

# 2023 中国电影市场 年度盘点报告



出品： 灯塔研究院 ×  灯塔专业版

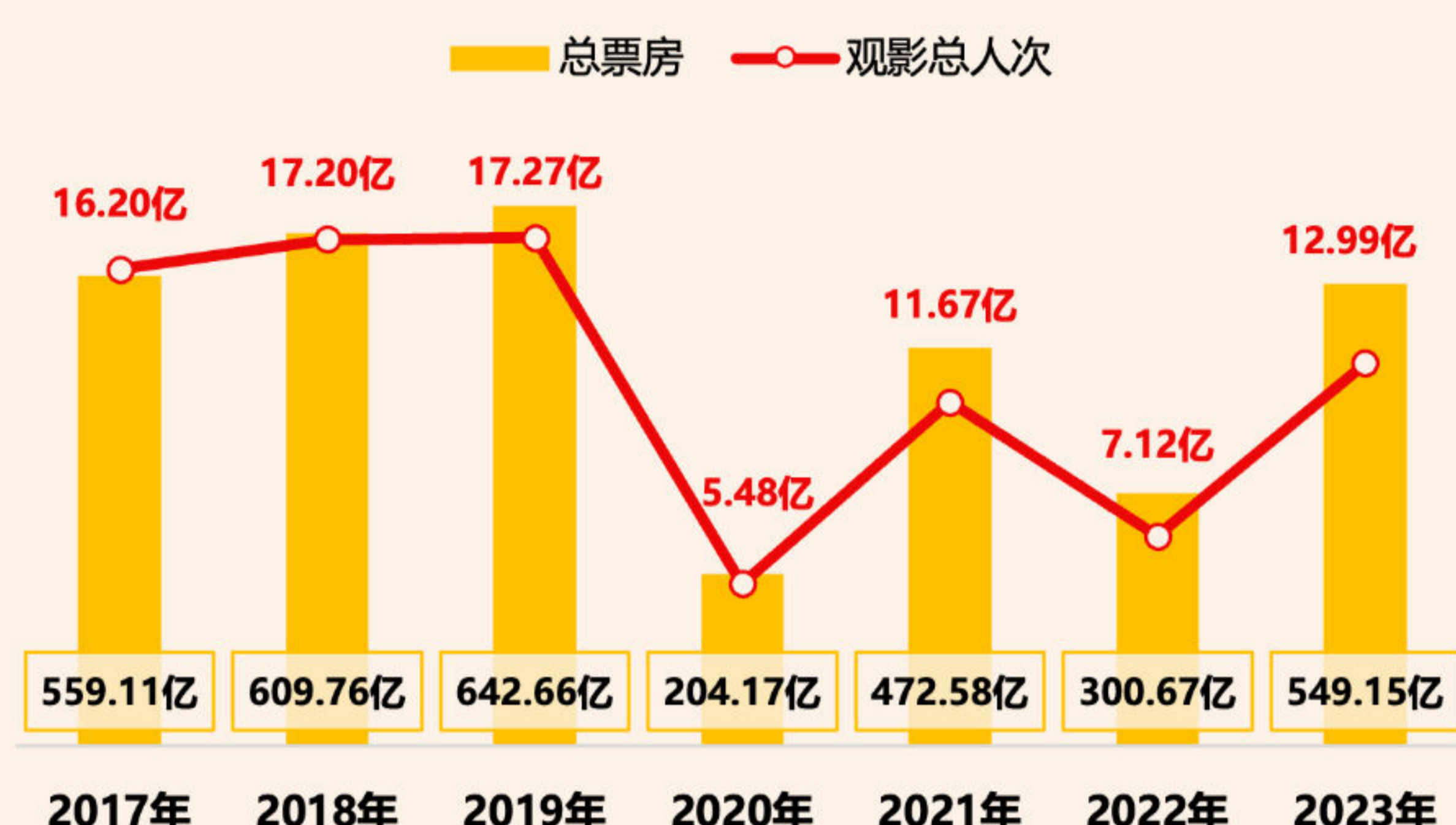
联合发布：



# 2023年票房人次多项核心数据回升 预估年度观影总人数再度突破5亿线

2023年票房相比过去三年大幅上涨七成、恢复至2017年水平，人次上涨六成，人均观影频次升至2.58次，预估全年城市院线观影总人数再度突破5亿大关。相比2020-2022年，中高频观影用户均有显著提升，相比2019年更多平时较少观影的低频用户走进电影院。

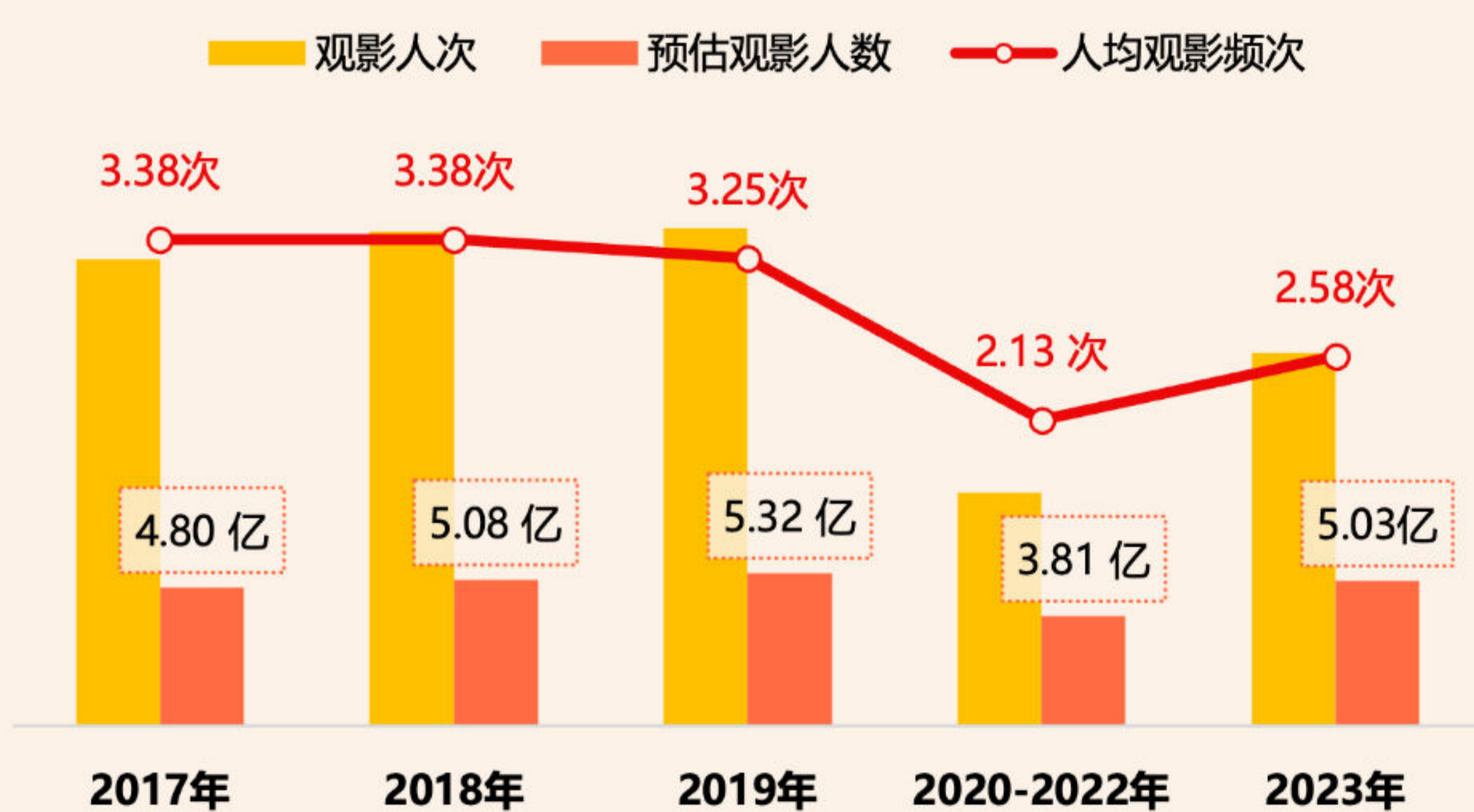
## 中国电影市场年度票房及观影总人次



2023年总票房	549.15 亿	同比
纪录: 2019年	642.66 亿	- 15%
2020-2022年均值	325.80 亿	+69%

2023年总人次	12.99 亿	同比
纪录: 2019年	17.27 亿	- 25%
2020-2022年均值	8.09 亿	+61%

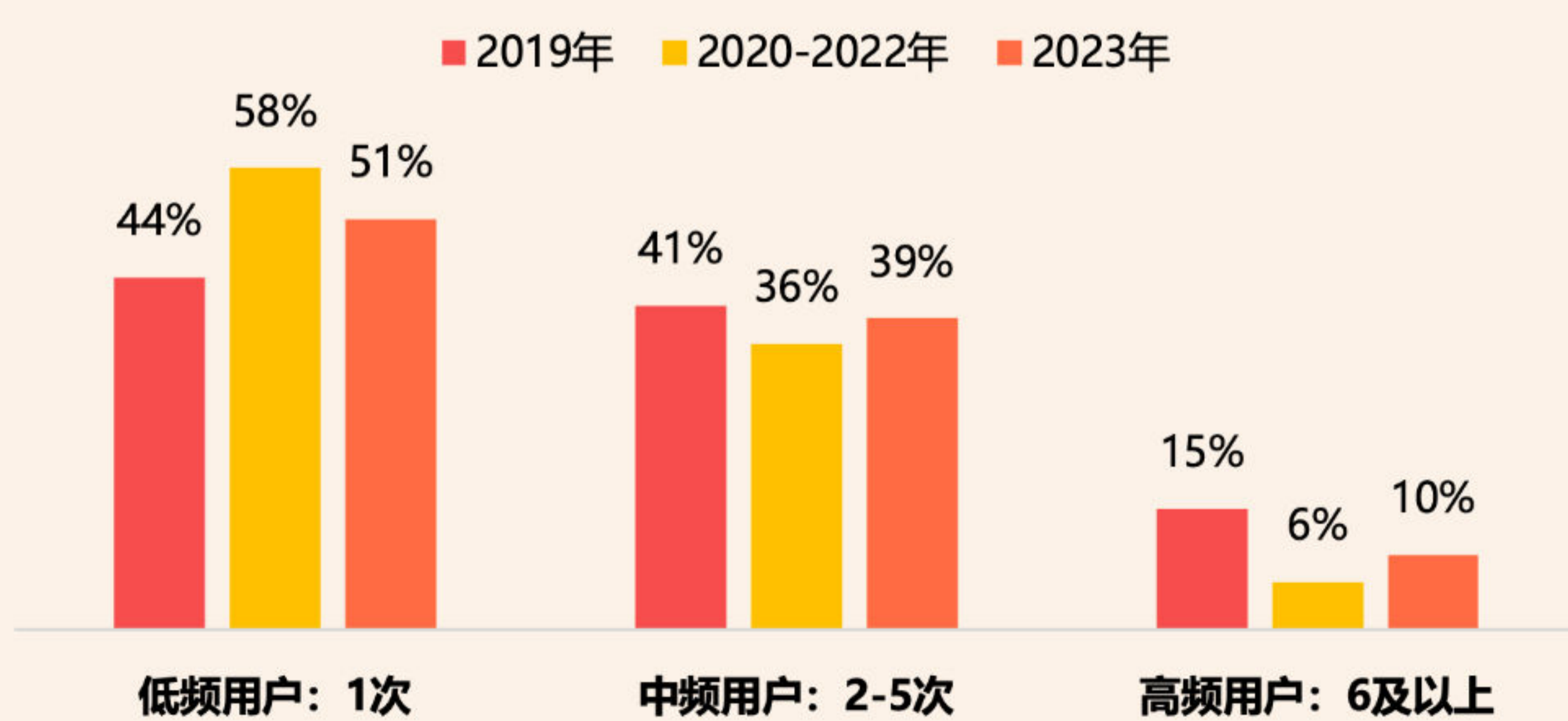
## 中国电影市场观影人次与观影人数预估



2023年人均观影频次	2.58 次/人	同比
纪录: 2018年	3.38 次/人	- 0.80 次/人
2020-2022年均值	2.13 次/人	+0.45 次/人

2023年预估观影人数	5.03 亿	同比
纪录: 2019年	5.32 亿	- 2900万
2020-2022年均值	3.81 亿	+1.22亿

## 2019-2023年 低中高各级观影频次分布



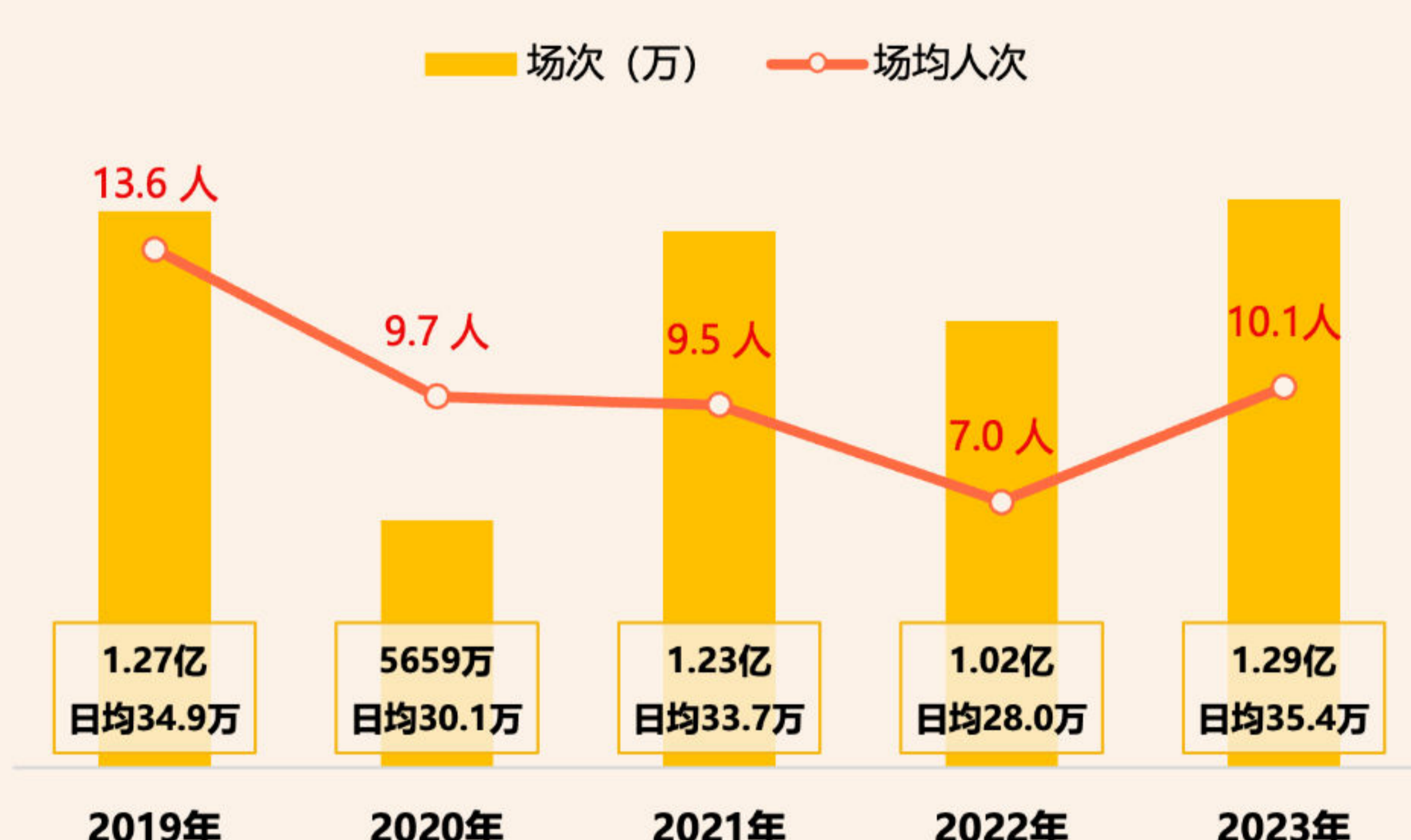
观影频次	2023年	2020-22年	同比	2019年	同比
低频用户	2.58 亿	2.21 亿	+17%	2.35	+10%
中频用户	1.97 亿	1.37 亿	+44%	2.16	- 9%
高频用户	0.48 亿	0.23 亿	+109%	0.81	- 41%
观影总人数	5.03 亿	3.81 亿	+32%	5.32	- 5%



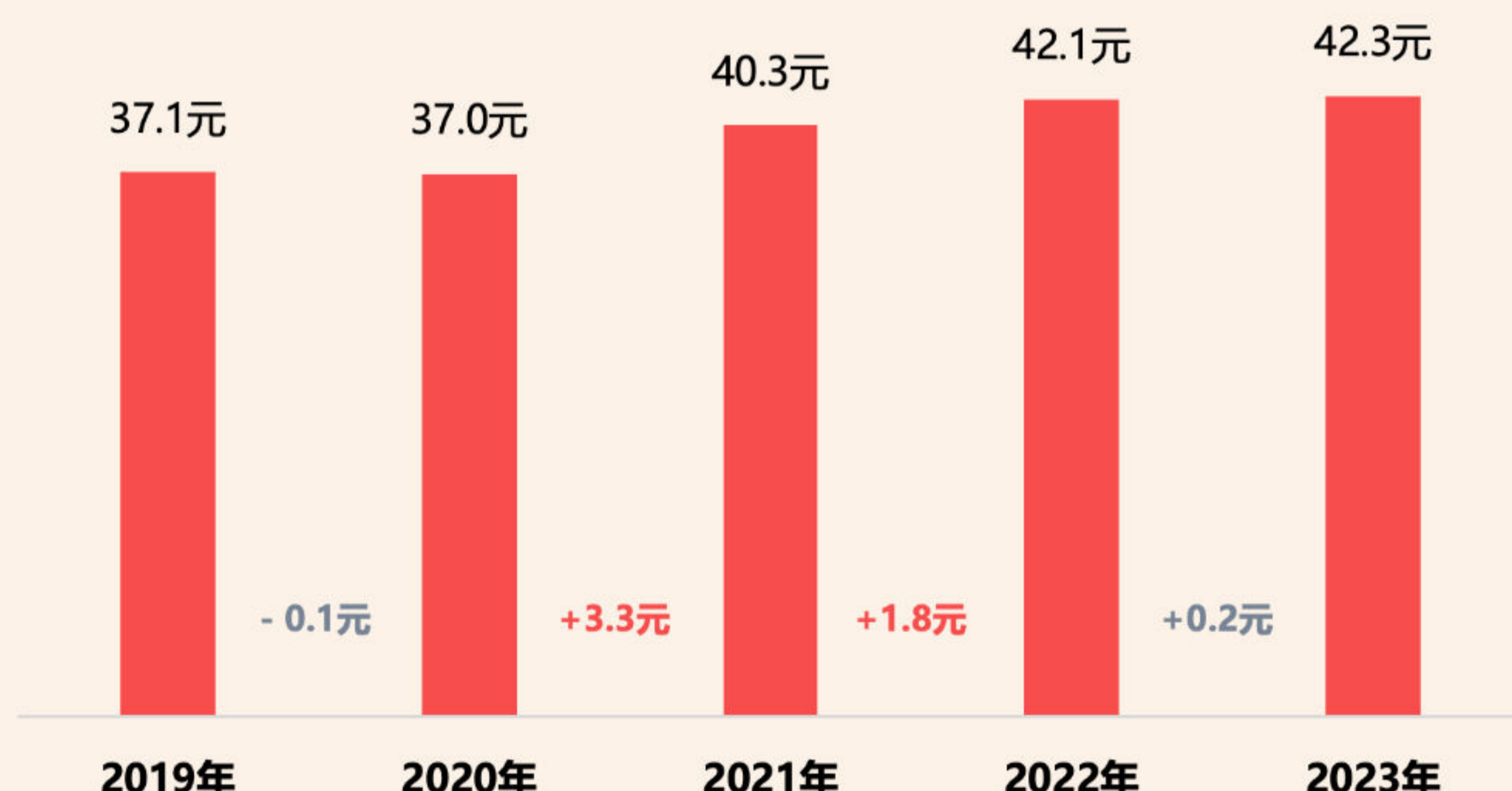
# 2023年放映规模提升，票价策略主动调整 预估人均电影消费重新升至百元以上

2023年全国放映规模超过2019年历史最高水平，场均人次近四年首度回升。全年平均票价维稳，热门档期片方下调发行结算价下限主动改变策略，2024元旦档影片集体下调发行结算价。根据观影总人数预估，中国电影市场人均电影消费回升至109元。

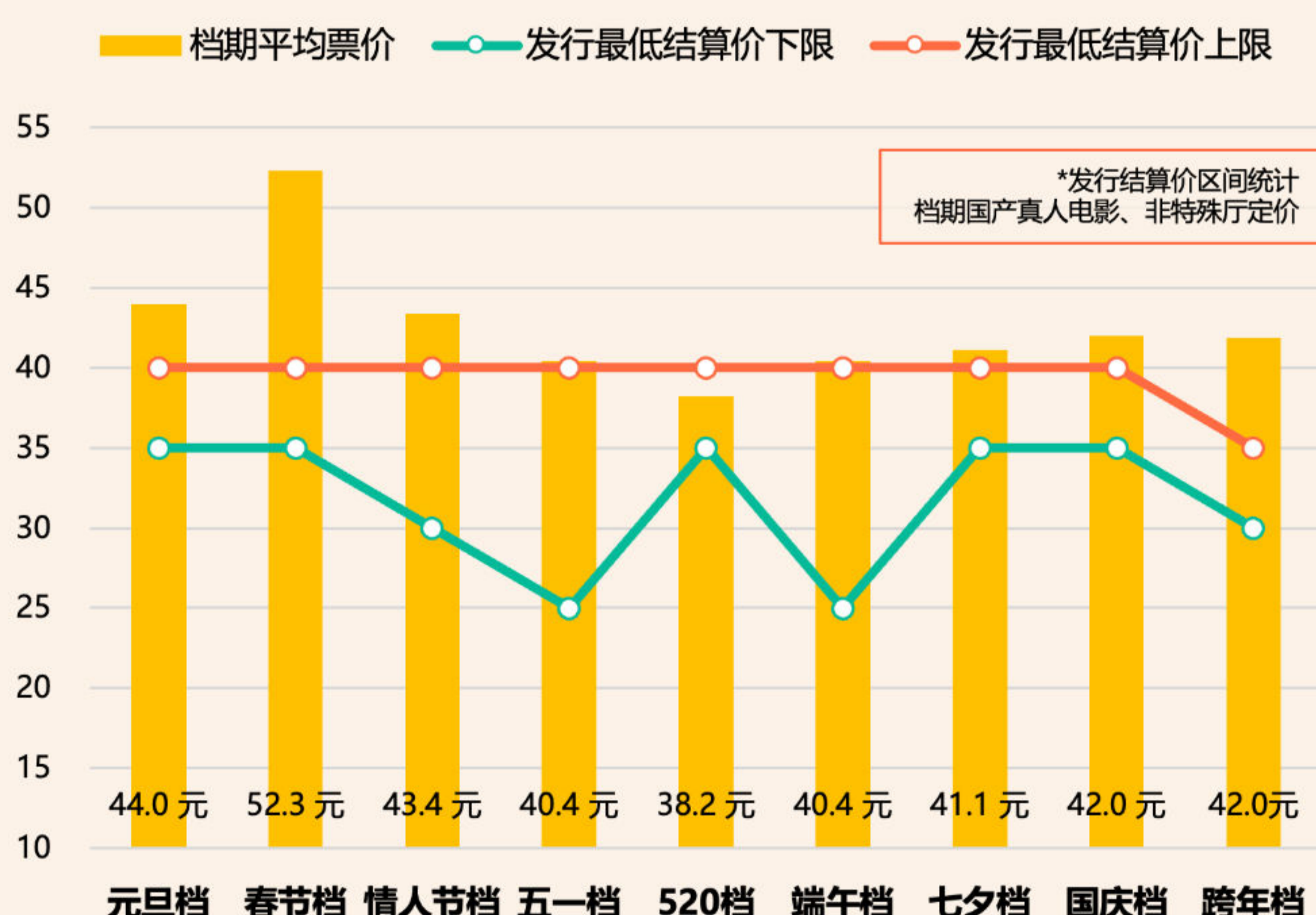
## 2019-2023年度放映总场次与场均人次



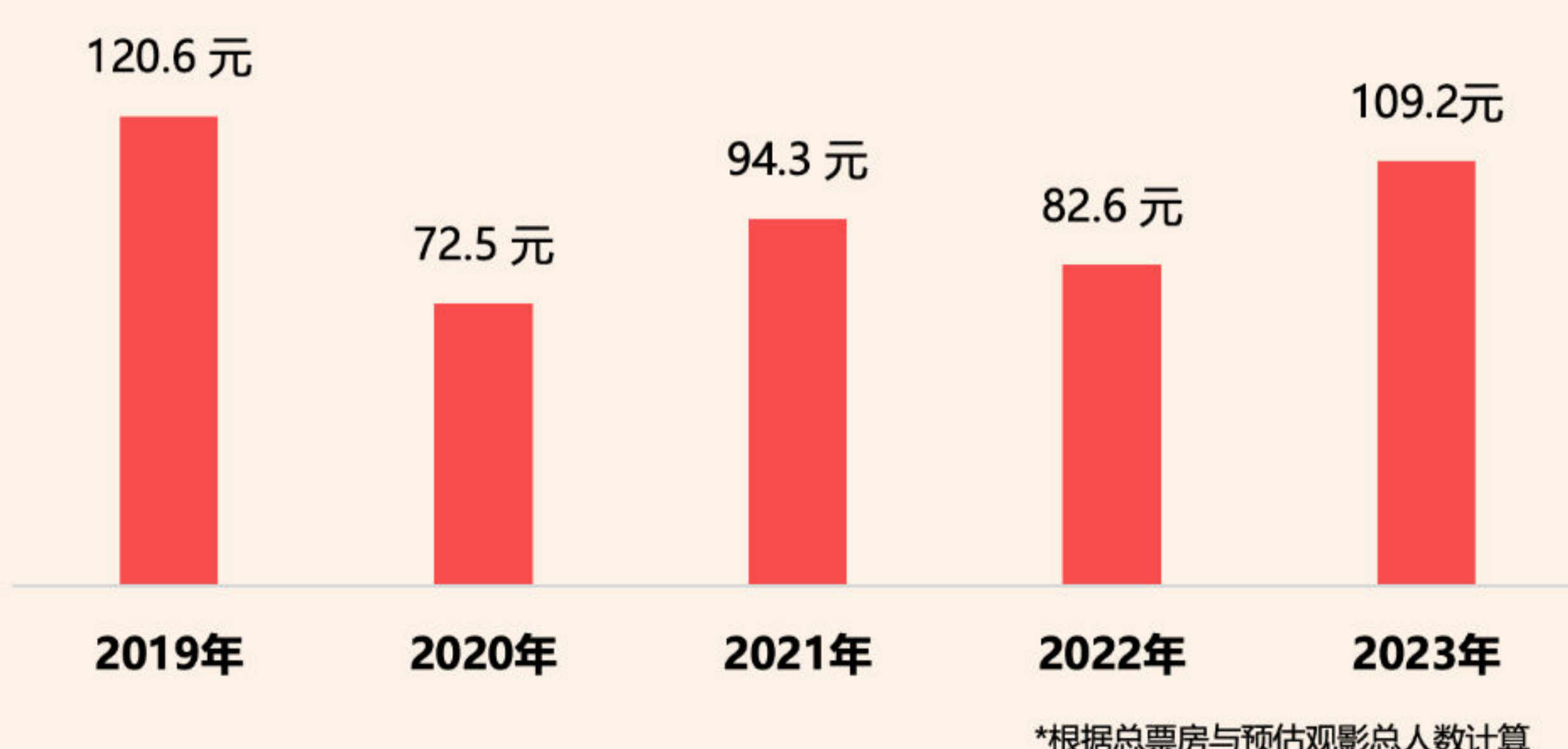
## 2019-2023年度平均票价



## 2023年节假日档期平均票价与发行结算价



## 2019-2023年中国电影市场人均电影消费

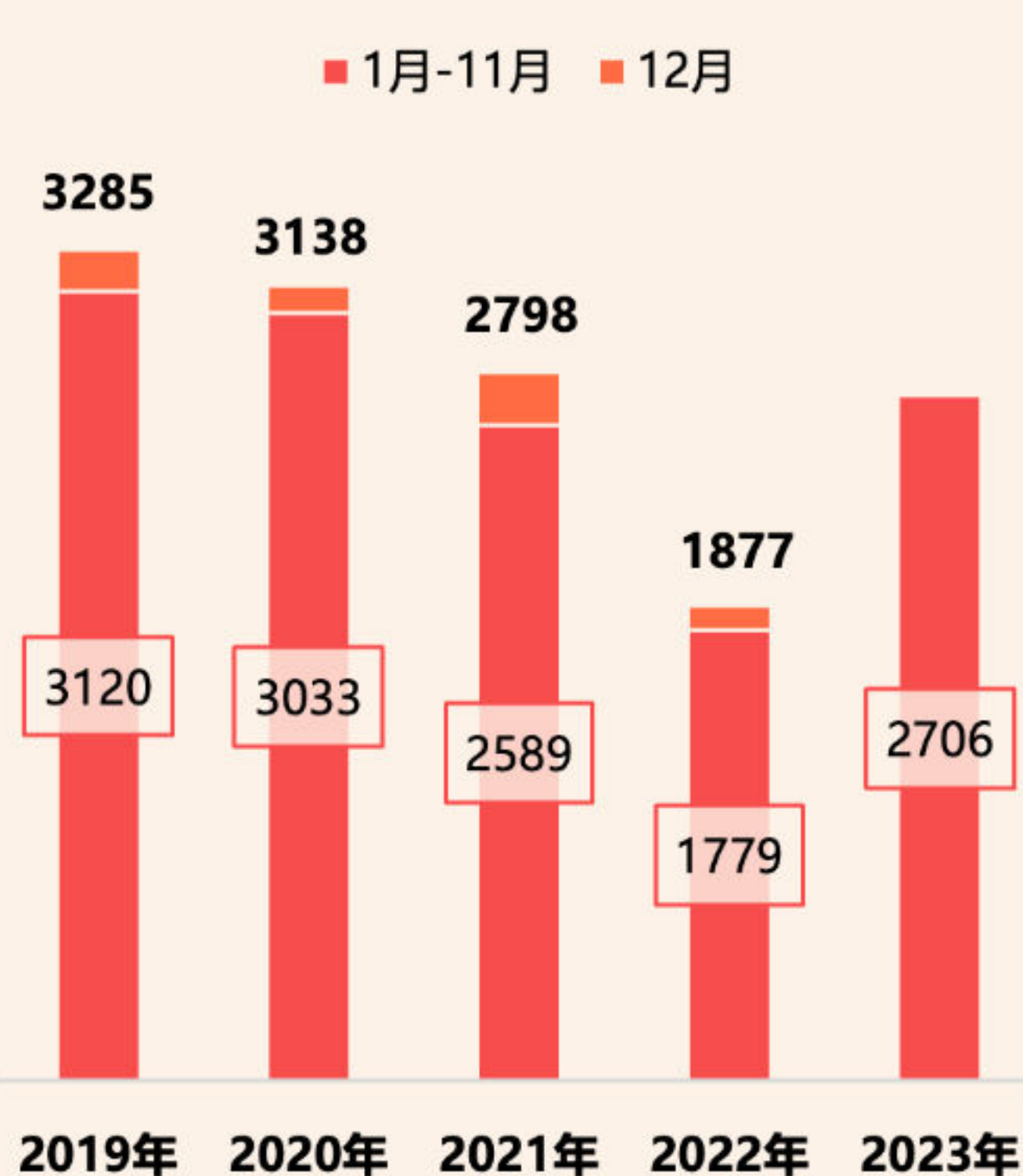


2023年人均电影消费	109.2元	同比
纪录: 2019年	120.6元	-11.4元
2020-2022年均值	85.2元	+24.0元

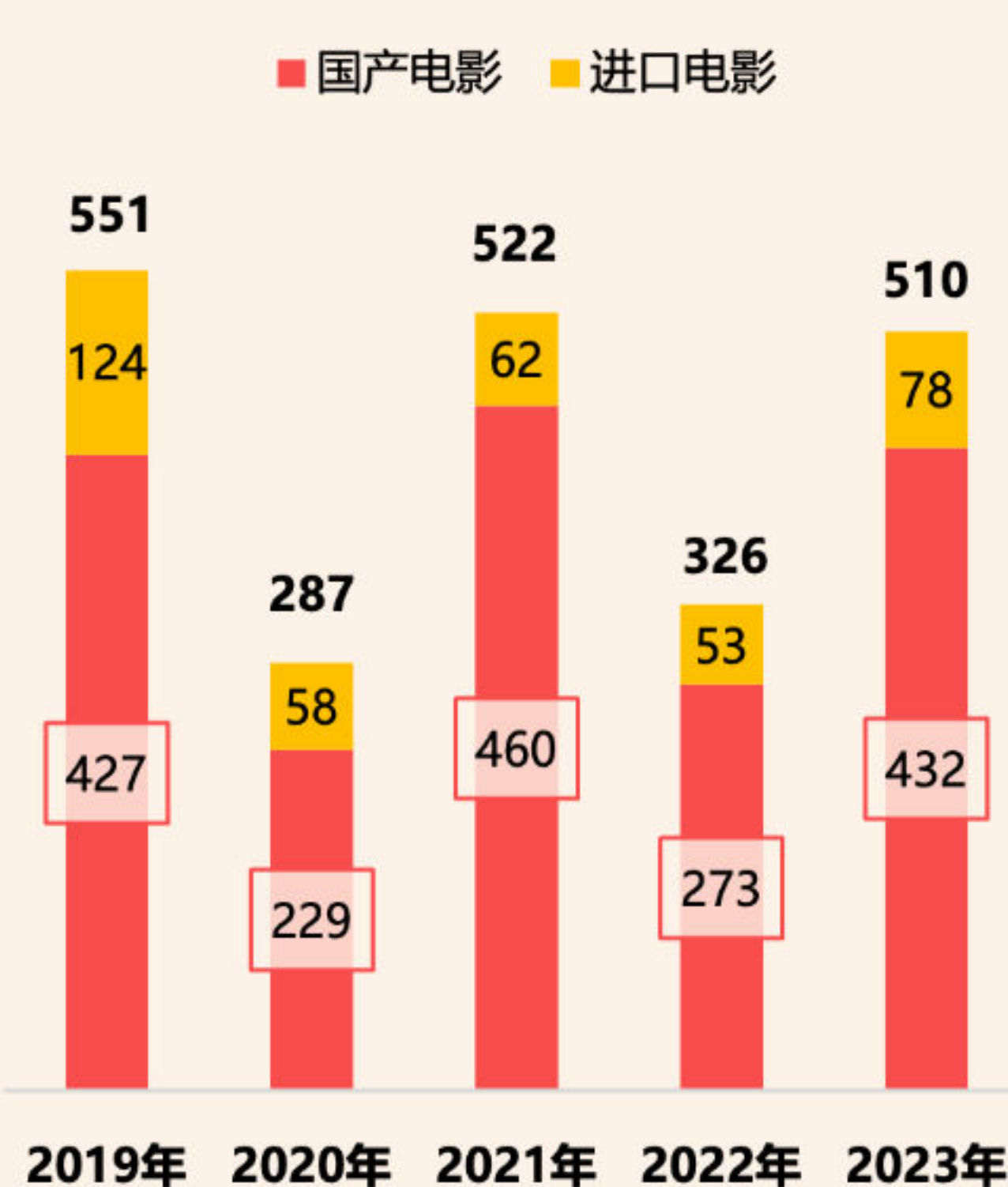
# 上游供给复苏，国产电影持续占据5/6份额 2020-2022年过后，进口电影依然面临困境

备案立项、上映数量双项供给指标回暖，国产电影单年度票房超460亿创纪录，票房占比连续四年高达84%。进口电影上映数量回升，但票房体量下降，全年无一破十亿，部均票房难回2020年前水平、单片高点持续下降。

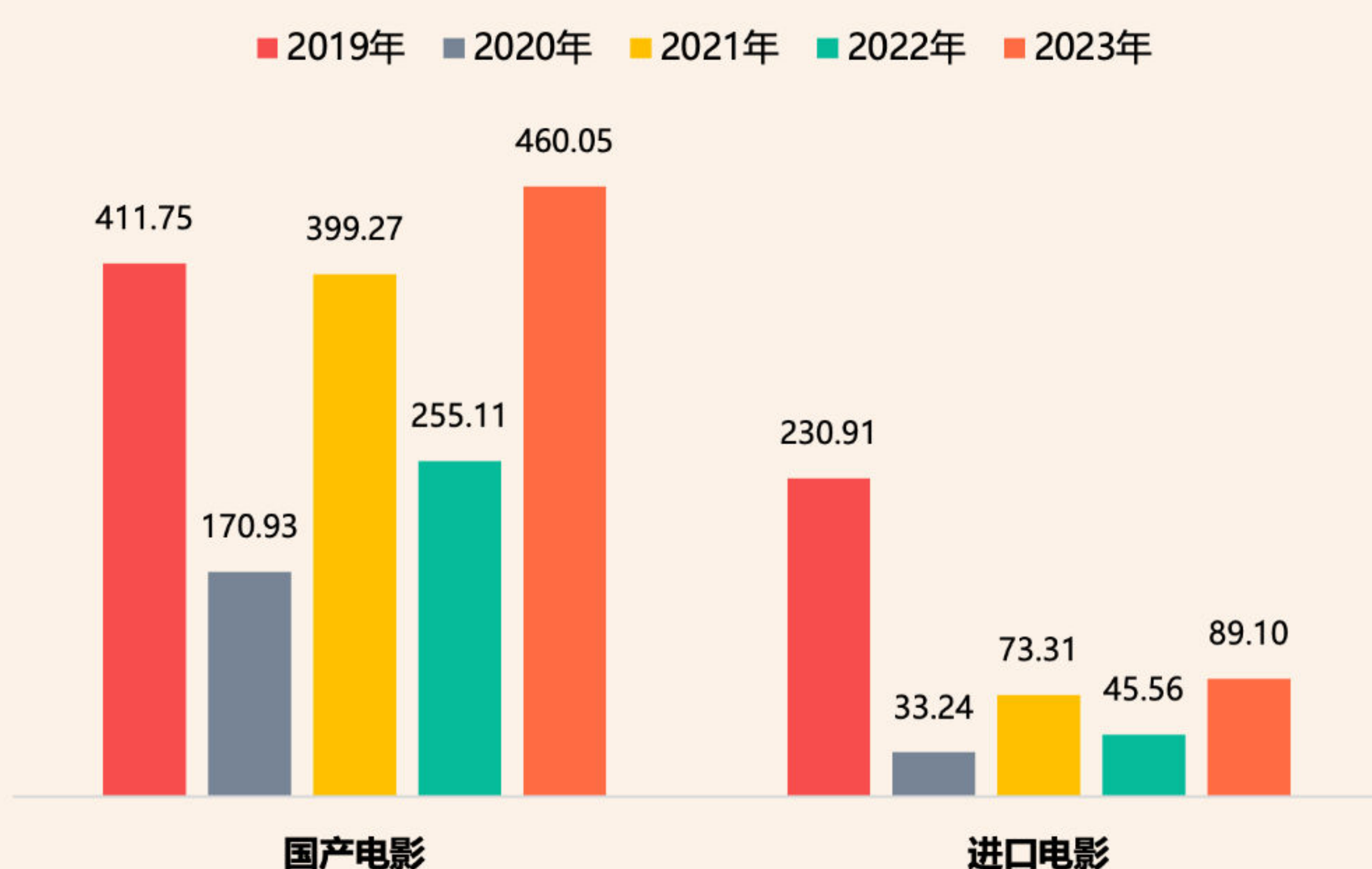
### 全国电影剧本备案、立项公示



### 全年新片上映数量

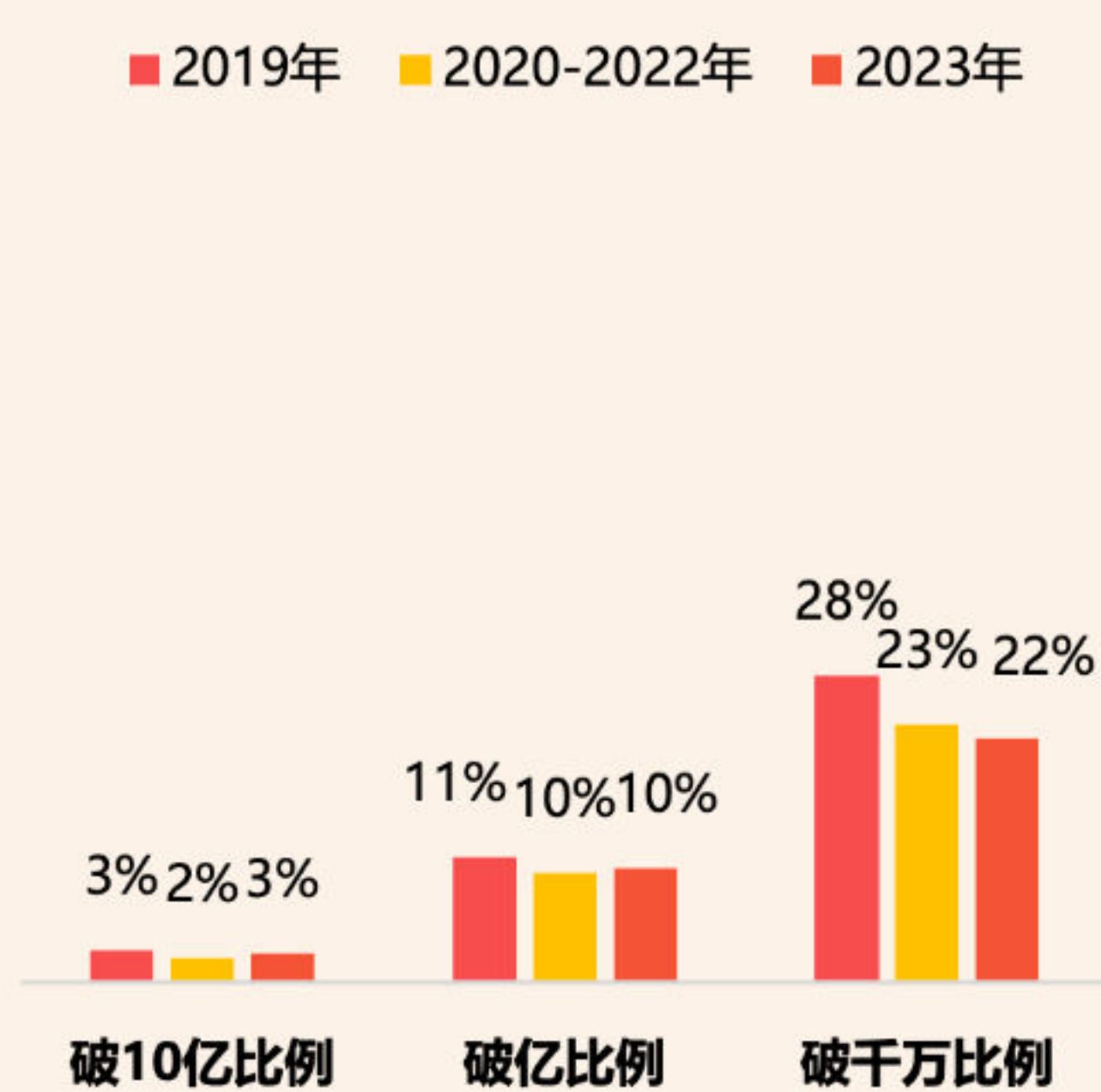


### 国产电影&进口电影年度票房总产值 (亿)

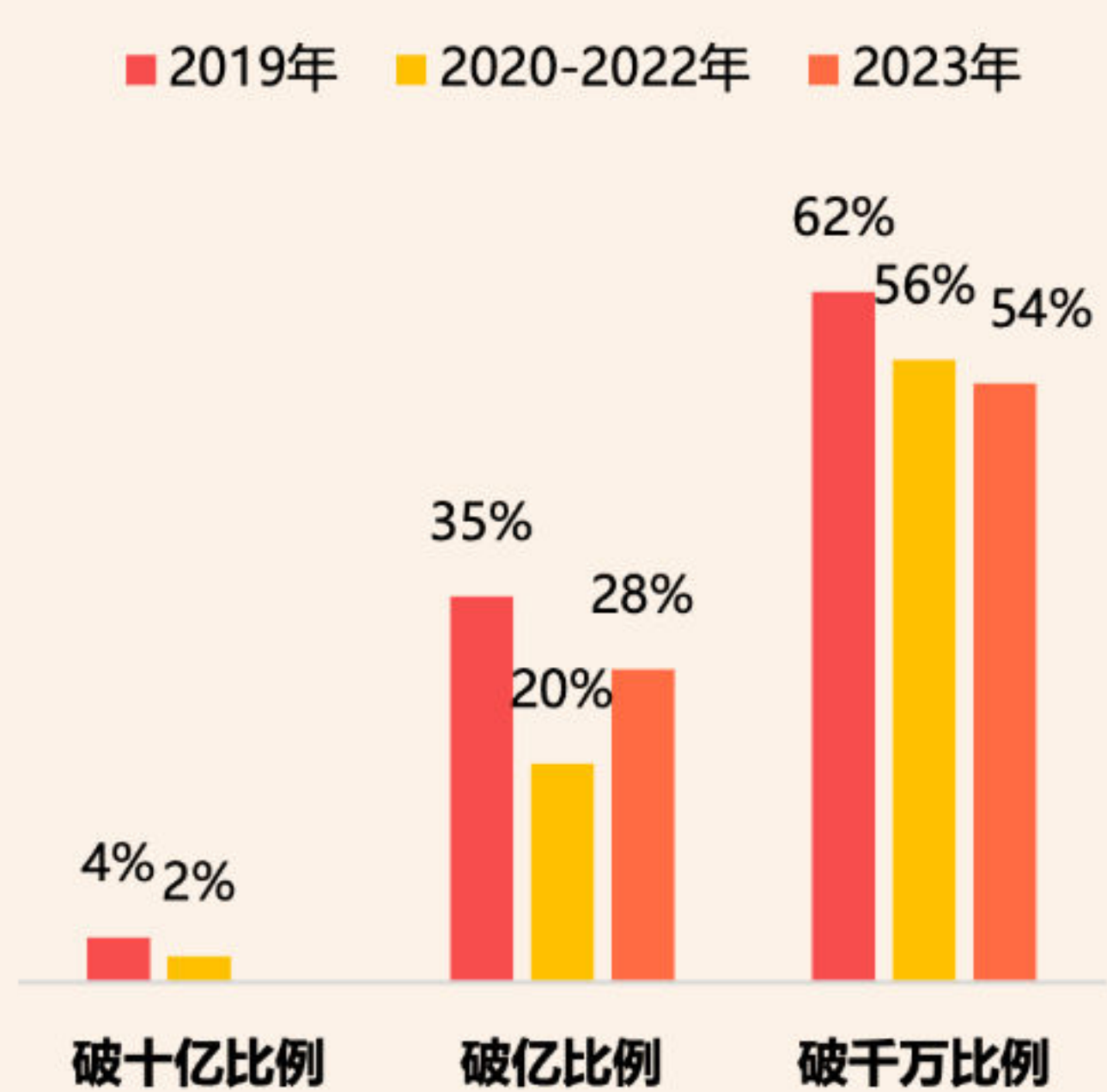


票房占比	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
国产电影	64.07%	83.72%	84.49%	84.85%	83.77%
进口电影	35.93%	16.28%	15.51%	15.15%	16.23%

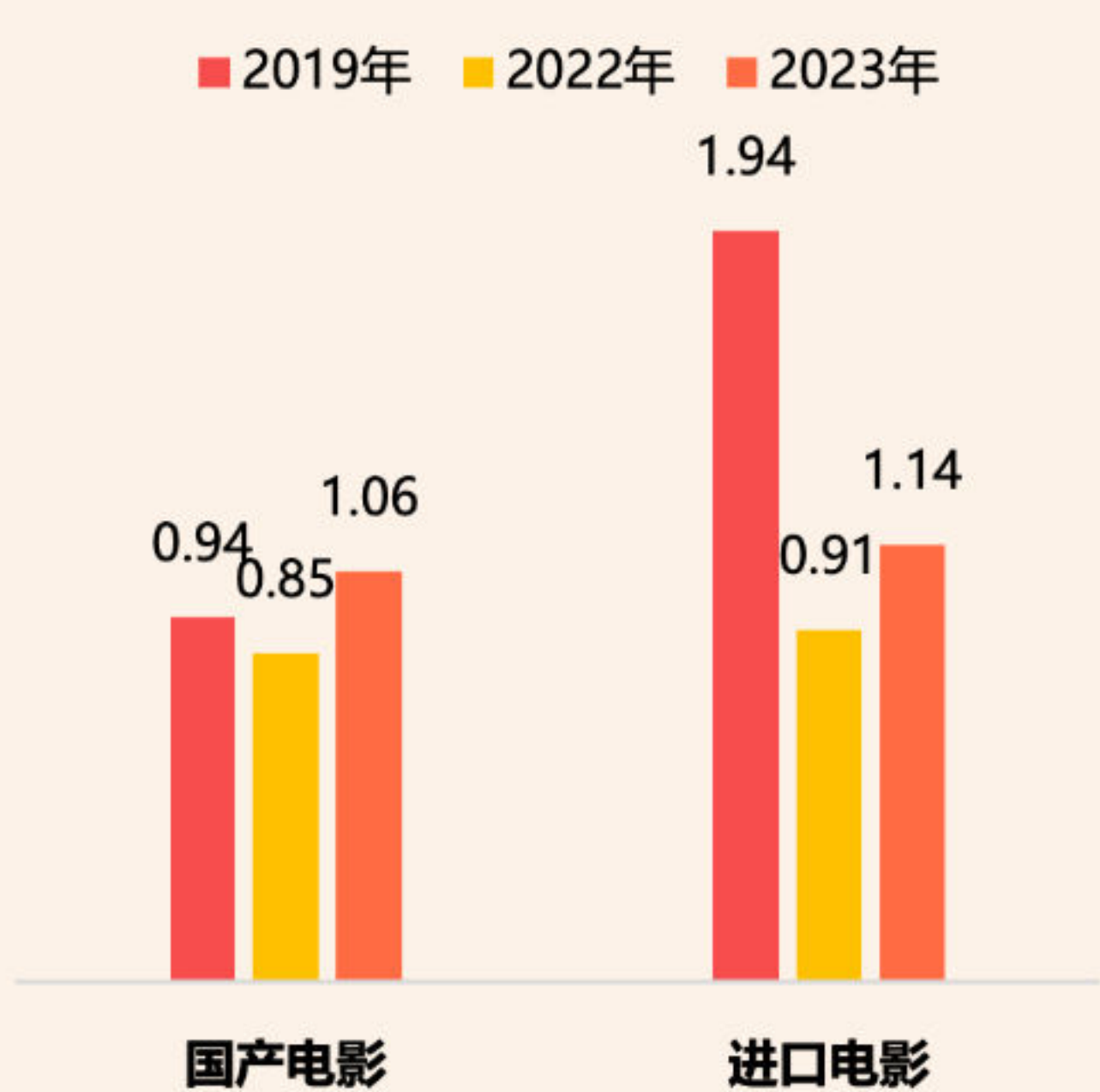
### 国产电影各票房梯队比例



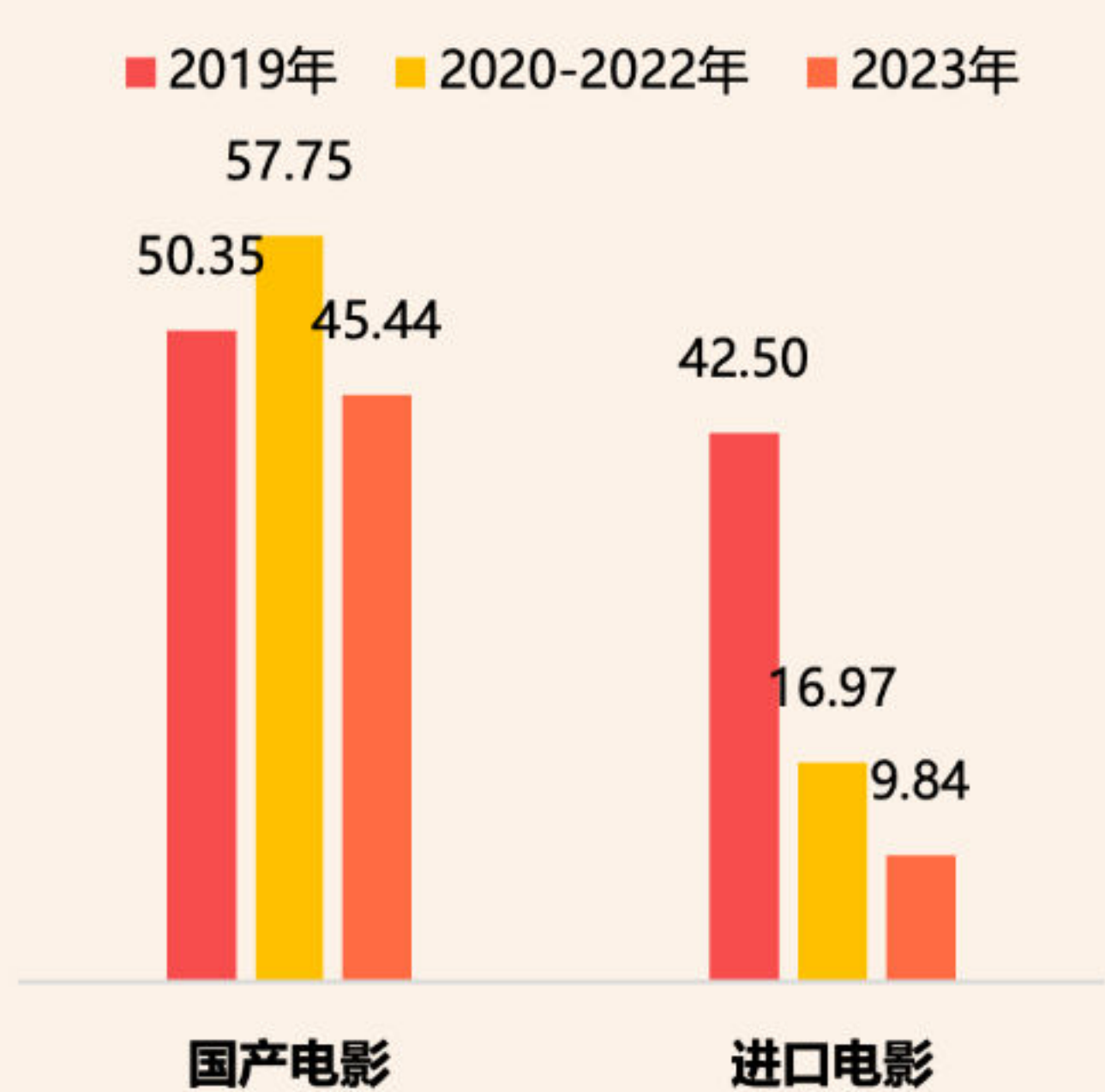
### 进口电影各票房梯队比例



### 部均票房 (亿)



### 单片最高票房 (亿)

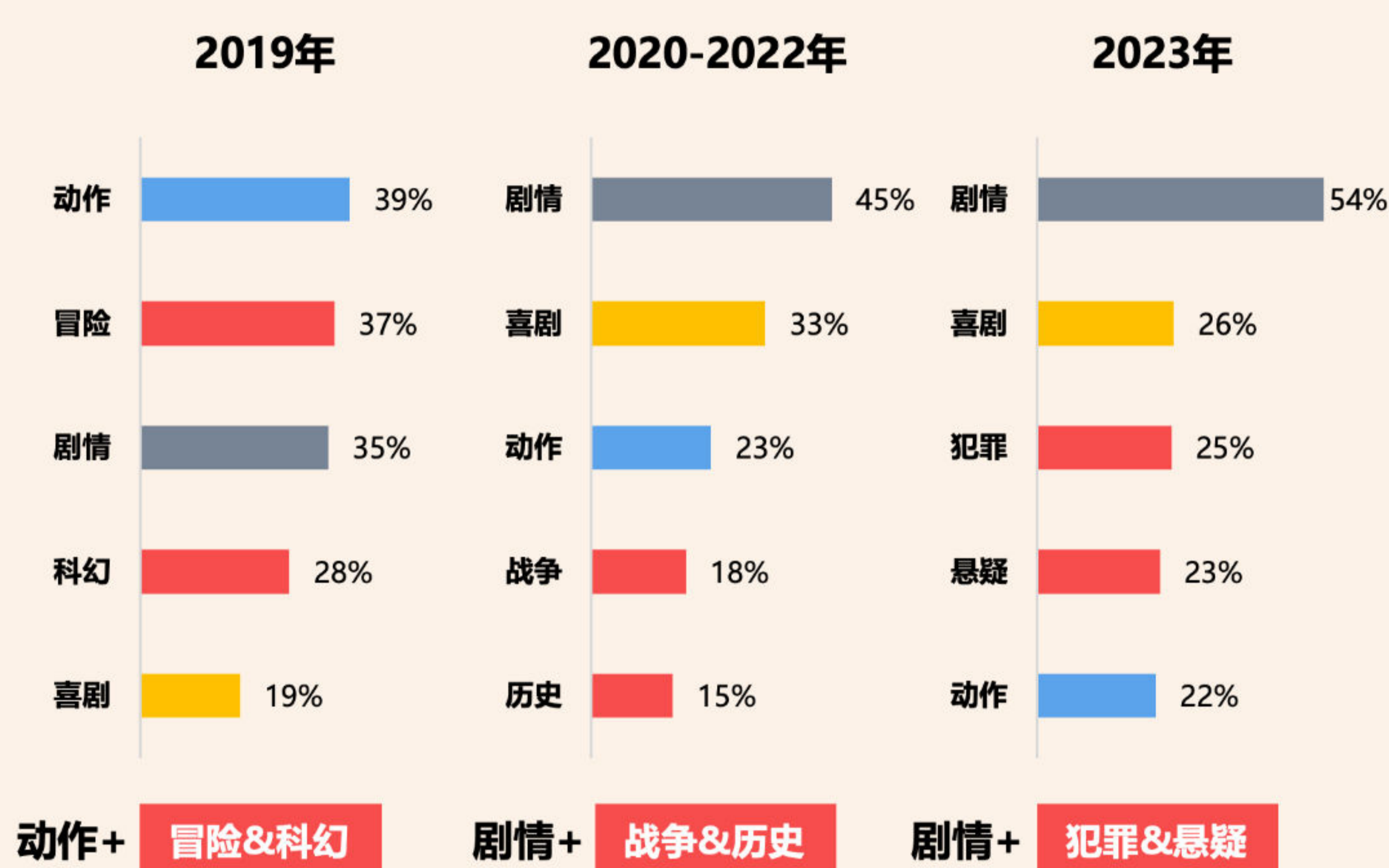




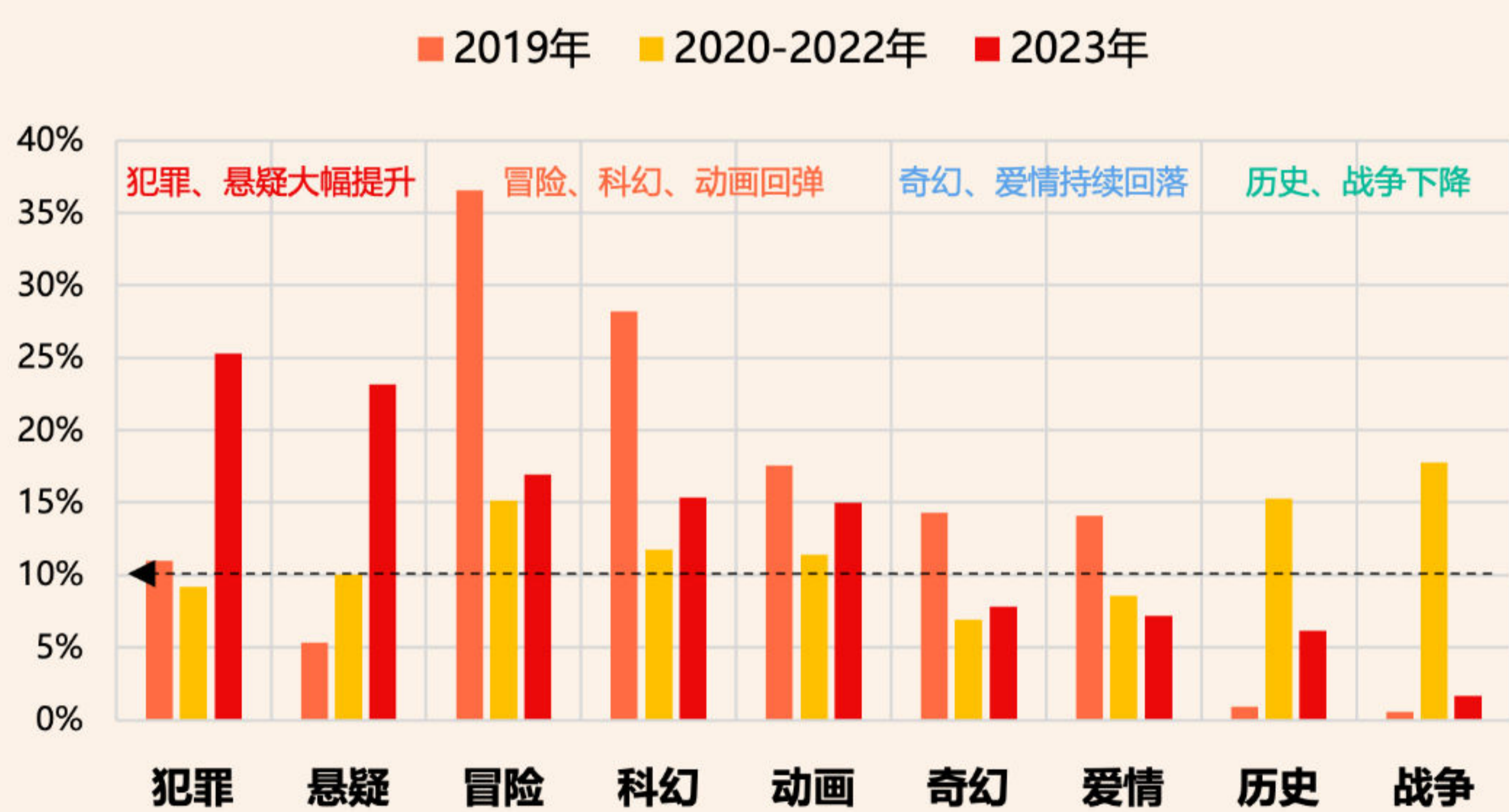
# 类型片票房贡献与人群画像： 男性向让出主导，悬疑元素吸引年轻女性

除剧情、喜剧、动作三大热门类型外，年度票房前五名中的另外两席，代表着全年市场的观影趋势。进入2023年犯罪、悬疑从票房占比10%上下的高频类型，晋升为年度前五的热门类型。相比于动作、历史等偏向年长男性的类型，在爱情电影整体式微的情况下，悬疑类型是拉动年轻观众的有效支点。

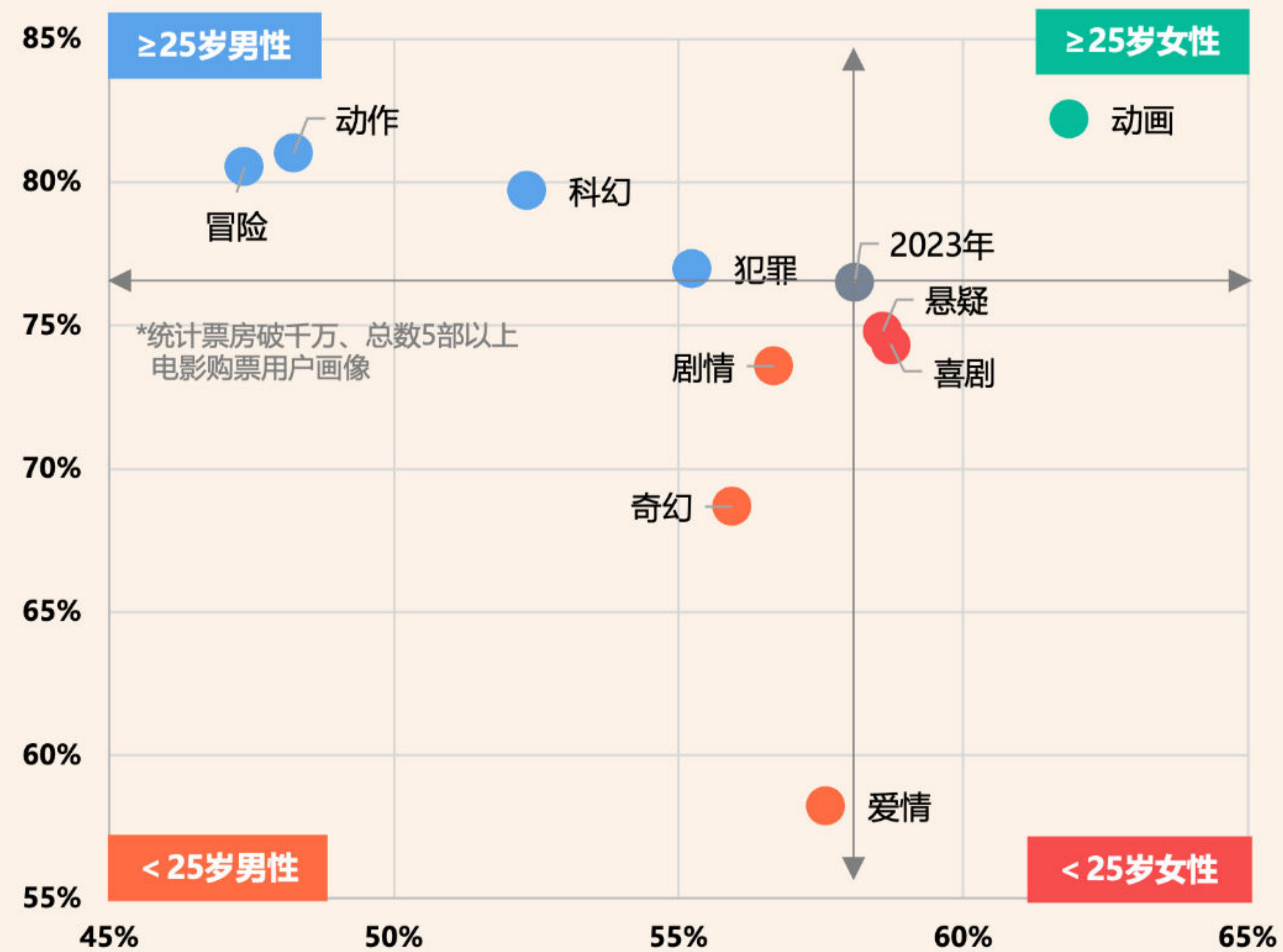
## 2019-2023年票房贡献TOP5类型



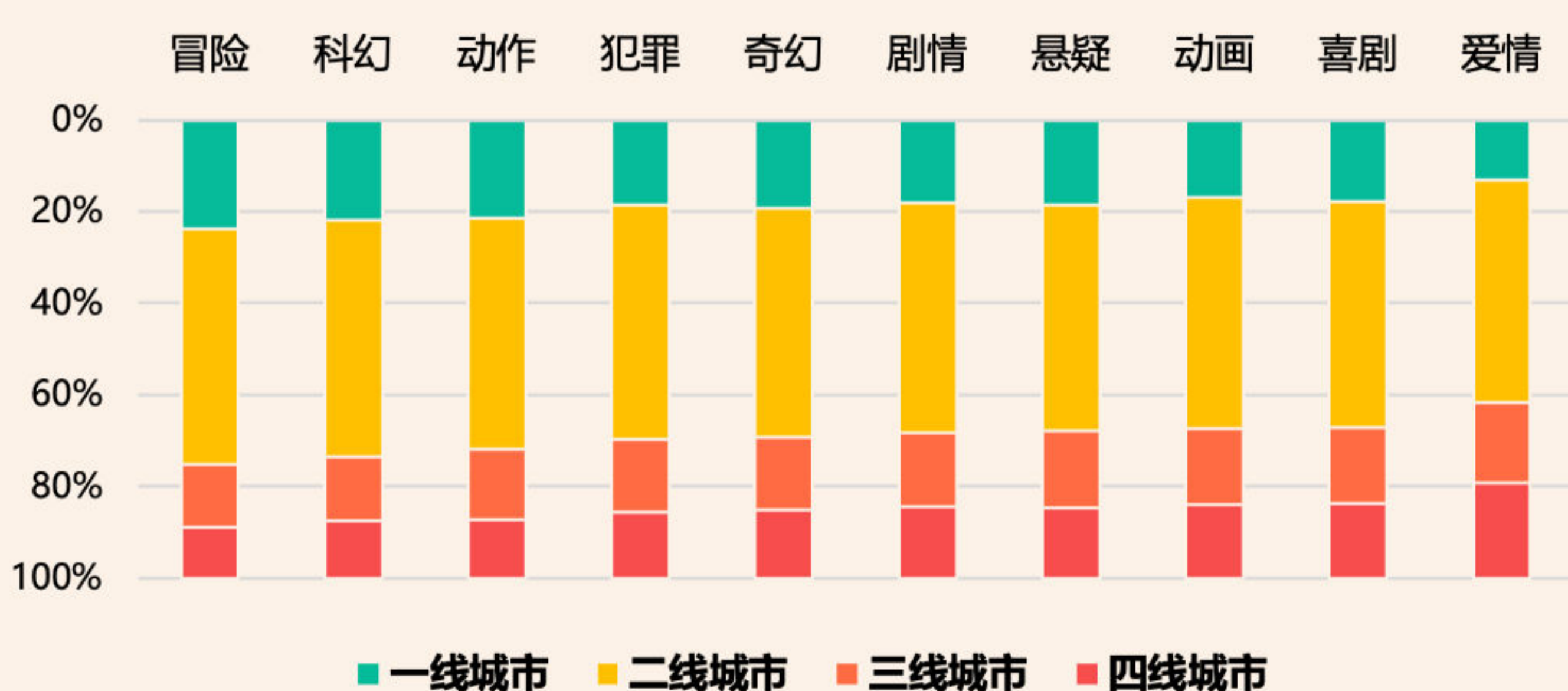
## 2023年高频电影类型票房贡献变化



## 2023年各类型购票画像——性别年龄四象限



## 2023年各类型购票画像——城市各线



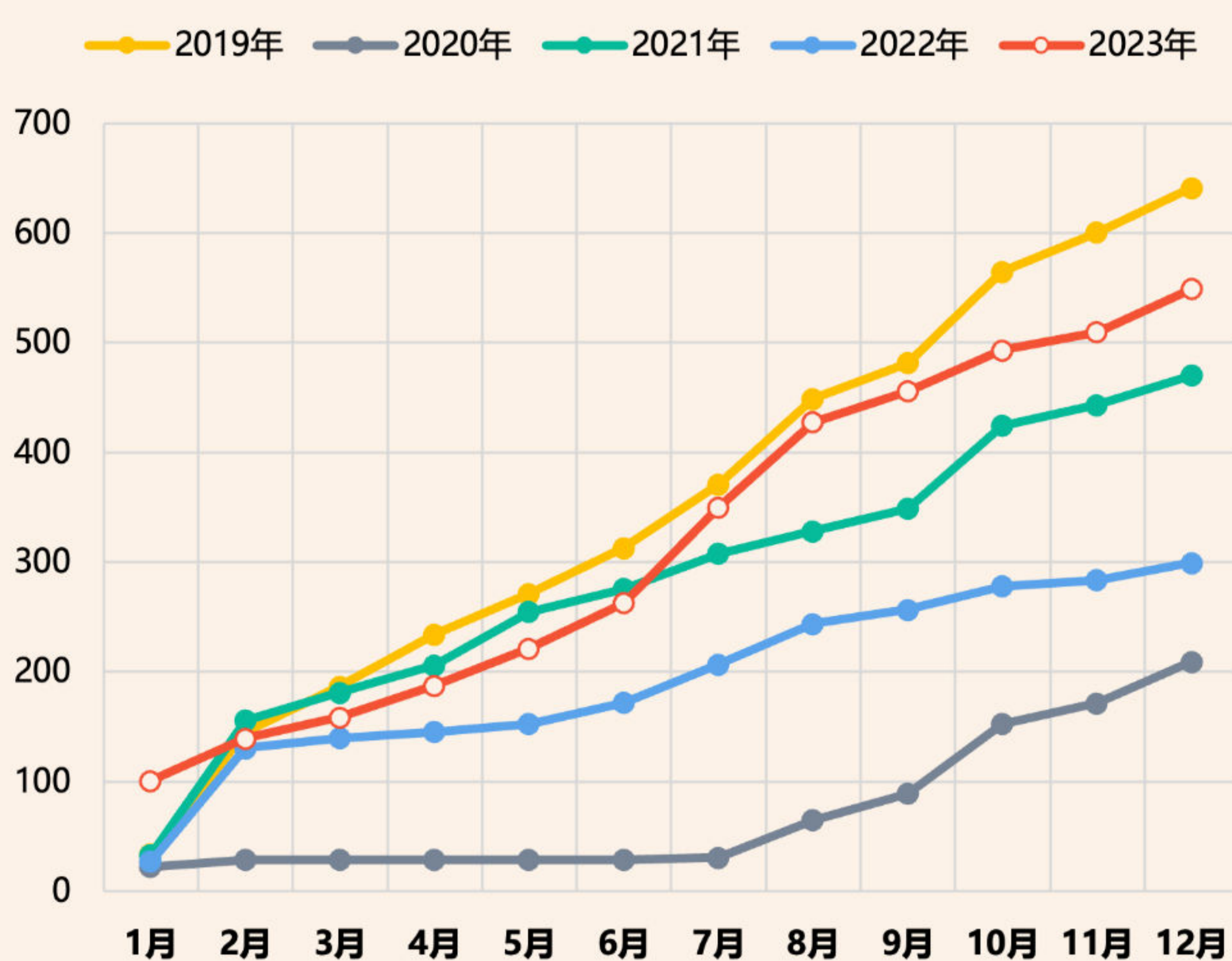


# 2023年档期贡献全年近七成票房 春节暑期双档助推大盘再破500亿



2023年在较早的春节档助力下强势开局，中段暑期档强力推进、年度累计票房一度追进历史最高的2019年同期。虽然国庆档、贺岁档所在的第四季度节奏有所放缓，2023年档期贡献仍保持全年68%票房的高位，热门档期仍是观众一年观影的主要时段。

### 1-12月年票房累计进度 (亿)



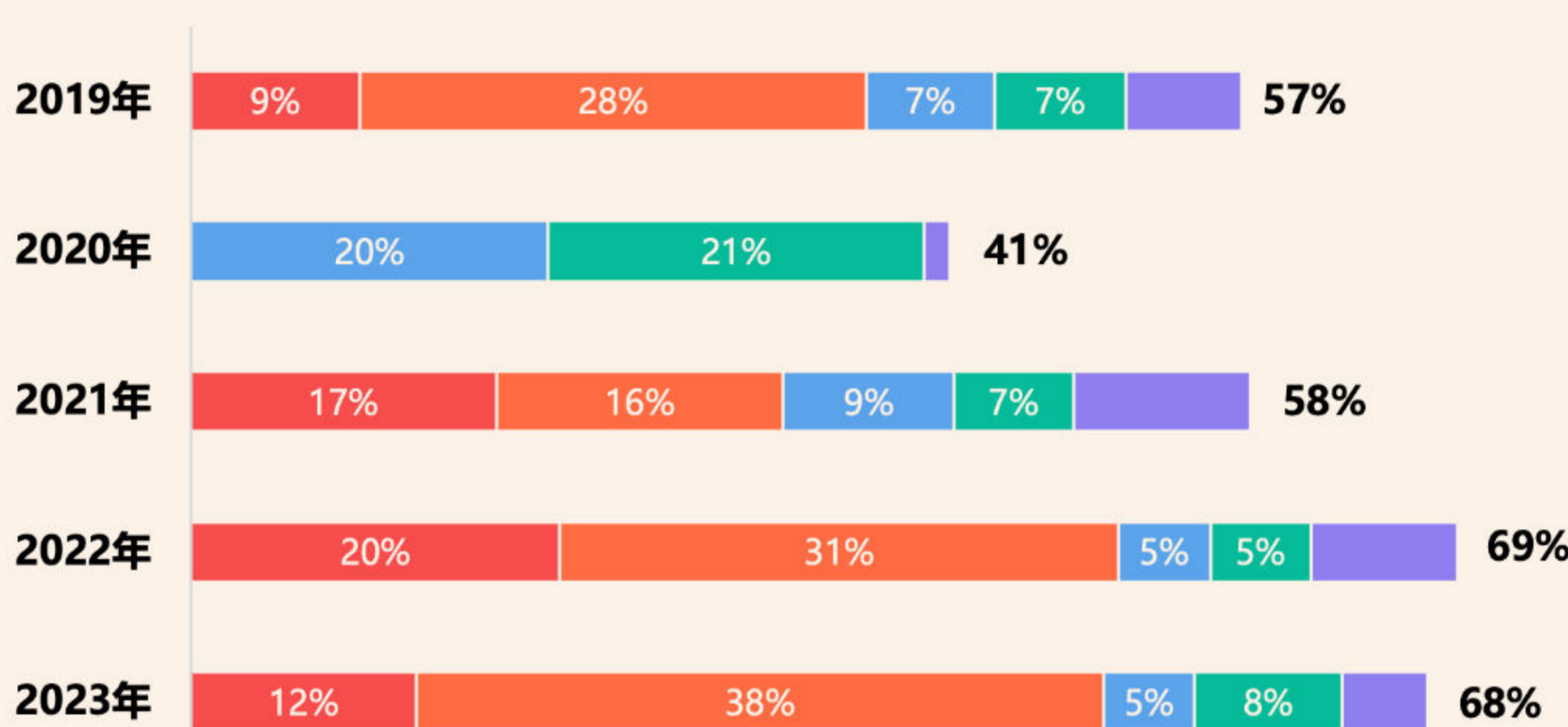
### 热门档期票房产值与2023年档期历史排名

单位：亿

档期票房	元旦档	春节档	五一档	端午档	暑期档	国庆档	贺岁档
2017年	6.84	34.31	7.84	7.60	163.57	26.56	56.00
2018年	12.71	57.71	10.06	9.12	173.77	19.08	49.26
2019年	10.02	59.05	15.27	7.85	177.78	44.66	46.32
2020年	2.90				36.20	39.67	41.66
2021年	13.03	78.43	16.74	4.68	73.81	43.89	30.68
2022年	10.22	60.40	2.97	1.79	91.36	14.99	16.43
2023年	5.55	67.66	15.21	9.11	206.21	27.36	45.02
历史排名	NO.7	NO.2	NO.3	NO.3	NO.1	NO.5	NO.6

### 2019-2023年档期票房贡献

■ 春节档 ■ 暑期档 ■ 国庆档 ■ 贺岁档 ■ 小长假及节日



\*与四大档期时间重叠的小长假及节日档期票房不重复计算

### 2019-2023年热门档期人均观影频次

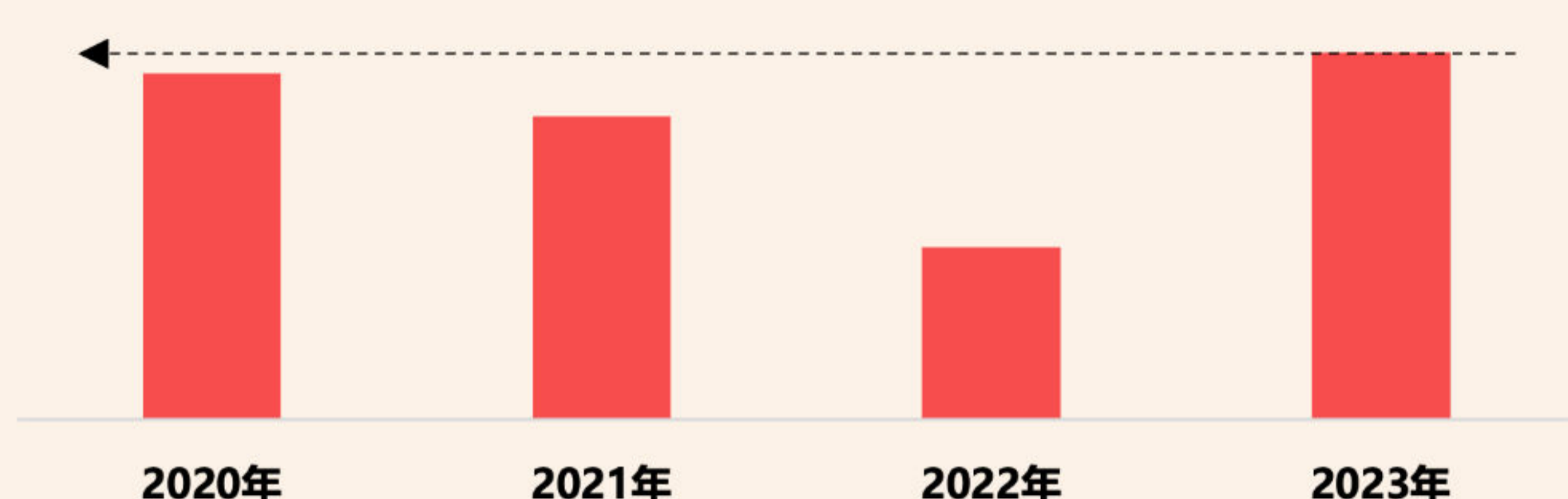
人均观影频次	全年	元旦档	春节档	五一档	端午档	暑期档	国庆档	贺岁档
2019年	3.25	1.05	1.27	1.03	1.06	1.87	1.20	1.44
2020年	1.96	1.02				1.27	1.18	1.39
2021年	2.34	1.07	1.21	1.12	1.08	1.47	1.13	1.28
2022年	1.96	1.08	1.18	1.05	1.03	1.44	1.07	1.12
2023年	2.58	1.02	1.21	1.13	1.07	1.79	1.19	1.35



# 2023年想看基数及转化率整体回升 想看转化倾向性，向首周末及次周移动

2023年想看总基数达近四年最高，想看转化率均值提升、首日想看率均值提升。观众兑现“想看”的时间更倾向在首周末、乃至次周。具有强粉丝属性、热门档期的大热电影仍能吸引观众首日即转化“想看”，但更多受众相对年长的影片，想看转化率向次日集中。

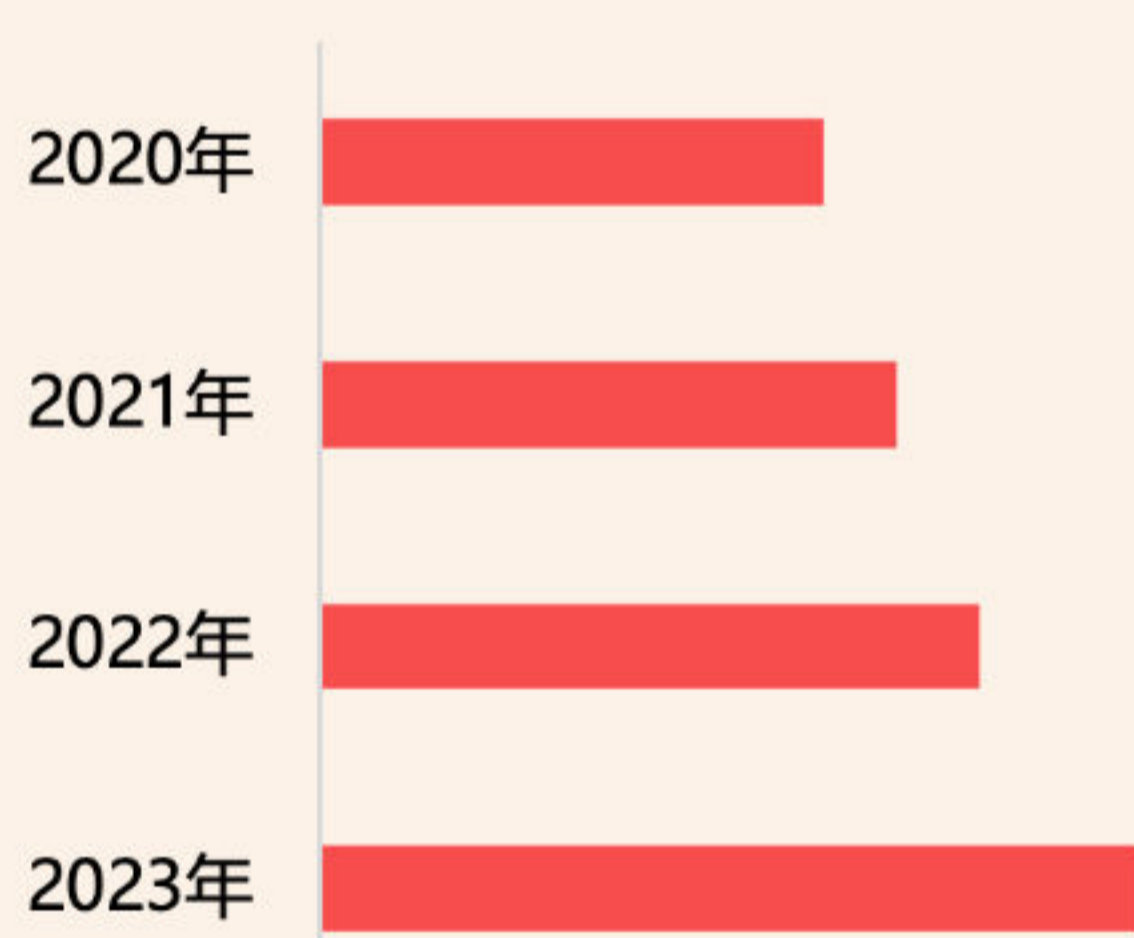
## 淘票票全年映前总想看



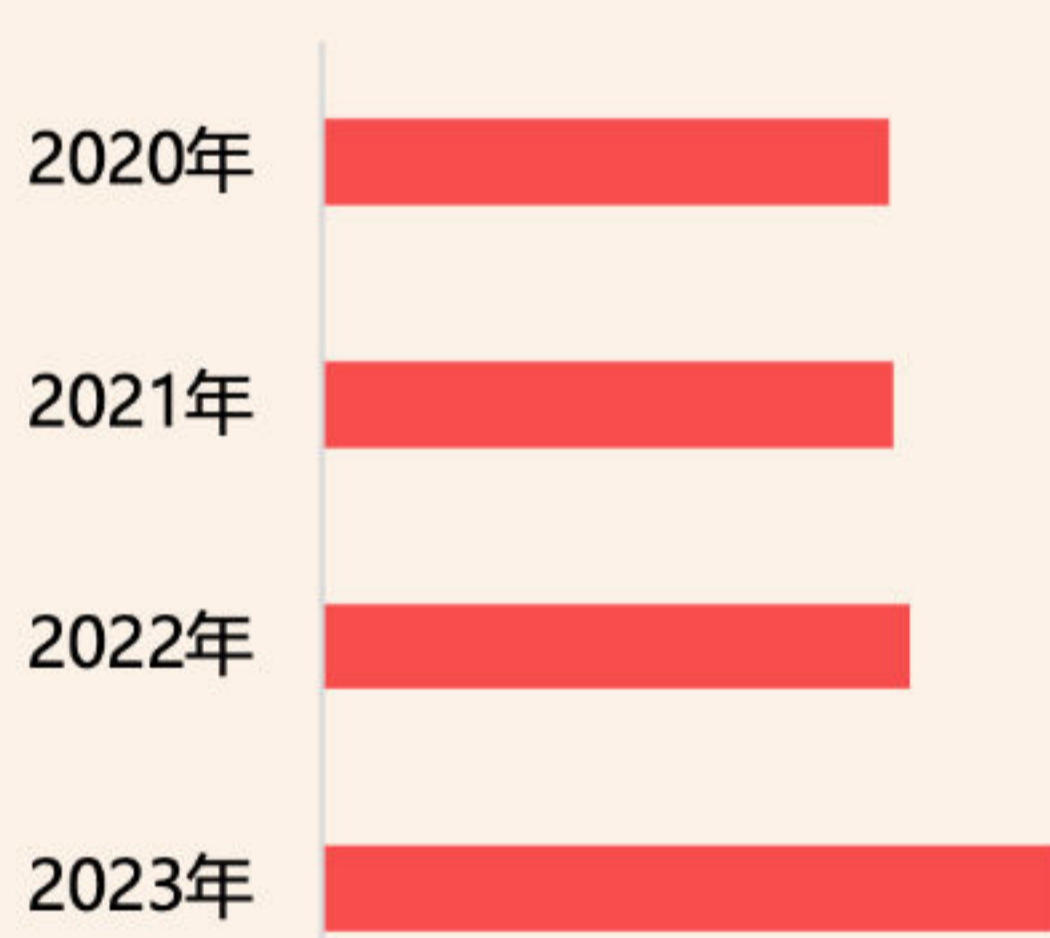
## 2023年淘票票想看日增TOP10影片

序号	电影	想看日期	宣发动作	日增想看
1	泰勒·斯威夫特：时代巡回演唱会	12月15日	官宣定档	9.37万
		12月16日		3.57万
		12月17日		3.13万
2	一闪一闪亮星星	12月5日	“下雪场”	4.97万
3	无名	1月14日	预售开启	4.65万
4	流浪地球2	1月13日	“出发”预告 “人类历史上最高建筑物”太空电梯	4.71万
5	前任4：英年早婚	9月18日	热搜#前任4成年人的爱情# 200万赞爆款短视频	4.69万
		9月25日		3.96万
		9月24日		3.57万
7	满江红	1月13日	新浪直播 热搜#沈腾没想到易烱千玺这么不爱说话#	4.02万
8	孤注一掷	7月23日	热搜#孤注一掷王传君即兴台词 “被诈骗头子吓到”400万赞爆款短视频	3.65万
		7月22日		3.63万
9	黑豹2	1月22日	大年初一	3.24万
10	灌篮高手	4月5日	清明档	3.08万

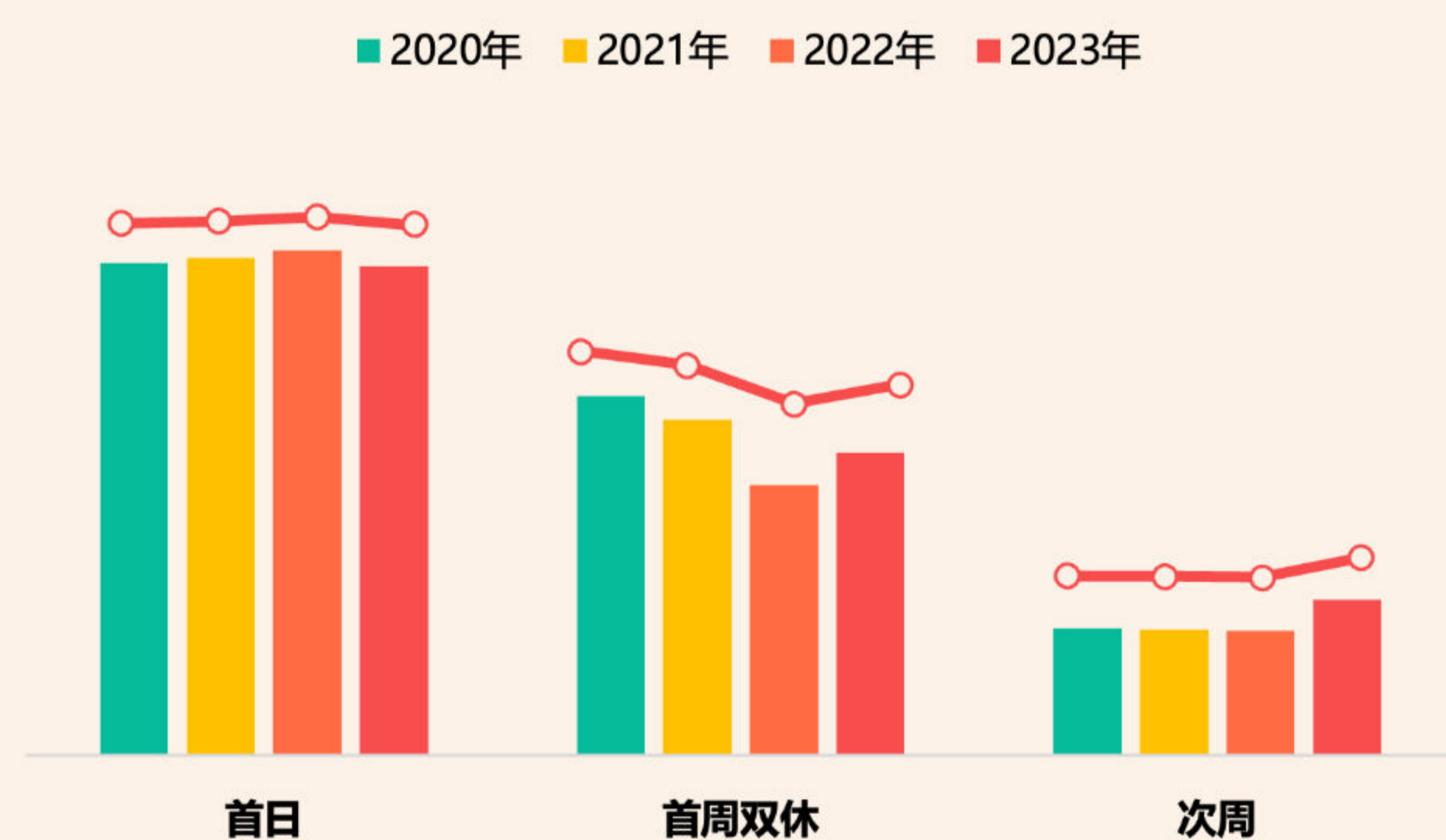
## 想看转化购票均值



## 首日想看转化均值



## 2020-2023年想看转化整体进程变化



### 首日转化想看数TOP10

上映首日大量购票
无名
长空之王
流浪地球2
铃芽之旅
一闪一闪亮星星
灌篮高手
前任4：英年早婚
巨齿鲨2：深渊
热烈
泰勒·斯威夫特：时代巡回演唱会

### 转化进度次日占比TOP10

选择周末再观影
刀尖
逃出白垩纪
暴风
白塔之光
名侦探柯南：贝克街的亡灵
威尼斯惊魂夜
疯狂元素城
鹦鹉杀
小美人鱼
无价之宝

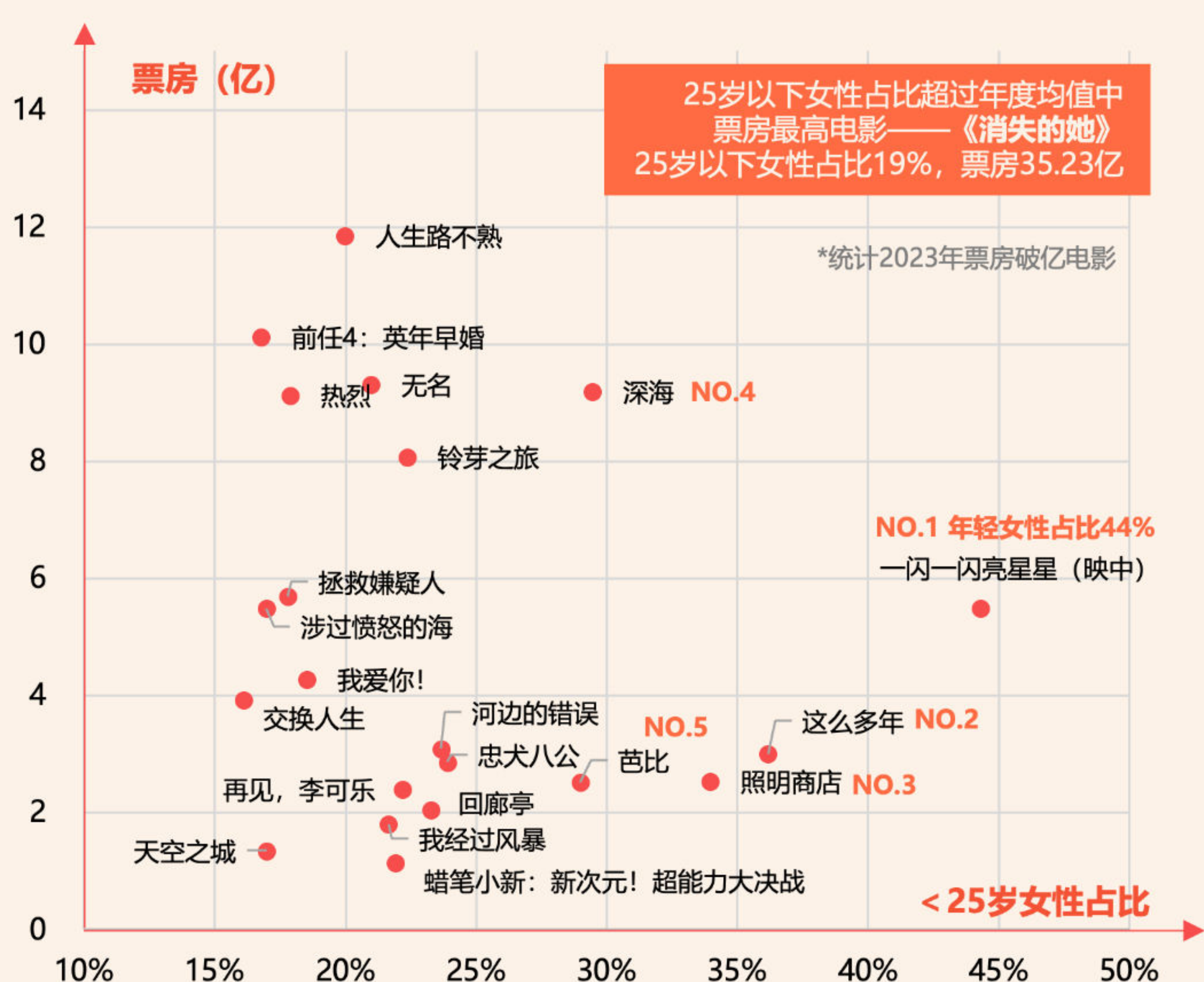
### 累计想看转化率TOP10

想看兑现度最高
芭比
铃芽之旅
超级马力欧兄弟大电影
热烈
孤注一掷
汪汪队立大功大电影2
奥本海默
长安三万里
长空之王
银河护卫队3

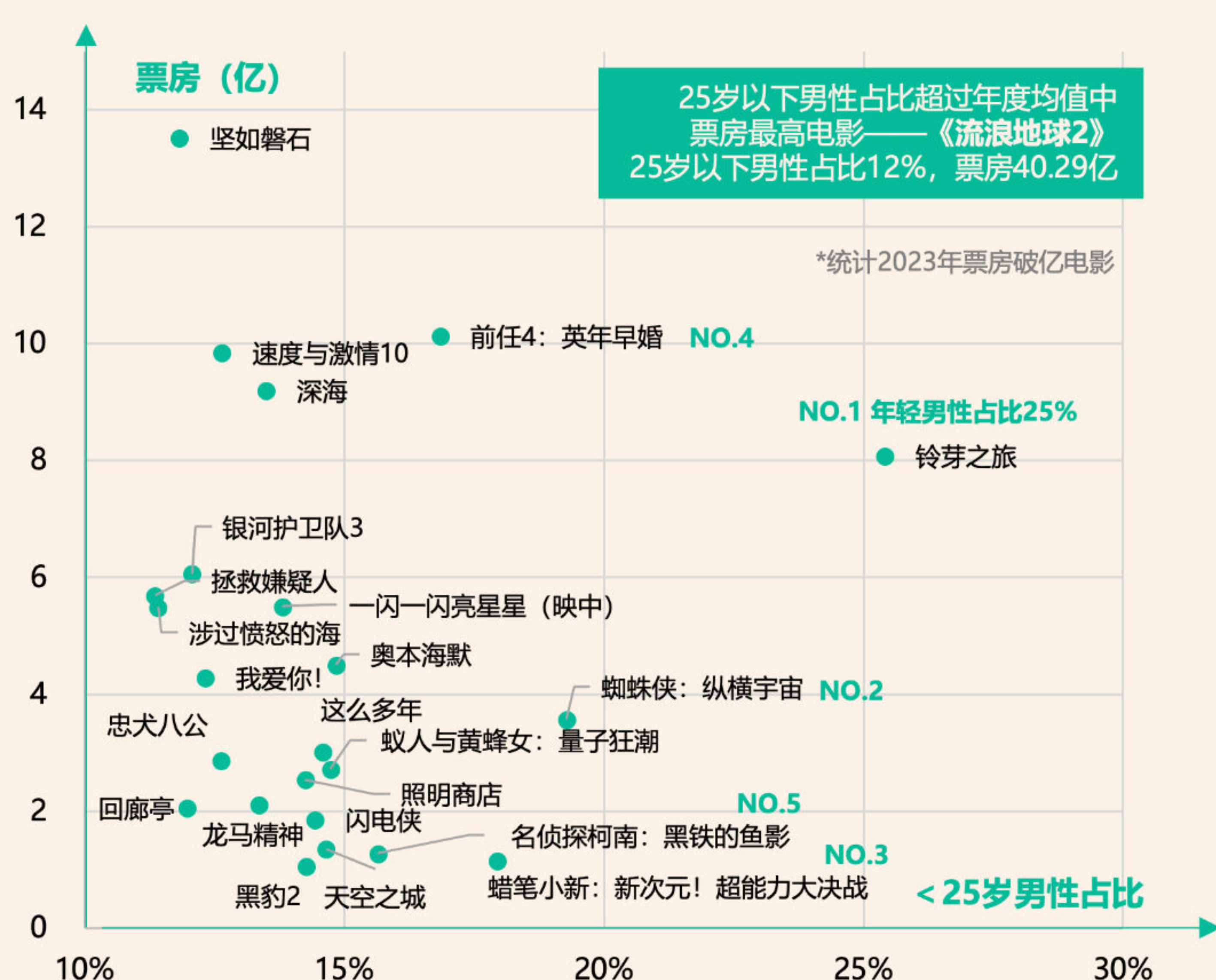
# 年轻女性&年轻男性观影偏好 持续拓展下沉市场推动市场年轻化

青少动画、爱情电影，以及悬疑犯罪电影，是吸引年轻观众的主要类型。  
年轻女性对女性话题影片天然有共鸣，该品类供给数量较少；年轻男性为超英电影的主力用户，该品类整体成下行趋势、需要替代品类。  
三四线城市是年轻观众的重要来源，持续发展三四线市场有利于市场年轻化。

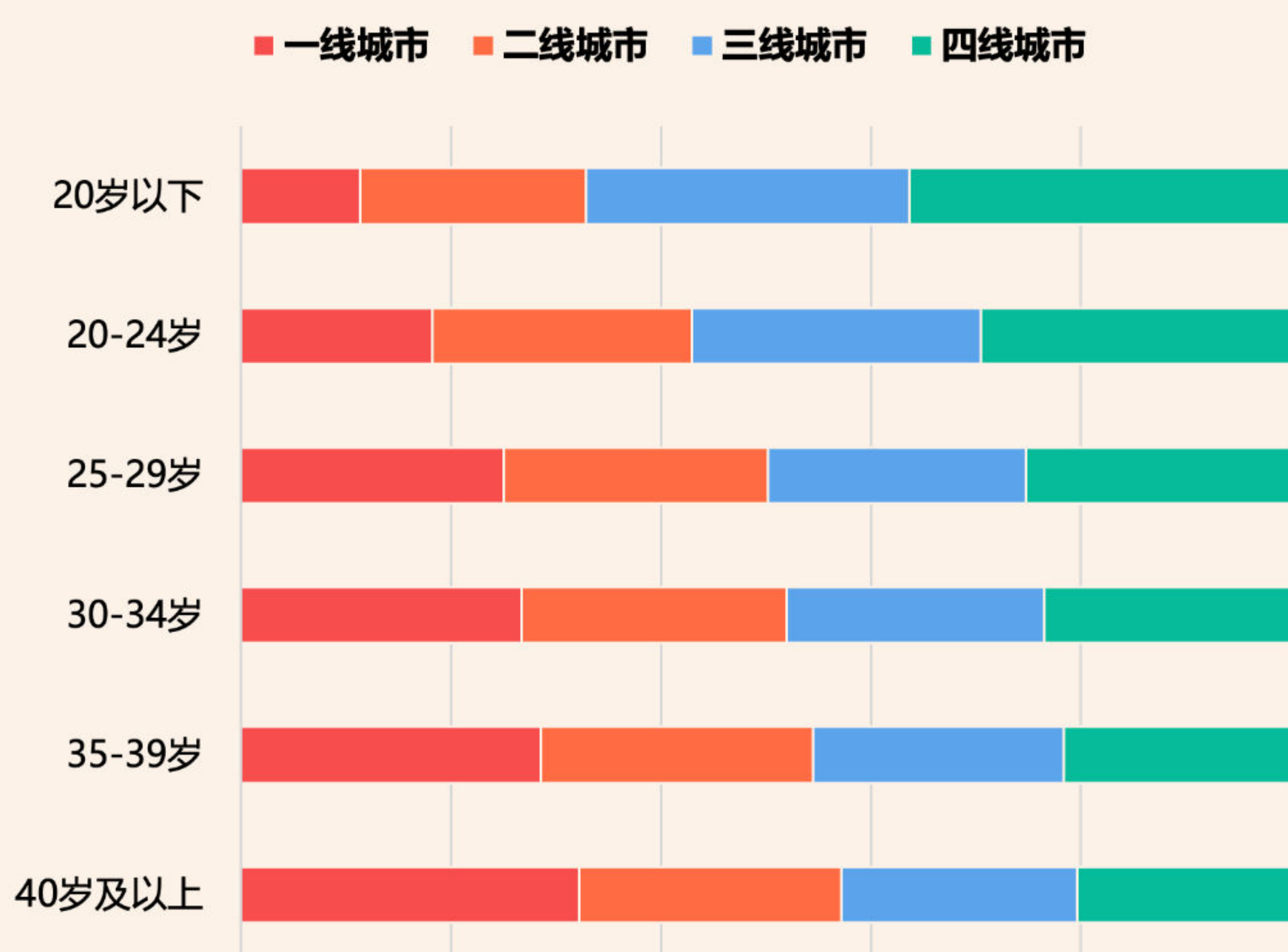
## 2023年25岁以下女性高占比影片



## 2023年25岁以下男性高占比影片



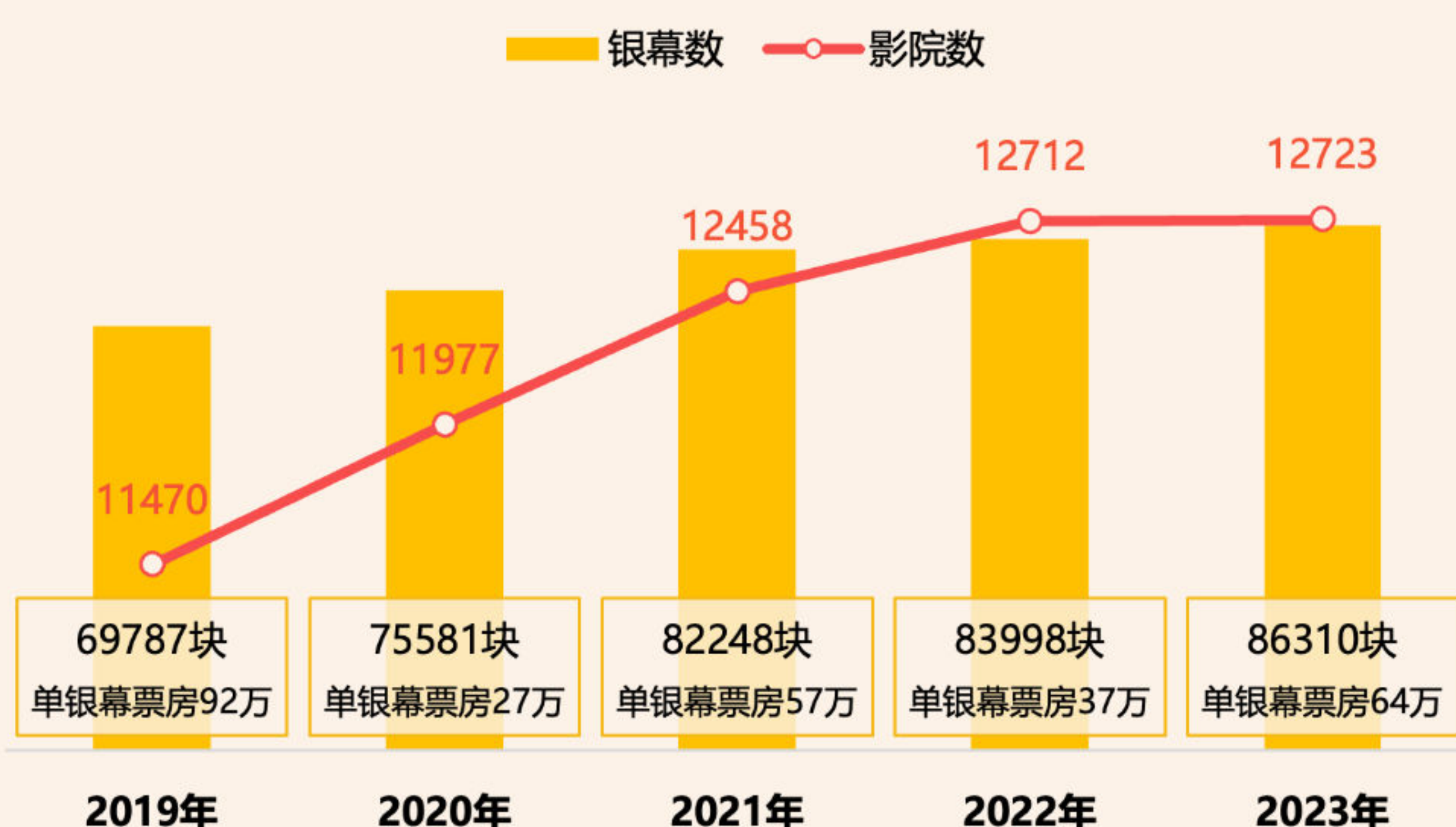
## 各年龄观众在全国各线城市中的占比倾向性



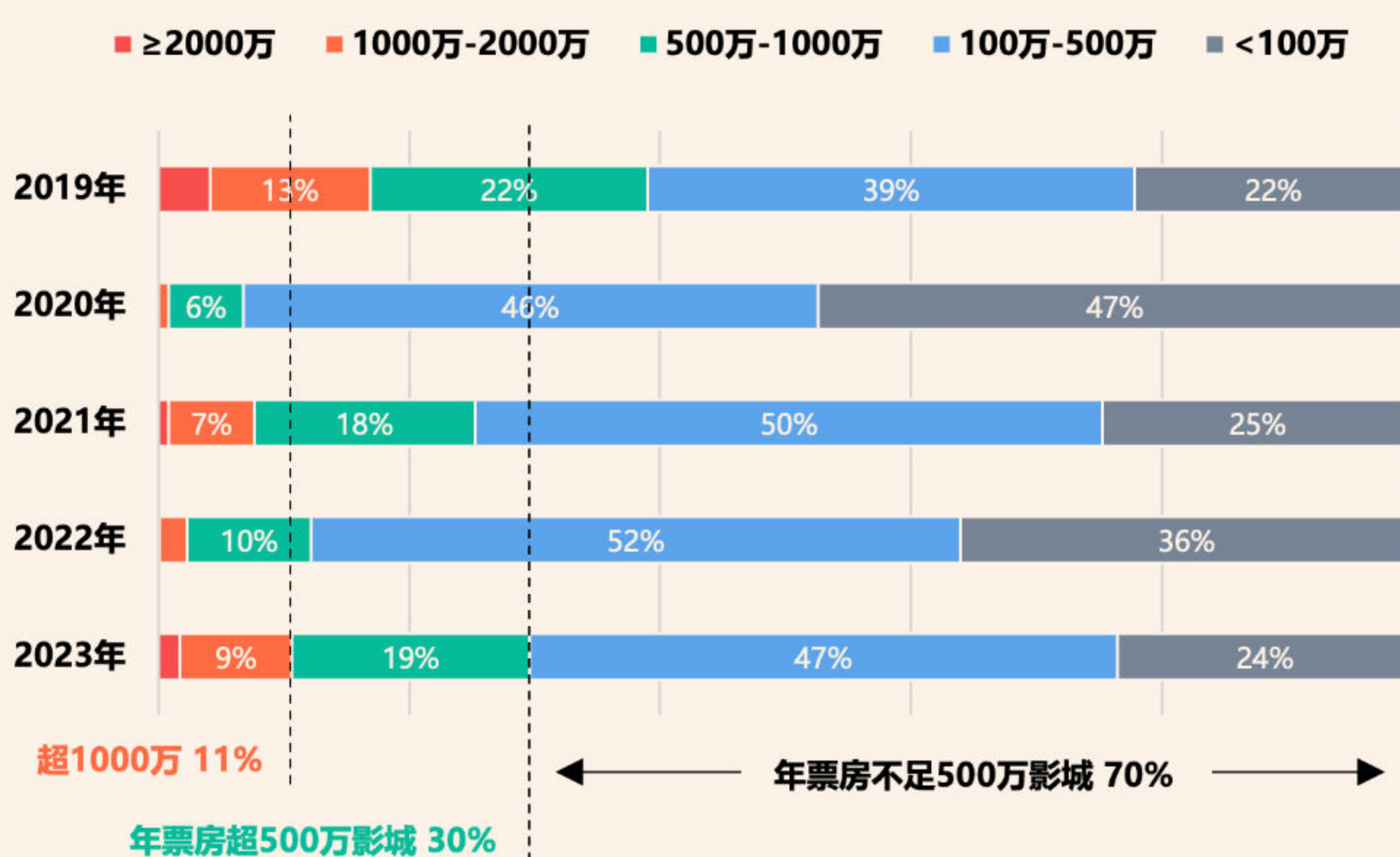
# 2023年影院产值结构良性恢复 全国银幕数8.6万继续领先全球电影市场

2023年中国内地电影市场银幕数升至8.6万块，继续位居全球第一。1.27万家影院中高产值影院数量回升，年票房不足500万影院数回落，影院产值结构较2020-2022年更为健康，四到六成影院对热门档期的依赖性仍高于行业均值。

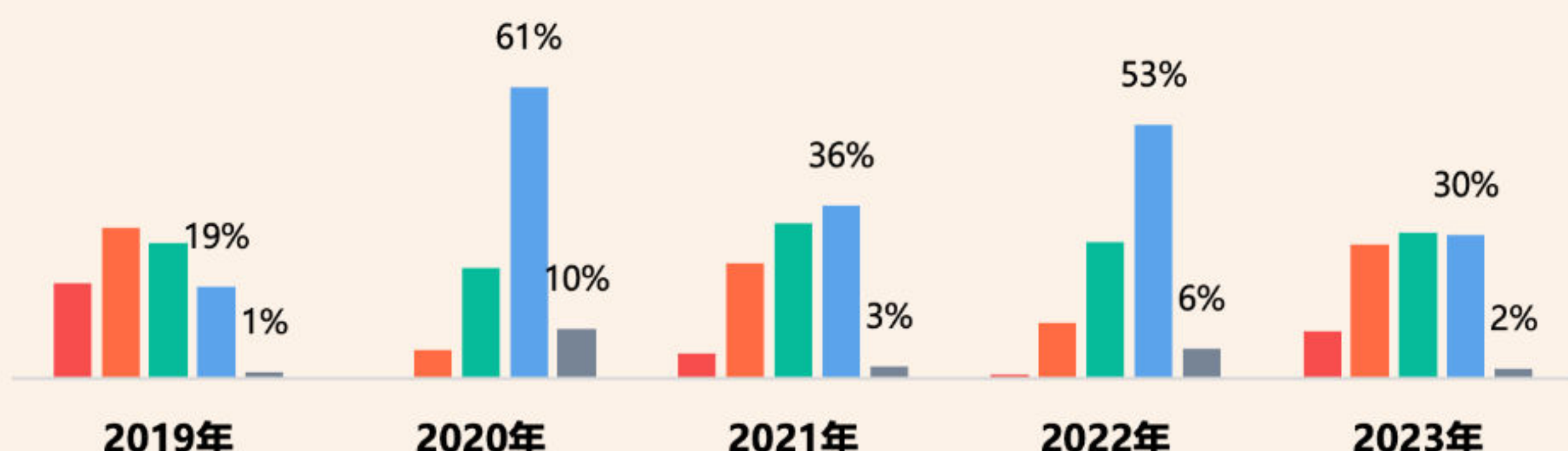
## 全国城市院线电影市场有票房银幕及影院数



## 2019-2023年各票房区间影院「数量」分布



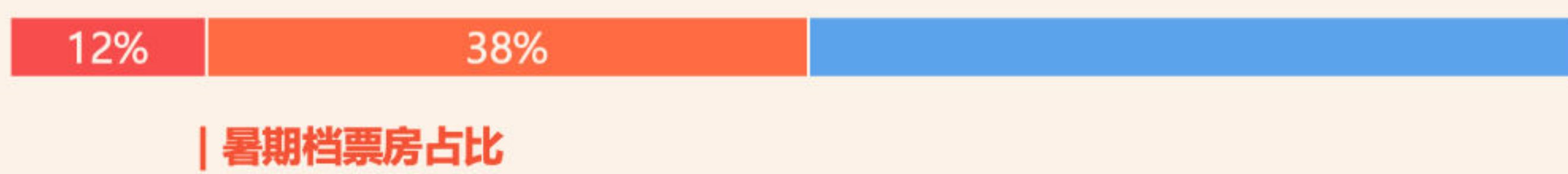
## 2019-2023年各票房区间影院「票房」贡献



## 2023年全国影院对春节档、暑期档的票房依赖程度

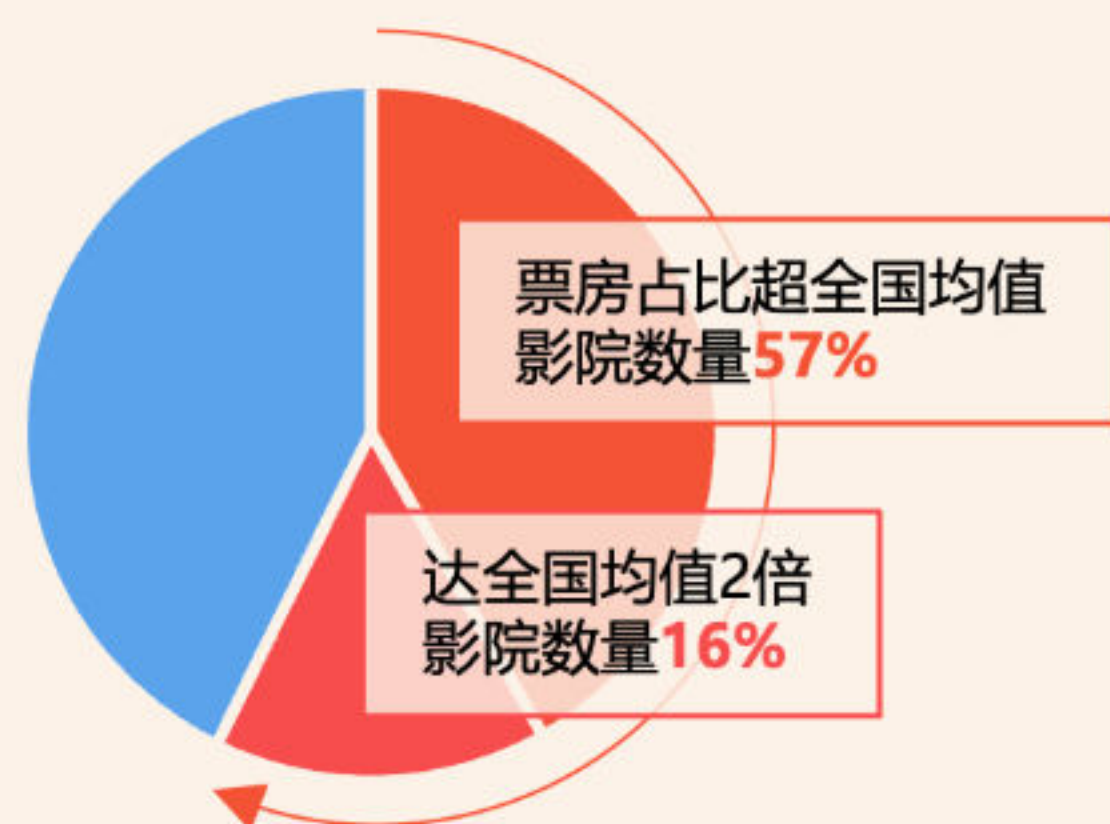
春节档票房占比

\*春节档+暑期档贡献全年50%票房



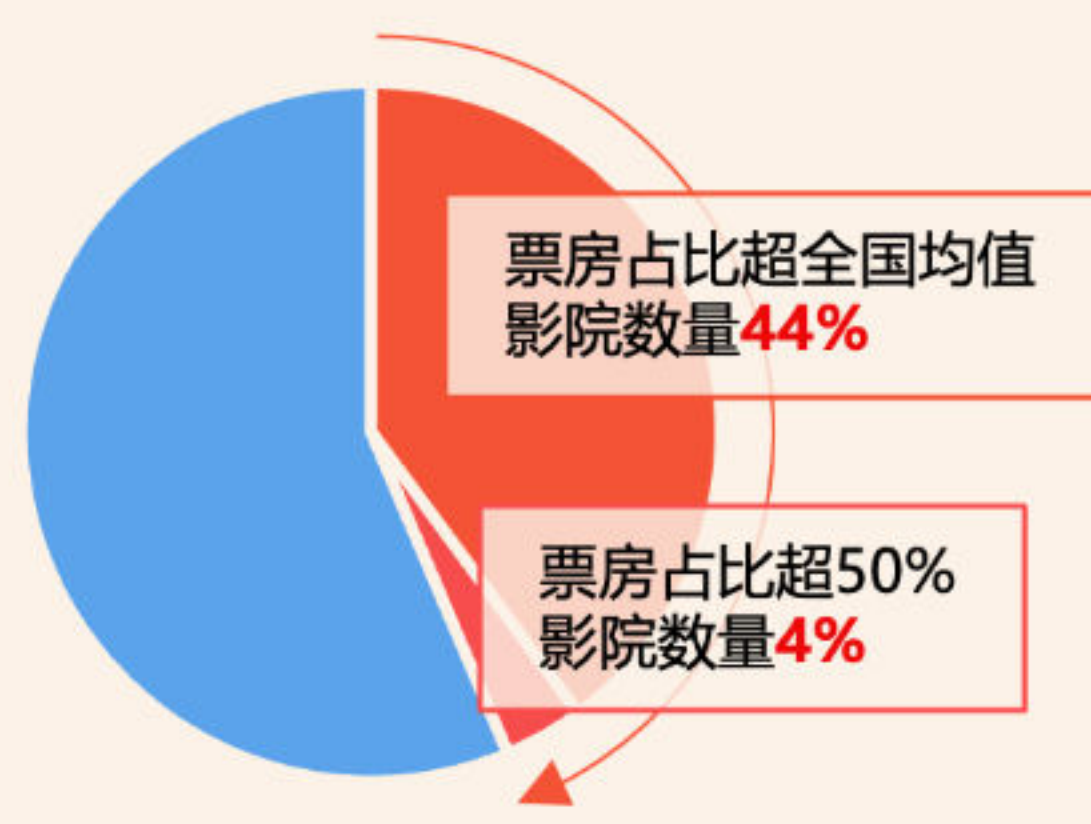
暑期档票房占比

### 全国影院对春节档票房的依赖性



- 票房占比超全年12%均值的影院数量
- 票房占比超全年25%的影院数量

### 全国影院对暑期档票房的依赖性



- 票房占比超全年38%均值的影院数量
- 票房占比超全年50%的影院数量

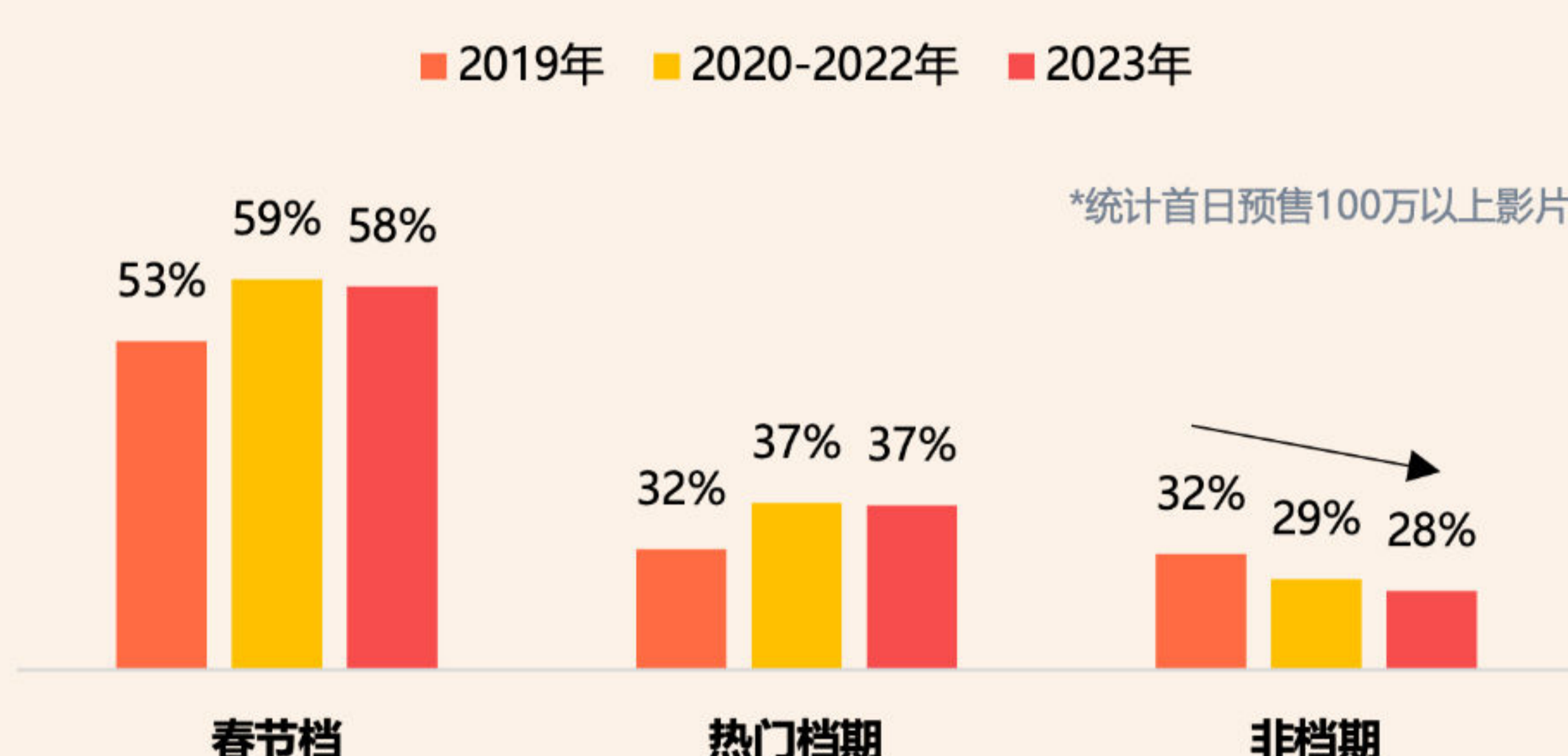
**2325家** 影院对春节档、暑期档的依赖程度均超过2023年大盘均值  
占全国影院总数的 **18%**，双档票房平均贡献影院全年营收的 **58%**



# 2023年非档期预售回升有限 单片预售体量下降，大盘预售向双休日迁移

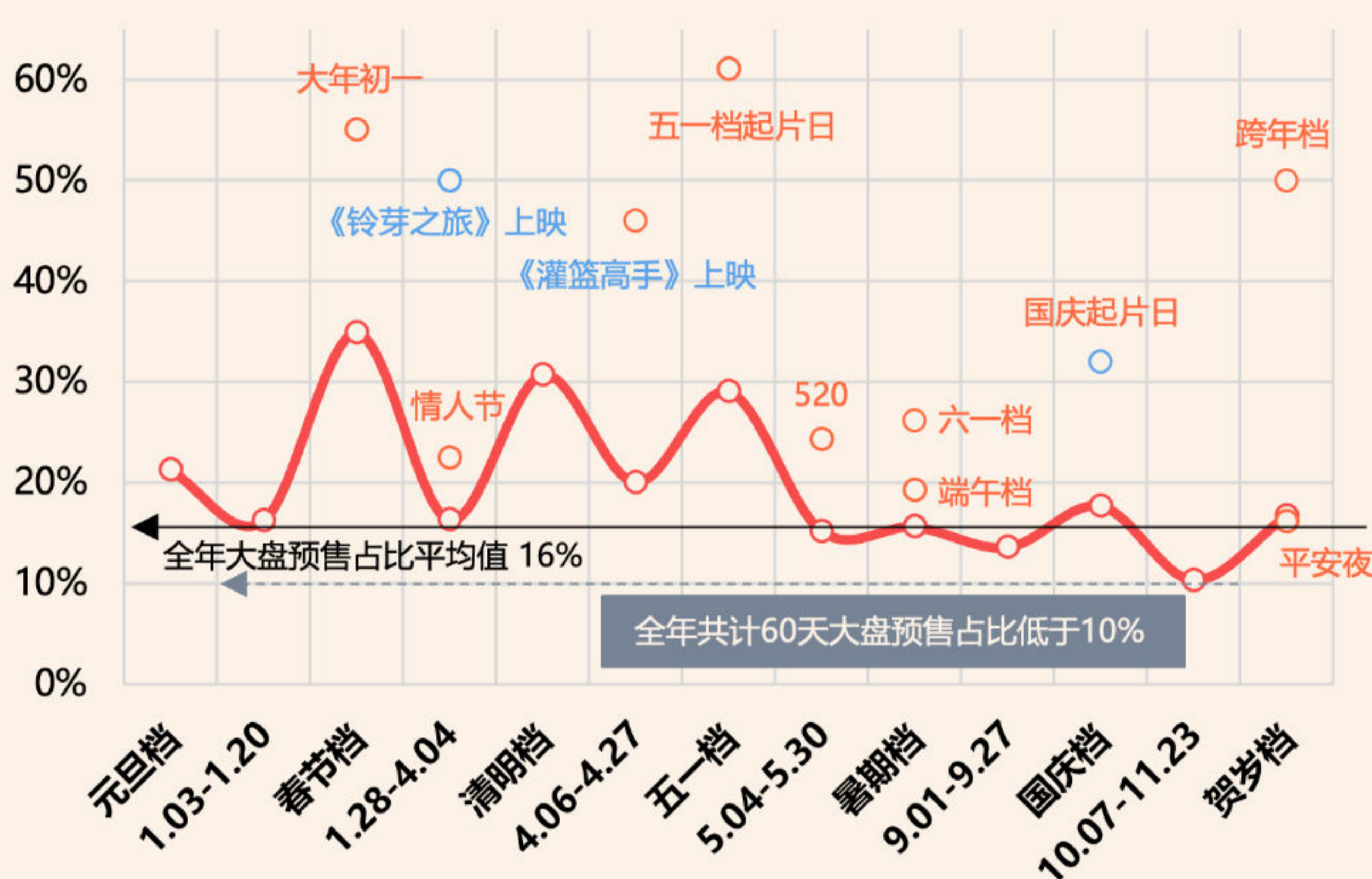
相比2019年，2020以来非档期上映影片的预售票房整体呈下降趋势，首日预售破亿、破五千万影片数量逐年走低。2023上半年在热门档期的带动下，大盘预售占比还能保持在16%以上，下半年档期发挥平淡大盘预售占比屡屡跌至10%以下，观众观影积极性降低，观影计划逐步向双休日倾斜。

## 档期与非档期上映影片 首日预售占比均值

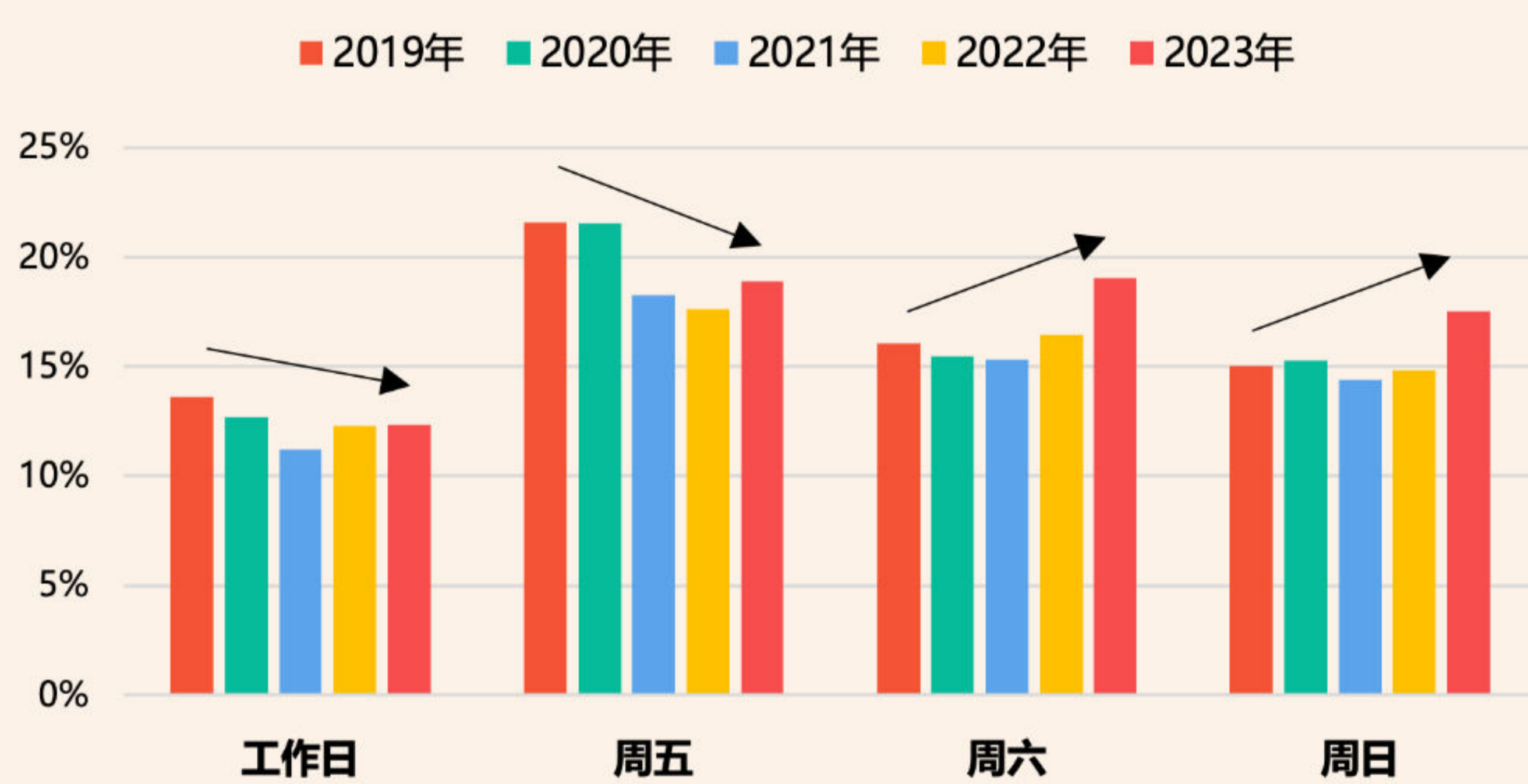


单片首日预售	2019年	2020-2022年	2023年
预售破100万比例	30%	19%	21%
预售破1000万比例	10%	6%	9%
预售破5000万比例	2.4%	1.9%	1.6%
预售破亿比例	0.9%	1.1%	0.6%

## 2023年热门档期与平日大盘预售占比均值



## 非档期大盘预售占比变化



### 热门档期上映影片首日预售TOP10

2023年	上映档期	首日预售
流浪地球2	春节档	2.31亿
满江红	春节档	2.14亿
一闪一闪亮星星	跨年档	1.78亿
无名	春节档	9890万
熊出没·伴我“熊芯”	春节档	7372万
交换人生	春节档	7141万
长空之王	五一档	6157万
深海	春节档	4817万
巨齿鲨2：深渊	暑期档	4774万
泰勒·斯威夫特：时代巡回演唱会	跨年档	3455万

### 非档期上映影片首日预售TOP10

2023年	上映日期	首日预售
铃芽之旅	3月24日	6053万
灌篮高手	4月20日	4869万
速度与激情10	5月17日	3055万
河边的错误	10月21日	1936万
第八个嫌疑人	9月9日	1460万
银河护卫队3	5月5日	1246万
蚁人与黄蜂女：量子狂潮	2月17日	1134万
惊奇队长2	11月10日	661万
刀剑神域进击篇：暮色黄昏	5月26日	642万
黑豹2	2月7日	606万

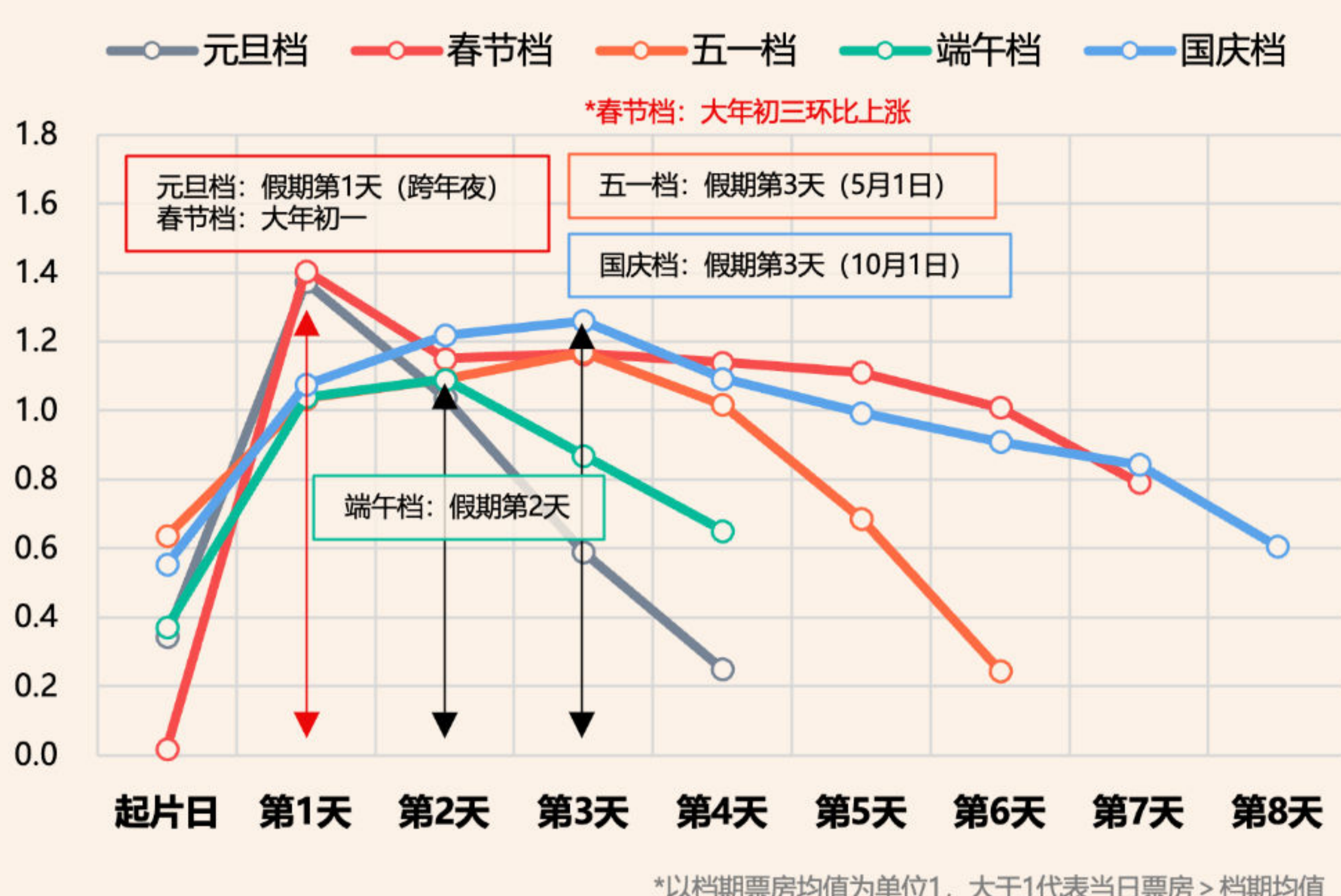


# 2023年假日档期再现“峰值非首日” 首日预售优势下降、当天购票决定档期高点



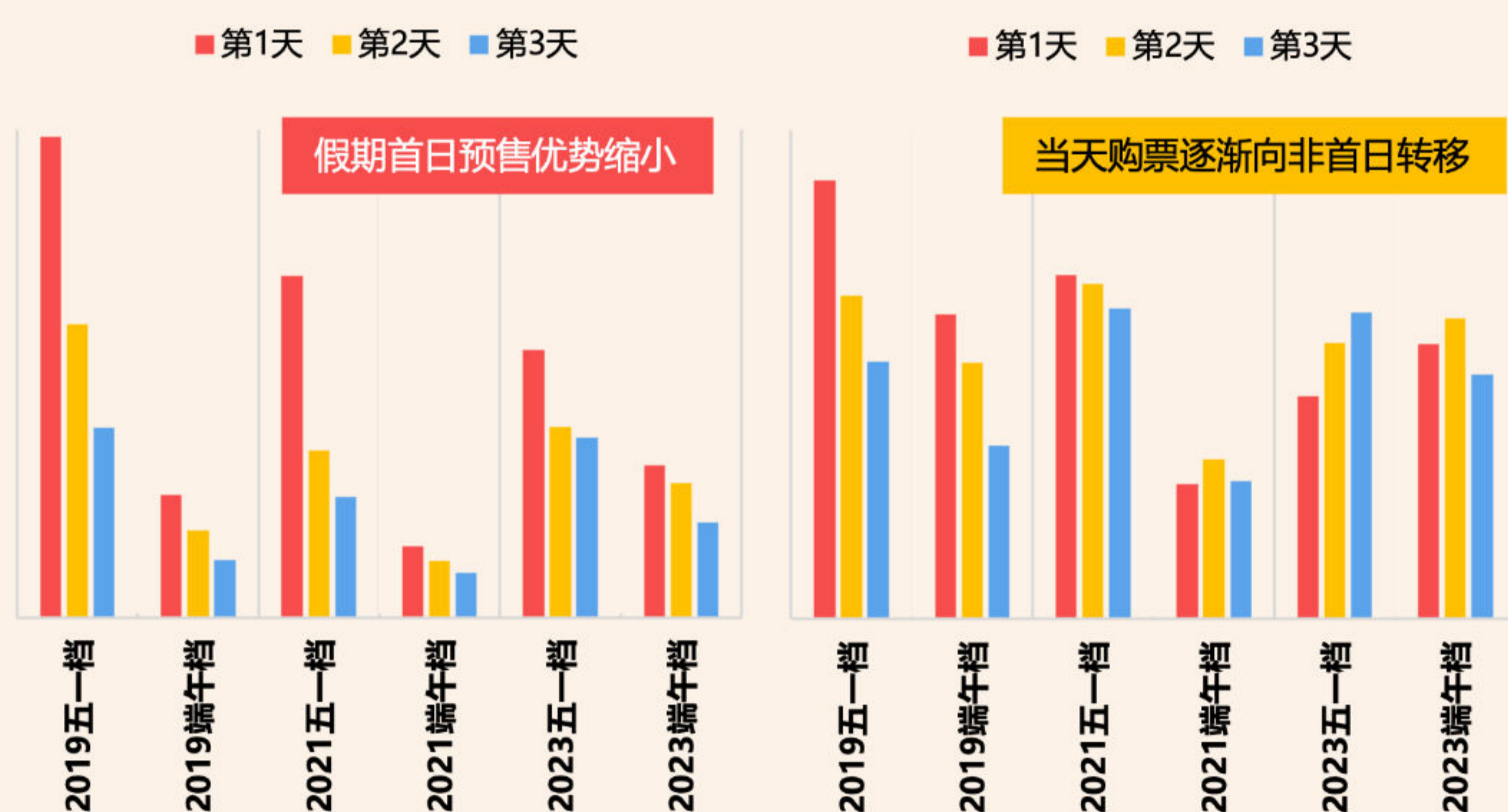
自2021年以来先后9个假日档期，票房高点出现在非首日，假期首日预售优势缩减、预售占比降幅，观众当天购票主导档期大盘走势。除“大年初一”“跨年夜”等观影仪式感较强的节点，观众需要更多“第一时间观影”的动力。

## 2023年假日档期大盘票房走势与高点分布

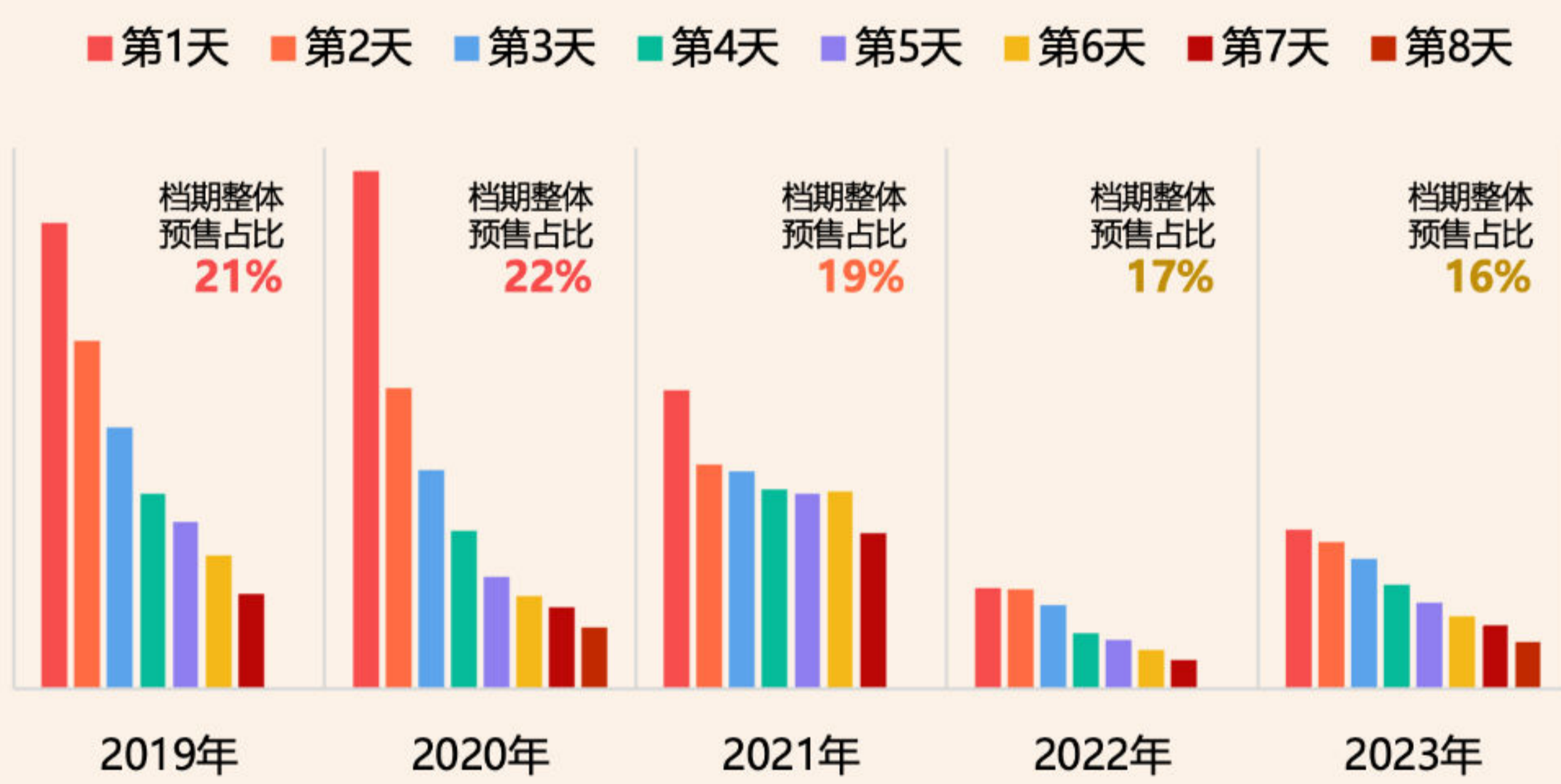


## 档期大盘「预售」票房

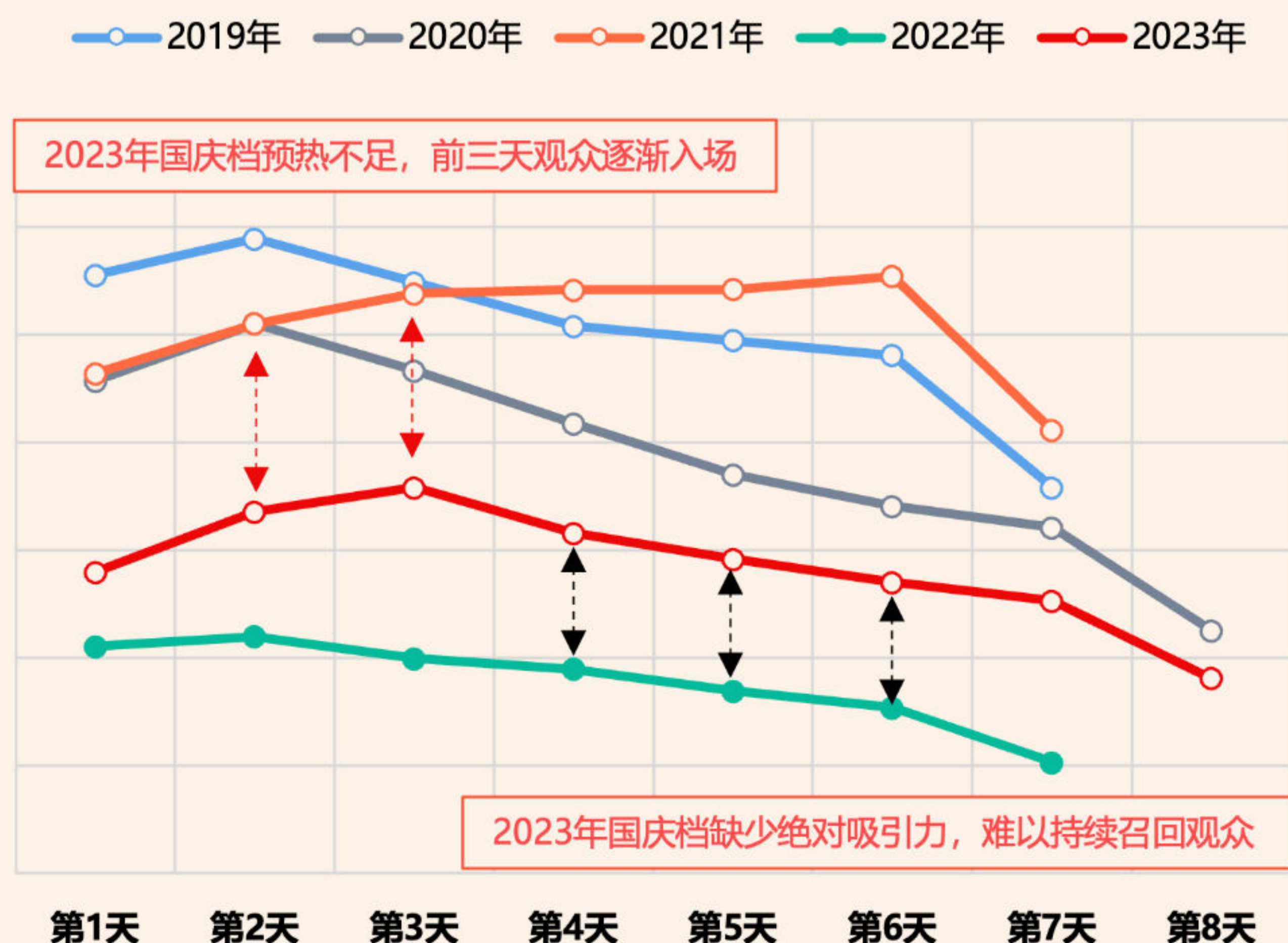
## 档期大盘「当天购票」票房



## 近五年国庆档大盘「预售票房」走势



## 近五年国庆档大盘「当天购票」票房走势

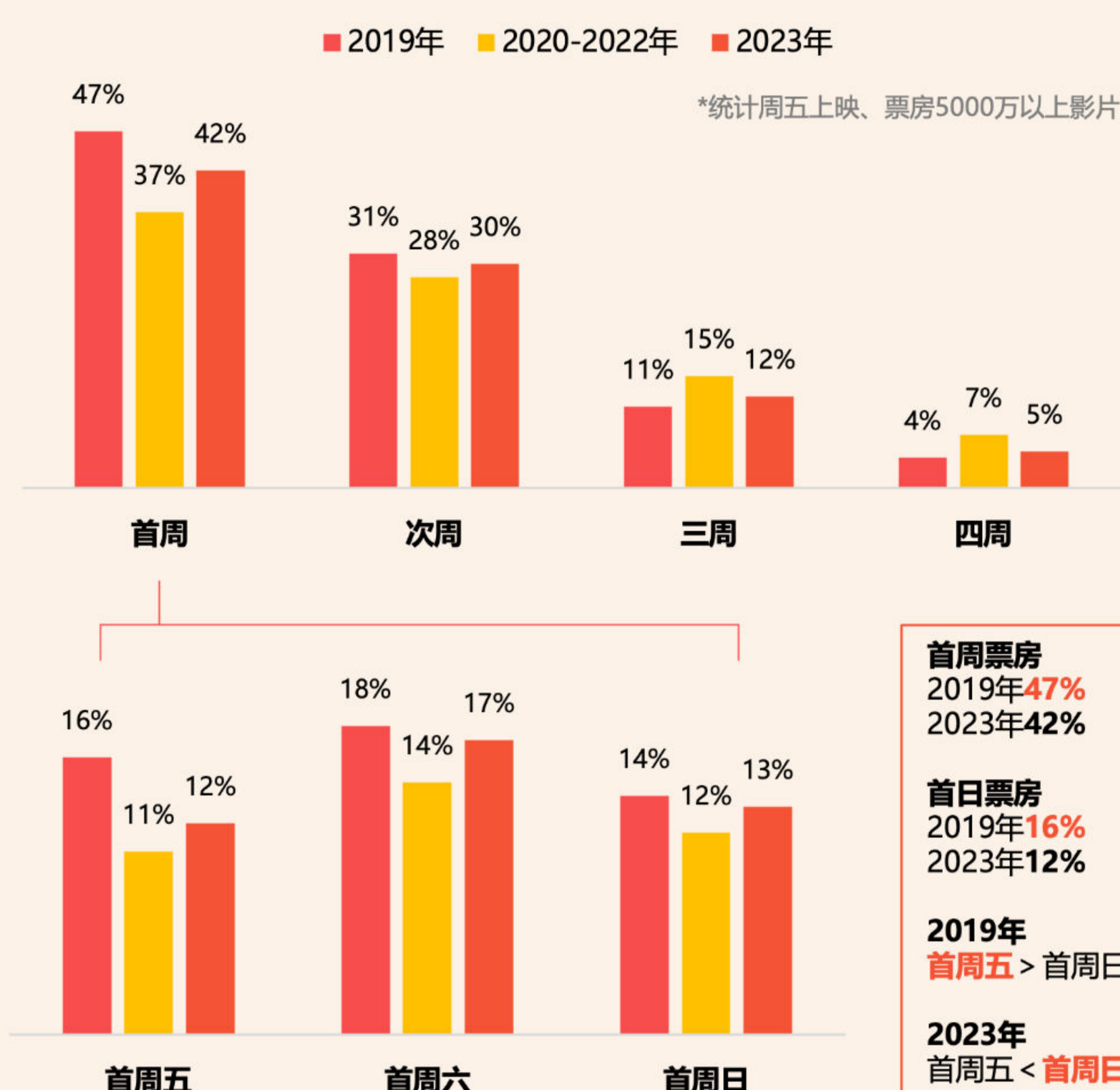




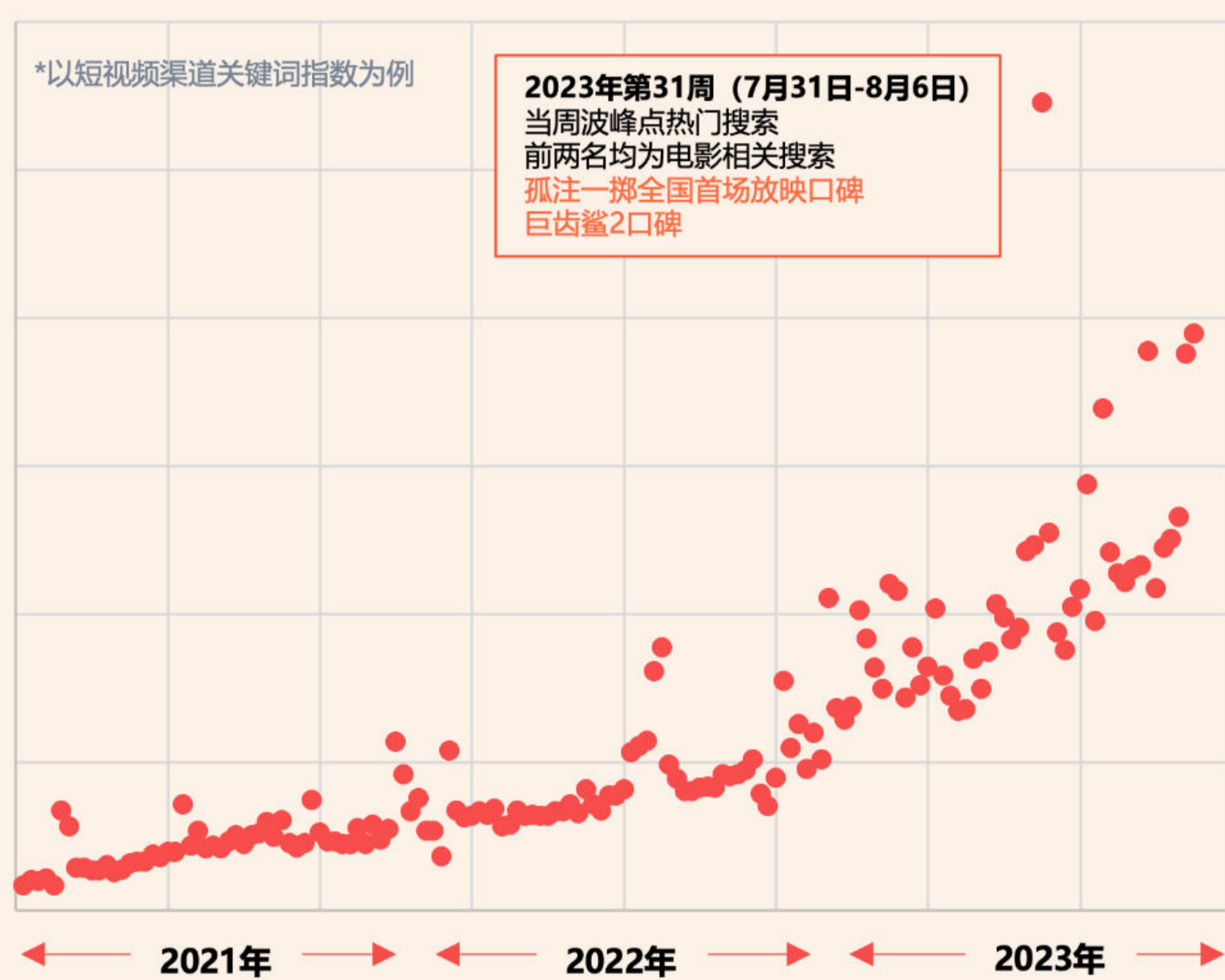
# 票房周期向后倾斜，观众观望口碑 购票平台推出评分新视角

2023年于常规周五上映的影片，首周、次周票房贡献相比2020-2022年均有所回升，但仍保持着2019年以来观影向后倾斜的趋势。首周末三天中，周六周日回升幅度更高，首周五票房贡献均值已落后于首周日。近三年观众逐渐形成了在公开渠道主动询问真实口碑的习惯，观影后置趋势或将延续。

## 2019-2023年单影片分周票房走势



## 近三年网友在网络渠道搜索“口碑”的趋势



## 淘票票平台上线“口碑新视角”——淘麦VIP评分

**三大队**

万里追凶 执念不灭

剧情 犯罪 IMAX 2D 中国巨幕 2D 杜比视界 2D

2023-12-15 09:00 中国大陆上映 132分钟

淘票票购票评分

**9.5**

16.8万人评

淘麦VIP评分

**9.2**

12.3万人评

18.7万人想看 132.9万人看过

介于「大盘观众」与「资深影迷」之间

相比于淘票票购票评分，淘麦VIP评分在会员观影频次、观影偏好的特殊背景下，提供了更多维的方向，是对当下电影评分体系做了一个补充。

**海王2: 失落的王国**

Aquaman and the Lost Kingdom

一周票房榜 第1名 > 掀起海底风暴

动作 冒险 奇幻 IMAX 3D IMAX 2D 3D 中国巨幕

2023-12-20 中国大陆上映 125分钟 >

淘票票购票评分

**9.2**

8.3万人评

淘麦VIP评分

**8.4**

6.5万人评

27.9万人想看 83.6万人看过

**汪汪队立大功大电影2: 超能大冒险**

PAW Patrol: The Mighty Movie

近半年动画片评分 第7名

动画 中国巨幕 2D CINITY2D

2023-09-29 09:00 中国大陆上映 88分钟 >

淘票票购票评分

**9.1**

2.5万人评

淘麦VIP评分

**9.2**

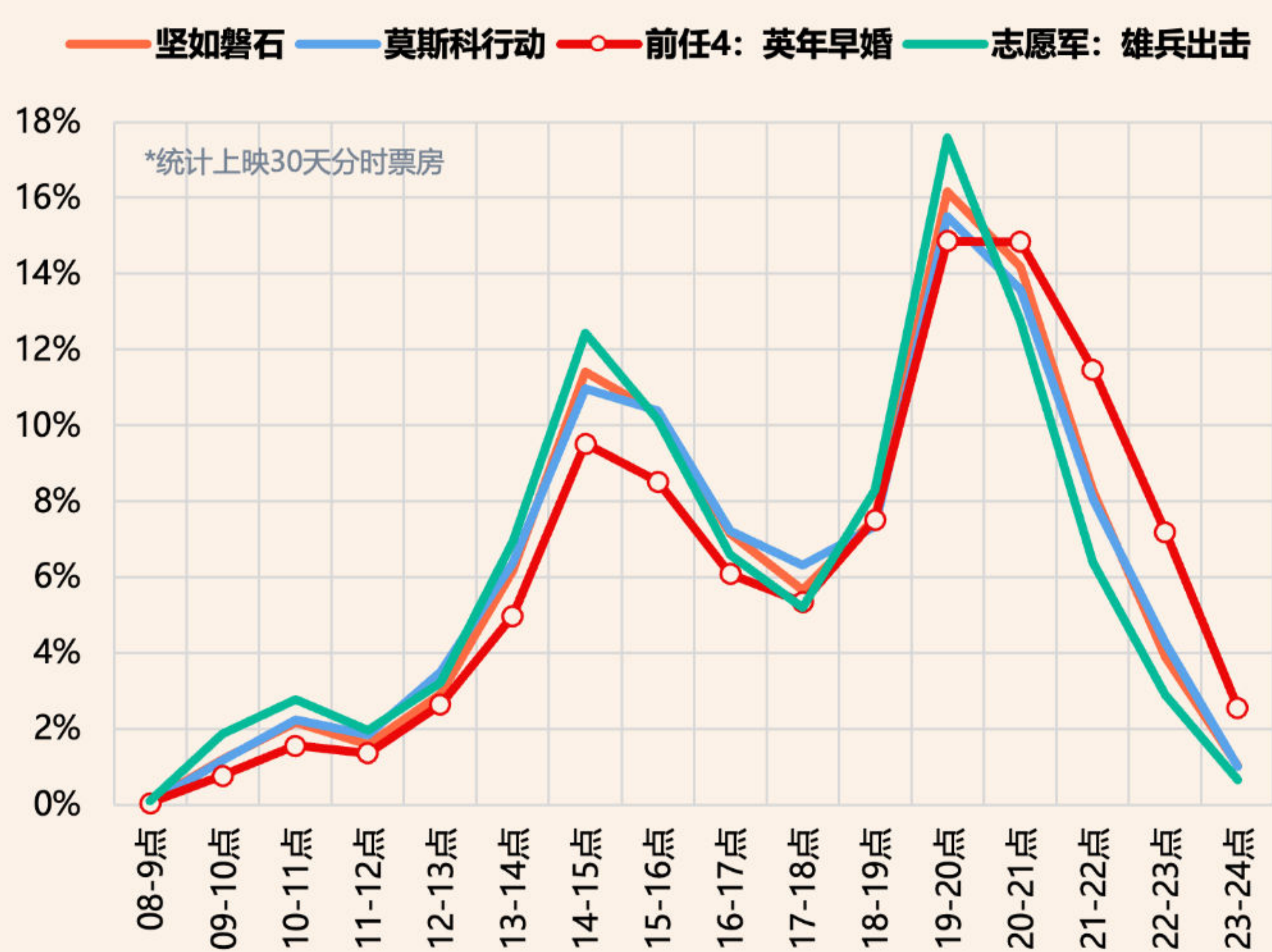
1.5万人评

4.4万人想看 41.3万人看过

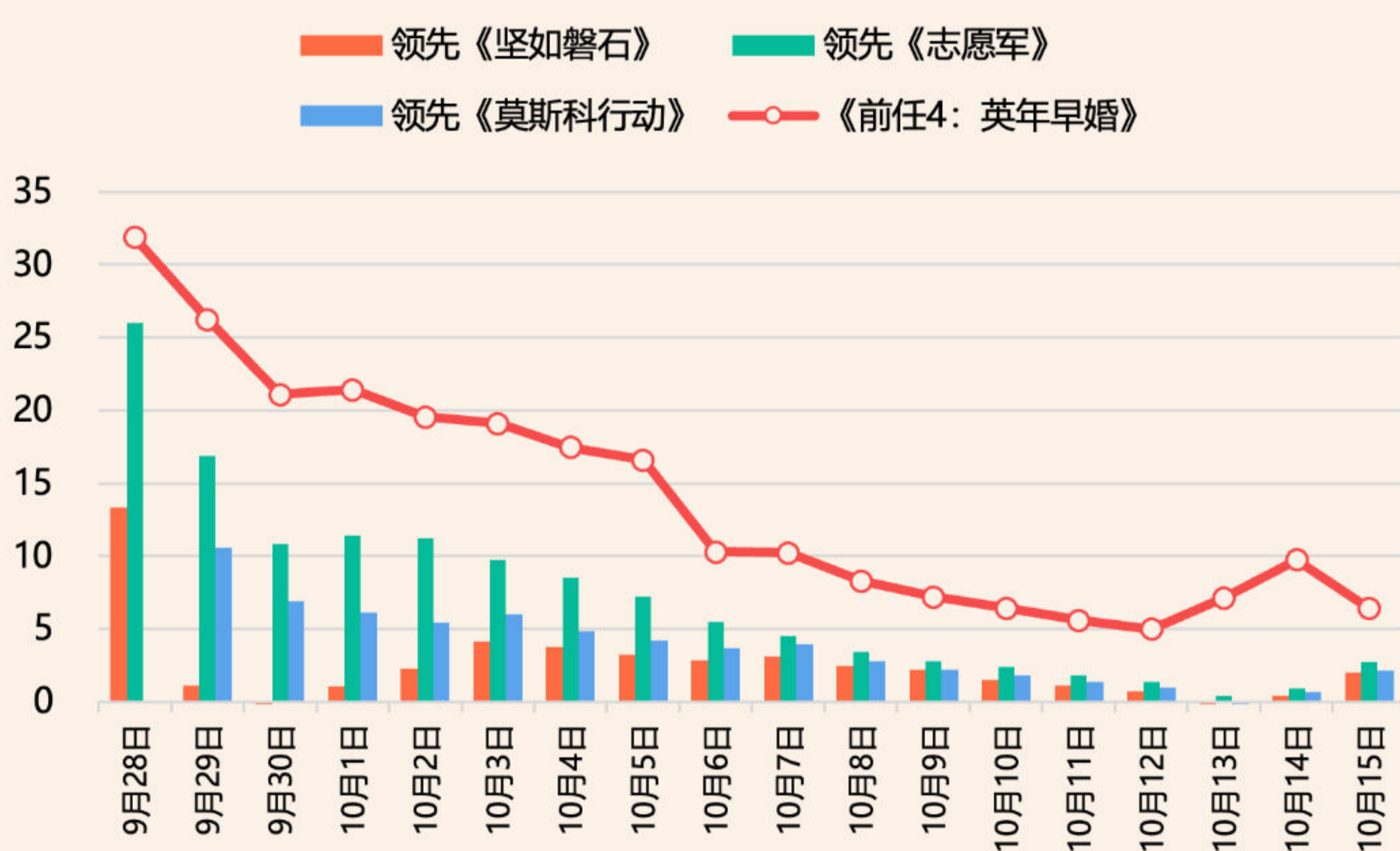
# 宣发案例《前任4：英年早婚》 放大午夜场优势、切中深夜emo情绪

2023年国庆档电影《前任4：英年早婚》在21时以后的午夜场，票房贡献、场均人次均领先同档期其他电影。发行方面也相应调整场次策略，将午夜场作为黄金场次之外主攻的“第二战场”。结合“晚上emo”的话题和网友热评，形成了一种独具“前任”特色的情绪向宣发。

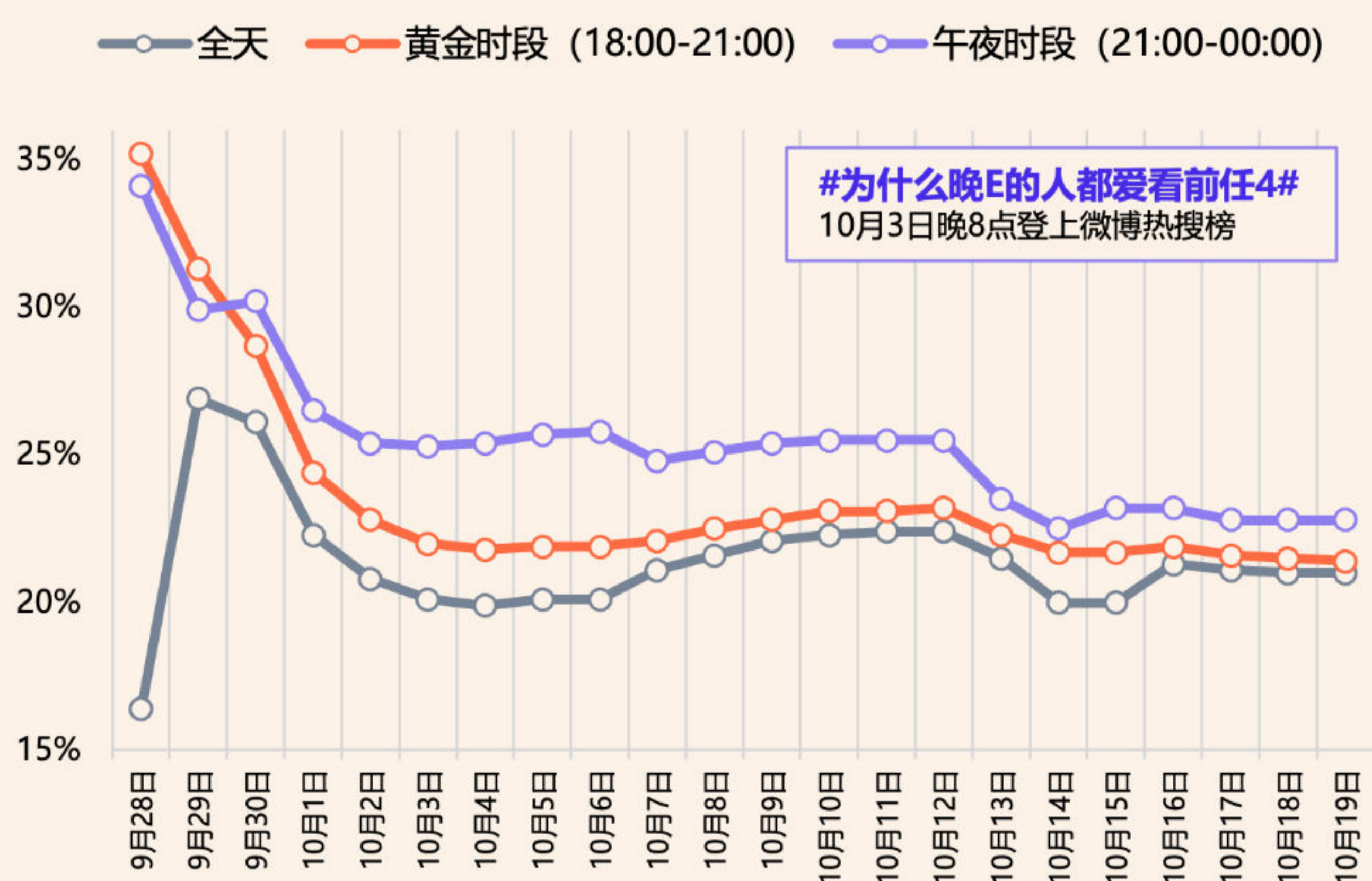
## 国庆档四强电影分时段票房占比



## 《前任4》午夜场场均人次及对同档期影片优势



## 《前任4》分日时段排片走势



## 《前任4》官抖评论区高赞热门评论案例

- 当开始遗忘一个人的时候，最先遗忘的是声音还是面容？是缺点。
- 我有一万种想见你的理由，却唯独少了个见你的身份。
- 有结果的是电影，没结果的才是人生。
- 你明白那种想放弃却又舍不得，想继续却又没意义的感觉吗.....
- 刚去看了，郑恺吹口哨那段，一群人在笑，只有我一个坐在最前面，偷偷掉眼泪。我也有类似经历，只是她还是走了.....
- 人生建议：9键按3次，7键按2次（珍惜眼前人）
- 只有分开了，才明白，谁是“孟云”，谁是“林佳”。

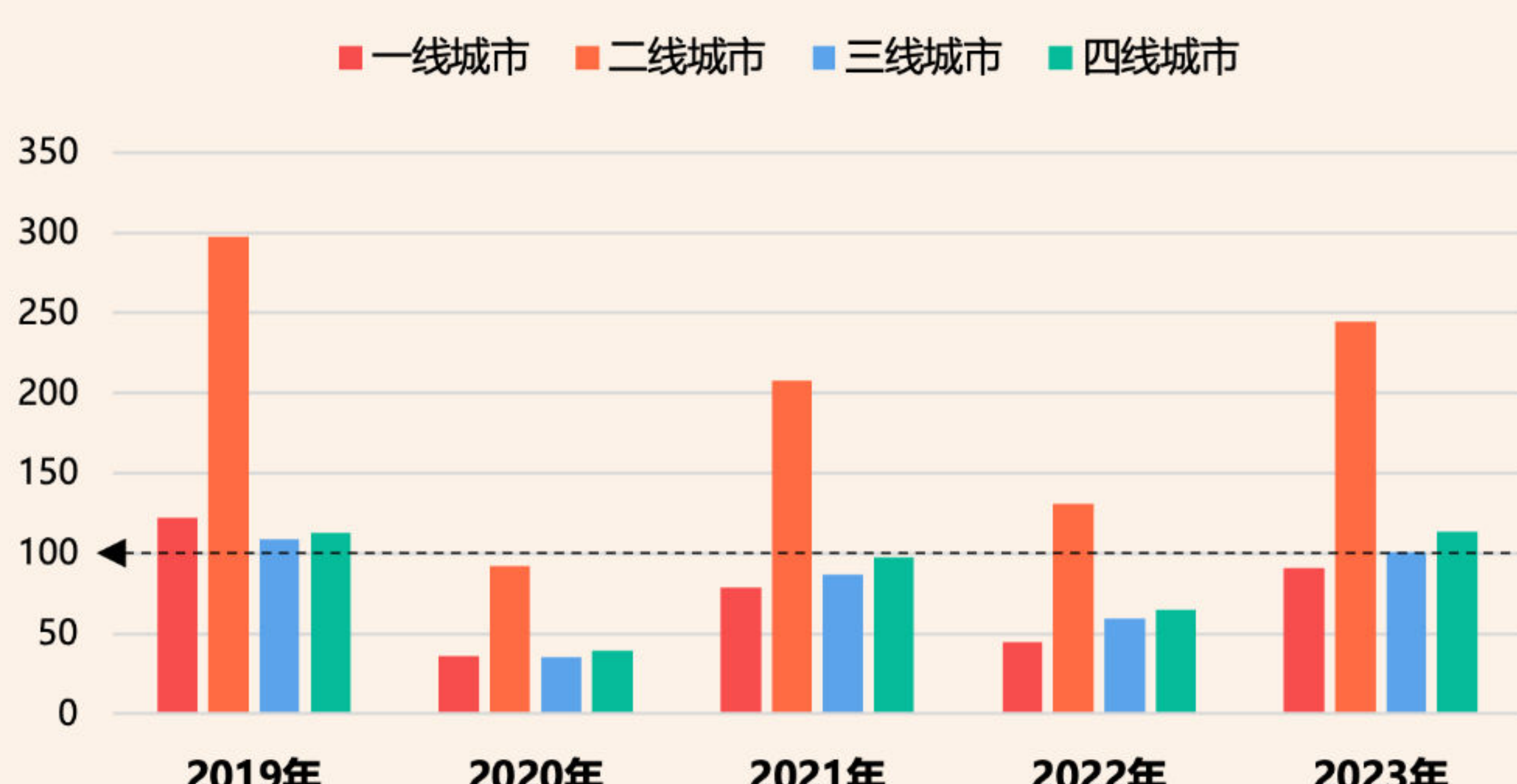


# 2023年下沉市场观影人次继续保持40%以上 三四线城市年票房双双突破100亿

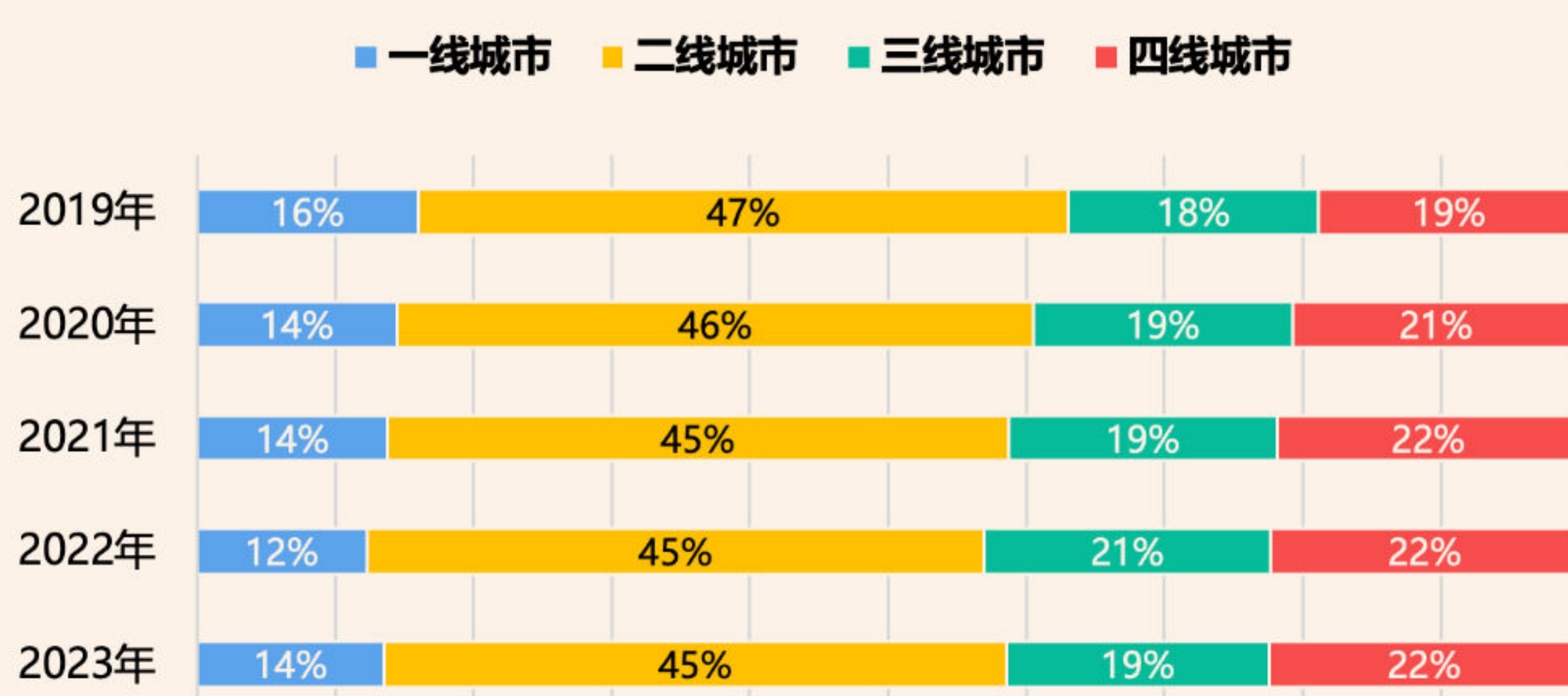


2023年四线城市人次占比稳定在22%、三线城市略有下降，下沉市场观众占比连续四年保持在全国40%以上，三四线城市票房自2019年以来再度双双突破100亿关口。相比2019年，全国影院店均观影人次下降39%，四线城市降幅26%控制较好。

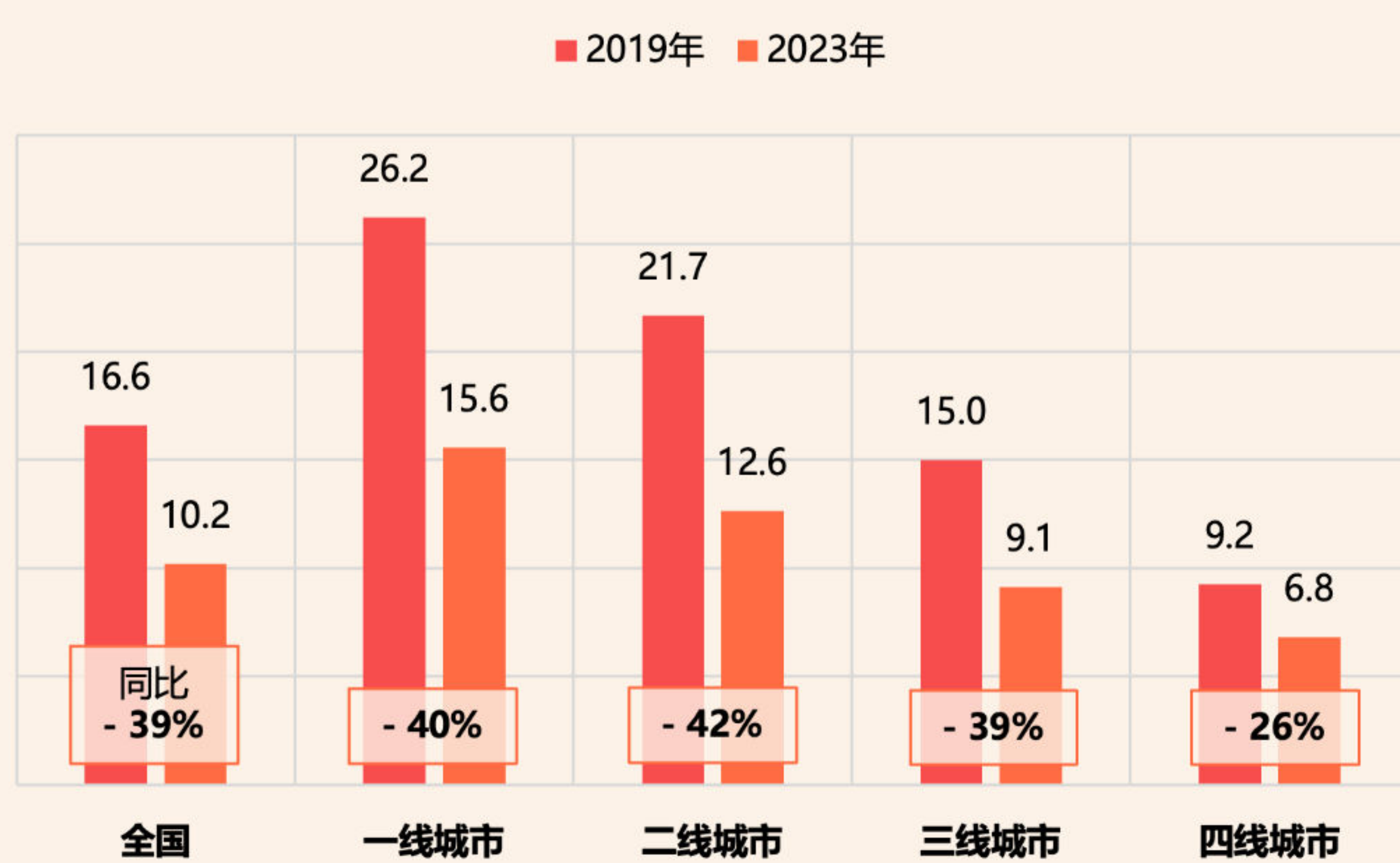
## 2019-2023年全国各线城市票房（亿）



## 2019-2023年全国各线观影人次占比



## 各线城市单影院观影人次（万）



## 2023年全国各线城市用户观影偏好

城市类型	毒舌律师	超级马力欧兄弟大电影	奥本海默	碟中谍7：致命清算（上）	芭比
一线城市 观影人次占比TOP10电影 (票房破亿电影)	32%	28%	27%	26%	24%
	闪电侠	疯狂元素城	惊奇队长2	银河护卫队3	蜘蛛侠：纵横宇宙
二线城市 观影人次占比TOP10电影 (票房破亿电影)	53%	52%	51%	51%	51%
	瞒天过海	蚁人与黄蜂女：量子狂潮	闪电侠	奥本海默	变形金刚：超能勇士崛起
三线城市 观影人次占比TOP10 非春节档电影 (票房破亿电影)	22%	22%	22%	21%	21%
	人生路不熟	学爸	好像也没那么热血沸腾	超能一家人	八角笼中
四线城市 观影人次占比TOP10 非春节档电影 (票房破亿电影)	29%	28%	26%	26%	26%
	蜡笔小新：新次元！	人生路不熟	再见，李可乐	坚如磐石	八角笼中

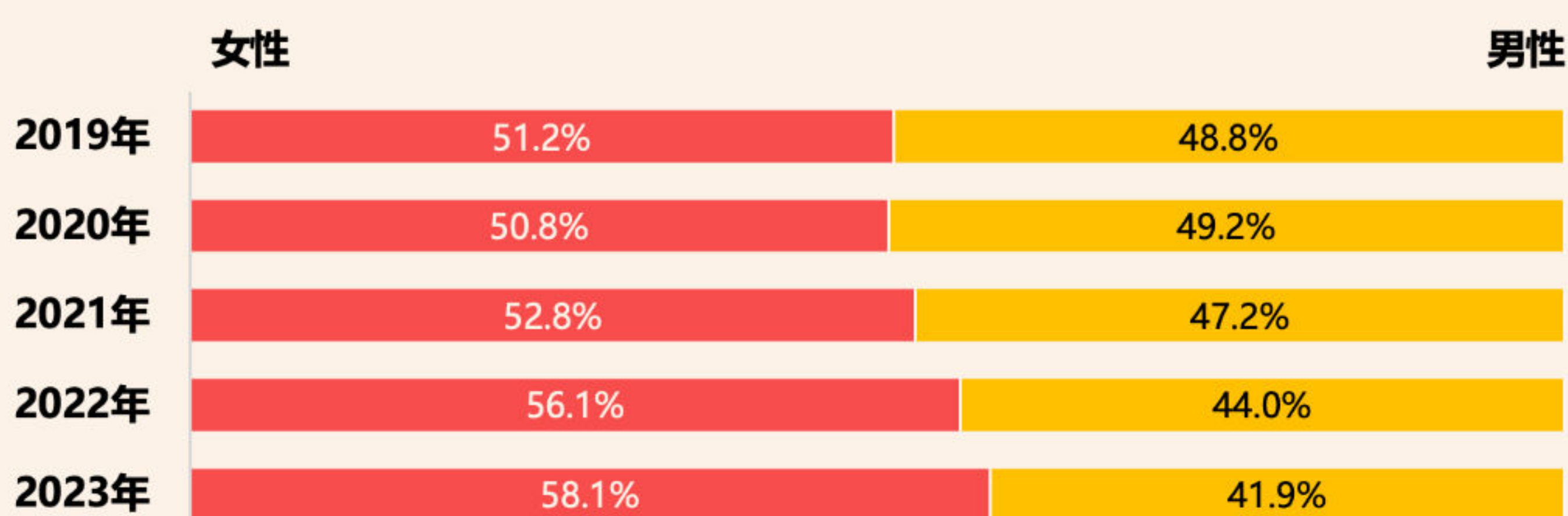
# 2023年女性观众占比攀升至58% 女性及成熟女性观影需求逐渐主导市场

女性观众连续三年上涨，女男比例接近6:4

25岁以下观众仍呈现下降趋势，25-29岁市场主力观众占比稳定

25-29岁女性主力群体占比提升，30岁及以上成熟女性连年上涨

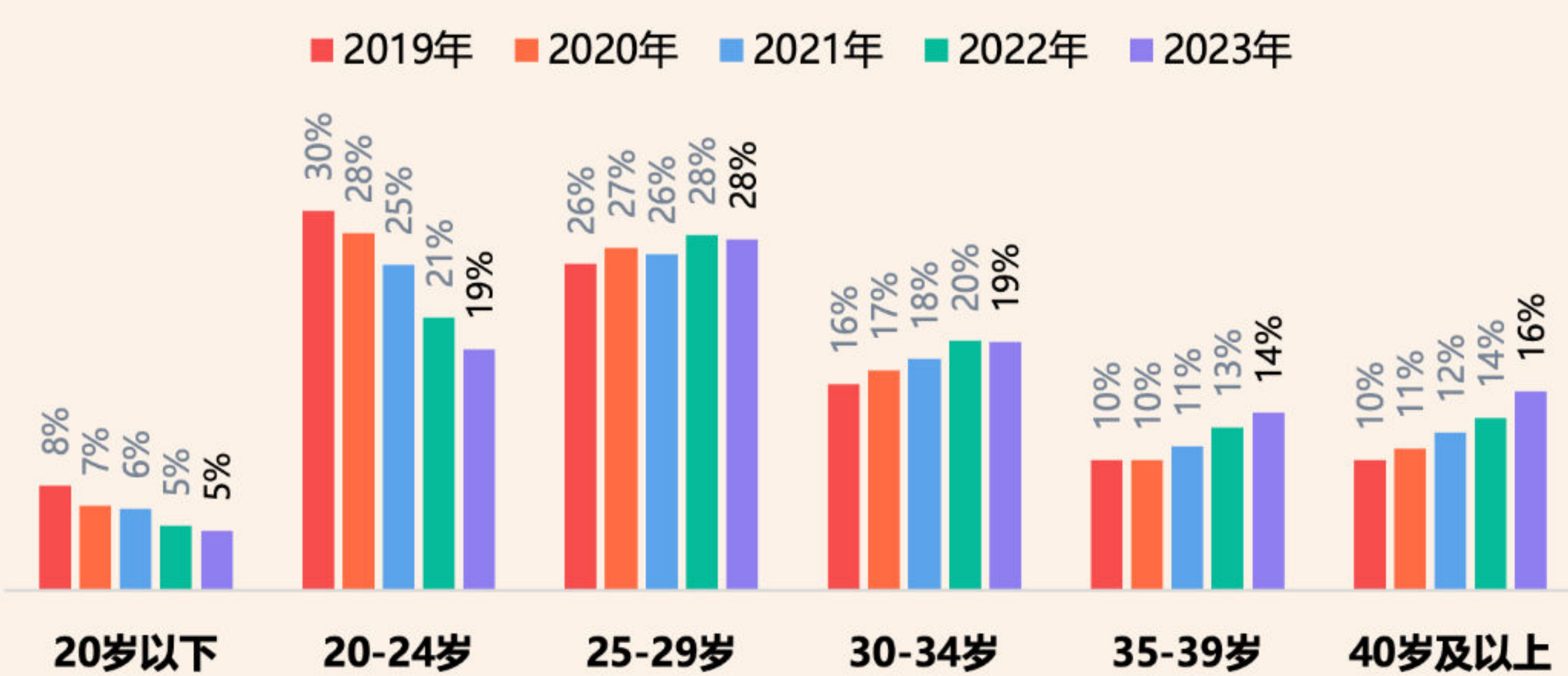
## 2019-2023年购票用户画像—性别



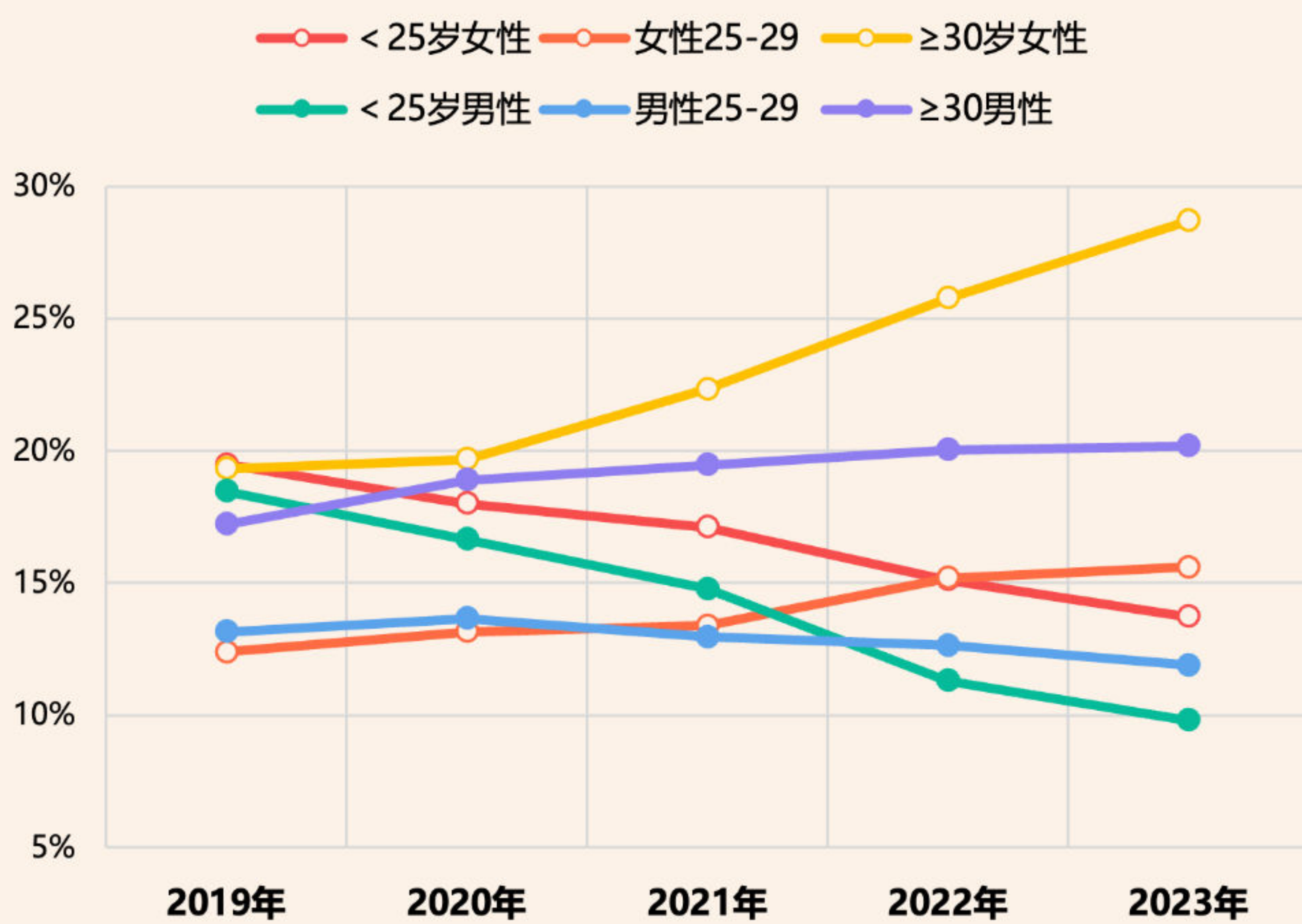
2023年 女性观众占比 TOP10 (票房破亿)	芭比	一闪一闪亮星星	无名	汪汪队立大功大电影2	热烈
	82%	74%	72%	71%	71%
	这么多年	疯狂元素城	消失的她	熊出没·伴我“熊芯”	我经过风暴
	70%	69%	69%	68%	68%

2023年 男性观众占比 TOP10 (票房破亿)	敢死队4	闪电侠	蚁人与黄蜂女3	惊奇队长2	速度与激情10
	63%	61%	58%	57%	56%
	龙马精神	碟中谍7	变形金刚7	奥本海默	海王2
	56%	55%	54%	53%	53%

## 2019-2023年购票用户画像—年龄



## 2019-2023年购票用户画像—性别年龄六分



排名	2023年票房破亿电影	>=30岁女性	票房 (亿)
1	汪汪队立大功大电影2：超能大冒险	59%	1.36亿
2	熊出没·伴我“熊芯”	53%	14.95亿
3	茶啊二中	49%	3.84亿
4	学爸	44%	6.14亿
5	长安三万里	44%	18.24亿
6	疯狂元素城	44%	1.14亿
7	哆啦A梦：大雄与天空的理想乡	43%	1.01亿
8	超级马力欧兄弟大电影	38%	1.71亿
9	热烈	37%	9.13亿
10	长空之王	36%	8.50亿

排名	2023年票房破亿电影	25-29岁女性	票房
1	芭比	28%	2.52亿
2	年会不能停!	21%	2.31亿 (映中)
3	消失的她	21%	35.23亿
4	我经过风暴	21%	1.80亿
5	回廊亭	21%	2.05亿
6	河边的错误	20%	3.09亿
7	这么多年	20%	3.01亿
8	保你平安	20%	7.00亿
9	瞒天过海	19%	1.65亿
10	毒舌律师	19%	1.87亿

# 2023 中国电影市场 年度盘点报告



扫码下载灯塔专业版  
查看更多行业报告

分析师：伏睿、翌然

出品： 灯塔研究院 ×  灯塔专业版

联合发布：



# 中国电影市场2023年度数字记忆



## 100.91 亿 1.29 亿

春节档7天67.66亿的助力下，2023年1月单月票房破百亿，为中国电影市场历史上第5次百亿票房月。而在2023年1月前的5个月，2022年8月-12月累计票房仅为92.50亿。

2023年全年放映总场次超2019年的1.27亿，创造年度场次新纪录，日均达35.4万场创新高，代表着产业放映端的完全复苏。

## 72 天 206.21 亿

自6月21日起，至8月31日，大盘连续72天破亿，大幅提升历史纪录，72天票房近190亿，日均票房高达2.6亿。

2023年暑期档总票房首次突破200亿，一举打破此前由2019年暑期档保持的177.78亿纪录，并大幅提升28亿。档期诞生5部十亿级别国产电影、其中2部破20亿、2部破30亿，与春节档合力贡献6部二十亿国产电影，同样为年度新纪录。

## 70 部 111 部 68 部

2023年11月7日，《前任4：英年早婚》累计票房破10亿，成为中国影史第111部十亿电影，也是第70部国产十亿电影。2023年单年度新增11部十亿票房电影，均为国产片，在十亿票房俱乐部中，国产vs进口数量对比从3:2变为7:4。

2023年12月上映68部新片，超越2018年11月的66部，创造中国电影市场单月上映影片数量纪录。

## 7.31 亿 460.05 亿

2023年12月31日全国单日票房突破7亿大关，不仅是正月初七以来大盘最高票房，同时也刷新了跨年档历史纪录，为2023年电影市场红火收官。

2023年国产电影总票房达460.05亿，超越2019年397.66亿的纪录，大幅提升62亿。2023年国产电影包揽年度票房前十名，悬疑犯罪片崛起，类型中包含“剧情”的影片总票房超全年50%，观众对电影剧作要求更高，需要情绪与话题满足社交需求，也对电影传递的社会价值给予积极反馈。

## 611767 次

2023年，观众在淘票票平台累计评论61.2万次“好看”观众的认可是中国电影市场持续健康发展的核心动力。

# 保持年轻化是IP电影的生存之道 好莱坞大片整体趋于年长、日本动画更具活力

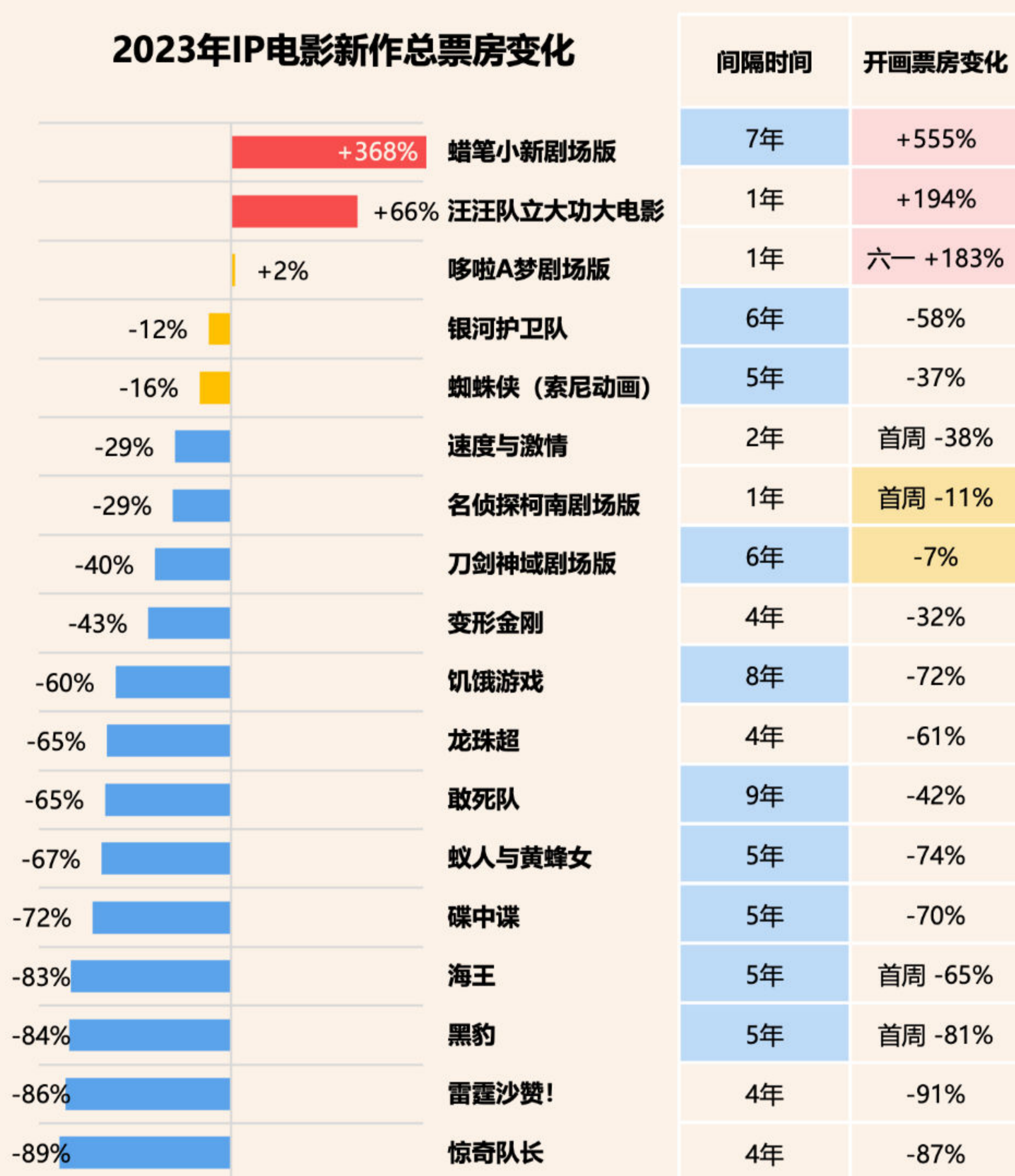
好莱坞大片是过往维持周末档大盘的主力军，票房体量衰退需要新品类替代。2023年2/3的好莱坞系列电影票房衰减60%以上，无法吸引年轻观众是核心原因。日本动画仍具有对年轻观众的持续吸引力，但相比好莱坞电影大体量IP较少。

## 进口电影对周末档的贡献

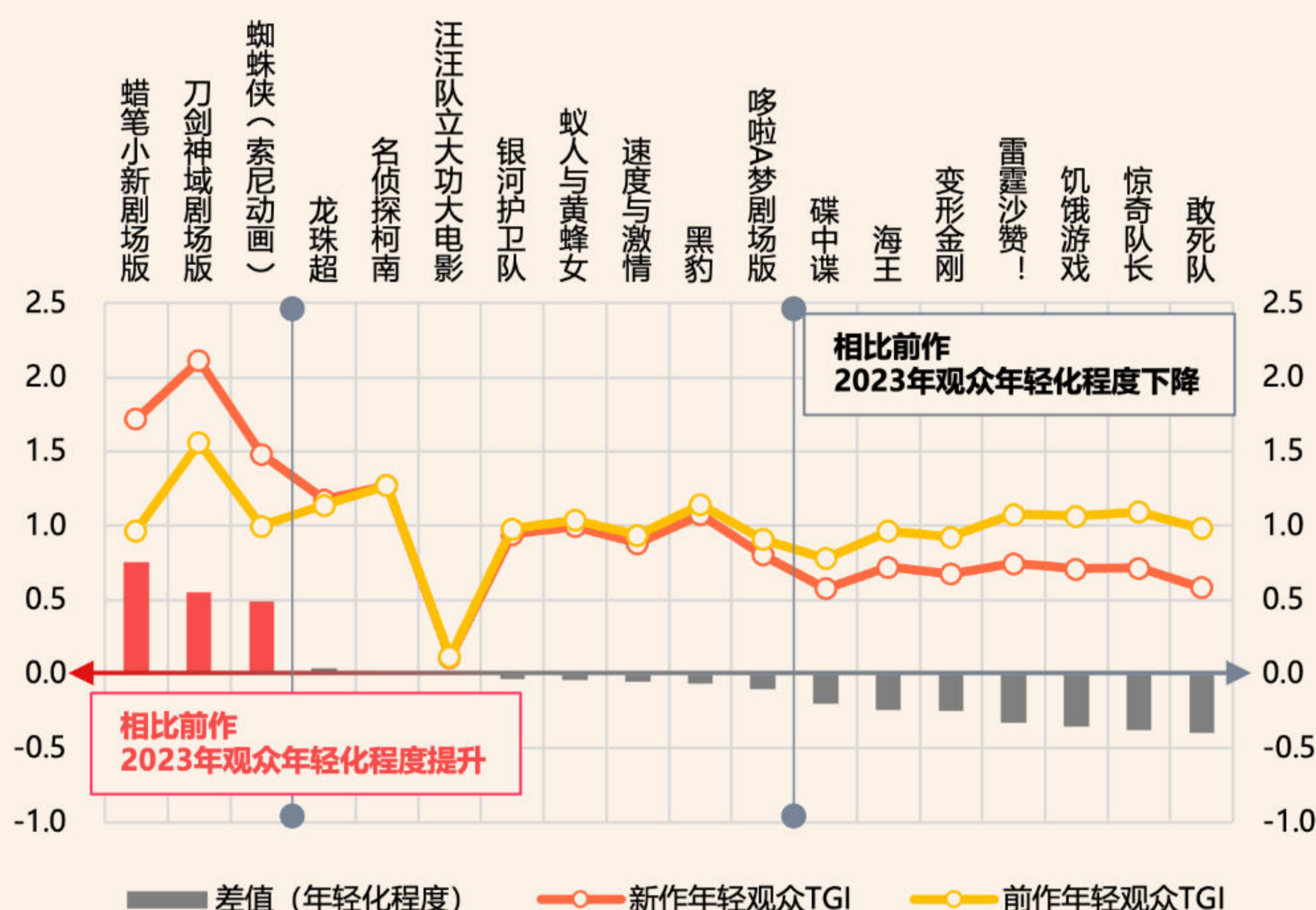
周末档	2019年	2020-2022年	2023年
周冠为好莱坞大片	11部15次占 <b>50%</b>	12部20次占 <b>26%</b>	6部9次占 <b>27%</b>
周冠为日本动画	-	4部7次占 <b>9%</b>	2部3次占 <b>9%</b>

热门周末档 票房超全年周末档均值	2019年	2020-2022年	2023年
周冠为好莱坞大片	6部7次占 <b>50%</b>	7部8次占 <b>22%</b>	5部5次占 <b>33%</b>
周冠为日本动画	-	1部1次占 <b>3%</b>	2部3次占 <b>20%</b>

## 2023年IP电影新作总票房变化



## 2023年系列电影续集 相比前作年轻化程度变化



## 新海诚、诺兰等导演对年轻观众持续保有吸引力

影片名称	上映日期	票房	首日票房	票房动力	映前想看	< 25岁观众
铃芽之旅	2023年	8.07亿	9496万	8.5倍	70.8万	大盘2.0倍
天气之子	2019年	2.88亿	4679万	6.2倍	49.4万	大盘1.7倍
新海诚导演		+180%	+103%		+43%	

影片名称	上映日期	票房	首日票房	票房动力	映前想看	< 25岁观众
奥本海默	2023年	4.50亿	3582万	12.6倍	31.4万	大盘1.1倍
信条	2020年	4.56亿	5706万	8.0倍	30.7万	大盘0.8倍
诺兰导演		-1%	-37%		+2%	



# 2023年点映的演变：规模放大、时间延长 大盘热度与点映传播效果相关



2023年点映累计过万场的影片数量提升、点映票房均值提升、点映平均天数延长，但点映期间的场均人次整体下降，对点映的传播效果有直接影响。以映前1周周末为轴，2023年点映策略出现了向前延长、向后连续至上映的双向拓展。就场均人次来看，点映除需考虑影片的相对热度、还与大盘的绝对热度直接相关。

## 2019-2023年点映过万场电影数据

\*点映数据统计不包含重度亲子动画电影

年份	数量	点映票房均值	占总票房比例均值	平均点映天数	场均人次	场均20人以上	场均10人以下
2019年	14部	3060万	4.5%	4.6天	22.5	6部	2部
2020-22年	22部	3560万	8.2%	3.6天	13.8	5部	10部
2023年	22部	7303万	12.9%	6.0天	13.0	2部	10部

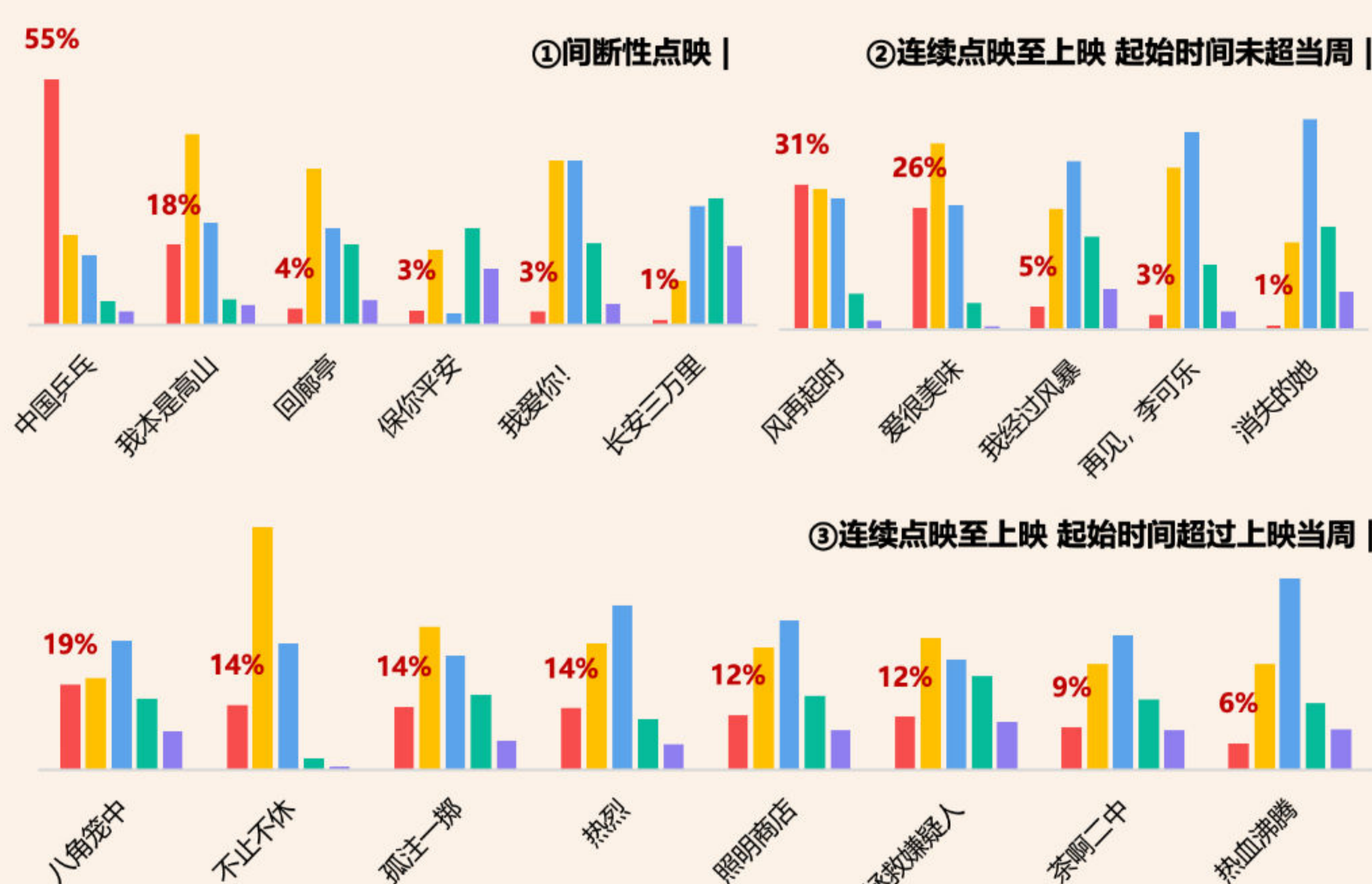
\*总票房占比均值，在映影片总票房根据灯塔AI预测结果，暂不包含《年会不能停！》

## 2023年累计点映场次过万电影 点映日期分布

点映场次累计过万	映前3-4周	映前2周	映前1周		上映当周
			工作日	周末	
风再起时					元宵节1天
中国乒乓之绝地反击	延档转8天点映	元宵节1天	周三1天		情人节1天
保你平安					妇女节1天
回廊亭					妇女节1天
不止不休					←连续4天→
爱很美味			清明节1天		映前2天→
我爱你!		双休日2天			
消失的她					映前1天→
八角笼中		端午档3天	周四1天→	周末3天→	←连续3天→
长安三万里				周日1天	
茶啊二中	映前4周双休+映前3周端午档				←连续4天→
热烈					←连续4天→
孤注一掷					←连续1天→提档
我经过风暴	映前3周双休日				映前3天→
好像也没那么热血沸腾	映前3周周日	双休日2天	周三周四2天→	←周末3天→	←连续3天→
拯救嫌疑人					←连续2天→提档
我本是高山				周末3天	
再见，李可乐				双休日2天	映前2天→
照明商店		周末3天			←连续4天→
三大队		双休日2天			←连续4天→
怒潮					映前2天→
年会不停!		双休日2天→	←工作日4天→	←周末3天→	圣诞节1天

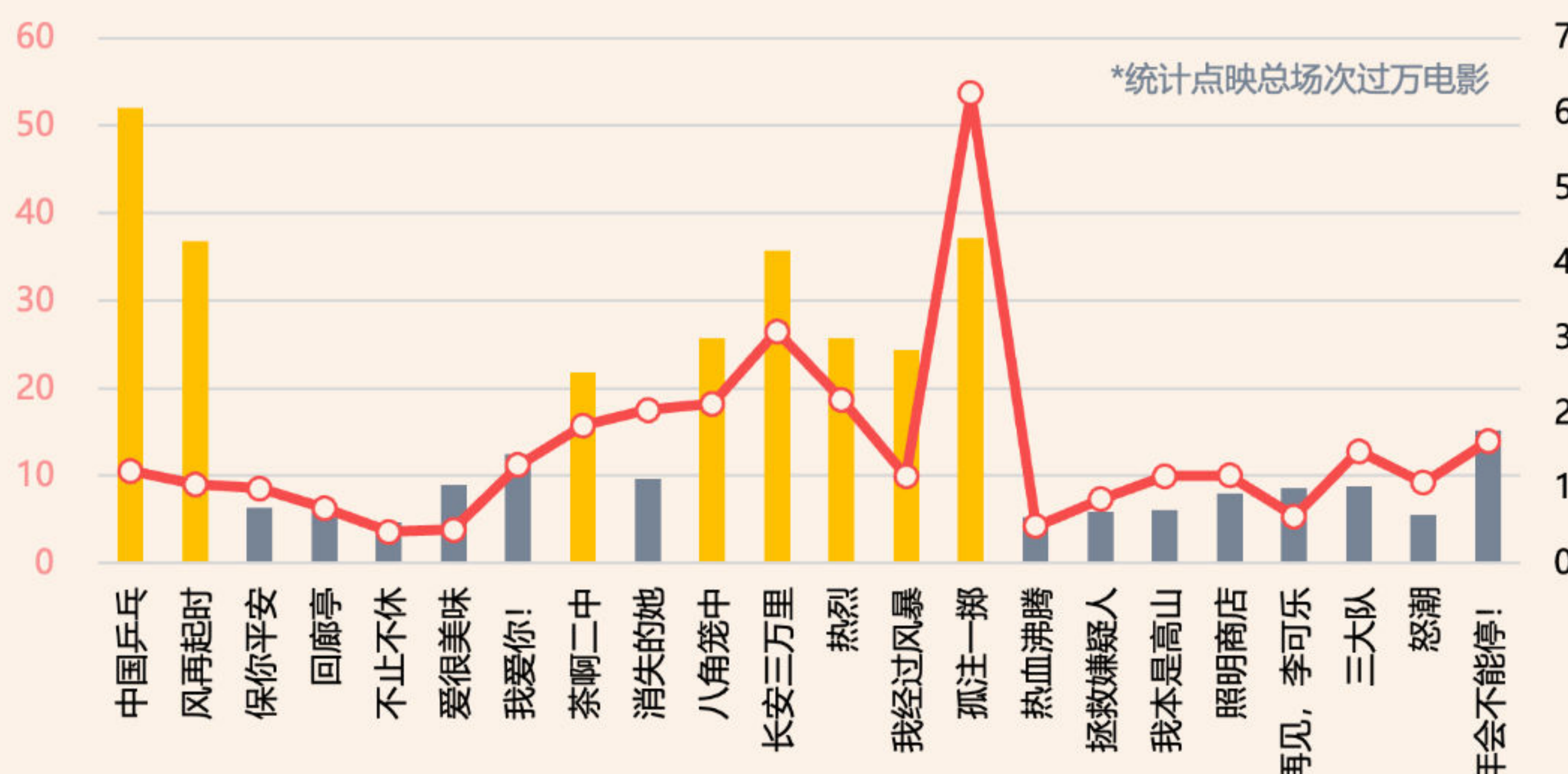
## 2023年点映电影 点映票房占比及上映后分周票房占比

■点映 ■首周 ■次周 ■三周 ■四周 \*暂不统计12月中下旬上映电影



## 2023年电影点映期间场均人次与大盘票房

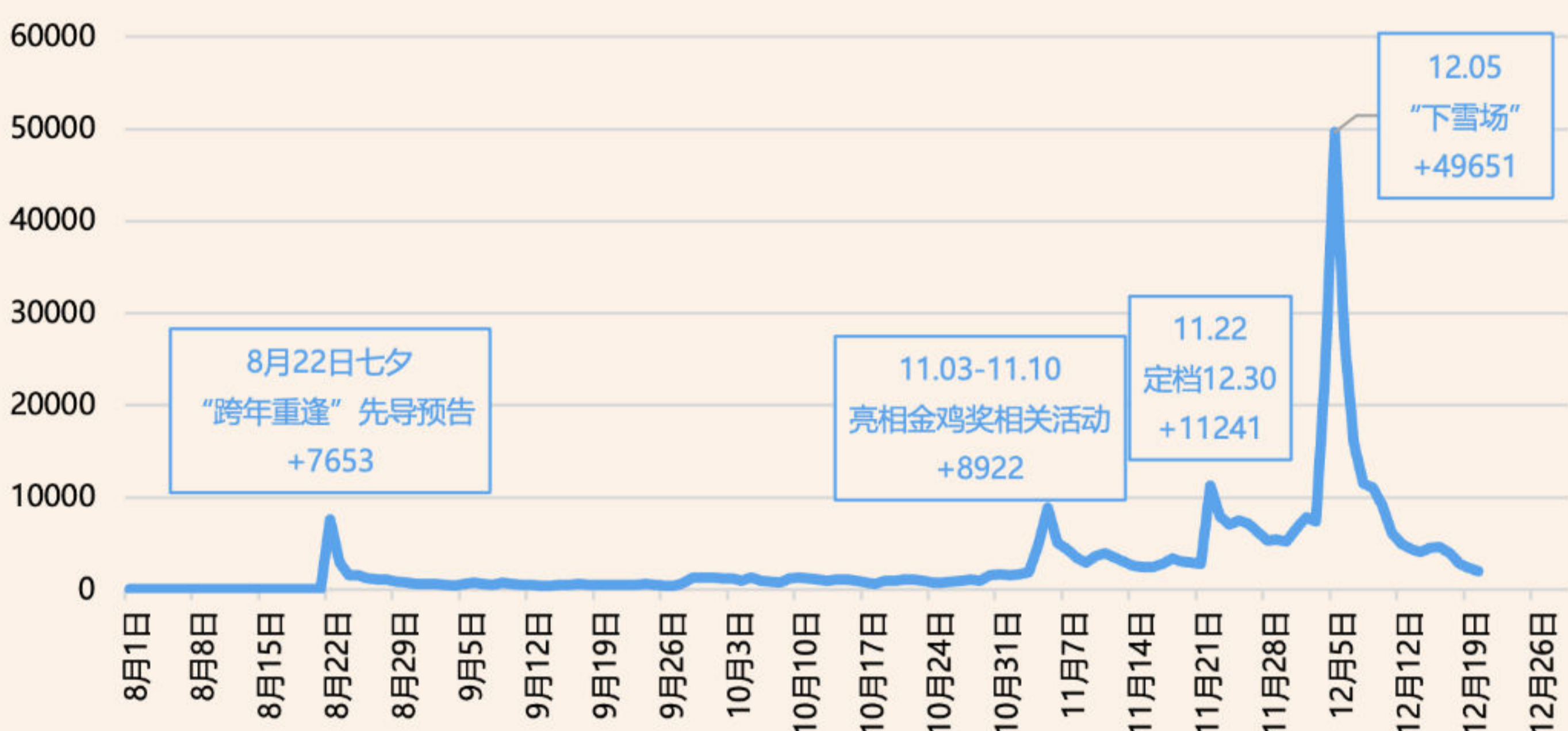
■点映期间大盘均值 (亿) —●— 场均人次



# 宣发案例《一闪一闪亮星星》 响应粉丝呼声，仪式感升级再度推高跨年档

早在8月22日七夕档发布先导预告之际，《一闪一闪亮星星》官方账号下便有带有“下雪”字样的高赞评论，后续的几轮宣传网友更是直接给出了“电影院人工降雪”的建议。12月5日在尚未官宣的情况下，“下雪场”相关搜索在购票平台暴涨，带动《闪星》创造年度预售最佳开局，最终预售总票房超3.6亿，1314下雪场贡献超1/3。

## 《一闪一闪亮星星》映前想看走势



### 8月22日《一闪一闪亮星星》官抖

- 24万赞短视频【热评】看到有人说如果看完从电影院出来下雪了，那这将是绝杀——2.4万点赞、1612条回复
- 46万赞短视频【热评】如果电影上映当天，遇到初雪会怎么样！——1.3万赞、1308条回复

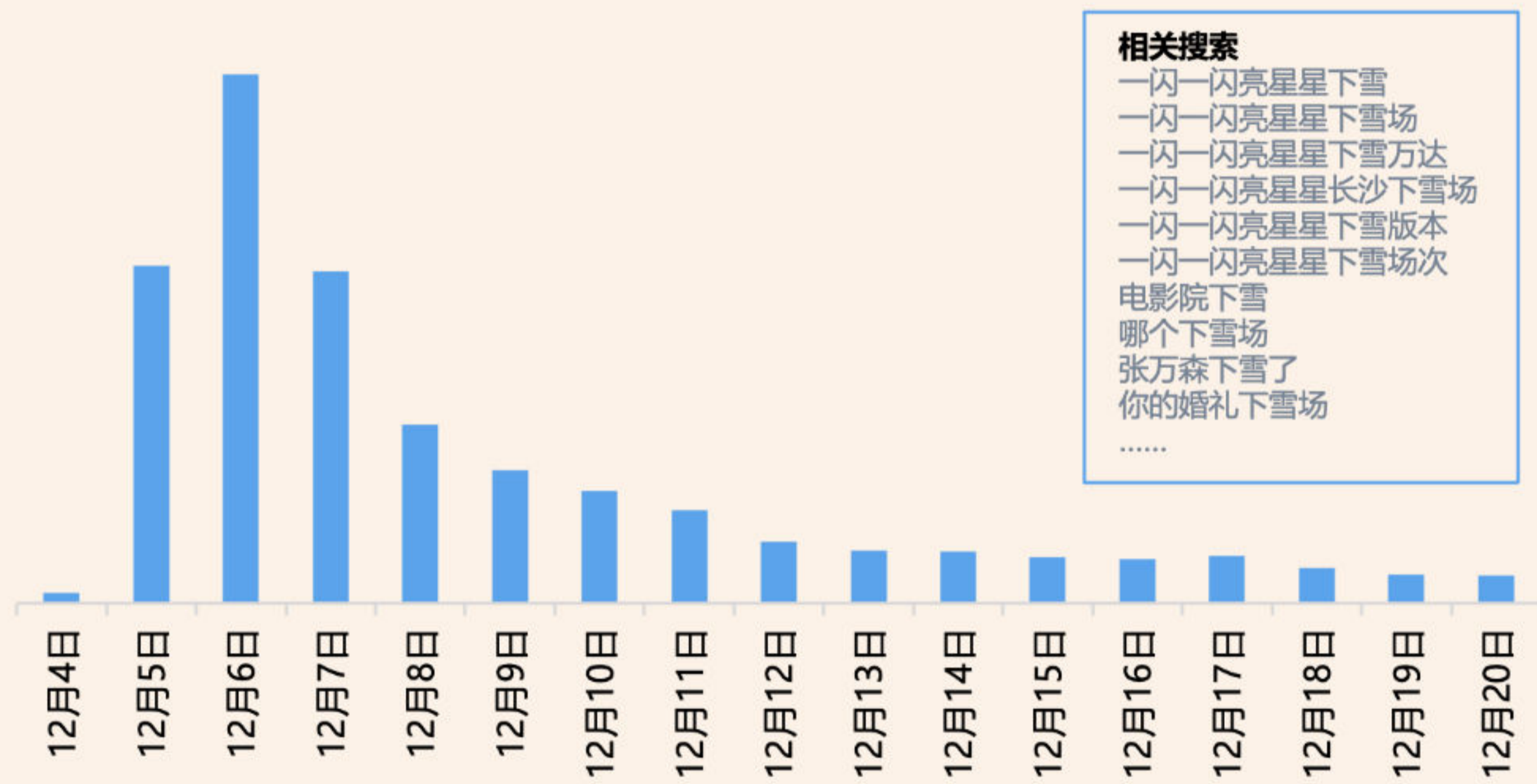
### 11月3日-10日《一闪一闪亮星星》官抖



- 11月4日142万赞短视频【热评】再次建议 电影院人工降雪 谢谢——3.5万赞、842条回复
- 【热评】那天晚上看完电影 河南必须下雪——4.0万赞、1103条回复

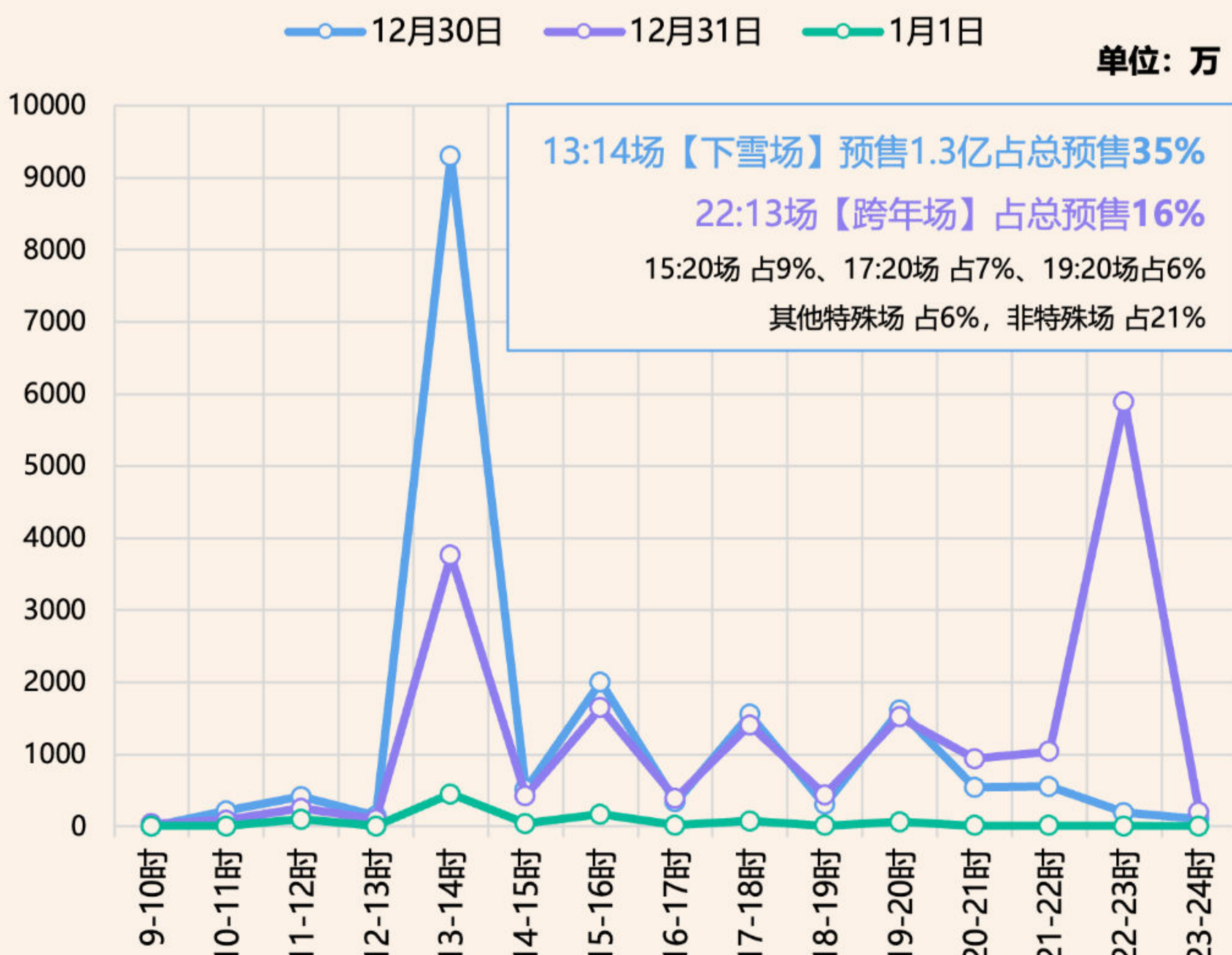
11月7日，《一闪一闪亮星星》官抖发布视频  
张万森，又一年下雪了，今年冬天会一起看雪吗？#张万森又一年下雪了  
30万赞、3万评论、6万转发  
评论区观众：女性、18-23岁居多，省份：广东、河南、山东

## 淘票票平台主动搜索“下雪”等关键词



- 相关搜索
- 一闪一闪亮星星下雪
  - 一闪一闪亮星星下雪场
  - 一闪一闪亮星星下雪万达
  - 一闪一闪亮星星长沙下雪场
  - 一闪一闪亮星星下雪版本
  - 一闪一闪亮星星下雪场次
  - 电影院下雪
  - 哪个下雪场
  - 张万森下雪了
  - 你的婚礼下雪场
  - .....

## 《一闪一闪亮星星》预售总票房 — 放映时段分布



13:14场【下雪场】预售1.3亿占总预售35%  
22:13场【跨年场】占总预售16%  
15:20场占9%、17:20场占7%、19:20场占6%  
其他特殊场占6%，非特殊场占21%



# 观影行为与情绪评价

## 2023年观影结伴、复购、笑泪感动TOP10

电影消费仍以社交属性为主，七成观众相约走进电影院；

根据单人观影、双人观影TOP10影片的购票画像分布，双人观影占比较高的影片性别年龄分布趋于市场主流人群，单人观影占比高的电影在性别年龄四象限中某一类人群占较为突出，具有相对明确的核心用户。

### 2023年结伴观影构成及TOP10影片

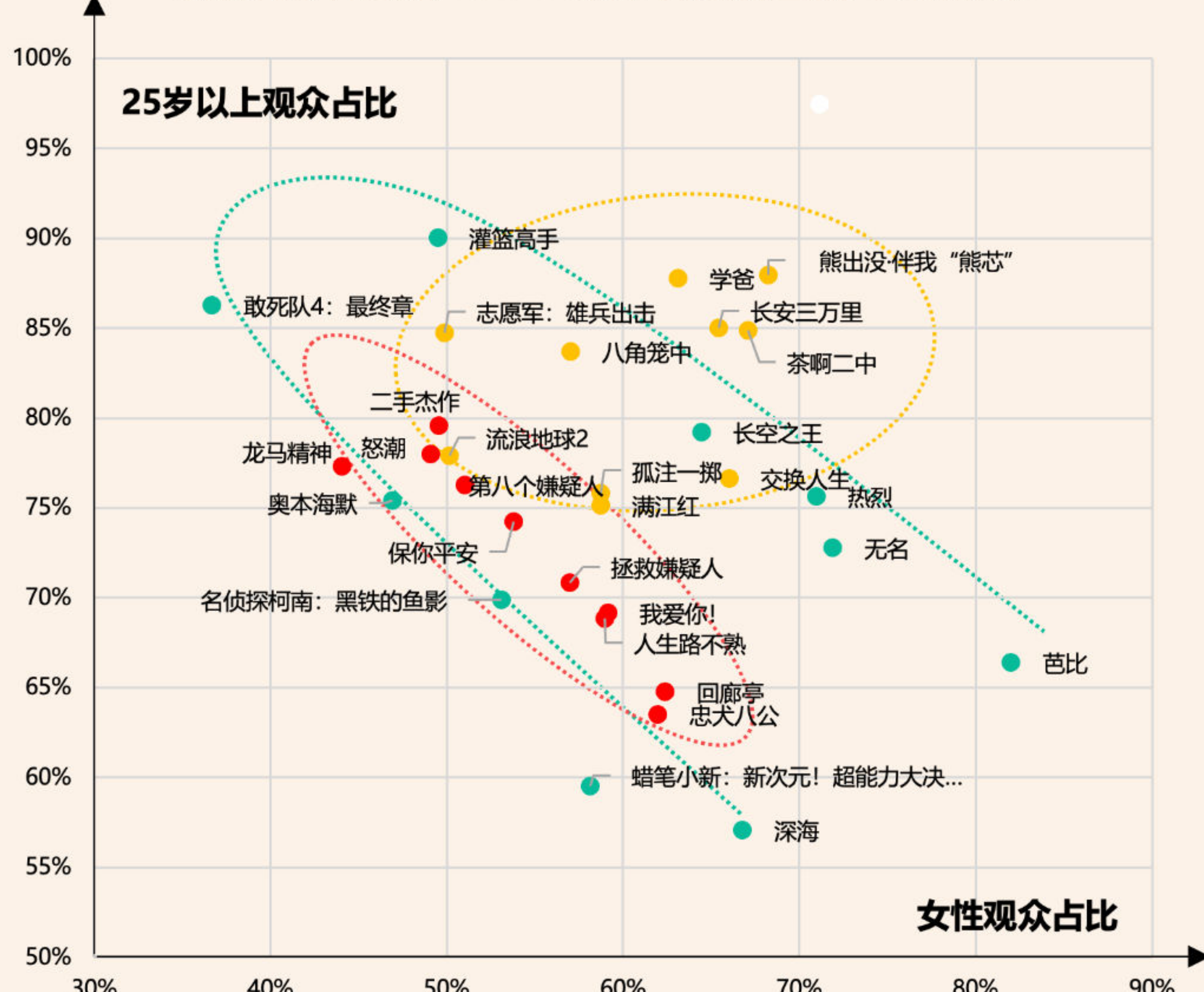
■ 单人观影 ■ 双人观影 ■ 多人观影



\*统计票房破亿电影，单人观影不包含亲子动画

票房破亿	单人观影	票房破亿	双人观影	票房破亿	多人观影
无名	46%	我爱你!	70%	八角笼中	22%
奥本海默	42%	保你平安	69%	熊出没·伴我“熊芯”	22%
名侦探柯南：黑铁的鱼影	40%	人生路不熟	69%	学爸	21%
深海	39%	回廊亭	69%	流浪地球2	19%
长空之王	39%	拯救嫌疑人	68%	满江红	19%
芭比	38%	第八个嫌疑人	67%	交换人生	19%
热烈	38%	忠犬八公	67%	长安三万里	18%
敢死队4：最终章	37%	怒潮	65%	茶啊二中	18%
灌篮高手	36%	龙马精神	65%	志愿军：雄兵出击	16%
蜡笔小新：新次元！	36%	二手杰作	65%	孤注一掷	15%

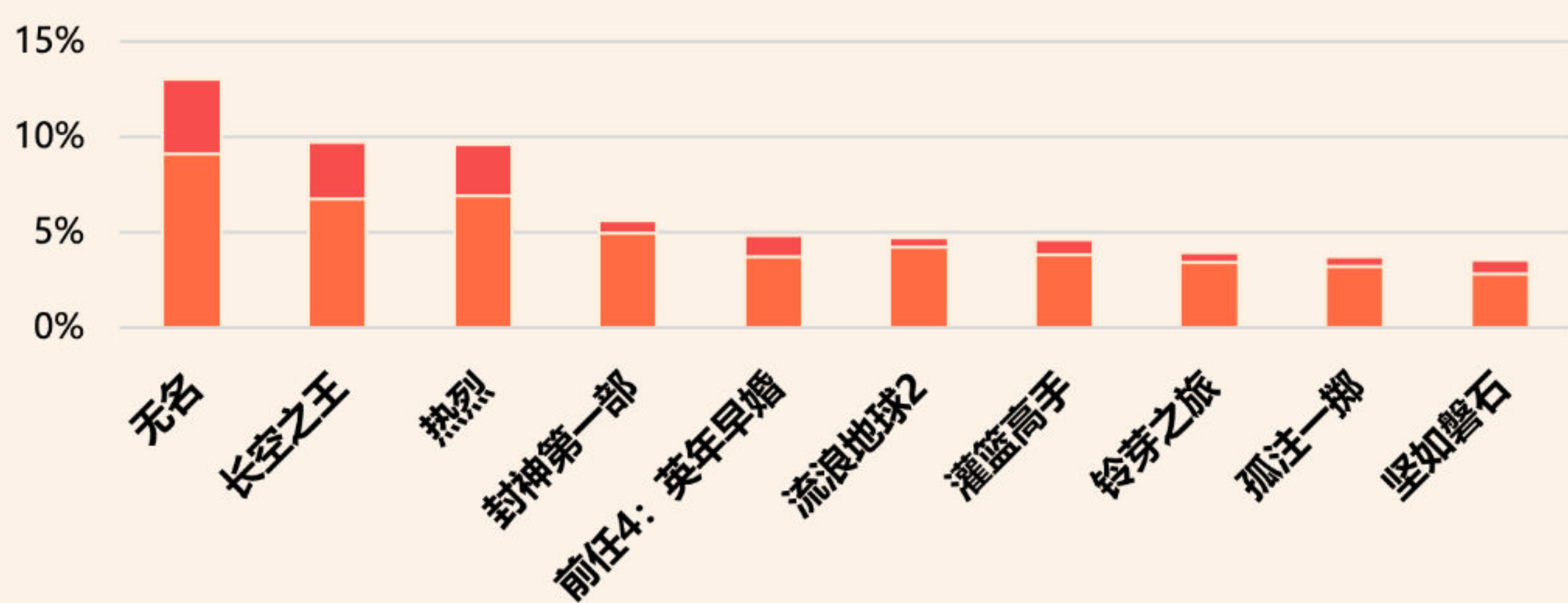
### 观影结伴构成TOP10影片观众性别年龄分布



### 2023年观影复购率TOP10

■ 二刷占比 ■ 多刷占比

\*统计票房破亿电影



### 2023年电影「情绪」好评率TOP10

\*统计票房5000万以上电影，有关情绪评论占情感大类的好评比例

【笑点】好评率TOP10	年会不能停!	人生路不熟	龙与地下城：侠盗荣耀	茶啊二中	二手杰作
【感动】好评率TOP10	熊出没·伴我“熊芯”	忠犬八公	龙马精神	八角笼中	我本是高山
【泪点】好评率TOP10	忠犬八公	照明商店	深海	再见，李可乐	长空之王
	好像也没那么热血沸腾	保你平安	宇宙探索编辑部	满江红	芭比
	我爱你!	再见，李可乐	好像也没那么热血沸腾	三大队	中国乒乓之绝地反击
	这么多年	银河护卫队3	我爱你!	保你平安	龙马精神

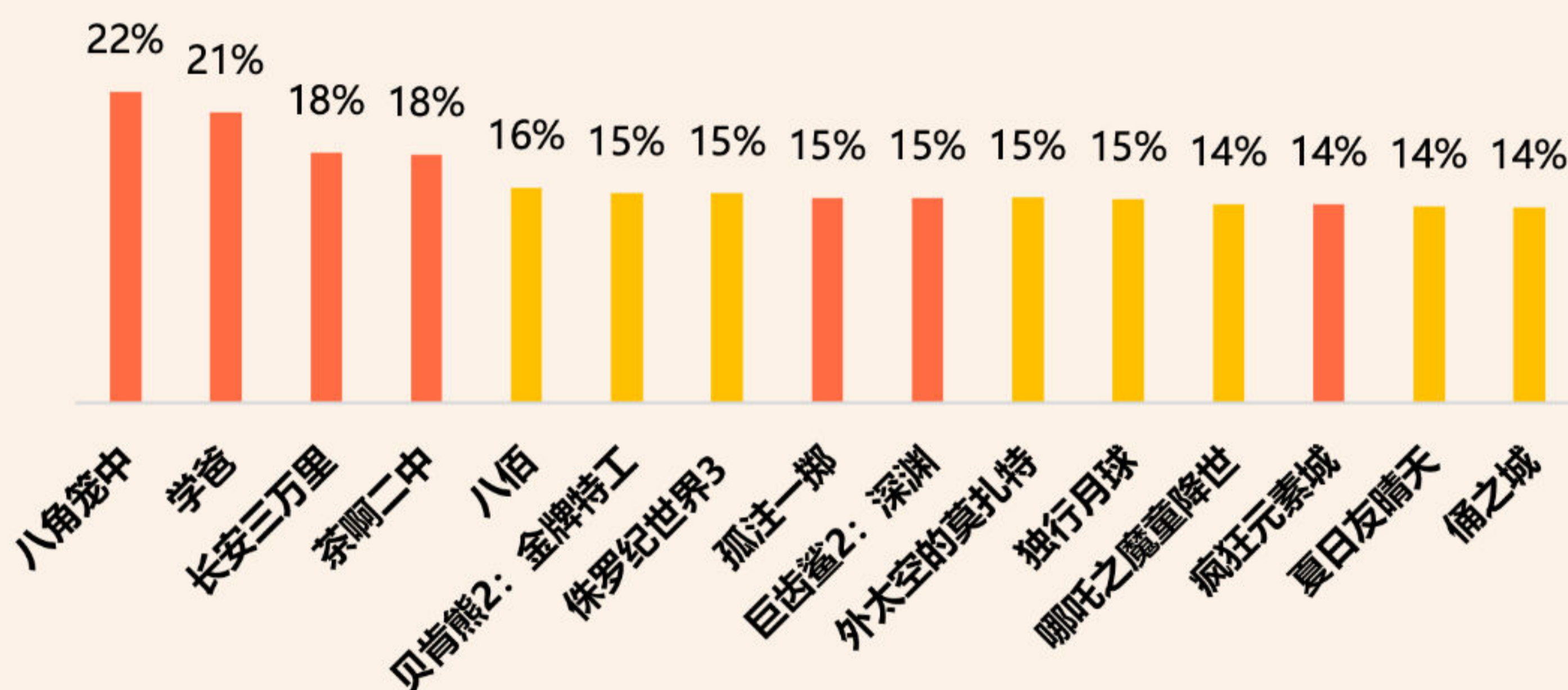
# 2023年暑期档“教育意义”集中体现 亲子属性显著，社会价值触达不同人群

或因《消失的她》相比往年更早拉动大量新用户入场，2023年暑期档展现了更多不同的观影消费特征。结合暑期档票房前五名的高频评论，“教育意义”成为档期特色。在亲子用户“报复性观影”的2023年，除了对孩子的观影意义，更多现实题材作品对年长人群、情侣同样有电影本体之外的社会价值。

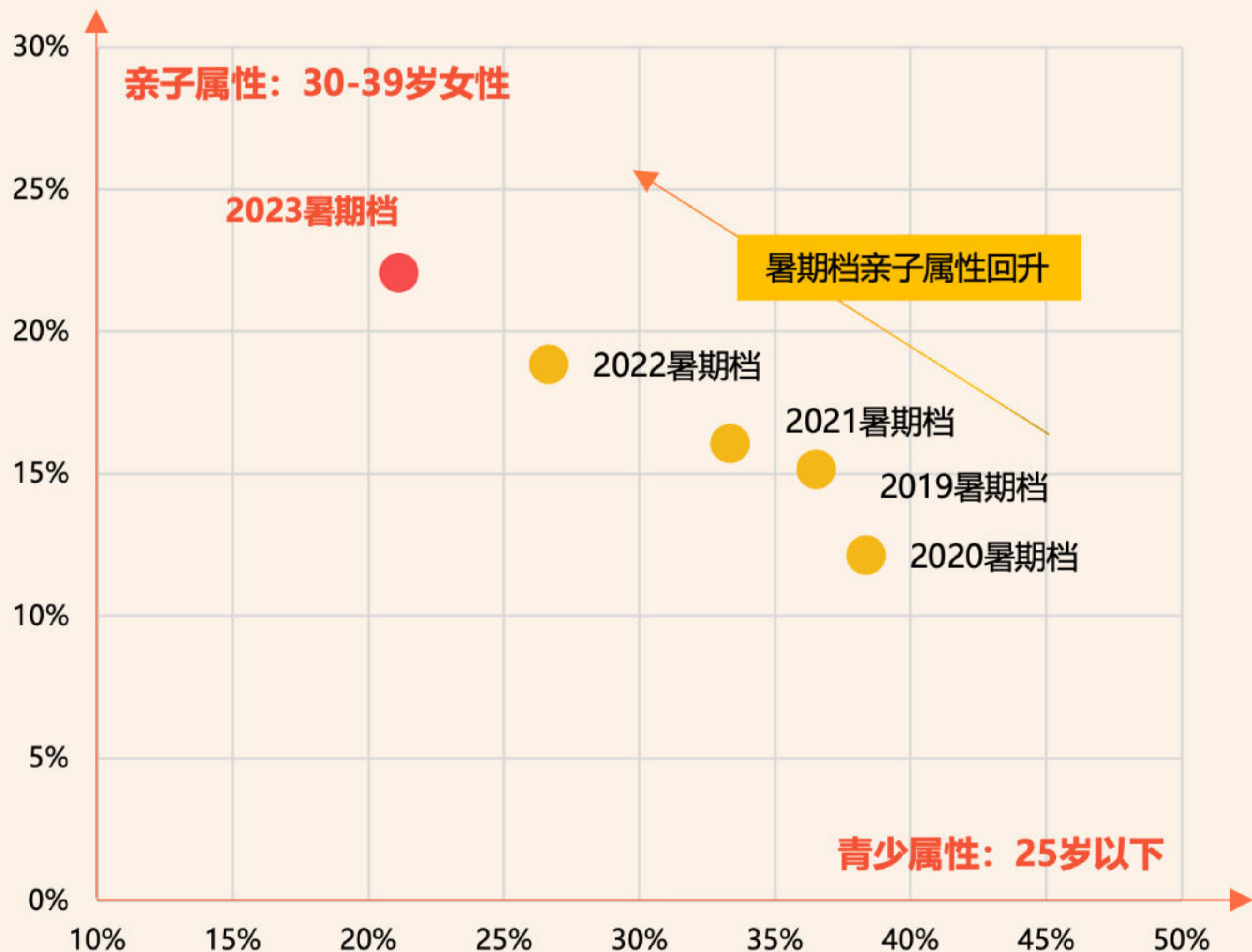
## 2023年暑期档票房前五名正面评论高频词

孤注一掷	消失的她	封神第一部	八角笼中	长安三万里
剧情紧凑	反转	期待第二部	感人	李白
<b>教育意义</b>	朱一龙	特效不错	王宝强	<b>小朋友喜欢</b>
全员演技在线	剧情紧凑	期待二三部	励志	轻舟已过万重山
<b>人有两颗心，一颗贪心、一颗不甘心</b>	剧情不错	震撼	<b>生如野草、不屈不挠</b>	画面美
<b>多一人观影、少一人受骗</b>	全员演技在线	二刷	<b>带孩子看</b>	高适
无尿点	倪妮	剧情不错	笑点泪点	感动
张艺兴	震撼	意犹未尽	现实	杜甫
震撼	出乎意料	场面宏大	推荐看	大唐
王传君	无尿点	无尿点	<b>教育意义</b>	震撼
<b>题材很好</b>	<b>远离渣男</b>	演员演技在线	剧情不错	将进酒

## 近五年暑期档多人观影占比TOP15

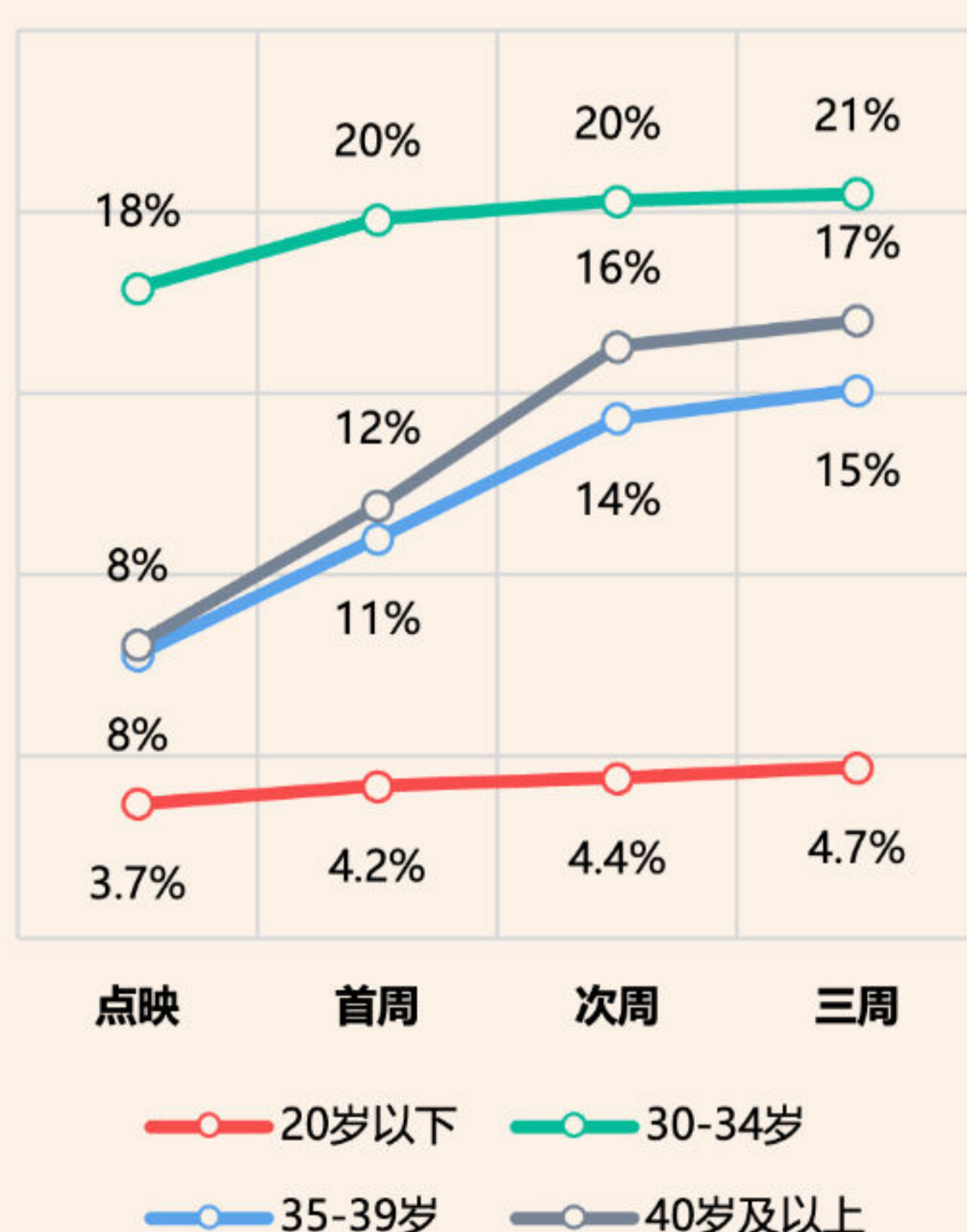


## 2019-2023年暑期档亲子程度变化



## 《孤注一掷》的“教育意义” 涵盖更多年长用户

### 20岁以下+30岁以上持续上涨



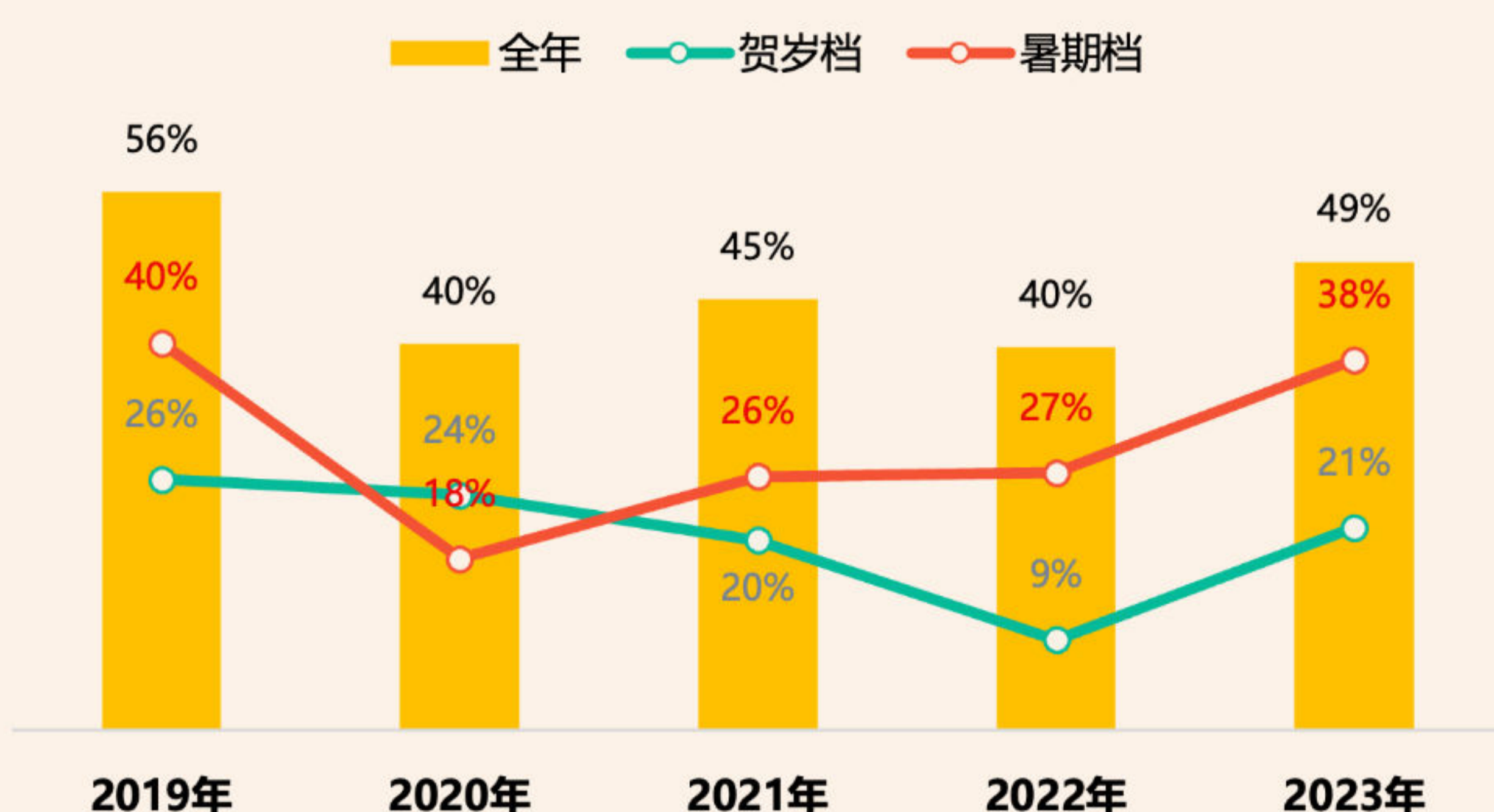
### 三四线城市持续上涨



# 2023年暑期档培养观众“观影黏性” 拉动新用户数量创档期近五年最高水平

暑期档、贺岁档等长档期有时间条件调动观众多看几部电影。2023年暑期档观影人次和频次双双大幅上涨，成功拉动全年“看2部及以上观众”比例回升。2023年暑期档五强有效培养观众观影黏性，同时拉动大量新用户，6月底《消失的她》带动千万级新用户入场，快速带热大盘，同时为市场带来消费新变化。

## 暑期档贺岁档观看2部及以上电影观众比例

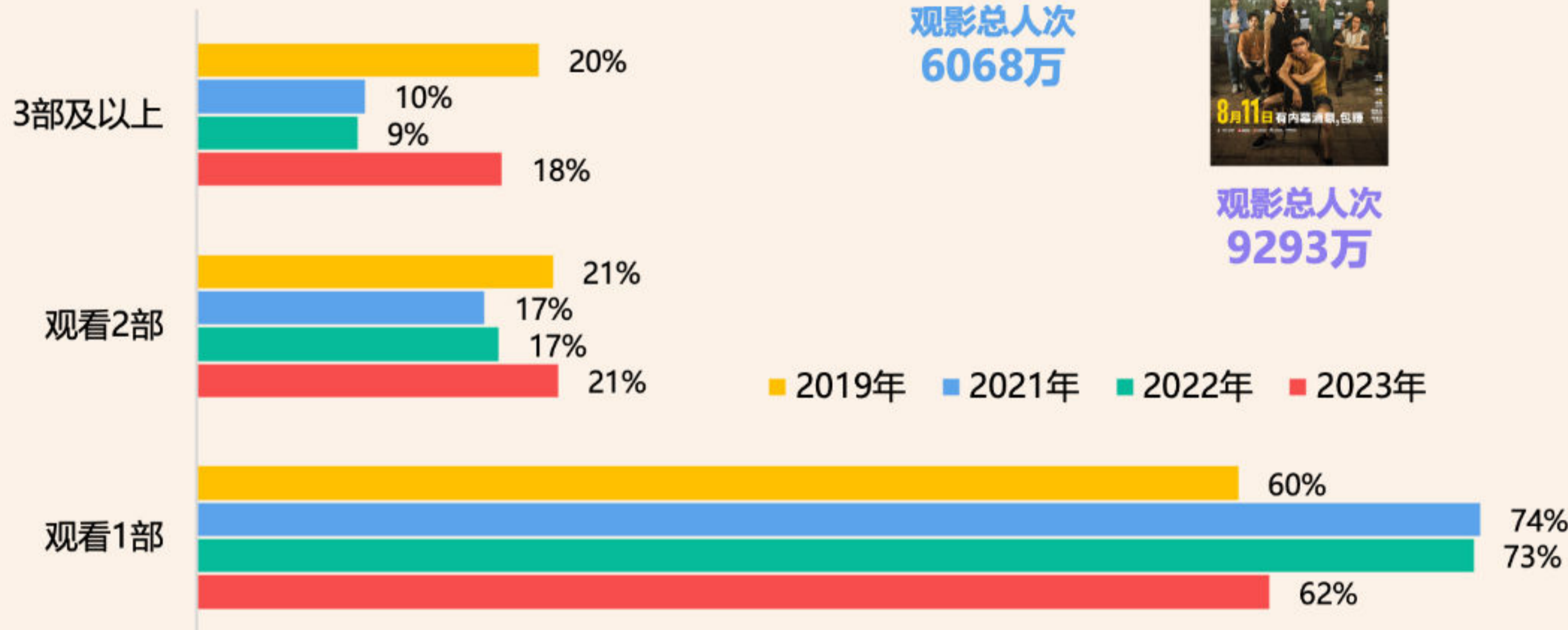


## 2023年暑期档对观众的持续拉动作用

以2023年暑期档票房前五名为例

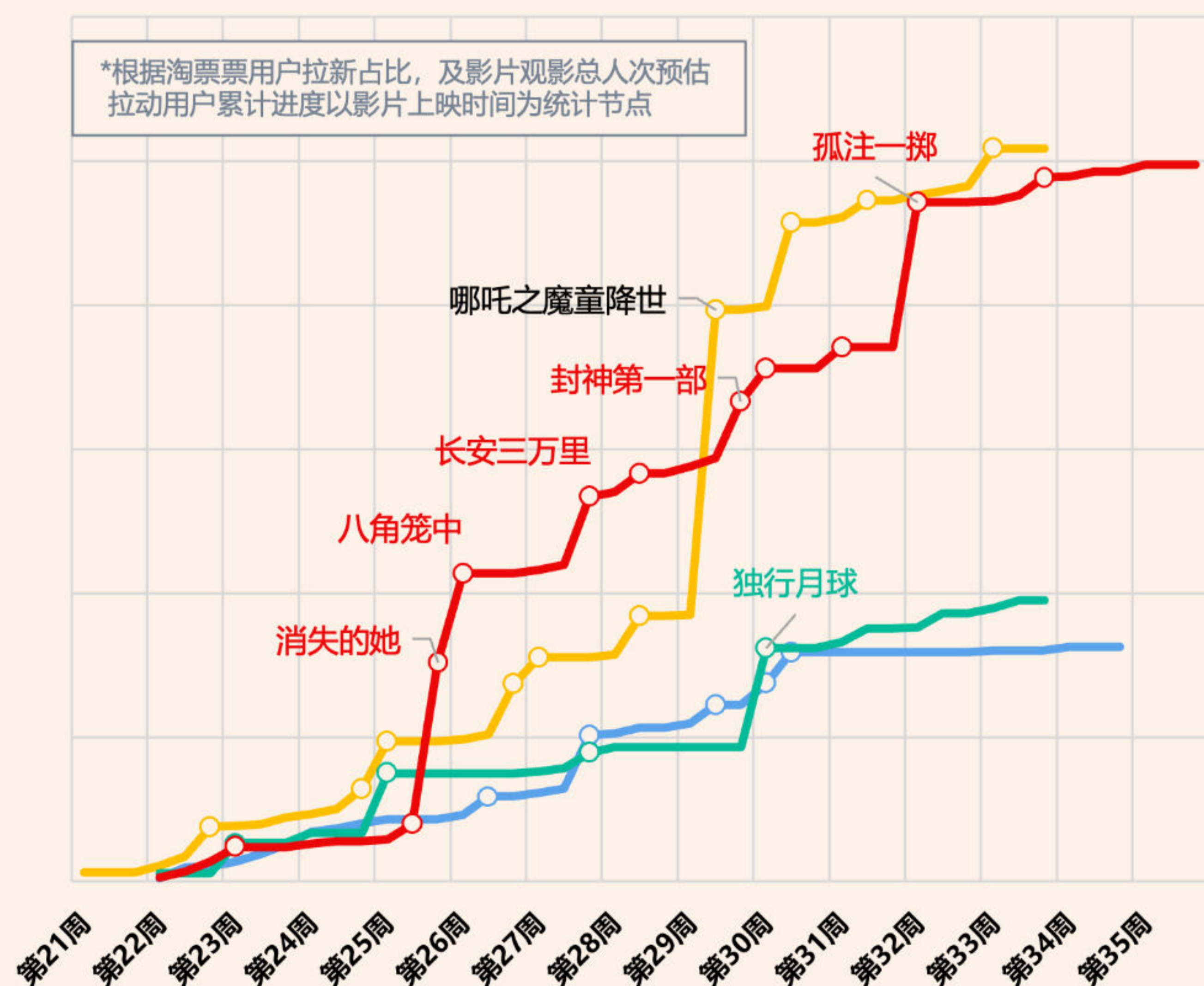


## 暑期档观影频次



## 暑期档拉新时间轴：观影新用户累计数值

2019年 2021年 2022年 2023年





# 2023年“悬疑犯罪”类型大年 满足观影社交属性，热门悬疑片被广泛青睐

从性别年龄分布上，犯罪类型倾向年长男性、悬疑类型倾向年轻女性，在以年长男性为核心受众的港片票房集体下滑的背景下，悬疑犯罪类型更具市场活力。悬疑犯罪类型双人票张占比高、社交属性好，热门悬疑犯罪影片在当天购票占比屡屡高于大盘，受到更多路人观众的青睐。

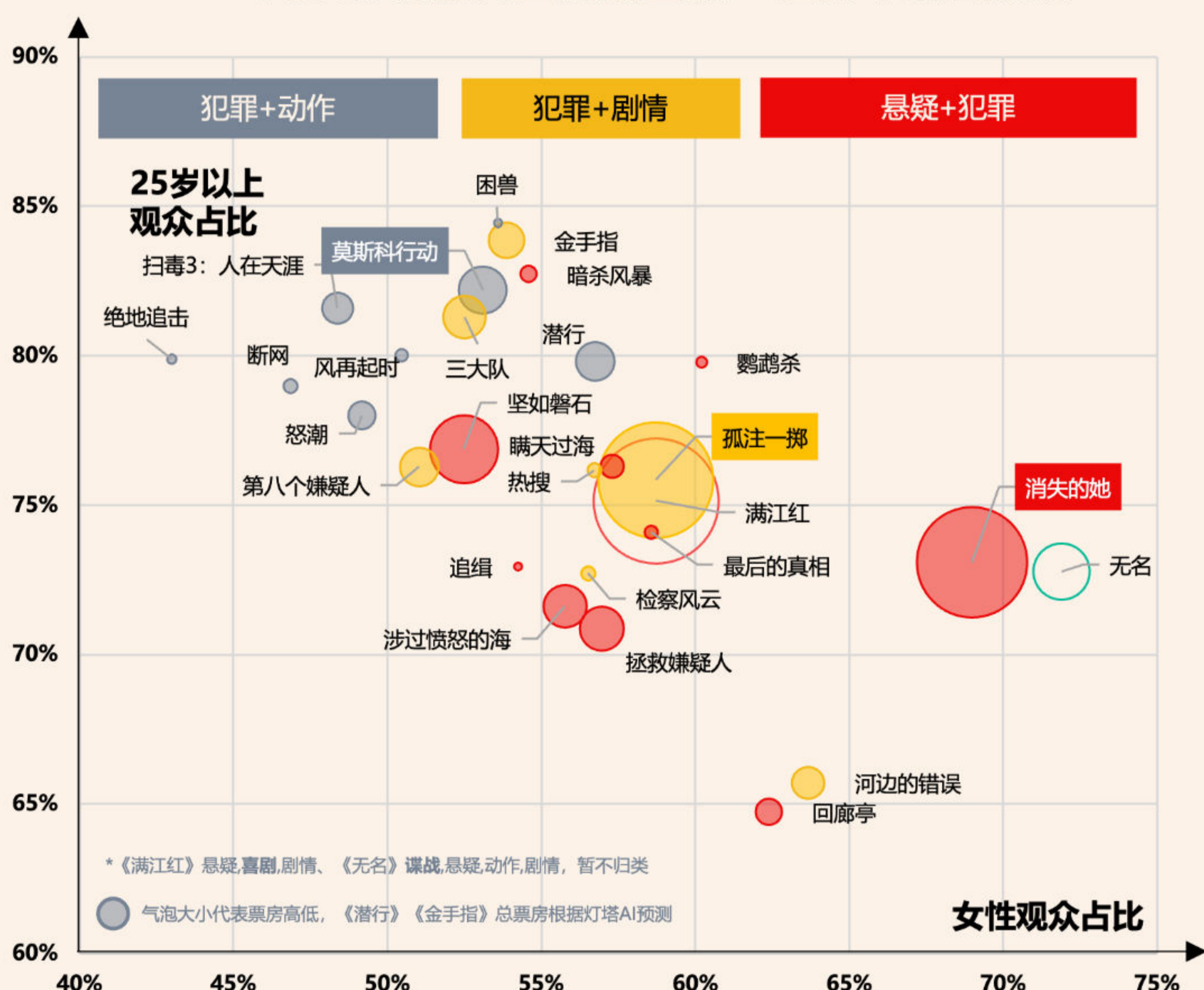
### 犯罪类型影史票房前十名

上映日期	影片名称	影片类型	票房
2023年	孤注一掷	犯罪,剧情	38.48亿
2023年	消失的她	悬疑,犯罪,剧情	35.23亿
2018年	唐人街探案2	喜剧,动作,悬疑,犯罪	33.97亿
2017年	速度与激情8	动作,犯罪	26.71亿
2015年	速度与激情7	动作,犯罪,惊悚	24.26亿
2023年	坚如磐石	剧情,犯罪,悬疑	13.49亿
2019年	误杀	剧情,犯罪	13.33亿
2021年	怒火·重案	动作,犯罪	13.29亿
2020年	拆弹专家2	动作,犯罪	13.14亿
2019年	扫毒2天地对决	剧情,动作,悬疑,犯罪	13.12亿

### 悬疑类型影史票房前十名

上映日期	影片名称	影片类型	票房
2023年	满江红	悬疑,喜剧,剧情	45.44亿
2021年	唐人街探案3	喜剧,悬疑	45.23亿
2023年	消失的她	悬疑,犯罪,剧情	35.23亿
2018年	唐人街探案2	喜剧,动作,悬疑,犯罪	33.97亿
2023年	坚如磐石	剧情,犯罪,悬疑	13.49亿
2019年	扫毒2天地对决	剧情,动作,悬疑,犯罪	13.12亿
2018年	无双	动作,犯罪,剧情,悬疑	12.73亿
2021年	悬崖之上	剧情,动作,悬疑	11.91亿
2016年	盗墓笔记	奇幻,悬疑,惊悚	10.04亿
2023年	无名	谍战,悬疑,动作,剧情	9.31亿

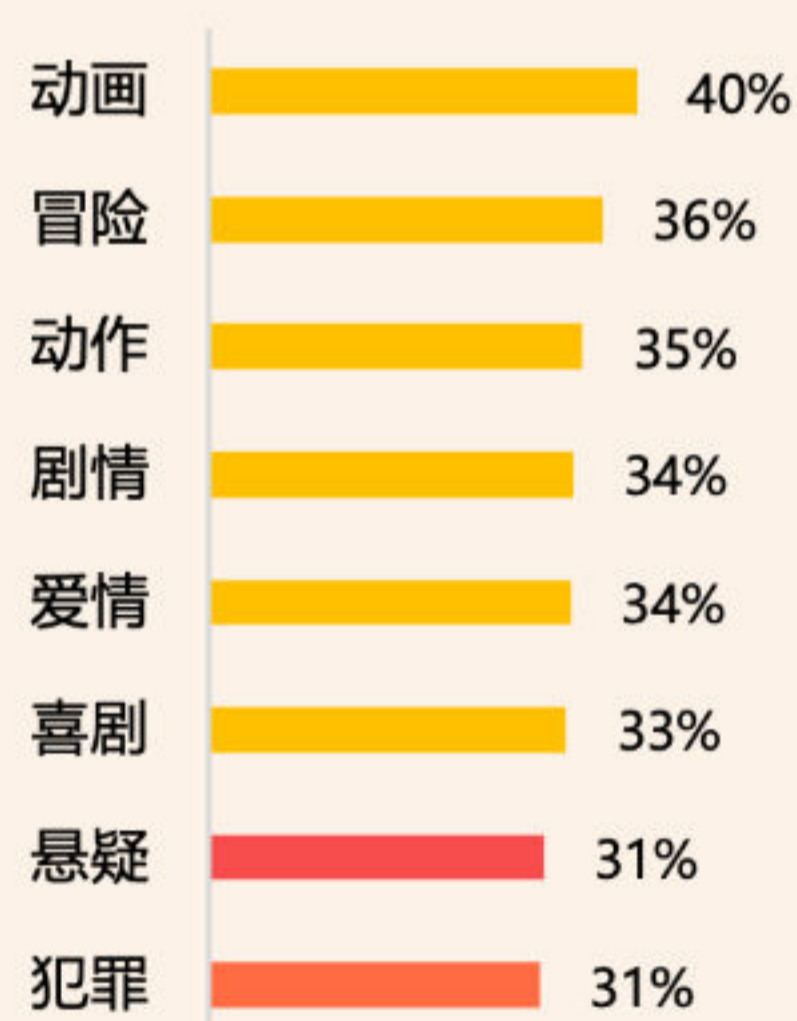
### 2023年犯罪/悬疑类型购票画像—性别年龄四象限



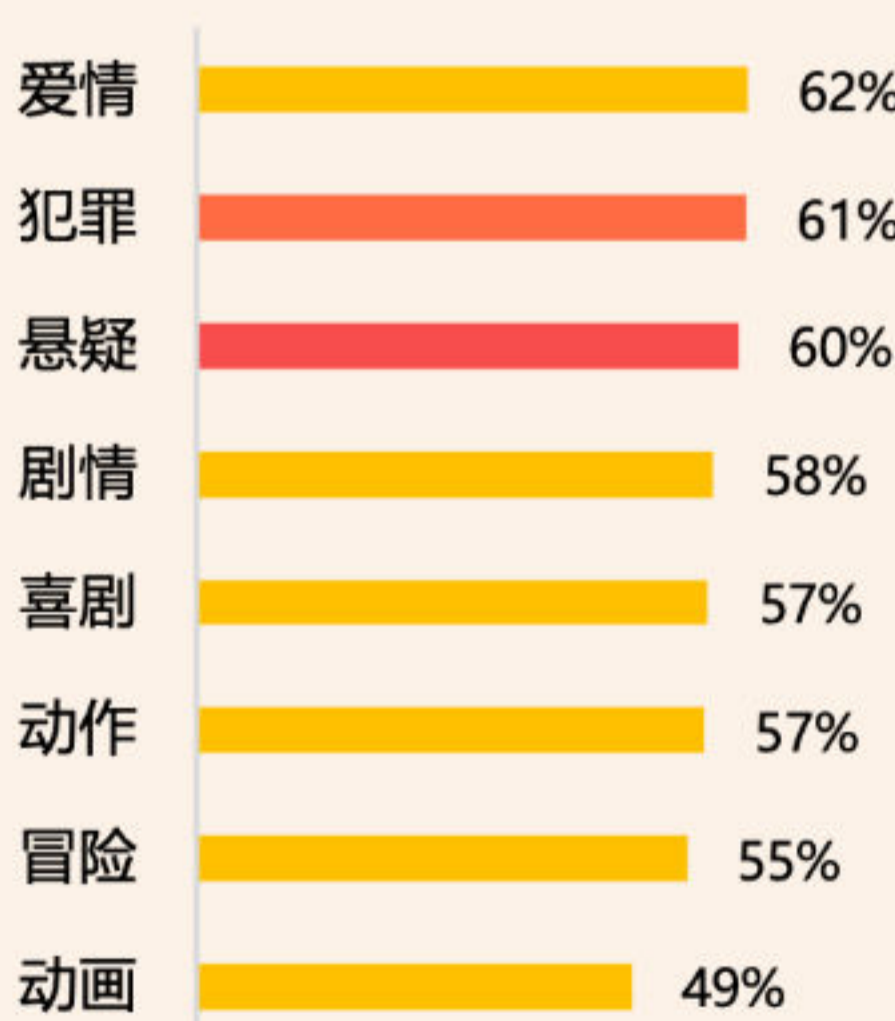
### 2023年各电影类型观影结伴分布

\*统计票房1000万以上电影数量超10部的类型

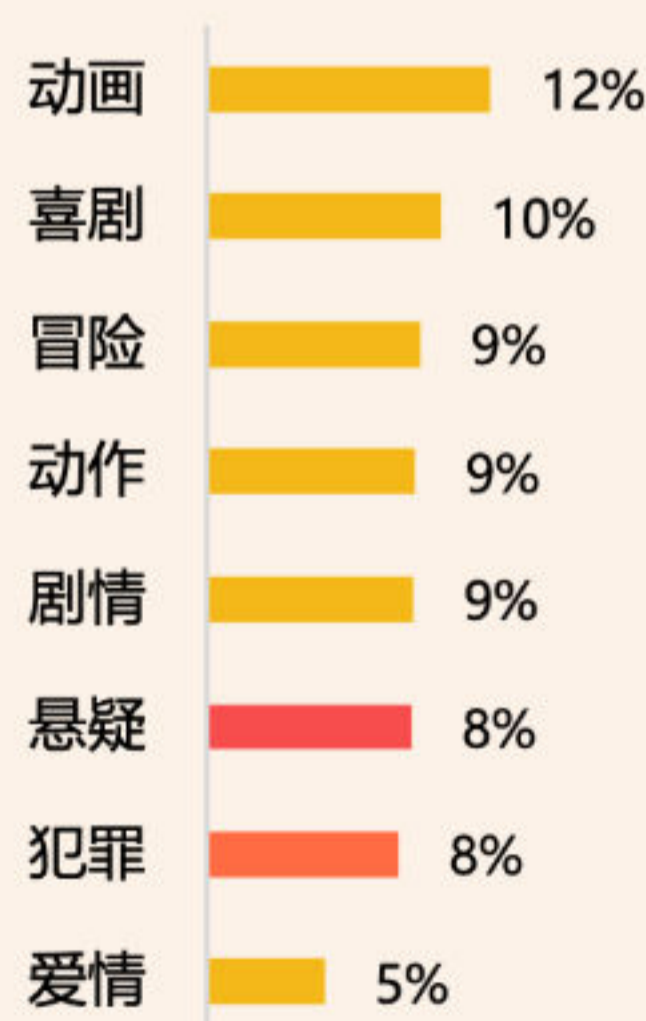
#### 单人观影占比



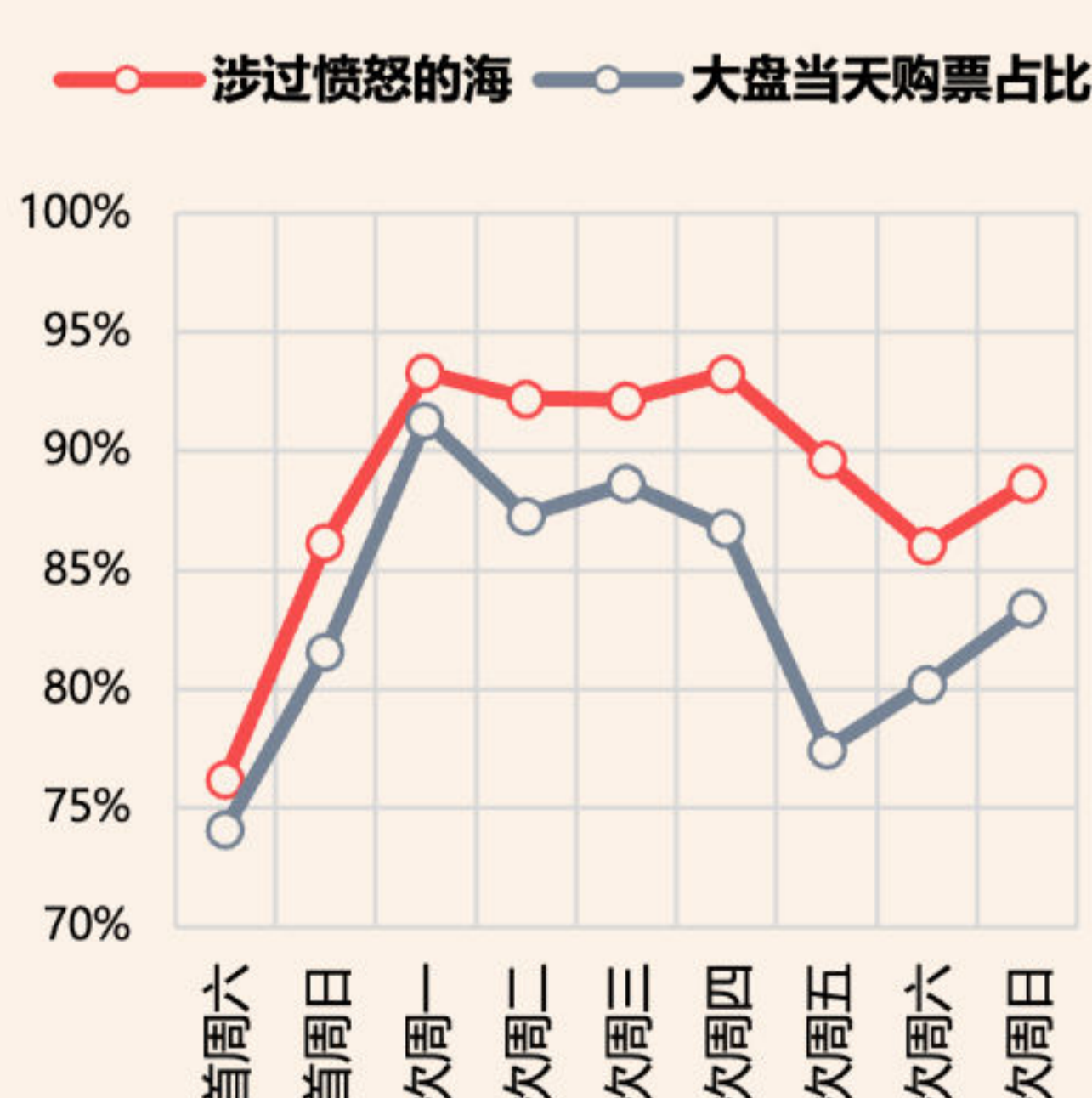
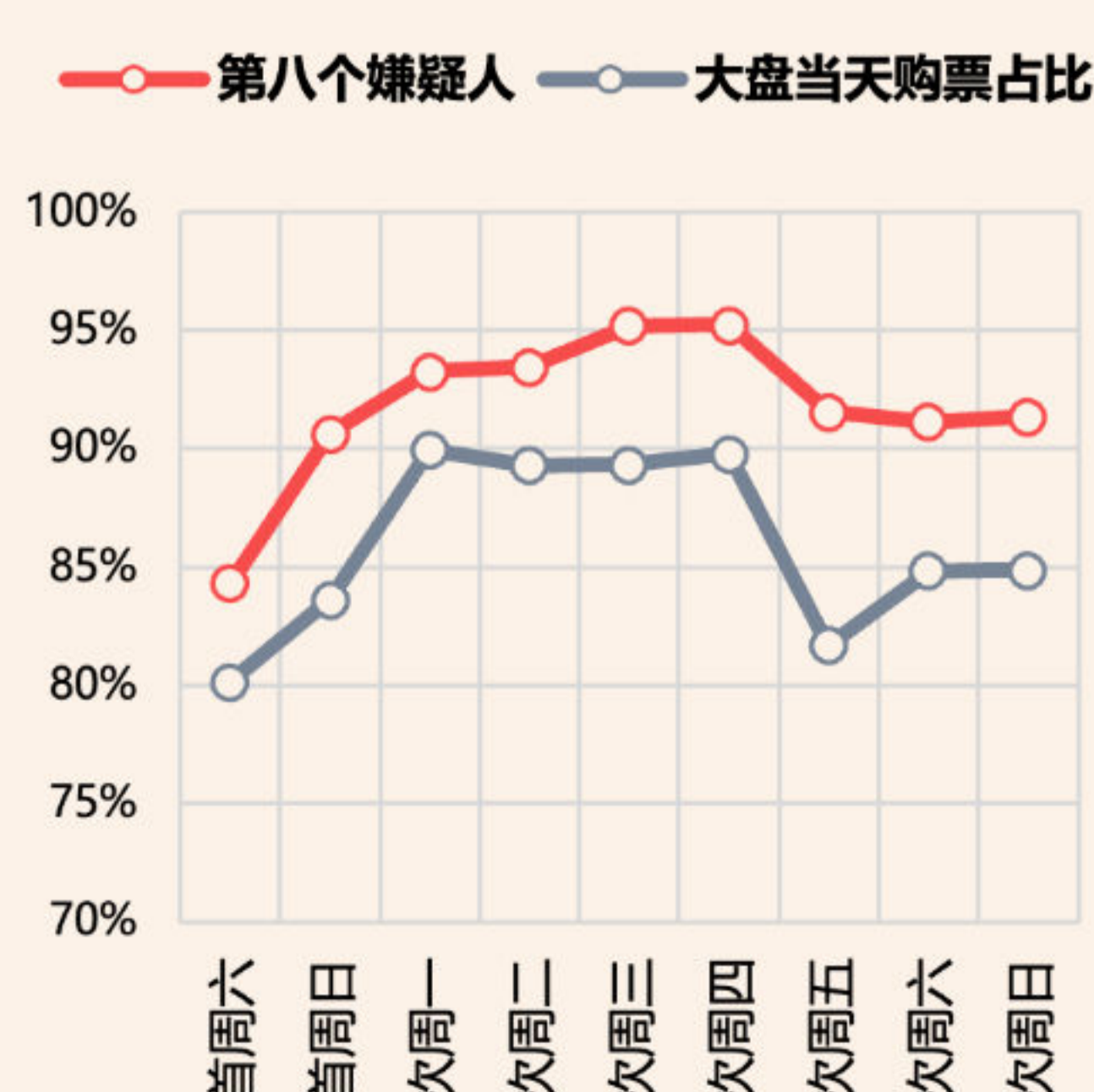
#### 双人观影占比



#### 多人观影占比



### 周末档高热悬疑犯罪电影「当天购票」票房占比





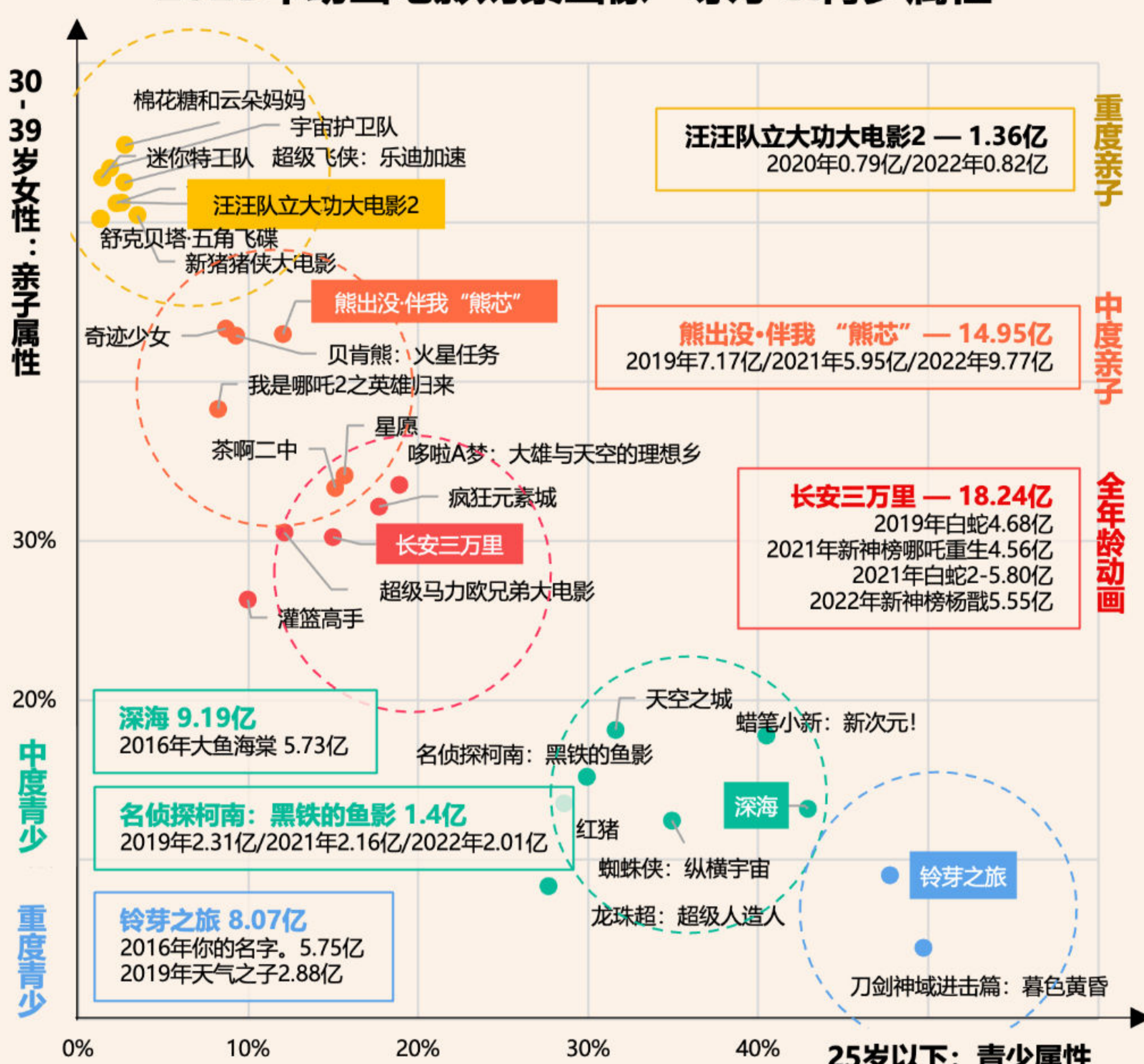
# 动画电影市场呈现“报复性观影” 青少/亲子五类动画代表作均创历史新高

2023年动画电影市场整体票房达2020-2022年均值的2倍以上，类型票房占比、部均票房两项数据都更接近《哪吒之魔童降世》所在的2019年。《长安三万里》《熊出没·伴我“熊芯”》跻身影史动画第2、第5位，《深海》《铃芽之旅》分别刷新国产、进口青少动画票房纪录。2023年动画市场复苏势头更为强劲。

## 2019-2023年动画电影市场整体表现

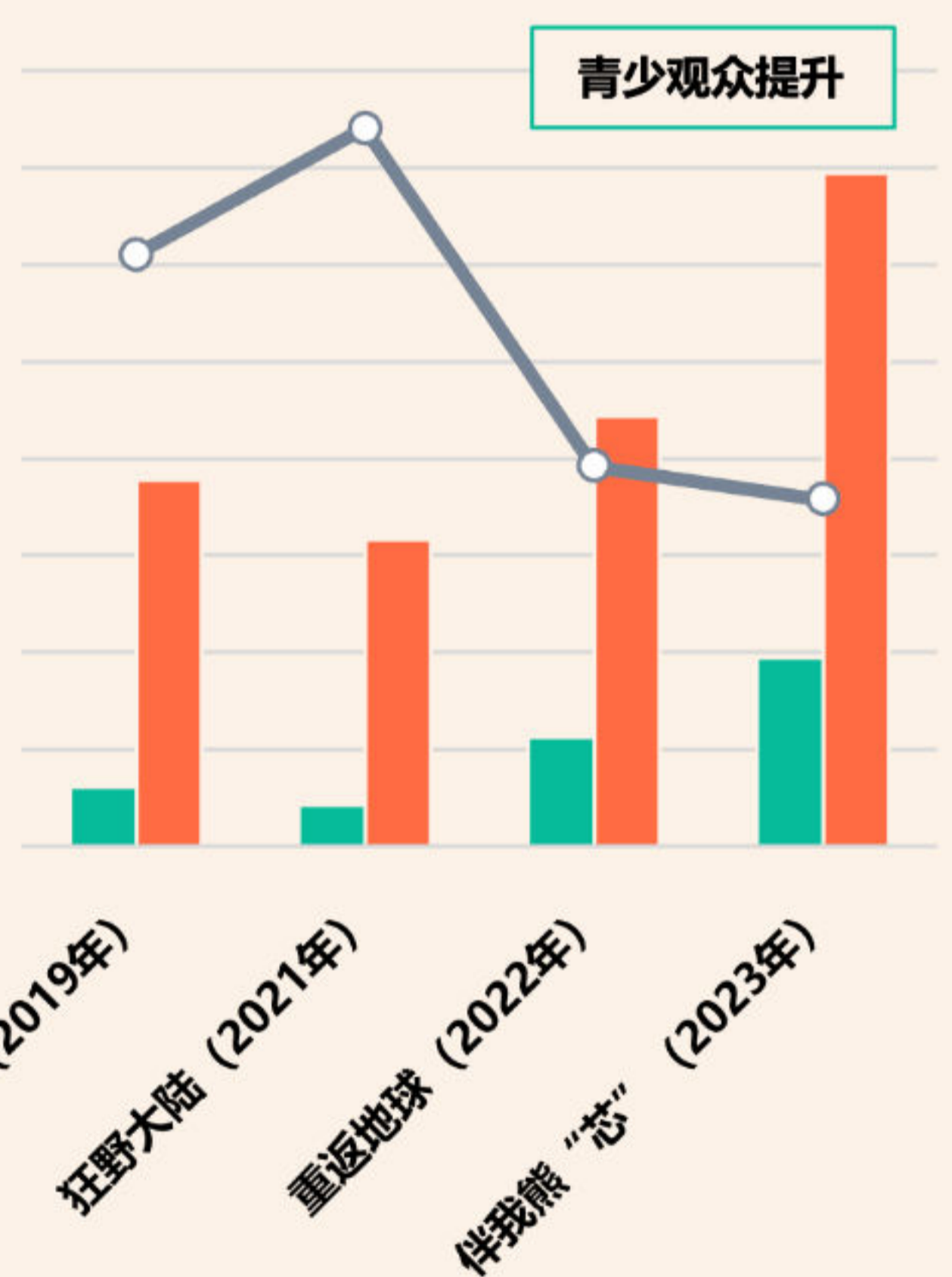
动画	总票房	票房占比	上映数量	1千万以下	1亿以上	部均票房 (统计100万以上)
2019年	114.0亿	18%	73	42%	25%	1.75亿 除去《哪吒》0.99亿
2020-22年	36.1亿	11%	48 (三年均值)	46%	17%	8673万
2023年	79.9亿	15%	65	54%	22%	1.57亿

## 2023年动画电影购票画像—亲子&青少属性



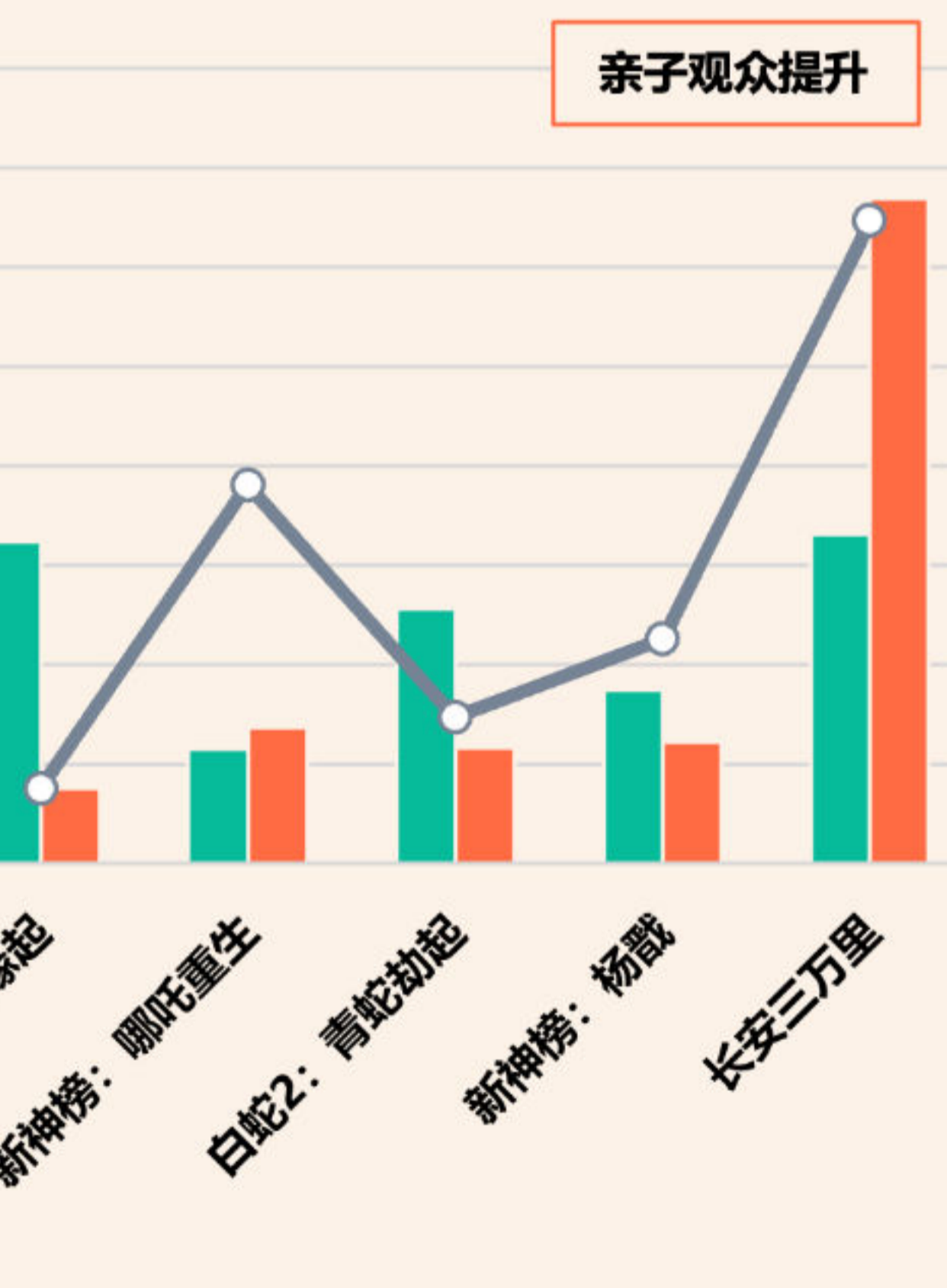
### 《熊出没》系列用户结构变化

25岁以下 30-39岁女性  
亲子/青少



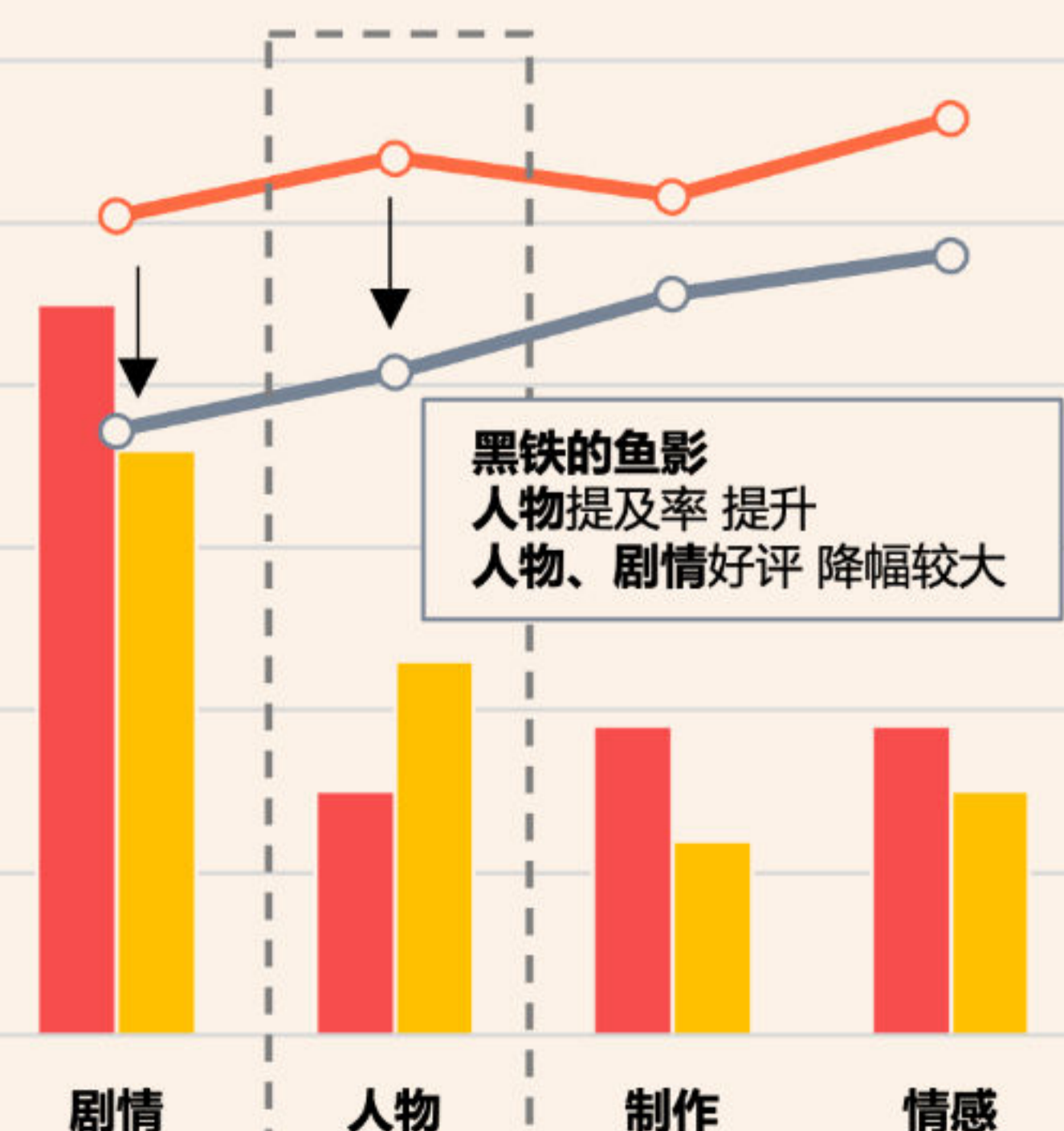
### “追光动画”系列用户结构变化

25岁以下 30-39岁女性  
亲子/青少



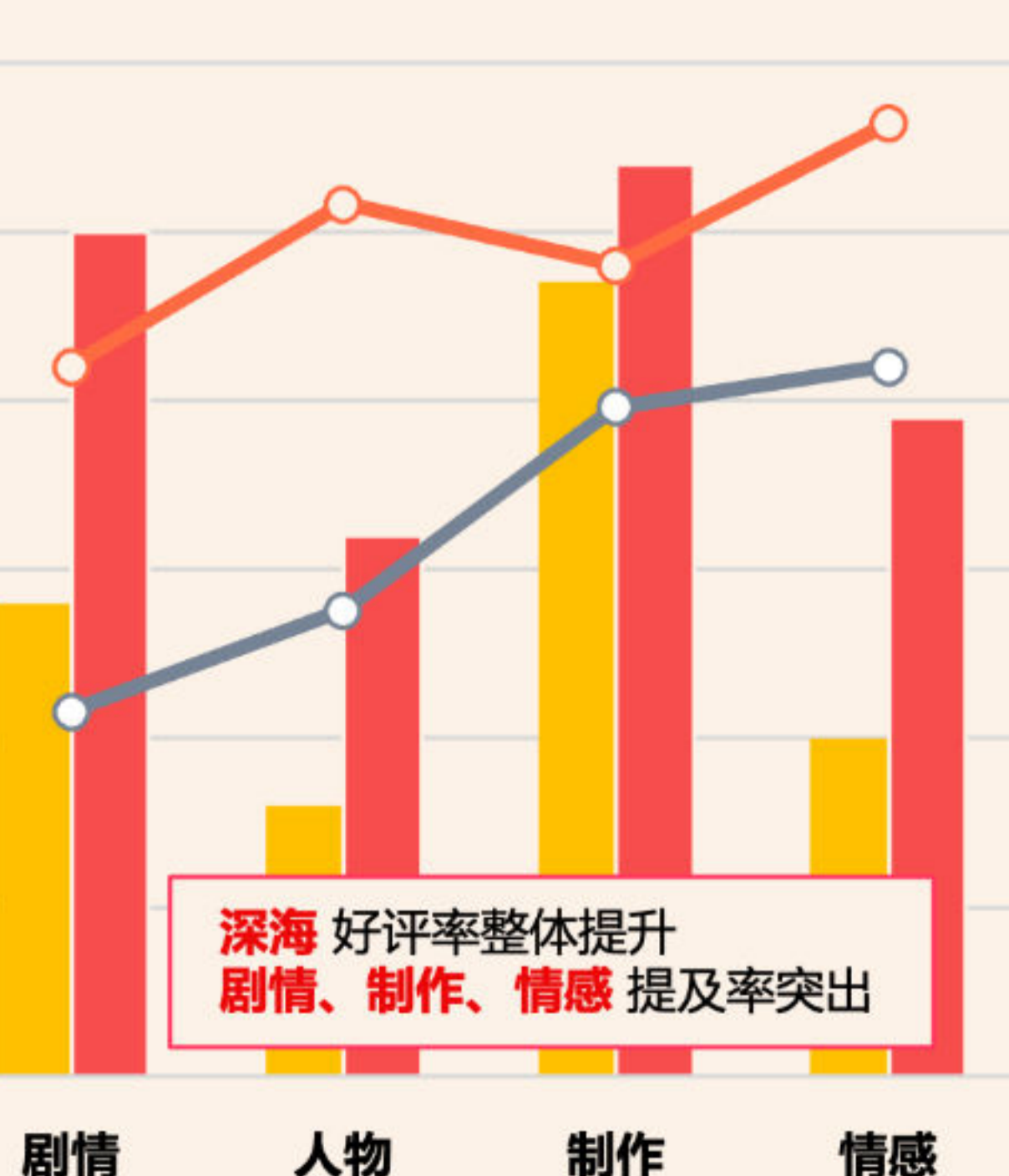
### 《名侦探柯南》近两部观众评价

万圣节的新娘 提及率 黑铁的鱼影 提及率  
万圣节的新娘 好评率 黑铁的鱼影 好评率



### 国产青少动画票房前2名观众评价

大鱼海棠 提及率 深海 提及率  
大鱼海棠 好评率 深海 好评率



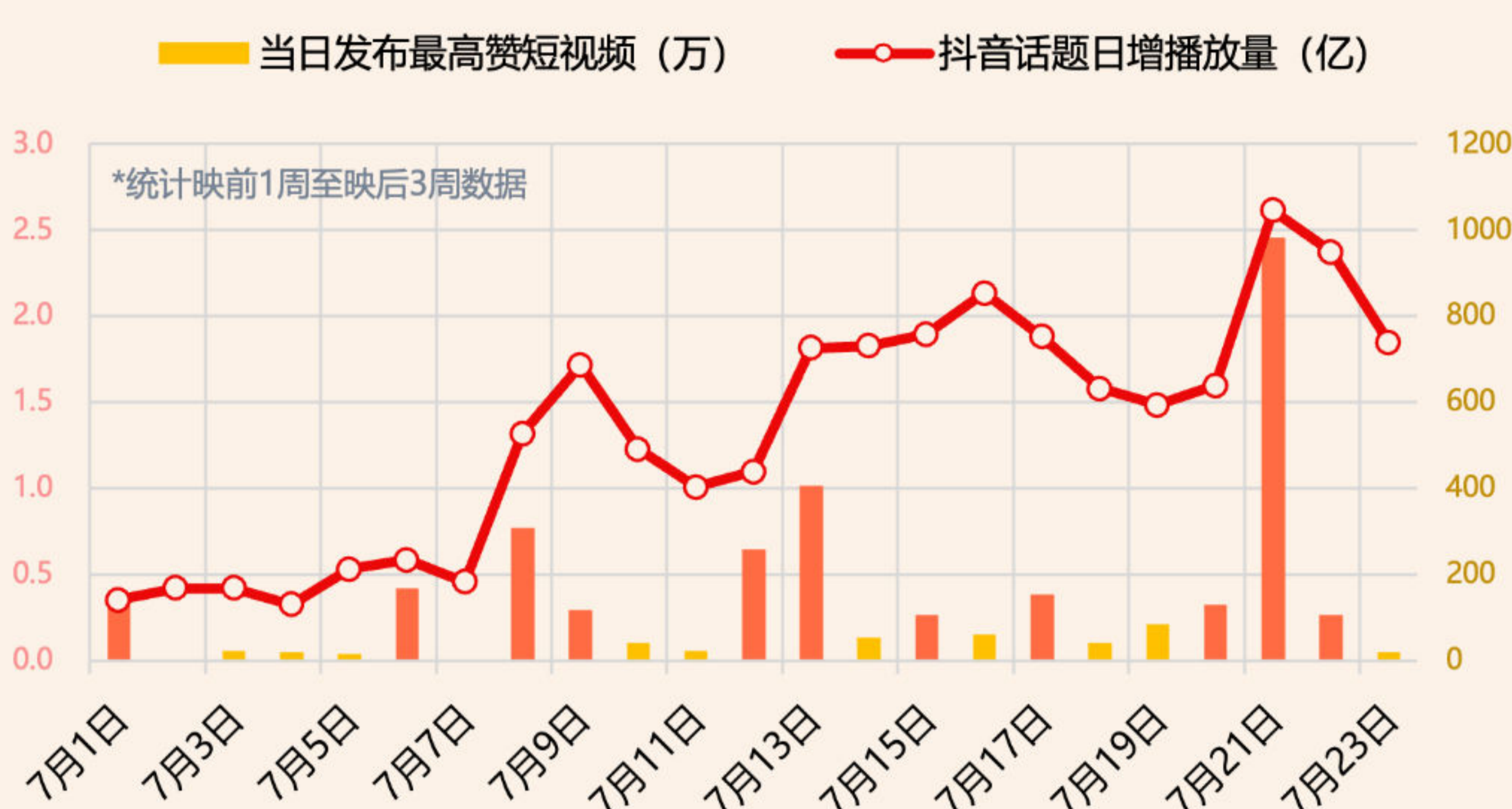




# 宣发案例《长安三万里》 直击成人内心，传递教育意义，改写观影结构

《长安三万里》上映次周发布“成年人的心酸”短视频内容，同时运作#看完长安三万里孩子爱上背诗 话题，从家长共情的角度切入、激发亲子观影属性，成功带动影片购票画像从次周末开始，显著提升年长观众和多票张占比。由车保罗老师演绎的“轻舟已过万重山”短视频点赞高达1330万。

## 《长安三万里》短视频营销数据



【7月1日】文曲星李白保佑你成功上岸! #李白 #古诗词

百万赞短视频文案 |

【7月6日】小杜甫是被“亲妈”满怀爱意制作出来的呢，怪不得会这么可爱爱!

【7月8日】我们再努力一点，让我们的明星被更多人看见 #李白 #高适 #穿汉服看长安三万里仪式感

【7月12日】成年人啊，最怕的是突然读懂一首诗#电影长安三万里

【7月13日】长安三万里官抖

#看完长安三万里孩子爱上背诗 只有经历过，才会读懂那份心酸。祝我们迈过心里的“万重山”

【7月21日】车保罗抖音账号

回头看，轻舟已过万重山 #长安三万里 #电影长安三万里 #风华计划



645万 赞  
33万 评论  
48万 收藏  
55万 转发

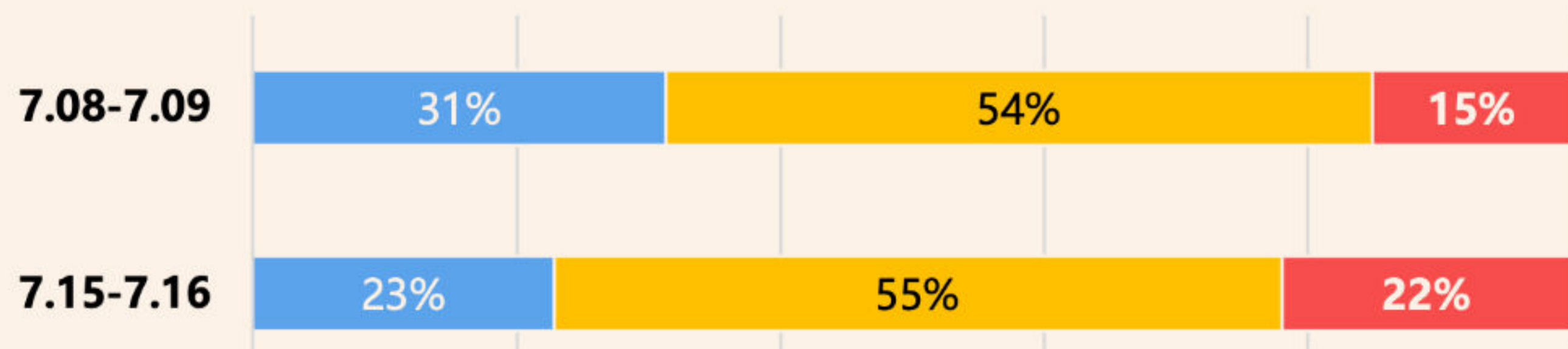
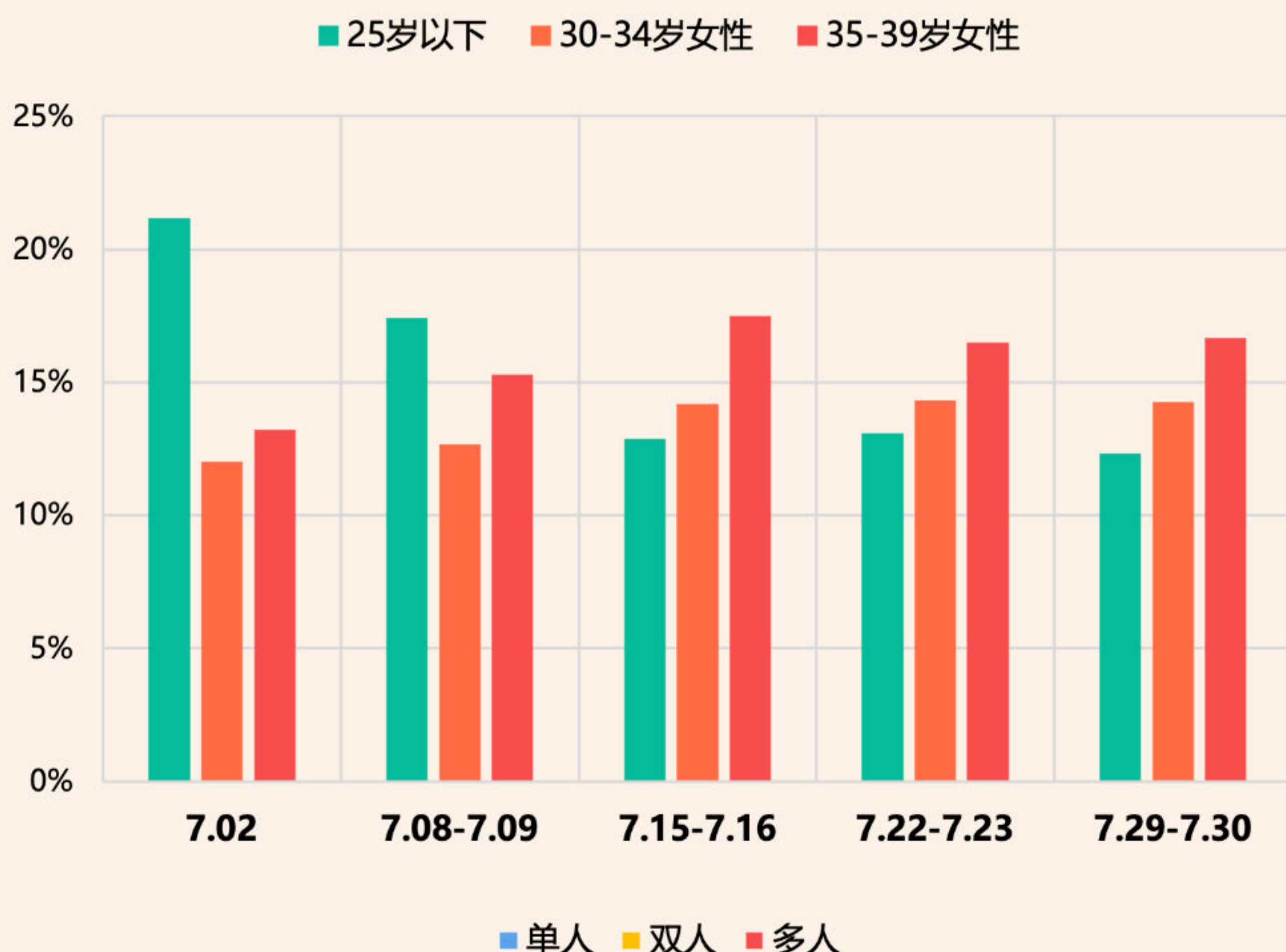


1330万 赞  
79万 评论  
61万 收藏  
84万 转发

【7月13日官抖645万赞视频网友热评】看了，哭了。为什么哭呢？可能是因为那璀璨夺目的中华民族的文学作品；可能是因为曾经那些从书上看到的，从老师口中听到的，从幼时就开始熟悉的这些，都被一部电影展现在眼前；可能是因为你了解他们每一个人的生平，知道他们的结局，知道他们平生郁郁不得志，知道他们被后人尊为“诗仙”，“诗圣”，“诗狂”，“诗佛”……但是你仍需要跟着电影一步一步地走下去；可能是因为那些经历过苦难挫折，起起伏伏、悲悲喜喜的他们；可能是因为电影里面每一次闪回的手法，暮年和青年的交织；可能因为你想起了曾经像先人们一样努力不懈，有远大梦想的自己吧；也可能是因为几个地方的画风很像我们小时候语文课本上的插图，脑子里会突然浮现出自己小时候坐在课桌前，语文老师讲台上娓娓道来诗人和他们的作品，以为早已模糊的记忆，其实藏在心底，从未忘记；也有可能因为身为中国人，身为5000年文明的传承人的自豪吧...

—— 44.3万赞、1.3万回复

## 《长安三万里》周末购票画像—观影结构改变



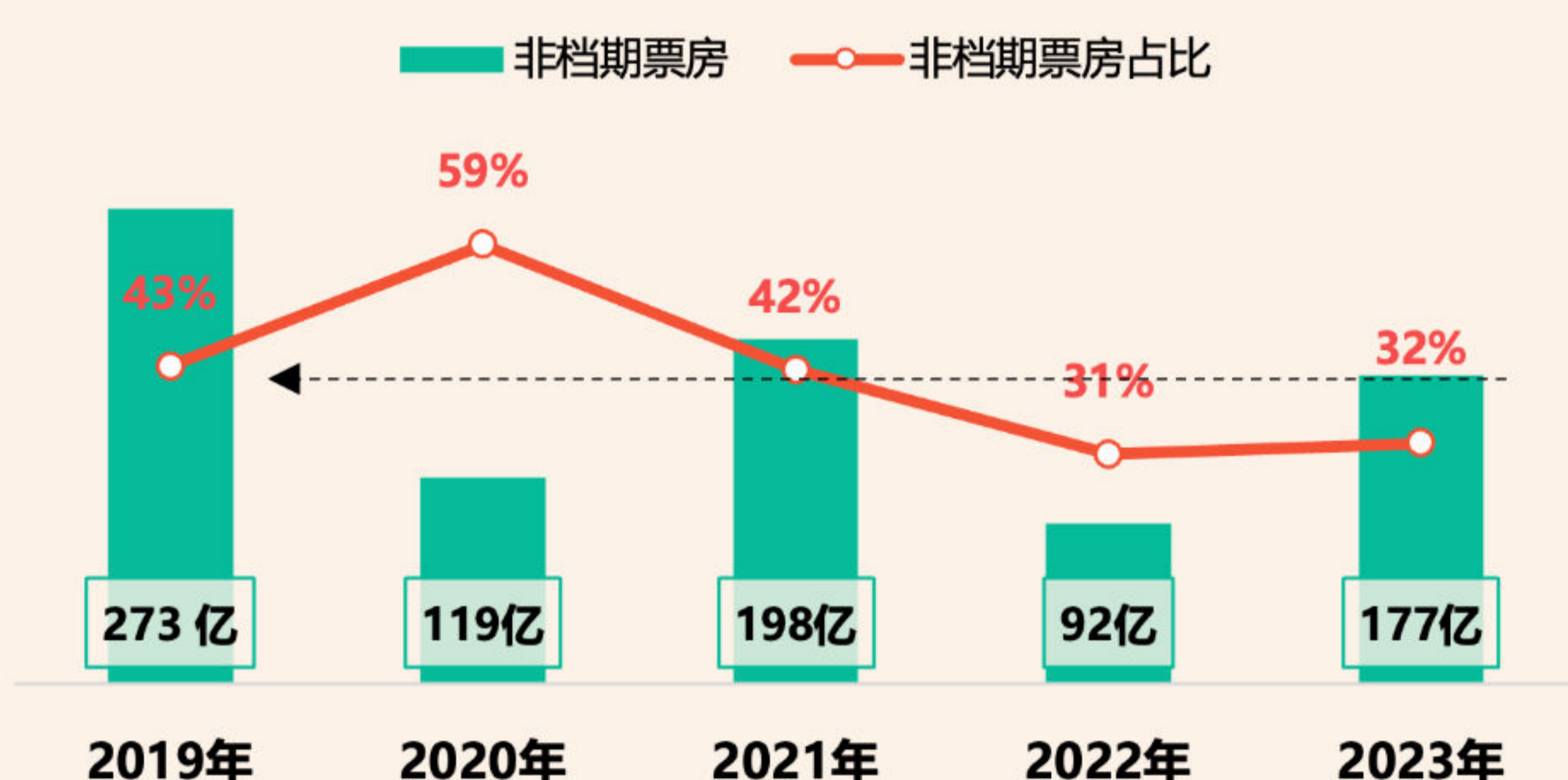


# 2023年33个周末档： 周周有新片，并非均能带热大盘



除去热门档期，2023年非档期票房相比2021年有一定退步。33个周末档平均每周末有2.4部想看过万的热门新片上映，但对周末大盘的提振作用效果不一。高热日本动画、部分好莱坞大片和悬疑犯罪电影是2023年有效带动周末档的三大类型

## 2019-2023年非档期市场表现



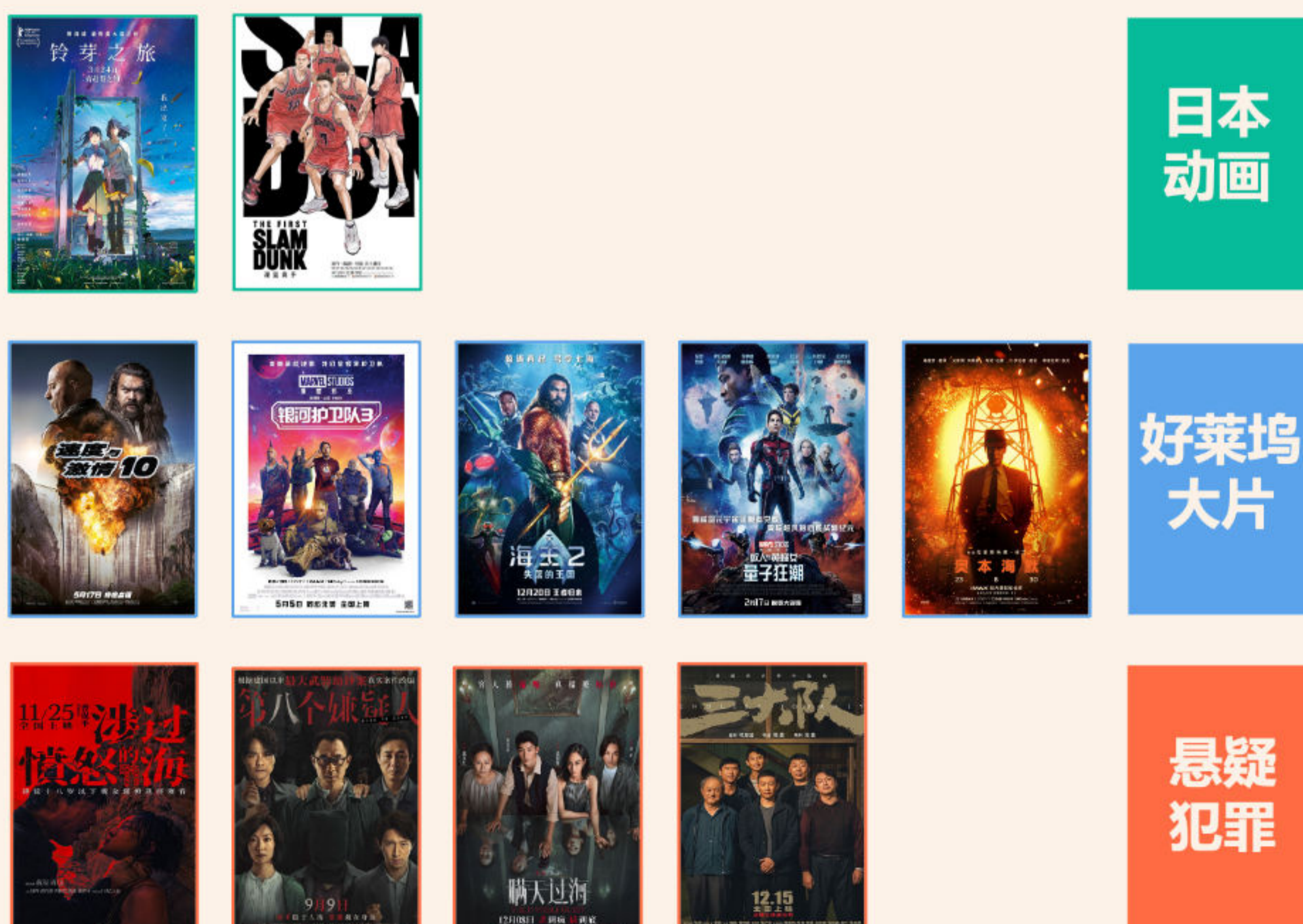
\*统计除春节档、国庆档、五一档等假日档期，情人节档、七夕档等节日档期，以及暑期档、贺岁档等长档期外的平日大盘票房

## 2023年33个周末档：新片数、大盘票房及周末票房冠军

周末三天大盘票房 (亿) | 高于年均值的周末三天大盘票房 (亿) | 当周上映想看过万新片数



## 2023年带动周末档的三类电影



# 热门档期与周末档

悬疑犯罪、动画电影与“教育意义”

# 观影消费习惯

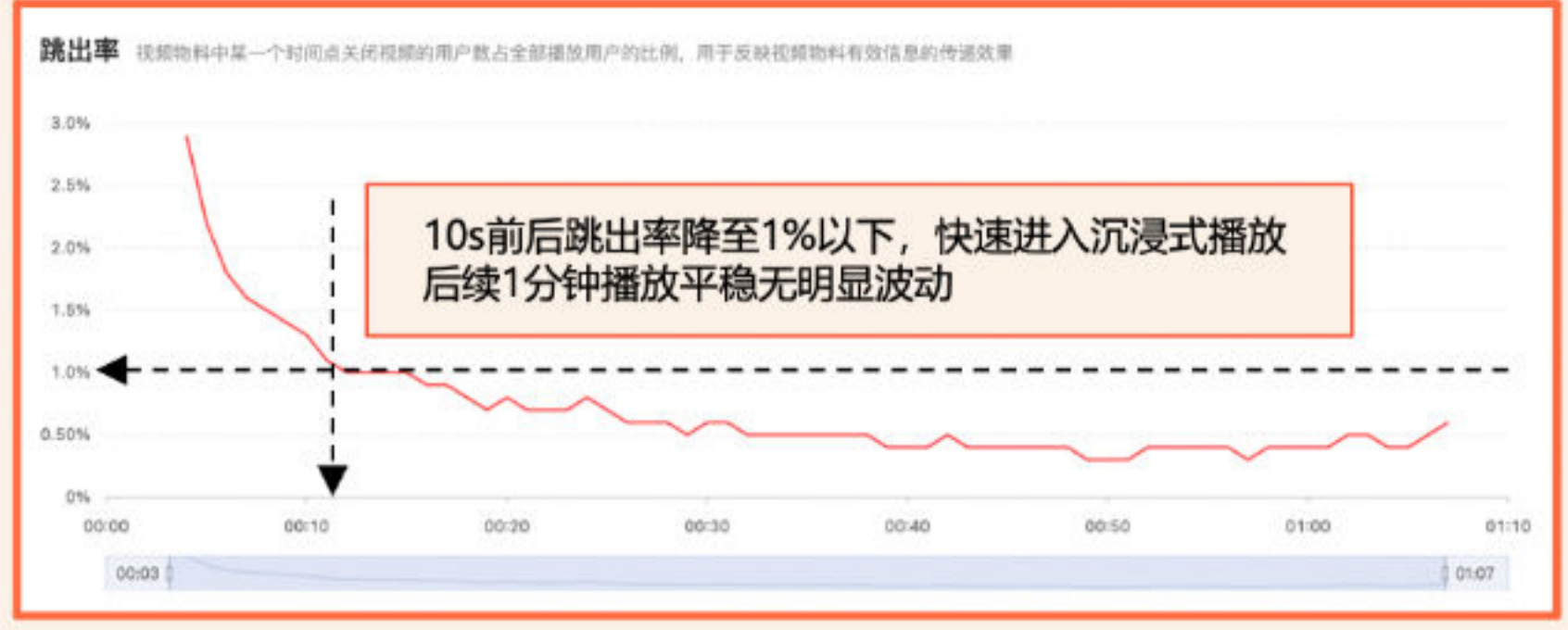
想看转化、预售、票房周期向“后”移动，观众观望口碑

# 宣发案例《孤注一掷》 总计8分钟预告片素材，累计播放量破千万

在“王传君拜佛”爆火短视频平台之前，《孤注一掷》于6月29日发布的“境外诈骗工厂”版预告已展现了影片的强大势能。后续发布的“月薪十五万”和终极预告在播放、完播、转换等方面继续保持高水准，8月10日映后的“赌徒”版预告成为2023年上线7天播放量破百万的预告中完播率冠军。

## 2023年上线7天百万播放预告 完播率TOP10

\*播放量、完播率、转化率均统计上线7日数据

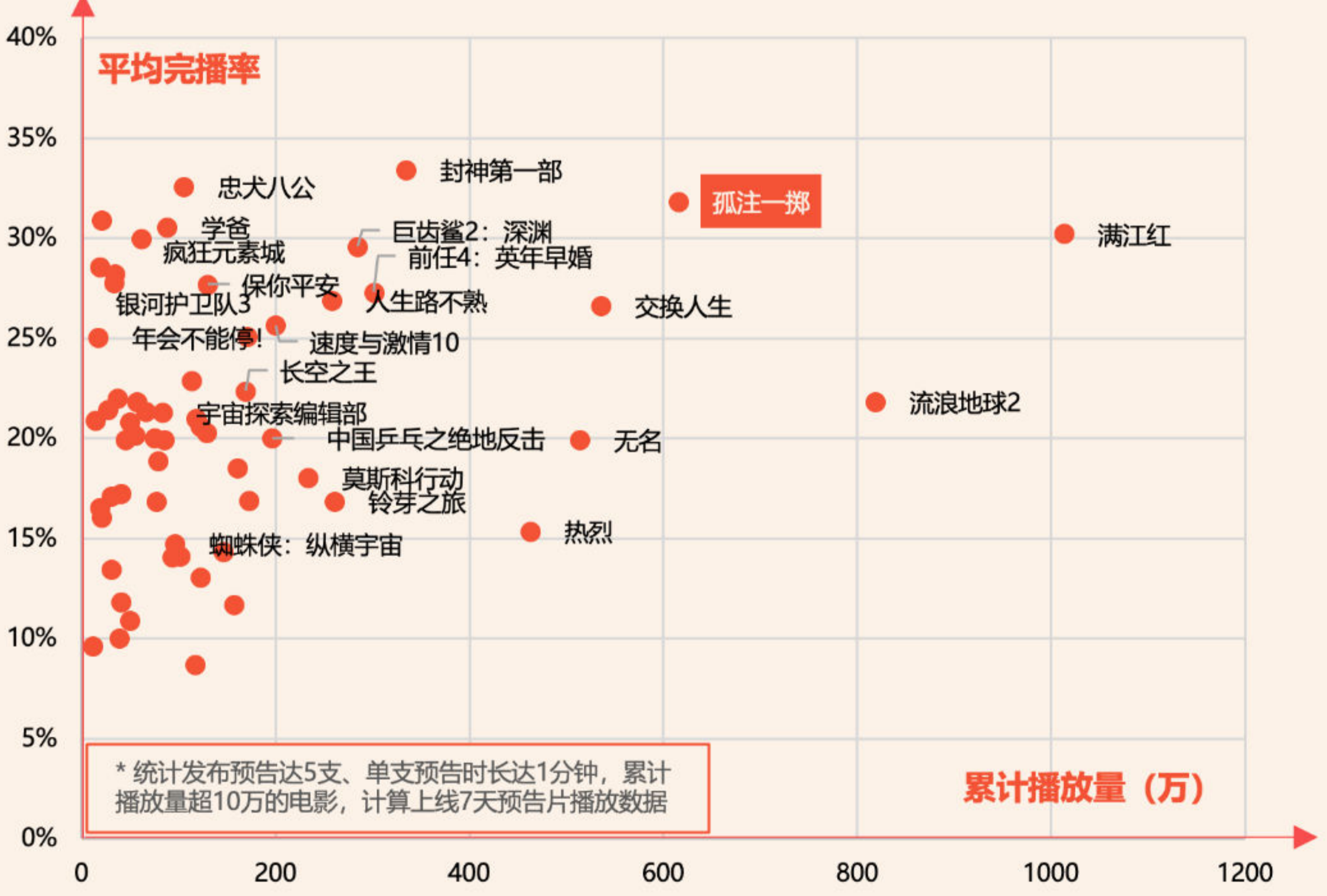


发布日期	2023年上线7天播放量破百万预告片	预告时长	播放量	完播率
8月10日	《孤注一掷》“赌徒”版预告片 王大陆成堕落赌狗	71s	196.0万	39.8%
8月2日	《巨齿鲨2》终极预告，杰森吴京深海斗巨兽爽炸了！	67s	228.3万	34.5%
1月25日	《满江红》“笑着过年”版预告 沈腾易烱千玺等谜局中逗趣喜剧氛围拉满	91s	220.5万	33.2%
1月27日	《满江红》“朱颜风骨”版预告 王佳怡演绎家国大义	97s	231.5万	30.4%
4月28日	《人生路不熟》预告 “笑出来！” 欢乐拉满笑爆五一	90s	112.1万	27.2%
6月25日	《八角笼中》终极预告 王宝强新片冲破命运牢笼为出路 “野蛮生长”	105s	100.2万	26.4%
7月28日	《封神第一部》“游子归家”预告片	118s	206.1万	26.2%
7月8日	《长安三万里》预告 今日火热上映 看大唐群星璀璨！	78s	312.5万	26.1%
7月31日	《热烈》丁雷版预告片	79s	201.5万	25.9%
8月4日	《孤注一掷》终极预告 看境外网络诈骗如何拿捏人心	110s	287.6万	25.2%

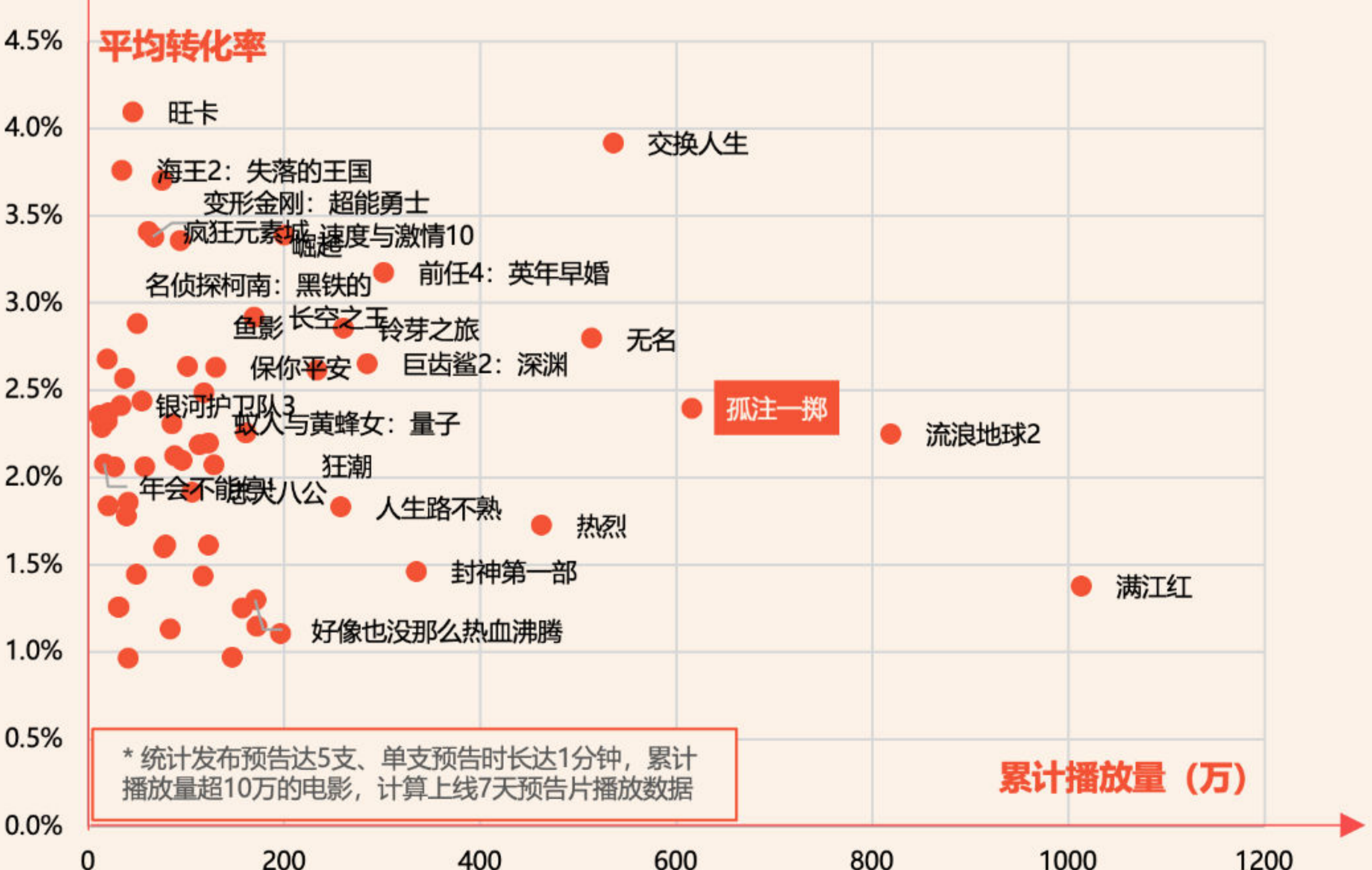
## 《孤注一掷》预告片累计播放数据

发布日期	统计1分钟左右及以上的长预告，累计播放数据	视频时长	播放量	完播率	想看转化率
6月15日	《孤注一掷》定档0811大银幕首曝境外网诈黑产内幕	43	4.8万	40.4%	2.5%
6月29日	《孤注一掷》曝诈骗工厂绝密视频 8月11日看点真的	77	26.7万	45.3%	3.0%
7月7日	《孤注一掷》发布月薪十五万预告金晨被高薪工作骗到国外	55	24.3万	57.5%	2.7%
7月13日	《孤注一掷》曝诈骗销冠预告 诈骗业绩破亿现金铺满广场	62	51.9万	44.2%	2.1%
7月28日	《孤注一掷》开预售 8月5-6日超前点映	71	115.3万	34.7%	1.0%
8月4日	《孤注一掷》曝终极预告 看境外网络诈骗如何拿捏人心	110	384.0万	28.1%	0.4%
8月10日	《孤注一掷》赌徒版预告 王大陆成堕落赌狗	71	416.6万	40.5%	0.4%

## 2023年预告片单影片维度「完播率」均值



## 2023年预告片单影片维度「想看转化率」均值



# 市场核心数据

人均观影频次回升、国产电影总票房大破纪录

# 宣发新风向

长线点映、情绪营销与粉丝效益



# 2023年中国内地电影市场 各省观众观影倾向性



## 2023年票房破亿电影 各省票房贡献TOP3

\*根据各省对影片总票房贡献的比例，对比2023年全国各省票房占比，取倾向性前三名。七大地域取票房最高省份作为图例展示。

2023年票房占全国2.8%

陕西

NO.1



疯狂元素城  
陕西票房占全国3.8%

回廊亭 3.8%

我经过风暴 3.8%

西北

甘肃 全国票房占比1.0%

深海 1.6%

这么多年 1.5%

前任4：英年早婚 1.4%

新疆 全国票房占比0.8%

敢死队4：最终章 1.4%

海王2：失落的王国 1.3%

龙马精神 1.2%

宁夏 全国票房占比0.5%

再见，李可乐 0.7%

无价之宝 0.7%

我经过风暴 0.6%

青海 全国票房占比0.3%

我经过风暴 0.5%

龙马精神 0.5%

好像也没那么热血沸腾 0.5%

2023年票房占全国2.9%

辽宁

NO.1



茶啊二中  
辽宁票房占全国9.8%

交换人生 7.6%

好像也没那么热血沸腾 6.4%

东北

黑龙江 全国票房占比1.4%

茶啊二中 4.5%

交换人生 3.8%

超能一家人 3.2%

吉林 全国票房占比1.3%

茶啊二中 5.7%

交换人生 3.2%

好像也没那么热血沸腾 3.1%

内蒙古 全国票房占比1.3%

交换人生 2.9%

茶啊二中 2.4%

好像也没那么热血沸腾 2.4%

2023年票房占全国5.0%

北京

NO.1



奥本海默  
北京票房占全国12.0%

超级马力欧兄弟... 12.0%

疯狂元素城 10.2%

华北

河北 全国票房占比3.4%

茶啊二中 7.2%

熊出没·伴我“熊芯” 6.8%

交换人生 5.9%

天津 全国票房占比1.5%

超能一家人 2.8%

超级马力欧兄弟... 2.7%

茶啊二中 2.7%

山西 全国票房占比2.1%

交换人生 3.8%

熊出没·伴我“熊芯” 3.4%

我经过风暴 3.2%

2023年票房占全国9.4%

江苏

NO.1



潜行  
江苏票房占全国11.8%

学爸 11.5%

巨齿鲨2：深渊 11.3%

华东

浙江 全国票房占比7.3%

灌篮高手 11.1%

潜行 9.5%

黑豹2 9.4%

山东 全国票房占比5.4%

茶啊二中 9.3%

熊出没·伴我“熊芯” 8.9%

交换人生 7.3%

上海 全国票房占比5.2%

超级马力欧兄弟... 13.9%

奥本海默 13.8%

碟中谍7：致命清算... 13.7%

安徽 全国票房占比3.9%

熊出没·伴我“熊芯” 5.1%

深海 5.0%

八角笼中 4.9%

福建 全国票房占比3.3%

蜡笔小新：新次元! .. 7.4%

名侦探柯南：黑铁... 4.6%

瞒天过海 4.4%

江西 全国票房占比2.6%

蜡笔小新：新次元! ... 4.5%

一闪一闪亮星星 4.0%

深海 3.7%

2023年票房占全国4.7%

河南

NO.1



深海  
河南票房占全国8.0%

一闪一闪亮星星 7.6%

熊出没·伴我“熊芯” 7.5%

华中

湖北 全国票房占比4.3%

河边的错误 5.6%

莫斯科行动 5.4%

哆啦A梦：大雄与天空... 5.4%

湖南 全国票房占比3.4%

一闪一闪亮星星 4.4%

照明商店 4.2%

忠犬八公 4.2%

2023年票房占全国5.8%

四川

NO.1



学爸  
四川票房占全国7.6%

忠犬八公 7.1%

深海 7.1%

西南

重庆 全国票房占比2.4%

无名 4.2%

哆啦A梦：大雄与天空... 3.7%

忠犬八公 3.5%

云南 全国票房占比1.6%

前任4：英年早婚 2.6%

这么多年 2.4%

一闪一闪亮星星 2.3%

贵州 全国票房占比1.3%

深海 2.3%

这么多年 2.1%

一闪一闪亮星星 2.1%

西藏 全国票房占比0.1%

敢死队4：最终章 0.4%

我经过风暴 0.4%

海王2：失落的王国 0.3%

2023年票房占全国12.2%

广东

NO.1



毒舌律师  
广东票房占全国54.4%

扫毒3：人在天涯 29.9%

金手指 20.5%

华南

广西 全国票房占比2.0%

毒舌律师 3.5%

扫毒3：人在天涯 3.3%

蜡笔小新：新次元! ... 2.7%

海南 全国票房占比0.8%

怒潮 1.2%

扫毒3：人在天涯 1.2%

黑豹2 1.2%

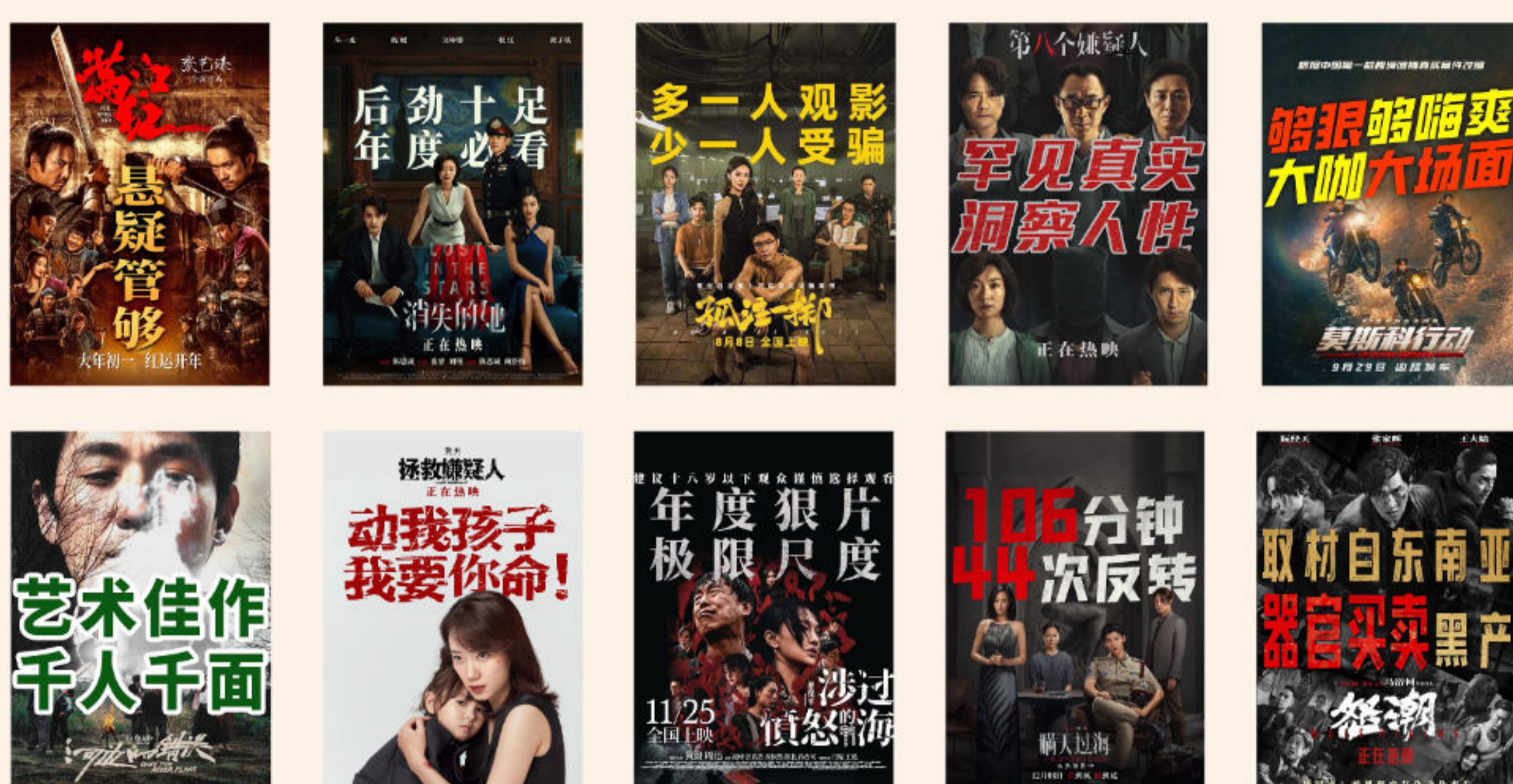
# 用户画像

女性观众持续提升，下沉市场仍是年轻观众重要来源

# 放大“反转”核心卖点 2023年悬疑犯罪片强调“尺度”与“真实”

2023年供购票平台展示的“卖点海报”成为必备宣发素材。以悬疑犯罪片为例，“反转”“尺度”“真实”等卖点都被包装为宣传短句，作为海报上最醒目的信息。从观众评论角度，对犯罪悬疑类型片的评价同样以“人物”和“剧作”两项最高，其中“反转”是最为突出的核心卖点。

## 2023年国产悬疑犯罪电影卖点海报文案



无限**反转**，年度必看 多一人观影，**少一人**受骗 万里追凶，**执念不灭** **反转**不断，全程高能

黑吃黑！**杀疯了**！笑到最后 **悬疑管够** 法外狂徒，**直播贩毒** 变态**情杀**，真相**逆转** 咸鱼翻身，**暴富发大财**

酣畅淋漓，直呼刺激 细思极恐，九月首选 沉浸**悬疑**，年度必看 年度**狠片**，**极限尺度** 你在**热恋**，他在**诈骗**

超大**尺度**，没有删减 连环**虐杀**，手段**残暴** 张小斐、惠英红，**杀疯了** 相爱**相杀**，年度**最狠** **杀到疯**，瞒到底

**借文贩毒**，罪大恶极 **为爱复仇**，姐妹必看 谁动我孩子，**我要谁命**！高能**反转**，岁末必看 **诈骗内幕**，全家必看

国庆唯一，**凶猛**大片 罕见**真实**，**洞察人性** 不惧**钱权**，追击十五年 够**狠**够**嗨爽**，**大咖大场面** **死罪释放**，**以命换命**

**受冤平民**，**怒杀**疯批 **真实奇案**，100元变100亿 106分钟，44次**反转** 双雄共邀约，浪漫情人节 端午必看，**极限反转**

动我孩子，**我要你命**！**后劲十足**，年度必看 **极限反转**，不怕剧透 取材自**东南亚**，**器官买卖黑产** 立即购票，锁定**真相**

没有套路，全是**真情** 双雄开战，燃爽银幕 **纯爱剧毒**，**母爱如刀** 超敢拍**犯罪片**，**真实案例改编** 触目惊心，**反转**解气

**反诈反渣**，防骗必看 **尺度**大开，高能**反转** 姐妹必看，**反诈反杀** 猎物变猎人，**杀人先诛心** 双雄开战，传奇对决

高手对决，鹿死谁手 忍无可忍，**极限反杀** 以黑吃黑，**突破底线** 开年首部，**港片巨制** 双雄开战，爽燃元宵节

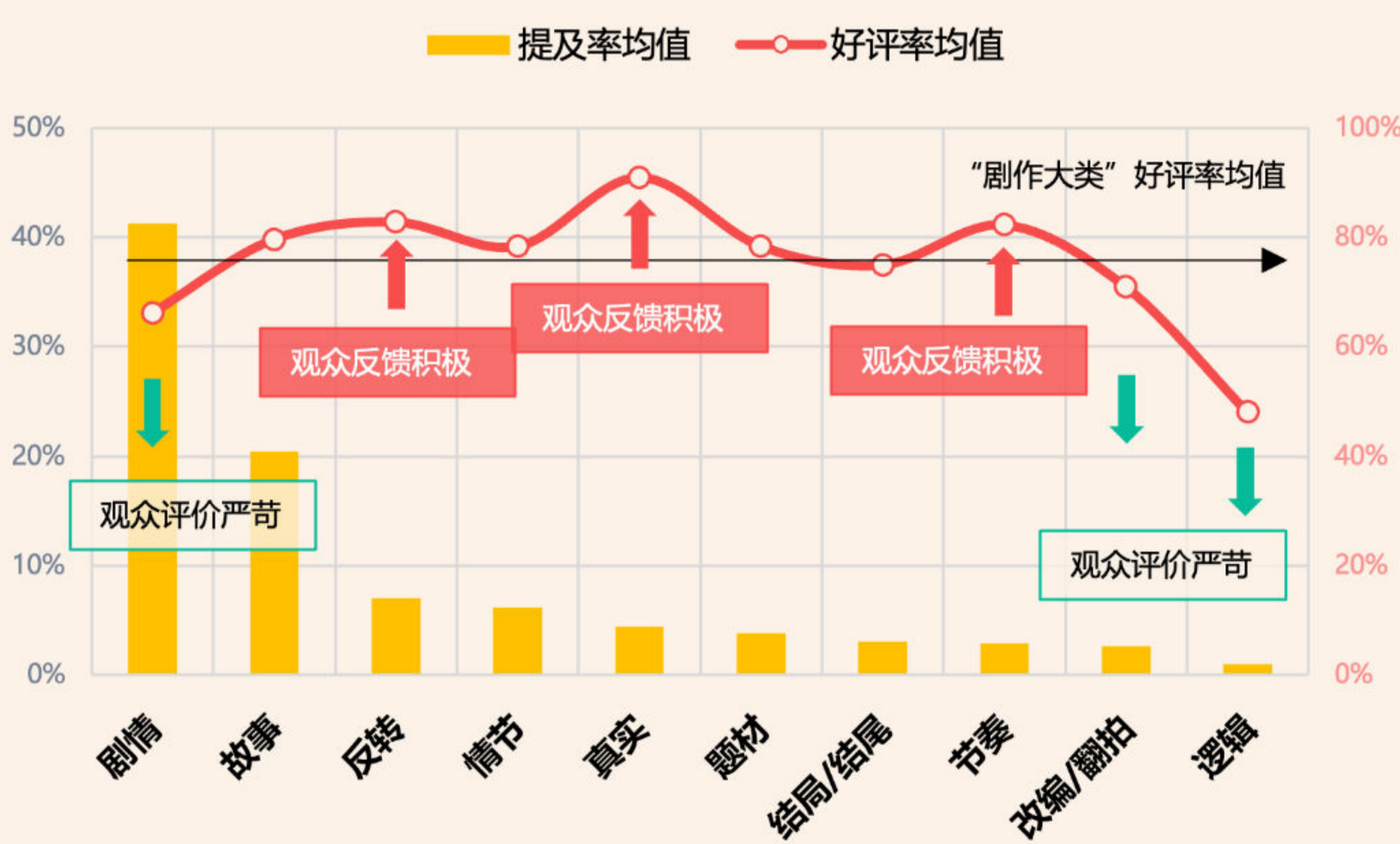
**世道不公**，我自己来讨！滔天罪案，**高能**开干 生猛**复仇**，年未解恨 最**猖狂**！够刺激！**悬疑情杀**，指缝观影

灭毒贩！战天灾！**艺术佳作**，千人千面 **尺度**拉满，**罪爽港片** 边境缉毒，**以命换命** 扫毒十年，最强一战

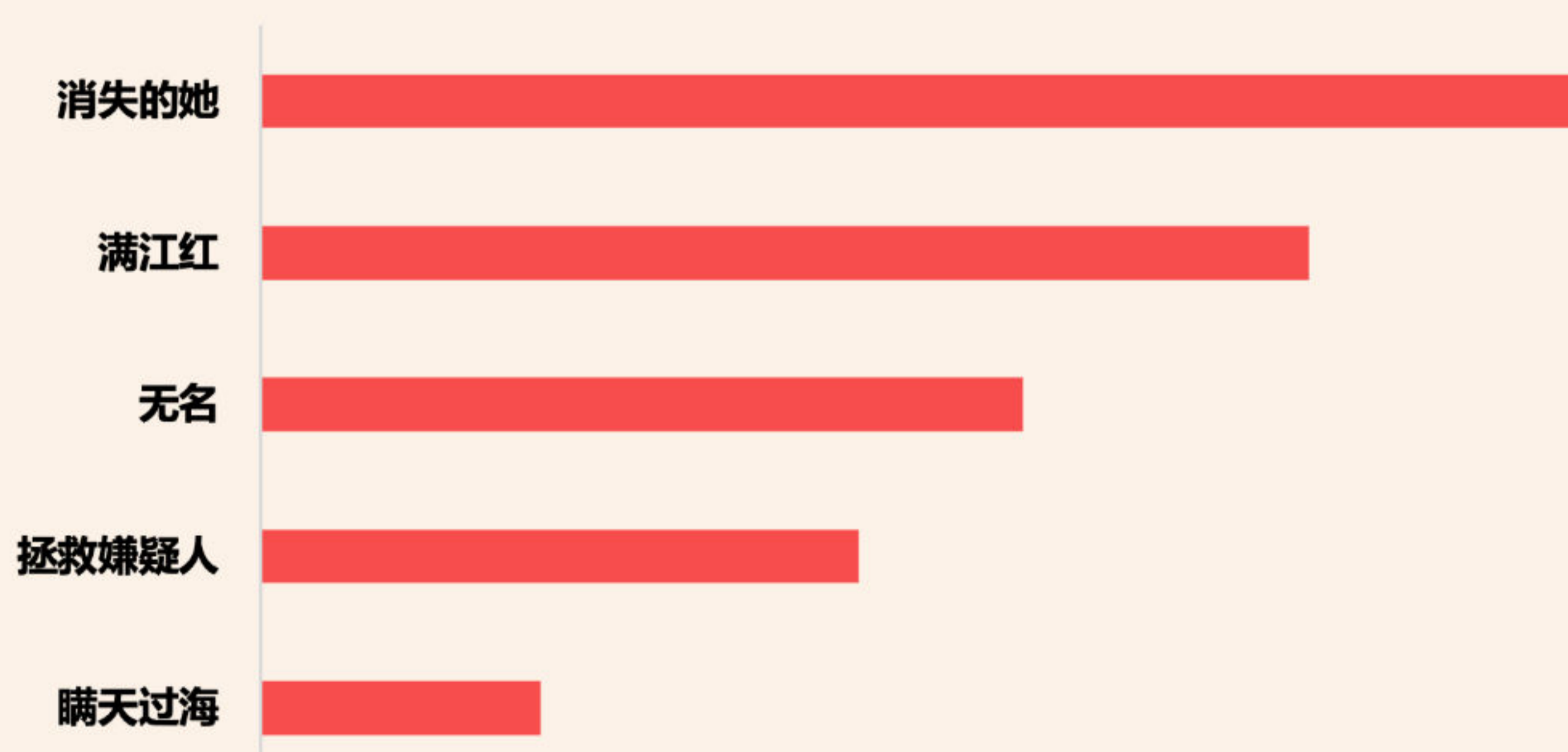
五一必看，罕见**大案揭秘** **热点**背后，**以命相搏** 暗网对决，**罪恶升级** **大尺度**！解气！罕见**大案揭秘**

2023年28部票房破千万的国产悬疑犯罪电影  
有**25部**发布了卖点海报，平均每部发布**2.5张**，单片最高发布**9张**  
提到了11次“**必看**”，8次“**反转**”  
5次提到“**尺度**”“**年度**”、4次提到“**高能**”“**真实**”“**极限**”

## 2023年「剧作」评论大类各项评论分布



## 2023年观影好评提及“反转”次数TOP5





# 2023年电影微博热度数据

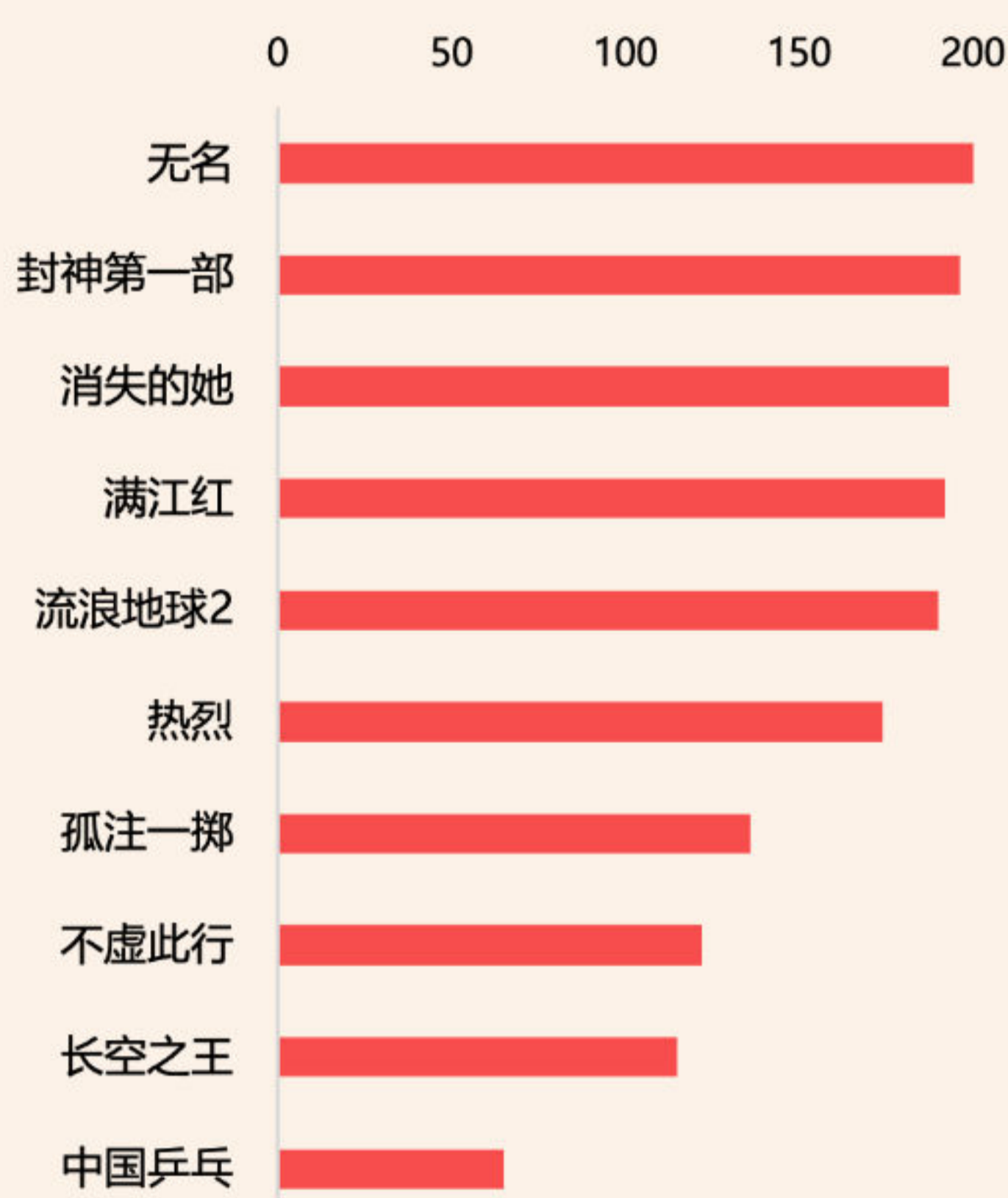
## 热搜数、在榜时长、影人累计上榜次数



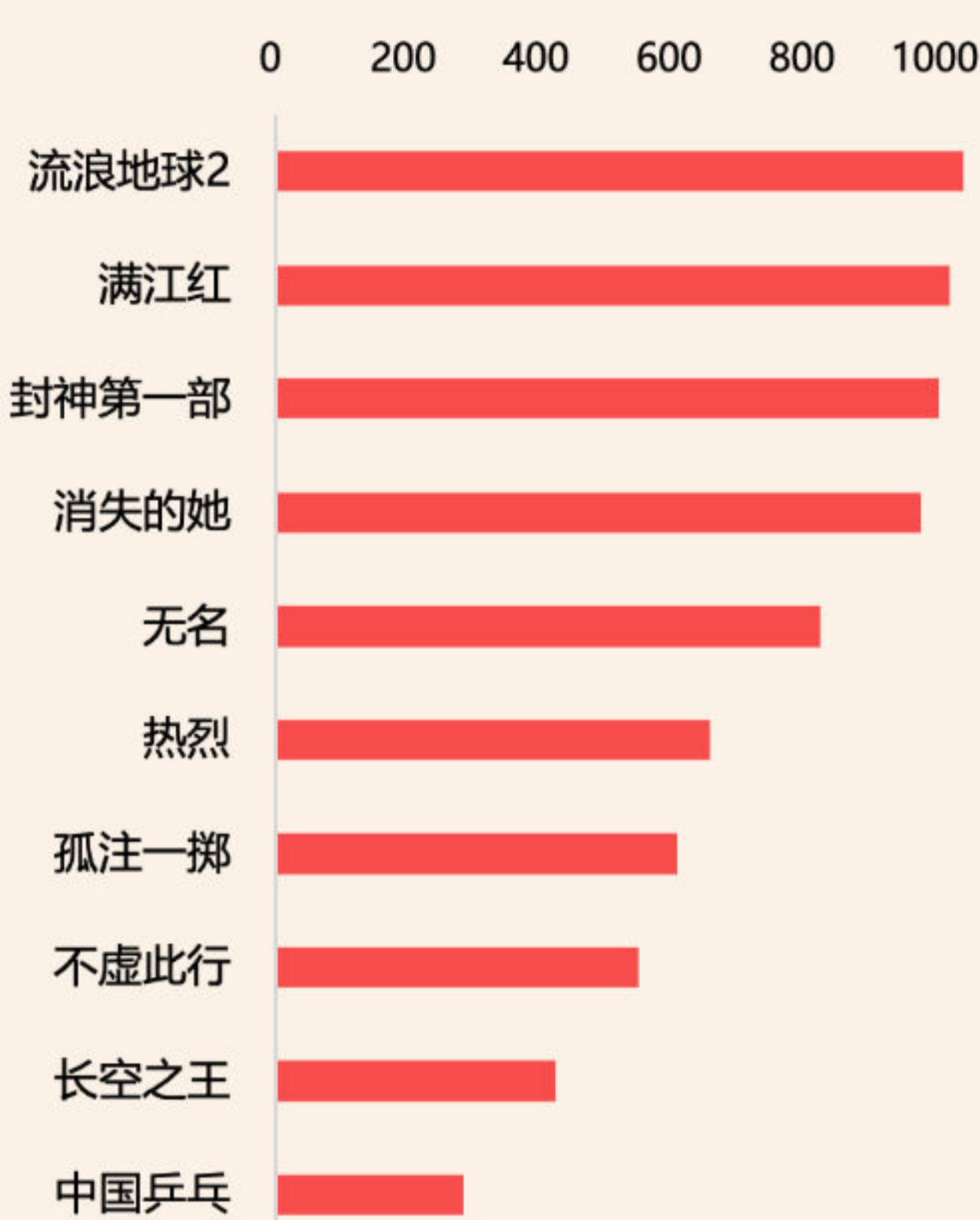
### 2023年电影微博热搜数据

\*统计2023年票房破千万电影，微博统计热搜榜1-50名、在榜时长超1小时热搜

#### 热搜数量TOP10



#### 热搜累计在榜时长TOP10

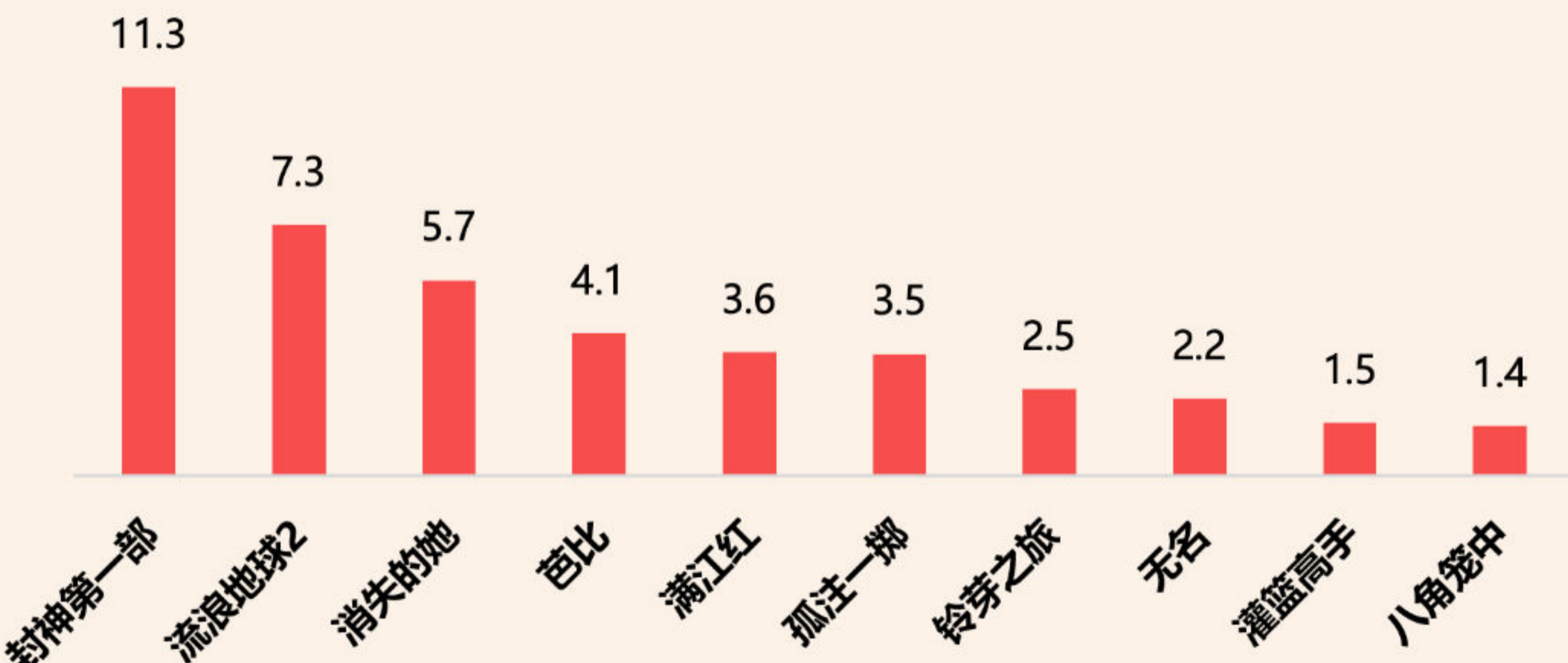


### 2023年院线电影相关热搜上榜次数影人TOP20

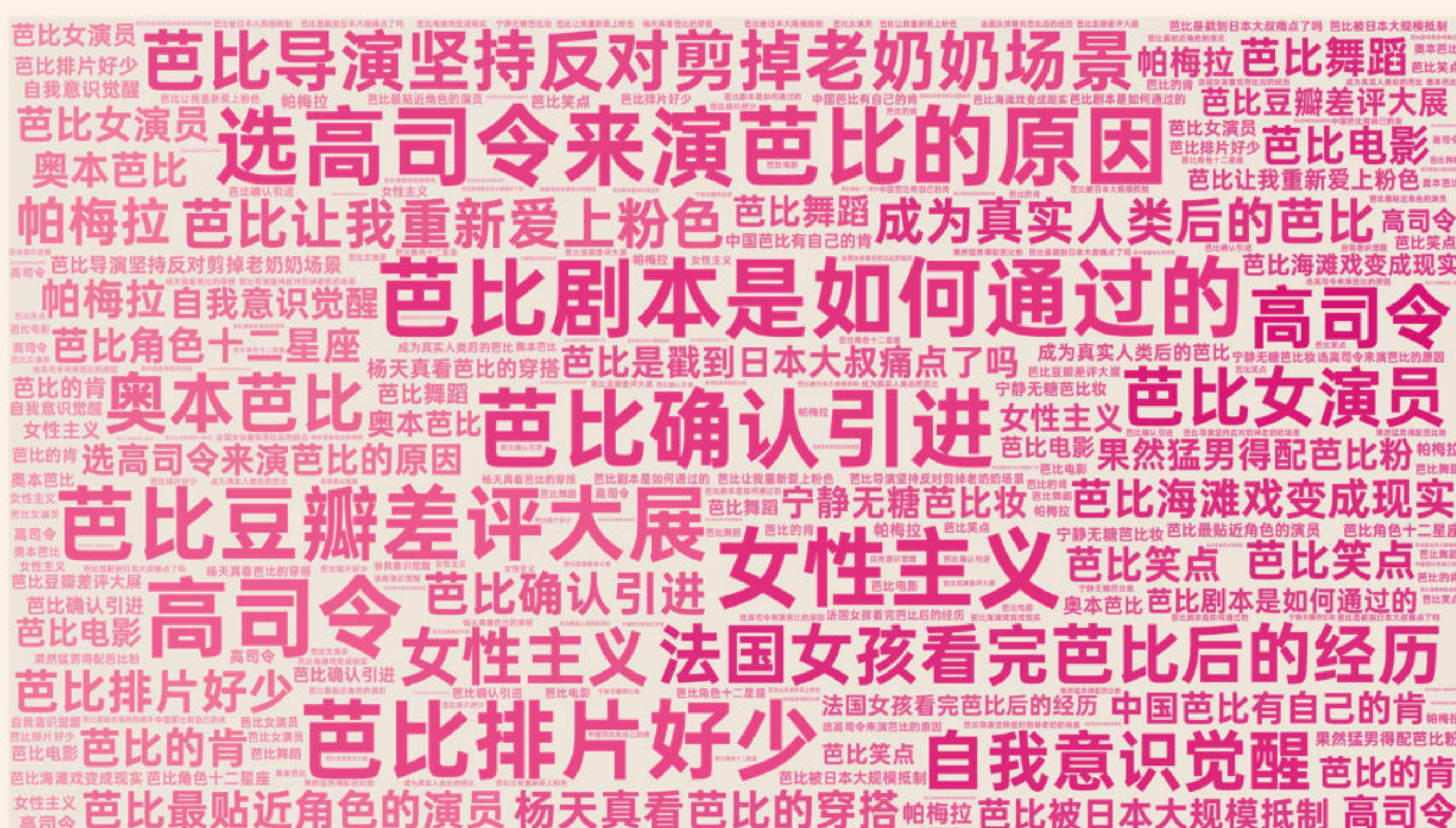
\*统计2023年票房破千万电影，微博统计热搜榜1-50名、在榜时长超1小时热搜影人按中文首字母排序



### 映后热度提升TOP10：映后热搜数/映前热搜数



### 《芭比》微博热搜







# 2023年电影短视频热度数据 爆款短视频TOP10

2023年官抖点赞最高的TOP10短视频（每部电影取最高一支）均超400万，主题涉及家国情怀、安全防范意识、演技、坚持、成年人心酸、前任重逢等。其中《八角笼中》单支短视频点赞达749万，《孤注一掷》单支评论达64万，《再见，李可乐》单支分享数达179万。



摔倒后喊停十次也不愿放弃，#电影八角笼中小演员坚持的样子在太阳下闪闪发光！#八角笼中小演员的戏全是真诚

**749万赞** 27万评论，评赞比4%  
28万分享，转赞比4%

【热评】就冲宝强说的，他将供几个孩子上学到大学毕业，网友们就不会让他输  
——149万赞，8.9万回复



#看完长安三万里孩子爱上背诗只有经历过，才会读懂那份心酸。祝我们迈过心里的“万重山”

**645万赞** 33万评论，评赞比5%  
55万分享，转赞比9%

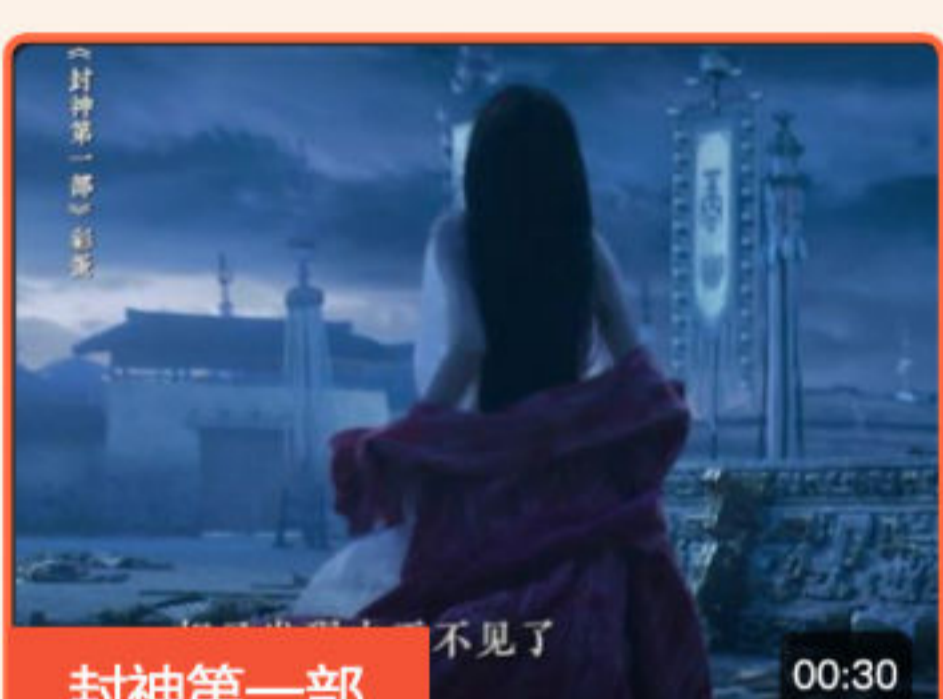
【热评】看了，哭了。为什么哭呢？可能是因为那璀璨夺目的中华民族的文学作品……（详见宣发案例《长安三万里》）  
——44万赞，1.3万回复



定一个只有你和你的朋友才知道的求救暗号吧！关键时刻，保命！#看完孤注一掷定个求救暗号

**600万赞** 64万评论，评赞比11%  
117万分享，转赞比20%

【热评】95开头诈骗，00开头境外诈骗，400开头推销电话，未知号码马上挂掉，开头1069不要点开直接删  
——80万赞，7.4万回复



狐狸不懂善恶，她只想报恩，为救商王愿放弃一切，哪怕是自己千年的修为

**597万赞** 37万评论，评赞比6%  
70万分享，转赞比12%

【热评】她是用鼻子来感受大王有没有呼吸，而不是用手探，她演的就是只小狐狸呀！  
——81万赞，2200回复



原来看到爱的人眼睛里真的会有光，热恋中的神态被惠英红拿捏了#电影我爱你怎么又虐又甜#电影我爱你后劲好大

**598万赞** 34万评论，评赞比6%  
103万分享，转赞比17%

【热评】真不知道，当时TVB是怎么训练出这群怪物的，一个个演技炸裂，每一丝神态都不像是演的，她这神情我在我老婆脸上看过。  
——102万赞，2.1万回复



每一步都走出了全开的气场，感受到新中国初代外交天团的魅力了吗？#电影志愿军历史镜头高还原度

**550万赞** 24万评论，评赞比4%  
74万分享，转赞比13%

【热评】这一次也要让美国人知道风浪越大鱼越贵！  
——4700赞



不开玩笑，我们剧组的狗狗都能精通两种语言

**499万赞** 23万评论，评赞比5%  
179万分享，转赞比36%

【热评】给他一个忠告：该税的税，不该睡的别睡  
——40万赞，5200回复



你有想过和分别多年的前任重逢的场景吗？

**421万赞** 34万评论，评赞比8%  
57万分享，转赞比14%

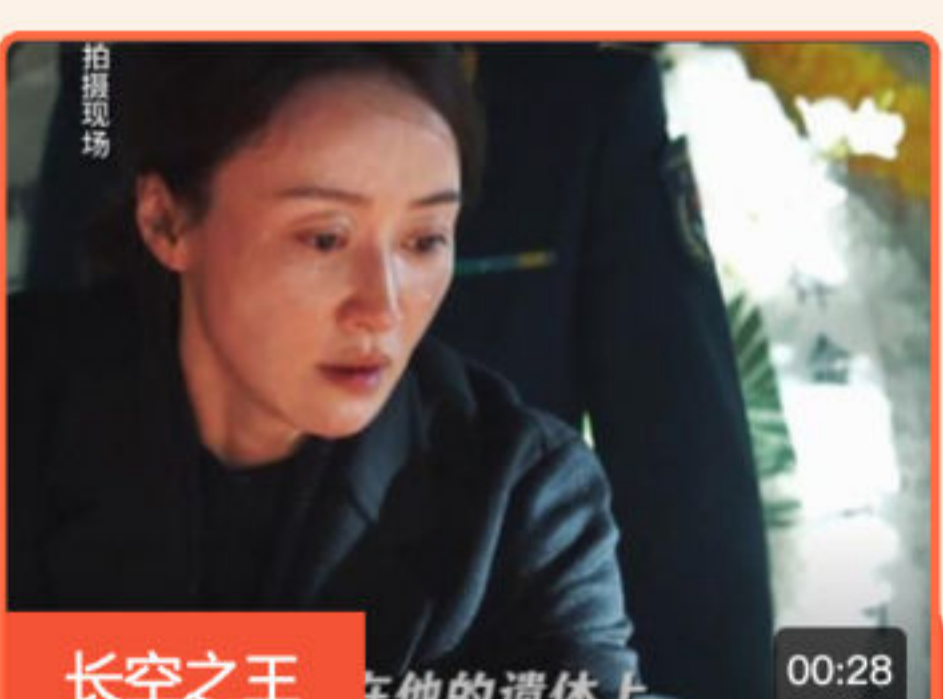
【热评】现实里分开就是分开了，哪有那么多巧合的偶遇  
——70万赞，1.9万回复



金五集团，“魅力”无限。

**407万赞** 18万评论，评赞比4%  
33万分享，转赞比8%

【热评】你们说孙艺洲笑的刻意的是真的不懂，他最后收笑是因为他是四个人中位置最低的。  
——30万赞，300回复



多骄傲你是英雄，但是这一刻，多希望你不是英雄。#长空之王张挺遗体是木头人#长空之王后遗症

**405万赞** 13万评论，评赞比3%  
24万分享，转赞比6%

【热评】她掀开国旗的那一瞬间，我才明白过来那是尸骨无存啊  
——50万赞，2600回复