



創市際雙週刊  
第一八六期

發刊日：2021年10月15日



# 電影篇與 Comscore 電影數據觀察

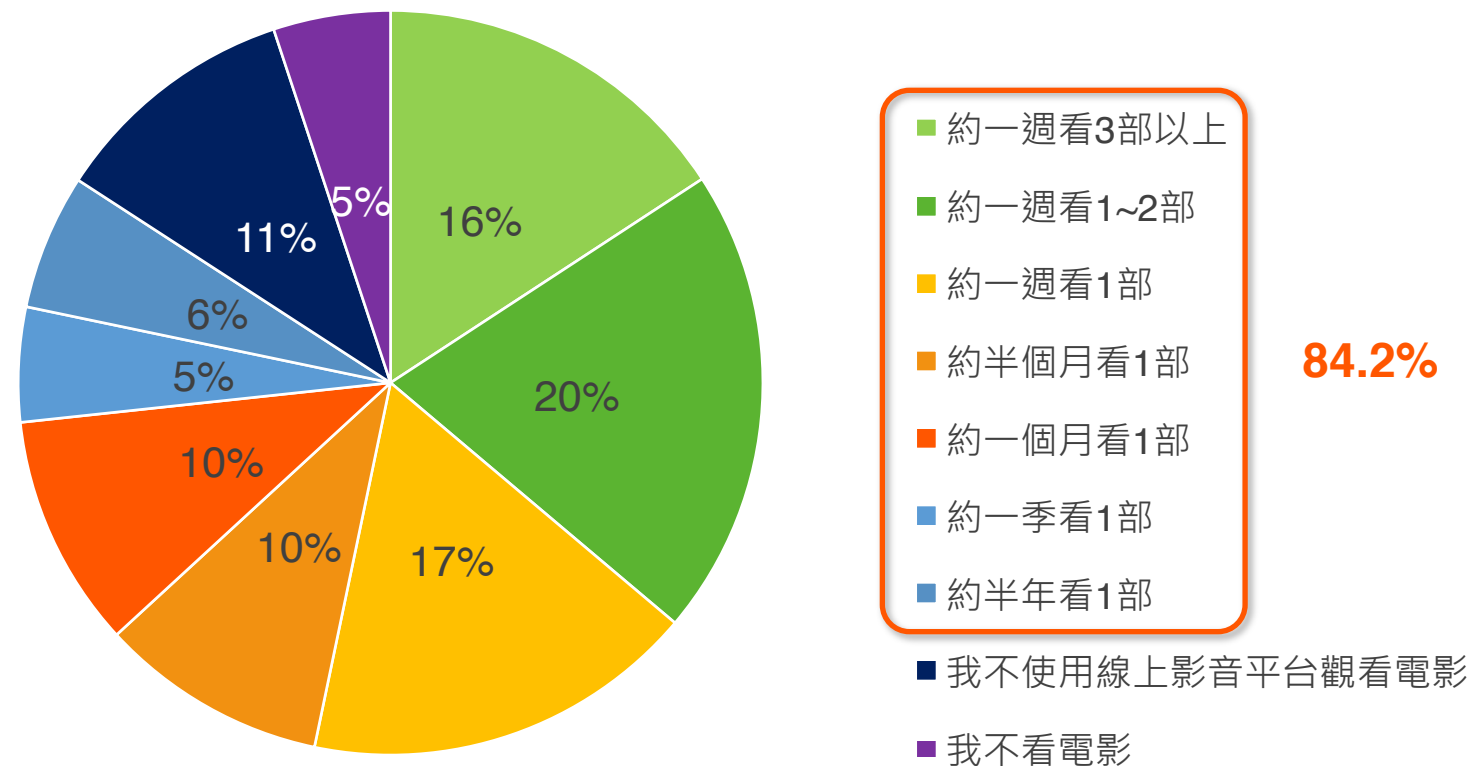
## 前言

疫情期間，線上影音平台讓民眾在家也能觀賞電影，為瞭解民眾使用線上影音平台的觀影行為，創市際於 2021 年 9 月 16 日至 23 日，針對 15-64 歲 的網友進行了一項「電影篇」的調查，總計回收了 1,814 份問卷。

在全球的觀察上，Comscore 從票房數據中觀察到了各地戲院重新開放，影迷也陸續回到電影院中響應。而職業摔角選手出身的巨石強森 (Dwayne “The Rock” Johnson) 近年來在電影事業上的發展有目共睹，參與演出的電影也一再吸引觀眾們進入戲院，與他一起體驗兩小時的精彩時光。巨石強森最新上映的電影作品「叢林奇航 (Jungle Cruise)」，首週上映票房在全球便開出 6,200 萬美元的紅盤。本次我們將透過 Comscore 數據，一窺巨石強森的電影職業里程碑以及粉絲喜好。

## 八成以上網友使用線上影音平台觀看電影

今年使用線上影音平台觀影頻率



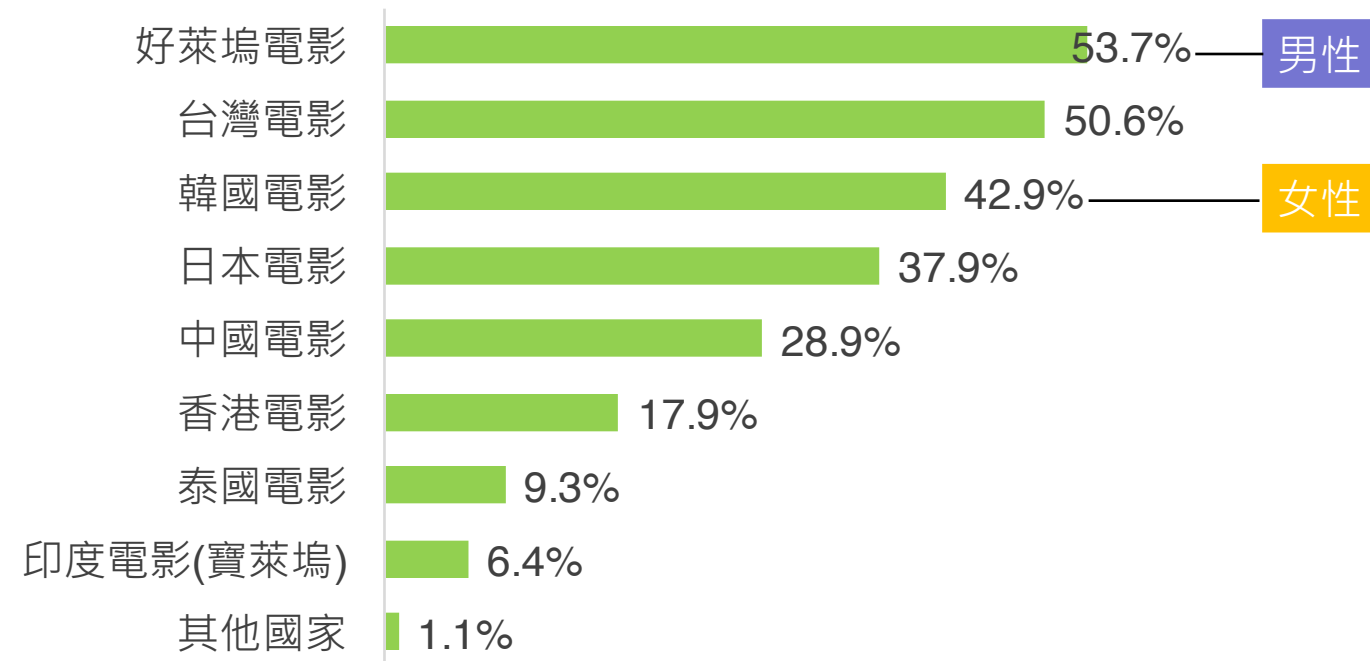
Base：全體受訪者 N=1,814

資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2021

今年以來，有超過八成的網友曾使用線上影音平台觀看電影 (84.2%)。以觀影頻率來看，有 53% 網友每周觀影至少 1 部 (含) 以上。進一步由族群交叉的數據可知，每周觀影 1~2 部或頻率更高者，以男性的比例較高；而每季僅約看 1 部電影，亦或是觀影頻率更低的族群，則是女性的比例相對略高一些。

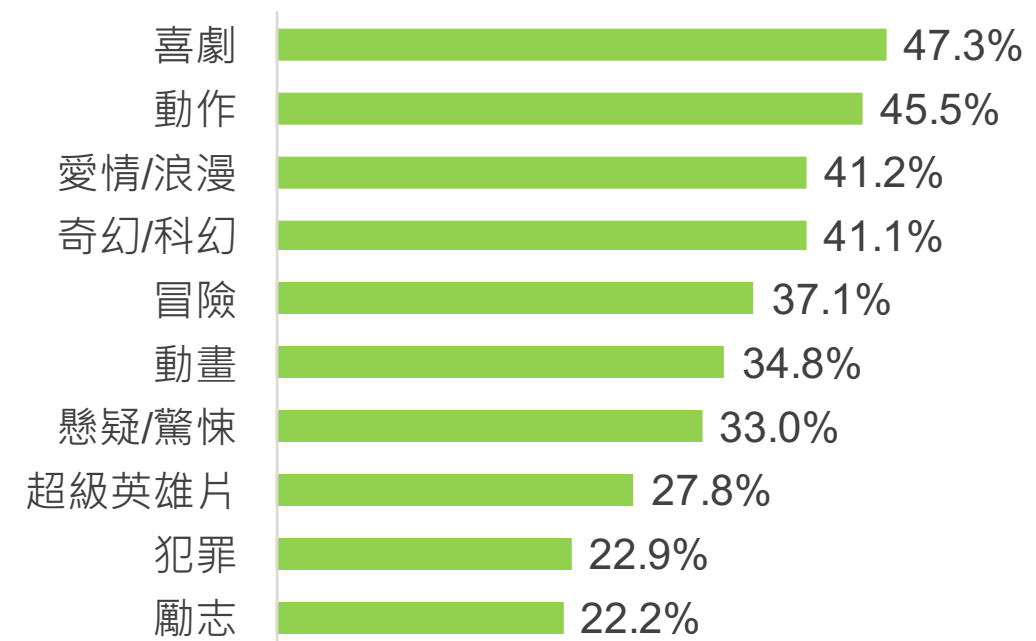
## 好萊塢電影最受歡迎，國片緊追在後

在線上影音平台觀影的國家(語系)偏好



Base：有使用線上影音平台看電影的受訪者 N=1,527  
資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2021

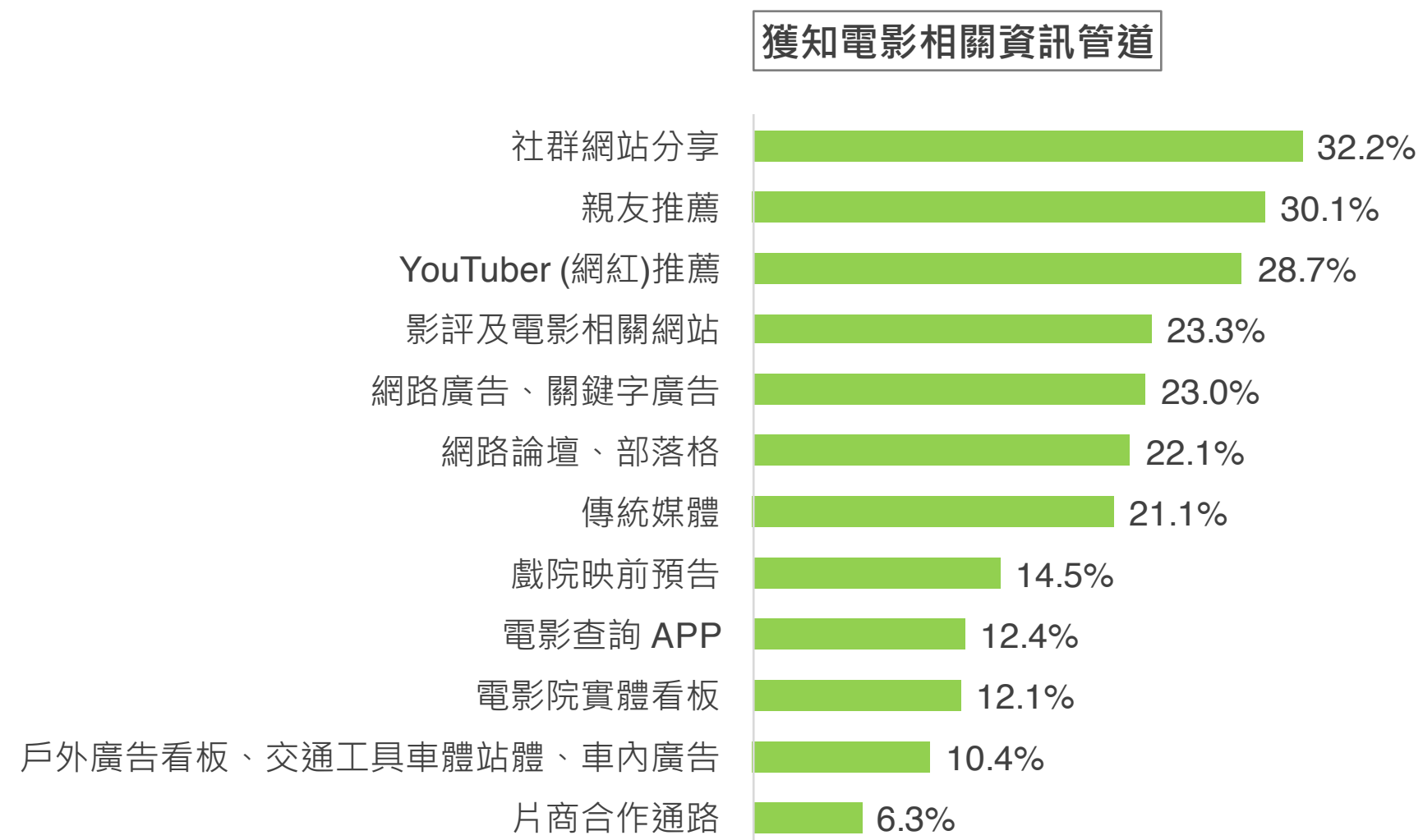
在線上影音平台觀影的電影類型偏好



Base：有使用線上影音平台看電影的受訪者 N=1,527  
資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2021

調查結果顯示，網友在線上影音平台觀影偏好「好萊塢電影」(53.7%)，此以男性族群較為顯著；其次是愛看「台灣電影」(50.6%)，而「韓國電影」(42.9%)排名第三。至於喜愛的電影類型，則以「喜劇」(47.3%)及「動作」(45.5%)片為主，其次是「愛情/浪漫」(41.2%)與「奇幻/科幻」(41.1%)片。

## 社群網站為民眾獲知電影資訊主要管道



獲知電影相關資訊的管道，主要以「社群網站分享」(32.2%) 為主，其中以 20-29 歲、學生族群比例較顯著；其次管道為「親友推薦」(30.1%)，排名第三的是「YouTuber 推薦」(28.7%)，此以 15-24 歲年輕族群人數居多。

Base：全體受訪者 N=1,814

資料來源：創市際市場研究顧問 Sep. 2021

## ▶ 小結

- 今年以來，有八成以上網友曾使用線上影音平台觀看電影 (84.2%)。
- 線上影音平台觀影偏好：  
國家(語系) Top 3：「好萊塢電影」(53.7%)、「台灣電影」(50.6%)、「韓國電影」(42.9%)。  
電影類型 Top 3：「喜劇」(47.3%)片、「動作」(45.5%)片、「愛情 / 浪漫」(41.2%)片、「奇幻 / 科幻」(41.1%)。
- 獲取電影相關資訊管道 Top 3：「社群網站分享」(32.2%)、「親友推薦」(30.1%)、「YouTuber推薦」(28.7%)。

## Comscore 觀察：全球影業復甦，逾 90% 戲院已重新開門

全球歷經了一年多疫情肆虐封城的影響，Comscore 探討 2021 年上半年全球票房數據，觀察到有超過 9 成的戲院已開放影痴入場觀看大螢幕放映的電影。

各家影業原本都會接連在七月暑假檔期推出大片，無奈受到疫情影響，多部電影上映時間一延再延，隨著各國疫苗施打普及率提高，民眾亦習慣與疫情共處，戲院在做好安全觀影環境的準備下也陸續開門營業。

Comscore 電影數據部門全球董事總經理暨執行副總裁 Arturo Guillén 表示，Comscore 有幸能透過實際的票房數據系統，在第一時間見證各地影業的復興，歷經一年多來與疫情及低迷消費環境的奮鬥，最新的票房狀況與收入顯示，世界各地的電影愛好者都渴望重回戲院重溫在大螢幕看電影的感受。



## 全球電影票房時常受到人數大國影響

Comscore 資深媒體分析師 Paul Dergarabedian 補充道，隨著電影公司不斷推出令人期待的新電影或續作，觀眾紛紛前往當地的電影院體驗大螢幕帶來的聲光刺激。

進戲院看賣座片已經成為民眾習慣的生活經驗，無論在全球各地，電影無疑是不需要言語就能理解的國際語言。以下，我們就針對全球動作巨星「巨石強森」做了簡易的觀察。

### 全球電影票房預估 (截至 10 / 10 當周)

007：生死交戰	No Time to Die	USA
長津湖	Battle at Lake Changjin, The	China
猛毒2：血蜘蛛	Venom: Let There Be Carnage	USA
我和我的父輩	My Country, My Parents	China
阿達一族2	Addams Family 2, The	USA

### 全美電影票房預估 (截至 10 / 8 當周)

007：生死交戰	No Time to Die	USA
猛毒2：血蜘蛛	Venom: Let There Be Carnage	USA
阿達一族2	Addams Family 2, The	USA
尚氣與十環傳奇	Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings	USA
紐華克聖人	Many Saints of Newark, The	USA

## 巨石強森 (Dwayne “The Rock” Johnson) 電影全球票房排名

您或許是透過「玩命關頭」與「野蠻遊戲」系列作品認識巨石強森，因為這兩部電影作品也是巨石強森參演作品中票房最高的幾個：

野蠻遊戲：瘋狂叢林 (2017)

15 億美元

玩命關頭 8 (2017)

12 億美元

野蠻遊戲：全面晉級 (2019)

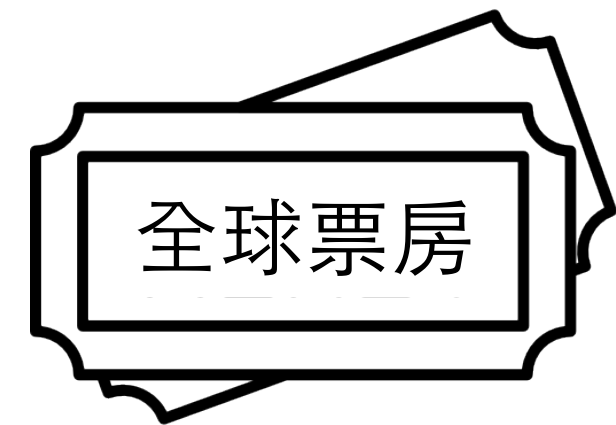
9.6 億美元

玩命關頭 7 (2015)

8 億美元

玩命關頭 6 (2013)

7.9 億美元



## 巨石強森 (Dwayne “The Rock” Johnson) 電影全美票房排名

巨石強森或許無法親自在海洋奇緣中現身，但他在電影中以豐富的聲音表現擔任半人半神角色「毛依」的幕後配音，並在劇中獻出歌唱處女秀，也讓人印象深刻：

野蠻遊戲：瘋狂叢林 (2017)

4.1 億美元

玩命關頭 7 (2015)

3.5 億美元

野蠻遊戲：全面晉級 (2019)

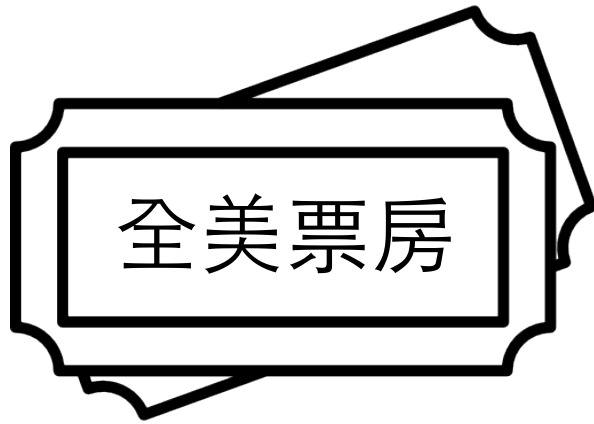
3.2 億美元

海洋奇緣 (2016)

2.5 億美元

玩命關頭 6 (2013)

2.4 億美元



全美票房

## 巨石強森電影觀影族群傾向

在巨石強森擔任主角的電影中，有 **31%** 的**家長**表示，巨石強森是他們想看這部電影的主要原因，比起美國家長因為主角願意看電影的傾向高出三倍 (一般為 **10%**)。

觀賞巨石強森參演電影的**孩童**中，有 **74%** 表示他們會推薦朋友「立刻去看！」，美國孩童歷來的推薦平均指數大約是 **68%**。

巨石強森的電影觀眾，在**族群**上也呈現較多元的傾向，有 **54%** 以上為非白種人，美國的戲院觀眾族群分佈，非白種人觀影常態比例為 **46%**。

## 研究設計

研究方法：

線上調查(IX Survey線上研究整合系統)

研究對象：

樣本來源為創市際iX：Panel大型樣本群，  
針對15-64歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：

2021/09/16 ~ 2021/09/23

有效樣本數：N=1,814

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.3%，  
再依照行政院主計處2021年06月台灣地區人口之性別、年齡及地區人口結構進行加權。

		個數	百分比
性別	男性	907	50.0%
	女性	907	50.0%
年齡	15-19歲	125	6.9%
	20-24歲	161	8.9%
	25-29歲	172	9.5%
	30-34歲	171	9.4%
	35-39歲	205	11.3%
	40-44歲	218	12.0%
	45-49歲	190	10.5%
	50-54歲	195	10.7%
	55-59歲	197	10.8%
	60-64歲	181	10.0%
居住地	北部	835	46.0%
	中部	477	26.3%
	南部	502	27.7%



- ▶ 本雙週刊報告書內容為創市際市場研究顧問公司版權所有。
- ▶ 若需引用本雙週刊相關數據，或有任何問題，歡迎來信詢問。

m [marcom@ixresearch.com](mailto:marcom@ixresearch.com)