



北京师范大学亚洲与华语电影研究中心

# 亚洲电影蓝皮书 2016

BLUE BOOK OF ASIAN FILM

—— 主编◎周星 张燕 ——



CFP 中国电影出版社



北京师范大学亚洲与华语电影研究中心

# 亚洲电影蓝皮书 2016

**BLUE BOOK OF ASIAN FILM**

—— 主编◎周星 张燕 ——

 中国电影出版社  
2016·北京

### 图书在版编目(CIP)数据

亚洲电影蓝皮书. 2016 / 周星, 张燕主编. —北京:  
中国电影出版社, 2016. 11  
ISBN 978-7-106-04514-2

I. ①亚… II. ①周…②张… III. ①电影事业—研  
究报告—亚洲—2016 IV. ①J993

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第263244号

责任编辑: 李 静

封面设计: 吕海涛

版式设计: 吕海涛

责任校对: 孙 健

责任印制: 张玉民

## 亚洲电影蓝皮书 2016

周星 张燕 主编

---

出版发行 中国电影出版社(北京北三环东路22号) 邮编100029

电话: 64296664(总编室) 64216278(发行部)

64296742(读者服务部) Email: cfpygb@126.com

经 销 新华书店

印 刷 北京玺诚印务有限公司

版 次 2016年11月第1版 2016年11月北京第1次印刷

规 格 开本/787×1092毫米 1/16

印张/21.5 字数/413千字

---

书 号 ISBN 978-7-106-04514-2/J·1908

定 价 56.00元

本书为2016年度国家新闻出版广电总局广播影视部级社科研究项目  
《全球化视阈和“一带一路”战略下亚洲电影产业竞争力与创作影响力研究》  
( 课题编号: GD1650 ) 的研究成果。

本书为2014年“中央高校基本科研业务费专项资金资助”项目  
( supported by “the Fundamental Research Funds for the Central  
Universities” ) 《全球化视阈下亚洲电影产业竞争力与创作影响力研究》  
( 北京师范大学自主科研项目 ) 的研究成果。

## 《亚洲电影蓝皮书2016》作者

### 主 编:

- 周 星** 北京师范大学艺术与传媒学院院长、教授，北京师范大学亚洲与华语电影研究中心主任
- 张 燕** 北京师范大学艺术与传媒学院教授，北京师范大学亚洲与华语电影研究中心执行主任

### 作 者: (以姓氏音序排列)

- 陈 伟** 长春师范大学传媒学院讲师
- 崔 军** 河南大学新闻与传播学院副教授
- 崔 颖** 昆明理工大学艺术与传媒学院讲师 / 南亚东南亚新闻传播研究院研究员
- 姜 丹** 北京师范大学艺术与传媒学院电影学硕士研究生
- 黄 含** 北京师范大学艺术与传媒学院博士研究生
- 黄钟军** 浙江师范大学文化创意与传播学院讲师
- 康 宁** 北京电影学院中国电影教育研究中心助理研究员
- 谭 政** 中国文联电影艺术中心理论研究部副主任、副研究员
- 王昌松** (Wang Changsong) 厦门大学马来西亚分校 (Xiamen University Malaysia) 助理教授
- 王 梓** 尤伦斯当代艺术中心电影策展人
- 张侃侃** 北京师范大学艺术与传媒学院电影学博士
- 张 霖** 河南大学新闻与传播学院硕士研究生
- 张翊茜** 北京师范大学艺术与传媒学院广播电视艺术硕士
- 张 燕** 北京师范大学艺术与传媒学院教授
- 支菲娜** 国家新闻出版广电总局发展研究中心电影所副所长、副研究员
- 周 星** 北京师范大学艺术与传媒学院院长、教授

## 序：电影的本土文化坚守与跨文化融合

周 星

北京师范大学艺术与传媒学院院长、教授、博士生导师

北京师范大学亚洲与华语电影研究中心主任

这是北京师范大学亚洲与华语电影研究中心的第二本年度《亚洲电影蓝皮书》，也是2016年度国家新闻出版广电总局广播影视部级社科研究项目《全球化视阈和“一带一路”战略下亚洲电影产业竞争力与创作影响力研究》（课题编号：GD1650）的研究成果。

2015年是全球电影票房收入达到创纪录的383亿美元的高涨年份，相比2014年增长了6%：北美电影111.26亿美元的票房收入，是一个里程碑式的新数字，占全球市场票房总额的29%；作为世界第二大电影市场的中国电影票房，也创纪录地达到了67.8亿美元，比上一年增长了48.7%，占全球市场票房总额的17.8%。而我们注重对亚洲电影进行创作、产业及文化交流等研究，自是当务之急。因为2015年包括中国（约67.8亿美元）、日本（约20亿美元）、韩国（约13.72亿美元）三国电影总票房合计约有100亿美元，再加上未公布票房的印度、伊朗、越南、泰国等，自然超过北美票房，所以目前亚洲已经成为高于北美地区的第一大电影市场。于是，亚洲电影研究自然已经有了现实条件与良好基础，跨文化传播在亚洲电影中应当也是题中要意。

尽管2016年年初至今，中国电影市场票房增幅下降，去年序言中，我曾认为2016年中国电影超越600亿元人民币票房可能不能实现，但电影的社会文化影响依然不小。我们应当用更宽阔的视野来看待中国电影的发展景观，包括世界电影的竞争格局，“一带一路”战略中的影像交流等。

中国电影已经无可阻挡地影响着全球的电影市场，关注其在亚洲电影中的中坚地位和影响，是无可回避的命题。而“一带一路”的构想不仅是国家层面的大手笔构思，对于电影文化而言，也是必不可少的进一步发展契机。站在2016年中国电影发展态势上看，似乎起伏不定，春节档惊人突进，但随后则没有延续高速发展态势似乎令人忧虑，但长远来看，增长降幅既是必要，也是再行高涨的前

提。简单悲观未必值当，借此思考与合理性调整才是正常。判断与评价电影需要一种宽阔的意识，即已经不能单一从电影自身来看待电影文化，因为已经进入需要市场衡量和价值判断相互为用的时代。不仅是因为电影具有超越影像的社会透视价值，还因为电影是文化先导，具有影响广泛的意义。我们需要信心，更需要扎实的文化影响力来托举中国电影的内涵。其实，发展的中国电影新常态是我们对于中国电影的认知，随着“一带一路”的扩展和实施，对于周边国家电影文化的相互吸纳，和世界电影的对话能力的加强，中国电影发展未可限量。但坚定相信的理由却要建立在分析基础上，比如对亚洲电影范畴中的中国电影发展态势，需要具有三个“刚性”观。

一是相信刚性的市场。市场改革到现在十多年，中国电影已经进入刚性增长局面，2015年猛然超越400亿元票房，而2016年初的刚性增长还继续往上走，这绝不是所谓的口红效应，而是正向的文化发展延伸的结果。票房增长实际上是电影市场必然需要的基础所致，而中国社会经济所带来的便利自然不可忽略，2015年中国GDP是67.7万亿元（约10.42亿美元），世界第二，但就增长的近5000亿美元，就相当于瑞典的全年GDP。尽管我们的GDP增长是6.9%，印度是7.5%，但印度GDP只有2万亿美元，和中国没有可比性。涉及人均GDP，当下中国是7000多美元，如果实现“十三五”目标，中国GDP可能达到90万亿元人民币，人均超过12000美元，就将闯过“中等收入陷阱”而进入高收入国家。中国经济对于世界经济的发展至关重要，与此相应，电影市场和与经济相匹配，它应该呈现良好景象。事实上电影市场的火爆与经济实力相关，资本进入促发着更大市场的开拓潜力，我们看得见的若干年来刚性的市场增长就是证明。虽然2016年随着市场调整出现增幅下降，但不会改变发展态势。

二、刚性的观众群落增长，是中国电影市场不断高推的重要因素。据《2015中国电影产业研究报告》统计，2014年全年城市影院观影人次达到8.3亿，同比增长34.52%。而2015年观众增长到12.6亿人次，2016年应当能超过人口总量。毫无疑问，青年观众是观影的主力军和增长梯队，对电影的热爱难以消减。但谁是观众主体？21岁左右占据重要位置，有人也提出是小镇青年。是青年这一群体刚性增长，而不是其他，才是正确的提法。研究发现：25岁以上的“90前”其实更愿意在电影上产生消费。电影上映周期内更愿意走入影院观影的观众，主力是落在25-35岁，而不是25岁以下。不难理解，任何关系到消费的行为，其本质上都是和收入密切相关的。收入和观影频次的关系，呈现出非常明显的正相关，并且在不同观影频次中，月收入3000-10000元的观众占比均为最高，3000元以上收入人群占总体核心观影人群的86%，在各级城市都是这一收入群体支撑起了票房。也许我们应该站在这样的角度看待，不是简单的所谓小镇青年，其实是中国

人随着经济发展文化素养提高，二、三线城市文化青年的普遍提高，刚性观众的提高，这个趋势下中国经济高速增长推升了文化以及文化人对电影的喜爱程度。

三、刚性的电影创作批量化。当下值得讨论的好电影增多，是刚性增长的另一面，改变了过去孤立地谈论某些文化电影的角度，因为电影形态已经完全不一样了，比如和好莱坞合拍的电影《功夫熊猫3》本土化十分明显，票房近10亿元；《西游记之孙悟空三打白骨精》在技术层面的观感相当出色，票房收益也超过10亿元。还包括《老炮儿》《十二公民》《山河故人》《刺客聂隐娘》《烈日灼心》《滚蛋吧！肿瘤君》《狼图腾》《一个勺子》《师父》《路边野餐》《湄公河行动》等获得人们赞誉的电影，在数量、质量上可资谈论的都日渐增加。新一代导演的热情带来创作上的新景观，这一代人适应3D为主的市场和现在受众素养群落，整个电影创作的面貌大大不同。《美人鱼》票房高达30多亿元，是中国经济发展与文化相匹配的电影例证。而相得益彰的是，中国文化人观影的增长对电影素养的提高，将来会更好促使大电影市场数量和质量的进一步发展。

三个刚性使中国电影的发展前景不可估量，但强调做既有质量的市场和有诚意的电影，又有本土创意的作品才是我们的目标。当市场蓬勃发展，哪怕像过去批评的问题还存在，但一定会有更好更大排量的电影、更多合家欢的电影、更多能容纳好莱坞而逐渐把我们自己做大的电影市场，那时中国电影将进入一个新阶段。不用担心中国电影人的智慧和中国人引进学习借鉴的创作力量，相信电影艺术质量会更大要高，有更好的作品出现。当然中国电影该做好一种准备，我们的技术远比过去要高，需要把技术提升进化到人文关怀、思想情感方面。很多人畏首畏尾不敢触及现实，对人性不敢表达，试图做高大上，却难免门可罗雀。电影需要追求光明，但更要入心入理。对贫富差距、暴力、纯朴等世道人心和社会价值方面，是有许多启发意义。由此，我们需要从三个文化景观角度继续拓展，即中国电影需要加强基于现实探索的人文景观、基于融通中外的合家欢景观、基于创造性的浪漫景观。

总之，我们需要不断增强跨文化交流，因为它指向不同文化背景与地域文化之间的相互跨越对话。在互联网时代加速不同文化的碰撞中，跨越文化的交流、碰撞、冲击和吸纳，已经成为普遍现象。电影无疑是文化中的核心传播对象，跨越现象无所不在，中国电影和亚洲电影的丰盛化才是世界电影丰富化的重要标志。

感谢来自四面八方的研究者团聚在北师大亚洲与华语电影研究中心，为这一本前所未有规模的亚洲电影聚合研究做出贡献，尤其是中心执行主任张燕教授为此付出艰辛努力。因为有对亚洲电影的热爱关注与研究热情，才有了这本《亚洲电影蓝皮书2016》的顺利问世。

# 目 录

## 第一章

### 中国内地电影产业与创作……001

第一节 2015-2016年中国内地电影产业状况 / 002

第二节 2015年中国内地电影产业重要现象 / 007

第三节 2015年中国内地电影创作概况 / 014

第四节 2015年中国内地重要影片 / 017

附录资料 / 027

## 第二章

### 中国香港电影产业与创作……031

第一节 2015年中国香港电影产业状况 / 032

第二节 2015年中国香港电影产业重要现象 / 041

第三节 2015年中国香港电影创作概况 / 047

第四节 2015年中国香港重要影片:《五个小孩的校长》/ 050

附录资料 / 052

## 第三章

### 中国台湾电影产业与创作……055

第一节 2015年中国台湾电影产业状况 / 056

第二节 2015年中国台湾电影产业重要现象 / 061

第三节 2015年中国台湾电影创作概况 / 063

第四节 2015年中国台湾重要电影:

《刺客聂隐娘》《我的少女时代》/ 067

附录资料 / 072



## 第四章

### 韩国电影产业与创作……075

第一节 2015年韩国电影产业状况 / 076

第二节 2015年韩国电影产业重要现象 / 083

第三节 2015年韩国电影创作概况 / 091

第四节 2015-2016年韩国重要电影:《老手》《哭声》/ 098

附录资料 / 104

## 第五章

### 日本电影产业……107

第一节 2015年日本本土电影发展概况 / 108

第二节 2015年日本进口电影发展概况 / 111

第三节 2015年日本电影市场发展情况 / 113

第四节 2015年日本院线与影院建设情况 / 118

## 第六章

### 印度电影产业与创作……121

第一节 2015年印度电影产业状况 / 122

第二节 2015年印度电影产业重要现象 / 126

第三节 2015年印度电影创作概况 / 128

第四节 2015年印度重要电影:《巴霍巴利王:开端》/ 132

附录资料 / 135

## 第七章

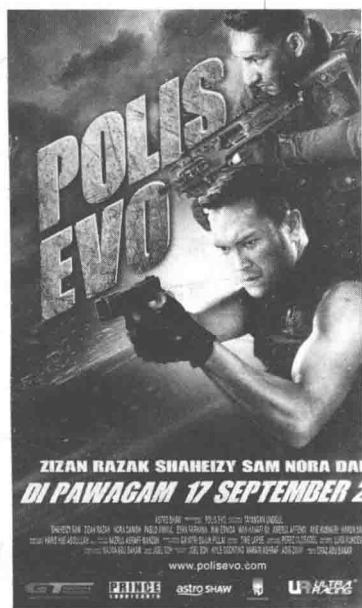
### 泰国电影产业与创作……137

第一节 2015年泰国电影产业状况 / 138

第二节 泰国电影主要制作力量及发行放映体系 / 145

第三节 代表影人:阿彼察邦·韦拉斯哈古及其电影创作 / 148

附录资料 / 155



## 第八章

### 马来西亚电影产业与创作……159

第一节 2015年马来西亚电影产业状况 / 160

第二节 2015年马来西亚电影重要公司 / 168

第三节 2015年马来西亚电影创作概况 / 173

第四节 2015年马来西亚重要电影:《绝地战警》

《一路有僵尸》《那一夜我们看飞碟》/ 178

附录资料 / 183



## 第九章

### 越南电影产业与创作……191

第一节 2015-2016年越南电影产业状况 / 192

第二节 2015-2016年越南电影产业重要现象 / 198

第三节 2015-2016年越南电影创作概况 / 204

第四节 2015年越南重要电影:《大爸爸,小爸爸和其它故事》/ 212

附录资料 / 217

## 第十章

### 伊朗电影产业与创作……219

第一节 2015-2016年伊朗电影产业状况 / 220

第二节 2015年伊朗电影产业重要现象 / 223

第三节 2015-2016年伊朗电影创作概况 / 225

第四节 2015年伊朗重要电影:《出租车》《穆罕默德》/ 231

附录资料 / 235



## 第十一章

### 新加坡电影产业与创作……241

第一节 2015年新加坡电影创作及产业概况 / 242

第二节 2015年新加坡重要电影:《七封信》/ 248

第三节 新加坡电影正在“走出去” / 252

附录资料 / 255

## 第十二章

### 菲律宾电影产业与创作……257

第一节 菲律宾电影发展简史 / 258

第二节 2015年菲律宾商业电影发展状况 / 260

第三节 2015年菲律宾电影产业问题与对策 / 262

第四节 2015年菲律宾商业电影与独立电影：对抗抑或共赢 / 267

第五节 2015年菲律宾电影的继承与开拓 / 274

附录资料 / 277

## 第十三章

### 以色列电影产业与创作……287

第一节 以色列电影发展简史 / 288

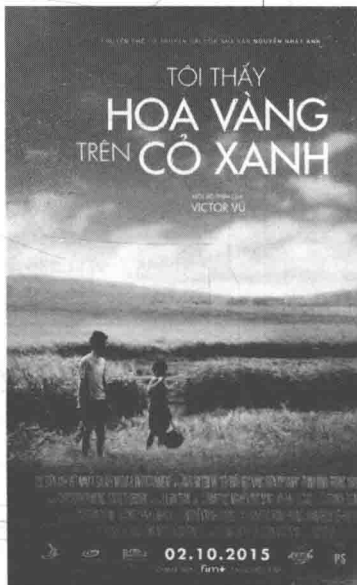
第二节 2015-2016年上半年以色列电影产业状况 / 293

第三节 2015-2016年以色列电影产业重要现象 / 300

第四节 2015年以色列电影创作概况 / 305

第五节 2015年以色列重要电影：《爱与黑暗的故事》/ 308

附录资料 / 313



## 第一章

# 中国内地电影产业与创作

### 第一节

2015-2016年中国内地电影产业状况 / 002

### 第二节

2015年中国内地电影产业重要现象 / 007

### 第三节

2015年中国内地电影创作概况 / 014

### 第四节

2015年中国内地重要影片 / 017

附录资料 / 027

2015年是中国电影近年来产业发展的一次大跳跃，超规模呈现市场收益，以大大高于往年近50%的速率发展令人振奋，在“十二五”收官之年呈现漂亮的市场局面。2015年是在2014年发展基础上产业跃进更为急速的一年，这两年中国电影市场加速度是全部电影人努力的结果。

## 第一节 2015—2016年中国内地电影产业状况

回望和比较才能看清2015年电影市场的跨越速率。2015年全年共创作生产故事影片686部，动画影片51部。国产影片已经可以和好莱坞某种程度上相抗衡，在年度电影收益总票房440.69亿元人民币中，国产片票房总额达到271.36亿元，占总票房的61.58%。这是前所未有的票房数字，与2014年相比，增加了109.81亿元，增长了68%。

### 一、2015—2016年中国电影市场状况

2015年市场爆发的架势出乎意料，票房超过一亿元的影片共计有81部，而国产过亿影片占到一半以上的47部。这一年，首次诞生了两部票房超20亿元的影片，进口片《速度与激情7》（24.26亿元），国产片《捉妖记》（24.39亿元）排名第一，在前八部都超过11亿元票房的影片中，国产片占据5部。在2015年年度TOP10影片中，国产片拿下了7部，除了《捉妖记》排名第一外，《港囧》以16.20亿元位列第三，《寻龙诀》排第四，《夏洛特烦恼》以14.35亿元排第六，《煎饼侠》和《澳门风云2》随其后排列。最值得欣喜的是，《西游记之大圣归来》斩获9.53亿元排列第十，对动画电影而言，该片成为内地上映的动画电影票房冠军，打破《功夫熊猫2》保持了4年的6.17亿元票房纪录。

2015年的骄人数据显示了中国电影在内地市场已经具有的多样性实力。根据中国电影艺术研究中心“2015年春季档期中国电影观众满意度”的调查数据显示，观众对春季档上映的电影处于满意区间，观赏性、思想性、传播度三大指数均位于“比较满意”高位及以上水平。而调查2015年国庆档6部国产影片的结果显示：国庆档观众总体满意度为79.6分（满分为100分），较暑期档有所回落，位于“较为满意”区间。其中，票房表现平稳的《解救吾先生》以82.7分获档期内观众满意度第一，《夏洛特烦恼》《港囧》分列第二、三位。总之，中国电影进入市场高扬并且追求更为全面的发展之路。

但这一趋势似乎在2016年延续了一个季度,抬高大众期待后,市场却犹如过山车一般形成了大起大落的局面:高开低走,持续放慢增幅,不断挑战2015年造就的上扬局面。

接续2015年的高速增长,2016年开端的确令人惊讶,第一季度内地市场票房为144.7亿元,同比增加51.2%,观影人次达到4.2亿,同比增加57.9%,再次创造新高。而贺岁档、春节档以及情人节档期的强势依然不减,7天36亿元让“史上最火春节档”名声大振。统计数字表明,2016年第一季度三个月的票房分别是:1月38.4亿元,二月68.8亿元,三月37.5亿元,同比分别增加49%、67%、30%。显然2月是因为春节档,票房占比48%,达到了1月份数值的2倍。而3月则环比下降46%。2016年的影片上映数量普遍增加,第一季度共上映106部电影,比2015年同期增加19部,其中票房前三甲是《美人鱼》《疯狂动物城》《西游记之三打白骨精》,分别获得票房33.9亿元、13.3亿元、11.9亿元。票房前10名累积112.5亿元,市场份额季度占比77.7%。本季度共有20部影片票房过亿元,其中4部影片票房破10亿元。2016年第一季度排名前十的国产影片累积票房94.7亿元,同比增长95.1%;进口片前十名票房累积38.2亿元,同比增长18.5%。第一季度国产片票房的收获,令人增强了再次超速的期望,但要承认,其中的确有影片质量提升的因素,依然是不到十分之一的影片获得近八成票房,《美人鱼》《寻龙诀》《老炮儿》显然做出了很大贡献。

市场的变局也似乎在不断提醒世态难测,实际上,电影作为大众文化潮流影响的产物,在一次次风向变化中,显示出文化习性不稳定的特点。在大片兴旺时,一味推高大片而导致大片影响不大的微妙现象;样式的打破诸如疯狂系列的出现,又形成大批跟风创作不尽如人意的结果;市场追求导致的资本介入,导致市场失态和创作受影响。2016年第二季度的中国内地市场电影票房累积100.6亿元,同比下降5.8%,环比下降43.8%,观影人次达3亿,同比有小幅6.5%的上涨,环比下降36.6%。2016年第二季度三个月票房分别为:31.11亿元、31.38亿元和38.1亿元。4月票房比2015年缩水近10亿元,同比下降约25%,5月较2015年同期出现约2%的小幅跌落。6月份,进口大片“轮流坐庄”,包括《X战警:天启》、超级IP《魔兽》、迪士尼动画《海底总动员2:多莉去哪儿》以及《独立日:卷土重来》等影片的上映,使票房趋势出现逆转,单月38.1亿元的票房达到近五年来同期最高,较2015年同比上涨13.6%,比4月、5月分别高出6.9亿元、6.7亿元。尽管第二季度电影票房不及第一季度是每一年的常态,但第二季度的票房低潮导致2016年上半年只报收246亿元,同比增速只为21%,于是曾经因为2015年的超高速增长而期望这一年实现600亿元的目标有了危险。

但真正的失落在暑期档。与2015年同期相比,2016年暑期档票房收益同

比减少0.38%，但观影人次比2015年同期增长5.01%。其中，国产影片票房为63.36亿元，比2015年同期减少30.82%，国产影片份额比2015年减少22.42%。暑期档收官后看，有95部电影涌入，比2015年的86部增长11%，但平均票房比2015年减少9%，国产电影整体表现却差强人意，由2015年的72%下跌至52%，其中的因素在于票房不振改变了国产片保护月的惯例，让更多外片进入。暑期档总票房为125亿元，与2015年的124.31亿元基本持平，但票房增幅却创近9年来新低，口碑质量也遭到普遍质疑。市场表现平淡还反映在没有一部影片票房过10亿元，票房最高的电影为《盗墓笔记》，达到9.87亿元。但市场增长减速似乎不止于国产片，进口片也只有《魔兽》票房超过14.6亿元，而其后上映的《X战警：天启》《惊天魔盗团2》《独立日：卷土重来》3部影片票房之和几乎与之相当。

2016年9月2日，国家新闻出版广电总局电影专资办发布8月票房月报，电影票房报收40.545亿元，排映场次686万场，观影人次达1.257亿。至此，暑期档（6月1日至8月31日）总票房达到124.29亿元。在2016年的票房从增长幅度下降到票房下降，似乎带来极为不利的市场境况。受暑期以来的整个电影市场寒潮的颓势影响，9月电影市场依然没有改变下跌趋势，这一个月以23.18亿元总票房成绩收官，同比2015年的34.3亿元重挫33%，不仅超过4月份24%的跌幅纪录，也是2016年第4个同比下滑的月份。根据历史资料，上一次触目惊心的票房四连跌的情况还是在五年前——2011年前4个月曾连续低于前一年同期表现；而2016年则是从高处一路下挫，不仅将2016年期待极高的趋势改变，并且似乎预示着整个年头的增长率将大大改变而令人揪心。

## 二、2015—2016年中国电影发行放映状况

2015年中国电影产业状况还与创作及放映总量、影院数量和银幕数量、观影人次等相关。根据国家广电总局电影局通报，2015年我国全年共生产故事片686部，动画片51部。而据第三方统计网站“电影票房”的数据，全年共上映新片357部，其中国产片300部左右。换言之，这一年拍出的电影只有一半左右进过影院。这300部左右的国产片中，票房前20的电影占据了50%的票房，全年城市影院观众12.6亿人次，同比增长51.08%。中国现有人口约14亿，城市人口约7亿，等于城市人口人均年观影次数为1.8次（相比起韩国的人均4.3次和北美的人均3.6次，依然差距明显）。另据第三方数据，2015年全国平均上座率17.5%，虽然比2014年的15%稍有增长，但依然很低。但截至2016年9月21日，2016年全国观影人次为10.34亿，较2015年同期增长近18%，显然观众观影总人数在增加。

2015年全年新增影院1200余家,新增银幕8035块,日均增长超过22块。到2015年底全国影院总数超过6000家,银幕总数达31627块,与全球最大的北美市场只差约7000块。全国共有县级影院3241家,县级影院银幕12777块。按照2015年日均增加银幕数的速率,内地电影银幕数逼近北美指日可待。但显然,单块银幕数增加票房却反向缩水,“13%的票房增幅根本跟不上41%的银幕数增幅,影院的盈利压力变得更大”。按照北京冠宇影院管理股份有限公司CEO金波介绍,2014年,全国票房收入在1000万元以下的影院占80%,而票房低于500万元的影院占66%。2015年,票房1000万元以下的占78%,低于500万元的占64%。而根据行业经验,一家影院票房低于1000万元,说明经营压力大。而年票房低于500万元,完全不可能盈利。如此看来,全国超过60%的影院处在困境中,或者处在困境边缘。一般认为,从大的趋势来看,一线城市影院建设几近饱和,二线城市增速放缓,而主要的布局在三、四线城市中进行。

2015年中国电影市场上共有47条城市院线,其中行业标杆万达院线以58.9亿元票房总收益居首,同比增39.8%,市场份额13.5%,同比降0.8个百分点。万达院线以发展7个以上的多厅为标准,其他院线则以4-6个厅为主。2015年前十大院线票房总计289亿元,同比增49%,份额66.5%,同比增0.5个百分点。而47条城市院线中,23条同比增幅超过全国平均水平。据2016年2月3日《中国证券报》报道,在2015年中国院线前20排行榜中基本稳定次序,唯一变化的是,原处前六位置的上海联和院线,从2014年的排名第二降到第四。以依然占据排名第一的万达院线数据来看,从2014年的31亿元票房涨到58.9亿元。2016年上半年数据显示,2016年6月万达院线实现票房收入(含境外)7.5亿元,观影人次1687万人次。1-6月累计票房收入(含境外)40亿元,同比增长40.6%,累计观影人次9665万人次,同比增长49.2%。截至2016年6月30日,公司拥有已开业影院320家,2789块银幕。同时2016年上半年万达院线进行重大资产重组,1月以不超过35亿美元现金(约230亿元人民币)收购美国传奇影业公司,这是迄今中国企业在海外的最大一桩文化并购;5月13日,万达电影院线股份有限公司与万达影视传媒有限公司宣布完成对好莱坞电影娱乐整合营销公司Propaganda GEM与游戏发行公司互爱互动科技有限公司的战略并购;6月,万达院线宣布372亿元并购万达影视,万达院线发布公告称拟向万达投资等交易方购买万达影视100%股权。通过本次交易,上市公司主营业务将扩展至电影开发、投资、制作、发行、影游互动等领域,从而实现电影全产业链的打通。