

本節包含與我們經營所在行業有關的資料和統計數據，乃收集和摘錄自源於政府或若干機構出版刊物的公開可用資源。我們相信，本節所載資料來源乃屬恰當，並已於摘錄和轉載有關資料和統計數據時採取合理審慎的態度。我們並無理由相信有關資料和統計數據屬虛假或誤導或遺漏任何事實，致使該等資料或統計數據成為虛假或誤導。我們、獨家保薦人、獨家全球協調人、獨家賬簿管理人、獨家牽頭經辦人、包銷商、我們或彼等的聯屬人士或顧問或參與全球發售的任何其他方並未對該等資料及統計數據進行獨立驗證，且並未對其準確性、完整性或公平性發表任何聲明。本節所載資料和統計數據未必與根據中國或香港境內或境外官方或非官方來源編纂的其他資料一致。因此，儘管我們認為我們於摘錄和轉載此等資料和統計數據時已採取合理審慎的態度，仍應避免過度依賴本刊物所載資料。

中國文化藝術產業

概況

我們為一家中國領先的多元化文化藝術企業。我們在廣闊且穩步增長的文化藝術產業內經營。根據國家統計局於2012年發佈的《文化及相關產業分類(2012)》，中國文化藝術產業包括以下產業：

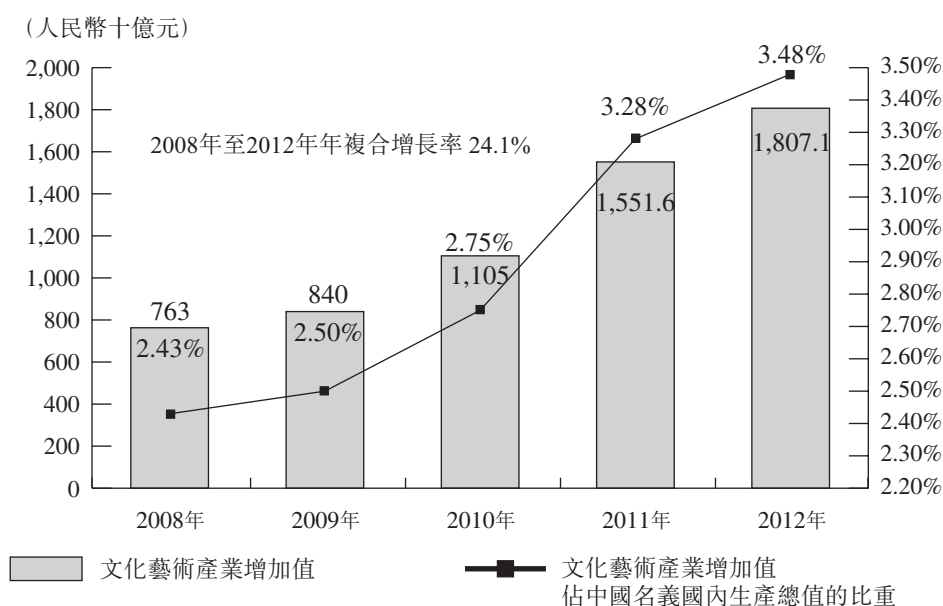
- 廣播、電視及電影服務
- 文化休閒娛樂服務
- 文化藝術服務
- 工藝品生產
- 文化信息服務
- 文化產品輔助生產
- 文化創意和設計服務

中國自1970年代末推行改革開放政策以來，中國文化產業市場基本形成了由娛樂市場、演出市場、音像市場、電影市場、藝術市場和網絡文化市場等組成的有機統一充分競爭、高度監管的市場。於第十一個五年計劃期間（2006年至2010年），中國文化藝術消費增加、文化藝術產業投資熱情高漲、市場的文化藝術產品及服務愈加多元化

且得以進一步發展，尤其是娛樂、藝術品和文化旅遊等產業蓬勃發展。2008年至2012年，文化藝術產業增加值的年複合增長率高於中國名義國內生產總值的年複合增長率，凸顯出文化藝術產業成長為未來國民經濟支柱產業的潛力。

下表列明了2008年以來中國文化藝術產業的發展情況。按圖表所示，中國文化藝術產業增加值由2008年的人民幣7,630億元增長至2012年的人民幣18,070億元，年複合增長率達24.1%，同期文化藝術產業增加值佔中國名義國內生產總值的比重由2.43%增長至3.48%。

文化藝術產業增加值及其佔中國名義國內生產總值的比重



數據來源：國家統計局

中國文化藝術產業發展的主要促進因素

中國經濟及人均可支配收入的快速增長

自1970年代末開始施行改革開放政策以來，中國經濟一直迅速增長。從2008年到2012年，中國名義國內生產總值以13.4%的年複合增長率增長，而中國城鎮居民人均年可支配收入以11.7%的年複合增長率增長。下表載列相關資料：

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	年複合增長率 (2008年至 2012年)
名義國內生產總值 (人民幣十億元).....	31,404.5	34,090.3	40,151.3	47,310.4	51,894.2	13.4%
名義國內生產總值增長率(%)..	18.1	8.6	17.8	17.8	9.7	
城鎮居民人均可支配收入 (人民幣元).....	15,781	17,175	19,109	21,810	24,565	11.7%
城鎮居民人均可支配收入 增長率(%).....	14.5	8.8	11.3	14.1	12.6	

資料來源：《中國國家統計年鑑》(2008年-2012年)；中華人民共和國2012年國民經濟和社會發展統計公報

有利的中國政府政策

中國政府高度重視文化藝術產業的發展。中國政府不斷出台促進文化藝術產業發展的政策及法規，以支持中國經濟結構轉型。此等政策還有助於從事文化藝術產業的中國企業提升國際競爭力，提高中國文化在全球市場的影響力。

2009年9月，國務院公佈《文化產業振興規劃》(「振興規劃」)。2011年10月，中央政府將發展文化藝術產業作為一項國家戰略。2012年2月，文化部出台《文化部「十二五」時期文化產業倍增計劃》(「倍增計劃」)，具體提出在「十二五」期間，文化部門管理的文化產業增加值年平均現價增長速度高於20%，2015年比2010年至少翻一番。倍增計劃亦為部分行業網絡設定具體目標：針對演藝行業，其建議發展以大型演藝集團為龍頭，以中心城市劇場為支點，以二三線城市劇場為網絡的若干個跨區域演出院線；針對藝術品行業，其設定中國藝術品市場交易總額到2015年達至人民幣2,000億元的目標，並在中國打造兩至三具有國際影響力的藝術品產業集聚區，將中國打造成世界的主要藝術品交易中心。

充足並不斷增加的產業投資

中國政府不斷增加國家對文化藝術產業的直接財政支出。自2010年起，財政部建立了文化產業發展專項基金，用於促進文化藝術產業的發展並促進經濟發展方式轉變和戰略性結構調整。根據《中國國家統計年鑒》，由國家財政支出的文化事業費支出由2008年的人民幣248億元增加至2011年的人民幣393億元，年複合增長率達到16.6%。

此外，中國政府還推出多項政策以吸引社會資金投資文化及相關產業。例如，國務院的振興規劃中提出設立文化藝術產業投資基金，後由財政部牽頭發起設立總價值人民幣200億元的投資基金。投資基金作為戰略投資者，為文化企業提供股權投資，實行市場化運作，促進文化資源的整合和結構調整。中共中央十七屆六中全會正式提出鼓勵多種形式的社會資本投資文化藝術產業。根據投中集團統計數據顯示，受益於有利政策，2007年至2013年4月期間，中國累計設立92支文化藝術產業投資基金，募集總額達人民幣466億元。此等基金提供的充足資本資源為中國文化藝術產業發展和市場的整合加速創造了條件。

技術進步

技術，特別是信息傳播技術，對於文化藝術產業的發展有積極的促進作用。振興規劃提出：「發展新興文化業態。採用數字、網絡等高新技術，大力推動文化產業升級。」信息通信技術革命從數據形式和數據傳輸手段的變革發軔，反過來又刺激了對傳播內容的需求。中國社會科學院發佈的《中國新媒體發展報告(2013)》顯示，以微博及微信等新媒體信息傳播渠道不斷催生出新的文化形態和樣式，對文化節目內容的質量提出了更高要求，尤其是文化及藝術等審美內容。技術與內容的結合在電影行業顯得尤為突出，據統計數據，2012年在中國上映的3D電影合共36部，雖然只佔全年上映影片總數的11%，但是貢獻了全國票房收入的40%。

中國藝術品經營與拍賣行業

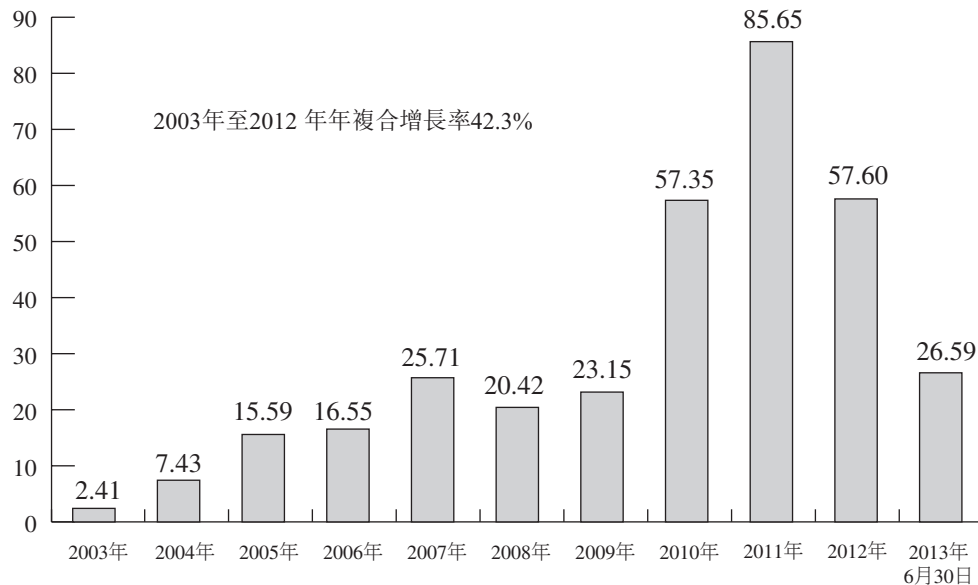
概況

藝術品市場通常由一級市場（或藝術品零售市場）、二級市場（或藝術品拍賣市場）和藝術品博覽會構成。一級市場主要包括畫廊和文物商店，而二級市場主要包括藝術品拍賣行。藝術品博覽會可作為一級市場、二級市場間的交易及溝通紐帶。

中國藝術品市場已實現平穩增長。拍賣行業雖經歷過波動，卻仍在藝術品市場中發揮主導作用，其表現綜合反映出現行市場的發展趨勢。下圖所示中國（包括香港）過往10年的藝術品拍賣成交總額：

中國（包括香港）藝術品拍賣成交總額

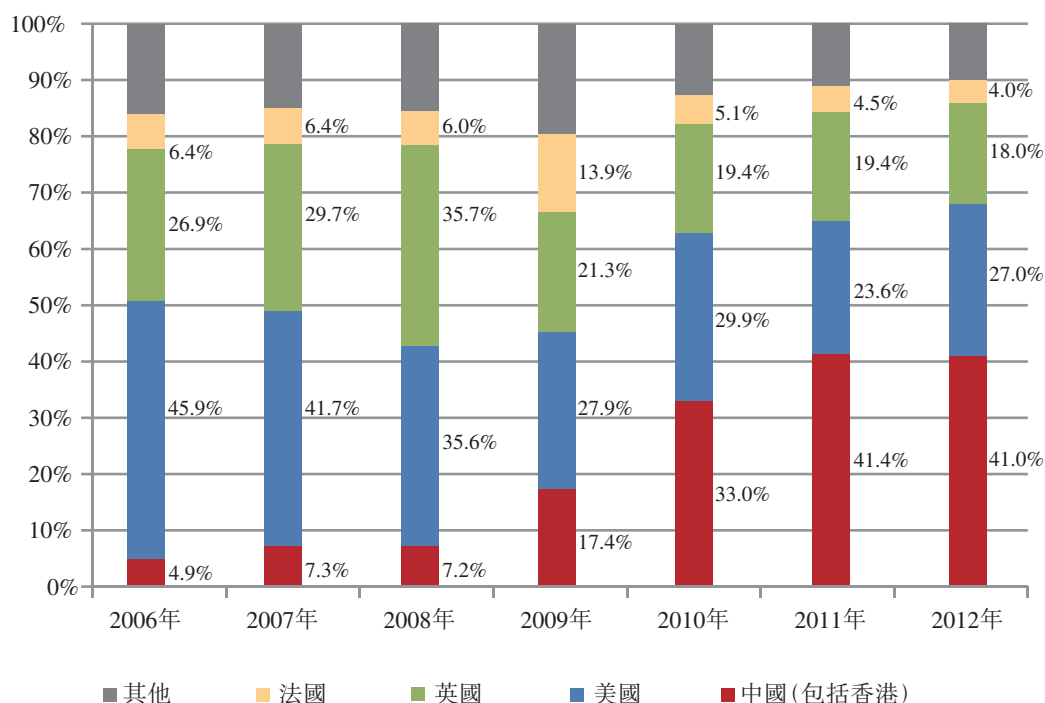
（人民幣十億元）



數據來源： 2003年至2009年數據：雅昌，中國藝術品拍賣市場的20年市場數據收集；2010年至2013年數據：雅昌，中國藝術品拍賣市場調查報告。

中國（包括香港）的藝術品拍賣成交總額於2003年開始大幅增長，而2012年其年複合增長率達至42.3%。期間雖有起伏，但市場規模穩定增長，同時伴隨着全球化進程的深入，藝術產業開始超越國界，全球藝術品市場投資和消費的重心由發達國家逐漸向新興市場轉移。在此發展趨勢下，中國已逐漸在全球藝術市場佔據着重要的地位。就拍賣成交額而言，自2010年起，中國（包括香港）已成為世界高雅藝術品（包括油畫、雕塑、繪畫、攝影作品、雕刻、水彩畫及裝飾品，不包括古董及家具）最大的拍賣市場，而北京及香港為兩個主導中心。北京已成為全球的中國藝術品經營及拍賣中心之一。

全球高雅藝術品拍賣成交額詳情（按國家劃分）



數據來源： Artprice.com、雅昌《2006年至2011年藝術市場趨勢報告》及《2012年藝術品市場》。

2011年，中國（包括香港）的藝術品拍賣年成交額達到人民幣856.5億元，較2010年增加49.4%。2012年，受全球及國內經濟不景氣的影響，年成交額下滑32.8%。2013年上半年，市場已趨向穩定。稀缺及優質藝術品的需求日趨增加，而供應量非常有限，迫使藝術品拍賣行投入更多資源進行藝術品徵集及推廣，並不斷提升客戶服務，為未來增長開發新的藝術品類別。下表載列自2010年至2013年上半年的中國藝術品拍賣市場概況。

中國藝術品拍賣市場概況

項目	2010年春	2010年秋	2011年春	2011年秋	2012年春	2012年秋	2013年春
藝術品拍賣行數量	141	204	219	295	224	283	240
拍賣會數量	205	300	295	409	296	367	336
藝術品上拍件數	162,580	259,381	250,970	347,247	234,877	292,433	243,997
藝術品成交件數	88,685	133,631	122,984	142,005	112,991	129,540	112,643
藝術品拍賣成交總額 (人民幣十億元)	20.14	37.21	42.84	42.81	28.16	29.44	26.59

數據來源：雅昌《中國藝術品拍賣市場調查報告(2013年春季)》。

大多數藝術品拍賣行都以「春拍」，「秋拍」為其一年中兩個主要的拍賣季，春秋拍成交額佔年成交總額的絕大部分。「春拍」季大約從4月延續到7月，「秋拍」季大約從9月延續到12月。拍賣行還會在兩個主要拍賣季以外的期間舉辦精品拍賣會。

中國藝術品經營與拍賣市場的特點為各地區的民族傳統及文化各異，造成中國各地區對藝術品需求和審美的差異。目前，北京、上海、廣州及西安等主要城市為具有較高購買力和藝術品鑒賞能力的人群聚集的城市，並已成為藝術品交易的區域中心。其中北京是世界知名的中國藝術品經營拍賣中心，影響力輻射全國乃至海外。

藝術品拍賣市場受經濟的整體實力及穩定性以及金融市場表現的影響。當市場有充足流動資金時，藝術品價格將上漲，賣家及買家更願意進行交易，因此，藝術品拍賣成交額將會增加。相反，伴隨着經濟衰退或政局不穩，藝術品賣家與買家之間進行交易的意願將受到負面影響，藝術品拍賣成交額或會下跌。例如，2012年，宏觀經濟低迷導致中國藝術品拍賣市場自2009年爆炸性發展後首次出現負增長。2012年，中國藝術品拍賣市場在春拍季和秋拍季的成交額僅為人民幣281.6億元及人民幣294.4億元，分別較去年同期下跌34.27%和31.23%。

根據雅昌的資料，2013年中國春拍藝術品拍賣成交總額達約266億元。於我們的2013年春季拍賣會上，共售出180多件每件成交額逾人民幣10百萬元的藝術品。中國(包括香港)藝術品拍賣市場的好轉亦可通過香港拍賣行的業績提升得到證實。根據雅昌的資料，2013年10月，香港蘇富比進行了2013年秋拍，其在拍賣會上錄得拍賣成交

總額約42億港元，較2012年秋拍上的成交總額增加105.2%。保利香港拍賣在其2013年秋拍上成功錄得拍賣成交總額約989.1百萬港元，較2012年秋拍上的成交總額增加90.6%。基於該等因素，我們認為中國藝術品拍賣成交額於2014年將保持上升勢頭。

不同類別藝術品的價格或會因客戶的偏好及品位而不時出現波動。儘管藝術品的拍賣價格在長期內可能會有所上漲，但價格會隨着市場偏好及一般市場狀況而出現波動。亦請參閱「風險因素－藝術品的需求不可預見，可能對我們獲得和銷售藝術品的能力、我們的業務、財務狀況和經營業績造成重大不利影響」。

中國藝術品拍賣市場發展面臨的挑戰

中國藝術品市場在高速發展中也存在一些問題，諸如部分買家延遲交納拍品款，拍賣後不結算，以及如何提高藝術品鑒定的準確度等。這些問題在一定程度上影響了中國藝術品市場的健康發展，因此中國政府相關監管部門、拍賣行業協會、行業內知名企業均高度重視對這些問題的解決。近年來，中國拍賣行業協會組織開展了文物藝術品拍賣企業標準化達標認證工作，組織制定了行業自律公約等。國內拍賣行通常允許購買高價值藝術品的買家在較長的信貸期內付款或分期付款，並對應建立了嚴格的內部控制措施，以改善結算狀況；同時，亦致力於通過聘請行業專家和遵循嚴格的內部控制流程來提高鑒定的準確度。亦請參閱「風險因素－我們的業務、財務狀況、經營業績與前景及 閣下的投資價值，可能因為有關本公司、我們的人員、我們的控股公司或中國拍賣業的負面媒體報道而受到重大不利影響」。

中國藝術品經營與拍賣行業的主要驅動因素

中國高淨值人群的快速增加

近年來，中國在全球藝術品拍賣市場份額不斷上升的主要原因之一來自於中國藝術品收藏家持續增長的購買力。從2008年到2012年，中國城鎮居民每年人均可支配收入從人民幣15,781元增長到人民幣24,565元，年複合增長率為11.7%。根據《2013年中國私人財富報告》，2012年底前，中國擁有700,000位高淨值個人（界定為至少擁有人民幣10百萬元可投資資產的個人），超逾2008年底前的翻倍人數。中國高淨值個人的人數預計於2013年底前進一步增至840,000位。

機構資本大量湧入

藝術品不同於房地產、股票和債券等傳統資產類別，為國內及國際投資者豐富其投資組合的資產配置提供了其他重要的選擇，從而帶來國內及海外資金持續流入中國藝術品市場。自2008年金融危機以來，藝術品的投資價值被重新發現，吸引到更多喜歡收藏兼具深厚文化底蘊及高投資回報的罕見及獨有藝術品的機構投資者。在中國，若干信託公司及證券公司，例如國投信託有限公司，連同拍賣行作為顧問，例如保利文化、中國嘉德，創新性的設立信託計劃向投資者提供藝術品投資及融資機會。進而推動藝術品的投資價值不斷升值。機構投資者不斷增加的資本湧入保證了中國藝術品市場更為持續的發展。

豐富的中國藝術品存量

中國悠久的歷史和廣袤的地域造就了數量龐大、種類豐富的藝術品，其中不乏具備精美的工藝、深厚中國歷史和文化底蘊的精品。全球收藏家對中國藝術品的興趣及需求不斷增加。因此，許多流落文物和民間藝術品已被發現，並交付出售或拍賣。此外，中國當代藝術品市場亦發展迅猛，進一步豐富了中國藝術品的種類。該等渠道已為中國相關市場提供了充足的藝術品以供交易及拍賣。

中國及香港藝術品拍賣市場的競爭格局

中國藝術品拍賣市場對於境內的民營資本開放，不存在限制性牌照壟斷，呈現高度市場化。此外，鑑於藝術品區域分佈比較分散，賣家及買家可能參與境內外舉辦的拍賣會，從而令境內拍賣行面臨國際競爭。現行《文物保護法》限制外資及中外合資企業從事文物拍賣，因此外資及中外合資拍賣行僅能從事中國當代藝術品等少數類別的藝術品拍賣。

中國（包括香港）藝術品拍賣市場內兩大全球拍賣行蘇富比和佳士得仍佔有可觀的市場份額。然而，經歷2008年金融危機對全球藝術品拍賣市場帶來的深度調整之後，兩家國內藝術品拍賣行保利拍賣及中國嘉德的拍賣成交額得以大幅增長，在中國（包括香港）藝術品拍賣市場超過蘇富比和佳士得。北京匡時及北京翰海等當地其他藝術品拍賣行也有出色的拍賣業績。2012年，儘管宏觀市場有所衰退，保利拍賣仍保持了在中國（包括香港）藝術品拍賣市場的領先地位。保利拍賣就藝術品拍賣成交總額而言佔有最大市場份額，並較其多數競爭對手舉辦更多的精品拍賣會，顯示出其在徵集藝術品及組織拍賣會方面的強大實力。下表列示了中國（包括香港）藝術品拍賣行截至2012年12月31日止年度及截至2013年6月30日止六個月的藝術品拍賣成交總額的排名。

截至2013年6月30日止六個月中國（包括香港）

藝術品拍賣成交額前五名的藝術品拍賣行

排名	藝術品拍賣行名稱	拍賣場次數量	拍賣成交總額 (人民幣百萬元)
1	保利拍賣	75	3,813.4
2	中國嘉德	75	3,327.1
3	香港佳士得	12	2,494.5
4	香港蘇富比	18	2,067.9
5	北京匡時	20	1,411.2

2012年中國（包括香港）藝術品拍賣成交額前五名的藝術品拍賣行

排名	藝術品拍賣行名稱	拍賣場次數量	拍賣成交總額 (人民幣百萬元)
1	保利拍賣	120	6,495.5
2	中國嘉德	123	5,161.6
3	香港蘇富比	26	3,677.0
4	香港佳士得	15	2,283.1
5	北京匡時	35	2,208.4

附註：

- (1) 保利拍賣數據包括北京保利拍賣與保利香港拍賣；中國嘉德數據包括嘉德北京和嘉德香港。
- (2) 藝術品拍賣成交總額包括拍賣落槌價及買方佣金。
- (3) 由於境內拍賣拍品結算期延遲和買方違約等原因，導致各家拍賣行難以統計準確的已結算銷售數據，可能與拍賣成交額統計數據存在較大差異。

主要以雅昌於2013年6月30日的數據為基準

中國及海外的藝術品拍賣行積極進行業務地域擴張。近年來，蘇富比和佳士得等海外藝術品拍賣行更加注重擴展中國市場。2012年9月，蘇富比與北京歌華美術公司成立蘇富比（北京）拍賣有限公司，成為首家在中國內地經營業務的海外藝術品拍賣行。2013年4月，佳士得成為首家獲得在中國獨立開展業務執照的海外藝術品拍賣行，並計劃於2013年秋季開始在上海舉行拍賣會。儘管中國現行《文化保護法》禁止外資及合營拍賣行從事文物拍賣，彼等進入仍使得中國藝術品拍賣市場的競爭加劇。

另一方面，中國藝術品拍賣行也開始於香港等海外藝術品拍賣市場擴展其業務。2011年5月，中國嘉德成立中國嘉德（香港）國際拍賣公司，並於2012年秋季在香港舉辦首場拍賣會。2012年10月，我們成立保利香港拍賣，並於同年在香港舉辦首場拍賣會。

截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度以及截至2013年6月30日止六個月，我們的藝術品拍賣成交總額分別佔中國（包括香港）市場份額的15.8%、14.1%、11.3%及14.3%。我們於2011年的市場份額較2010年略有減少，主要是由於2011年中國（包括香港）的藝術品拍賣成交額較2010年大幅增加，從而吸引更多競爭對手進入該市場。2012年，我們的市場份額進一步下降，主要是由於中國藝術品拍賣市場因市場對流動性的關注而經歷調整。儘管2012年香港藝術品拍賣市場受該趨勢的影響相對較小，但我們於香港的業務仍處於初始階段。截至2013年6月30日止六個月，我們的市場份額增至14.3%，主要是由於中國藝術品拍賣市場表現穩定、我們實行經調整與行業趨勢相符的業務策略以及於香港拓展我們的拍賣業務。

中國藝術品經營與拍賣行業的發展趨勢

市場經營主體結構持續調整

目前，相較一級市場（或稱藝術品零售市場），中國藝術品二級市場（或稱藝術品拍賣市場）發展相對更為成熟。隨着中國藝術品市場的不斷發展，藝術品市場的主要經營主體結構不斷調整優化，未來國內的藝術品博覽會、畫廊及文物商店透過自身品牌的拓展、學術互動和改善藏家服務更為成熟。與此同時，中國的拍賣行將繼續開發創新的業務模式及新的藝術品類別，以增強其競爭力。預期中國藝術品市場將繼續調整優化其結構。

持續的產業化和資本化

隨着從事藝術品經營與拍賣業務的機構與個人不斷增加，中國藝術品市場逐漸產業化及資本化。藝術品是重要的投資資產類別，銀行及信託等金融機構提供的充足資本對藝術品市場的可持續發展提供有力的財務支持。隨着市場化程度加深，藝術品交易、鑒定和估價機制將進一步提升，而藝術品估值將進一步趨向理性。

中國藝術品的國際化

中國古代藝術品一直是國際藝術品藏家熱衷收藏的對象。伴隨着中國經濟持續增長，中國現當代藝術品也逐漸受到熱捧。此外，中國買家購買力日趨增強，並展現出

對符合其品位的藝術品投資的鮮明興趣。以上因素使得中國藝術品拍賣市場於2003年後實現爆發性增長。根據Artprice.com及雅昌，中國（包括香港）自2010年起問鼎全球高雅藝術品拍賣市場的龍頭位置；2012年，中國（包括香港）佔全球市場份額41%，而美國市場佔27%及英國市場佔18%。我們預計，中國將繼續位居全球最大藝術品市場之一的寶座，從而進一步刺激中國藝術品的國際化。

中國演出與劇院管理行業

概況

劇院是組織各類文化演出的場所，包括戲劇、話劇、音樂劇、歌舞劇、曲藝、芭蕾舞及其他。尤其是，中國演出與劇院管理行業同時兼負商業與社會效益目的。因此，除表演文化演出獲得商業利益及可持續發展的同時，也肩負着滿足居民文化產品需求以及提升社會文化藝術修養和文藝欣賞水平的責任。

隨着文化產業的整體發展，中國演出與劇院管理行業高速發展。據國家統計局數據統計，2012年，中國7,321個表演藝術團體演出共1,350,200場，中國觀演人次達到828.1百萬人次。演出收入從2008年的人民幣13.3億元增長到2012年的人民幣64.1億元，年複合增長率為48.2%。

年度	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
藝術表演團體數目	5,114	6,139	6,864	7,055	7,321
演出場次 (1,000場次)	905.3	1,201.6	1,371.5	1,547.2	1,350.2
國內演出觀演人次 (百萬人次)	631.9	817.2	884.6	745.9	828.1
演出收入 (人民幣十億元) .	1.33	2.88	3.43	5.27	6.41
演出場館數目	1,944	2,137	2,112	1,956	2,364

數據來源： 文化部《中國文化文物統計年鑑》(2008年－2013年)
中國國家統計局

隨着演出團體數目與演出收入的快速增長，演出場館的數目由2008年的1,944個增至2012年的2,364個，包括985個劇院和776個影院。

演出與劇院管理行業中的大型劇院和高雅藝術演出通常集中在經濟發達、人均國內生產總值較高、當地政府具備一定財政實力的城市，包括一線城市（如北京、上海等）、二線城市（如武漢、重慶等）以及國家文化體制改革的試點城市（如常州、溫

州、青島等)。這些城市有優良的劇院基礎設施及對劇院演出有穩定的需求，因此當地文化市場在支持安排較大演出項目方面更為成熟。劇院演出需求通常在下半年較為旺盛且在假期季節期間達到高峰，尤其是九月至十月（中秋節及國慶節假期）以及十二月至一月（聖誕節及新年）。

中國演出與劇院管理行業的主要促進因素

政府大力倡導高雅藝術

中國政府竭力推廣高雅藝術及提高人民群眾文化素質。2009年，國務院頒佈振興規劃，明確提出將建立主要城市的文藝演出院線網絡作為建造中國現代文化及藝術市場的主要任務之一。伴隨財政實力提高，中央和地方政府將劇院建設和提供文藝演出作為惠民工程進行提倡。

中國多數劇院乃由地方政府興建，肩負有社會責任。劇院管理公司通常與當地政府訂立劇院管理協議，其中會設定全年平均最高票價，以確保居民能以合理價格欣賞一定數量的劇院演出。中國地方政府對宣揚高雅藝術的演出和演出團體也會進行票價補貼。政府措施有效提升了中國高雅藝術演出的品位及需求。

城鎮化水平提升，城市生活方式佔主導地位

根據國家統計局發佈的統計數據，2012年中國城鎮化率達到52.57%。中國正迅速進入城市化時代，標誌為城市經濟及生活方式佔主導地位。城市居民家庭通常更加注重文化消費。根據《中國國家統計年鑒》數據顯示，2011年，中國城市居民家庭用於文教及娛樂活動的現金支出比例平均為12.2%，而農村居民家庭平均僅為8.4%。劇院演出是典型的城市文化消費活動，並從預期持續發展的城市化中受益。

人口教育水平提升

中國義務教育改革大幅提升了人民群眾的教育水平。根據國家統計局發佈的第六次人口普查結果，2010年全國大專及以上受教育程度人口比重為8.9%，較2000年第五次人口普查時提高了5.3%。伴隨着整體受教育水平的提升，人們將對高雅藝術的興趣及需求不斷提升，從而為演出與劇院管理行業提供更為廣泛的客戶基礎。

中國演出與劇院管理行業的競爭格局

中國劇院大多由地方政府部門出資興建，隸屬地方文化或者宣傳部門管轄。劇院分佈較為分散，發展規模大小不一，導致市場集中度相對較低。就單體劇院而言，在不發達地區，單體劇院因市場競爭不大而受益，而在經濟發達地區，如北京、上海、重慶及深圳等地，單體劇院會因演出場所增加而面臨更為激烈的競爭。

為了使政府管理和企業營運分開及提高劇院的市場化運營能力，部分地方政府或獲授權劇院擁有人會委託專業第三方進行劇院管理及營運，並支付一定數目的劇院管理費。專業劇院管理公司有助於提升劇院的營運效率，從而為公眾提供更多演出，並協助政府履行其提高人民群眾文化品位及推廣高雅藝術的職能。

中國各劇院經營主体主要通過直營劇院院線或者劇院聯盟兩種聯合經營模式實現跨省、跨領域的資源整合和管理經營的標準化，進而提高劇院管理的品牌價值。中國有兩大直營劇院院線，即保利劇院院線及中演院線，並有五大省際聯盟（北方劇院聯盟、東部劇院聯盟、西部演出聯盟、長三角演藝聯盟及珠三角演藝聯盟）以及若干省內演出聯盟（國家話劇院北京院線聯盟、四川劇院聯盟、安徽演出聯盟和江西演出院線聯盟等）。競爭主要集中在演出資源及劇院管理等方面。

就營運中劇院數目而言，我們是中國最大劇院管理公司之一。截至2013年10月31日，我們在中國29個城市管理有31家高端劇院。與管理鬆散的劇院聯盟相比，直營劇院院線在承接新劇院、安排大型劇目巡演及提供標準化劇院管理方面享有競爭優勢。

中國演出與劇院管理行業的發展趨勢

劇院管理業務的持續市場化

目前中國演出與劇院管理行業的市場化程度和市場集中度相對較低。隨着中國政府推行文化藝術產業市場化改革政策，更多劇院將會把業務委託給專業第三方，從而令劇院營運與演出安排由更具經驗和效率的市場主體來承擔。

劇院院線化管理方式將成為市場主流

隨着劇院演出市場的發展，觀眾欣賞層次逐漸多元化，向傳統的劇院管理模式提出了新的要求。傳統上，會議及私人演出的場租佔劇院收入的主要部分。然而，劇院的側重點需要轉向整合資源、推廣及銷售自創及公眾演出，以取得商業價值和社會效益。不論是直接管理模式還是劇院聯盟模式均提高了不同區域間演出與劇院管理的效率和盈利能力，並吸引更多國內外演出團體的表演。此外，部分劇院院線擬建立覆蓋製作、發行及表演節目的一體化產業鏈，以為劇院提供資本支持，為開拓國內外市場奠定基礎。

原創劇目繁榮增長

劇院間對優質節目資源的競爭日益激烈。在加大力度引進國外節目的同時，中國企業竭力開發具自主知識產權的原創劇目。2012年，中國原創劇目個數達4,035個，包括1,152個傳統中國戲曲、948個歌劇、舞蹈、音樂劇及輕音樂團、147個話劇及兒童劇及1,220個由綜合性表演團體制作的劇目。

中國影院投資管理行業

概況

隨着中國經濟的快速增長和居民人均可支配收入的增加，近年來中國影院投資管理行業高速增長。根據前國家廣電總局的統計數據，2012年中國電影產業總票房收入達到人民幣170.7億元，其中城市電影院線票房收入達到人民幣166.3億元，自2008年起年複合增長率為43.9%。

行業概覽

下表列明了2008年到2012年中國城市電影院線的重要指標。

中國城市電影院線的重要指標

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	年複合 增長率 (2008年至 2012年)
銀幕數目 (千塊)	4,896.4	5,947.9	8,452.4	13,120.1	18,987.3	40.3%
觀影人數 (百萬人)	140.7	200.4	281.0	354.8	465.7	34.9%
電影票房收入 (人民幣百萬元) ..	3,883.5	6,019.0	9,749.3	12,431.4	16,627.6	43.9%

數據來源：中國電影協會產業研究中心刊發的《2012中國電影產業研究報告》。

此外，中國影院數持續高速增長。截至2012年，中國影院數達到3,680家，銀幕數達到13,118塊。下圖列明了中國2008年到2012年城市影院和銀幕數的增長。

中國影院和銀幕數



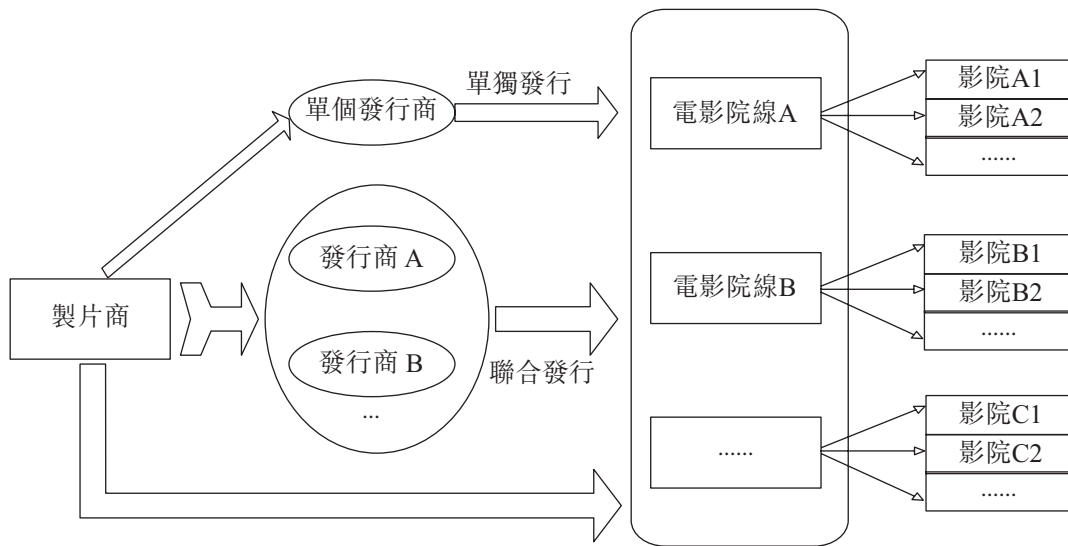
數據來源：藝恩

電影院線制

中國自2002年開始採用與國際接軌的電影院線制，即影片製片商及發行商向電影院線提供影片拷貝，電影院線再根據統一供片體制向加盟影院提供影片拷貝。電影院線基本上已成為進口影片及主要國產影片的統一供片渠道。

下圖列明了電影院線制的經營模式：

電影院線制經營模式



經扣除電影專項基金及稅項後，電影票房淨收入主要在電影製片商、發行商、電影院線以及影院之間分賬。前國家廣電總局為了保護國內電影製片行業發展，指引建議國內電影製片商最低可獲得43%的淨電影票房收入。然而，在實際操作中，由於電影院線和影院議價能力相對較強，影院通常取得淨電影票房收入50%-55%的分成（即經扣除3.3%的稅項及5%電影專項基金徵費後電影票房收入總額）、電影院線通常取得淨電影票房收入1%-5%的分成，剩餘部分由製片商和發行商進行分成。最終分成受影片種類及相關方的議價能力等因素影響而有所差異。

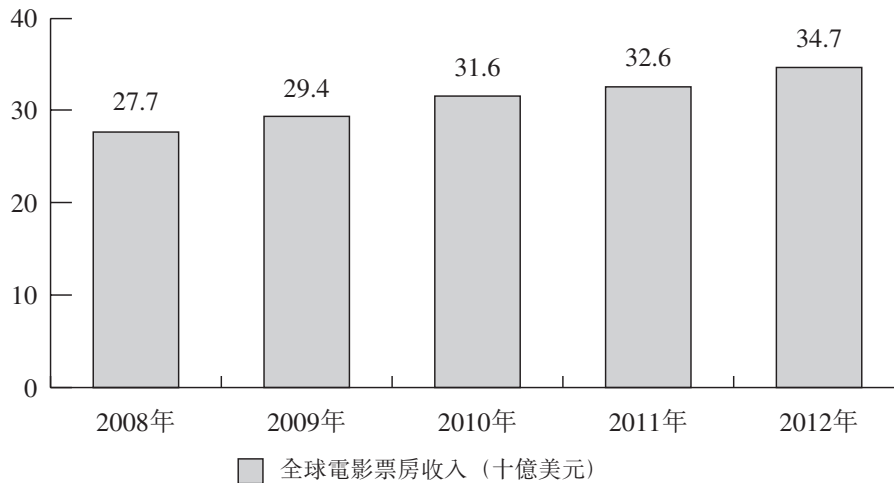
行業特點

電影票房收入與當地經濟發展水平、當地居民消費能力、觀影興趣和人口密度等因素緊密相關。根據前國家廣電總局的統計數據，2012年，中國票房收入總額的68.77%乃由十大地區貢獻，即廣東、北京、江蘇、浙江、上海、四川、湖北、遼寧、山東及重慶。

經濟週期對電影行業的影響具有雙重性。一方面，電影票房收入與國民經濟發展和人均國內生產總值的增長水平密切相關，在經濟繁榮時期電影行業會快速發展。

另一方面，在經濟蕭條時期，民眾的收入和對未來經濟增長預期將有所降低，因此民眾會首先削減奢侈品消費，而可能會將更多的預算用於可負擔的文化娛樂消費（如電影）。同時，電影將於衰退期為民眾提供精神支持。因此，電影票房收入於經濟蕭條期間保持回彈。例如，根據美國電影協會(MPAA)的統計，全球票房收入在2008年至2012年間保持增長勢頭，未受經濟危機影響。

全球電影票房收入



數據來源：MPAA《Theatrical Market Statistics 2012》。

影院及電影在春節、勞動節、國慶節、聖誕節及新年等法定及傳統假日時最受歡迎，因此中國影院投資管理行業的電影票房收入通常會於此期間錄得良好表現。

中國影院投資管理行業的競爭格局

目前，中國形成了全國性院線和區域性院線並存格局。尤其是，建設和發展全國性電影院線是重中之重，他們的業務範圍覆蓋整個中國。與此同時，一些區域性電影院線不僅受益於在當地市場擁有悠長的經營歷史，並有能力擴展至其他區域。

截至2013年10月31日，我們的14家自營影院均加入了保利萬和電影院線。按2012年電影票房總收入計算，保利萬和院線是全國第15大電影院線，全年票房收入達到人民幣338.8百萬元，佔全國電影票房總收入的2.04%。2012年票房收入數據亦顯示出，我們的深圳保利影城為全國第16大、深圳市第2大影院。下表載列2012年中國電影票房收入前20名的影院。

2012年中國電影票房收入前20名的影院

排名	影院名稱	電影票房收入 (人民幣百萬元)	排名	影院名稱	電影票房收入 (人民幣百萬元)
1	北京耀萊	81.69	11	廣州正佳	59.33
2	深圳嘉禾	77.86	12	哈爾濱萬達中央店	59.31
3	首都華融	76.99	13	UME重慶江北店	55.65
4	上海萬達五角場店	74.04	14	武漢中影天河	53.21
5	北京UME華星	67.03	15	成都萬達錦華店	52.74
6	北京UME雙井店	63.84	16	深圳保利	51.83
7	上海永華	63.57	17	廣州青宮	51.71
8	北京萬達CBD店	63.26	18	北京星美	51.67
9	廣州萬達白雲店	61.41	19	上海和平	50.96
10	廣州飛揚正佳	59.99	20	寧波萬達鄞州店	50.32

數據來源：《2012中國電影市場報告》

中國影院投資管理行業的發展趨勢

影院數目持續增長

近年來，中國電影產量持續上升，而影院放映影片數量並沒有出現大幅增加。例如，根據藝恩統計數據，2012年國產電影達到893部，而影院放映的國產影片只有約231部。中國電影產量的增加，要求增加作為分銷渠道的影院數目。

同時，隨着互聯網、移動通信等信息技術的快速發展，觀眾可以更加便捷地獲取影片信息、電影排期、網上購票，去影院觀影更為方便。3D電影放映技術的發展，亦強化了觀眾的觀影體驗並增強了觀眾到影院觀影的意願。

與發達國家相比，中國電影業仍存在巨大的潛力。截至2012年末，中國擁有銀幕總數為13,118塊，而美國為39,918塊。2012年，中國每百萬人擁有銀幕約10塊，而美國每百萬人擁有銀幕約127塊。

由於強勁的市場需求及發展潛力，以及政府政策指導及鼓勵，預計中國影院及銀幕數目將於未來幾年持續增長。

新影院的投資回收期縮短

中國新建影院的投資回收期預期是10至15年。然而，強大的市場需求和電影院線體制的經營效率不斷提高已縮短投資回收期，且影院的盈利能力大大增強。

鑑於自營影院具有較高且穩定的盈利水平，同時很大程度上可避免影片製作的業績波動風險。從目前的政策方針和市場增長勢頭來看，影院投資管理將繼續為中國電影業最具前景的行業之一。

加強與商業地產發展商的合作

影院投資方與商業地產開發商合作在商業中心區興建影院，已成為中國目前電影業的最大亮點之一和一種主要趨勢。例如，憑藉商業物業發展的優勢，萬達影院採用標準的院線管理模式，在全國範圍內發展自營影院。這一模式被眾多其他電影院線採用。影院可帶來大量觀影人流，提升同一商業地產綜合體中其他業務的盈利能力，同時，通過與商業地產發展商合作，影院投資方可以降低租金成本。商業地產開發與影院投資的有力對接，能夠部分抵銷經營風險，創造雙方業務的雙贏局面。

日益重視技術革新

1999年數字放映技術的推出，使得電影數字化進入新時期。尤其是2005年，數字影院的技術規格和標準的統一促進全球數字影院的快速發展，帶動電影行業向數字化過渡。在數字銀幕中，3D數字銀幕發展快速，而中國目前是全球3D數字銀幕增長最快的國家。

隨着影片拍攝和製作水平的不斷提升，能夠於巨幕上放映、給觀眾帶來更強視覺衝擊的電影數目日益增多，使得巨幕放映技術再次受到熱捧。IMax電影系統自1967年推出以來，一直在巨幕行業處壟斷領先地位。然而，近年來，國內多家影院和研究機構竭力開發及推出擁有自主產權的巨幕放映系統，包括由中國電影研究所和中影集團開發的DMax、保利影業開發的Poly-Max及萬達開發的X-Land等。國內巨幕放映技術憑藉優良表現及相對較低的經營成本，正在逐步擴大其國內市場份額。