



传媒行业跟踪报告：春节档票房首次倒退 情人节档口碑不佳将影响后续票房



行业核心观点:

2022 年春节档票房为 60.39 亿元,较去年大幅下滑了 23%的份额,这也是历史上春节档的首次倒退。档期效应加剧,票房总量却未提升,春节档票房下跌或许能让电影行业重新思考,档期并非票房保障,高质量永远是收获票房的关键。情人节档接力春节档,强势发力,收获 5.28 亿元票房,但同样存在影片口碑不佳问题,后续情况有待持续跟踪。

投资要点:

春节档: 1) 春节档票房首次倒退,高票价及种子选手口碑不佳致观影人次大幅下降。2022 年春节档票房为 60.39 亿,相比 2021 年大幅下跌 22.99%,相较于行业预期差距较大。从观影人次来看,较去年 1.6 亿人次观影来看,今年下滑近 30%至 1.14 亿人次。2) 截至元宵节春节上映影片累计票房近年处于低位,头部影片质、量不足致票房供给力减弱。

3) 头部影片不及预期,主旋律电影出现审美疲劳,小体量喜剧片难以撑起整体票房。4) 北京就地过年政策实施效果显著,杭州、深圳受疫情影响票房跌幅远落后大盘。

情人节档: 情人节档非理性消费将主导票房增长,后续发力或将不足。

情人节档本身档期特有属性将拉动情侣观影热情,爱情片具有先天优势,情绪优于电影品质,非理性消费将主导档期票房增长,价格将不会成为观影门槛,只要排片稳定,影片票房将有一定保障。单片表现方面, IP

电影《十年一品温如言》以 1.43 亿成为档期冠军，但 3 部影片口碑并不理想，尤其是《十年一品温如言》前期预告因选角不符备受争议，影片整体难逃剧情不连贯，改编不合逻辑等 IP 改编作品的通病，在豆瓣开分获得 2.9 分，在观众情人节非理性消费热情褪去后，影片后续票房增长难有保障。

投资建议：国庆档《长津湖》强势发力，2022 年春节档续作垫下票房基调。自 2021 开年以来的每个假期档期都创下史上最好，作为每年最重磅的档期，春节档票房已经连续多年走高，并刷新档期纪录，成为头部影片必争之地。去年《你好，李焕英》借力档期，成为春节档第一部 50 亿+影片，位列影史票房季军。2022 年春节档整体发挥回归 18、19 年水平，《长津湖之水门桥》作为续作，扛起春节档票房基本面。同时，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。此外，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。

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_37418

