



传媒行业点评：北京冬奥会 开幕在即 关注传媒营销领 域核心标的



北京冬奥开幕在即，或成为市场关注焦点。北京冬奥会火炬传递将于2月2日-2月4日进行，并于2月4日正式开幕，作为中国首次举办的冬奥赛事，或对相关个股行情迎来重要催化。本次冬奥会已签约45家赞助企业，截止2021年底已开发5000余款特许产品，对营销服务公司收入增益与内容平台的流量拉动值得期待。此外，中央广播电台新增“央视新闻手语AI主播”

播报赛事新闻，元宇宙发展趋势下新技术在冬奥中的应用亦值得关注。

传媒互联网领域建议关注两条投资主线：（1）东奥营销服务类公司：华扬联众、元隆雅图、快手；（2）虚拟人领域标的：华扬联众、蓝色光标。

华扬联众：北京冬奥会传播代理服务独家供应商。公司2019年成为北京冬奥会与残奥会唯一传播代理商并承接国际公关传播工作，计划打造体育数智人致力于体育场景应用。内容端来看，公司策划东奥系列短视频“双奥之城城市之光”已陆续上线，获学习强国、人民日报等多平台账号转发推广；与国家级新媒体平台央视频联合出品内容IP《2022东奥青年说》即将上线。虚拟人领域，公司正以张虹等奥运冠军为蓝本探索体育数智人，打造体育明星虚拟矩阵在云直播、解说交互、虚拟竞技等场景下示范应用。

元隆雅图：礼赠品行业龙头，冬奥会特许生产零售商。公司为北京冬奥会特许零售商和特许生产商，拥有特许零售商授权及徽章、钥匙扣及其他非贵金属产品、毛绒和各类材质玩具、贵金属制品等品类的特许生产商

授权，2021年1-9月冬奥会特许纪念品业务增长同比141.57%。目前公司在售冬奥会特许纪念品超过400款，随着冬奥临近特许纪念品销售有望带动业绩高增。

快手：获取冬奥会转播权，体育内容矩阵建设持续发力。公司为2022北京冬奥会特许转播商，此前快手先后与CBA、东京奥运会、美洲杯、NBA展开赛事合作，积累了体育赛事内容运营经验。根据《2021快手体育营销数据报告》与公司公告，快手2021年5月活跃体育用户数超过2亿人，21Q3用户在体育内容上消费时长同比增长1.5倍。公司近期正式发布冬奥会招商全景图，将从赛事报道、原创节目、轻量互动等三个板块进行内容呈现，或将有效拉动流量增长、赋能品牌商家。

风险提示：疫情影响超预期；广告主需求不及预期；新技术落地不及预期

关键词：疫情 直播

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_36665

