



传媒行业：复盘春节娱乐复苏： 春节档票房进入历史第二位 大DAU 游戏王者归来



事项:

根据猫眼专业版 APP 数据, 春节档前六日票房 (不含服务费) 累计 62 亿元, 同比去年增长 12.4%, 为历年春节档票房榜第二名, 票房表现突出。

春节期间 TOP3IOS 畅销榜基本以大 DAU 竞技游戏霸榜为主, 分别是腾讯的《王者荣耀》、《和平精英》以及网易的次新游戏《蛋仔派对》; 其特点为玩法以竞技为主+用户群体庞大, 更加符合春节期间大众用户的娱乐需求。整个春节期间, 腾讯游戏表现最为突出, TOP10 中基本保持全程 6 席。

评论:

复盘春节档电影大盘: 复苏超预期, 观影需求复苏确立。截至 1 月 27 日 24:00, 春节档前六日共实现票房 62 亿元, 同比 19/22 年增长 13.1%/12.4%, 为历年春节档票房榜第二名, 主要系观影人次提升带动 (1.28 亿人, yoy+13%), 平均票价近十年首次下降 (yoy-0.4%)。逐日看, 首日票房略显逊色, 但后来居上, 观影人次趋势坚挺, 初二到初六连续五天反超 19/22 年同期票房, 验证疫后观影需求的强势复苏。

单片角度看, 23 年口碑好于 22 年, 但受题材等影响票房有所分化。对比 22 年与今年春节档影片口碑, 今年豆瓣口碑 TOP3 的影片分别为《流浪地球 2》

(8.2 分)、《满江红》(7.8 分)、《深海》(7.4 分) (22 年春节档口碑

TOP3 豆瓣评分仅为 7.7/7.4/7.2 分)。《满江红》与《流浪地球 2》两雄争霸（累计票房分别为 26.1/21.6 亿元），首日《流浪地球 2》率先领跑（首日票房达 4.8 亿元），初二起《满江红》凭借口碑逆袭，初三登顶票房榜。此外《熊出没·伴我“熊芯”》票房达 7.5 亿元，排名第三。《无名》（票房 4.9 亿元）及《深海》（票房 3.6 亿元）受题材限制及观影门槛等原因，票房低于预期。

春节期间大 DAU 游戏霸榜，腾讯整体表现突出，看好 2023 年游戏业务重回增长。整个春节期间，腾讯游戏表现最为突出，公司大 DAU 竞技游戏王者归来，TOP10 中基本保持全程 6 席；分别为 MOBA 玩法+大 DAU 的《王者荣耀》、《英雄联盟手游》，大 DAU+射击玩法的《和平精英》、《穿越火线》、自走棋玩法的《金铲铲之战》以及偏向高 ARPU 值的《火影忍者》。

2023 年春节大 DAU 游戏的相对排名突出背后或许是大众用户娱乐消费信心的恢复，同时 2023 年春节大 DAU 竞技游戏代表《王者荣耀》皮肤活动商业化程度相较往年明显加深；包括但不限于：推出累充 1588 元获得的盘古皮肤、五款兔年限定皮肤，其中 3 款高价皮肤（李信、小乔、曜，定价 178 元，有折扣活动），另有孙悟空限定新皮肤（定价 178 元，有折扣活动）、狗年限定皮肤返场、好运 60 卡。深度商业化加持下春节期间腾讯游戏流水或已实现快速恢复，看好公司今年行业市占率重回提升路径。

网易大 DAU 品类实现突破，《蛋仔派对》为春节期间最大惊喜。类糖豆人闯关玩法+UGC 创新的《蛋仔派对》近半年免费榜单一路向上；近两

月维持在免费榜一位置（对应下载量），最终推动畅销榜逆袭在春节期间至 TOP3。从微信指数上看，《蛋仔派对》讨论度同样快速升温，1 月 26 日已经超越《和平精英》，达到《王者荣耀》的一半。

我们认为《蛋仔派对》标志着网易在大 DAU 竞技品类上的一次重要突围，验证了公司以产品为中心的极强突围能力。对于成功突围的归因，从产品上看我们认为主要是由于强内容运营保证 PGC+UGC 共创提供丰富度+中国式商业化/社交改造成功+叠加社交裂变营销东风。从公司文化看，我们则认为主要是由于网易自身的强运营能力+创意导向以策划为中心的产品思路；使得公司长期不断推出爆款。

投资建议：

展望后续，我们认为国内电影行业修复或快于海外，国内电影制作周期更短且不存在明显的流媒体冲击问题，厂商信心恢复下整体供给放量或较海外更快；且进口片审核明显边际放松，有望贡献约 20%增量；此外春节档表现验证观影需求的快速复苏，皆有望带动大盘修复。建议关注 1) 优质内容生产商：中国电影（主投《流浪地球 2》，受益进口片恢复）、光

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_51599

