

Chine

Fréquentation	2017	2018	2019	2020	2021	
Entrées (M)	1 730,0	1 716,0	1 727,0	548,0	1 167,0	↗
Recettes (M€)	7 334,6	7 812,1	8 309,5	2 594,1	6 200,1	↗
Écrans	50 776	60 079	69 787	75 581	82 248	↗
Prix moyen du billet (€)	4,2	4,6	4,8	4,7	5,3	↗

Le marché

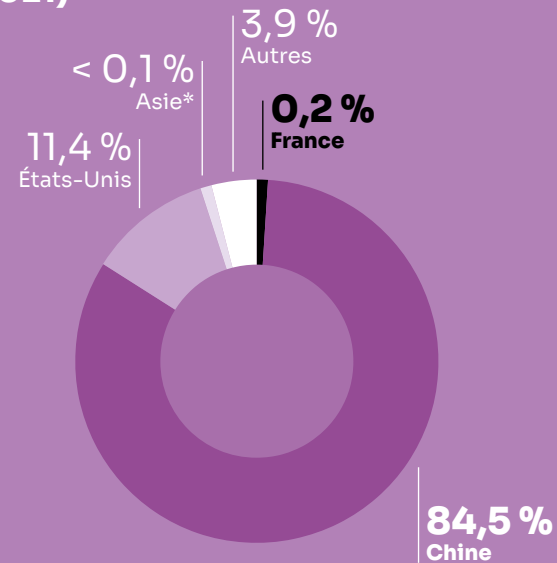
Total des films sortis (2021)

↗ **697**

Pays d'origine

- ↗ **625** Chine
- ↘ **24** États-Unis
- ↗ **21** Asie*
- ↗ **7** France
- ↗ **20** Autres

Parts de marché selon la nationalité (2021)



Top 10 films (2021)

		Entrées	Recettes (€)
1	The Battle at Lake Changjin (Chn)	124 000 000	744 634 176
2	Hi, Mom (Chn)	121 000 000	698 320 304
3	Detective Chinatown 3 (Chn)	95 031 000	582 471 120
4	Chinese Doctors (Chn)	36 542 000	171 322 624
5	Fast and Furious 9	35 430 000	179 579 136
6	Raging Fire (Chn)	34 344 000	171 451 632
7	My Country, My Parents (Chn)	33 972 000	190 415 808
8	Godzilla vs Kong	32 917 000	158 937 856
9	A Little Red Flower (Chn)	32 303 000	154 293 568
10	Cliff Walkers (Chn)	30 846 000	153 519 520

Parts de marché des exploitants (2021)

1	Wanda Cinemas	15,3 %
2	Guangdong Dadi Cinema Circuit	9,6 %
3	Shanghai United Circuit	7,7 %
4	China Film Digital Cinema Line	7,6 %
5	China Film South Cinema Circuit	7,0 %
6	Guangzhou Jinyi Cinemas	4,3 %
7	Hengdian Entertainment	4,2 %
8	Jiangsu Omnijoi	4,1 %
9	China Film Stellar Theater Chain	4,0 %
10	Huaxia	3,4 %

2021

TOP *3 Productions majoritaires

- 1 **Astérix - Le Secret de la potion magique**
45 000 entrées
- 2 **Otac**
5 618 entrées
- 3 **Nicky Larson et le parfum de Cupidon**
246 entrées (78 246 au cumul)

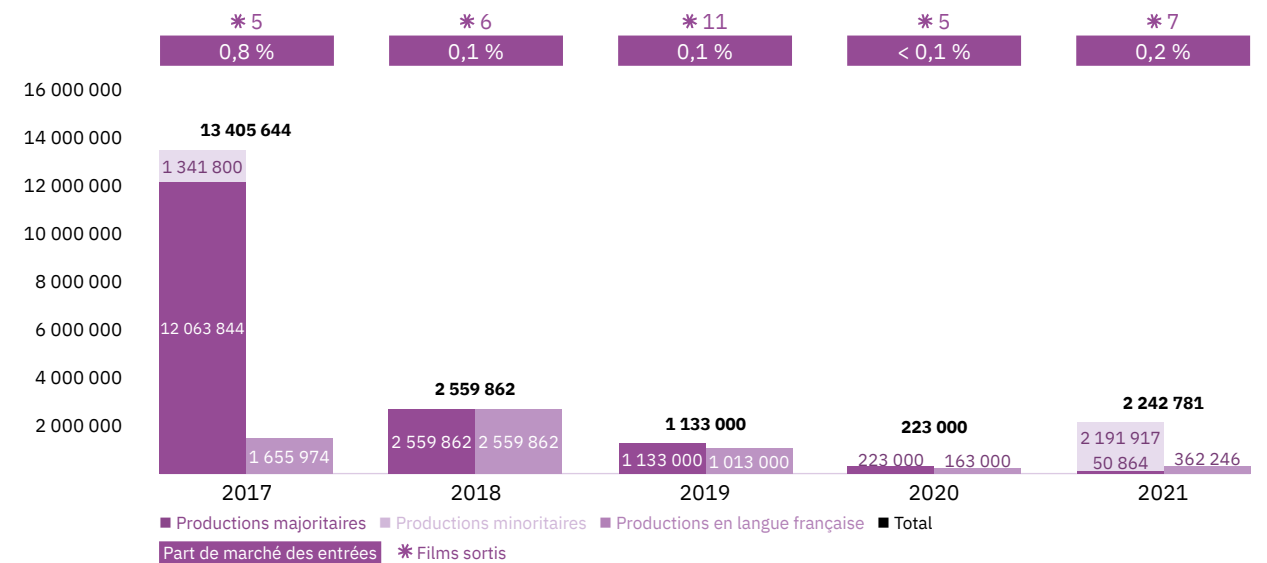
0,2 %
Part de marché des entrées

2 242 781
Entrées

7
Films sortis

Les films français

Les entrées des films français (2017-2021)



Top 5 productions majoritaires en langue française (2017-2021)

Titre	Distributeur	Sortie	Entrées	Recettes (€)
Taxi 5	China Film	03/08/18	1 007 548	3 746 902
Le Jeune Karl Marx	China Film	05/05/18	570 344	2 555 674
Le Grand Méchant Renard et autres contes	China Film	16/03/18	528 193	1 973 768
Minuscule 2 - Les Mandibules du bout du monde	China Film	23/08/19	489 000	2 128 433
Drôles de petites bêtes	Huaxia	13/04/19	273 000	1 001 334

Les entrées des films français selon le genre (2017-2021)

Genre	Part des entrées	Films
Fantastique / Horreur / Science-Fiction	62,5 %	3
Animation	17,1 %	10
Comédie / Comédie dramatique	11,3 %	9
Drame	4,3 %	4
Biopic / Guerre / Histoire	3,6 %	3
Documentaire	0,9 %	2
Aventure / Policier / Thriller	0,4 %	3

Top des distributeurs des films français (2021)



Chine

Le box-office chinois atteint 6,2 Md€, soit une hausse de 139 % par rapport à 2020. Il représente un tiers du marché mondial et cette progression lui permet de conserver la première place dans le monde.

Le marché

✳ En 2021, la pandémie continue de frapper tous les secteurs du pays. La crise sanitaire apparaît de manière récurrente dans plusieurs villes chinoises, certains cinémas sont fermés à plusieurs reprises. En juillet, plus de 3 500 cinémas situés dans 73 villes sont à l'arrêt. Dans la province du Henan, les salles sont également fermées en raison d'inondations. Le box-office de l'été 2021 est en baisse de plus de 50 % par rapport à 2020. En novembre, la fermeture des cinémas s'étend à 31 provinces. On estime que seulement 65 % du parc de salles a réussi à ouvrir plus de 300 jours en 2021. Comme en 2020, les cinémas en activité doivent respecter une jauge limitée à 75 % de leur capacité. Afin d'aider les exploitants et encourager le public à aller au cinéma, certaines régions (comme Pékin) et les provinces du Zhejiang, du Fujian ou du Hainan distribuent des coupons de réduction ou des bons pour l'achat des billets de cinéma.

✳ En 2021, les entrées s'élèvent à 1,2 milliard, soit une augmentation de près de 113 % par rapport à 2020, et le box-office atteint 6,2 Md€, affichant ainsi une progression de 139 %. Mais ces chiffres restent inférieurs aux moyennes des années d'avant la crise du Covid-19, quand on comptabilisait en Chine plus de 1,7 milliard d'entrées et près de 8 Md€ de recettes.

Cette année, 697 films sortent en salle, soit plus du double qu'en 2020 (+132 %). Comme depuis plusieurs années, le cinéma national domine le marché avec une part de marché de 84,5 % des recettes grâce à 625 nouveau films distribués. En comparaison, seules 72 productions étrangères parviennent à sortir en salle.

✳ Dans le top 10 des films les plus vus sur grand écran en 2021, les films chinois occupent 8 places. Le plus gros succès de l'année est un film chinois patriotique, qui est aussi le plus gros box-office de tous les temps dans le pays : **The Battle at Lake Changjin** réalise 124 millions d'entrées et près de 745 M€ de recettes, soit respectivement 10 % et 12 % des cumulés annuels. En deuxième place, **Hi, Mom**, une petite comédie nostalgique, créée la surprise en réunissant 121 millions de spectateurs et en générant près de 698 M€ de box-office. Ces deux films à eux seuls captent plus de 42 % de spectateurs et 45 % du box-office du top 10. Ils sont également le deux plus gros succès de l'année dans le monde entier, devançant les blockbusters des studios états-unis. Les productions américaines se taillent une part de marché de 11,4 % et n'obtiennent que 2 places dans le top 10 : **Fast and Furious 9** s'empare de la 5^e et **Godzilla vs Kong** de la 8^e. Ensemble ils cumulent 68,3 millions d'entrées et 338,5 M€ de recettes, mais ne représentent qu'environ 10 % du classement. Le box-office chinois ne laisse que 4,1 % de place aux autres cinématographies.

✳ La tendance du public à se rendre au cinéma pendant les congés nationaux est particulièrement marquée en 2021. La part du box-office pendant les vacances (Nouvel An chinois, 1^{er} mai, fête nationale...) a augmenté de 36 %. En revanche, on observe une baisse significative de la fréquentation en dehors de ces périodes, avec une discontinuité dans le nombre de sorties et sur la qualité des films sortis.

✳ En 2021, près de 12 360 cinémas, principalement concentrés dans les provinces les plus développées, sont comptabilisés dans le pays, ce qui correspond à une augmentation de 3,5 % par rapport à l'année précédente. Le nombre d'écrans continue d'augmenter avec l'ouverture de 6 667 nouvelles salles, soit une moyenne de 18,2 nouveaux écrans par jour. Le principal exploitant en Chine reste le groupe Wanda qui représente plus de 15 % des recettes annuelles.

✳ Fin 2021, Tencent prend la place de leader des plateformes VOD devant iQiyi. Tencent est désormais le premier en nombre de films en ligne, mais également en nombre d'abonnés, avec 252 nouveaux films et 124 millions d'abonnés, contre 205 films et 97 millions d'abonnés pour iQiyi. Youku est troisième avec seulement 78 nouveaux films contre 217 en 2020.

Le cinéma français

✳ En 2021, les films français font mieux que les deux années précédentes en termes d'entrées. Au total, 7 titres ont attiré plus de 2 millions de spectateurs en salle, contre seulement 223 000 en 2020 et 1,1 million en 2019. Même si ces chiffres restent inférieurs à ceux de 2018, la part de marché française est passée à 0,2 %, seuil jamais atteint pendant les 3 années précédentes.

✳ Les films qui rencontrent le plus grand succès sont 3 productions minoritaires en langue étrangère. **The Father** attire près de 800 000 spectateurs et devance **Cinema Paradiso** (jusqu'alors inédit en Chine) et **Pinocchio**. Seules ces 3 films dépassent les 500 000 entrées et concentrent à eux trois 83 % des entrées annuelles des productions françaises sur le marché. Pour ce qui est de l'animation, **Bigfoot Family** a réuni 317 000 petits et grands, tandis que **Astérix - Le Secret de la potion magique** n'en a mobilisé que 45 000. Les dates de sorties choisies semblent avoir impacté la carrière de ces deux titres : le premier a été lancé pendant la période des vacances d'été, tandis que le second à la mi-septembre, après la rentrée scolaire, ce qui ne lui a pas permis d'être exploité pendant la période d'or pour les films d'animation.

✳ La présence du cinéma français en Chine passe aussi par la présentation de nombreux films dans les festivals internationaux, notamment ceux de Shanghai (accrédité par la FIAPF), de Pékin, de Pingyao et de La Route de la soie. L'accueil du public y est chaleureux. En 2021 l'actrice Noée Abita a remporté le Prix de la meilleure actrice au 11^e Festival de Pékin pour **Slalom**, tandis que Céline Sciamma a obtenu le Prix de la réalisation au 8^e Festival de la Route de la soie à Fuzhou pour **Petite maman**.

✳ Du fait de la situation complexe dans les salles de cinéma et de la décision par les autorités locales de limiter les festivals et événements spéciaux, le Panorama du Cinéma français organisé annuellement par Unifrance avec le soutien de l'Ambassade de France en Chine dans une dizaine de villes en Chine n'a pas pu se tenir en 2021.

Les résultats des films français

Les productions agréées sont les films français ayant reçu l'agrément des investissements ou de production du CNC réparties en fonction de la participation financière française (majoritaire ou minoritaire) et de la langue parlée (EOF, en français, et non EOF, en langue étrangère). Les résultats des films de production minoritairement française dans le pays étranger de production majoritaire sont volontairement omis.	Les autres productions françaises sont les films non agréés mais (co)produits par une société française : ayant reçu l'Aide aux Cinémas du Monde (ACM) ou l'Aide à la production d'œuvres audiovisuelles (COSIP) du CNC ; ayant été déclarés de nationalité française lors de l'agrément de distribution en salle (DIST) ; diffusés directement en VOD (VOD) en France. Sont pris en compte uniquement les résultats des sorties ayant eu lieu après le 01/01/2021, ceux de celles antérieures à cette date et leurs continuations sont volontairement omis.
--	---

Les productions agréées majoritaires en langue française

Rg	Titre	Distributeur	Sortie	Entrées 2021	Recettes 2021 (€)	Copies	Cumul entrées**
1	Astérix - Le Secret de la potion magique	Huaxia	11/09/21	45 000	201 610	-	
2	Nicky Larson et le parfum de Cupidon	China Film	11/12/20	246	1 278	-	78 246
Total				45 246	202 888		

Les productions agréées majoritaires en langue étrangère

Rg	Titre	Distributeur	Sortie	Entrées 2021	Recettes 2021 (€)	Copies	Cumul entrées**
1	Otac	China Film	02/11/21	5 618	25 941	-	
Total				5 618	25 941		

Les productions agréées minoritaires en langue française

Rg	Titre	Distributeur	Sortie	Entrées 2021	Recettes 2021 (€)	Copies	Cumul entrées**
1	Bigfoot Family	China Film	06/08/21	317 000	1 418 909	-	
Total				317 000	1 418 909		

Les productions agréées minoritaires en langue étrangère

Rg	Titre	Distributeur	Sortie	Entrées 2021	Recettes 2021 (€)	Copies	Cumul entrées**
1	The Father	China Film	18/06/21	795 283	4 110 604	-	
2	Cinema Paradiso	Huaxia	11/06/21	540 634	2 602 530	-	
3	Pinocchio	China Film	01/06/21	526 000	2 158 087	-	
4	Sunset	Huaxia	09/02/21	13 000	59 118	-	
Total				1 874 917	8 930 339		

Les autres productions françaises

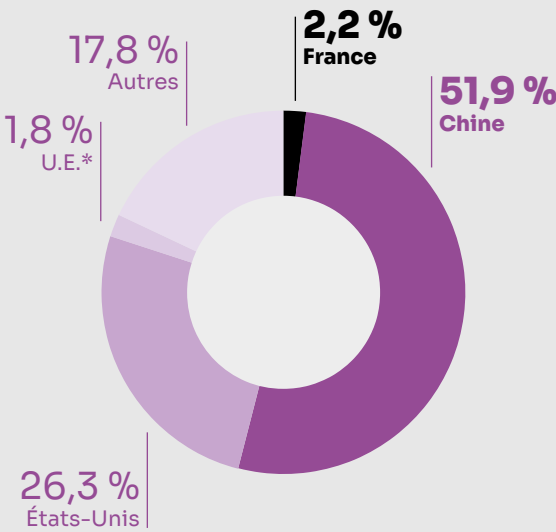
Rg	Titre	Distributeur	Sortie	Entrées 2021	Recettes 2021 (€)	Copies	Cumul entrées**	Catégorie	Financement	Langue
Total				0	0					

Bilan des résultats des films français (2021)

		Entrées	Recettes (€)
Total des films français (2021)		2 242 781	10 578 077
Évolution 2021/2020		905,7 %	1 082,2 %
Évolution langue française 2021/2020	122,2 %	Évolution majoritaires 2021/2020	-77,2 %
Évolution langue étrangère 2021/2020	3 034,2 %	Évolution minoritaires 2021/2020	-

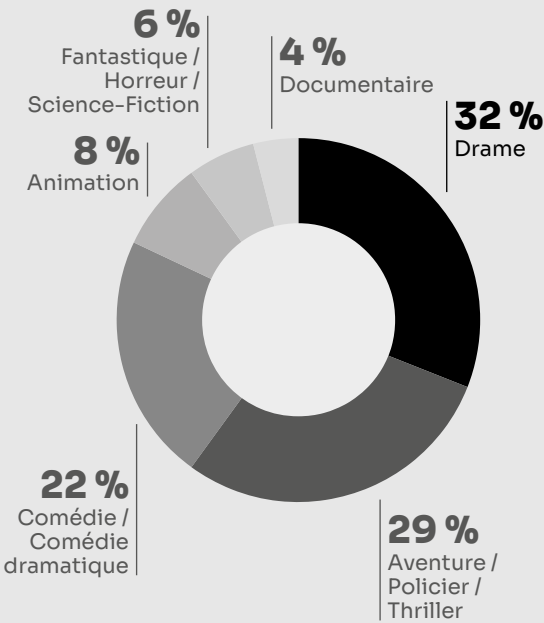
La vidéo à la demande

Parts des films selon la nationalité (2021)



* Hors France.

Répartition des films français selon le genre (2021)



** Données Ampere Analysis issues de l'indicateur SVOD Unifrance 2021. Liste sélective de plateformes par territoire (total : 48 pays et 81 plateformes analysées).

2021

La place des films français sur les plateformes de vidéo à la demande par abonnement (SVOD)**

2,2 % de films français sur les plateformes SVOD en Chine en 2021

Parts des films français sur les plateformes (2021)

Tencent Video	3,2 %
Moyenne Chine	2,2 % de films français
iQiyi	0,1 %

Le marché de la vidéo à la demande

En 2021, le marché chinois de la vidéo à la demande reste dominé les plateformes des BAT (Baidu, Alibaba, Tencent). Avec près de 120 millions d'utilisateurs, Tencent Video est désormais devant iQiyi qui compte 100 millions d'utilisateurs. Ces deux principales plateformes sont concurrencées par Youku (près de 50 millions d'utilisateurs) et Mango TV (40 millions d'utilisateurs). Si les principales plateformes chinoises optent désormais pour une stratégie de développement international (iQiyi est d'ailleurs désormais disponible dans plus de 190 territoires), elles ont paradoxalement réduit leur offre de contenus internationaux et misent sur les productions locales pour développer leur audience. Selon Ampere Analysis, Youku et iQiyi proposent moins de 10 % de productions étrangères dans leur catalogue. Tencent fait pour l'instant figure d'exception avec seulement 49 % de productions chinoises au sein de son offre, celles-ci représentent néanmoins 72 % du volume d'heures de contenus disponibles. Pourtant, à l'international, les productions chinoises peinent à attirer une nouvelle audience en dehors de celle de la diaspora, freinant le développement des plateformes chinoises en dehors de leurs frontières. Depuis 2020, iQiyi connaît une diminution progressive de son nombre d'abonnés, en particulier sur le marché local. Si iQiyi parvient à réduire ses pertes financières en 2021 (0,9 M€ contre 1,0 M€ l'an passé), la plateforme voit sa base d'abonnés diminuer. Pour la première fois, la plateforme retombe ainsi sous la barre des 100 millions d'abonnés fin 2021 (97 millions exactement). Malgré sa stratégie de développement international, en particulier en Asie du Sud-Est, iQiyi reste en difficulté financière et mène une politique de réduction des dépenses, avec une vague de licenciements, et de hausse des revenus, en augmentant ses tarifs en fin d'année. Alors qu'iQiyi demeure très dépendante du modèle de l'abonnement qui représente plus de 50 % de ses revenus, les plateformes Mango TV et Bilibili sont parvenues à diversifier leurs recettes, grâce notamment à l'introduction d'annonces publicitaires. Ces deux plateformes sont d'ailleurs les plus dynamiques en 2021, avec un public majoritairement composé de moins de 35 ans.