



传媒行业 22 年电影春节档前瞻：强档期效应预计持续 关注优质内容弹性



2021 年电影行业有所回暖，但在局地疫情反复，以及进口片缺失情况下，整体票房恢复程度仍受到影响，22 年关键变量在于关注疫情进展。

2020 年电影业受到疫情冲击，逐步复工后，中国电影持续复苏。2021 年，在《长津湖》、《你好，李焕英》、《唐人街探案 3》等优质电影的助推下，中国 2021 年电影票房（含服务费）共达到 470 亿，2021 年总观影人数恢复至 11.7 亿人次。但疫情局地反复以及海外疫情带来的进口片数量不足也在一定程度上对片方排片，以及观众观影意愿带来一定阻碍，电影市场复苏道路上还存在不确定性，2022 年重点关注国内外疫情防控进展。

2021 年档期效应强化，春节档、国庆档代表的大档期表现强势，平日相对平淡。

21 年分月票房表现看，呈现明显的档期效应，档期效应在近年体现明显，尤其疫情影响下，优质片源更集中在档期上映，强化趋势。2021 年春节档期实现新高，票房超越 2019 年疫情前水平达到 71.7 亿元。21 年 2 月单月票房实现 122.7 亿元；国庆档《长津湖》（57.74 亿）、《我和我的父辈》（14.76 亿）也带来新的热潮，10 月票房达到 75.8 亿元，《长津湖》成为中国影史票房冠军。其余月份票房较为平淡，基本维持在 20 亿元左右。

2021 年春节档表现强势，观众观影热情高涨，春节档总票房和观影人次双双突破新高度。

2021 年春节档期票房超越 2019 年疫情前水平达到 78.4 亿元（含服

务费)。

2021 年春节档恢复,《你好,李焕英》、《唐人街探案 3》等优质电影上映,观众压抑已久的观影需求得到满足,票房突破新高。从春节档票房占比来看,2016-2019 年春节档占比约在 6%-10%左右,21 年春节档票房占比高达 16.73%。我们预计 22 年春节档也将维持在全年票房票房相对较高占比。

春节档 11 部影片定档,《长津湖之水门桥》13 日官宣定档春节提振热度,《奇迹·笨小孩》《四海》热度领先。

博纳影业、中国电影等出品的《长津湖》续作《长津湖之水门桥》1 月 13 日官宣定档春节档,一小时后想看人数达到 22.5 万人;坏猴子影业、中国电影、万达影视等出品的《奇迹·笨小孩》想看人数 41.5 万人;韩寒执导,阿里影业、猫眼、横店、果麦文化等出品电影《四海》想看人数达到 37.3 万人;《夏洛特烦恼》、《西虹市首富》王牌喜剧班底新电影《这个杀手不太冷静》想看人数达到 33.1 万人;华强方特出品的 IP 系列动画电影《熊出没·重返地球》想看人数达到 21.7 万人;光线影业出品、张艺谋导演的《狙击手》

想看人数 7.4 万人。

投资建议:2021 年电影行业整体仍处于复苏趋势中,2022 年关键影响因素仍在于疫情防控进展,并关注优质内容定档进展。电影市场这两年

虽经历寒冬，但优质影视内容及院线公司的长期逻辑未变，且有望提升头部集中度，作为后疫情板块如疫情得到有效控制，则板块反弹可期。

短期来看，春节档作为电影重要档期，我们预计票房集中效应仍将持续，建议关注春节档相关公司，包括受益整体票房及影片的渠道内容复合龙头【万达电影】（春节档《奇迹·笨小孩》）、动画电影龙头【光线传媒】（春节档《狙击手》）、票务平台【猫眼娱乐】（春节档《四海》《这个杀手不太冷静》）、【中国电影】（春节档《长津湖之水门桥》《奇迹·笨小孩》），以及其他相关方【上海电影（上影集团参与出品春节档《长津湖之水门桥》）、横店影视（春节档《四海》）、阿里影业（春节档《长津湖之水门桥》《奇迹·笨小孩》《四海》）、果麦文化（春节档《四海》）、金逸影视、华谊兄弟】等。

风险提示：疫情影响；电影票房波动性；观众观影意愿不确定性。

关键词：万达 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_36059

