



## "Khảo sát về xu hướng xem phim tại các rạp ở thành phố Hồ Chí Minh"

- Thời gian khảo sát: 27.02.2012 - 07.03.2012
- Tổng mẫu nghiên cứu: 555 mẫu
- Tỉnh thành: Tp.Hồ Chí Minh
- Đối tượng khảo sát: Nam giới và nữ giới trên 16 tuổi, có xem phim tại rạp ít nhất 1 lần trong 2 tháng gần đây nhất.

# NỘI DUNG BÁO CÁO

P-1

1. Tổng quan thị trường
2. Tóm tắt kết quả khảo sát
3. Nội dung
  - Mức độ thường xuyên đến rạp
  - Thể loại phim được yêu thích nhất?
  - Rạp chiếu phim và nguồn thông tin biết đến
  - Đối tượng thường cùng đi xem phim tại rạp
  - Yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn rạp và các dịch vụ kèm theo
  - Nhận biết của người xem với các cụm rạp tại Thành phố Hồ Chí Minh
4. Thông tin tham khảo
5. Thuộc tính đáp viên

# 1. TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

Điện ảnh nói chung và rạp chiếu phim nói riêng là thị trường đầy tiềm năng tại Việt Nam, đặc biệt là tại các thành phố lớn. Hiện tại, cả nước có hơn 220 rạp chiếu phim, trong đó có 120 rạp hoạt động thường xuyên và 100 rạp đủ chất lượng (Bảy, 2012). Trên thực tế, thị trường kinh doanh rạp chiếu phim tại Việt Nam phát triển không đồng đều giữa các tỉnh thành. Cụ thể, các rạp tại hai thành phố lớn là Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh chiếm hơn 80% số lượng rạp chiếu phim trên cả nước. Trong khi đó, một số rạp ở địa phương khác được bán hoặc đổi sang hình thức kinh doanh khác do số lượng người xem không đủ để trang trải chi phí. Một số khác lại chuyển hướng đầu tư vào máy chiếu kỹ thuật số, nhằm lôi kéo khán giả trở lại rạp.

Doanh thu rạp chiếu phim tại Việt Nam tăng trưởng trung bình của thị trường vào khoảng 20% - 30% mỗi năm, đây là một trong những con số thấp nhất thế giới về rạp chiếu phim. Tuy nhiên, theo nhận định của ông Brian Hall (Nhân, 2012), trung bình 1 rạp ở Việt Nam đáp ứng nhu cầu xem phim tới 450,000 người, trong khi đó tại Mỹ, 1 rạp đáp ứng nhu cầu xem phim của 5,000 người. Chứng tỏ rằng thị trường rạp chiếu phim tại Việt Nam hiện đang rất tiềm năng.

Nhận biết được tiềm năng này, Megastar đã phát triển hệ thống rạp với chất lượng cao, tạo được ấn tượng mạnh mẽ và thu hút tại Việt Nam, nhất là đối với nhóm sinh viên / học sinh và những người đi làm. Trước sức ép từ Megastar, các nhà kinh doanh rạp chiếu tư nhân tại Việt Nam như Galaxy, Cinebox hoặc Đồng Đa cũng bắt đầu chuyển mình và dần nâng cấp hệ thống phòng chiếu của mình. Hiện nay tại thành phố Hồ Chí Minh, Megastar và Galaxy hiện tại đang cạnh tranh khốc liệt vị trí hàng đầu. Trong khi Megastar bắt đầu bành trướng hệ thống của mình với tổng cộng 4 rạp, thì Galaxy cũng bắt đầu mở rộng hệ thống rạp phim của mình với con số là 3 rạp. Tuy nhiên, xét về mức độ bao phủ tại Việt Nam, Megastar vẫn nhỉnh hơn với tổng cộng 9 cụm rạp ở các thành phố: Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, Tp. Hồ Chí Minh và Biên Hòa.

Thị trường phim chiếu rạp chia làm hai thể loại chính: nghệ thuật và thương mại. Trong khi thể loại thương mại có doanh thu vượt bậc, thì thể loại nghệ thuật có doanh thu kém hơn và thường không trụ được lâu, vì vậy có một số chủ rạp từ chối thẳng thừng chiếu loại phim này. Ví dụ, phim Black Swan (Thiên Nga Đen) đoạt giải Oscar được trình chiếu ở Việt Nam cũng chỉ đạt được con số 30,000 khán giả, bằng 1/10 lượng khán giả của một bộ phim thương mại "The Avengers" (Biệt đội siêu anh hùng) (Phuong, 2012).

## 2. TÓM TẮT KẾT QUẢ KHẢO SÁT

- **Tại thành phố Hồ Chí Minh, xem phim tại rạp đã trở thành một trong những hình thức giải trí phổ biến và được ưa chuộng đối với nhiều nhóm tuổi khác nhau.** Công ty W&S đã tiến hành khảo sát trực tuyến với hơn 1,065 thành viên đang sinh sống tại thành phố này và kết quả cho thấy cứ 10 người được khảo sát thì có 5 người đã đi xem phim tại rạp ít nhất 1 lần trong vòng 2-3 tháng trở lại đây.

Ỡ

- **Phim hài là thể loại được nhiều người yêu thích nhất, chiếm đến 71.2% trong tổng số 555 người thường xuyên xem phim tại rạp.** Ngoài phim hài và hành động, giữa nam và nữ có một sự khác nhau nhỏ về thể loại phim yêu thích. Trong khi nữ thích xem phim tình cảm (chiếm 50.0%) thì nam giới dường như ít hợp 'khẩu vị' hơn với thể loại này (chiếm 31.1%).

- Với tốc độ phát triển của internet hiện tại, **83.8%** người tham gia khảo sát chọn tìm kiếm thông tin về các rạp chiếu phim (như phim chiếu, giờ chiếu, chương trình khuyến mãi...) thông qua hình thức này không phải là kết quả đáng ngạc nhiên. Nguồn thông tin tham khảo tiếp theo là từ bạn bè truyền miệng hay các Banner, poster quảng cáo tại các điểm rạp.

Ỡ

- **Kết quả khảo sát cho thấy, cứ 10 người xem phim tại rạp thì có đến hơn 7 người đi cùng bạn bè.** Trong đó, tập trung chủ yếu là nhóm trẻ từ 16-29 tuổi (chiếm 77%). Còn đối với nhóm tuổi từ 30 trở lên, người yêu/vợ/chồng là đối tượng mà họ thường đi xem phim cùng (chiếm 54.7%).

Ỡ

- **Giá vé là yếu tố quyết định lựa chọn cụm rạp của người xem,** chiếm đến 80.7% tổng số người được khảo sát. Tiếp đến là các tiêu chuẩn về chất lượng rạp như: màn hình rộng sắc nét, âm thanh,... Yếu tố được ít người quan tâm nhất là rạp chiếu nằm ở khu vực trung tâm với 15.1%.

Top 3 dịch vụ kèm thêm được nhiều người quan tâm nhất đều liên quan đến giá như: giảm giá trong các ngày nhất định, giảm giá vé dành cho sinh viên học sinh, phiếu xem phim được giảm giá.

- **Galaxy và Megastar là 2 trong những cụm rạp tại Thành phố Hồ Chí Minh có độ nhận biết cao nhất từ người xem,** có tổng độ nhận biết tương ứng với 163.4% và 142.1%, đây là một kết quả hết sức khả quan, vì theo lý thuyết tổng độ nhận biết trên 90% được đánh giá là đã rất tốt. Và đây cũng chính là 2 cụm rạp được thu hút được khán giả đến rạp nhiều nhất trong vòng 6 tháng trở lại đây, có tỷ lệ đến rạp chiếm trên 64%.

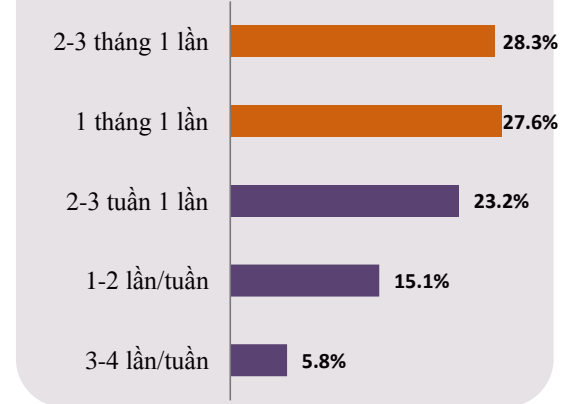
### 3. NỘI DUNG CHÍNH

#### 3.1. Mức độ thường xuyên đến rạp

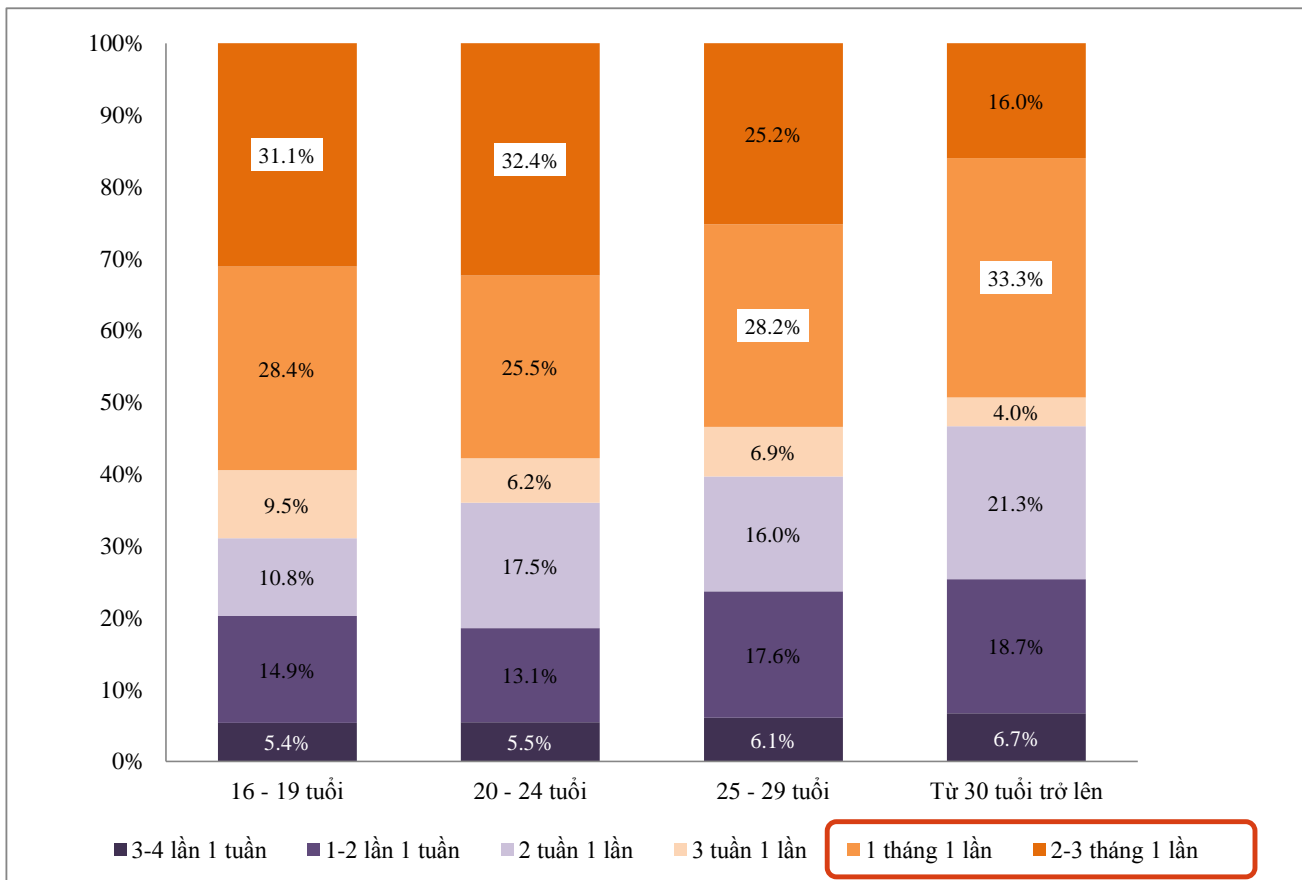
Trong tổng số 1,210 người tham gia khảo sát, có 555 người thường xuyên đến rạp ít nhất 1 lần trong vòng 2-3 tháng, trong đó tập trung ở hai nhóm đối tượng chính:

- 16 - 24 tuổi: chiếm đa số là học sinh / sinh viên nên có nhiều thời gian nhưng một phần bị giới hạn về tài chính. Vì vậy, nhu cầu giải trí và mức độ đi xem phim của nhóm này không cao lắm, thường là 2-3 tháng 1 lần là chủ yếu.
- Từ 25 trở lên: nhóm đối tượng này đã đi làm và có điều kiện kinh tế hơn, nên nhu cầu giải trí và mức độ xem phim cao hơn với 1 tháng 1 lần.

Biểu đồ 1. Mức độ thường xuyên đến rạp chiếu phim



Biểu đồ 2. Mức độ thường xuyên đến rạp vs. nhóm tuổi

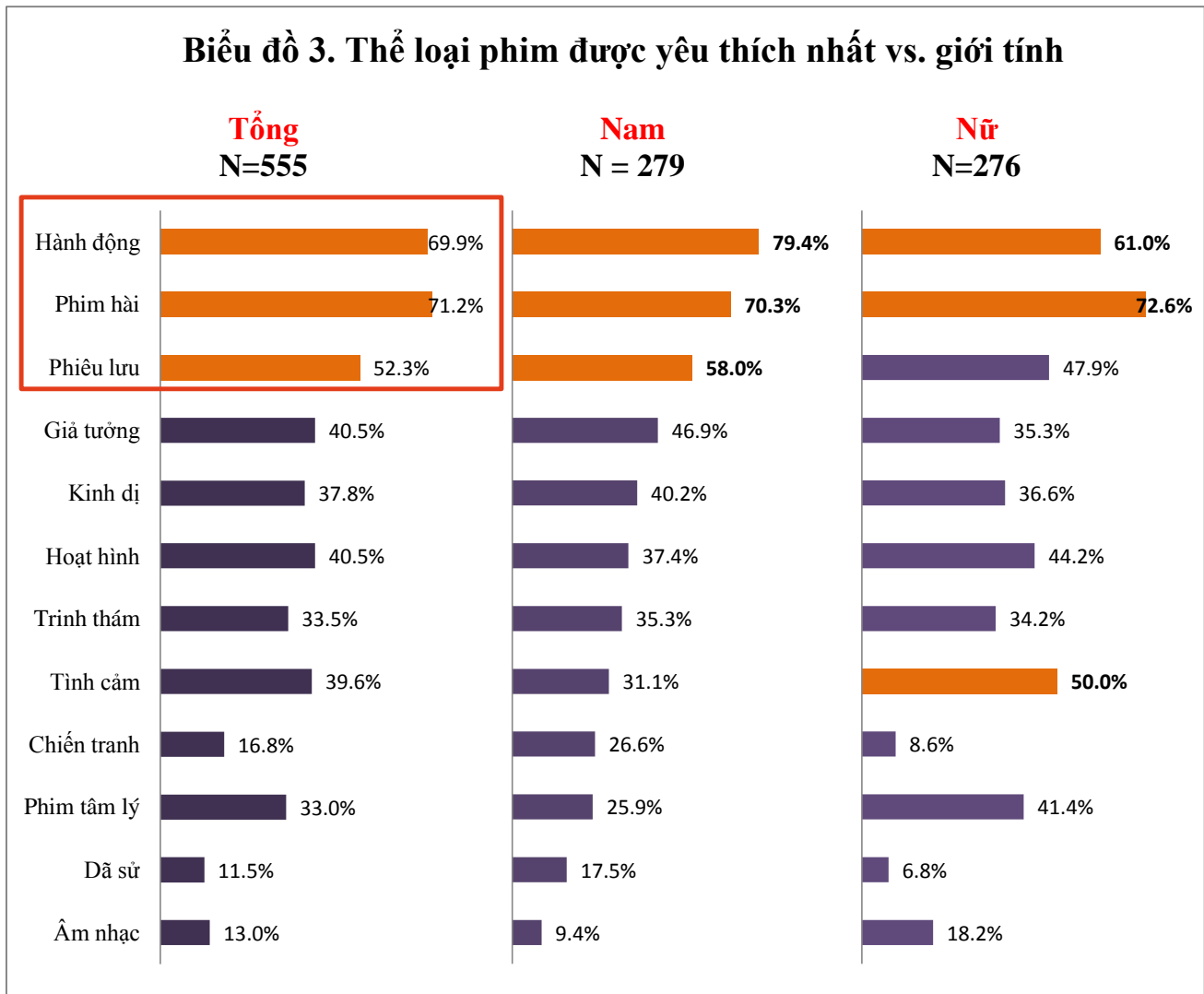


### 3.2. Thể loại phim được yêu thích nhất

#### A. Thể loại phim yêu thích

71.2% trên tổng số 555 người được khảo sát bình chọn '**Phim hài**' là thể loại họ yêu thích nhất. Đứng thứ 2 là thể loại '**Hành động**' với 69.9% và tiếp theo là '**Phiêu lưu**' với 52.3%.

Tuy nhiên, giữa nam và nữ có một sự khác biệt trong các thể loại phim yêu thích. Trong khi phái nam chọn 'hành động' là thể loại họ yêu thích nhất với 79.4%, phái nữ lại yêu thích 'phim hài' hơn với 72.6%. Ngoài ra, 'phim tình cảm' cũng xếp hạng thứ ba trong những phim được bình chọn nhiều nhất của phái nữ (chiếm 50.0%), trong khi đó, đối với nam, thể loại này không được ưa thích lắm (chỉ chiếm 31.1%).



Từng độ tuổi trong các nhóm nam-nữ cũng có sự yêu thích ít nhiều khác nhau đối với các thể loại phim.

#### Nam giới: Đa số các nhóm tuổi đều thích xem phim 'hành động' nhất

- Trong khi nhóm tuổi 16-19 lựa chọn 'phim phiêu lưu' nhiều thứ 2 thì nhóm 20-24 tuổi lại ưa chuộng 'phim hài' hơn.
- Khác với 2 nhóm tuổi trên, nhóm 25-29 tuổi yêu thích nhất là 'phim hài', tiếp đến là 'phim hành động', và 'phiêu lưu mạo hiểm'.
- Từ 30 tuổi trở lên: ngoài 'phiêu lưu mạo hiểm' và 'phim hài', 'phim kinh dị' là thể loại mà nhóm này cũng yêu thích không kém.

#### Nữ giới: Đa số các nhóm tuổi đều thích xem 'phim hài' nhất

- 16-19 tuổi: lựa chọn nhiều thứ 2 và thứ 3 của nhóm này là 'phim tình cảm' và 'hành động' với tỉ lệ lần lượt là 60.0% và 54.3%.
- 20-24 tuổi và 25-29 tuổi: 'hành động' là thể loại phim được yêu mến nhiều thứ hai với tỉ lệ ở hai nhóm lần lượt là 59.9% và 72.1%.
- Từ 30 tuổi trở lên: ngoài 'phim hài', nhóm này còn đặc biệt yêu thích thể loại 'tâm lý'.

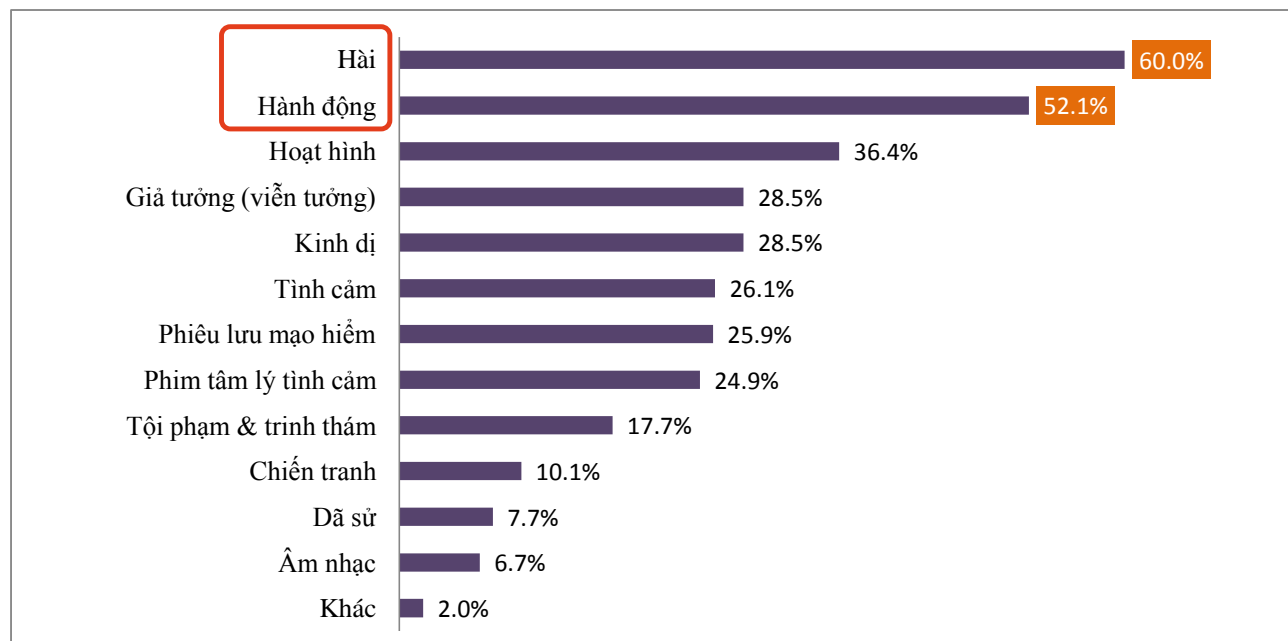
**Biểu đồ 4. Thể loại phim yêu thích theo giới tính và nhóm tuổi**

Thể loại phim	Nam				Nữ			
	16 - 19 tuổi	20 - 24 tuổi	25 - 29 tuổi	30 tuổi trở lên	16 - 19 tuổi	20 - 24 tuổi	25 - 29 tuổi	30 tuổi trở lên
Hành động	84.6%	80.5%	69.8%	85.7%	54.3%	59.9%	72.1%	38.5%
Phiêu lưu	69.2%	53.9%	54.0%	65.3%	48.6%	46.9%	48.5%	34.6%
Phim hài	64.1%	74.2%	79.4%	53.1%	88.6%	66.7%	80.9%	57.7%
Giả tưởng	61.5%	46.1%	46.0%	36.7%	34.3%	36.7%	32.4%	26.9%
Tình cảm	48.7%	29.7%	23.8%	28.6%	60.0%	51.0%	39.7%	42.3%
Hoạt hình	46.2%	39.8%	39.7%	22.4%	51.4%	46.3%	41.2%	23.1%
Kinh dị	43.6%	35.9%	39.7%	53.1%	45.7%	32.7%	41.2%	15.4%
Trình thám	38.5%	32.8%	23.8%	49.0%	45.7%	29.9%	27.9%	42.3%
Phim tâm lý	25.6%	21.1%	28.6%	30.6%	37.1%	42.9%	35.3%	50.0%
Chiến tranh	20.5%	22.7%	23.8%	42.9%	5.7%	9.5%	4.4%	3.8%
Âm nhạc	15.4%	10.2%	4.8%	6.1%	28.6%	21.1%	4.4%	11.5%
Dã sử	7.7%	15.6%	17.5%	30.6%	5.7%	6.1%	4.4%	3.8%
Khác	5.1%	3.1%	4.8%	2.0%	5.7%	4.8%	1.5%	0.0%

## B. Thể loại phim đã xem trong 6 tháng gần đây

Trong vòng 6 tháng gần đây, thể loại phim được xem phim nhiều nhất là 'phim hài' (chiếm 60.0%). Kế tiếp là thể loại 'hành động' (chiếm 52.1%). Các thể loại phim 'âm nhạc', 'dã sử' và 'chiến tranh' khá kén người xem và ít được ưa chuộng tại các rạp chiếu.

**Biểu đồ 5. Thể loại phim đã xem trong vòng 6 tháng gần đây**



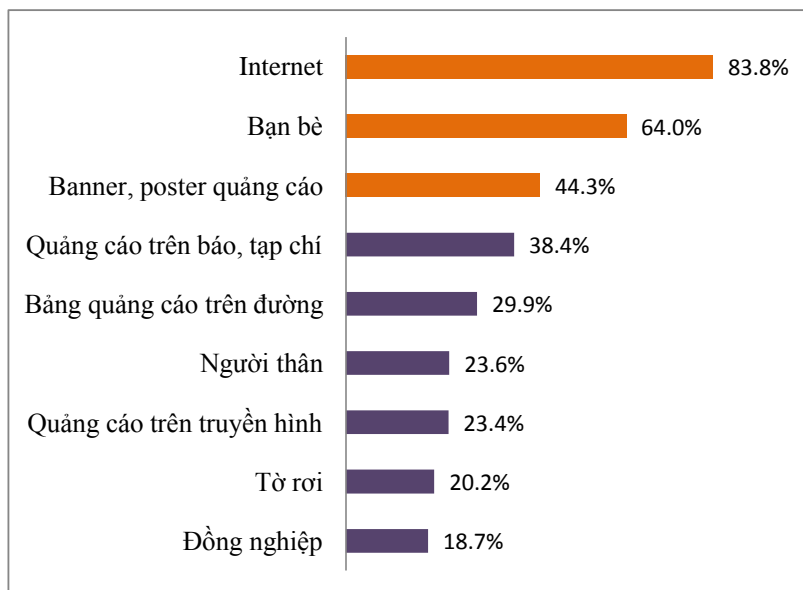
## 3.3. Rạp chiếu phim và nguồn thông tin biết đến

Tìm hiểu thông tin rạp chiếu phim từ 'internet' chiếm tỷ lệ 83.8% (465 lựa chọn).

Trên thực tế, internet là một công cụ khá tiện ích khi chỉ cần truy cập vào các trang web của các rạp như Megastar hay Galaxy, khán giả có thể tìm hiểu tất cả các thông tin về phim mới, lịch chiếu, giá vé hay tiện ích hơn là có thể đặt vé qua mạng.

Nguồn thông tin tham khảo thứ hai cũng không kém phần quan trọng là từ bạn bè (64.0%) và banner, poster quảng cáo (44.3%).

**Biểu đồ 6. Nguồn thông tin tham khảo**



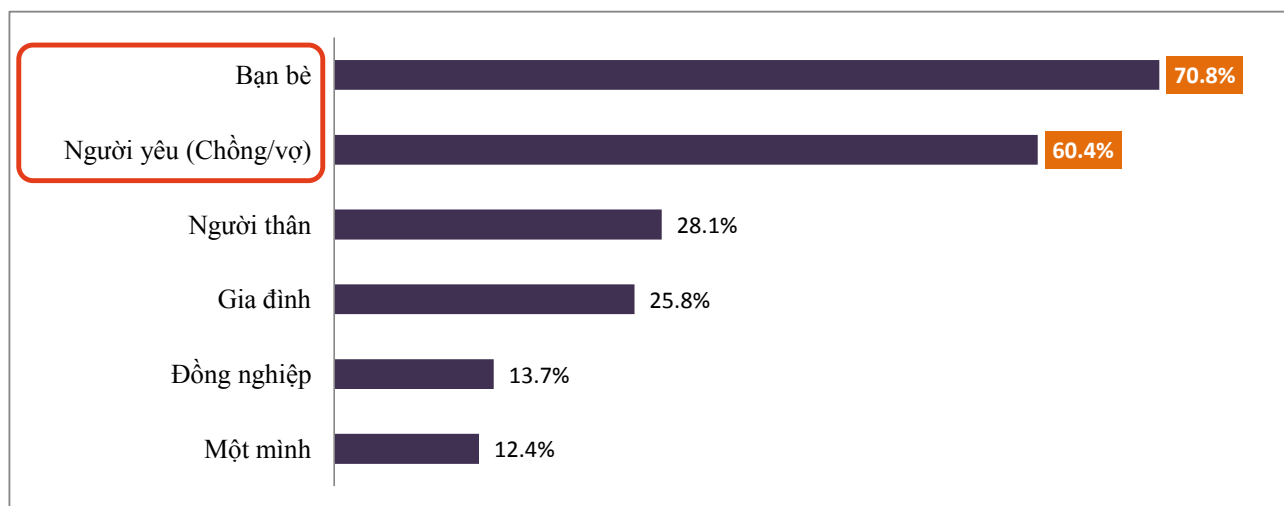


### 3.4. Đối tượng thường cùng đi xem phim tại rạp

Nhìn chung, khán giả đến rạp xem phim thường đi theo nhóm là chủ yếu, chiếm hơn 85% trong tổng số người được khảo sát.

- Cứ 100 người đến rạp xem phim thì có đến gần 71 người đi cùng 'bạn bè'.
- Đối tượng tiếp theo là đi cùng 'người yêu (vợ/chồng)', cũng chiếm đến 60.4%.

**Biểu đồ 7. Người thường đi cùng khi xem phim tại rạp**



Cả ba nhóm tuổi từ 16 - 19, 20 - 24 và 25 - 29 chủ yếu đều đi xem phim với bạn bè nhiều nhất, tiếp theo là đi cùng với gia đình. Trong khi đó, ở độ tuổi từ 30 trở lên, phần lớn đã có gia đình riêng của mình nên chủ yếu là đi cùng với người yêu (vợ/chồng) (chiếm tỷ lệ 54.7%).

**Biểu đồ 8. Người thường đi cùng khi xem phim tại rạp vs. độ tuổi**

	Bạn bè	Người yêu (vợ/chồng)	Đồng nghiệp	Một mình	Người thân	Gia đình
<b>16-19 tuổi</b>	77.0%	27.0%	25.7%	21.6%	5.4%	55.4%
<b>20-24 tuổi</b>	75.3%	23.3%	18.5%	11.6%	8.4%	62.2%
<b>25-29 tuổi</b>	72.5%	23.7%	28.2%	12.2%	23.7%	67.2%
<b>Từ 30 tuổi trở lên</b>	45.3%	54.7%	48.0%	6.7%	24.0%	46.7%

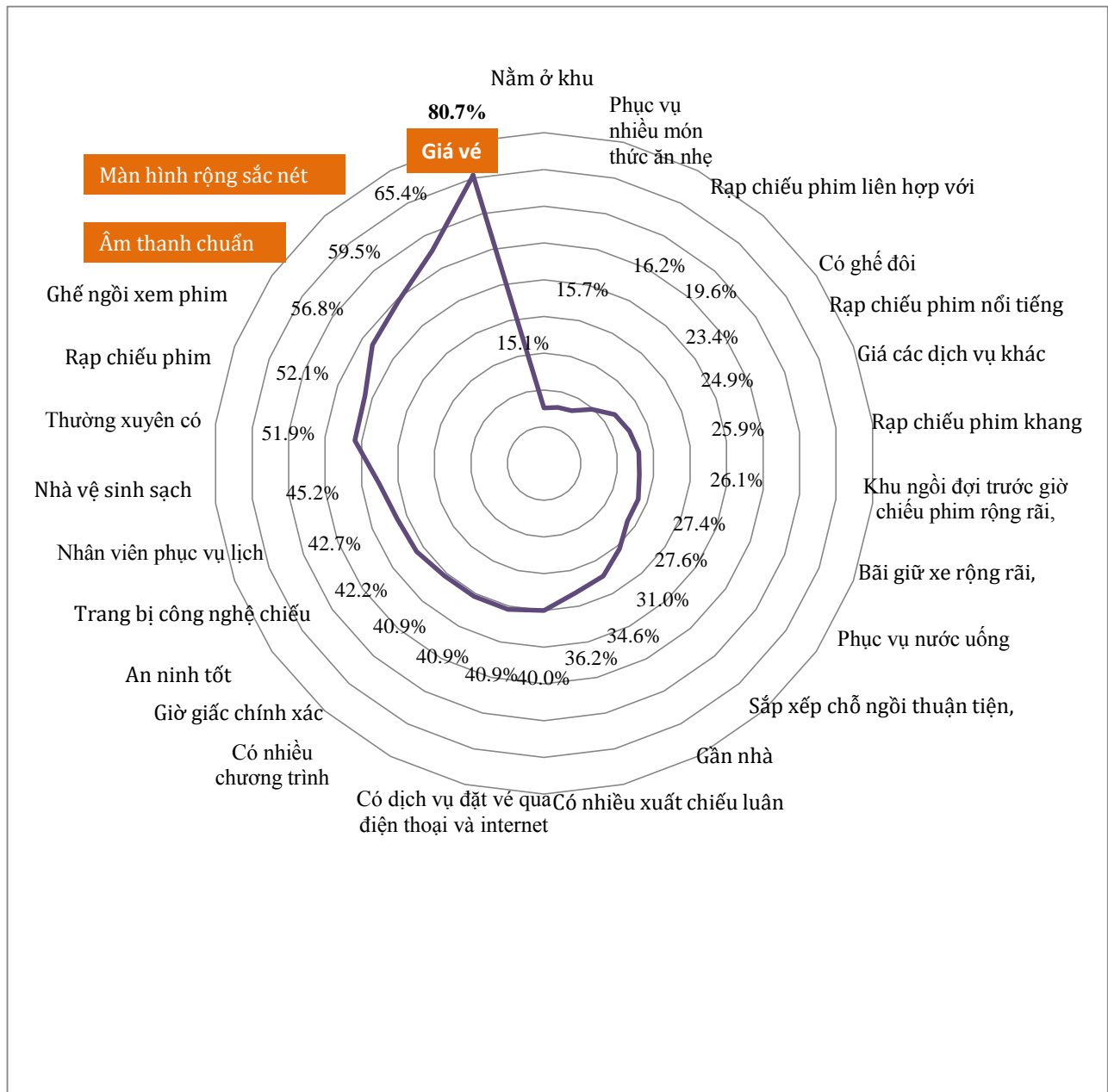
### 3.5. Yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn rạp và các dịch vụ kèm theo

#### A. Yếu tố quyết định chọn rạp xem phim

'Giá vé là yếu tố quyết định chính trong việc lựa chọn rạp xem phim'. Cụ thể, cứ 100 người đến rạp thì gần 81 người rất quan tâm đến vấn đề này.

Bên cạnh 'giá vé', các yếu tố về chất lượng rạp chiếu phim như 'màn hình rộng sắc nét' hay 'âm thanh chuẩn' cũng được đa số người tham gia khảo sát quan tâm với tỉ lệ lần lượt là 65.4% và 59.5%.

**Biểu đồ 9. Yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn rạp**



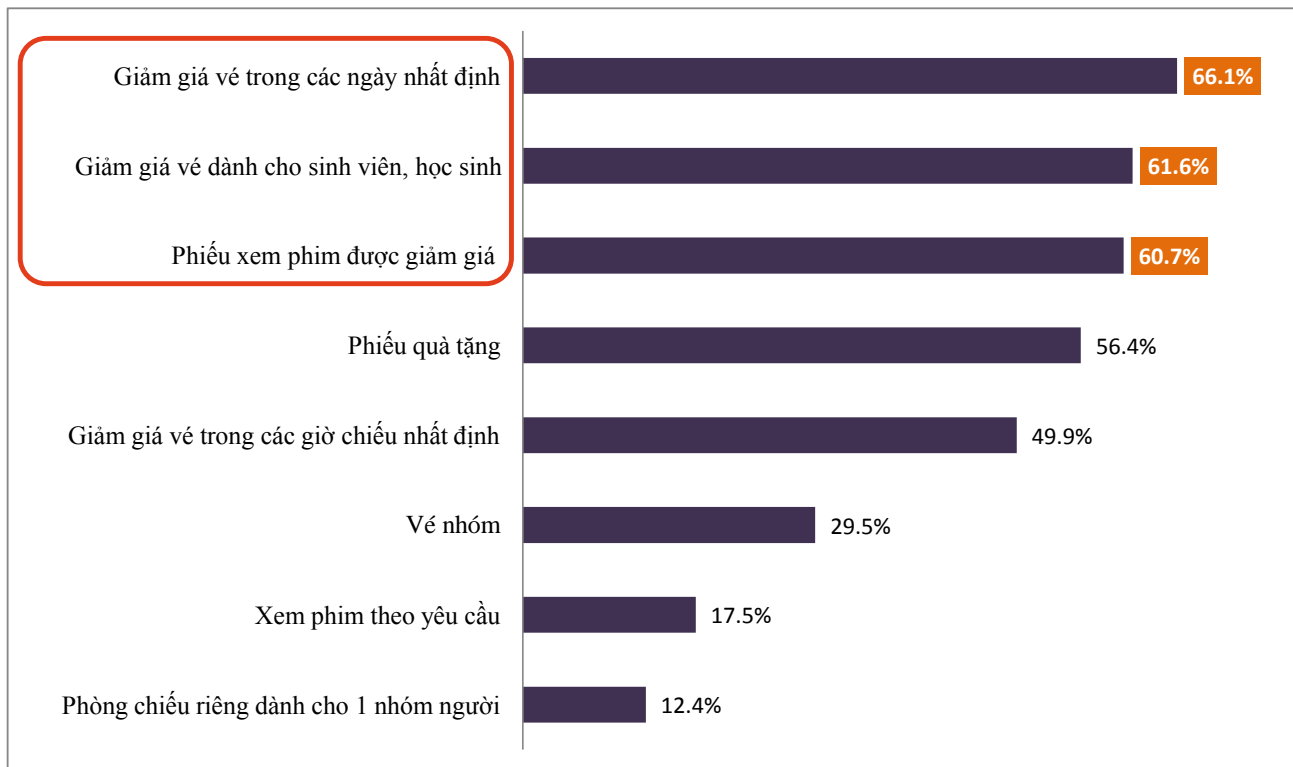
## B. Các dịch vụ kèm theo được quan tâm

'Giảm giá vé trong các ngày nhất định' là hình thức được các khán giả xem phim tại rạp quan tâm nhất (chiếm 66.1%).

Hiện một số cụm rạp tại Thành phố Hồ Chí Minh đã áp dụng hình thức này như Megastar, Galaxy, Cinebox... và được sự hưởng ứng tích cực nhất là với nhóm đối tượng có kinh tế có phần hạn hẹp (thu nhập cả hộ gia đình dưới 10 triệu đồng).

Bên cạnh đó, các dịch vụ kèm theo được quan tâm kế tiếp đa số đều liên quan đến giá như 'giảm giá vé dành cho sinh viên, học sinh' và 'phiếu xem phim giảm giá'. Dịch vụ ít được quan tâm nhất là 'phòng chiếu riêng dành cho nhóm' trong khi đó tại nước ngoài, loại dịch vụ này khá được ưa chuộng.

**Biểu đồ 10. Các dịch vụ kèm theo được quan tâm**



### 3.5. Nhận biết của người xem với các cụm rạp tại Tp.Hồ Chí Minh

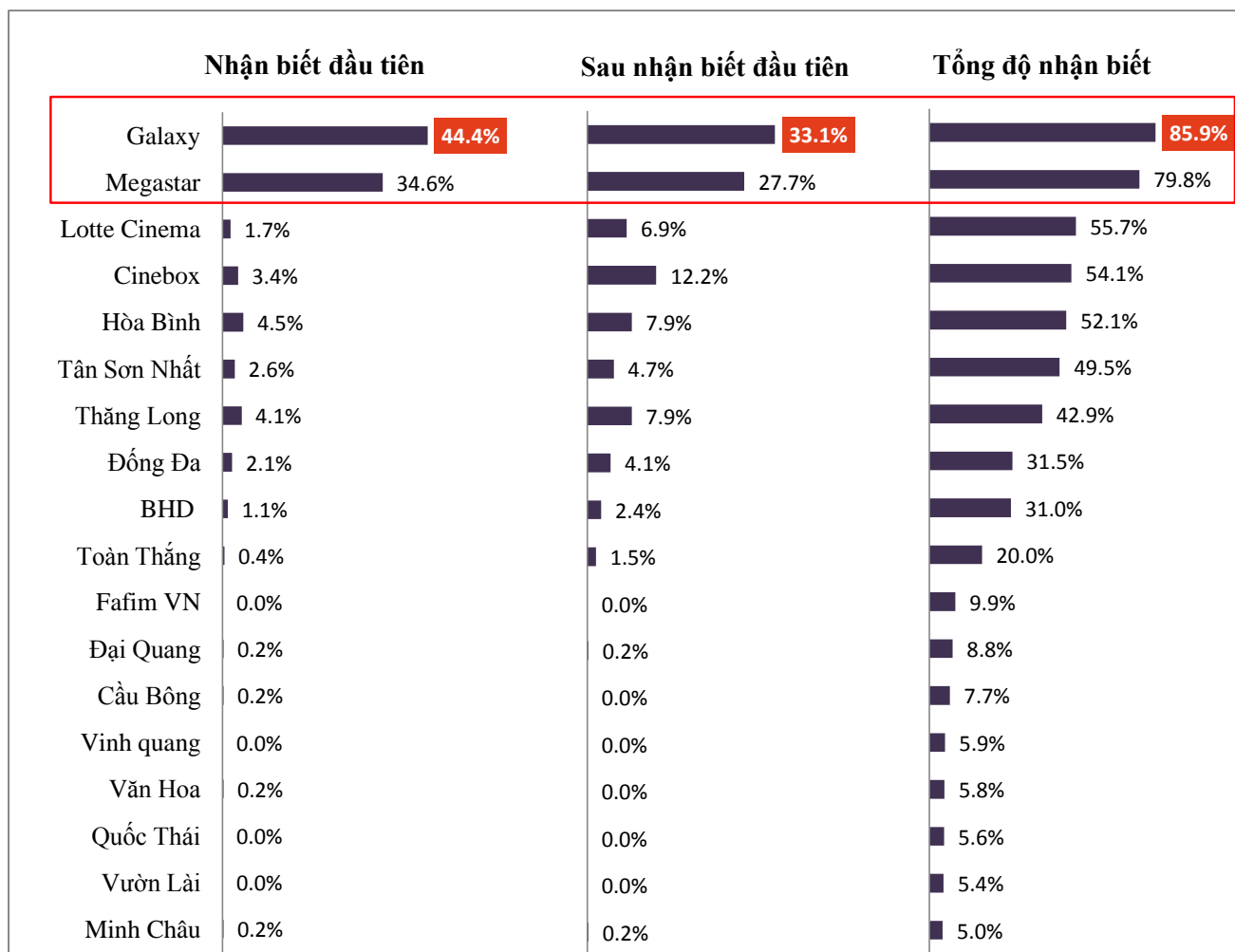
#### A. Mức độ nhận biết của người xem với các cụm rạp tại Tp.Hồ Chí Minh

Khi nhắc đến rạp chiếu phim, 44.4% trên tổng số 555 người được khảo sát nghĩ ngay đến rạp Galaxy.

Đối với tổng độ nhận biết, cụm rạp Megastar (79.8%) có mức độ nhận biết đứng hàng thứ 2 sau Galaxy (85.9%). Đứng ở vị trí thứ ba là Lotte Cinema, tuy mới vào thị trường Việt Nam không lâu nhưng cụm rạp của Hàn Quốc đã có được một độ nhận biết khá đáng kể, xấp xỉ với cụm rạp Cinebox được thành lập lâu đời hơn.

Trong khi đó, ngoài một số cụm rạp như Cinebox, Hòa Bình, Tân Sơn Nhất, Thăng Long... thì các rạp phim tư nhân và nhà nước khác có độ nhận biết khá thấp, ví dụ như Minh Châu, Vườn Lài, Quốc Thái, Văn Hoa, ...Điều này khẳng định rằng các rạp trong nước có quy mô nhỏ khó có thể thu hút và để lại dấu ấn mạnh mẽ cho khán giả trong thị trường rạp chiếu phim ở Việt Nam.

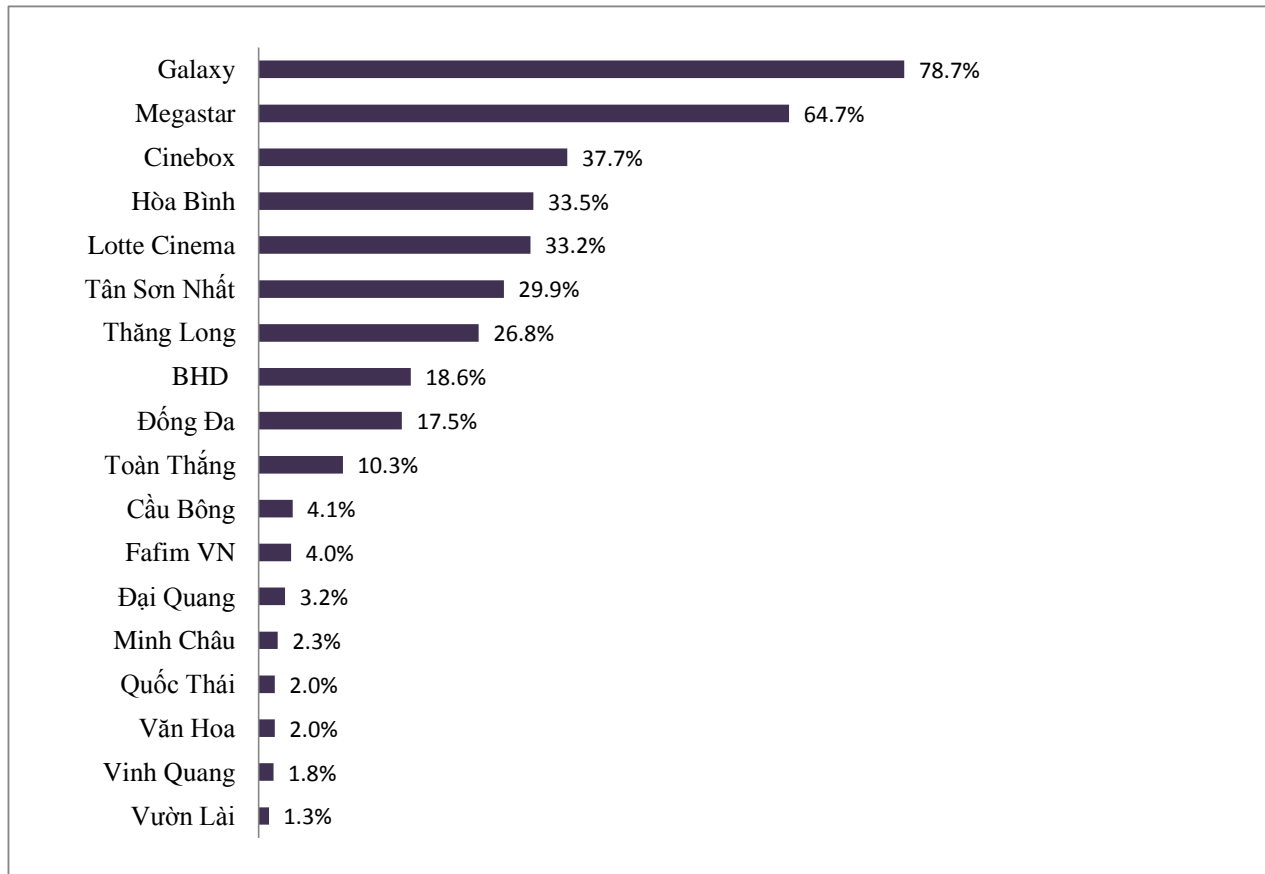
**Biểu đồ 11. Mức độ nhận biết các rạp chiếu phim**



## B. Các rạp đã từng xem

Galaxy và Megastar tiếp tục 'làm mưa làm gió' khi lần lượt chiếm 78.7% và 64.7% tổng số lựa chọn rạp chiếu đã xem của 555 đáp viên tham gia khảo sát, phản ánh đúng với tổng độ nhận biết về hai rạp này. Cinebox chiếm vị trí thứ ba với 37.7% và kế là Hòa Bình và Lotte Cinema với tỉ lệ 33.5% và 33.2%.

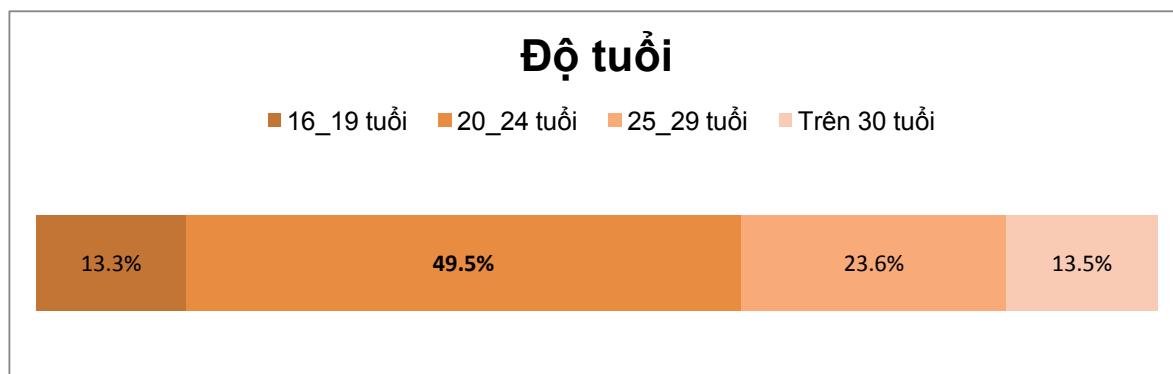
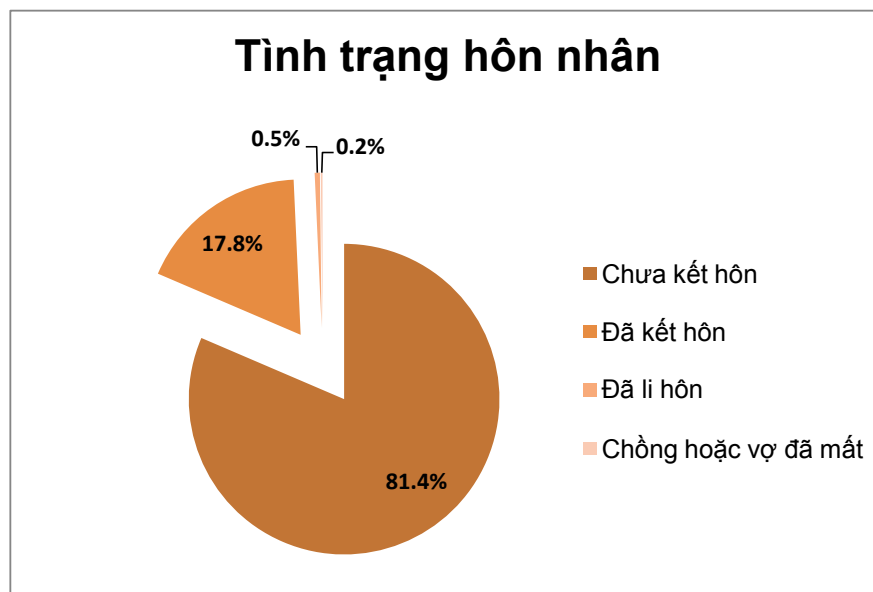
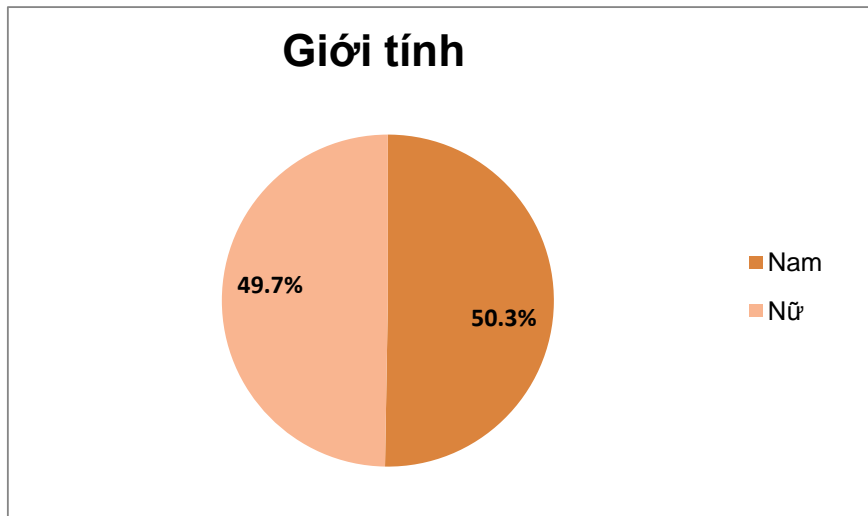
Biểu đồ 12. Các rạp đã từng xem

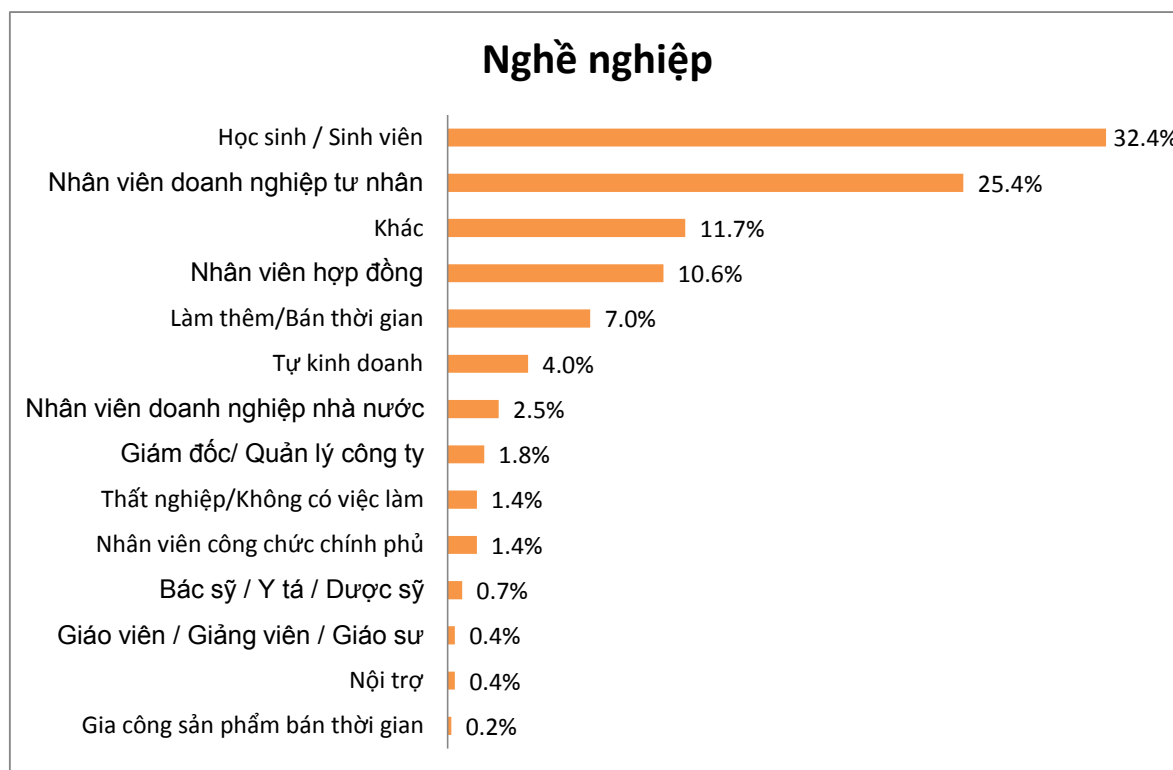


## 4. THÔNG TIN THAM KHẢO

- Văn B. 2012, "*Phim Tết 2012: Chen chân ra rạp*", Thế Thao Văn Hóa, xem ngày 30/05/2012, <<http://thethaovanhoa.vn/176N20120114061736653T133/phim-tet-2012-chen-chan-ra-rap.htm>>.
- Nhân T. 2012, "*Ông Brian Hall – Chủ tịch HĐQT công ty MegaStar: “Chúng tôi luôn muốn đóng góp cho điện ảnh Việt Nam!”*", Thế Giới Điện Ảnh, xem ngày 30/05/2012, <[http://www.thegioidienanh.vn/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4666:ong-brian-hall-ch-tch-hqt-cong-ty-megastar-chung-toi-luon-mun-ong-gop-cho-in-nh-vit-nam-&catid=37:van-hoa-giai-tri&Itemid=37](http://www.thegioidienanh.vn/index.php?option=com_content&view=article&id=4666:ong-brian-hall-ch-tch-hqt-cong-ty-megastar-chung-toi-luon-mun-ong-gop-cho-in-nh-vit-nam-&catid=37:van-hoa-giai-tri&Itemid=37)>.
- Phương H. 2012, "*Số phận bi thảm của những bộ phim tử tế*", Vietnamnet, xem ngày 31/05/2012, <<http://vietnamnet.vn/vn/van-hoa/71704/so-phan-bi-tham-cua-nhung-bo-phim-tu-te.html>>.

## 5. THUỘC TÍNH ĐÁP VIÊN





## THÔNG TIN LIÊN HỆ:

### Công ty nghiên cứu thị trường trực tuyến W&S

Địa chỉ: 31C Lý Tự Trọng, P.Bến Nghé, Quận 1, Tp.HCM

SĐT: (08) 38 223 215 Fax: (08) 38 223 216

E-mail: [info@vinaresearch.jp](mailto:info@vinaresearch.jp)



Báo cáo này thuộc quyền sở hữu của Công ty Nghiên cứu thị trường trực tuyến W&S. Mọi kết quả của nghiên cứu này có thể được sử dụng công khai. Trong bất kỳ trường hợp sử dụng các kết quả nghiên cứu bao gồm bảng biểu và số liệu từ báo cáo này, dữ liệu phải được trích nguồn từ Vinaresearch.