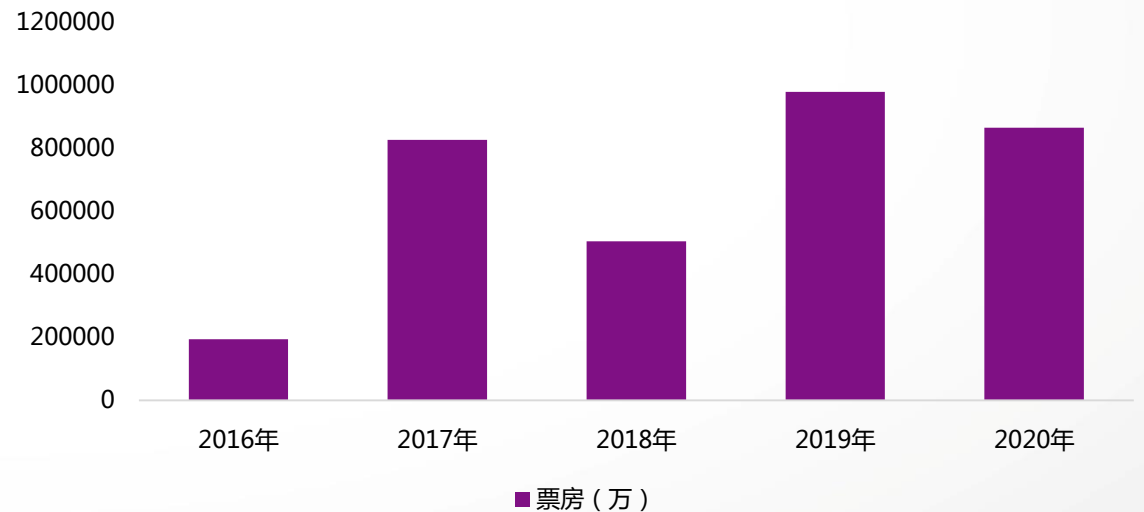
2019成主旋律年 2020主旋律成“复苏”关键

- ◆ 近五年，主旋律影片的数量与票房都呈现快速增长趋势。数量从2016年的3部增长到2019年的14部，票房也从2016年的近20亿增长到2019年的近100亿，票房增长五倍。
- ◆ 2016年超过10亿票房的主旋律影片《湄公河行动》，取得超11亿票房；2017年超过10亿的则有《战狼2》、《芳华》，票房超56亿和14亿，《战狼2》为当年票房冠军；2018年超过10亿的则为《红海行动》，票房36亿，同样为当年票房冠军。
- ◆ 2019年超10亿的则有3部，分别为《我和我的祖国》（31亿），《中国机长》（29亿）和《烈火英雄》（17亿）。2020年超过10亿的同样为3部，分别为《八佰》（31亿），《我和我的家乡》（28亿）和《金刚川》（11亿），另外两部《夺冠》和《紧急救援》同样位居票房TOP10，成为2020年中国电影市场从疫情中“复苏”的关键，而且主旋律影片呈现向头部集中的趋势。

近五年主旋律影片数量变化



近五年主旋律影片票房变化

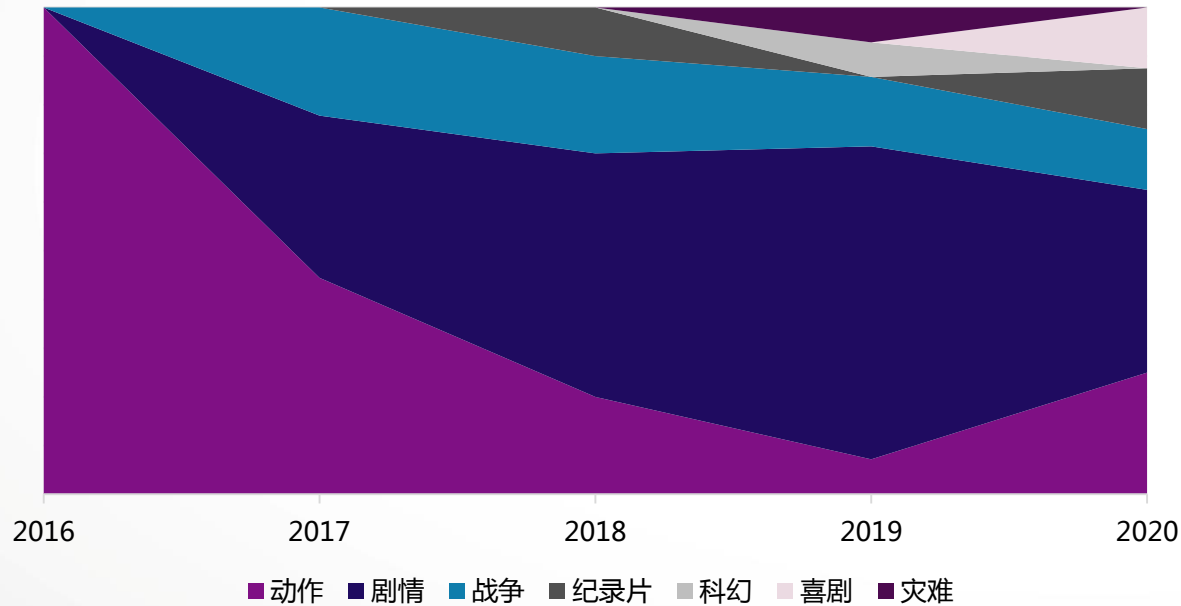


数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.0101-2020.12.31 数据包含服务费

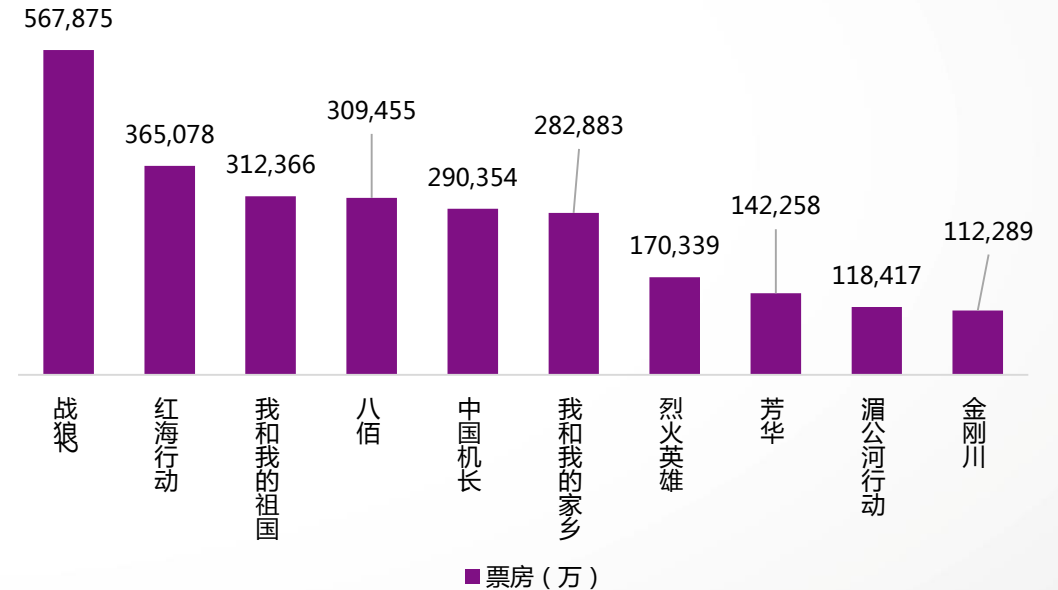
主旋律不断类型化 商业口碑双开花

- ◆ 主旋律影片从类型上看，近五年从刚开始的以动作、剧情类型为主，到2019年出现科幻片《上海堡垒》、灾难片《烈火英雄》，再到2020年出现喜剧片《我和我的家乡》，2019年和2020年主旋律影片涵盖的类型都达到5种。主旋律影片正在逐步类型化，这也是其获得市场反馈和观众认可，不断取得商业上和口碑上双重成功的关键。
- ◆ 未来，随着影视公司运营主体的不断成熟，投资规模的进一步提高，以及知名编剧导演等创作人员的不断加入，主旋律影片在类型上的探索将更进一步深入。

近五年上映主旋律影片类型分布



近五年票房TOP10主旋律影片

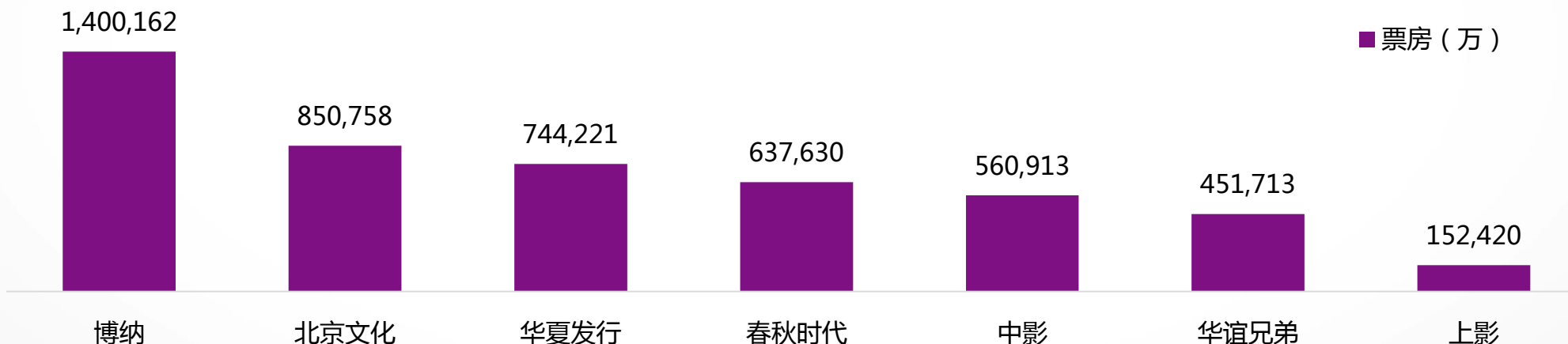


数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.0101-2020.12.31 数据包含服务费

国企老牌民营中流砥柱 新兴互联网公司新生力量

- ◆ 目前，主旋律影片的出品公司可以主要分为三个阵营。第一阵营为国营公司，如中影、上影和华夏发行，它们凭借着强大的调动核心资源的能力，成为主旋律影片的重要参与者。近五年，华夏发行参与出品的影片票房超74亿，中影则超56亿。
- ◆ 第二阵营则为老牌民营企业，它们布局较早，积累了丰富的主旋律结合商业电影的创作和宣发经验；博纳是最早尝试和布局主旋律影片的民营公司，近五年参与出品的影片票房超过140亿、北京文化也因出品《战狼2》等影片，票房达到85亿。
- ◆ 第三阵营则为新兴的互联网影视力量。2017年爱奇艺影业参与出品《芳华》，2018年企业影视参与出品《无问东西》，2019年阿里巴巴影业参与出品《中国机长》等。新生代的互联网影业，凭借身后的数据和平台资源，正发挥着越来越重要的作用。

近五年主旋律影片出品公司票房分布





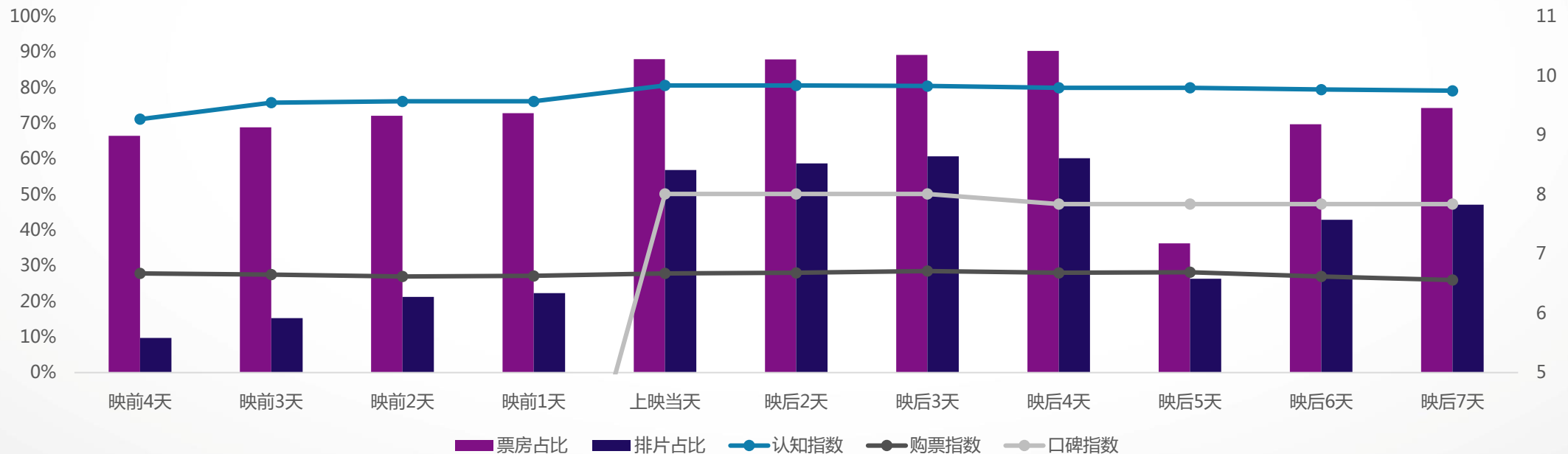
04

典型电影营销案例分析

《八佰》点映引爆口碑 天时地利人和造就冠军影片

- ◆ 国内电影市场，口碑对于观众观影决策的影响力越来越大。映前口碑也已成为影片热度扩散、声量传播的重要依靠。第一轮点映，《八佰》最终斩获1438万元的单日票房，超高的上座率成了引爆市场口碑的触发器。
- ◆ 《八佰》于映前4天又开启了第二轮全国大规模点映。排片占比、和票房占比均呈现出了不错的数据，单日斩获5124.82万票房，占到当日票房的67%。认知指数、购票指数和口碑指数也随着影片上映不断走高。上映后的四天内，单日票房占到当日票房的90%左右。
- ◆ 疫情的暂时结束是《八佰》的天时，而刚度过疫情时期的人们亟待一个宣泄的情感出口。《八佰》冲突强烈，格局宏大，摄影精彩，震撼人心的特点，使其正好满足了这一点。天时地利人和的因素助推《八佰》成为年度票房冠军。

《八佰》上映前后各项指标走势

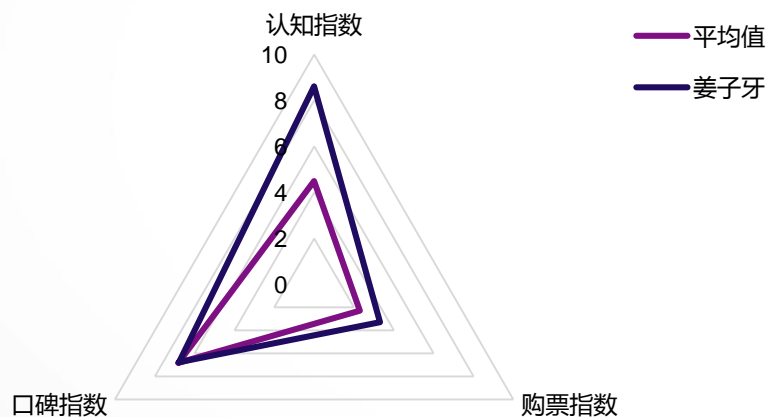


数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.08.17-2020.08.27 数据包含服务费

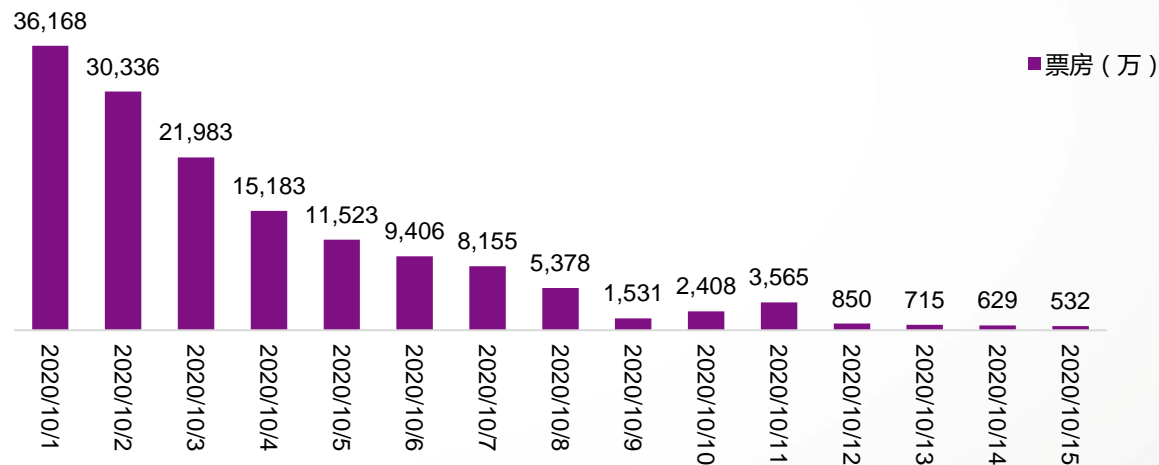
《姜子牙》IP联动异业营销 刷新中国动画电影首日票房纪录

- ◆ 《姜子牙》的票房成功和《哪吒》的票房成功以及随后掀起的国漫热有着紧密的联系。而作为出品方光线“封神宇宙”中的布局者，和《哪吒》联动也成为《姜子牙》的应有之义。从《哪吒》的贴片广告开始，到《姜子牙》的营销过程中，小哪吒为姜叔打辅助，如发布联合海报、联合成团，RAP说唱等，《姜子牙》宣发的每一部几乎都有着“哪吒”这一已经深入观众心中的形象的助推。
- ◆ 除了与《哪吒》联动以外，《姜子牙》还与蒙牛、特步等品牌进行异业营销，以及在《梦幻西游》等游戏中植入《姜子牙》中的动漫形象，吸引游戏粉丝有效转化为电影观众。《姜子牙》上映首日票房即达到3.62亿，刷新了中国内地电影市场动画电影首日票房纪录。单周票房13.28亿，最终取得票房16亿。

《姜子牙》上映30天认知口碑购票指数



《姜子牙》上映半月票房走势

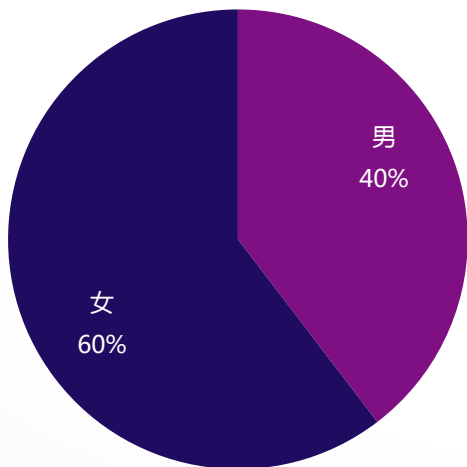


数据来源：艺恩数据 数据统计时间：2020.10.01-2020.10.15 数据包含服务费

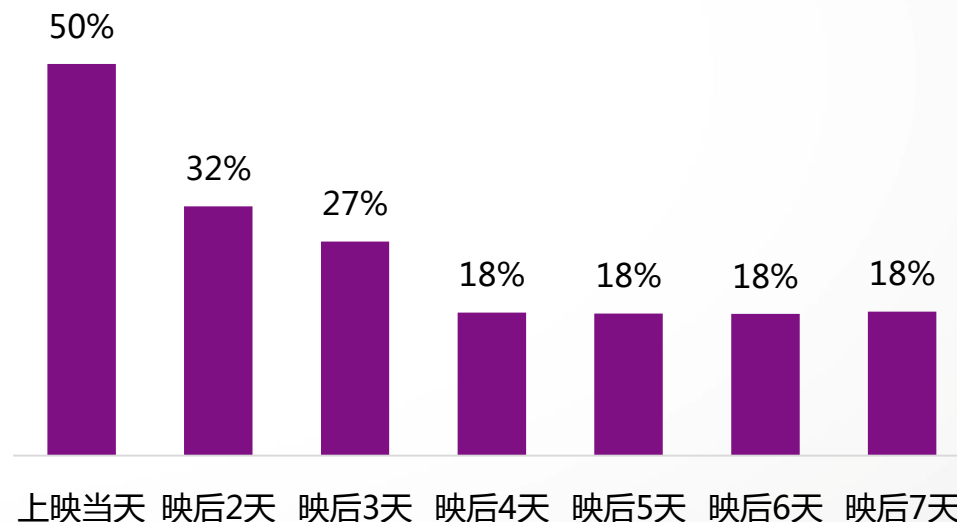
《我在时间尽头等你》精准营销全力倾斜短视频

- ◆ 8月份《八佰》为观众提供了一个情感宣泄窗口的同时，一部分女性观众的情感宣泄目的还有待发掘。《我在时间尽头等你》女性占比60%，而且作为爱情片的影片属性贴合短视频用户。该片将宣传渠道、预算费用全力倾斜于短视频，共在抖音上发布超过127个短视频，累计收获超过1400万个赞，累计播放量接近15亿。
- ◆ 该片在短视频平台的热度也加强了其排片，最终在七夕竞争当中力压《八佰》拿到了50.2%的排片空间，成为有史以来七夕节首次排片过半的电影，这反过来又大大稳固了《我在时间尽头等你》的热度优势。而这种碾压式的排片，也有效形成了对中立路人观众的抢夺。

《时间尽头》观众性别占比



《时间尽头》上映7天后排片占比



免责声明与版权声明

免责声明

艺恩ENDATA报告所提供的数据来源于艺恩数据库、大数据采集、小样本观众调研、专家调研、数据模型预测及其他研究方法估算，以及行业公开和市场公开数据，分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性，艺恩ENDATA力求但不保证所提供数据信息的完全准确性和完整性，依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，艺恩ENDATA不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。公司不保证报告中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，公司可能会发出与本报告所载资料、数据、观点和推测不一致的研究报告。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与艺恩ENDATA无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

版权声明

本报告由艺恩ENDATA制作，报告中文字、图片、表格等受中国知识产权法等法律保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归艺恩ENDATA所有。报告中所引用的第三方数据版权归原作者或机构所有，艺恩ENDATA不承担任何责任或义务，仅供观众参考。未经本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定。本报告最终解释权归艺恩ENDATA所有。

联系我们

争议解决：contact@endata.com.cn

媒体垂询：marketing@endata.com.cn

关于艺恩

艺恩是市场领先的数据智能服务商，致力于通过大数据、AI技术连接内容与消费者数据资产，以驱动客户业务增长。

公司成立以来依托行业解决方案提供监测洞察与数据智能产品，服务影视文娱，品牌广告，视频媒体等上千家客户，获得业界广泛认可；荣获“国家高新技术企业”“中关村高新技术企业”“中国大数据创新企业”及“中国大数据最佳行业实践案例”等称号，共持有独立研发的产品软件著作权与发明专利30多项。



扫描二维码，
即刻试用芝恩数据产品



扫描二维码，
获取芝恩行业解决方案报告

www.endata.com.cn