



传媒新消费行业周报：春节 与冬奥相逢 数字人与数字 藏品共举



本周观点更新

2022 年冬奥会开幕恰逢立春，春节档、冬奥会及立春三喜相逢。春节档，截止 2 月 4 日凌晨，2022 年春节档分账票房达 31.9 亿元（同比下滑 23%），观影人次较 2021 年同期减少 0.28 亿次，观影人次的减少，我们认为，第一，疫情波动；第二，票价涨幅引发热议，疫情影响致线下影院经营压力较大，档期下热门影片定档推高观影热度，影院涨价成为对冲疫情影响下的选择之一，但一张电影票价格约等于一个季度视频会员价格，线上与线下价格对比后，线下的高票价成为 2022 年春节档观影人次减少的核心原因之一。冬奥会科技加码，掀起数字人浪潮，吉祥物登陆数字藏品平台，2022 年 2 月 4 日冬奥会开幕，《科技冬奥（2022）行动计划》全面展开，由北京冬奥组委文化活动部主办，由锋尚文化承办倾力打造首个冬奥官方认证的虚拟音乐会线上直播，2 月 4 日晚冬奥开幕式融合科技创新、低碳环保、运动健康理念展现自然之美、人文之美及运动之美。港股李宁、安踏及特步国际均在冬奥加持下已率先取得较好表现。元宇宙中，数字人亮相冬奥，基于“悟道”的手语播报数字人正式投入应用，提供全流程智能化的数字人手语生成服务，用手语根据文字自动播报相关信息方便听障人士收看赛事专题报道；同时冬奥会成为数字人民币应用落地关键场景。数字产品新品不断，由中体数科携手国家体育总局冬季运动管理中心打造的 4 款“冰娃”“雪娃”3D 运动形象数字藏品上线蚂蚁链，同时安踏首发中国冰雪国家队数字藏品，以科技创新添虎年好意；元视觉发布“十二生肖福娃冰雪运动”数字产品。

本周重点推荐个股及逻辑

给予传媒新消费行业增持评级。2022 年春节档与冬奥会相逢，2021 年年报预告均落地，2022 年一季报预期开启，叠加冬奥会带动数字人、数字藏品热度，投资维度，第一，可关注 2022 年一季报预期在春节档加持下带动内容与院线业绩增厚预期（横店影视、万达电影、光线传媒、奥飞娱乐等）；第二，可关注冬奥会中的体育强国赛道以及数字人及数字藏品应用带来元宇宙商业化新场景（中体产业、视觉中国、锋尚文化、李宁、安踏体育、姚记科技、风语筑、蓝色光标、芒果超媒、哔哩哔哩等）。

风险提示

产业政策变化风险、推荐公司业绩不及预期的风险、行业竞争风险；编播政策变化风险、影视作品进展不及预期以及未获备案风险、经营不达预期风险；疫情波动风险、宏观经济波动风险。

关键词: 万达 涨价 环保 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_37232

