

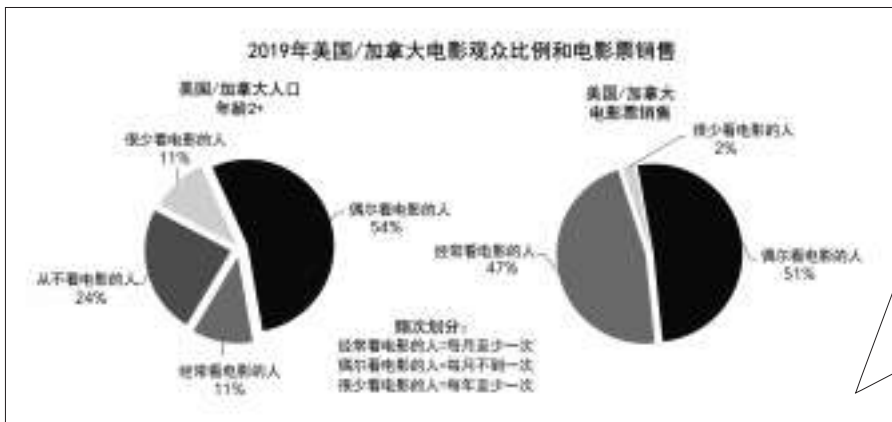
(上接第13版)

◎影院:观众统计学

►美国/加拿大观众组成分析

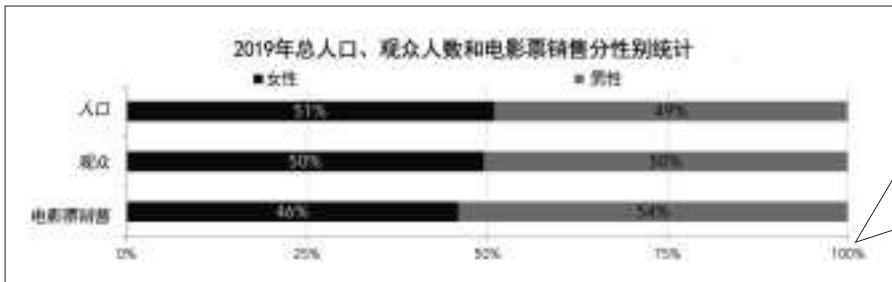


2019年美国/加拿大超过四分之三(76%)的2岁以上的公民——或2亿6800万人——至少一年去一次电影院,与2018年持平。平均每位观众(指一年起码去看一次电影的人)在2019年购买了4.6张电影票,较2018年的5.0张略有下降。

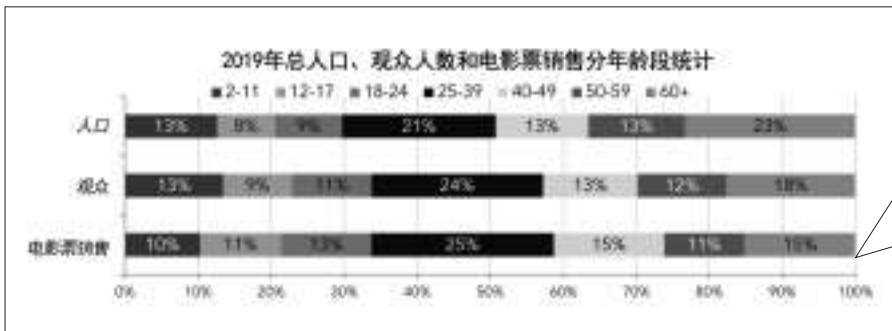


11%的美国/加拿大人属于经常去看电影的观众,他们每个月至少去看一次电影。2019年,经常去看电影的观众消费了47%的电影票。超过总人口一半以上的人(54%)属于偶尔看电影的人,他们购买了51%的电影票。很少看电影的人购买了2%的电影票(占人口的11%)。2019年电影观众的占比更偏向于不经常去的电影观众类别。

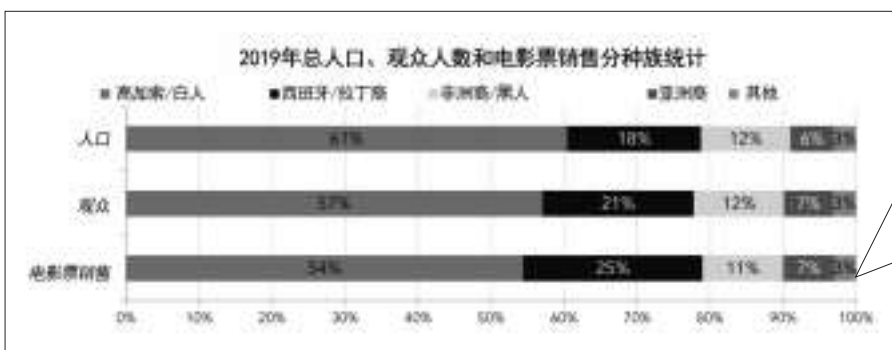
►美国/加拿大观众分类统计



2019年,观众(每年至少去一次电影院看电影)的男女比例中,女性观众与男性观众占比一样,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。



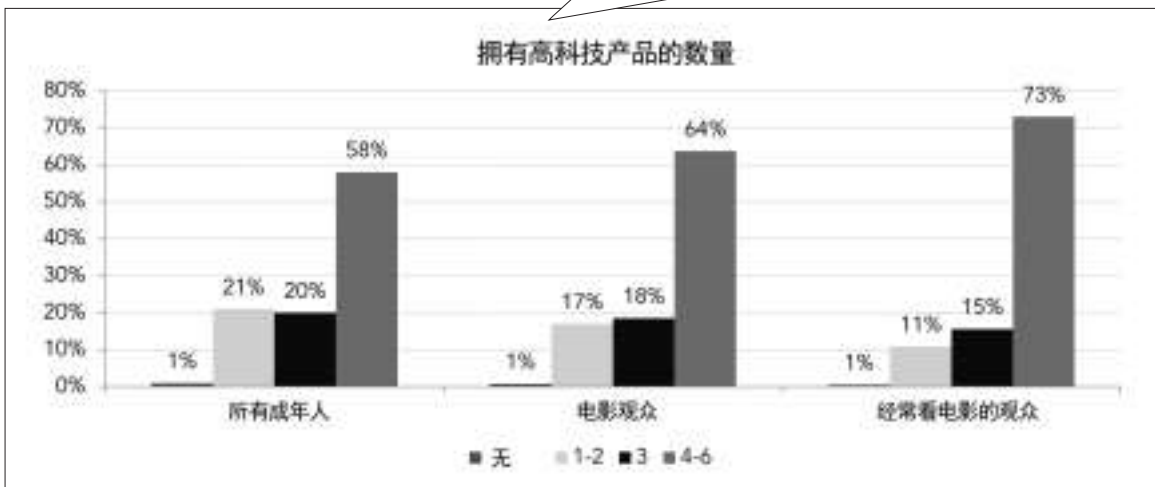
2019年,18-24岁和25-39岁组别的观众购买的电影票最多,这两个组别分别占总人口的9%和21%,分别消费了13%和25%的电影票。各年龄组的占比与2018年相似。



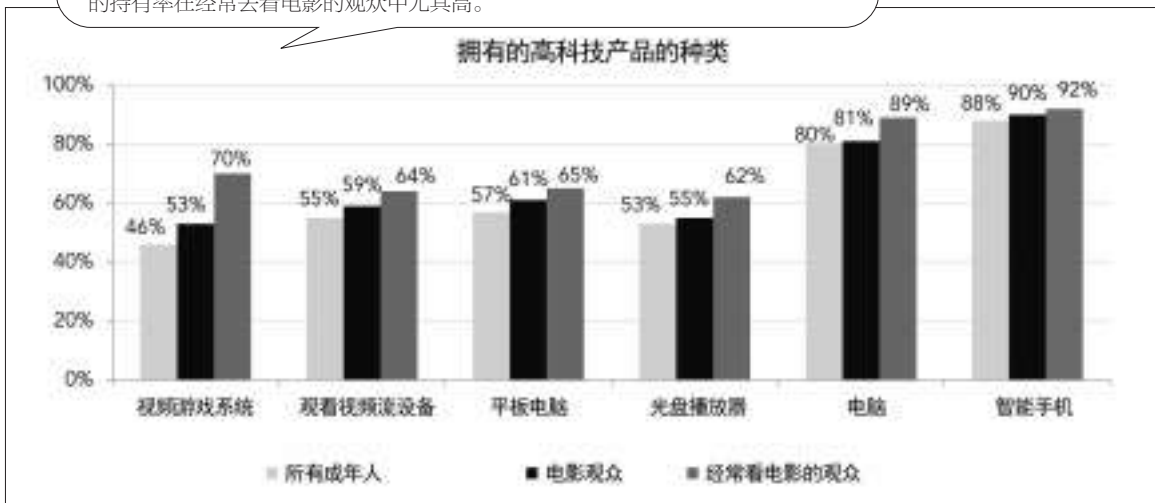
虽然高加索白人在总人口中的占比(61%)和在观众中的占比(57%)很高,但是在2019年购买电影票的占比(54%)上低于前面两个数值。2019年,西班牙/拉丁裔组别购买电影票占比(25%)高于在总人口中的占比(18%),与2018年情况一致。

►高科技产品&观众

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、光盘播放器、平板电脑、观看视频流媒体设备和视频游戏系统)。近四分之三(73%)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%。



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。视频游戏系统(70%)、观看视频流媒体设备(64%)、光盘播放器(62%)和电脑(89%)这几种产品的持有率在经常去看电影的观众中尤其高。



►美国/加拿大经常看电影的观众

2019年,经常看电影的观众群(每月去看一次电影的观众)为4000万人。25-39岁组别(1070万人)是人数最多的,其后是40-49岁组别(630万人),与2018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。

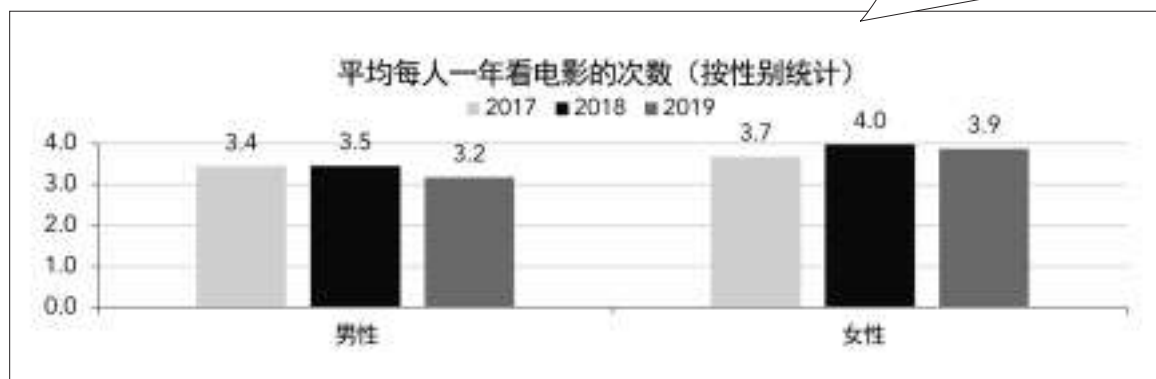


2019年,西班牙/拉丁裔观众占到了经常去看电影的总人数的26%,这一比例高于西班牙/拉丁裔人口在总人口中的占比(18%)。

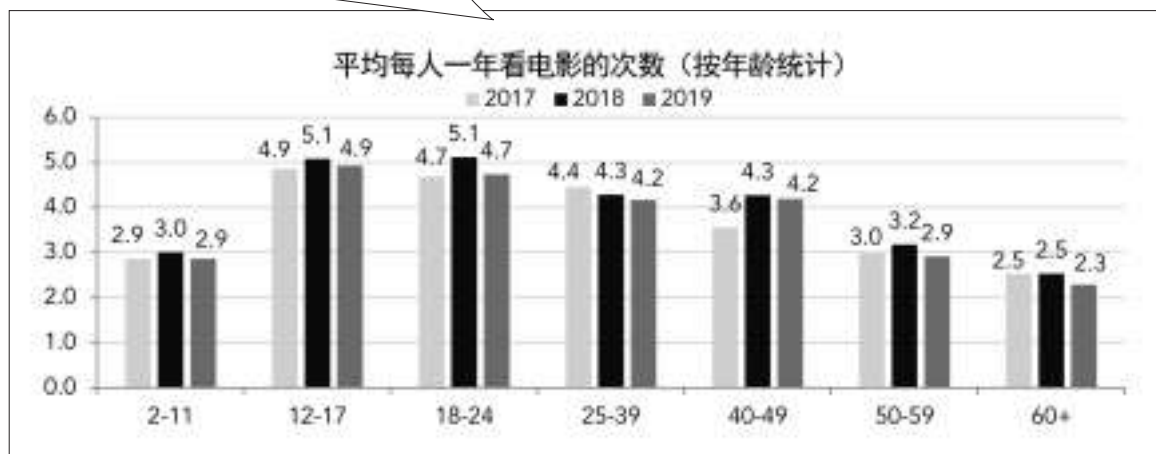


►美国/加拿大平均每人一年看电影的次数统计

2019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3.9次,高于女性的平均3.2次。



2019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分别为4.9次和4.7次;其后是25-39岁和40-49岁组别,平均每人一年观影次数为4.2次。2019年所有组别的观影次数都比2018年要低。



2019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2019年的平均每人一年观影次数都较2018年有所上升。

