

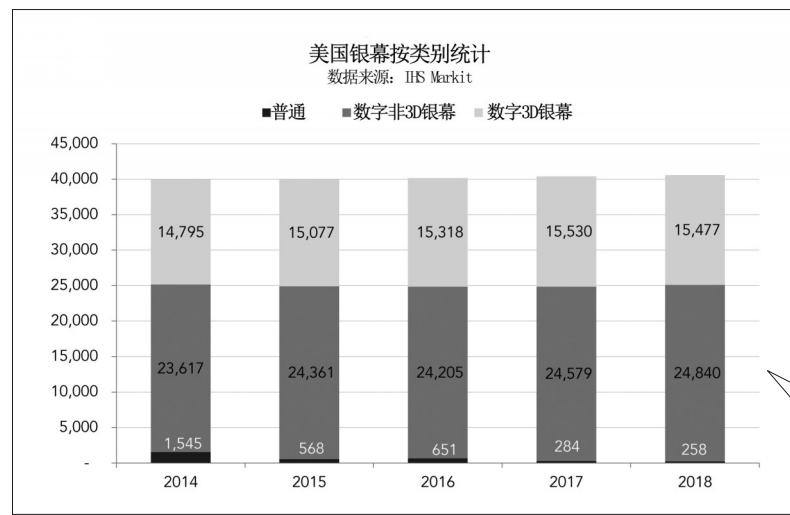
(上接第13版)

美国电影银幕

2018年,美国有超过40,600块银幕,较2017年略有增长。多数银幕(89%)都在银幕数量超过5块的多厅影院中。

美国银幕按影院规模统计
 数据来源: IHS Markit

	2014	2015	2016	2017	2018
1-4块银幕的影院	5,488	4,707	4,554	4,443	4,355
5+块银幕的影院	34,468	35,299	35,620	35,950	36,220
合计	39,956	40,006	40,174	40,393	40,575

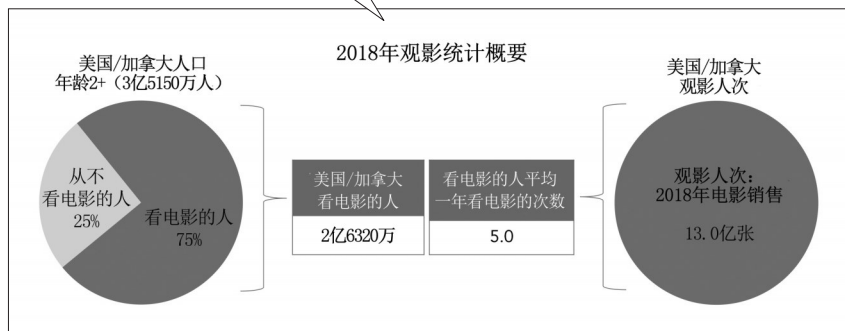


在2018年,美国数字银幕的数量较2017年仅增加了1%,目前占到了全美银幕的99%。数字银幕中,非3D数字银幕的数量增加了261块,较上年增加了1%,占到了全美银幕的61%。数字3D银幕的数量和2017年一样多。

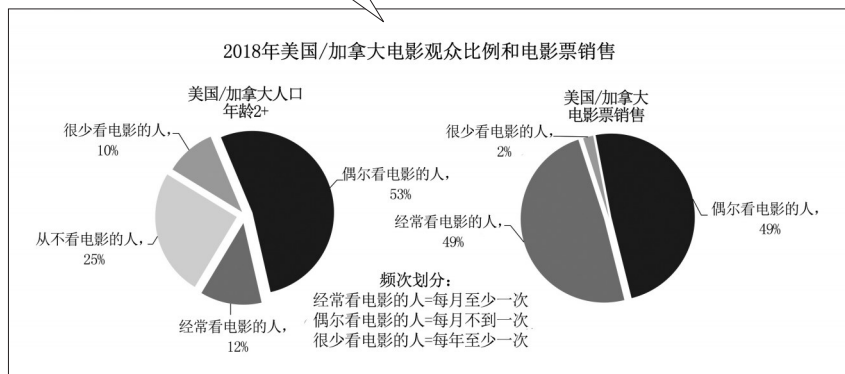
影院:观众统计学

美国/加拿大观众组成分析

2018年美国/加拿大超过四分之三(75%)的2岁以上的公民——或2亿6300万人——至少一年去一次电影院,与2017年持平。平均每位观众(指一年起码去看一次电影的人)在2018年购买了5张电影票,较2017年的4.7张有所上升。

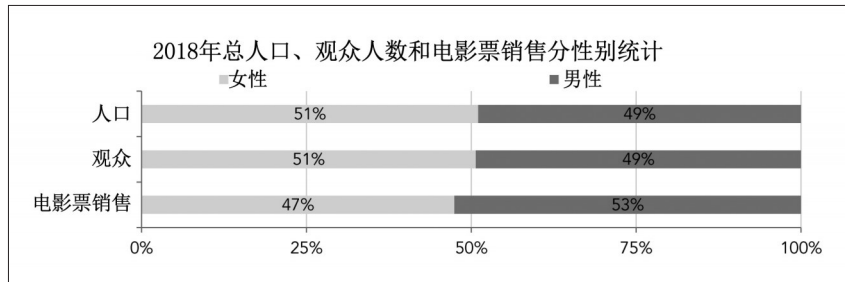


12%的美国/加拿大人是属于经常去看电影的观众,他们每个月至少看一次电影。2018年,经常去看电影的观众消费了49%的电影票。超过总人口一半以上的人(53%)属于偶尔看电影的人,他们购买了49%的电影票。很少看电影的人购买了2%的电影票(占人口的10%)。2018年电影观众的占比与2017年持平。

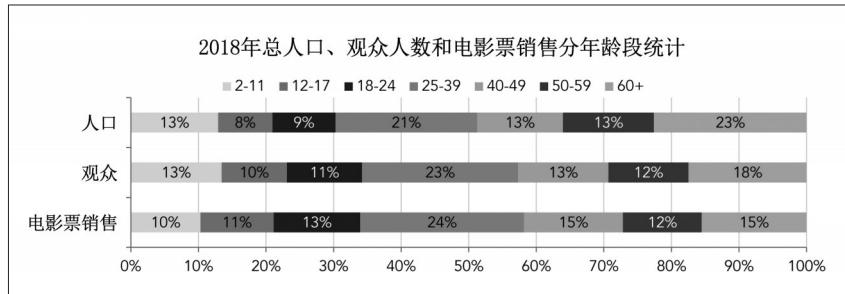


美国/加拿大观众分类统计

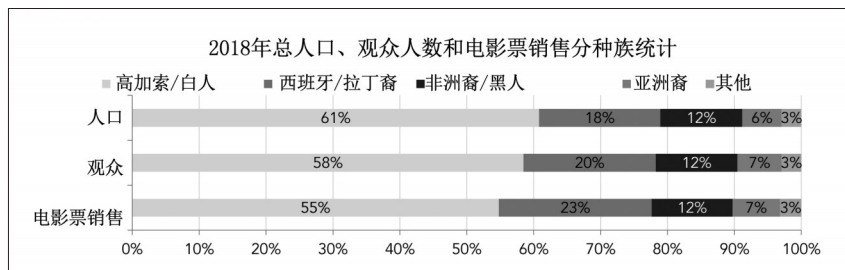
2018年,观众(每年至少去一次电影院看电影)的男女比例中,女性观众略高于男性观众的占比,但是电影票的销售上男性观众购买电影票的比例略高于女性。



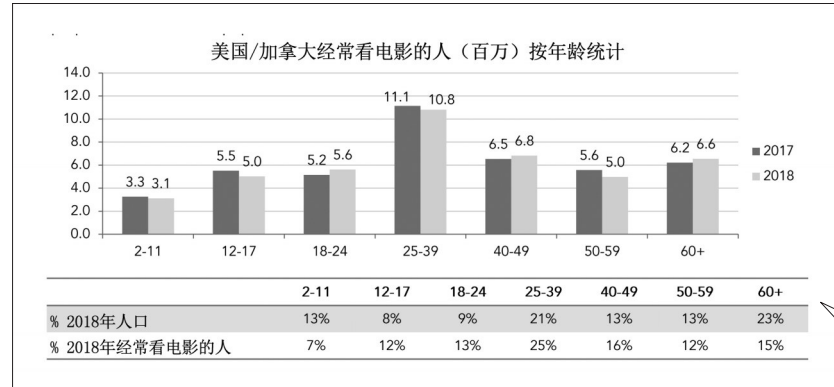
2018年,18-24岁组别的观众购买的电影票最多,这个组别占总人口的9%但是消费了13%的电影票。12-17岁和25-39岁组别的情况相似,购买电影票的占比(11%和24%)高于在总人口中的占比(8%和21%)。各年龄组的份额与2017年相似。



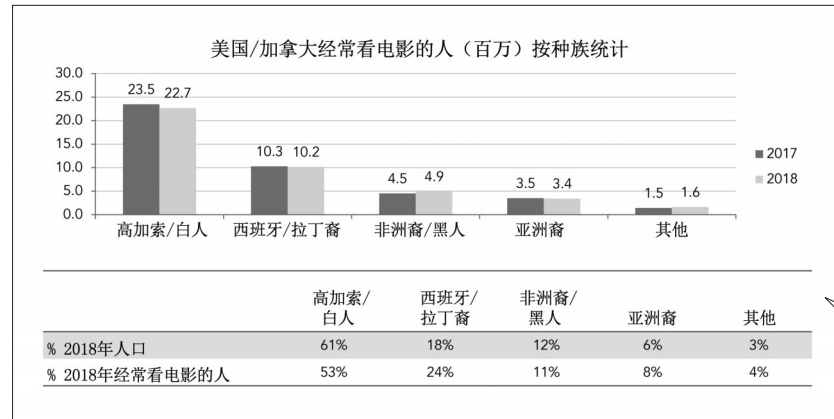
虽然高加索/白人在总人口中的占比(61%)和在观众中的占比(58%)很高,但是在2018年购买电影票的占比(55%)上低于前面两个数值。2018年,西班牙/拉丁裔组别购买电影票占比(23%)高于在总人口中的占比(18%),与2017年情况一致。



美国/加拿大经常看电影的观众

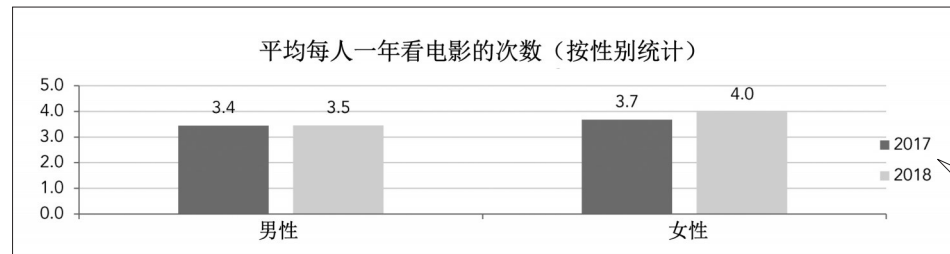


2018年,经常看电影的观众群(每月至看一次电影的观众)为4300万人。25-39岁组别(1080万人)是人数最多的,其后是40-49岁组别(680万人),与2017年持平。12-17岁、18-24岁、25-39岁和40-49岁组别的观众在所有经常去看电影的观众总数中的占比要高于其人口占比。

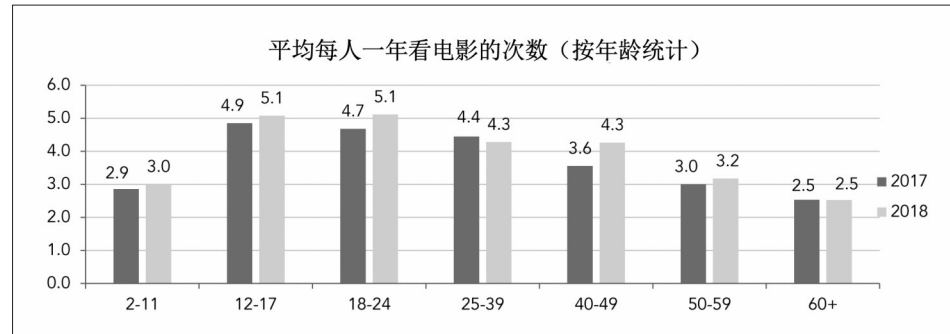


2018年,西班牙/拉丁裔观众占到了经常去看电影的总人数的24%,这一比例高于西班牙/拉丁裔人口在总人口中的占比(18%)。

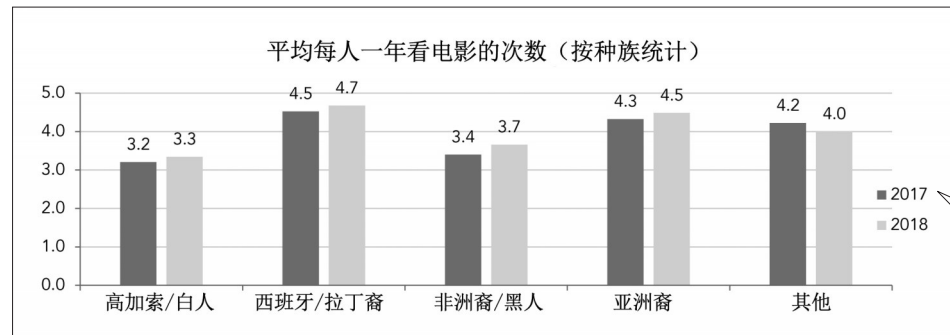
美国/加拿大平均每人一年看电影的次数统计



2018年,电影观众平均每人一年去电影院看电影的次数男性为平均4.0次,高于女性的平均3.5次。

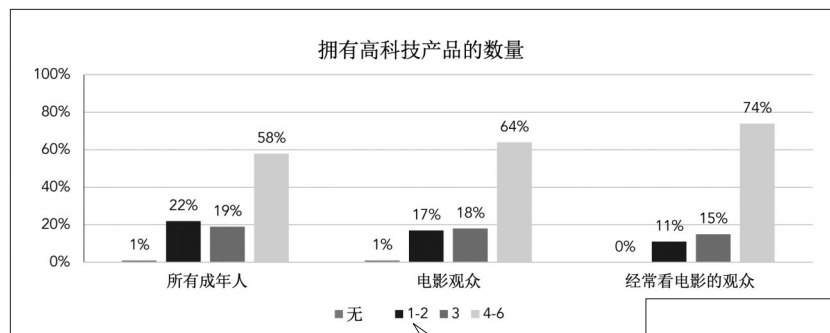


2018年,12-17岁组别和18-24岁组别的观影次数是最高的,平均每人一年观影次数为5.1次;其后是25-39岁和40-49岁组别,平均每人一年观影次数为4.3次。除了25-39岁和60岁以上组别,2018年其他组别的观影次数都比2017年要高。



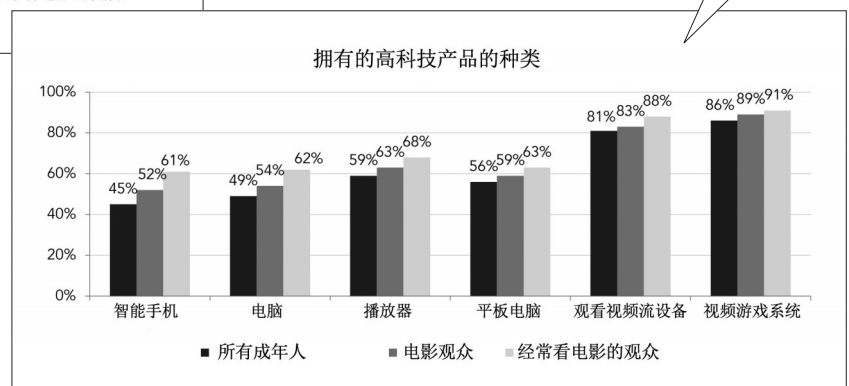
2018年,西班牙/拉丁裔观众平均每人一年观影次数最多,为4.7次,所有组别(除了其他这个组别)2018年的平均每人一年观影次数都较2017年有所上升。

高科技产品&观众



经常去看电影的观众在各种高科技产品分类中也是拥有比例最高的。平板电脑(68%)、观看视频流设备(62%)和视频游戏系统(61%)这三种产品的持有率在经常去看电影的观众中尤其高。

经常去看电影的观众比人口统计学中超过18岁以及更为年长的消费者更倾向于购买技术类的产品(电脑、智能手机、播放器、平板电脑、观看视频流设备和视频游戏系统)。近四分之三(74%)的经常看电影的观众拥有至少四种以上不同类型的技术类产品,占到了成年人口的58%。



(下期待续)