



传媒行业周报：跨年晚会或开启虚拟人应用潮 提前布局电影春节档



跨年晚会或开启虚拟人大规模应用潮，元宇宙商业化进程再进一步在 2021 年 12 月 31 日的跨年夜，在多场跨年晚会及跨年活动上，虚拟人迎来广泛应用，如江苏卫视跨年晚会上周深与邓丽君的虚拟形象同台合唱了《大鱼》、《小城故事》、《漫步人生路》三首歌，东方卫视跨年晚会上黄明昊和自己的数字孪生形象同台，凤凰传奇以虚拟形象举办跨年演唱会，哔哩哔哩在跨年晚会上公开全新虚拟偶像女团四禧丸子，湖南卫视跨年晚会启用了虚拟主持人并在 2022 年 1 月 1 日首播的《你好，星期六》节目中启用了虚拟主持人小漾，成为国内首个常驻且人格化培养的虚拟主持人。此外，品牌商家的虚拟人也大量涌现，如钟薛高推出特邀品鉴官阿喜 Angie，屈臣氏推出屈晨曦 Wilson，曼秀雷敦推出虚拟偶像小护士，美即推出 M 姐，哈啤推出哈酱等；蓝色光标官方视频号于 2021 年 12 月 31 日发布首个虚拟人形象—苏小妹，官方公众号亦宣布与百度希壤达成战略合作。我们认为，跨年晚会及相关活动或进一步验证我们的判断，即 2021 年 AYAYI、柳夜熙等虚拟人的火热或表明引擎建模渲染、动捕、真人 CG 等技术已完成高度仿真的虚拟人创建，而近期明星及头部主播接连的负面新闻或给经纪公司及商家带来不可估量的损失，使其对于虚拟偶像、虚拟主播等需求不断提升，两方面因素或致 2022 年虚拟人产业迎来大发展，成为元宇宙商业化较快落地的领域。我们判断，2022 年 1 月底央视、各地方电视台及网络平台春晚，以及北京冬奥会开、闭幕式文艺演出上，虚拟人有望获得更广泛的应用，而品牌商家、广告营销公司、影视内容公司开发设计的虚拟人将不断出现，虚拟人商业化能否成功的最关键因素，或不在于制作

技术，而在于人设打造、内容丰富度、吸粉涨粉等 IP 运营能力。我们继续看好虚拟人作为元宇宙投资的重要方向，建议围绕虚拟人产业加大布局力度，更看好拥有内容创意及流量运营优势的头部内容平台及营销公司，重点推荐芒果超媒、奥飞娱乐、元隆雅图，受益标的包括天地在线、风语筑、蓝色光标、星期六、浙文互联、方直科技等。

“就地过年”倡议叠加优质内容供给释放，2022 年春节档值得期待根据猫眼专业版数据统计，截至 1 月 3 日 15 时，2022 年元旦档累计实现电影票房 9.16 亿元，其中新上映电影《穿过寒冬拥抱你》、《反贪风暴 5：最终章》、《李茂扮太子》分别实现票房 2.90、2.03、2.01 亿元，票房分布较为平均。2021 年 Q4 以来，电影新片供应明显加快，虽新冠疫情的持续对部分城市的电影票房仍有较大影响，但 2021 年国庆档上映的《长津湖》创造国内影史票房新纪录亦或说明人们的观影意愿仍强，优质内容依然可以创造可观票房收入。1 月底即将迎来 2022 年春节档，目前已有《超能一家人》、《奇迹》、《四海》、《这个杀手不太冷静》4 部猫眼想看人数超过 20 万的电影定档，“就地过年”倡议叠加优质内容，或驱动一二线城市春节档电影票房连续第二年超市场预期，有望给影片出品、发行方及深耕一二线城市的院线贡献较大业绩弹性。我们建议提前布局电影春节档，受益标的包括光线传媒、猫眼娱乐、阿里影业、中国电影、上海电影。

风险提示：元宇宙各领域面临的监管有不确定性，疫情持续影响电影票房。

关键词: 疫情

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_35527

