数据科学专题报告

数据专题研究报告（深度）

国庆长假大数据跟踪（二）

主要结论：

1. 出行拥堵，铁路公路活跃度高

- 交通枢纽的人流高峰主要集中在 9/30。热门交通枢纽中，机场的人流量与平日相似，火车站的人流量均有明显增加，增加 80%以上。
- 9/28 至 10/5 全国高速平均拥堵里程较历史同期上升 78.3%。 今年国庆假期长，回程高峰比去年同期晚，截至 10/6 的日平均流量稍低与去年同期。

2. 旅行客流恢复超七成，收入恢复程度较客流恢复低

- 10/1 至 10/3，全国累计接待国内游客 3.16 亿人次，同比恢复 77.5%；旅游收入 2312.3 亿元，同比恢复 68.4%。景区人流量恢复至 73%左右。
- 9 月旅游类 App 月活数量再创新高，比去年同期增长 8%，酒店类 App 月活约为去年同期的 87%。酒店旅游 App 的使用频次在暑期后均逐月上升。

3. 餐饮购物带动线下消费稳步上升

- 全国商场人流恢复至去年同期约 67%水平，人流量高的主要集中在北上广。
- 聚餐带动餐饮消费稳步上升。美团 App 大数据显示，节前一周国庆期间餐饮在线预订的订单量比去年同期增长 37%。通过对餐厅排号数据的监测，B 连锁餐厅的国庆排号强度峰值超过周末强度的 1.5 倍，A 连锁餐厅的国庆排号强度峰值约为周末的 1.25 倍。

4. 电影整体呈复苏态势，工业化、口碑化、动画电影潜力巨大

- 国庆档整体情况：国庆档电影整体呈现复苏态势，相比去年同期略有收缩，重点关注《我和我的家乡》。时间上看，国庆档票房前期集中度明显。截至 2020 年 10 月 6 日，国庆前两日票房合计占到目前总票房的 50%。分电影票房占比来看，国庆档电影票房分布“二八效应”显著，即 20%的头部电影贡献 80%的票房。今年国庆首日，仅《我和我的家乡》和《姜子牙》两部影片的票房便占据了首日总票房的 80%以上。
- 三部重点电影票房预测：预计《我和我的家乡》票房可达 25 ~ 30 亿元，《姜子牙》票房可达 16 ~ 20 亿元，《夺冠》票房可达 7 ~ 10 亿元。

风险提示：

1. 中国经济恢复速度不及预期；
2. 其他第三方数据来源出现误差对结果产生影响；
3. 模型拟合误差对结果产生影响。

刘道明 分析师 SAC 执业编号：S1130520020004
liudaoming@gjzq.com.cn

许隽逸 分析师 SAC 执业编号：S1130519040001
xujunyi@gjzq.com.cn

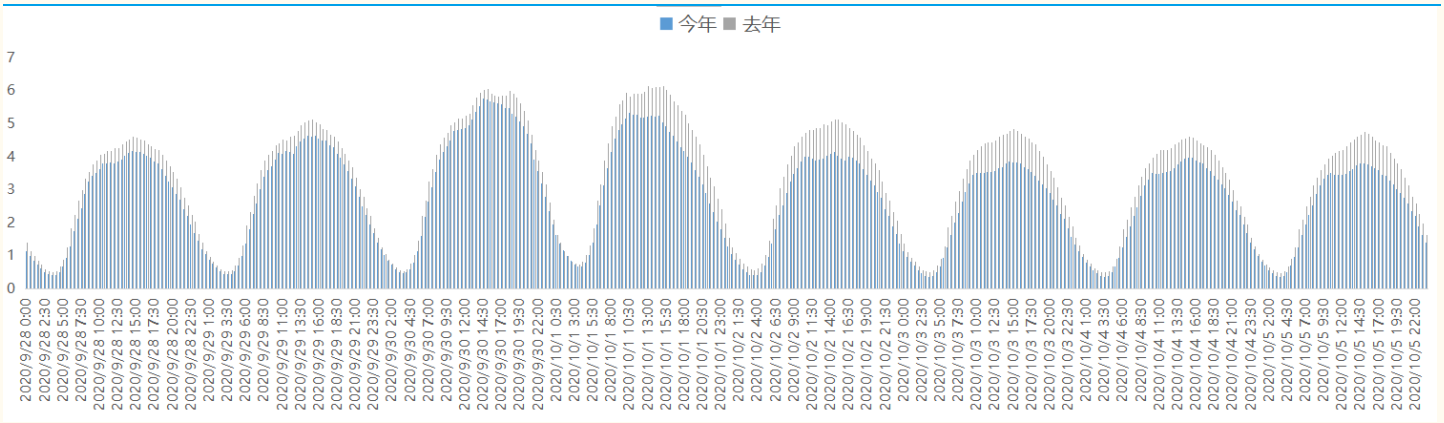
杨晓峰 分析师 SAC 执业编号：S1130520040001
yangxiaofeng@gjzq.com.cn

内容：

1. 出行拥堵，铁路公路活跃度高

据百度地图数据显示，国庆以来，热门交通枢纽的人流高峰主要集中在 9 月 30 日。热门交通枢纽中，机场的人流量与 9 月工作日的人流情况相差无几，火车站的人流量均有明显增加，较平日（与 9 月工作日同时段相比）增加 80%以上。

图表 1：交通枢纽人流指数



来源：百度地图，国金证券研究所

图表 2：热门交通枢纽地理分布



来源：百度地图，国金证券研究所

图表 3：热门交通枢纽词云



来源：百度地图，国金证券研究所

图表 4：热门交通枢纽人流指数 Top10（截至 10 月 5 日）

类型	交通枢纽名称	人流指数峰值	人流高峰日期	较平日变化
火车站	广州南站	19.93	9 月 30 日	146%
	杭州东站	14.87	10 月 1 日	83%
	南京南站	14.34	9 月 30 日	89%
	上海虹桥站	13.93	9 月 30 日	86%
	深圳北站	12.16	10 月 1 日	113%
机场	北京首都国际机场	16.07	9 月 28 日	0%
	上海浦东国际机场	15.46	9 月 30 日	5%
	广州白云国际机场	14.59	9 月 30 日	-1%
	深圳宝安国际机场	14.41	9 月 30 日	0%
	杭州萧山国际机场	13.47	9 月 29 日	0%

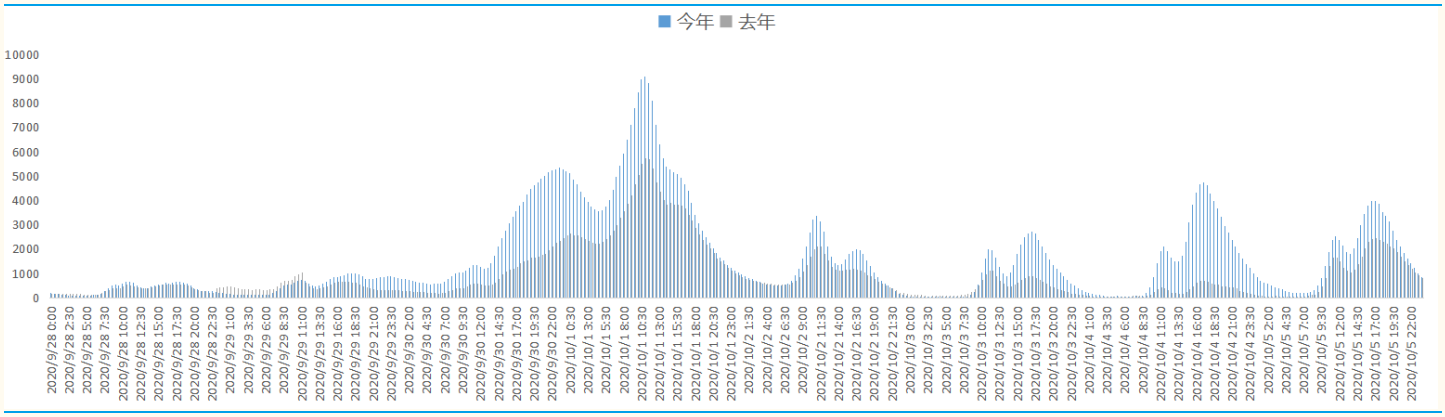
来源：百度地图，国金证券研究所

从高速公路拥堵程度来看，9 月 28 日至 10 月 5 日，全国高速平均拥堵里程较历史同期上升 78.3%。峰值出现在 10 月 1 日 11:00。拥堵路段平均速度多在 40km/h 以下。

据交通运输部发布数据显示，10 月 1 日至 6 日，流量峰值为 5301.58 万辆/日（10 月 1 日），同比 2019 年国庆假期最高值（5256.92 万辆/日）增长 0.85%。10 月 1 日至 6 日，全国高速公路预计日平均流量 4904.25 万辆/日，同

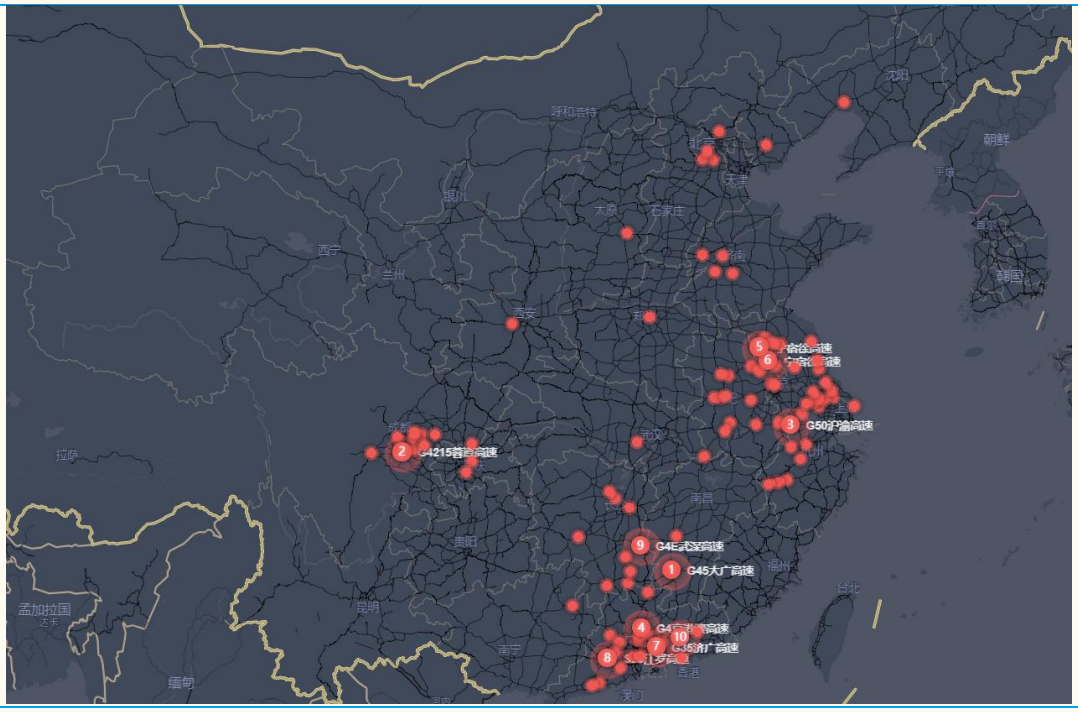
比 2019 年同时段（5060.55 万辆/日）下降 3.09%。或由于今年国庆假期长，回程高峰比去年同期晚，所以截至 6 日的日平均流量稍低与去年同时段。

图表 5：高速拥堵指数（截至 10 月 5 日）



来源：百度地图，国金证券研究所

图表 6：全国高速拥堵路段地理分布（截至 10 月 5 日）



来源：百度地图，国金证券研究所

图表 7：全国高速拥堵 Top10（截至 10 月 5 日）

高速公路名称	路段	高峰拥堵里程（km）	平均速度(km/h)
G45 大广高速	江西-赣州-南康区段，北向东	41.11	14.92
G4215 蓉遵高速	四川-眉山-仁寿县段，东向北	38.14	25.86
G50 沪渝高速	安徽-宣城-广德市段，西向东	31.14	22.05
G4 京港澳高速	广东-清远-佛冈县段，北向南	29.74	26.83
宁宿徐高速	江苏-宿迁-泗洪县段，北向南	28.62	27.68
宁宿徐高速	江苏-淮安-盱眙县段，北向东	28.16	36.42

G35 济广高速	广东-惠州-博罗县段，东向西	26.73	34.61
S26 江罗高速	广东-云浮-新兴县段，西向东	26.53	14.06
G4E 武深高速	湖南-株洲-茶陵县段，北向南	25.98	17.79
G35 济广高速	广东-河源-紫金县段，东向西	24.33	46.41

来源：百度地图，国金证券研究所

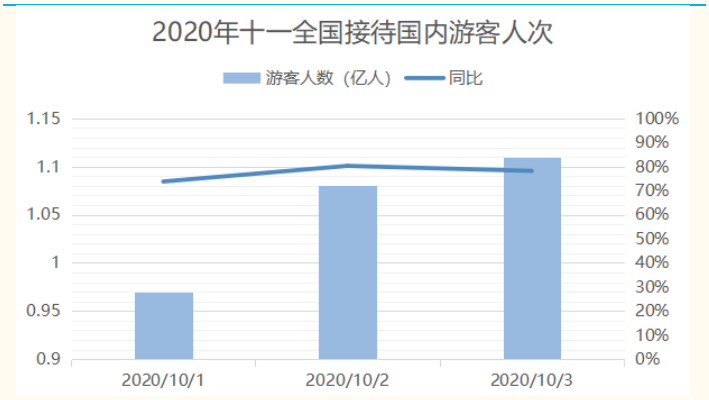
2. 旅行客流恢复超七成，收入恢复较客流恢复低

文旅部披露，经综合测算，10 月 1 日至 3 日，国内旅游人次不断增长。全国累计接待国内游客 3.16 亿人次，同比恢复 77.5%；旅游收入 2312.3 亿元，同比恢复 68.4%。收入恢复程度略低于游客数量，或由于今年旅行性价比高，优惠力度大。全国有超过 1500 间景区门票免费或打折，20 多个省市有关部门发放旅游优惠券。微信支付公布的消费数据显示，中国景区微信支付交易金额较“五一”假期期间增长达到 83.3%。

从百度地图统计的景区人流强度来看，人流量已恢复至去年同期的 73%左右。人流量大的热门景区中，湖景山景均榜上有名，如西湖、千岛湖、崂山、五台山、泰山、嵩山等。

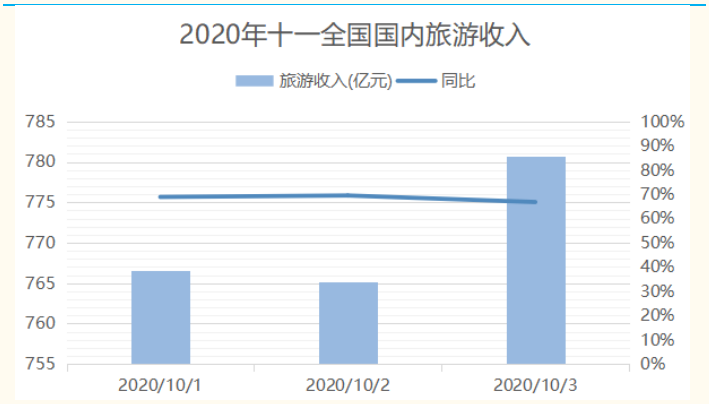
依据国金指数对于 App 的数据追踪，9 月旅游类 App 月活数量再创新高，比去年同期增长 8%，酒店类 App 月活约为去年同期的 87%。从使用频次来看，酒店旅游 App 的使用频次在暑期后均逐月上升。

图表 8：国庆假期接待国内游客人次



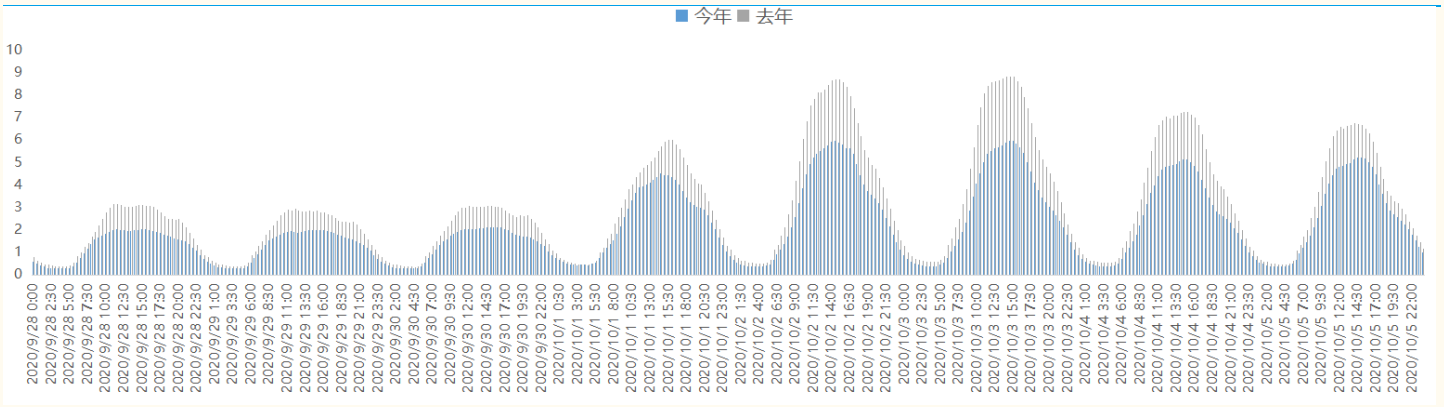
来源：文旅部，国金证券研究所

图表 9：国庆假期国内旅游收入



来源：文旅部，国金证券研究所

图表 10：景区人流指数（截至 10 月 5 日）



来源：百度地图，国金证券研究所

图表 11：热门景区地理分布（截至 10 月 5 日）



来源：百度地图，国金证券研究所

图表 12：热门景区词云（截至 10 月 5 日）



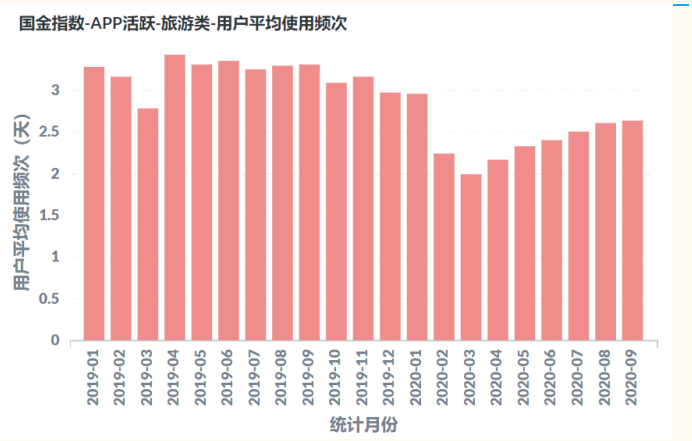
来源：百度地图，国金证券研究所

图表 13：热门景区 Top10（截至 10 月 5 日）

景区名称	人流指数峰值	人流高峰日期	较平日变化
西湖	41.73	10 月 2 日	258%
千岛湖	24.44	10 月 3 日	59%
崂山风景区	22.35	10 月 3 日	36%
五台山风景名胜区	21.23	10 月 3 日	42%
大梅沙	18.93	10 月 2 日	234%
汕头南澳岛旅游区	15.45	10 月 4 日	77%
泰山	14.51	10 月 3 日	226%
平遥古城	13.17	10 月 3 日	141%
周庄	12.75	10 月 2 日	109%
嵩山国家风景名胜区	11.75	10 月 4 日	186%

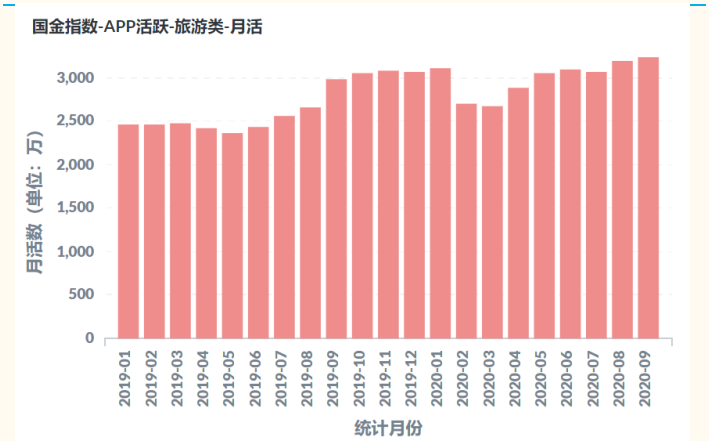
来源：百度地图，国金证券研究所

图表 14：国金指数_旅游 App 使用频次



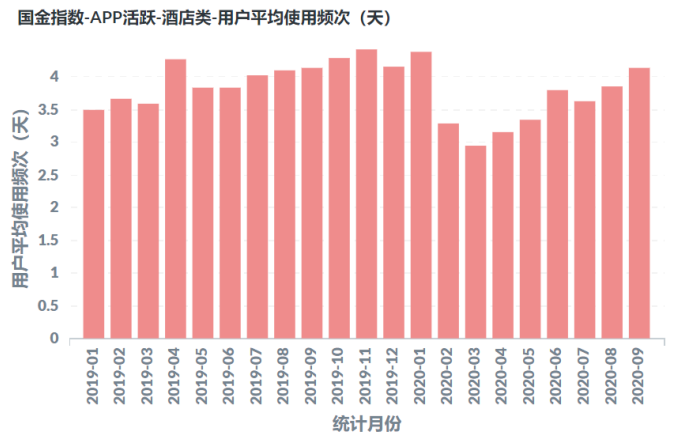
来源：国金证券研究所

图表 15：国金指数_旅游 App 月活



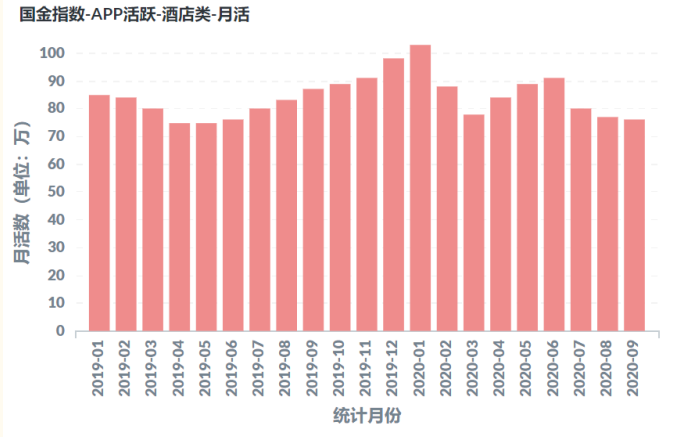
来源：国金证券研究所

图表 16：国金指数_酒店 App 使用频次



来源：国金证券研究所

图表 17：国金指数_酒店 App 月活

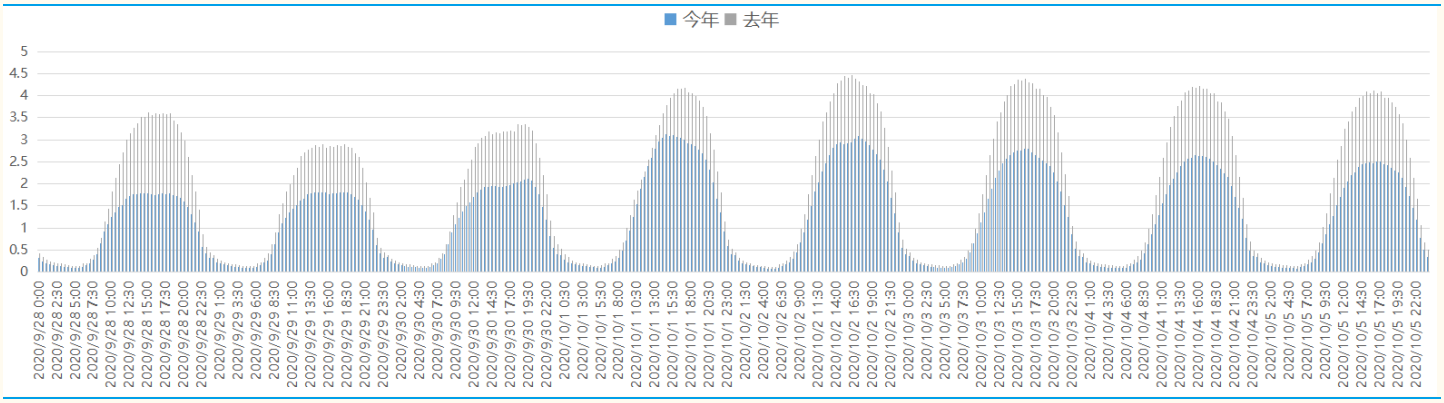


来源：国金证券研究所

3. 线下消费稳步上升，餐饮购物并进

全国范围内，9 月 28 日至 10 月 5 日，线下商场人流恢复至去年同期 67%左右水平，人流量高的热门商场主要集中在北京、上海、广州。

图表 18：商场人流指数（截至 10 月 5 日）



来源：百度地图，国金证券研究所

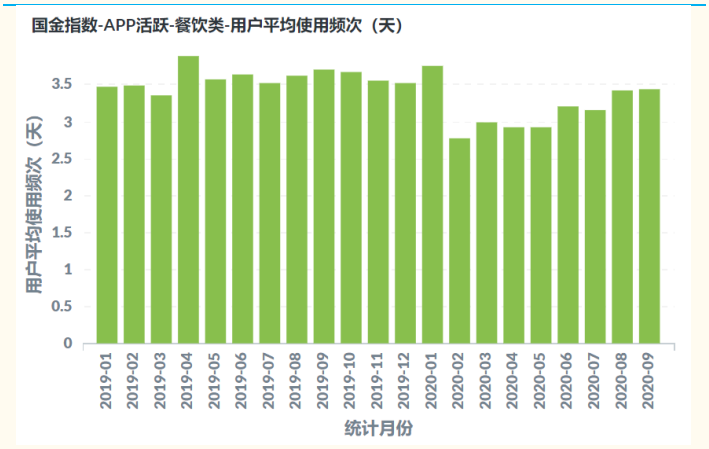
图表 19：热门商场人流量 Top10（截至 10 月 5 日）

商场名称	所在城市	人流指数峰值	人流高峰日期	较平日变化
广州正佳广场	广州	6.16	10 月 2 日	110%
北京荟聚购物中心	北京	5.69	10 月 2 日	98%
万达广场（红旗街）	长春	4.77	10 月 1 日	159%
上海环球港	上海	4.36	10 月 1 日	22%
北京朝阳大悦城	北京	4.29	10 月 1 日	41%
IFS 国际金融中心	成都	4.21	10 月 2 日	32%
上海日月光中心	上海	4.04	10 月 5 日	13%
茂业天地	太原	3.98	10 月 1 日	49%
湖滨银泰 in77C 区	杭州	3.76	10 月 2 日	114%
天河城	广州	3.73	10 月 2 日	103%

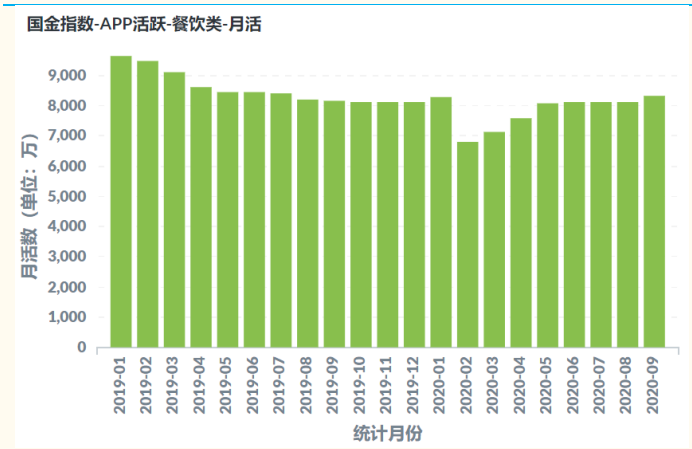
来源：百度地图，国金证券研究所

今年中秋、国庆“双节”相连，聚餐带动餐饮消费稳步上升。美团 App 大数据显示，节前一周国庆期间餐饮在线预订的订单量比去年同期增长了 37%，上海、北京、成都、深圳、杭州成为餐饮在线预订消费 TOP5 的城市。家庭聚餐的预定量相比去年同期增长 129%。依据国金指数对于餐饮 App 数据的追踪，9 月的餐饮 App 月活相比 8 月增长约 3%，比去年同期增长 2%。

图表 20：国金指数_餐饮 App 使用频次



图表 21：国金指数_餐饮 App 月活



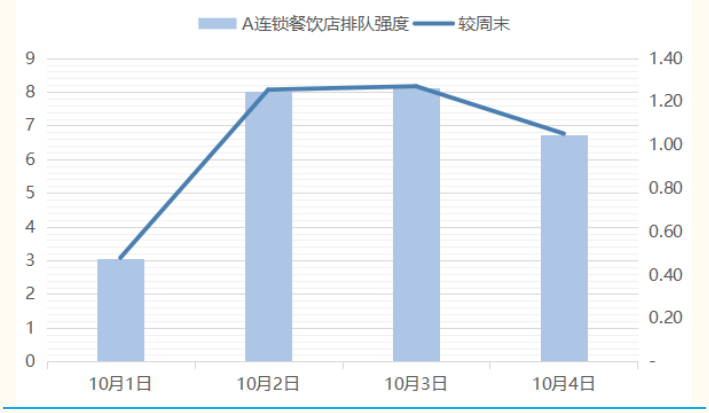
来源：国金证券研究所

来源：国金证券研究所

以 A、B 两家连锁餐厅作为案例，10 月 2 日至 3 日排队强度较高，B 连锁餐厅饮店的排队强度超过周末强度的 1.5 倍，A 连锁餐厅的排队强度约为周末的 1.25 倍。

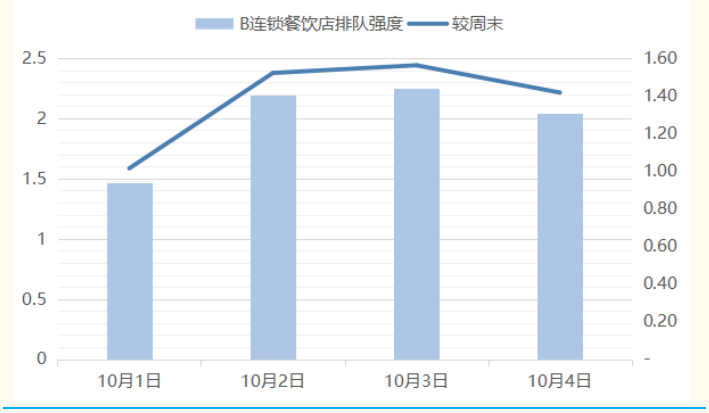
以 10 月 1 日至 10 月 4 日的平均排队强度来看，A 连锁餐厅在一线城市的排队强度约为周末排队强度的 65%，二三线城市门店的排队强度 Top5 的门店强度约为周末的 1.5 至 2.3 倍。B 连锁餐厅在一线城市的排队强度约为周末排队强度的 114%，二三线城市门店的排队强度 Top5 的门店排队强度约为周末的 3.0 至 7.6 倍

图表 22：国金指数_A 连锁餐厅排队强度



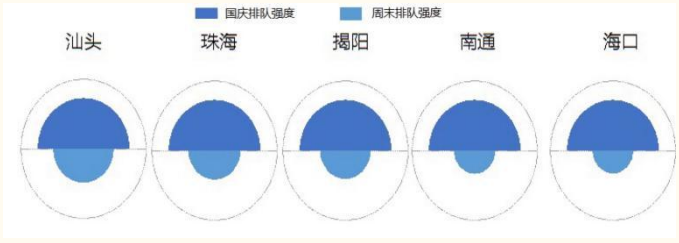
来源：国金证券研究所

图表 23：国金指数_B 连锁餐厅排队强度



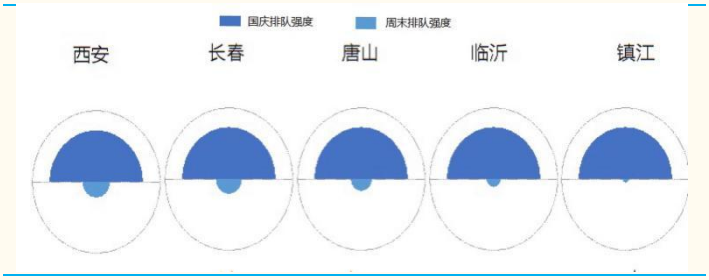
来源：国金证券研究所

图表 24：国金指数_A 连锁餐厅城市排队强度



来源：国金证券研究所

图表 25：国金指数_B 连锁餐厅城市排队强度



来源：国金证券研究所

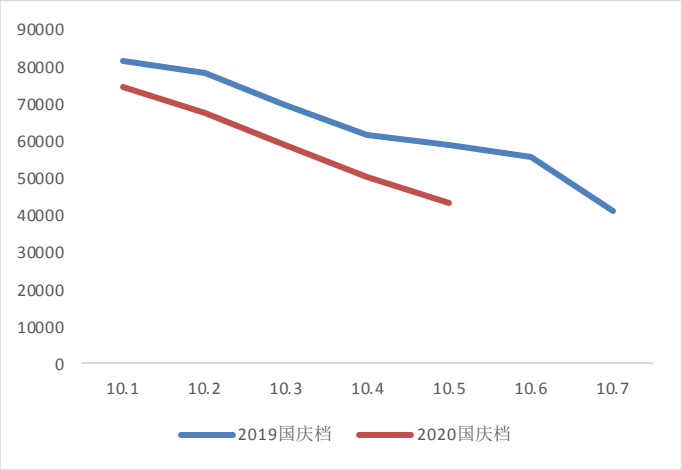
4. 电影整体呈复苏态势，工业化、口碑化、动画电影潜力巨大

4.1 国庆档整体票房略低于去年，重点关注《我和我的家乡》

4.1.1 2020 国庆档电影票房：整体相比 19 年国庆档略低

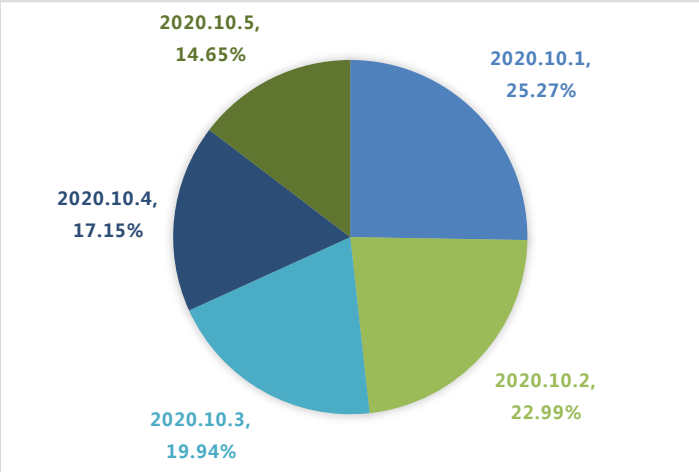
国庆档电影整体呈现复苏态势，相比去年同期略有收缩。2020 年国庆假期总时长为八天，相较于往年延长一天，且今年 10 月 1 日恰逢国庆中秋“双节同日”，另外新冠疫情抑制了国内民众的出境游需求，一定程度上会对国庆档前期票房产生拉动作用，电影整体呈现复苏态势。截至 2020 年 10 月 6 日中午，假期前五天国庆档总票房为 29.38 亿元，低于去年同期的 34.99 亿元，收缩比例为 0.84。

图表 26：国庆档票房对比（万元）
（截至 2020 年 10 月 6 日）



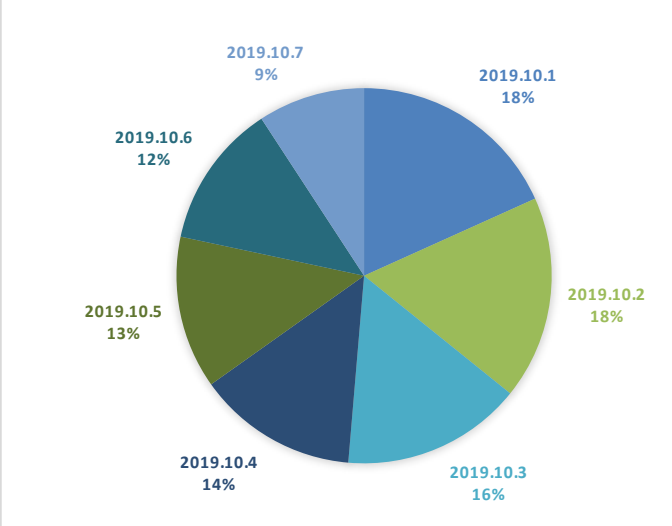
来源：猫眼专业版，国金证券研究所

图表 27：2020 年国庆档每日票房占比
（截至 2020 年 10 月 6 日）



来源：猫眼专业版，国金证券研究所

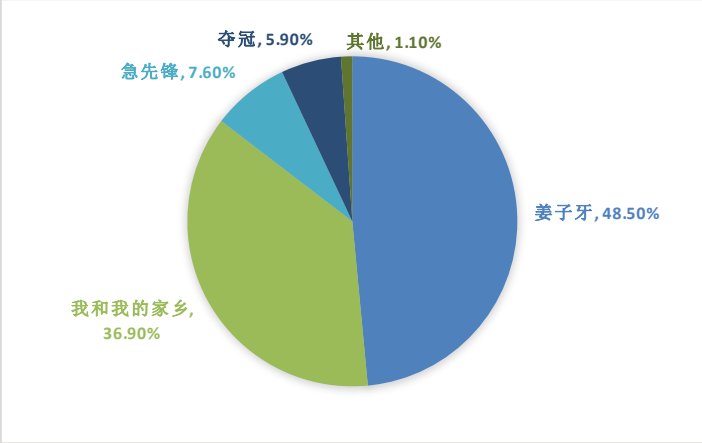
图表 28：2019 年国庆档每日票房占比



来源：猫眼专业版，国金证券研究所

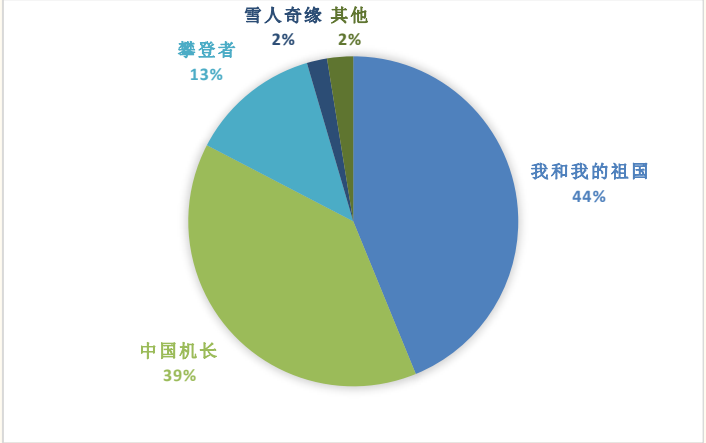
时间上看，国庆档票房前期集中度明显。根据今年与去年国庆档票房数据对比，假期前期的票房明显好于后期，叠加今年 10 月 1 日中秋国庆双节同日，进一步刺激民众的观影需求，根据猫眼专业版得到的数据，截至 2020 年 10 月 6 日，国庆节假日前两天的总票房大概可以占到目前总票房的 50%。

图表 29：2020 国庆档首日各影片票房占比



来源：猫眼专业版，国金证券研究所

图表 30：2019 国庆档各影片票房占比



来源：猫眼专业版，国金证券研究所

国庆档电影票房分布“二八效应”显著，即 20%的头部电影贡献 80%的票房。对比今年与去年国庆档电影，可以看出“头部”大片与其他电影收获票房分化明显。今年国庆首日，仅《我和我的家乡》和《姜子牙》两部影片的票房便占据了首日总票房的 80%以上，这两部电影从内容和形式方面都有过往成功的案例，今年也有望延续之前的火热态势。

4.1.2 重点电影票房预测：《我和我的家乡》、《姜子牙》、《夺冠》

我们首先提取了可比电影 19 年 9 月 30 日至 11 月的日度分账票房数据，根据与票房直接呈正相关关系的四个重点指标，**影院排片占比、影院上座率、市场总体排片情况、全国影院复工率**，对《我和我的家乡》《姜子牙》《夺冠》相关数据做出假设，并与可比电影对应数据进行对比，得到三部电影上映两个月的日度分账票房预测，由日度加总得到总票房预测。

图表 29：票房预估模型

$$\text{目标电影票房} = \text{可比电影票房} * \frac{\text{目标电影影院排片占比}}{\text{可比电影影院排片占比}} * \frac{\text{目标电影影院上座率}}{\text{可比电影影院上座率}} * \frac{\text{目标电影同期整体市场排片}}{\text{可比电影同期整体市场排片}} * \text{全国影院复工率}$$

来源：国金证券研究所

市场总体排片情况：今年电影行业总体受疫情影响较大，随着近期国内情况企稳，电影行业景气度逐步回升，通过对比去年与今年国庆档当日票房数据，电影市场排片供给已基本恢复，但与去年国庆档对比依然略低，对于三部重点电影影响相同。

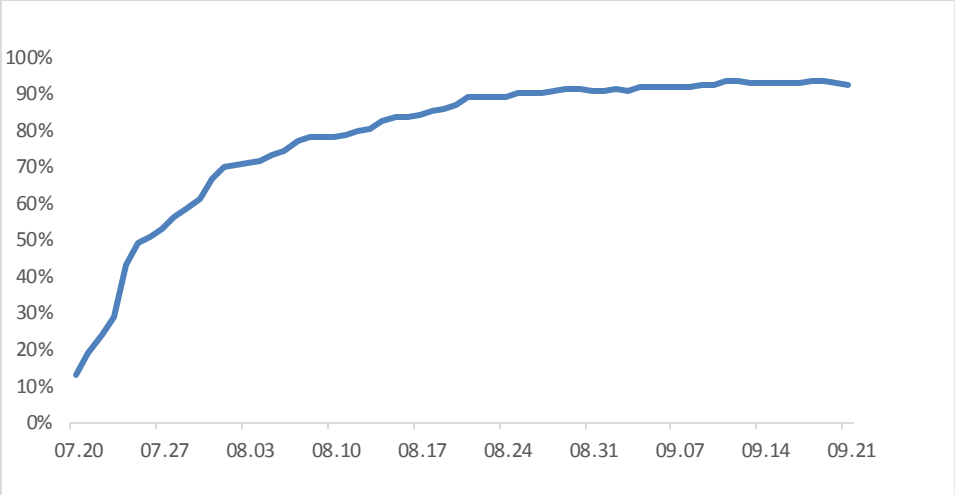
图表 32：2019 与 2020 年国庆节当日票房对比

国庆节当日票房对比					
2020 国庆节当日票房（总计 7.42 亿）			2019 国庆节当日票房（总计 7.95 亿）		
主要影片	票房	综合票房占比	主要影片	票房	综合票房占比
我和我的家乡	2.50 亿	33.69%	我和我的祖国	3.58 亿	45.03%
姜子牙	3.30 亿	44.47%	中国机长	2.41 亿	30.31%
夺冠	0.40 亿	5.39%	攀登者	1.29 亿	16.23%

来源：猫眼专业版，国金证券研究所

全国影院复工率：根据灯塔专业版的数据来看，自九月以来全国影院复工率以趋于稳定，基本保持在 90%左右，因此我们假设国庆档三部电影上线期间全国影院复工率均为 90%。

图表 33：全国影院复工率



来源：灯塔专业版，国金证券研究所

三部重点电影票房敏感度分析：预计《我和我的家乡》票房可达 25 ~ 30 亿元。根据可比电影相关指标，排片占比和上座率的假设，我们预计《我和我的家乡》票房可达 25 ~ 30 亿元，《姜子牙》票房可达 16 ~ 20 亿元，《夺冠》票房可达 7 ~10 亿元。

图表 34：《我和我的家乡》票房敏感度分析：可比电影《我和我的祖国》

《我和我的家乡》票房敏感度分析		排片占比收缩乘数假设				
		85%	90%	95%	100%	105%
上座率倍数假设	1.05	20.5	21.7	22.9	24.1	25.3
	1.10	21.4	22.7	23.9	25.2	26.5
	1.15	22.4	23.7	25.0	26.4	27.7
	1.20	23.4	24.8	26.1	27.5	28.9
	1.25	24.3	25.8	27.2	28.6	30.1
	1.30	25.3	26.8	28.3	29.8	31.3

来源：猫眼专业版，国金证券研究所

图表 35：《姜子牙》票房敏感度分析：可比电影《哪吒》

《姜子牙》票房敏感度分析		排片占比收缩乘数假设				
		43%	45%	47%	50%	53%
上座率收缩乘数假设	0.46	12.9	13.5	14.2	15.1	16.0
	0.49	13.8	14.4	15.1	16.0	17.0
	0.52	14.6	15.3	16.0	17.0	18.0
	0.55	15.5	16.2	16.9	18.0	19.1
	0.58	16.3	17.1	17.8	19.0	20.1
	0.60	16.9	17.7	18.5	19.6	20.8

来源：猫眼专业版，国金证券研究所

图表 36：《夺冠》票房敏感度分析：可比电影《中国机长》

《夺冠》票房敏感度分析		排片占比收缩乘数假设				
		53%	58%	62%	68%	73%
上座率倍数假设	0.80	4.8	5.3	5.6	6.2	6.6
	0.90	5.4	5.9	6.3	7.0	7.5
	1.00	6.0	6.6	7.0	7.7	8.3
	1.10	6.6	7.3	7.8	8.5	9.1
	1.20	7.2	7.9	8.5	9.3	10.0
	1.30	7.8	8.6	9.2	10.0	10.8

来源：猫眼专业版，国金证券研究所

4.2. 国庆档电影整体趋势：工业化、口碑化、动画电影潜力巨大

4.2.1 电影工业化大势所趋，系列电影收到市场青睐

中国电影工业化的趋势兴起于 2015 年，随着观众对电影品质追求的提升，工业化成为制作电影的大势所趋。在此驱动下，高质量国产大片不断涌现。尤其在近些年春节和国庆的大档期中，国产工业化电影连续取得亮眼成绩，不断刷新票房记录。今年国庆档虽然仍受疫情影响，但《姜子牙》和《我和我的家乡》分别斩获国庆首日票房榜的第 2 和第 3 位，合计贡献 6.36 亿票房。

图表 37：2017-2020 各大档期电影情况

档期	档期票房前二电影	总票房
2017春节档	功夫瑜伽	17.48
	西游伏妖篇	16.52
2017国庆档	羞羞的铁拳	22.13
	追龙	5.77
2018春节档	红海行动	36.5
	唐人街探案2	33.97
2018国庆档	无双	12.73
	影	6.28
2019春节档	流浪地球	46.86
	疯狂的外星人	22.13
2019国庆档	我和我的祖国	31.7
	中国机长	29.12
2020国庆档	我和我的家乡	-
	姜子牙	-

来源：猫眼专业版，国金证券研究所

工业化电影最普遍的形式就是大 IP 框架下的系列电影。经过了十几年积累，北美电影已经构建了诸多耳熟能详的知名 IP，如漫威、哈利波特、变形金刚等。虽然不少电影人不断探索和打造本土 IP，如中国神话《封神演义》和《唐人街探案》系列，但目前本土 IP 进程还处于摸索期。不过众多系列电影在近年来崭露头角、取得佳绩，2017 年系列电影《战狼 2》创下内地电影票房记录，今年国庆档的两部重磅大片《姜子牙》和《我和我的家乡》也同样是是系列电影。《姜子牙》是继《哪吒》之后又一部以“封神”为背景的动画电影，《我和我的家乡》则是《我和我的祖国》的姊妹篇。制作系列电影成为了目前中国电影工业化发展的主基调，也是打造大 IP 的基础。随着本土 IP 进一步发掘以及系列电影制作工艺的成熟，中国电影工业化未来可期。

图表 38：美国电影 IP

系列名称	主控方	部数	北美总票房（亿美元）
漫威宇宙	迪士尼	25	85.5
星球大战	迪士尼	21	50.8
蜘蛛侠	迪士尼	9	25
X战警	福克斯	14	24.6
蝙蝠侠	华纳兄弟	19	24.1
哈利波特	华纳兄弟	24	23.9
速度与激情	环球影业	9	16.9
变形金刚	派拉蒙	7	15.8

来源：office box mojo，国金证券研究所

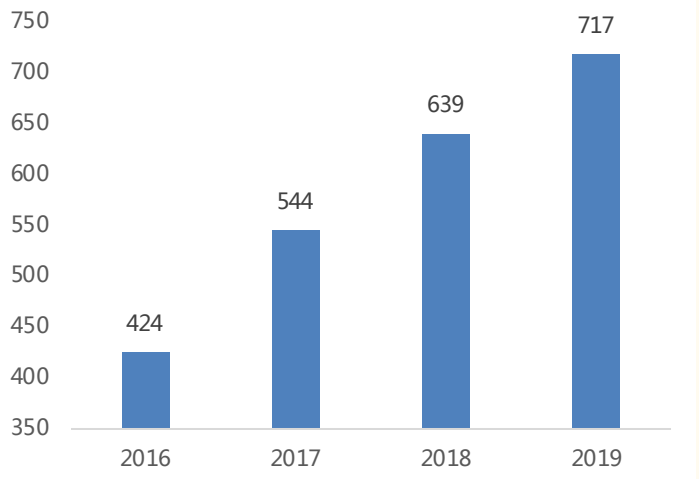
图表 39：国产系列电影

系列名称	部数	国内总票房（亿元）
战狼	2	62.4
捉妖记	2	46.8
唐人街探案	2	42.2
囧系列	3	29.2
澳门风云	3	26.1
叶问	4	22.7
前任	3	22.1
扫毒	2	15.5

来源：猫眼专业版，国金证券研究所

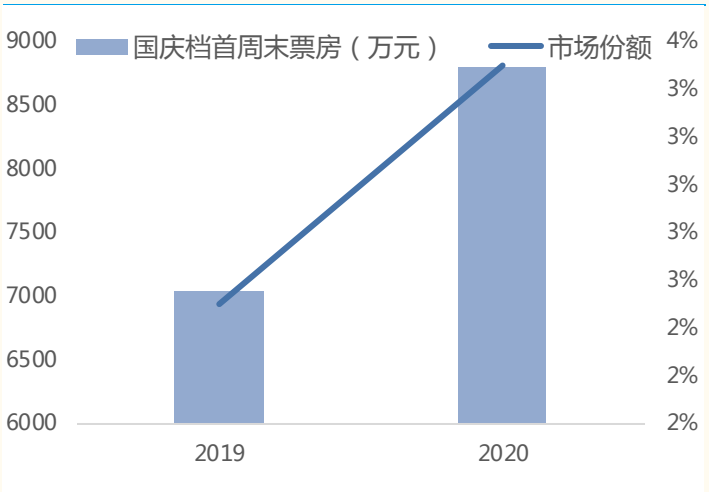
在电影市场国际化和消费升级的大背景下，为满足观众对观影体验越来越高的追求，将不断更迭升级的新技术与艺术相结合成为了电影工业化的必然要求。在 3D 电影风靡一时之后，IMAX 成为了电影新的发展方向。近年来，IMAX 影院数量迅速扩张，截止 2019 年底，中国已拥有超过 700 家 IMAX 影院。今年国庆档的头部影片均使用了 IMAX 放映，且取得了不错的成绩，在档期的首个周末合计共收获 8800 万 IMAX 票房，同比增长 25%，市场份额达到 3.5%，高于去年同期的 2.5%。其中电影《姜子牙》更是将动画美术与 IMAX 效果相结合，把动画电影的视觉冲击带到了新高度，上映至 10 月 4 日共收获 7820 万 IMAX 票房，通过占比 1%的 IMAX 影院屏幕贡献了 7.5%的电影票房。这足以反映观众对于 IMAX 影院的热衷和对观影效果的追求。在观众需求和技术革新的双重驱动下，IMAX 技术将推动中国工业化电影的发展更进一步。

图表 40：中国 IMAX 数量



来源：公司年报，国金证券研究所

图表 41：国庆档首周末票房表现

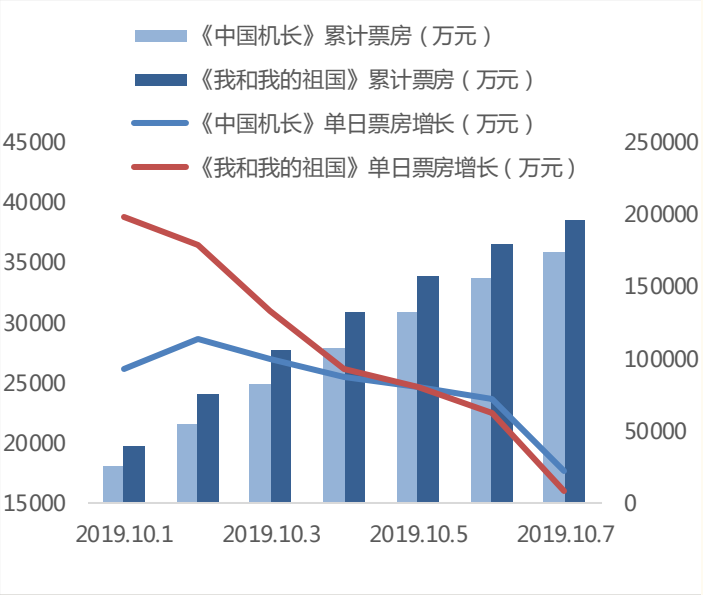


来源：公司公告，国金证券研究所

4.2.2 电影市场优胜劣汰趋势明显，口碑影片逆袭成为常态

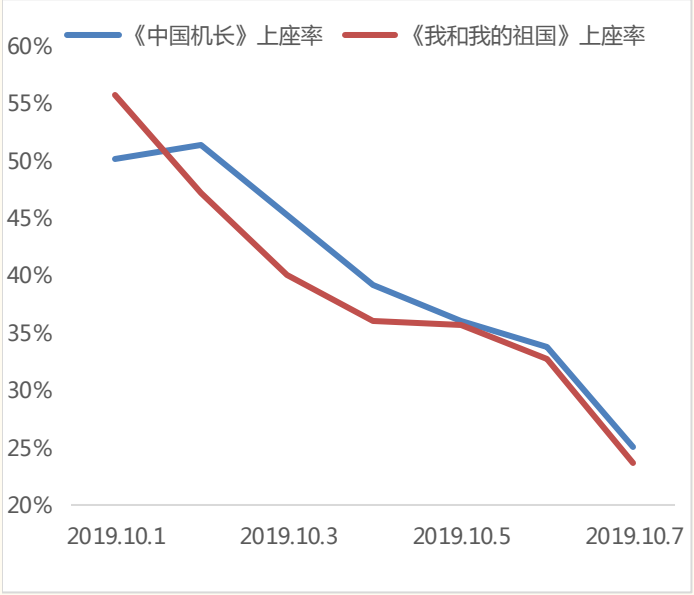
从去年国庆档《中国机长》的逆袭到今年国庆档《我和我的家乡》的票房反超印证了国庆档电影正逐渐转向口碑化发展。去年《中国机长》的首日票房仅为票房第一的《我和我的祖国》的三分之二，虽然其演员阵容不占优势，但空难题材对观众产生了很大的吸引力，在排片落后的情况下实现了上座率的反超，两部电影总票房差距日渐缩小，占去年国庆档总票房的 39%。

图表 42：《中国机长》和《我和我的祖国》票房变化



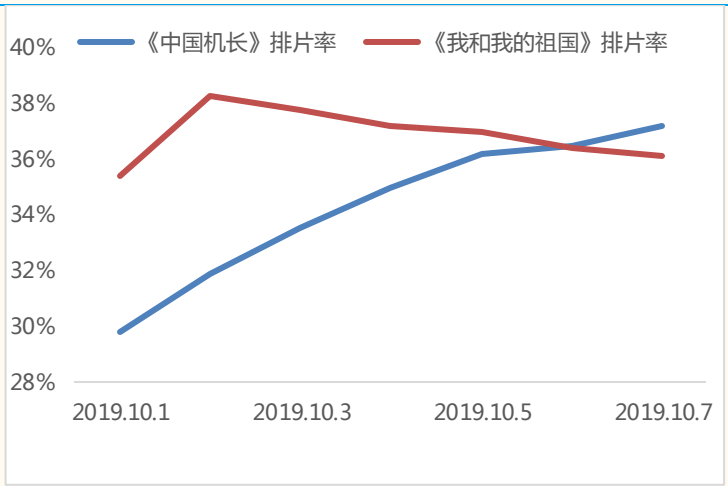
来源：灯塔专业版，国金证券研究所

图表 43：《中国机长》和《我和我的祖国》上座率情况



来源：灯塔专业版，国金证券研究所

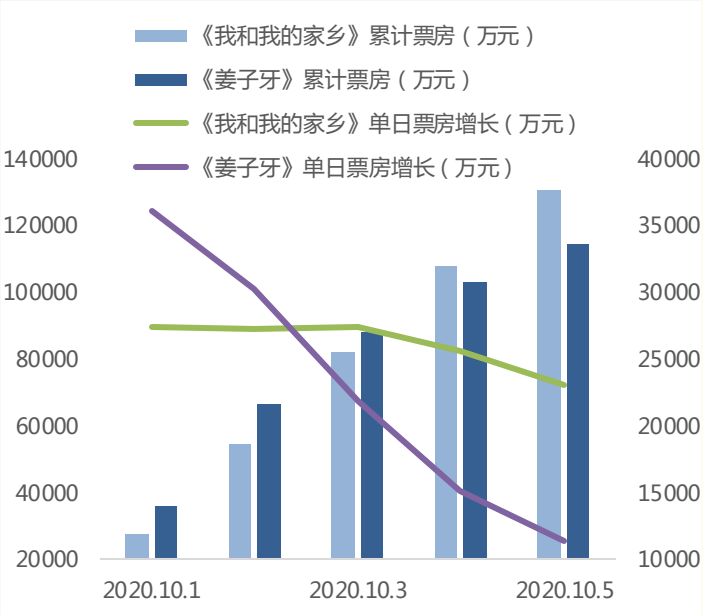
图表 44：《中国机长》和《我和我的祖国》排片率情况



来源：灯塔专业版，国金证券研究所

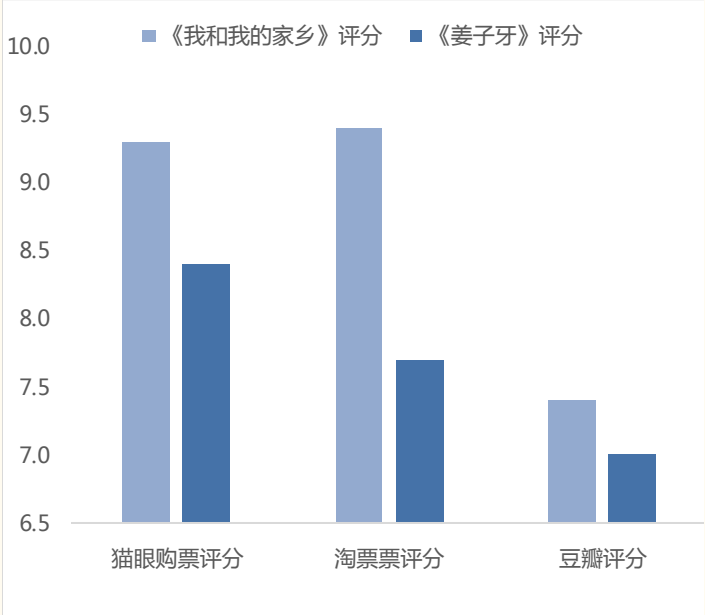
今年国庆档以《我和我的家乡》为代表，通过系列电影和大众向的题材打造好口碑，赢得的网络高评分带来了后来居上的高票房。和国庆档总票房排名第二的《姜子牙》对比，上映前《我和我的家乡》44.3 万的想看人数仅为《姜子牙》142.5 万想看人数的三分之一不到，在上映后的前两日《姜子牙》的票房一直排在首位。但是《姜子牙》每日票房的变化有明显的下降趋势，而《我和我的家乡》通过迎合国庆中秋档的大众向喜剧题材赢得了观众的好评，第一个小故事延续了去年国庆档系列片《我和我的祖国》中的故事，在各大电影评分平台上都列居今年国庆档电影的评分首位，上映后分数的减少幅度也比《姜子牙》小很多。虽然《我和我的家乡》在上映前的想看数和刚上映的表现都不如《姜子牙》，在排片落后的情况下，因为电影的系列延续和题材赢得观众认可为其建立了良好的口碑，高上座率使得其排片率也后来居上，总票房反超《姜子牙》，位居榜首。

图表 45：《我和我的家乡》和《姜子牙》票房变化情况



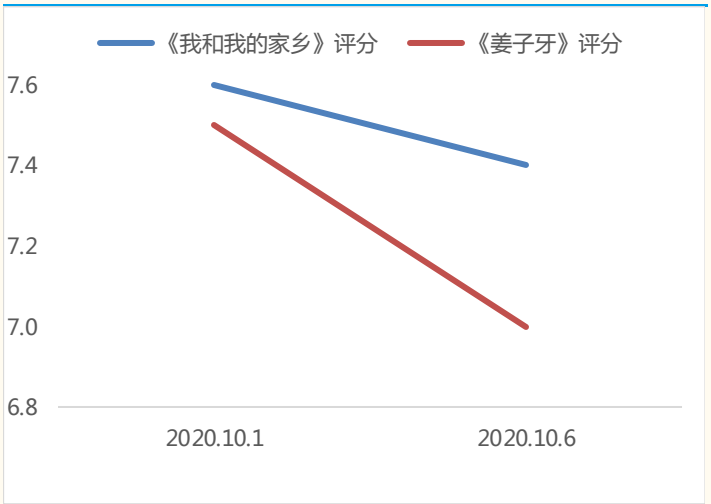
来源：灯塔专业版，国金证券研究所

图表 46：《我和我的家乡》和《姜子牙》评分情况



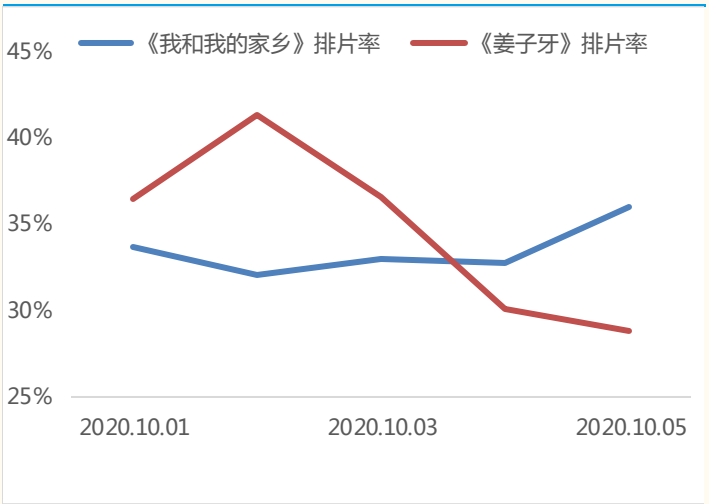
来源：灯塔专业版，猫眼专业版，豆瓣，国金证券研究所

图表 47：《我和我的家乡》和《姜子牙》豆瓣评分变化



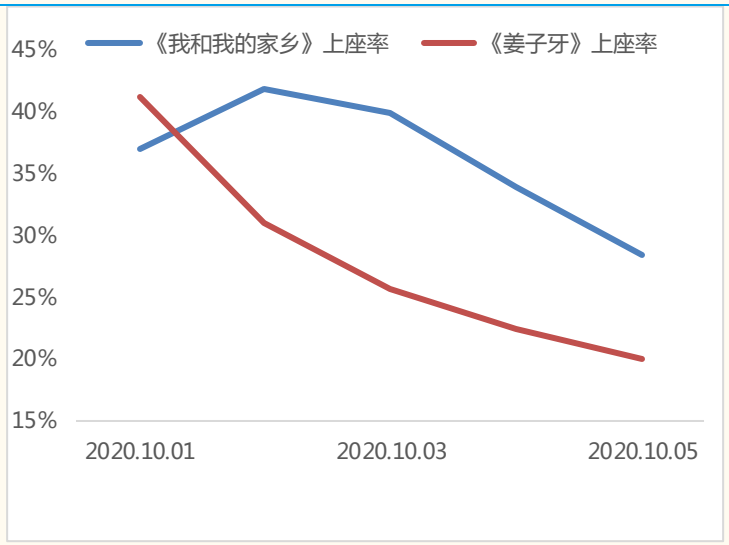
来源：灯塔专业版，猫眼专业版，豆瓣，国金证券研究所

图表 48：《我和我的家乡》和《姜子牙》排片率情况



来源：灯塔专业版，国金证券研究所

图表 49：《我和我的家乡》和《姜子牙》上座率情况

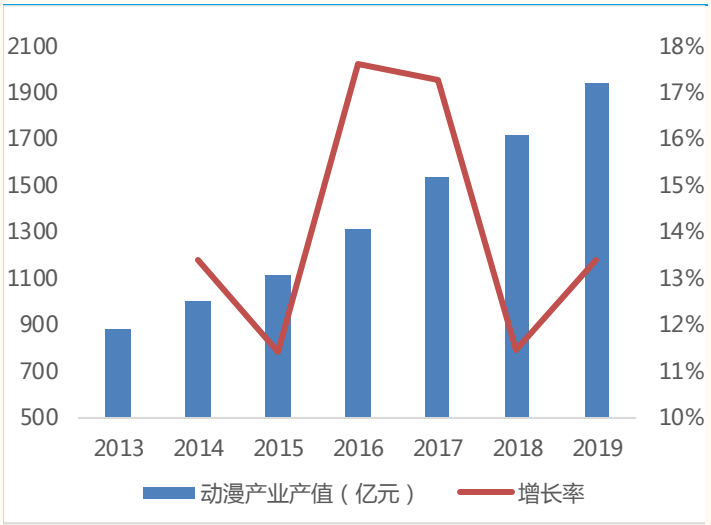


来源：灯塔专业版，国金证券研究所

4.2.3 动画电影潜力巨大，用户定位向“全年龄向”转变

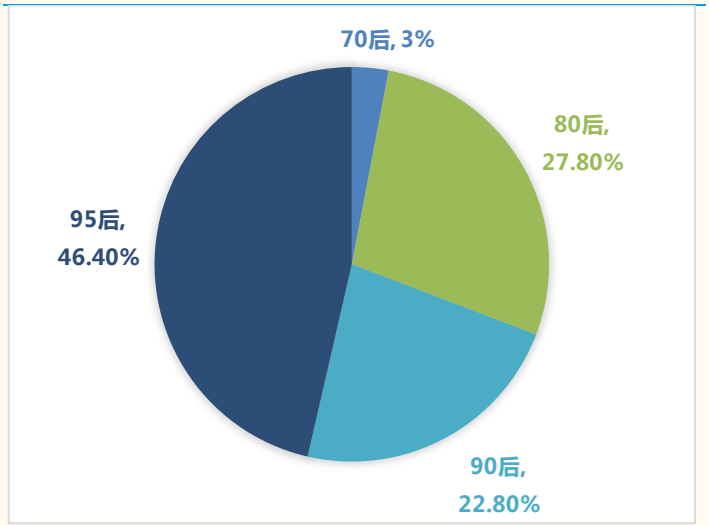
“十三五“规划以来，国家大力扶持动漫产业的发展，以推动文化消费升级。至 2019 年，我国动漫产业已达到 1941 亿元的总产值，动漫用户中 95 后人群（Z 世代）占比接近一半。随着 Z 世代逐渐成为影院观众的主力，他们对动画电影接受度较高，将会为我国动画电影市场的发展带来巨大的需求空间。2019 年我国动画电影票房规模突破 100 亿，票房占比提升至 16.6%。虽然该比例相较于北美、日本等成熟动画电影市场较低，但长期来看，随着更多优质创作内容上映以及前期成功 IP 的持续迭代，我国动画电影总票房将恢复增长，票房占比有望突破 20%。与此同时，自 2015 年《西游记之大圣归来》开创了国产动画电影的元年后，《大鱼海棠》、《哪吒之魔童降世》等接连成为市场爆点。其中，《哪吒之魔童降世》以总票房突破 50 亿的亮眼成绩，创造了国产院线动画的商业巅峰。由此可见，我国的国产动画电影市场具有广阔的发展前景。随着观众对动画电影口味的变迁，“低幼类”的动画电影不再是市场的主流，“全年龄向”类型的动画电影成为了决定动画电影市场整体体量的关键，国产动画电影也正向着大片化、精品化、品牌化方向转移。

图表 50：2013-2019 年中国动漫产业产值



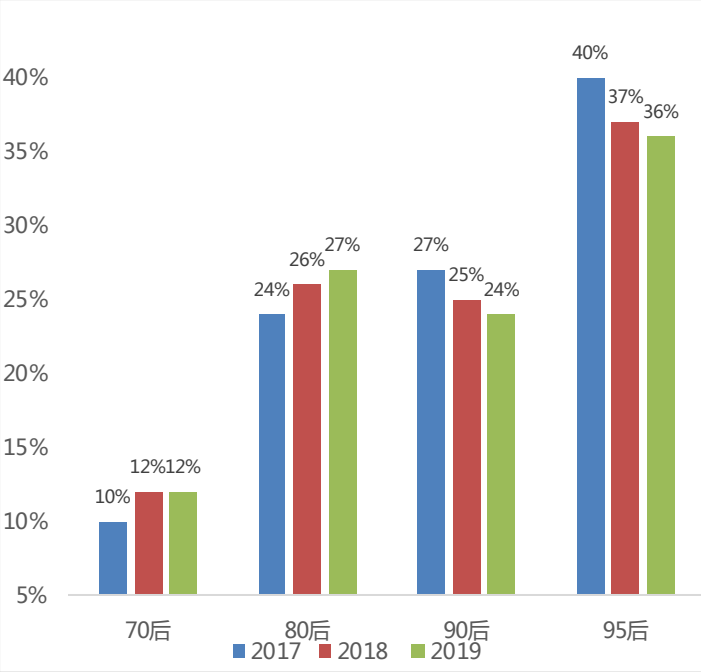
来源:中国产业信息网，国金证券研究所整理

图表 51：2019 年中国动漫用户年龄占比



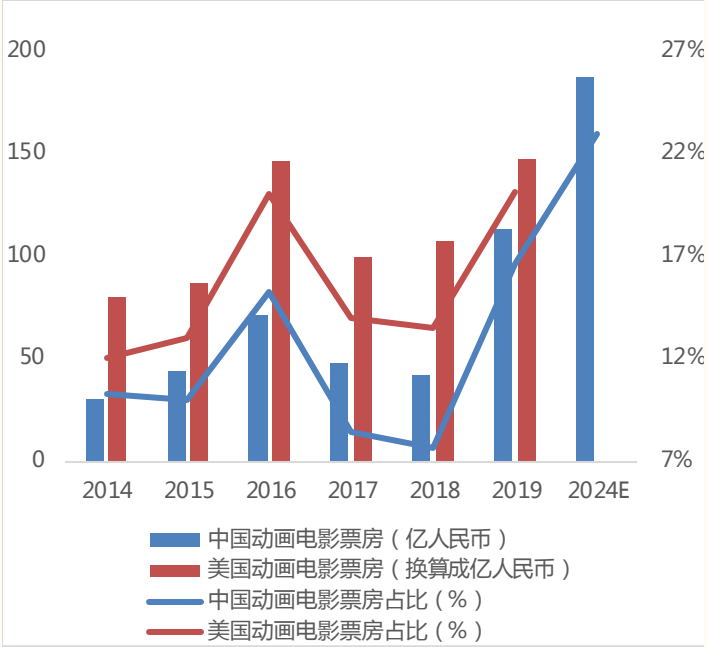
来源:中国产业信息网，国金证券研究所整理

图表 52：2017-2019 年中国电影用户年龄比例及变化趋势



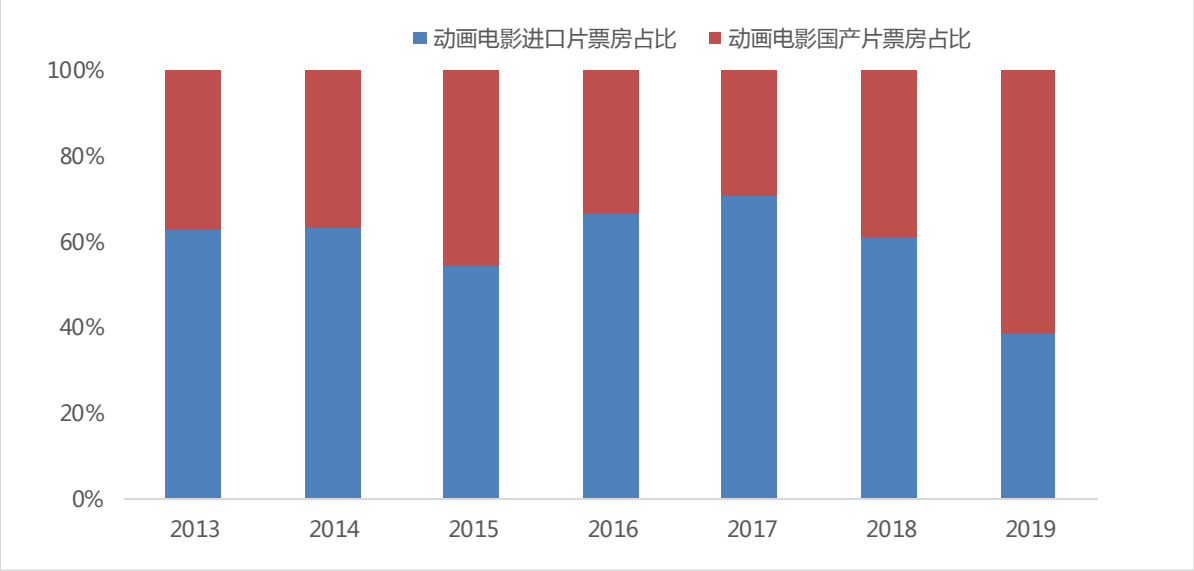
来源:中国产业信息网，国金证券研究所整理

图表 53：中国和美国动画电影票房规模和占比



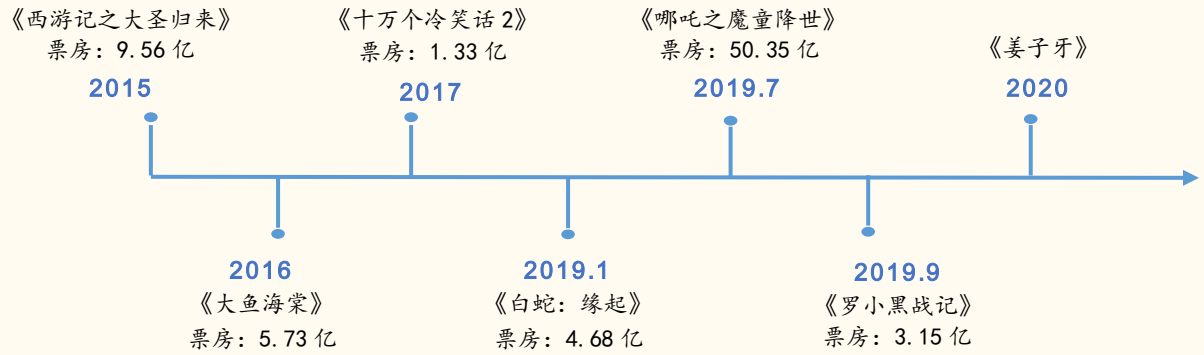
来源:中国产业信息网，国金证券研究所整理

图表 54：2013-2019 年中国动画电影国产及进口结构



来源:中国产业信息网，国金证券研究所整理

图表 55：中国动画电影推出时间



来源：猫眼专业版，国金证券研究所

继《哪吒》在去年暑假档获得票房、口碑双丰收后，同为彩条屋出品的国漫大作《姜子牙》在未上映前就收到了极大的关注和期望，成为了首部预售票房破亿的影片。在国庆首映当天，以 3.6 亿票房获得日票房冠军宝座，上座率达 40.8%，并刷新了中国内地动画电影首日票房纪录，可见国产动画电影巨大的潜力。对比同样是以冲破“天命难违”为主题的《哪吒》，《姜子牙》的制作更为精良，配音和特效进步明显，电影的内涵和格局也更高，但电影的口碑评分相对较低，首映当天豆瓣评分 7.5 分，并有略微下滑的趋势。不少人认为《姜子牙》的立意深但含蓄难懂，更像是一部“成人向”、探讨性的动画电影，这也导致了它的用户定位不够精准，观众的接受度不高。相比之下，全家欢类型的《哪吒》立意明确、人物与剧情更加鲜活饱满、场景充满娱乐性和情景积淀，其受众面积也更广，首映当天豆瓣评分就高达 9.2 分，直至现在评分依然稳定在 8.4 的高分。

《哪吒》及一系列国产动画电影的成功让我们看到了国产动画电影崛起的希望，但在看到进步的同时，也让我们看到了中国动画发展的困境。从《姜子牙》口碑表现来看，动画电影若想取得成功，面向应该更加全年龄化，更加通俗易懂。因为过度外露的成人化可能会减少受众面积，从而影响票房成绩。而像《哪吒》、《疯狂动物城》等全年龄向的电影之所以可以取得如此辉煌的成绩，是因为它们可以有效地缝合成人与儿童的价值观和审美差异，使得各个年龄段的观众都能够找到自己的角度去欣赏影片，从而成功地兼顾影片深度和票房成绩。

风险提示：

1. 中国经济恢复速度不及预期；
2. 其他第三方数据来源出现误差对结果产生影响；
3. 模型拟合误差对结果产生影响。

特别声明：

国金证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告版权归“国金证券股份有限公司”（以下简称“国金证券”）所有，未经事先书面授权，任何机构和个人均不得以任何方式对本报告的任何部分制作任何形式的复制、转发、转载、引用、修改、仿制、刊发，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。经过书面授权的引用、刊发，需注明出处为“国金证券股份有限公司”，且不得对本报告进行任何有悖原意的删节和修改。

本报告的产生基于国金证券及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，但国金证券及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，对由于该等问题产生的一切责任，国金证券不作出任何担保。且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，在不作事先通知的情况下，可能会随时调整。

本报告中的信息、意见等均仅供参考，不作为或被视为出售及购买证券或其他投资标的邀请或要约。客户应当考虑到国金证券存在可能影响本报告客观性的利益冲突，而不应视本报告为作出投资决策的唯一因素。证券研究报告是用于服务具备专业知识的投资者和投资顾问的专业产品，使用时必须经专业人士进行解读。国金证券建议获取报告人员应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。报告本身、报告中的信息或所表达意见也不构成投资、法律、会计或税务的最终操作建议，国金证券不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。

在法律允许的情况下，国金证券的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能为这些公司正在提供或争取提供多种金融服务。

本报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法，故本报告所载观点可能与其他类似研究报告的观点及市场实际情况不一致，且收件人亦不会因为收到本报告而成为国金证券的客户。

根据《证券期货投资者适当性管理办法》，本报告仅供国金证券股份有限公司客户中风险评级高于 C3 级（含 C3 级）的投资者使用；非国金证券 C3 级以上（含 C3 级）的投资者擅自使用国金证券研究报告进行投资，遭受任何损失，国金证券不承担相关法律责任。

此报告仅限于中国大陆使用。

上海

电话：021-60753903

传真：021-61038200

邮箱：researchsh@gjzq.com.cn

邮编：201204

地址：上海浦东新区芳甸路 1088 号紫竹国际大厦 7 楼

北京

电话：010-66216979

传真：010-66216793

邮箱：researchbj@gjzq.com.cn

邮编：100053

地址：中国北京西城区长椿街 3 号 4 层

深圳

电话：0755-83831378

传真：0755-83830558

邮箱：researchsz@gjzq.com.cn

邮编：518000

地址：中国深圳福田区深南大道 4001 号时代金融中心 7GH