



传媒行业跟踪报告：春节档影片激战正酣 《长津湖》续作垫下票房基调



行业核心观点：

8 部影片汇集 2022 年大年初一，各品类电影全面开花，多部头部电影预计将维持春节档票房增长趋势。在头部影片高票房预期的带领下，通过持续的口碑发酵和破圈，能有效地推高大盘市场的热度。同时，动画电影聚集上线，将拉动家庭观影热度。建议关注相关影片核心出品方及龙头院线。

投资要点：

整体票房：疫情影响减弱及票价上涨共同促进票房表现。头部影片引发期待+疫情复发有效控制+票价持续上涨趋势等多重利好驱动春节档表现。

内部结构：《长津湖之水门桥》“一超”+余下 4 部“多强”，确定性与弹性兼具，多部动画电影强势布局。多元化题材扩大受众面，有望拉动观众多次观影。其中多部影片受众有所交集，圈定同类受众，有望提升人均观影数量，拉动整体票房增长。

渠道：春节档渠道下沉明显，影片类型划分南北差异。虽然疫情有所复发，但是控制及时，返乡人数并不会大幅减少，庞大的人口基础及消费习惯仍是占据主导的变量，预计低线城市仍将为春节档票房的主力贡献地区，不同地区偏爱影片类型差异化显著，北方更偏向于喜剧类电影。

行业：重型营销被疫情终结，转型精耕细作。2020 年新冠疫情成为转

折点，资金多、高曝光、范围广、节奏密集的偏线下的重型营销模式被终结，2021 开始转为精耕细作型的新营销阶段，更多地在于比创意、比精细、比主题曲等，靠新鲜有趣出圈。线上短视频营销趋于成熟，成为电影市场宣发必需品。

投资建议：国庆档《长津湖》强势发力，2022 年春节档续作垫下票房基调。自 2021 开年以来的每个假期档期都创下史上最好，作为每年最重磅的档期，春节档票房已经连续多年走高，并刷新档期纪录，成为头部影片必争之地。去年《你好，李焕英》借力档期，成为春节档第一部 50 亿+影片，位列影史票房季军。今年在多部头部影片带领下，整体票房将呈现上涨趋势，或将助力 2022 年春节档超越 2021 年成最强春节档。

同时，疫情加速行业整合，行业出清后龙头公司将显著受益，低线城市尤为如此。下沉市场观影人次增幅最大，亦反映低线市场的市场潜力。

此外，政策明确表示推出一系列扶持政策。基于政策支持+龙头公司定增、整合举措，行业基本面得以改善。票房持续回暖+市场份额提升+经营效率提升，可关注头部院线及核心出品方。

风险因素：口碑、票房表现不及预期；影片延期风险；股东减持风险；疫情反复风险。

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_36755

