



互联网传媒行业周报：影视板块优质内容频出 预计将经历“需求复苏”及“价值重估”两个阶段



本周行情

本周 (23.1.9-23.1.15) 上证综指、深证成指、创业板指、传媒板指分别上涨 1.2%、2.1%、2.9%、1.4%。

本周板块内个股涨幅前三天威视讯 (45.5%)、星期六 (25.5%)、实益达 (22.2%)，后三中原传媒 (-12.3%)、生意宝 (-9.0%)、人民网 (-7.9%)。

本周海外传媒板块内个股涨幅前三中国有赞 (43.5%)、趣头条 (32.9%)、宝尊电商 (32.5%)，后三映客 (-16.0%)、美团-W (-6.3%)、知乎 (-5.4%)。

本周观点

电视剧方面, 1 月 15 日晚电视剧《三体》在 CCTV 电视剧、腾讯视频、咪咕视频上首播, 截至中国证券报发稿, 《三体》新浪微博讨论已超过 64.3 万, 总阅读量 12.4 亿次, 去年 12 月热播的动画《三体》阅读量超过 1.4 亿次。电视剧《三体》由企鹅影视、灵河文化及三体宇宙联合出品, 其中慈文传媒系灵河文化参股股东; 游族网络系版权方三体宇宙关联方。我们认为电视剧 CP 商业模式由此前高利润空间的平台竞价模式转变为低利润空间的定制剧模式, 同时优质内容供给尚未充分释放, 市场仍在寻求商业模式革新及长周期逻辑。

动画片方面, 由上海美术电影制片厂、哔哩哔哩出品的《中国奇谭》

获得用户广泛关注, 被列入越来越多 70 后、80 后、Z 世代的“追番

清单”。《中国奇谭》计划用 7 周时间更新 8 个画风各异但又根植于中国传统文化的小故事。根据乐游上海，截至 1 月 13 日《中国奇谭》已更新了前三集《小妖怪的夏天》、《鹅鹅鹅》、《林林》，每集约 20 分钟，B 站播放量近 7000 万，豆瓣超 10 万人给出 9.5 高分。我们认为思想深度决定动画需求，工业化决定动画供给，目前国产动画片低幼龄为主，成年人动画需求具有较大的释放空间。我们预计相关需求充分释放后，有望加速动画工业化革新，优质供给有望充分激活动画需求，动画市场具备较大的增长空间。

电影方面，目前已有 7 部影片定档春节档，包括科幻片《流浪地球 2》、悬疑片《满江红》、喜剧片《交换人生》、谍战片《无名》、动画片《深海》、《熊出没·伴我“熊芯”》。根据交通运输部统计，23 年春运期间客流总量约 20.95 亿次，同比增长 99.5%，相当于 2019 年同期的 70.3%。根据灯塔专业版数据，截至 1 月 13 日，23 年春节档 7 部影片累计想看人数接近 300 万人次。我们认为疫情复苏叠加内容供给改善，春节档票房值得期待。

近期电视剧、动画片、电影均有优质内容供给上线，影视剧行业开始出现积极信号，同时 XR 新型硬件终端也有望重塑影视板块长逻辑。内容行业供给决定需求，目前内容市场处于弱供给强需求的市场格局，叠加疫情影响，影视板块商业模式及长逻辑亟需重塑。我们认为传媒整体政策面仍处于边际改善的上升周期，预计影视板块将经历“需求复苏”及“价值重估”两个阶段，分别对应短周期逻辑及长周期逻辑：

1、短周期逻辑（需求复苏）：政策面边际向好+优质内容供给恢复，

有望带动影视需求大幅复苏，带动相关内容制作公司基本面触底回升。

2、长周期逻辑（价值重估）：XR 等新一代硬件终端有望革新影视商业模式，重塑影视长逻辑，经济效益预计先后经历“B 端采购”及“C 端繁荣”两个阶段。

第一阶段（B 端为主）：XR 终端出货量及保有量仍处于较低水平，内容制作产能尚未大规模转移至新平台，在内容产品供给相对有限的阶段，我们预计硬件方（如 Pico）将为 XR 影视主要采购方，商业模式偏向 B 端，用户观影习惯仍处于培育期；

第二阶段（C 端为主）：XR 终端拥有相当规模的用户体量，C 端观影习惯及消费习惯逐步构建，伴随内容制作产能大规模转移至新平台，我们预计内容 CP 的主要变现模式逐步向 C 端变现转变，且新平台的内容监管相对宽松，影视 CP 商业模式及长周期逻辑开始显现。

投资建议

1、受流动性、中美博弈、强监管预期的影响，互联网龙头持续下杀，

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_51310

