



# 传媒行业快评：国庆档影片 量少质精 优质头部影片拉 动需求



## 核心观点

暑期档后半程受疫情影响，影视院线急速降温，低迷至今，中秋档发力不足，随着疫情得到控制，《长津湖》《我和我的父辈》接棒中秋档，预售突破 1 亿，国庆档将迎来观影热潮。在头部影片的高票房带领下，国庆档有望通过持续的口碑发酵和破圈极大地提升观众的观影热情。同时，动画电影聚集上线，有望拉动家庭观影热度。建议关注相关影片核心出品方、龙头院线。

## 投资要点：

供需两端看好档期表现：1) 需求端：疫情缓解+中秋档观影需求叠加+头部影片引发期待；2) 供给端：头部电影为主旋律，动画电影数量达半数；《长津湖》凭借大制作和强大明星阵容收获了超高的关注度，想看指数及预售票房均处于大幅度领先地位，点映后的高口碑预示后续发力情况可观，或成为国庆档票房担当。《我和我的父辈》也备受关注，继 2019 年《我和我的祖国》、2020 年《我和我的家乡》后，“国庆三部曲”的第三部作品也采用了单元剧的形式，或将延续前两部的观影热度。

按照不同预期，票房预计为 36-49 亿元：分拆人均票价及总人次预测，按照悲观/中性/乐观预期，预计档期总票房在 35.98-49.43 亿元，较上年下降 9.29%-提升 24.6%。

投资建议：暑期档重磅电影缺位，中秋档接力不足。但开年以来的每

个假期档期都创下史上最好，特别是春节档《你好，李焕英》和《唐人街探案 3》已分列中国电影总票房榜 2/5 名，反映观影需求持续旺盛。票价上升不改观影热情，《你好，李焕英》借口碑优势反超此前大幅领先的《唐人街探案 3》，充分验证内容为王的逻辑；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。预计此轮疫情过后，市场有望迎来院线和内容的双重复苏，复现春节档的观影热情。同时，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\\_27254](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_27254)

