



电影消费习惯调查报告

2012.10.25

简介

1. 54%的受访者最喜欢的电影类型是喜剧，其次是爱情（40%）
2. 56%的受访者最喜欢欧美地区的电影，其次是港台（16%）和内陆（14%）
3. 相比整体，更多月收入在5000元以上的受访者尝试过票务网站（22%）的购票方式
4. 61%的受访者几乎不去/从没去过电影院看电影，14%的受访者每月至少1次

.....

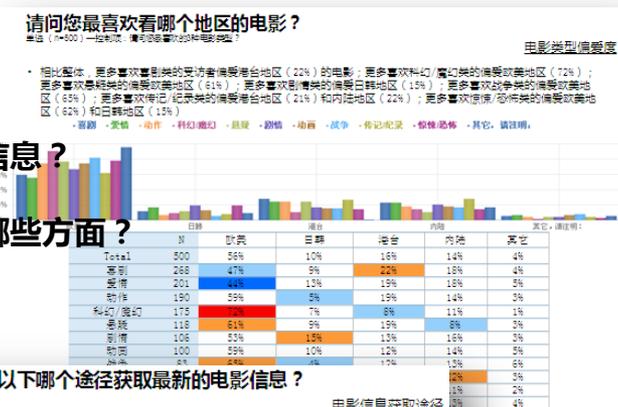
• **男性和女性分别偏向于何种类型的电影？他们更喜欢从何种渠道获取影片信息？**

• **对于喜欢欧美、日韩、内陆等地区电影的受访者，他们喜欢该地区电影的哪些方面？**

• **哪种购票方式是受访者更喜欢的？**

• **受访者对于目前电影票价的接受度如何？**

.....





Let's findoout, for YOU!

- 背景
- 概要
- 发现
- 启发
- 附件
调查问卷
关于我们

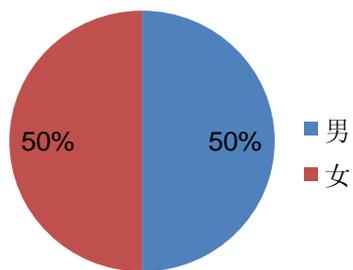
背景

- 目的
 - 了解受访者对目前电影市场的看法和态度
- 方法
 - 本次调查采用在线调查方法进行，问卷放置www.findoout.com的网站上
 - 调查于2012年10月23日开始，24日结束，为期2天
- 回收问卷数/有效问卷数/使用问卷数： 1195/623/500

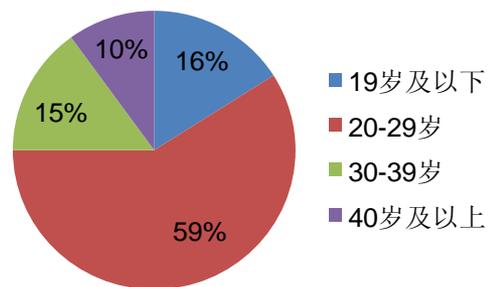
背景 (续)

■ 受访者

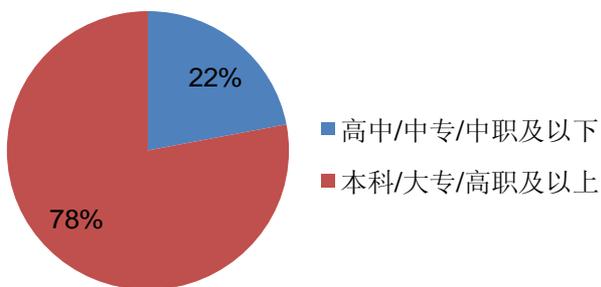
性别



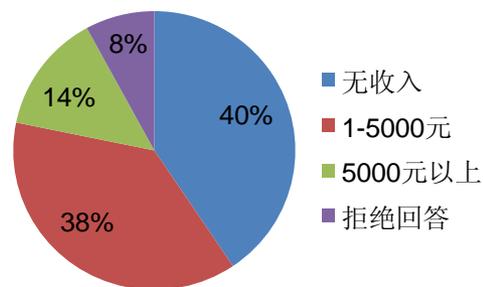
年龄



学历

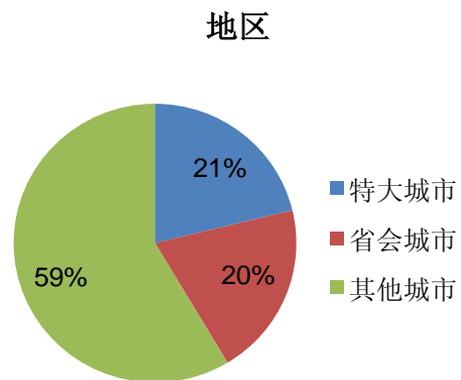
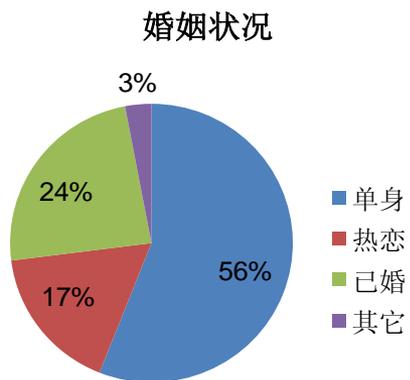


个人月收入



背景 (续)

■ 受访者





Let's findoout, for YOU!

- 背景
- 概要
- 发现
- 启发
- 附件
- 调查问卷

本次调查的主要发现

1. 54%的受访者最喜欢的电影类型是喜剧，其次是爱情（40%）
2. 56%的受访者最喜欢欧美地区的电影，其次是港台（16%）和内陆（14%）
3. 57%的受访者尝试过在电影院购票，其次是团购（28%）
4. 对于购票方式，在满分5分的情况下，得分最高的为团购 4.2分，其次是票务网站 3.6分，电影院 3.4分
5. 61%的受访者几乎不去/从没去过电影院看电影，14%的受访者每月至少1次
6. 72%的受访者一般星期六去电影院看电影，其次是星期日（44%），星期五（30%）
7. 会去电影院看电影的受访者中，18%最有可能通过电视/广播的途径获取最新的电影信息，其次是豆瓣/时光网等影评网站（15%）、各大门户网站（14%）
8. 会去电影院看电影的受访者中，57%认为电影票价贵，其中8%认为非常贵

本次调查的主要启发

1. 电影宣传可以社交媒体网站为主，配以话题式讨论和预测，针对不同电影类型的受众群不同，可在门户网站、微博等平台进行推广
2. 周二、周三半价票的活动更适合热恋中的受访者
3. 欧美大片依然主导着中国的电影市场
4. 电影票的购票方式依然集中在常规的影院购买



Let's findout, for YOU!

- 背景
- 概要
- 发现
- 启发
- 附件
调查问卷
关于我们

如何阅读本调查报告中的图表

示例问题：您知道中国国家副主席习近平于2012年2月出访了爱尔兰吗？

- 1 是指占总体的比例值。以本示例为例，即知道的人占 29%，不知道的占 71%；
- 2 底色为红色的值指比总体的百分比大10%或更多。在本示例中，36岁以上者（51%）知道此事的比例高于总体（29%）10%或以上；
- 3 底色为橙色的值是指比总体的百分比大5-9%之间；
- 4 底色为浅蓝色的值是指比总体的百分比小5-9%之间；
- 5 底色为蓝色的值是指比总体的百分比小10%或更多。

n>30	
显著差异	
	+10
	+5
	-5
	-10

1	总体	833	29%	71%
	男性	318	38%	62%
	女性	515	23%	77%
	18岁及以下	87	20%	81%
	18-25岁	451	23%	77%
	26-35岁	228	38%	62%
	36岁及以上	67	51%	49%
	上海	117	38%	62%
	北京	62	27%	73%
	广州	61	33%	67%
	省会城市	377	27%	74%
	县级市	147	31%	69%
	非城镇	69	20%	80%

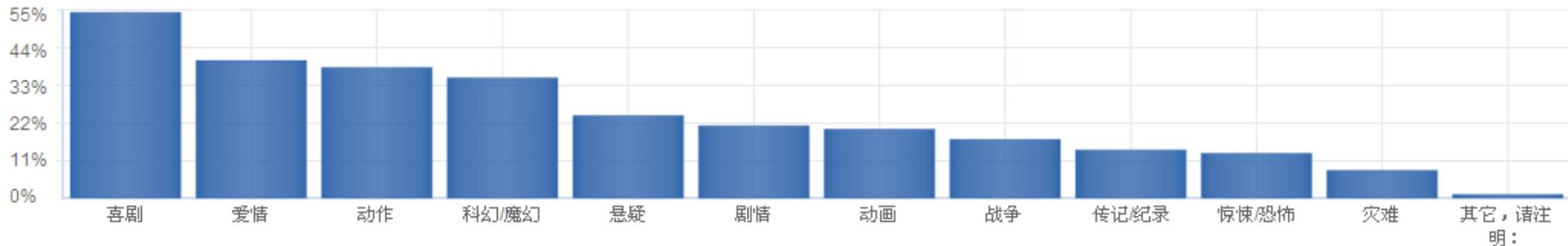
提示：
由于百分比取整的原因，横向合计可能会略高于或者低于100%，但是不会影响数据间的对比。

请问您最喜欢的3种电影类型？

复选 (n=500)

电影类型偏爱度

- 54%的受访者最喜欢的电影类型是喜剧，其次是爱情（40%）



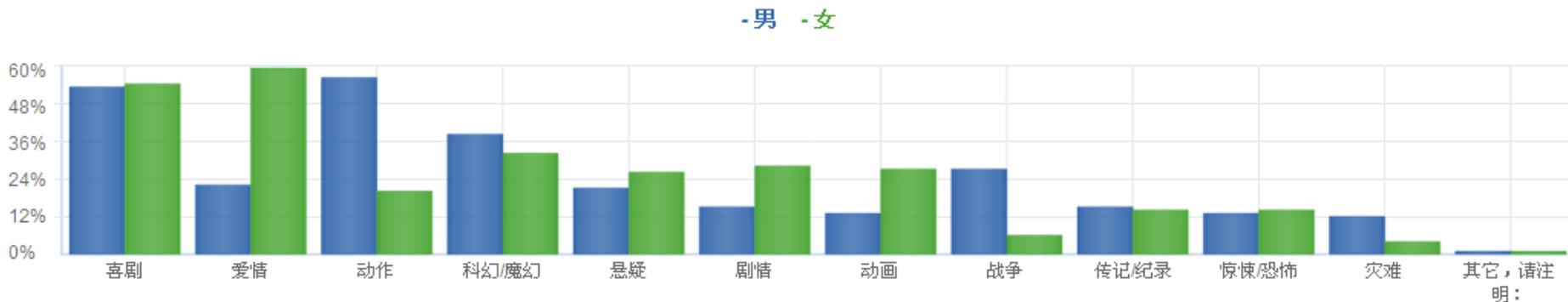
	N	喜剧	爱情	动作	科幻/魔幻	悬疑	剧情	动画	战争	传记/纪录	惊悚/恐怖	灾难	其它
Total	500	54%	40%	38%	35%	24%	21%	20%	17%	14%	13%	8%	1%

请问您最喜欢的3种电影类型？

复选 (n=500) — 控制项：性别

电影类型偏爱度

- 相比男性，更多的女性受访者喜欢爱情类 (59%)、剧情类 (28%) 和动画类 (27%) 电影
- 相比女性，更多的男性受访者喜欢动作类 (56%) 和战争类 (27%) 电影



	N	喜剧	爱情	动作	科幻/魔幻	悬疑	剧情	动画	战争	传记/纪录	惊悚/恐怖	灾难	其它
Total	500	54%	40%	38%	35%	24%	21%	20%	17%	14%	13%	8%	1%
男	250	53%	22%	56%	38%	21%	15%	13%	27%	15%	13%	12%	1%
女	250	54%	59%	20%	32%	26%	28%	27%	6%	14%	14%	4%	1%

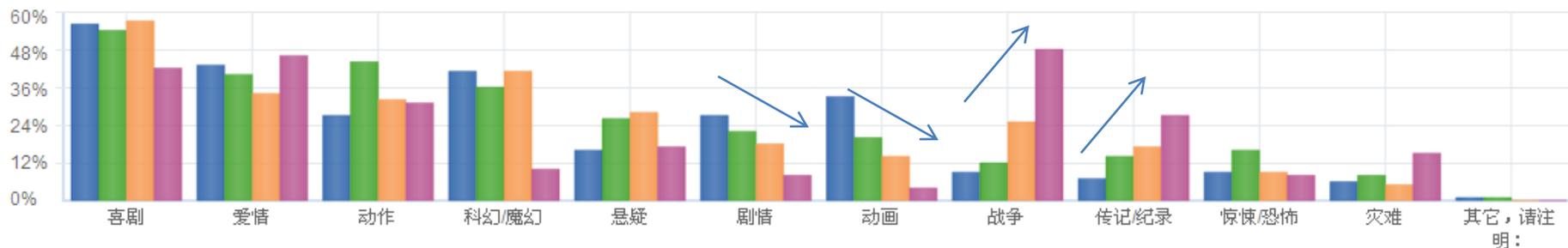
请问您最喜欢的3种电影类型？

复选 (n=500) — 控制项：年龄

电影类型偏爱度

- 从整体数据来看，剧情类和动画类电影的偏爱程度随着受访者年龄的上升而减少，而战争类和传记/纪录类的则随着年龄的上升而增加
- 相比整体，更多19岁及以下的受访者偏爱动画类 (33%) 电影
- 相比整体，更多40岁及以上的受访者偏爱战争类 (48%) 和传记/纪录类 (27%) 电影

- 19岁及以下 - 20-29岁 - 30-39岁 - 40岁及以上



	N	喜剧	爱情	动作	科幻/魔幻	悬疑	剧情	动画	战争	传记/纪录	惊悚/恐怖	灾难	其它
Total	500	54%	40%	38%	35%	24%	21%	20%	17%	14%	13%	8%	1%
19岁及以下	81	56%	43%	27%	41%	16%	27%	33%	9%	7%	9%	6%	1%
20-29岁	295	54%	40%	44%	36%	26%	22%	20%	12%	14%	16%	8%	1%
30-39岁	76	57%	34%	32%	41%	28%	18%	14%	25%	17%	9%	5%	0%
40岁及以上	48	42%	46%	31%	10%	17%	8%	4%	48%	27%	8%	15%	0%

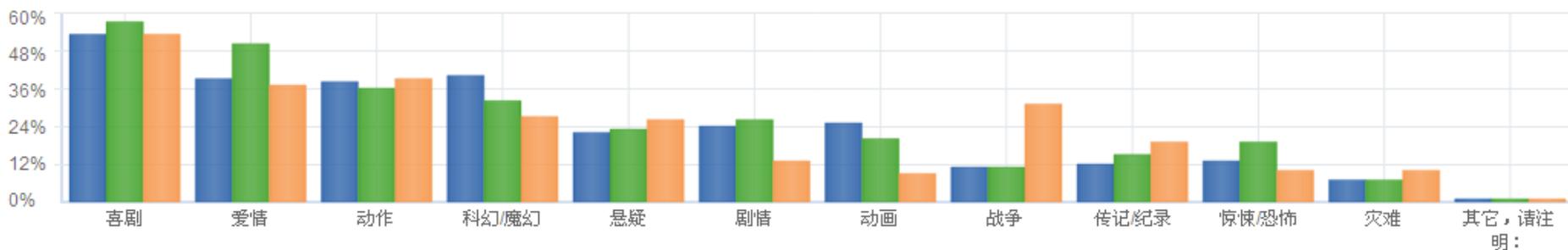
请问您最喜欢的3种电影类型？

复选 (n=500) — 控制项：婚姻状况

电影类型偏爱度

- 相比整体，更多单身的受访者偏爱科幻/魔幻类 (40%) 和动画类 (25%) 电影
- 相比整体，更多热恋中的受访者偏爱爱情类 (50%)、剧情类 (26%) 和惊悚/恐怖类 (19%) 电影
- 相比整体，更多已婚/其他的受访者偏爱战争类 (31%) 和传记/纪录类 (19%) 电影

- 单身 - 热恋 - 已婚/其他



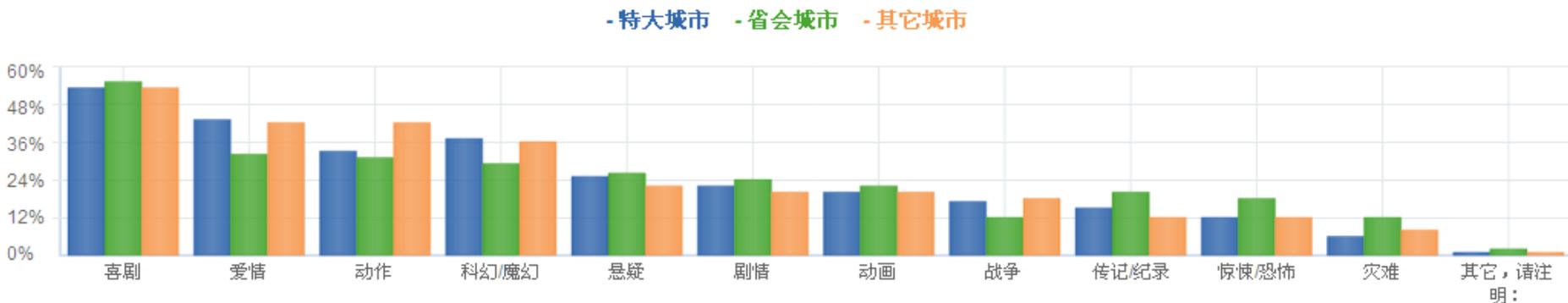
	N	喜剧	爱情	动作	科幻/魔幻	悬疑	剧情	动画	战争	传记/纪录	惊悚/恐怖	灾难	其它
Total	500	54%	40%	38%	35%	24%	21%	20%	17%	14%	13%	8%	1%
单身	280	53%	39%	38%	40%	22%	24%	25%	11%	12%	13%	7%	1%
热恋	84	57%	50%	36%	32%	23%	26%	20%	11%	15%	19%	7%	1%
已婚/其他	136	53%	37%	39%	27%	26%	13%	9%	31%	19%	10%	10%	1%

请问您最喜欢的3种电影类型？

复选 (n=500) — 控制项：地区

电影类型偏爱度

- 相比整体，更多省会城市的受访者偏爱传记/纪录类 (20%) 和惊悚/恐怖类 (18%) 电影



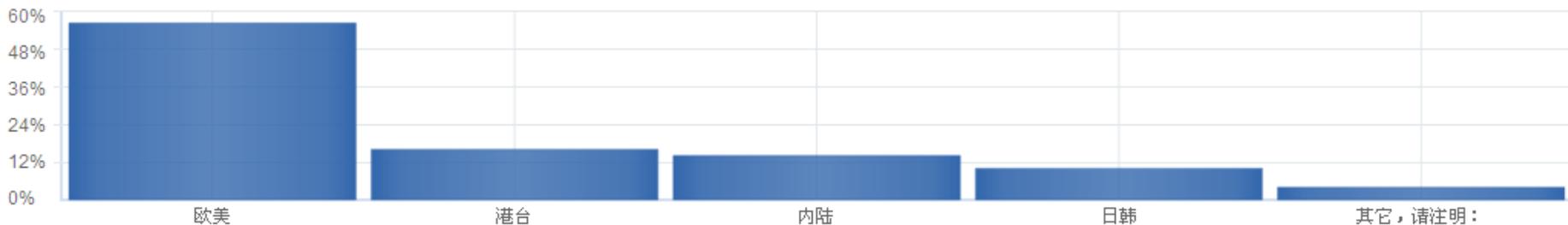
	N	喜剧	爱情	动作	科幻/魔幻	悬疑	剧情	动画	战争	传记/纪录	惊悚/恐怖	灾难	其它
Total	500	54%	40%	38%	35%	24%	21%	20%	17%	14%	13%	8%	1%
特大城市	107	53%	43%	33%	37%	25%	22%	20%	17%	15%	12%	6%	1%
省会城市	102	55%	32%	31%	29%	26%	24%	22%	12%	20%	18%	12%	2%
其它城市	291	53%	42%	42%	36%	22%	20%	20%	18%	12%	12%	8%	1%

请问您最喜欢看哪个地区的电影？

单选 (n=500)

电影类型偏爱度

- 56%的受访者最喜欢欧美地区的电影，其次是港台（16%）和内陆（14%）



	N	欧美	港台	内陆	日韩	其它
Total	500	56%	16%	14%	10%	4%

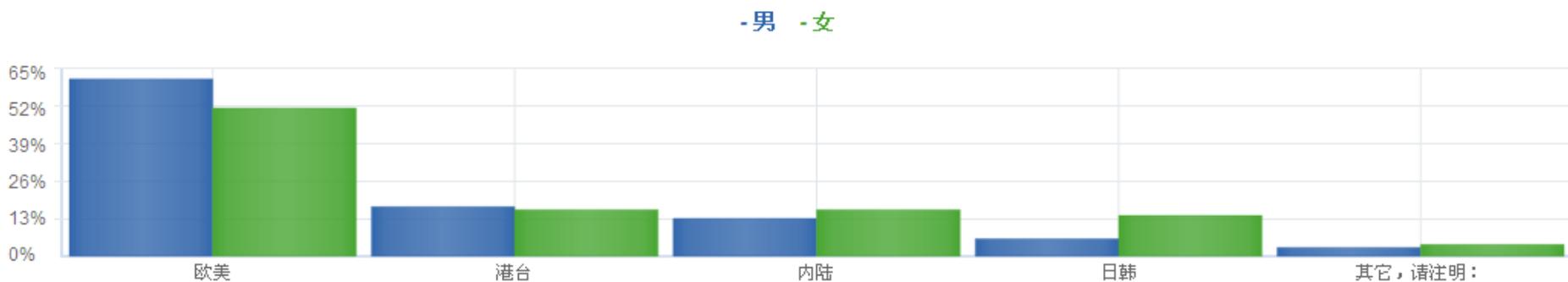
电影消费习惯调查报告 | 20121025

请问您最喜欢看哪个地区的电影？

单选 (n=500) — 控制项：性别

电影类型偏爱度

- 相比女性，更多男性受访者喜欢欧美地区 (61%) 的电影



	N	欧美	港台	内陆	日韩	其它
Total	500	56%	16%	14%	10%	4%
男	250	61%	17%	13%	6%	3%
女	250	51%	16%	16%	14%	4%

请问您最喜欢看哪个地区的电影？

单选 (n=500) — 控制项：年龄

电影类型偏爱度

- 相比整体，更多19岁及以下的受访者喜欢日韩地区（25%）的电影
- 相比整体，更多20-29岁的受访者喜欢欧美地区（62%）的电影
- 相比整体，更多30-39岁的受访者喜欢港台地区（25%）的电影



	N	欧美	港台	内陆	日韩	其它
Total	500	56%	16%	14%	10%	4%
19岁及以下	81	41%	9%	17%	25%	9%
20-29岁	295	62%	16%	15%	6%	1%
30-39岁	76	54%	25%	11%	7%	4%
40岁及以上	48	46%	21%	10%	8%	15%

电影消费习惯调查报告 | 20121025

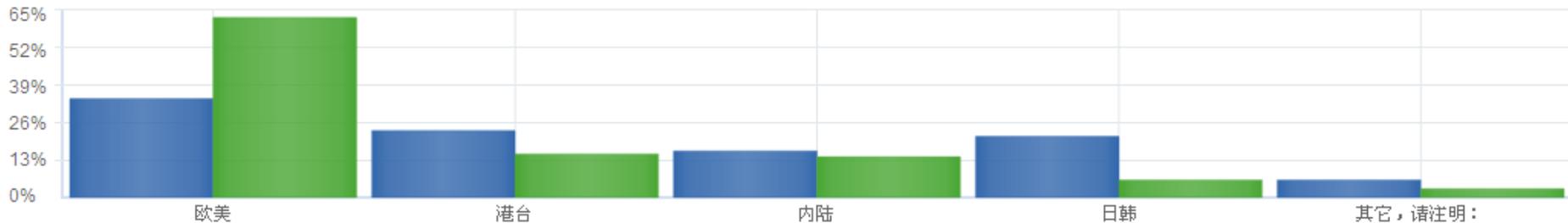
请问您最喜欢看哪个地区的电影？

单选 (n=500) — 控制项：学历

电影类型偏爱度

- 相比整体，更多低学历的受访者喜欢港台地区（23%）和日韩地区（21%）的电影
- 相比整体，更多高学历的受访者喜欢欧美地区（62%）的电影

- 高中/中专/中职及以下 - 本科/大专/高职及以上



	N	欧美	港台	内陆	日韩	其它
Total	500	56%	16%	14%	10%	4%
高中/中专/中职及以下	110	34%	23%	16%	21%	6%
本科/大专/高职及以上	390	62%	15%	14%	6%	3%

电影消费习惯调查报告 | 20121025

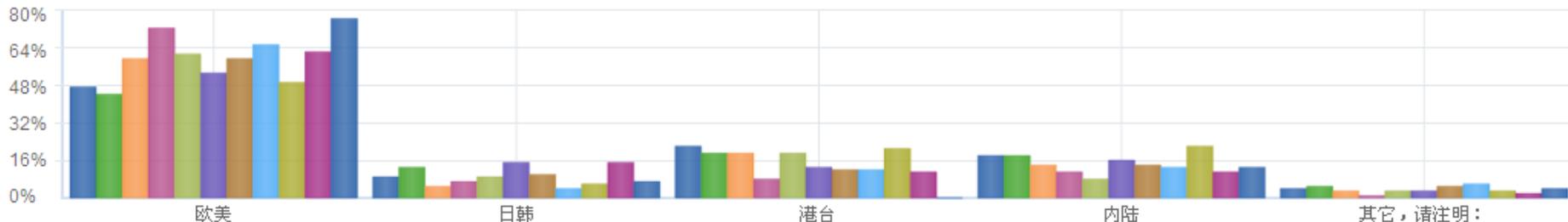
请问您最喜欢看哪个地区的电影？

单选 (n=500) — 控制项：请问您最喜欢的3种电影类型？

电影类型偏爱度

- 相比整体，更多喜欢喜剧类的受访者偏爱港台地区（22%）的电影；更多喜欢科幻/魔幻类的偏爱欧美地区（72%）；更多喜欢悬疑类的偏爱欧美地区（61%）；更多喜欢剧情类的偏爱日韩地区（15%）；更多喜欢战争类的偏爱欧美地区（65%）；更多喜欢传记/纪录类的偏爱港台地区（21%）和内陆地区（22%）；更多喜欢惊悚/恐怖类的偏爱欧美地区（62%）和日韩地区（15%）

- 喜剧 - 爱情 - 动作 - 科幻/魔幻 - 悬疑 - 剧情 - 动画 - 战争 - 传记/纪录 - 惊悚/恐怖 - 其它，请注明：



	N	欧美	日韩	港台	内陆	其它
Total	500	56%	10%	16%	14%	4%
喜剧	268	47%	9%	22%	18%	4%
爱情	201	44%	13%	19%	18%	5%
动作	190	59%	5%	19%	14%	3%
科幻/魔幻	175	72%	7%	8%	11%	1%
悬疑	118	61%	9%	19%	8%	3%
剧情	106	53%	15%	13%	16%	3%
动画	100	59%	10%	12%	14%	5%
战争	83	65%	4%	12%	13%	6%
传记/纪录	72	49%	6%	21%	22%	3%
惊悚/恐怖	66	62%	15%	11%	11%	2%
其它	45	76%	7%	0%	13%	4%

请问您为什么喜欢该地区的电影？

开放题

电影类型偏爱度

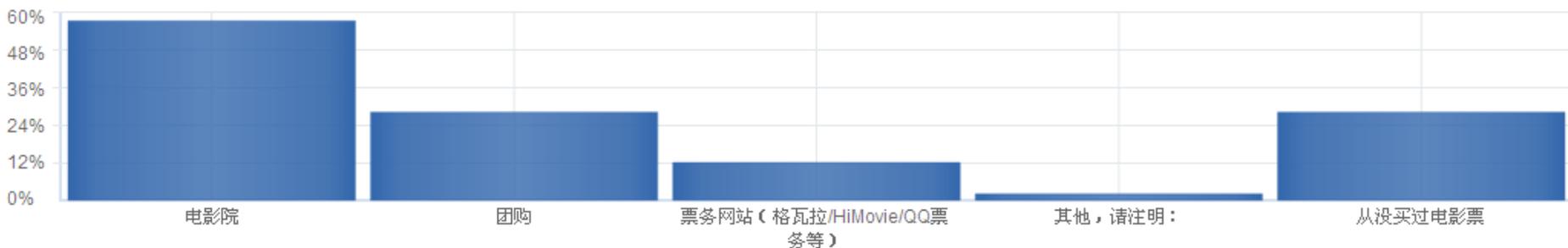
- 选择喜欢看港台地区电影的受访者 喜欢该地区电影的原因为：
 1. 喜欢该地区的语言（广东话）
 2. 喜欢该地区的明星（成龙、周星驰等）
 3. 剧情好，进展快
 4. 文化相通
 5. 励志，值得学习
- 选择喜欢看内陆地区电影的受访者 喜欢该地区电影的原因为：
 1. 支持国产
 2. 更贴近生活
 3. 能听得懂语言
- 选择喜欢看欧美地区电影的受访者 喜欢该地区电影的原因为：
 1. 场面宏伟
 2. 画面制作精良
 3. 具有想象力
 4. 故事情节好
 5. 学习英语
 6. 喜欢欧美的风格和表现手法
 7. 幽默、真实、有深度
- 选择喜欢看日韩地区电影的受访者 喜欢该地区电影的原因为：
 1. 情节感人、故事细腻
 2. 演员养眼

请问您尝试过以下哪些购票方式？

复选 (n=500)

购票方式

- 57%的受访者尝试过在电影院购票，其次是团购（28%）



	N	电影院	团购	票务网站（格瓦拉/HiMovie/QQ票务等）	其他	从没买过电影票
Total	500	57%	28%	12%	2%	28%

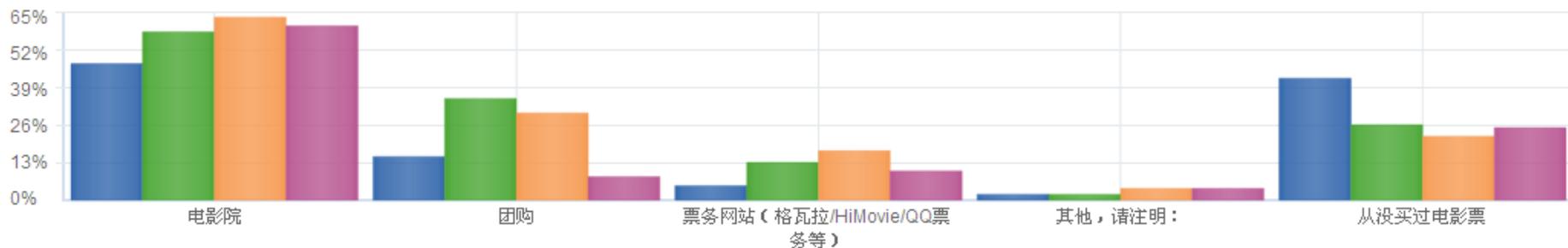
请问您尝试过以下哪些购票方式？

复选 (n=500) — 控制项：年龄

购票方式

- 相比整体，更多20-29岁的受访者尝试过团购（35%）的购票方式
- 相比整体，更多30-39岁的受访者尝试过电影院（63%）和票务网站（17%）的购票方式

- 19岁及以下 - 20-29岁 - 30-39岁 - 40岁及以上



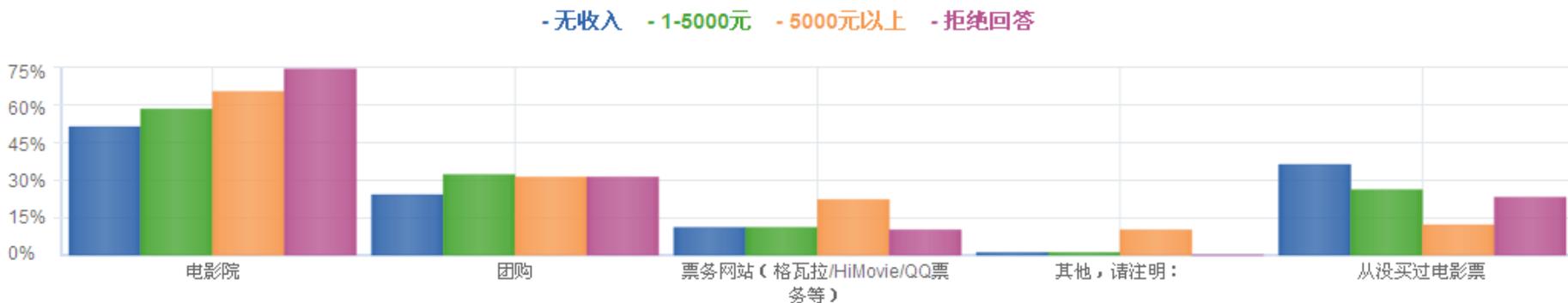
	N	电影院	团购	票务网站 (格瓦拉/HiMovie/QQ票务等)	其他	从没买过电影票
Total	500	57%	28%	12%	2%	28%
19岁及以下	81	47%	15%	5%	2%	42%
20-29岁	295	58%	35%	13%	2%	26%
30-39岁	76	63%	30%	17%	4%	22%
40岁及以上	48	60%	8%	10%	4%	25%

请问您尝试过以下哪些购票方式？

复选 (n=500) — 控制项：个人月收入

购票方式

- 相比整体，更多月收入在5000元以上的受访者尝试过票务网站 (22%) 的购票方式



	N	电影院	团购	票务网站 (格瓦拉/HiMovie/QQ票务等)	其他	从没买过电影票
Total	500	57%	28%	12%	2%	28%
无收入	203	51%	24%	11%	1%	36%
1-5000元	190	58%	32%	11%	1%	26%
5000元以上	68	65%	31%	22%	10%	12%
拒绝回答	39	74%	31%	10%	0%	23%

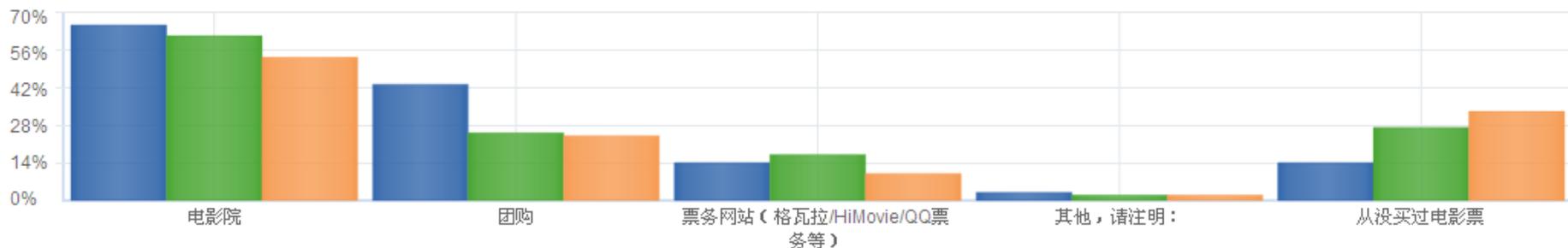
请问您尝试过以下哪些购票方式？

复选 (n=500) — 控制项：地区

购票方式

- 相比整体，更多特大城市的受访者尝试过电影院（65%）和团购（43%）的购票方式
- 相比整体，更多省会城市的受访者尝试过票务网站（17%）的购票方式

- 特大城市 - 省会城市 - 其它城市



	N	电影院	团购	票务网站 (格瓦拉/HiMovie/QQ票务等)	其他	从没买过电影票
Total	500	57%	28%	12%	2%	28%
特大城市	107	65%	43%	14%	3%	14%
省会城市	102	61%	25%	17%	2%	27%
其它城市	291	53%	24%	10%	2%	33%

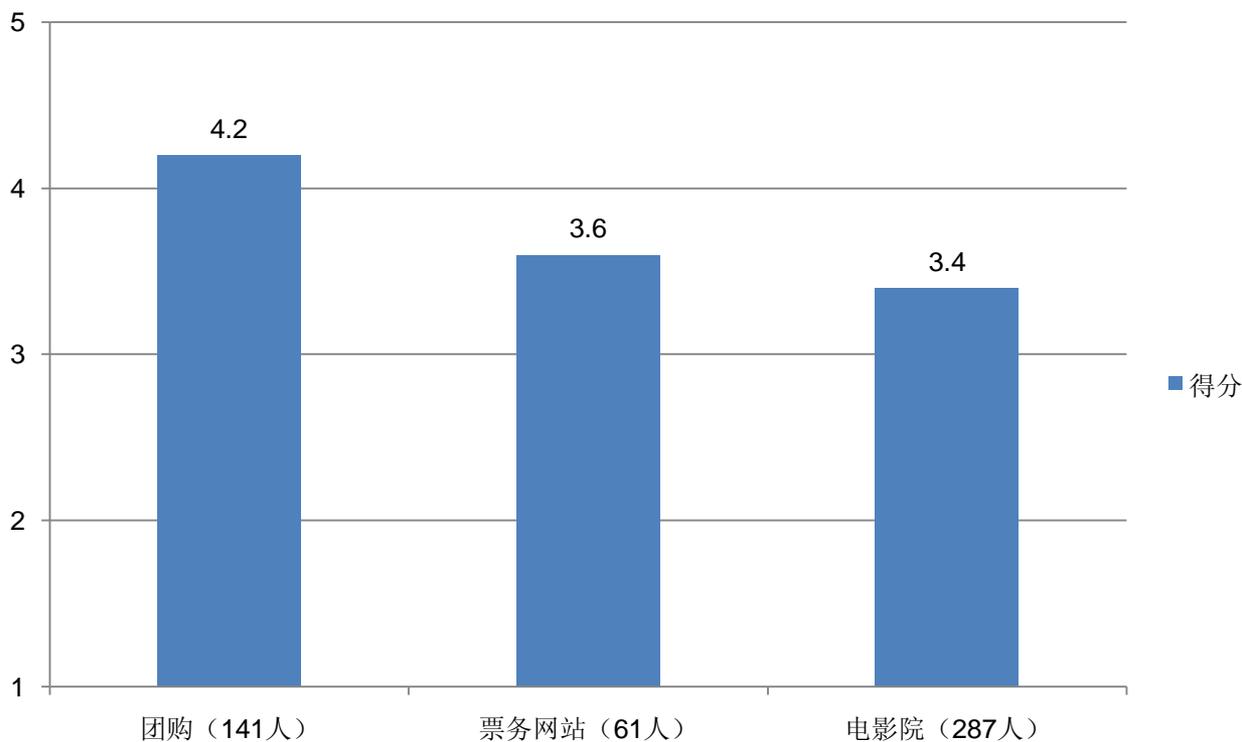
请为以下购票方式打分：

矩阵 1-非常不喜欢 2 3 4 5-非常喜欢

购票方式

- 对于购票方式，在满分5分的情况下，得分最高的为团购 4.2分，其次是票务网站 3.6分，电影院 3.4分

购票方式的得分



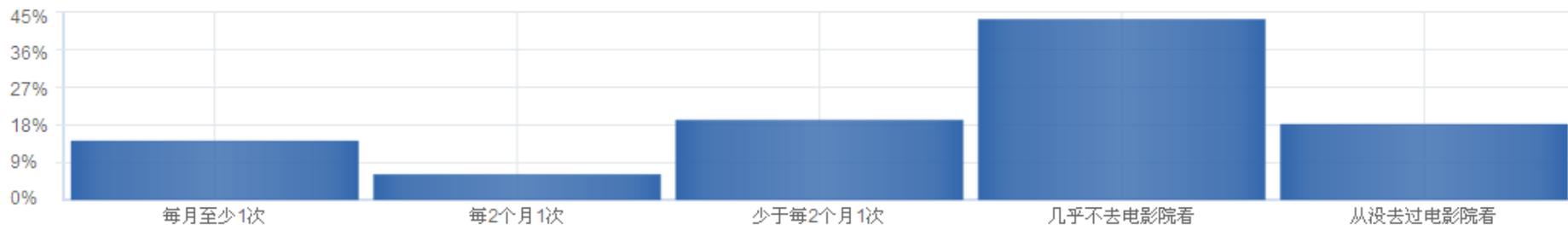
注：由于每项投票人数的不同，此分值仅作参考，投票人数不满30人次的不予统计

请问您去电影院看电影的频率是？

单选 (n=500)

受访者去影院的频率

- 61%的受访者几乎不去/从没去过电影院看电影，14%的受访者每月至少1次



	N	每月至少1次	每2个月1次	少于每2个月1次	几乎不去电影院看	从没去过电影院看
Total	500	14%	6%	19%	43%	18%

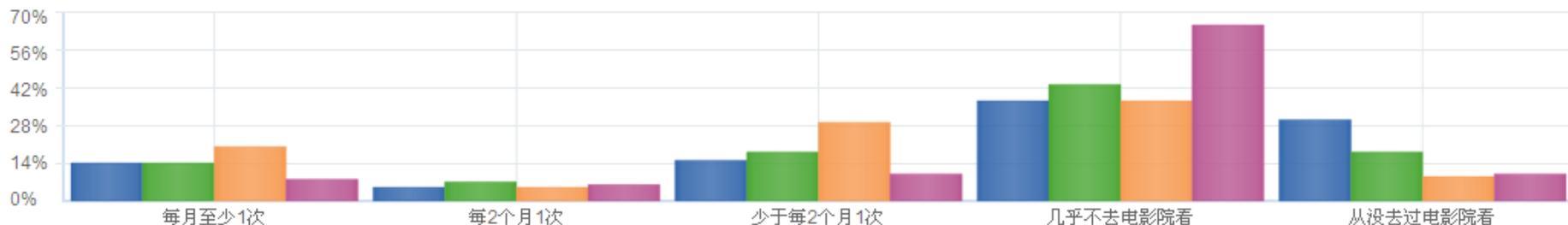
请问您去电影院看电影的频率是？

单选 (n=500) — 控制项：年龄

受访者去影院的频率

- 相比整体，更多30-39岁的受访者去电影院看电影的频率为每月至少1次（20%），以及少于每2个月1次（29%）
- 从整体数据看，30-39岁的受访者去电影院看电影的可能性更大，频率更高

- 19岁及以下 - 20-29岁 - 30-39岁 - 40岁及以上



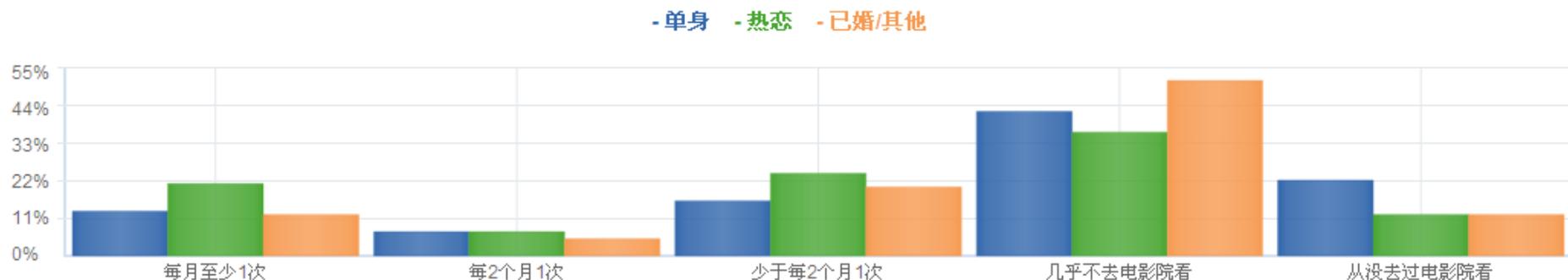
	N	每月至少1次	每2个月1次	少于每2个月1次	几乎不去电影院看	从没去过电影院看
Total	500	14%	6%	19%	43%	18%
19岁及以下	81	14%	5%	15%	37%	30%
20-29岁	295	14%	7%	18%	43%	18%
30-39岁	76	20%	5%	29%	37%	9%
40岁及以上	48	8%	6%	10%	65%	10%

请问您去电影院看电影的频率是？

单选 (n=500) — 控制项：婚姻状况

受访者去影院的频率

- 相比整体，更多热恋中的受访者去电影院看电影的频率为每月至少1次（21%），以及少于每2个月1次（24%）
- 相比整体，更多已婚/其他的受访者几乎不去电影院看电影（51%）



	N	每月至少1次	每2个月1次	少于每2个月1次	几乎不去电影院看	从没去过电影院看
Total	500	14%	6%	19%	43%	18%
单身	280	13%	7%	16%	42%	22%
热恋	84	21%	7%	24%	36%	12%
已婚/其他	136	12%	5%	20%	51%	12%

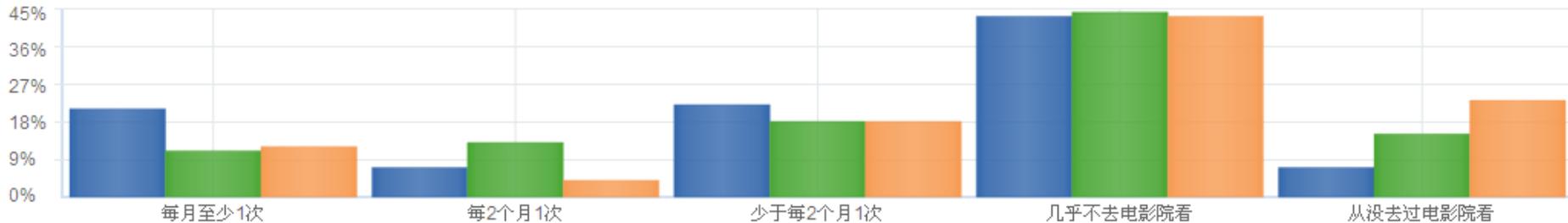
请问您去电影院看电影的频率是？

单选 (n=500) — 控制项：地区

受访者去影院的频率

- 相比整体，更多特大城市的受访者去电影院看电影的频率为每月至少1次（21%），而只有7%的从没去电影院看过电影
- 相比整体，更多省会城市的受访者去电影院看电影的频率为每2个月1次（13%）
- 相比整体，更多其他城市的受访者从没去过电影院看电影（23%）

- 特大城市 - 省会城市 - 其它城市



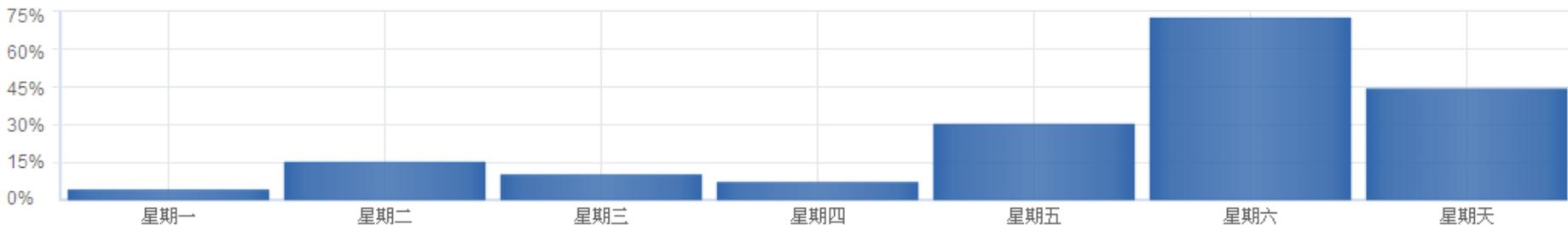
	N	每月至少1次	每2个月1次	少于每2个月1次	几乎不去电影院看	从没去过电影院看
Total	500	14%	6%	19%	43%	18%
特大城市	107	21%	7%	22%	43%	7%
省会城市	102	11%	13%	18%	44%	15%
其它城市	291	12%	4%	18%	43%	23%

请问您一般何时去电影院看电影？

复选，最多3项 (n=196)

受访者去影院的时间

- 72%的受访者一般星期六去电影院看电影，其次是星期日（44%），星期五（30%）



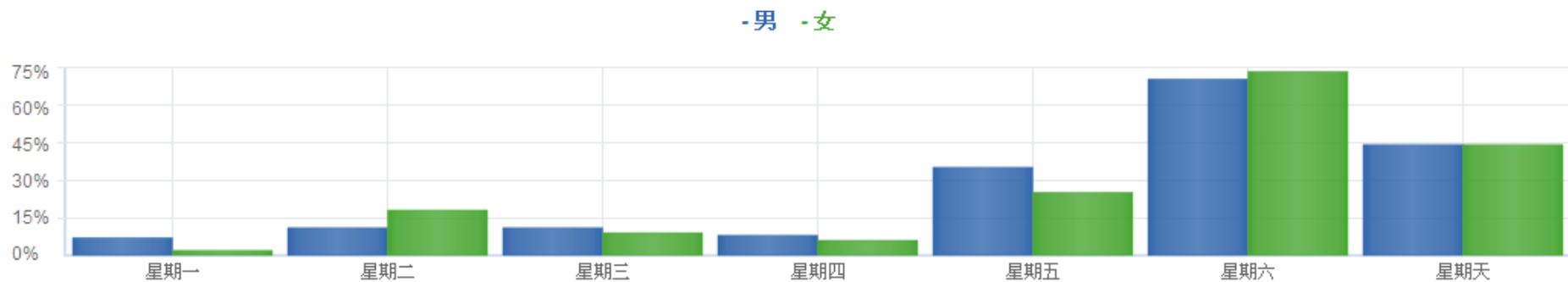
	N	星期一	星期二	星期三	星期四	星期五	星期六	星期天
Total	196	4%	15%	10%	7%	30%	72%	44%

请问您一般何时去电影院看电影？

复选，最多3项 (n=196) —控制项：性别

受访者去影院的时间

- 相比女性，更多男性受访者一般星期五（35%）去电影院看电影



	N	星期一	星期二	星期三	星期四	星期五	星期六	星期天
Total	196	4%	15%	10%	7%	30%	72%	44%
男	88	7%	11%	11%	8%	35%	70%	44%
女	108	2%	18%	9%	6%	25%	73%	44%

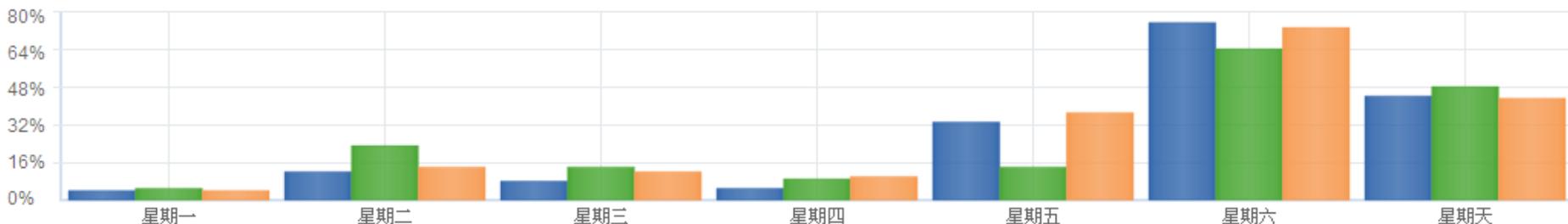
请问您一般何时去电影院看电影？

复选，最多3项 (n=196) — 控制项：婚姻状况

受访者去影院的时间

- 相比整体，更多热恋中的受访者一般星期二（23%）去电影院看电影，更少的选择星期五（14%）和星期六（64%）
- 相比整体，更多已婚/其他的受访者一般星期五（37%）去电影院看电影

- 单身 - 热恋 - 已婚/其他



	N	星期一	星期二	星期三	星期四	星期五	星期六	星期天
Total	196	4%	15%	10%	7%	30%	72%	44%
单身	101	4%	12%	8%	5%	33%	75%	44%
热恋	44	5%	23%	14%	9%	14%	64%	48%
已婚/其他	51	4%	14%	12%	10%	37%	73%	43%

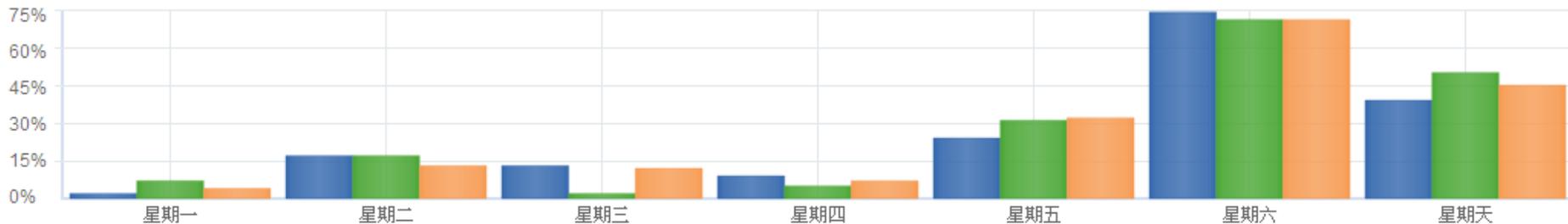
请问您一般何时去电影院看电影？

复选，最多3项 (n=196) —控制项：地区

受访者去影院的时间

- 相比整体，更多省会城市的受访者一般星期天（50%）去电影院看电影
- 相比整体，更少特大城市的受访者会在星期五（24%）和星期天（39%）去电影院看电影

- 特大城市 - 省会城市 - 其它城市



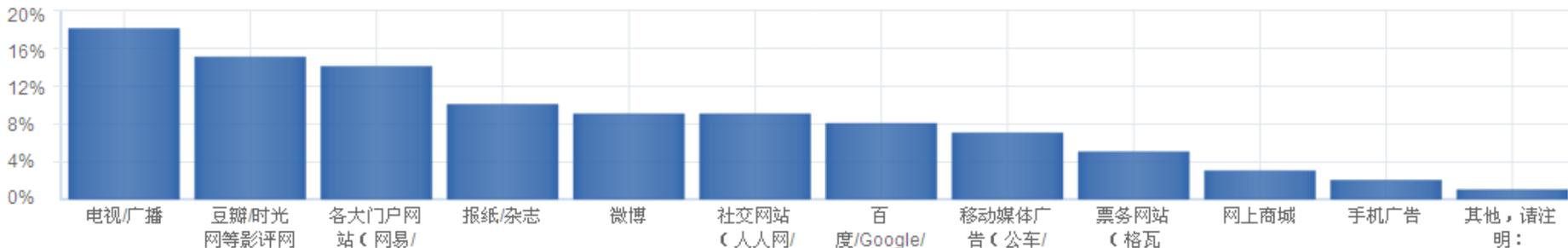
	N	星期一	星期二	星期三	星期四	星期五	星期六	星期天
Total	196	4%	15%	10%	7%	30%	72%	44%
特大城市	54	2%	17%	13%	9%	24%	74%	39%
省会城市	42	7%	17%	2%	5%	31%	71%	50%
其它城市	100	4%	13%	12%	7%	32%	71%	45%

请问您最有可能通过以下哪个途径获取最新的电影信息？

单选 (n=196)

电影信息获取途径

- 会去电影院看电影的受访者中，18%最有可能通过电视/广播的途径获取最新的电影信息，其次是豆瓣/时光网等影评网站 (15%)、各大门户网站 (14%)



N	电视/广播	豆瓣/时光网等影评网站	各大门户网站	报纸/杂志	微博	社交网站	百度/Google/雅虎等各大搜索引擎	移动媒体广告	票务网站	网上商城	手机广告	其他
Total 196	18%	15%	14%	10%	9%	9%	8%	7%	5%	3%	2%	1%

请问您最有可能通过以下哪个途径获取最新的电影信息？

单选 (n=196) —控制项：性别

电影信息获取途径

- 相比女性，更多男性受访者最有可能通过门户网站（22%）、社交网站（12%）获取最新的电影信息
- 相比男性，更多女性受访者最有可能通过微博（13%）、移动媒体广告（9%）获取最新的电影信息



	N	电视/广播	豆瓣/时光网等影评网站	各大门户网站	报纸/杂志	微博	社交网站	百度/Google/雅虎等各大搜索引擎	移动媒体广告	票务网站	网上商城	手机广告	其他
Total	196	18%	15%	14%	10%	9%	9%	8%	7%	5%	3%	2%	1%
男	88	16%	17%	22%	9%	5%	12%	9%	3%	3%	2%	1%	0%
女	108	20%	13%	7%	11%	13%	6%	6%	9%	6%	3%	3%	2%

请问您最有可能通过以下哪个途径获取最新的电影信息？

单选 (n=196) — 控制项：婚姻状况

电影信息获取途径

- 相比整体，更多热恋中的受访者最有可能通过电视/广播 (23%)、社交网站 (14%) 和移动媒体广告 (16%) 获取最新的电影信息
- 相比整体，更多已婚/其他的受访者最有可能通过电视/广播 (25%) 获取最新的电影信息

- 单身 - 热恋 - 已婚/其他



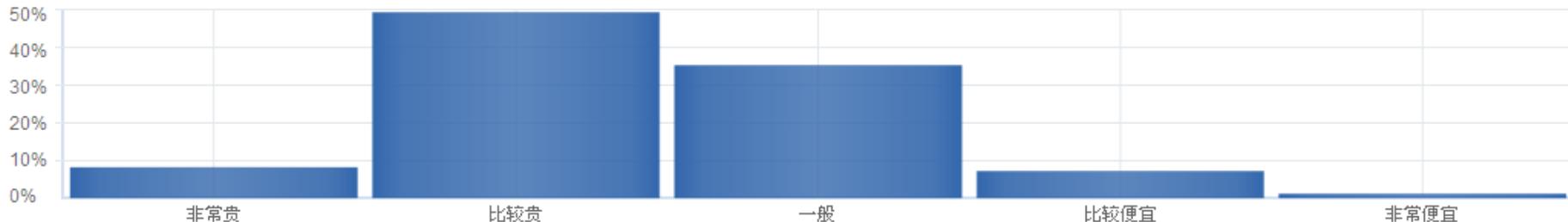
	N	电视/广播	豆瓣/时光网等影评网站	各大门户网站	报纸/杂志	微博	社交网站	百度/Google/雅虎等各大搜索引擎	移动媒体广告	票务网站	网上商城	手机广告	其他
Total	196	18%	15%	14%	10%	9%	9%	8%	7%	5%	3%	2%	1%
单身	101	13%	15%	17%	11%	12%	10%	10%	2%	6%	3%	1%	1%
热恋	44	23%	18%	2%	5%	7%	14%	7%	16%	2%	2%	2%	2%
已婚/其他	51	25%	12%	18%	14%	6%	4%	4%	8%	4%	2%	4%	0%

请问您对目前的电影票价持什么态度？

单选 (n=196)

电影票价接受度

- 会去电影院看电影的受访者中，57%认为电影票价贵，其中8%认为非常贵



	N	非常贵	比较贵	一般	比较便宜	非常便宜
Total	196	8%	49%	35%	7%	1%



Let's findoout, for YOU!

- 背景
- 概要
- 发现
- 启发
- 附件
调查问卷
关于我们

启发

1. 电影宣传可以社交媒体网站为主，配以话题式讨论和预测，针对不同电影类型的受众群不同，可在门户网站、微博等平台进行推广
 - 本次调查发现，男性受访者更偏爱动作类（56%）和战争类（27%）电影，并且会去影院看电影的男性受访者，其最主要的获取电影信息的途径除了电视/广播（16%）和影评网站（17%）两种常规途径外，还有门户网站（22%）和社交网站（12%），因此动作类或战争类的影片适合以讨论、预测的形式，进行前期的宣传和预热，引起男性群体的广泛参与和评价，这样能快速吸引更多对此类型电影感兴趣的受众群体的关注和目光；
 - 相对的，女性受访者更偏爱爱情类（59%）、剧情类（28%）和动画类（27%）电影，并且其最主要的获取电影信息的途径为电视/广播（20%），影评网站（13%）和微博（13%），因此此类电影（特别是爱情类）适合在类似微博这种传播速度极快的社交媒体平台上进行宣传，能吸引一定的女性观众。

启发 (续)

2. 周二、周三半价票的活动更适合热恋中的受访者

- 本次调查发现，72%的受访者一般星期六去电影院看电影，其次是星期日（44%），星期五（30%），而选择星期二或星期三的仅占25%，此外，有40%的受访者尝试过团购或票务网站的购票方式，由此可见，在团购和票务网站低价票的攻势下，周二、周三的半价票已经不能成为吸引受访者的手段；然而相比其他婚姻状况的受访者，热恋中的受访者有23%会选择周二，相比整体而言，他们选择周五（14%）和周六（64%）的概率更低，这或许和热恋中的受访者看电影的频率高有关（21%每月至少1次去影院观看电影），因此，周二更多的尝试情侣特价票，或相应针对情侣的活动，能吸引更多这部分的消费者。

3. 欧美大片依然主导着中国的电影市场

- 本次调查发现，56%的受访者最喜欢欧美地区的电影，其次是港台（16%）和内陆（14%），从百分比来看，国产影片共计30%，相比欧美地区的依然差距显著，而更多20-29岁的受访者喜欢欧美地区（62%）的电影，这部分群体也是电影市场的主要消费者，由此可见，欧美电影在未来的中国电影市场依然起着重要的主导作用。

启发 (续)

4. 电影票的购票方式依然集中在常规的影院购买

- 本次调查发现，在72%购买过电影票的受访者中，57%的受访者尝试过在电影院购票，其次是团购（28%）和票务网站（12%），而其他方式（如APPS）只占2%，由此可见绝大部分的受访者依然习惯于实物票的购票方式，对于在线购票的方式选择率相对较低。



Let's findoout, for YOU!

- 背景
- 概要
- 发现
- 启发
- 附件
- 调查问卷
- 关于我们

调查问卷

1. 请问您最喜欢的3种电影类型?

动作
喜剧
爱情
惊悚/恐怖
科幻/魔幻
剧情
战争
灾难
传记/纪录
动画
悬疑
其它, 请注明:

2. 请问您最喜欢看哪个地区的电影?

欧美
日韩
港台
内陆
泰国
印度
其它, 请注明:

3. 请问您为什么喜欢该地区的电影?

4. 请问您尝试过以下哪些购票方式?

团购
票务网站 (格瓦拉/HiMovie/QQ票务等)
APPS应用
电影院
其他, 请注明:
从没买过电影票

5. 请为以下购票方式打分:

团购
票务网站 (格瓦拉/HiMovie/QQ票务等)
APPS应用
电影院
其他

1-非常不喜欢 2 3 4 5-非常喜欢

6. 请问您去电影院看电影的频率是?

每周1次或以上
每2周1次
每月1次
每2个月1次
少于每2个月1次
几乎不去电影院看
从没去过电影院看

调查问卷（续）

7. 请问您一般何时去电影院看电影？（最多选3项）

- 星期一
- 星期二
- 星期三
- 星期四
- 星期五
- 星期六
- 星期天

8. 请问您最有可能通过以下哪个途径获取最新的电影信息？

- 电视/广播
- 报纸/杂志
- 微博
- 豆瓣/时光网等影评网站
- 社交网站（人人网/开心网/论坛等）
- 各大门户网站（网易/新浪/雅虎等）
- 百度/Google/雅虎等各大搜索引擎（搜索某个相关的关键字）
- 票务网站（格瓦拉/HiMovie/QQ票务等）
- 网上商城
- 手机广告
- 移动媒体广告（公车/地铁等）
- 其他，请注明：

9. 请问您对目前的电影票价持什么态度？

- 非常贵
- 比较贵
- 一般
- 比较便宜
- 非常便宜

10. 请问您的性别？

- 男
- 女

11. 请问您的年龄？

- 19岁及以下
- 20-29岁
- 30-39岁
- 40-49岁
- 50岁及以上

12. 请问您的受教育程度：

- 初中及以下
- 高中/中专/中职
- 本科/大专/高职
- 硕士及以上

调查问卷（续）

13. 请问您目前的个人月收入水平是？

无收入

1-2500元

2501-5000元

5001-10000元

10001-20000元

20001元及以上

拒绝回答

14. 请问您目前的婚姻恋爱状态？

单身

热恋

已婚

离异

丧偶

其它，请注明：



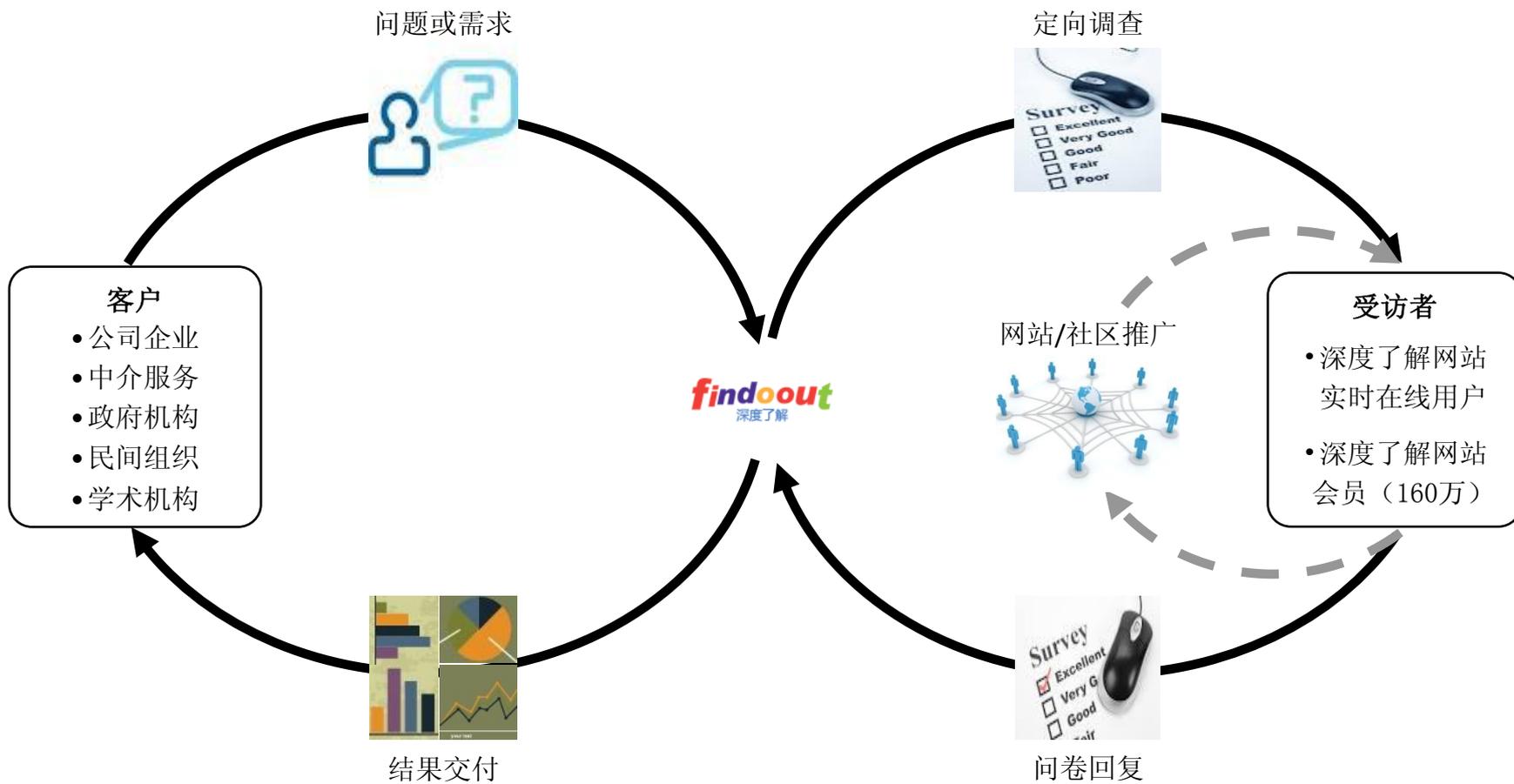
Let's findoout, for YOU!

- 背景
- 概要
- 发现
- 启发
- 附件
调查问卷
关于我们

快速、定向、灵活的调查解决方案

- 深度了解以一种新颖的方法进行市场调查。我们使用基于技术的在线调查，生成可靠、一致且可执行的信息，让客户能够以有限的预算，迅速地获取高质量的市场数据，继而作出明智的决策。我们将定向设计、高度专注的微调查搭载于一个专属的Web2.0自我测试网站，最快只需24小时即可将研究结果提交客户。
 - 用户访问深度了解网 - www.findoout.com，注册成会员，或直接选做自己喜爱的测试题；
 - 完成测试题后，用户收到定向设计、高度专注的微调查实时邀请；
 - 用户主动参与调查，并在完成问卷后获得网站为其自动生成的自我测试结果（亦可跳过调查直接获取）；
 - 深度了解获得实时回复的调查数据，常常是一项调查发起后的数小时之内；
 - 如果需要，符合条件的会员也会收到微调查的邀请；
 - 深度了解通过在相关网站和社交媒体网站的相关频道投放网幅广告、文字链接以及帖子广告，对网站和其喜闻乐见的自我测试进行推广。
- 我们擅长于帮助客户了解处于最具挑战性的、瞬息万变的、高增长市场中的消费者的想法。
- 相比传统的基于消费者小组的调查，深度了解微调查更迅速、更精准、更灵活，且更物有所值。

深度了解微调查的调查路径



为何选择深度了解的微调查

快速

- 问卷短，回复率高
- 回复数据首先来自深度了解网站上的实时用户
- 客户可以随时确认即时的数据收集进度和结果
- 高效、自主的系统内置精密分析和丰富多彩的输出功能，可简易地将调查结果生成Excel及PowerPoint两种文件格式的报告
- 最快只需24小时即可交付定制研究的数据

灵活

- 每项调查都定制设计，高度专注
- 能够根据每个调查项目的要求，在相关的网站和社区进行推广，吸引目标受访者
- 任何时候都可以随时启动调查，邀请深度了解网上的在线实时用户参与调查

精准

- 问卷长度保持在受访者愿意认真完成的范围之内
- 所有受访者都来自深度了解网的会员
- 通过自我测试模式掌握所有会员完整的背景信息
- 高标准的会员质量控制
- 一贯严谨的会员管理
- 基于自我测试，而非酬金，的受访者

费用低

- 基于自我测试，而非酬金，的会员招聘和调查激励机制
- 能够源源不断地供给会员，无需阶段性地招募
- 高效、自主的系统让价格保持低廉
- 明确、定向的微调查，即使是有限的预算也能做得到

谁用深度了解的微调查

我们为大至跨国公司，小至初创企业，提供令人信服的研究结果。深度了解的微调查可以应对客户多种的市场数据需求，尤其是当客户需要接触众多的目标受访对象，而时间和预算都有限的情况下。

- 一网游公司设计了一款新的网游产品，上市前对该款产品进行用户试用满意度调查
- 一消费品公司计划在其现有的产品组合中增加一个新的产品系列，为此对该新品系列做消费者使用习惯与态度调查
- 一国际连锁餐饮品牌对相关市场消费者的食用行为与态度作阶段性的常规调查
- 一中小型休闲食品企业计划进入中国，希望通过前期市场调查了解消费者洞察
- 一著名国际动画专业学院正筹划在中国开展短期动画设计专业培训课程，需要了解潜在学员对课程价格接受度
- 一金融机构对视频网站的知名度、美誉度进行调查，以作出客观的评级分析
- 一私募资本对一个潜在投资进行尽职调查，以获得投资洞察
- 一咨询公司对策略性选择进行评估，以向客户提出建议
- 一广告公司对其创意构思进行测试，以作出最终的选择
- 一以女性人群为目标对象的化妆品牌对其广告概念进行评估
- 一广告代理公司对其投放的电视广告效果进行评估
- 一媒介公司抽样了解用户对新兴的社交媒体网站内容的行为和反应
- 一消费品公司想在三、四级城市测试其推广计划的有效性
- 一乳品公司对行业内突发的安全事件进行消费者态度变化评估
- 一国驻华使馆就其本国在中国公众中的形象进行调查
- 一政府相关部门就我国公众对公益事业的行为与态度调查

谁用深度了解的微调查（续）

更多的应用...

市场与消费者研究

市场/产品分析

- 消费者趋势洞察
- 生活形态调查
- 消费者U&A调查
- 品牌与定位调查
- 产品需求挖掘
- 构想提取调查
- 产品的服务对象设定

产品/服务开发

- 新产品、服务概念调查
- 用户体验测试
- 广告创意测试
- 产品包装调查
- 价格接受度调查
- 媒体接触调查广告创意评价
- 市场测试调查

市场拓展

- 广告效果评估
- 产品、品牌渗透率调查
- 购买过程调查
- 品牌健康度监测
- 顾客满意度调查
- 对突发性事件影响的评估

其它调查

- 社情民意调查

- 学术研究调查

主要的客户行业种类

- 消费品
- 物流、零售
- IT、通讯、家电、汽车

- 医药、卫生、保健
- 娱乐、旅游、航空
- 金融、保险、地产

- 咨询、广告、媒介
- 教育、培训
- 政府机构、民间组织

部分客户名单

- 爱尔兰驻上海总领事馆
- 舜益公益咨询 (Social Venture Group)
- 内蒙古伊利实业集团股份有限公司
- 上海/深圳棒约翰餐饮管理有限公司
- 鲜芋仙
- 上海天润广告有限公司
- 上海罍盎动画制作有限公司 (Yian Studios)
- 金山
- 盛大游戏
- 瑞士信贷 (Credit Suiss)
- 荷兰合作国际银行

一些客户对我们的评价

“深度了解的迅捷和高效是无可比拟的。从问卷设计、在线部署，到获取真实消费者的反馈，深度了解的速度让它成为我们营销团队的一个不可或缺的重要工具。”

- 潘刚, CEO

内蒙古伊利实业集团股份有限公司

“我们对深度了解所提供的调查及其所获得的数据非常满意。”

- 陈瑜, 创意总监

上海天润广告公司

“深度了解是一个快速到达目标人群并获取消费者洞察的创新途径。”

- Allen Dam, 总裁、制片人

上海罍盎动画制作有限公司 (Yian Studios)

“您的研究为我们了解爱尔兰在中国的形象提供了有价值的洞察，且收费合理。我们接下来将在中国展开爱尔兰的推广宣传，在这方面，我们将一定会借助您的服务为我们提供持续的战略咨询。”

- Austin Gormley, 总领事

爱尔兰驻华总领事馆

关于我们

在过去的几十年中，作为研究员、咨询顾问和企业高级经理人，我们曾经长期提供、购买和使用市场研究数据。我们分析过许多消费者市场，对各类市场研究服务有着非常深入的了解。我们对市场数据的意义有着深刻的认识，并意识到客户的要求日趋苛刻，受访者的行为也在发生明显的变化。受到调查样本、周期和费用的限制，传统的调查方式已经很难完全满足当今处于激烈竞争的、多变的及快速增长环境中的社会和企业需求。

深度了解正是从真实的客户视角出发，针对实际应用而设计的。我们给予客户之所需，即质量、速度、灵活性以及物有所值。当客户急需得到定制的市场调查数据时，我们以实惠的价格很快为其提供有深度的洞察。我们的宗旨很简单，即让更多的企业，甚至个人，都能够作出更好、更快、更明智的决策。

成立于2008年，深度了解团队聚集了经验丰富的市场研究的使用者与从业人员，以及最优秀的软件开发人员，努力打造一个基于创新、实用和前沿科技的公司。经过这些年的发展，不论是在技术、服务以及数据经验上都得到了很大的提高。现在，深度了解团队能够为最终客户和调查研究服务公司提供高质量的网上调查、调查样本及数据处理服务，并成为复旦大学中国市场营销研究中心指定的在线调查平台。

定价

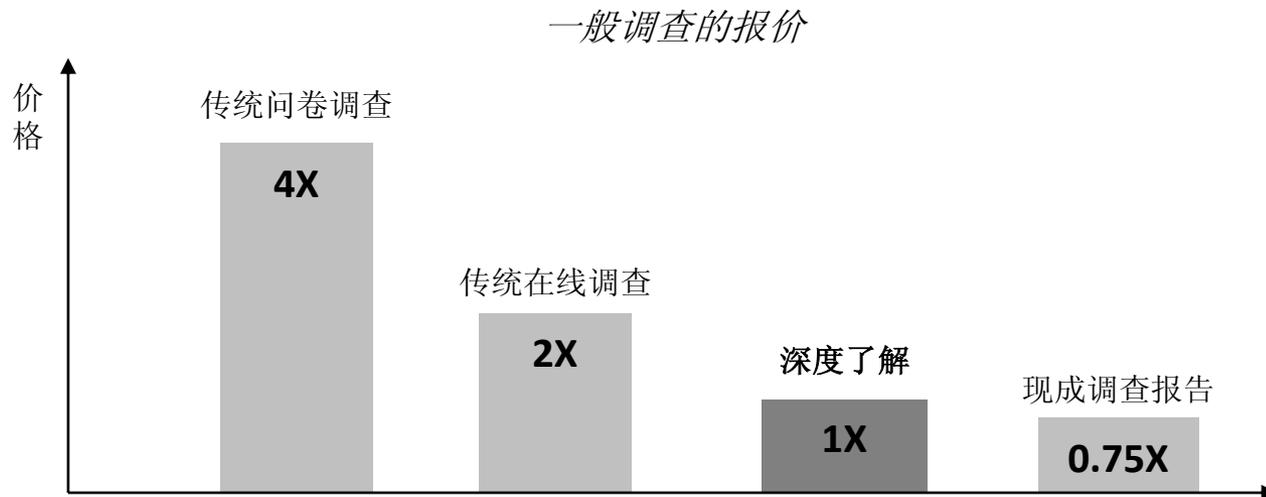
深度了解从最初就设计和定位在为客户提供物有所值的调查服务。

项目式服务

- 按项目论价，具体报价视所需样本规模和问卷题数而定
- 涉及到不易接触到的目标受众的调查时，需要在定价中予以考虑
- 定价透明，会在调查展开前予以确认

订阅式服务

- 对每次调查享有可观的折扣
- 无需为特定的目标受众支付额外的费用
- 对于如何使用和充值您的预付账户不设限制





Let's findoout, for YOU!

上海

上海市杨浦区国定路335号2号楼1003室（邮编：200433）
公司网页：www.findoout.cn / 深度了解：www.findoout.com
业务联系：contact@findoout.com / 客服邮箱：support@findoout.com
公司电话：+8621/26613883 / 公司传真：+8621/26613883
Q Q: 1240492179