

分析师：乔琪
登记编码：S0730520090001
qiaoqi@ccnew.com 021-50586985

政策指引提振消费，关注游戏、广告、 国有出版主线

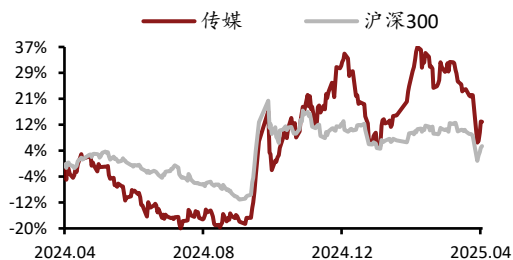
——传媒行业月报

证券研究报告-行业月报

同步大市(维持)

传媒相对沪深 300 指数表现

发布日期：2025 年 04 月 14 日



资料来源：聚源，中原证券研究所

相关报告

《传媒行业点评报告：市场剧烈震荡，关注高股息出版企业防御性价值》 2025-04-07

《传媒行业月报：政策有望提振文化消费需求，关注 GDC 2025 游戏产业最新方向》 2025-03-17

《传媒行业专题研究：游戏行业专题：市场景气，产品突破，AI 赋能，政策回暖》 2025-03-07

联系人：李智

电话：0371-65585629

地址：郑州郑东新区商务外环路 10 号 18 楼

地址：上海浦东新区世纪大道 1788 号 T1 座 22 楼

投资要点：

- **行情回顾与估值表现：**2025 年 3 月 14 日-4 月 11 日之间，传媒板块下跌 12.20%，同期上证指数、沪深 300、创业板指数分别下跌 3.59%、4.12%、11.06%，传媒板块分别跑输 8.61pct、8.08pct、1.14pct。在同期全行业涨跌幅排名中，传媒板块排在第 28 名。

板块 142 只个股中 20 只上涨，122 只下跌，涨幅最高的有果麦文化、中南传媒、凤凰传媒、长江传媒、荣信文化、新华文轩、横店影视、上海电影、中原传媒、南方传媒；跌幅最高的有*ST 富润、ST 中青宝、湖北广电、电魂网络、顺网科技、盛通股份、佳云科技、汤姆猫、ST 华闻、福石控股。

截至 2025 年 4 月 11 日，传媒板块 PE (ttm，整体法，剔除负值) 为 26.38 倍，2020 年以来板块平均市盈率 24.46 倍，中位数 23.13 倍，最大值 42.74 倍，最小值 16.46 倍，当前 PE 历史分位为 71.80%。

- **投资建议：**建议关注游戏板块，从近期变化来看，国内游戏产业受中美关税的影响相对比较小，后续有望迎来估值修复。根据 WTO 的《电子商务暂停令》(E-commerce Moratorium) 规定，WTO 成员国对于包括软件、数字电影、游戏等非实体的跨境数字产品暂时不征收关税，该项政策自 1998 年起每两年延长此一次，在 2024 年的第 13 届部长级会议上，WTO 再次延长该项政策至 2026 年 3 月。从目前国内游戏市场表现来看，玩家需求强劲，2024 年国内游戏市场规模、用户规模、ARPU 值均创新高。在政策端，版号发放数量持续宽松，2025Q1 共发放国产游戏版号 362 款，同比增加约 8.7%，国家以及地方政府多次在重要政策文件中提及游戏、电子竞技产业在文化传播宣传、科技创新赋能层面的重要价值。

在消费方面，建议关注广告市场的顺周期变化。随着国务院《提振消费专项行动方案》的指引以及各省市提振消费细则的出台，预计鼓励消费将持续成为国内政策长期重点方向，消费品类客户通常能够保持较为稳定的投放需求，随着中央及地方政府刺激消费政策的出台，广告市场的投放需求或将持续回升。此外，建议关注 IP 与衍生品的结合带来的 IP 经济的高景气度，优质 IP 受众群体广、消费能力强，在年轻人群体“悦己”消费心态下有望实现 IP 价值的大幅提升。

建议关注国有出版公司的高股息和防御性价值带来的长期收益。国有出版公司业绩表现稳定、货币资金以及未分配利润规模较大、经营风险小，高比例分红具有持续性，叠加估值长期处于低位带来了

长期稳定的股息收益，部分公司近三年平均股息率可达到 6% 以上。同时基于最新的所得税免征政策，预计国有出版公司 2025Q1 业绩将有较大幅度的向上弹性。

AI 层面建议关注大模型迭代带来的性能提升和成本下降，AI 陪伴、AI 游戏、AI 教育等垂直应用领域有望实现更多 AI 应用的落地。

建议关注：恺英网络、吉比特、三七互娱、分众传媒、芒果超媒、万达电影、光线传媒、中国电影、中原传媒。

风险提示：宏观经济变化影响文化消费需求；政策效果不及预期；市场竞争加剧；产出内容质量不及预期；AI 技术进展及应用效果不及预期；汇率、跨境业务等受国际关系变化影响

内容目录

1. 投资建议.....	5
2. 行情回顾.....	5
2.1. 行情回顾	5
2.2. 估值水平	7
3. 行业要闻.....	7
4. 行业月度数据.....	9
4.1. 电影市场	9
4.2. 影视剧市场.....	11
4.3. 综艺节目市场	12
4.4. 游戏市场	12
4.5. 广告市场	15
5. 豫股专栏.....	15
5.1. 河南省传媒上市公司走势与公告	15
5.2. 河南省传媒产业要闻	16
6. 风险提示.....	16

图表目录

图 1: 2025 年 3 月 14 日-4 月 11 日 A 股主要板块涨跌幅 (%)	6
图 2: 中信传媒板块 PE (截至 2025 年 4 月 11 日)	7
图 3: 国内电影市场票房情况 (亿元)	9
图 4: 国内电影市场观影人次情况 (亿人)	9
图 5: 国内电影市场放映场次情况 (万场)	9
图 6: 国内电影市场平均票价情况 (元) (含服务费)	9
图 7: 国内电影市场上座率	10
图 8: 国内电影市场放映影片数	10
图 9: 国内游戏市场实际销售收入	13
图 10: 国内客户端游戏市场实际销售收入	13
图 11: 国内移动游戏市场实际销售收入	13
图 12: 中国自主研发网络游戏海外市场收入	13
图 13: 游戏版号发放情况	14
图 14: 2025 年 3 月中国手游收入 TOP30	14
图 15: 2025 年 3 月中国手游发行商收入 TOP30	14
图 16: 2024 年分媒体广告花费同比变化	15
图 17: 2024 年广告市场整体 TOP10 行业花费变化	15
表 1: 2025 年 3 月 14 日-4 月 11 日中信传媒行业二级与三级子板块涨跌幅	6
表 2: 2025 年 3 月 14 日-4 月 11 日传媒板块个股涨跌幅 TOP10	6
表 3: 2025 年 3 月影片票房情况	10
表 4: 2025 年 4 月部分上映电影档期	10
表 5: 2025 年 3 月院线数据 (不含服务费)	11
表 6: 2025 年 3 月影投数据 (不含服务费)	11
表 7: 2025 年 3 月电视剧/网剧全网正片播放量	12
表 8: 2025 年 3 月电视综艺/网络综艺全网正片播放量市占率	12

表 9：手机游戏排行榜（2025 年 4 月 13 日）	15
------------------------------------	----

1. 投资建议

建议关注游戏板块，从近期变化来看，国内游戏产业受中美关税的影响相对比较小，后续有望迎来估值修复。根据 WTO 的《电子商务暂停令》(E-commerce Moratorium) 规定，WTO 成员国对于包括软件、数字电影、游戏等非实体的跨境数字产品暂时不征收关税，该项政策自 1998 年起每两年延长此一次，在 2024 年的第 13 届部长级会议上，WTO 再次延长该项政策至 2026 年 3 月。从目前国内游戏市场表现来看，玩家需求强劲，2024 年国内游戏市场规模、用户规模、ARPU 值均创新高。在政策端，版号发放数量持续宽松，2025Q1 共发放国产游戏版号 362 款，同比增加约 8.7%，国家以及地方政府多次在重要政策文件中提及游戏、电子竞技产业在文化传播宣传、科技创新赋能层面的重要价值。

在消费方面，建议关注广告市场的顺周期变化。随着国务院《提振消费专项行动方案》的指引以及各省市提振消费细则的出台，预计鼓励消费将持续成为国内政策长期重点方向，消费品类客户通常能够保持较为稳定的投放需求，随着中央及地方政府刺激消费政策的出台，广告市场的投放需求或将持续回升。此外，建议关注 IP 与衍生品的结合带来的 IP 经济的高景气度，优质 IP 受众群体广、消费能力强，在年轻人群体“悦己”消费心态下有望实现 IP 价值的大幅提升。

建议关注国有出版公司的高股息和防御性价值带来的长期收益。国有出版公司业绩表现稳定、货币资金以及未分配利润规模较大、经营风险小，高比例分红具有持续性，叠加估值长期处于低位带来了长期稳定的股息收益，部分公司近三年平均股息率可达到 6% 以上。同时基于最新的所得税免征政策，预计国有出版公司 2025Q1 业绩将有较大幅度的向上弹性。

AI 层面建议关注大模型迭代带来的性能提升和成本下降，AI 陪伴、AI 游戏、AI 教育等垂直应用领域有望实现更多 AI 应用的落地。

建议关注：恺英网络、吉比特、三七互娱、分众传媒、芒果超媒、万达电影、光线传媒、中国电影、中原传媒。

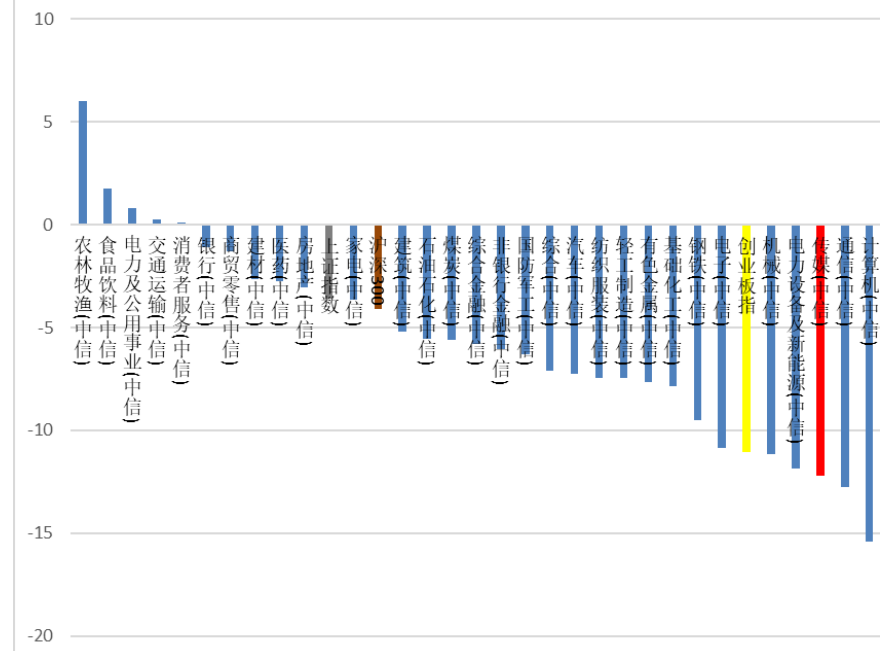
2. 行情回顾

2.1. 行情回顾

2025 年 3 月 14 日-4 月 11 日之间，传媒板块下跌 12.20%，同期上证指数、沪深 300、创业板指数分别下跌 3.59%、4.12%、11.06%，传媒板块分别跑输 8.61pct、8.08pct、1.14pct。在同期全行业涨跌幅排名中，传媒板块排在第 28 名。

子板块虽然全部下跌，但下跌程度有分化。互联网音视频、其他广告营销的下跌幅度较小，分别下跌 1.41%、3.69%、4.29%，动漫、互联网广告营销、社交与互动媒体的下跌更大，分别下跌了 20.10%、19.57%、19.05%。

图 1: 2025 年 3 月 14 日-4 月 11 日 A 股主要板块涨跌幅 (%)



资料来源: Wind, 中原证券研究所

表 1: 2025 年 3 月 14 日-4 月 11 日中信传媒行业二级与三级子板块涨跌幅

二级子板块	涨跌幅	三级子板块	涨跌幅 (%)
媒体	-8.50%	出版	-4.29%
		广播电视	-15.18%
广告营销	-13.34%	互联网广告营销	-19.57%
		其他广告营销	-3.69%
文化娱乐	-13.14%	影视	-11.18%
		动漫	-20.10%
		游戏	-14.06%
		其他文化娱乐	-9.87%
互联网媒体	-12.35%	信息搜索与聚合	-14.07%
		社交与互动媒体	-19.05%
		互联网音视频	-1.41%

资料来源: Wind, 中原证券研究所

3 月 14 日-4 月 11 日, 板块 142 只个股中 20 只上涨, 122 只下跌, 涨幅最高的有果麦文化、中南传媒、凤凰传媒、长江传媒、荣信文化、新华文轩、横店影视、上海电影、中原传媒、南方传媒; 跌幅最高的有*ST 富润、ST 中青宝、湖北广电、电魂网络、顺网科技、盛通股份、佳云科技、汤姆猫、ST 华闻、福石控股。

表 2: 2025 年 3 月 14 日-4 月 11 日传媒板块个股涨跌幅 TOP10

涨幅 TOP10	涨幅 (%)	跌幅 TOP10	跌幅 (%)
果麦文化	26.45%	*ST 富润	-56.25%
中南传媒	18.75%	ST 中青宝	-48.02%
凤凰传媒	13.35%	湖北广电	-38.99%

长江传媒	11.15%	电魂网络	-25.87%
荣信文化	10.64%	顺网科技	-25.59%
新华文轩	9.60%	盛通股份	-25.53%
横店影视	8.73%	佳云科技	-24.76%
上海电影	8.51%	汤姆猫	-24.43%
中原传媒	7.86%	ST 华闻	-22.81%
南方传媒	3.21%	福石控股	-22.76%

资料来源：Wind，中原证券研究所

2.2. 估值水平

截至 2025 年 4 月 11 日，传媒板块 PE（ttm，整体法，剔除负值）为 26.38 倍，2020 年以来板块平均市盈率 24.46 倍，中位数 23.13 倍，最大值 42.74 倍，最小值 16.46 倍，当前 PE 历史分位为 71.80%。

图 2：中信传媒板块 PE（截至 2025 年 4 月 11 日）



资料来源：Wind，中原证券研究所

3. 行业要闻

近日中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》，部署了 8 方面 30 项重点任务。业内人士指出，《行动方案》从居民增收减负、扩大高质量供给、优化消费环境等方面提出具体而精准的消费提振举措，有助于全方位提振消费市场发展，更好发挥消费对于经济增长的支撑作用。（新华社）

3 月 15 日，一个名为 Stella 的用户在多个社交平台发布了一则游戏预告片，游戏名为《Whispers from the Star》（直译名《来自星星的耳语》），是一款以 AI 智能体语音交互为核心的太空生存游戏。据了解，该游戏为米哈游联合创始人蔡浩宇于海外创立的 Anuttacon 公司旗下新作。（第一财经）

3 月 19 日，腾讯控股发布 2024 年 Q4 及全年业绩报告。第四季度，腾讯公司营收同比增

长 11%，至 1,724.5 亿元人民币，高于市场预估的 1,687.4 亿元人民币。去年全年，腾讯公司收入同比增长 8% 至人民币 6,603 亿元。(36 氪)

3 月 18 日，阅文集团（股票代码：0772.HK）发布 2024 年全年业绩报告。公告显示，2024 年阅文实现收入 81.2 亿元，同比增长 15.8%，创三年内最高水平；特别是精品战略成效显著，一系列爆款内容不仅收获了口碑热度，也打开了 IP 商业化的巨大空间，IP 版权收入同比大增 34.2%，全产业链能力再上新台阶。阅文 Non-IFRS 归母净利润达 11.4 亿元，整体业绩表现稳健。(央广网)

3 月 134 款新游获批版号，版号质量较上月有所提升，腾讯、网易等大厂，以及超十家 A 股上市游企均有斩获。今日晚间，国家新闻出版署公布了 2025 年 3 月份国产网络游戏审批信息，共 129 款新游获批。其中包含 10 款移动兼客户端游戏、1 款客户端游戏、1 款移动兼客户端兼网页游戏、1 款移动兼网页游戏，其余 116 款均为移动游戏（含 55 款休闲益智类移动游戏）。(财联社)

国家新闻出版署公开征求《全民阅读促进条例（征求意见稿）》意见。其中提到，国家鼓励促进全民阅读的新技术、新载体、新设施等的开发与应用，支持利用信息技术开展阅读推广活动，将线上活动与线下推广相结合，扩大阅读活动覆盖面，提升影响力。支持数字阅读发展，加强数字内容资源建设，改善数字内容消费服务方式，适应公众阅读行为和阅读习惯的数字化转型，提升公众数字阅读消费满意度。国家鼓励和支持与提高公民阅读水平相适应的阅读消费以及相关文化产业的高质量发展。(证券时报)

人民网成都 3 月 26 日电，《中国网络视听发展研究报告(2025)》在成都举行的第十二届中国网络视听大会上发布了最新数据：截至 2024 年 12 月，我国网络视听用户规模达 10.91 亿人，同比增长 1722 万人，第一大互联网应用地位愈加巩固。(金台资讯)

国家电影局发布《关于促进虚拟现实电影有序发展的通知》。其中提出，鼓励各电影有关单位和社会力量积极探索虚拟现实电影技术研发、创作生产和发行放映等领域。支持虚拟现实电影产业链企业持续提升技术水平和创作能力，倡导在虚拟现实电影宣传发行、结算分账、传输监管等方面尝试融合创新。(澎湃新闻)

人民财讯 3 月 26 日电，国务院办公厅转发商务部《关于支持国际消费中心城市培育建设的若干措施》的通知，其中指出，办好中国国际消费中心城市精品消费月，增加优质商品和服务供给。推动人工智能、虚拟现实、大数据等技术在消费领域深化应用，打造一批“人工智能+消费”场景。持续开展消费品以旧换新，加快推广智能家居、智能家电、智能网联新能源汽车等产品。深入实施消费品“三品”（增品种、提品质、创品牌）战略，高质量开展“三品”全国行，分级打造中国消费名品方阵。(证券时报)

2025 年清明节档期（4.4-4.6）全国电影票房收 3.78 亿元，观影人次超 928 万。《我的世界大电影》档期票房破亿，成 2024 清明档票房冠军、《向阳·花》档期票房收 8007 万，位列亚军。《哪吒之魔童闹海》以超 7178 万票房拿下档期第三位。《不说话的爱》《猎狐·行动》

分列榜单第四位、第五位。(中国青年网)

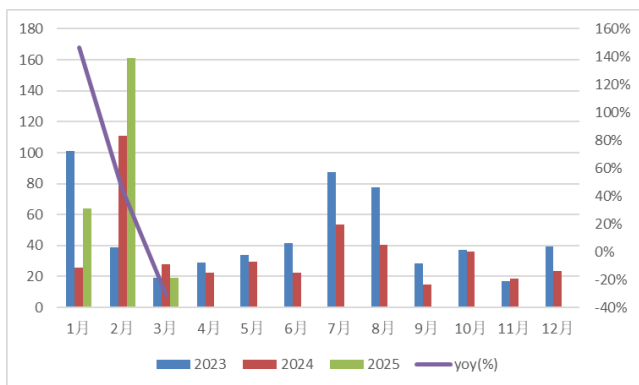
4. 行业月度数据

4.1. 电影市场

2025 年 3 月国内电影市场票房 19.25 亿元，同比减少 30.95%，环比减少 88.04%；观影人次 0.46 亿，同比减少 31.34%，环比减少 86.43%；平均票价 41.85 元，同比提升 0.57%，环比下滑 12.39%；放映场次 1159.3 万场，同比增加 3.02%，环比减少 5.71%；整体上座率 3.3%，同比下滑 1.6pct，环比下滑 20.5pct。

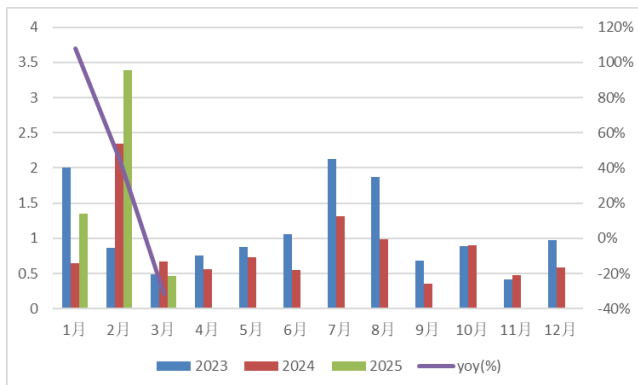
2025 年 1-3 月国内电影市场总票房 243.88 亿元，同比增加 47.94%，观影人次 5.20 亿，铜鼻子僧伽 42.08%。

图 3：国内电影市场票房情况（亿元）



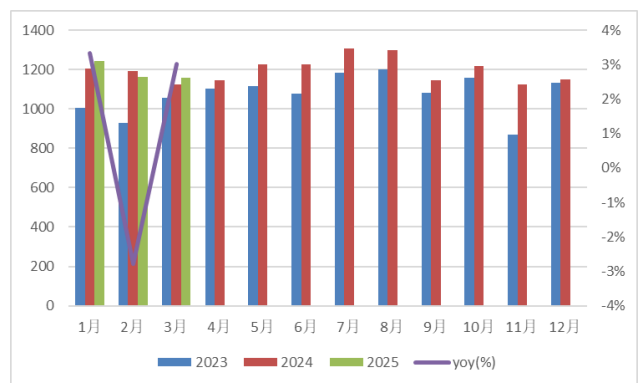
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

图 4：国内电影市场观影人次情况（亿人）



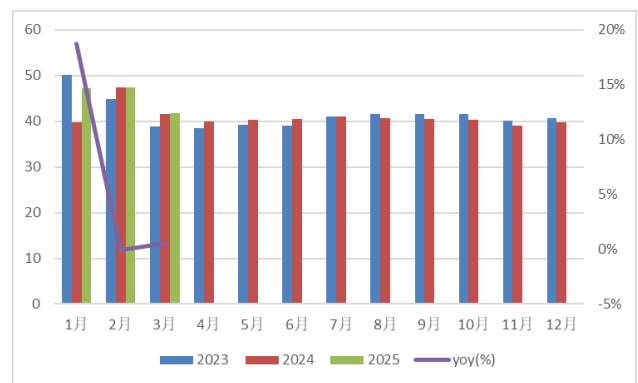
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

图 5：国内电影市场放映场次情况（万场）



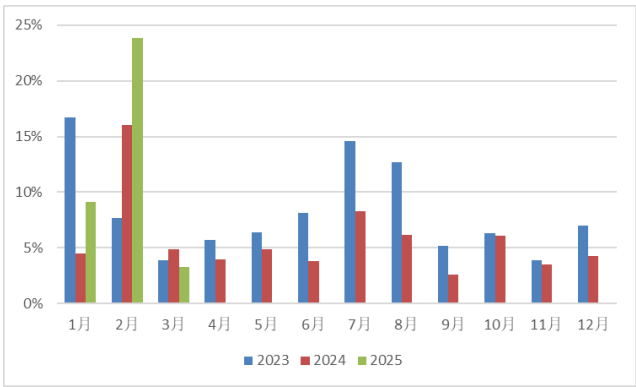
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

图 6：国内电影市场平均票价情况（元）（含服务费）



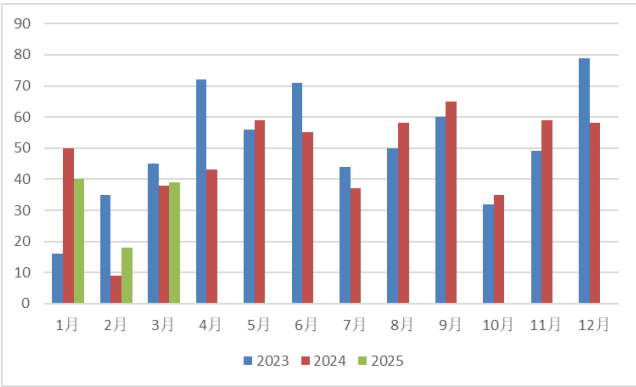
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

图 7：国内电影市场上座率



资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

图 8：国内电影市场放映影片数



资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

2025 年 3 月票房排名前三的影片分别是《哪吒之魔童闹海》《唐探 1900》《天堂旅行团》，单月票房分别为 11.64 亿元, 1.73 亿元和 6486.54 万元, 票房占比分别为 60.4%、8.9%、3.3%，排片占比分别为 37.6%、9.9%、5.8%。

表 3：2025 年 3 月影片票房情况

影片	票房（万元）	票房占比	排片占比	累计票房	上映日期
哪吒之魔童闹海	116420.11	60.4%	37.6%	151.74 亿元	2025-01-29
唐探 1900	17276.33	8.9%	9.9%	35.73 亿元	2025-01-29
天堂旅行团	6486.54	3.3%	5.8%	6589.4 万元	2025-03-08
疾速追杀 4	4369.46	2.2%	3.5%	4470.9 万元	2025-03-14
还有明天	4147.35	2.1%	2.7%	4347.9 万元	2025-03-08
怒水西流	4147.10	2.1%	4.0%	4794.4 万元	2025-03-22
熊出没·重启未来	3507.92	1.8%	2.2%	8.07 亿元	2024-01-29
初步举证	3315.71	1.7%	1.8%	3538.3 万元	2025-02-28

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

表 4：2025 年 4 月部分上映电影档期

首映日期	影片名称	类型	国家/地区	相关上市公司(参与出品、引进或发行等)
4 月 3 日	热烈（重映）	青春/励志/剧情	中国	中国电影、横店影视、万达电影
	不说话的爱	剧情	中国	中国电影
4 月 4 日	我的世界大电影	动作/奇幻/冒险/家庭	美国	中国电影
	向阳·花	剧情/犯罪	中国	中国电影、横店影视、华谊兄弟
	猎狐·行动	犯罪/动作/剧情	中国	上海电影
	机动战士高达：跨时之战	科幻/动画/冒险	日本	中国电影
	阳光照耀青春里	剧情	中国	
4 月 11 日	此心安处	剧情/家庭	美国	中国电影
	谍网追凶	谍战/惊悚	美国	中国电影
	蛮荒故事	喜剧/犯罪/剧情	阿根廷/西班牙	
	速度与激情 7（重映）	动作/冒险	美国	
4 月 18 日	孤独的美食家剧场版	剧情	日本	中国电影
	火之鸟 伊甸之花	动画/奇幻/冒险/科幻	日本	

4月19日	触碰你	奇幻/爱情/动画	日本	中国电影
4月30日	水饺皇后	剧情	中国	
	雷霆特攻队	动作/冒险	美国	

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

2025年3月，珠海横琴万达电影院线票房3.10亿元，市场占有率17.69%，环比提升2.11pct；中影电影院线票房1.88亿元，市场占有率10.73%，环比提升0.02pct；深圳市中影南方电影新干线票房1.63亿元，市场占有率9.30%，环比提升1.01pct。

表 5：2025 年 3 月院线数据（不含服务费）

院线	票房（万元）	市占率	人次（万人）	场均人次	平均票价（元）
珠海横琴万达电影院线	3.10 亿元	17.69%	746.9	6.0	41.6
中影电影院线	1.88 亿元	10.73%	493.2	3.8	38.3
深圳市中影南方电影新干线	1.63 亿元	9.30%	427.8	4.6	38.3
上海联合电影院线	1.41 亿元	8.05%	332.9	4.9	42.4
广东大地电影院线	7534.5	4.30%	211.0	3.1	35.7
横店影视	7375.4	4.21%	209.3	3.7	35.2
北京华夏联合电影院线	6437.6	3.67%	174.1	3.6	37.0
广州金逸珠江电影院线	6328.2	3.61%	164.3	4.6	38.5
江苏幸福蓝海院线	5966.5	3.41%	165.1	3.3	36.1
浙江时代电影院线	5648.8	3.22%	156.4	3.2	36.1
全国	17.52 亿元	(CR10) 68.20%	4572.2	3.9	38.3

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

2025年3月，万达影投票房2.75亿元，市场占有率15.70%，环比提升2.15pct；横店影投票房6447.1万元，市场占有率3.68%，环比下滑0.31pct；星轶影投票房4190.9万元，市场占有率2.39%，环比下滑0.10pct。

表 6：2025 年 3 月影投数据（不含服务费）

院线	票房（万元）	市占率	人次（万人）	场均人次	平均票价（元）
万达影投	2.75 亿元	15.70%	650.6	6.2	42.4
横店影投	6447.1	3.68%	189.4	3.8	35.1
星轶影投	4190.9	2.39%	110.2	6.4	38.0
CGV 影投	4022.0	2.30%	87.3	6.6	46.1
金逸影投	3190.4	1.82%	78.7	5.3	40.5
博纳影投	3155.8	1.80%	80.1	5.4	39.4
中影影投	3068.5	1.75%	79.6	5.6	38.6
万影影投	2582.5	1.47%	56.7	10.4	45.5
幸福蓝海影投	2333.5	1.33%	63.7	4.1	36.6
百老汇影投	1984.6	1.13%	36.5	8.9	54.4
全国	17.52 亿元	(CR10) 33.38%	4572.2	3.9	38.3

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

4.2. 影视剧市场

根据灯塔专业版统计的2025年3月全网正片播放量，电视剧排名前五的分别是《北上》

《爱你》《大河之水》《黄雀》《仁心俱乐部》；网剧排名前五的分别是《难哄》《似锦》《雁回时》《滤镜》《嘘，国王在冬眠》。

表 7：2025 年 3 月电视剧/网剧全网正片播放量

排名	电视剧	播放量	网剧	播放量
1	北上	8.41 亿	难哄	9.78 亿
2	爱你	5.67 亿	似锦	8.25 亿
3	大河之水	3.83 亿	雁回时	5.58 亿
4	黄雀	3.09 亿	滤镜	4.79 亿
5	仁心俱乐部	2.68 亿	嘘，国王在冬眠	4.58 亿
6	六姊妹	2.55 亿	燃罪	2.22 亿
7	棋士	1.41 亿	仙台有树	1.93 亿
8	无所畏惧之永不放弃	8996.9 万	掌心	1.85 亿
9	三叉戟 第二季	7637.9 万	树下有片红房子	1.53 亿
10	180 天重启计划	5994.2 万	余烬之上	1.19 亿

资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

4.3. 综艺节目市场

根据灯塔专业版统计的 2025 年 3 月全网正片播放市占率，电视综艺排名前五的分别是《你好，星期六 2025》《妻子的浪漫旅行 2025》《快乐再出发·山海季》《奔跑吧·茶马古道篇》《我家那小子·好好生活季》；网络综艺排名前五的分别是《乘风 2025》《大侦探 拾光季》《种地吧 第三季》《盒子里的猫 第二季》《半熟恋人 第四季》。

表 8：2025 年 3 月电视综艺/网络综艺全网正片播放量市占率

排名	综艺	播放量市占率	网络综艺	播放量市占率
1	你好，星期六 2025	8.37%	乘风 2025	8.85%
2	妻子的浪漫旅行 2025	8.33%	大侦探 拾光季	7.98%
3	快乐再出发·山海季	6.33%	种地吧 第三季	7.09%
4	奔跑吧·茶马古道篇	1.56%	盒子里的猫 第二季	6.14%
5	我家那小子·好好生活季	1.25%	半熟恋人 第四季	4.19%
6	我们的爸爸	1.17%	斗笑社 第三季	3.89%
7	小小的勇气	0.82%	演员请就位	3.04%
8	最强大脑 第十二季	0.73%	开始捉迷藏	2.99%
9	奔跑吧 第十二季	0.69%	友间合租屋	2.90%
10	2024 腾讯视频星光大赏	0.43%	现在就出发 第二季	1.68%

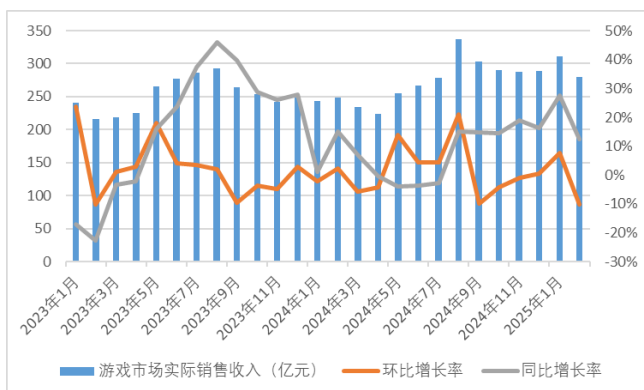
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

4.4. 游戏市场

根据伽马数据发布《2025 年 2 月中国游戏产业月度报告》显示，2025 年 2 月，国内游戏市场实际销售收入 279.53 亿元，同比增长 12.3%，环比下降 10.11%；客户端游戏市场规模 56.59 亿元，同比增长 0.29%，环比下降 15.17%；移动游戏市场规模 208.42 亿，同比增长 14.18%，环比下降 9.26%；自主研发网络游戏海外实际销售收入 15.05 亿美元，同比增长 11.79%，环比下降 10.12%。

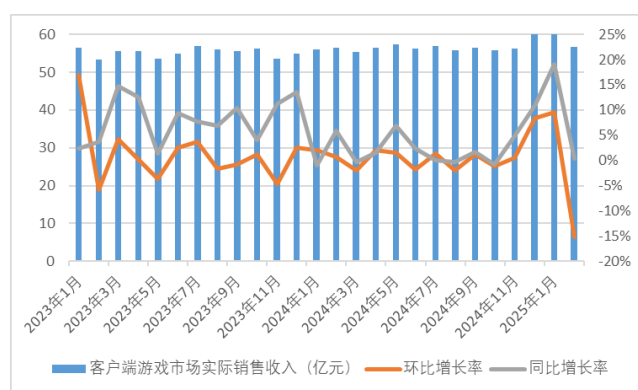
2025 年 2 月中国游戏市场同比增长主要由移动、客户端和单机市场较同期上线新品和长线产品运营活动带来增量。在客户端游戏领域，长线运营的头部客户端游戏收入相对稳定，同时较去年同期新上线的双端互通产品提供了较多增量，如《三角洲行动》《燕云十六声》等产品均有较佳的市场表现。在移动游戏领域，《无尽冬日》《地下城与勇士：起源》等新游戏上线带来增量，同时长线产品通过运营活动也带来收入增长。

图 9：国内游戏市场实际销售收入



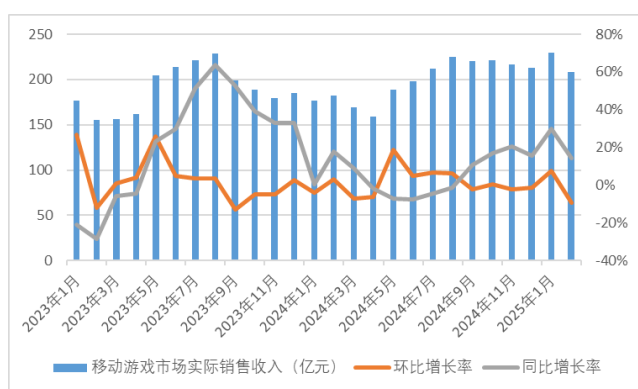
资料来源：伽马数据，中原证券研究所

图 10：国内客户端游戏市场实际销售收入



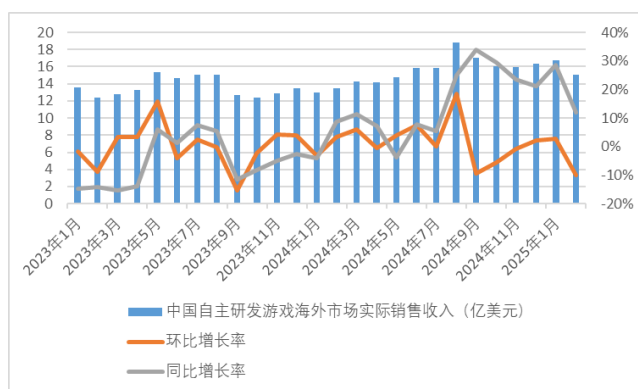
资料来源：伽马数据，中原证券研究所

图 11：国内移动游戏市场实际销售收入



资料来源：伽马数据，中原证券研究所

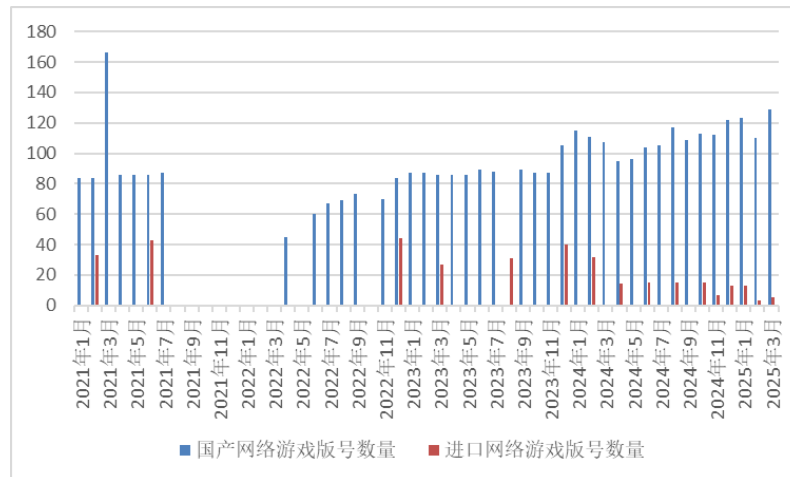
图 12：中国自主研发网络游戏海外市场收入



资料来源：伽马数据，中原证券研究所

2025 年 3 月共发放国产游戏版号 129 款，环比增加 19 款，同比增加 22 款；发放进口游戏版号 5 款，环比增加 2 款。2025 年 1-3 月共发放游戏版号 383 款，同比增加 18 款。

图 13：游戏版号发放情况



资料来源：国家新闻出版署，中原证券研究所

根据 SensorTower 数据显示，2025 年 3 月中国手游收入 TOP30 中，《Whiteout Survival》《PUBG MOBILE》《Gossip Harbor: Merge& Story》《使命召唤手游》《Mobile Legends: Bang Bang》排名前五。

2025 年 3 月共 36 个中国厂商入围全球手游发行商收入榜 TOP100, 合计吸金 20 亿美元，占全球 TOP100 手游发行商收入 36.9%，腾讯、点点互动、网易、米哈游、柠檬微趣排名前五。

图 14：2025 年 3 月中国手游收入 TOP30



资料来源：SensorTower，中原证券研究所

图 15：2025 年 3 月中国手游发行商收入 TOP30



资料来源：SensorTower，中原证券研究所

根据七麦数据统计的 2025 年 4 月 13 日 iOS 畅销榜游戏排行中，《王者荣耀》《崩坏：星穹铁道》《和平精英》《金铲铲之战》《无尽冬日》排名前五。iOS 免费榜中，《三千幻世》《金铲铲之战》《和平精英》《三角洲行动》《王者荣耀》排名前五。

表 9：手机游戏排行榜（2025 年 4 月 13 日）

排名	iOS 畅销榜		iOS 免费榜	
	游戏名称	厂商	游戏名称	厂商
1	王者荣耀	腾讯游戏	和平精英	腾讯游戏
2	和平精英	腾讯游戏	王者荣耀	腾讯游戏
3	恋与深空	叠纸游戏	三角洲行动	腾讯游戏
4	无尽冬日	点点互动	金铲铲之战	腾讯游戏
5	三国：谋定天下	BiliBili	天启圣源福利版	千千数运
6	崩坏：星穹铁道	米哈游	蛋仔派对	网易游戏
7	金铲铲之战	腾讯游戏	开心消消乐	乐元素
8	三国志·战略部	灵犀互娱	我的世界：移动版	网易游戏
9	穿越火线-枪战王者	腾讯游戏	欢乐打螺丝	
10	地下城与勇士：起源	盈趣网络	火影忍者	腾讯游戏

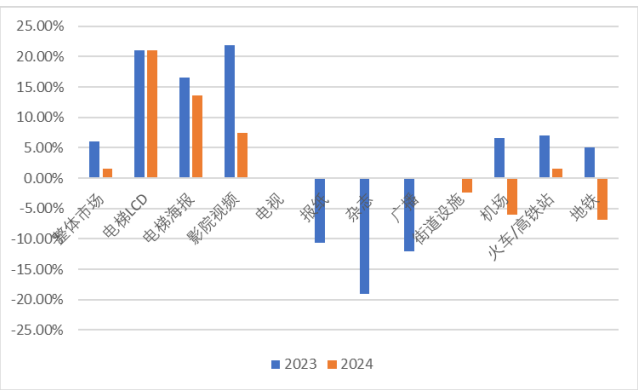
资料来源：七麦数据，中原证券研究所

4.5. 广告市场

根据 CTR 数据显示，2024 年广告市场整体同比上涨 1.6%。分渠道来看，电梯 LCD、电梯海报刊例花费保持了两位数的同比增长，分别同比增长 21.0%和 13.6%；火车/高铁站和影院视频广告的刊例花费同比分别增长了 1.6%和 7.4%；而街道设施、地铁和机场广告的花费则呈现了个位数的同比缩减。

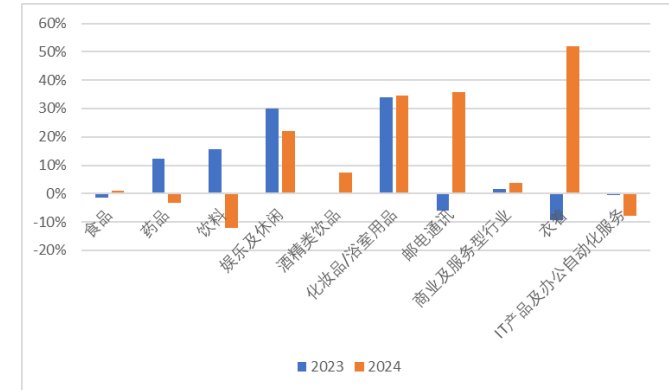
从具体的行业和品牌来看，2024 年广告市场整体花费 TOP10 榜单中，娱乐及休闲、化妆品/浴室用品、邮电通讯和衣着行业增投显著，刊例花费同比分别上涨 22.0%、34.7%、35.9%和 51.8%。食品、酒精类饮品、商业及服务性行业也有个位数的广告增投表现。药品和饮料行业投放量持续位居前列，但广告花费分别同比缩减 3.4%和 12.1%。

图 16：2024 年分媒体广告花费同比变化



资料来源：CTR，中原证券研究所

图 17：2024 年广告市场整体 TOP10 行业花费变化



资料来源：CTR，中原证券研究所

5. 豫股专栏

5.1. 河南省传媒上市公司走势与公告

中原传媒（000719）2025 年 3 月 14 日-4 月 11 日之间上涨 7.86%，分别跑赢同期上证指数、沪深 300 指数以及创业板指数 11.45cpt、11.98pct、18.93pct。

公司 2025 年 3 月 29 日发布 2024 年业绩快报，2024 年公司营业收入 98.57 亿元，同比增加 0.24%，营业利润 13.53 亿元，同比增加 11.99%，归母净利润 10.53 亿元，同比减少 24.18%，扣非后归母净利润 12.73 亿元，同比增加 14.15%。

5.2. 河南省传媒产业要闻

1 月 9 日，由河南省文化和旅游厅、河南省社会科学界联合会指导，河南省文化产业协会主办的 2024 河南文化产业盛典在郑州举行。盛典以“新质引领 融合焕新”为主题，聚焦新质生产力背景下的文旅产业融合与创新升级，会上隆重发布 2024 “诗与远方”河南文旅产业年度榜单。（正观新闻）

近日，由河南省文化和旅游厅、河南省社会科学界联合会指导，河南省文化产业协会主办的 2024 河南文化产业盛典在郑州举行。活动现场，河南省社会科学院课题组、河南省文化和旅游智库、河南省文化产业协会联合发布了《2024 年度河南省文化和旅游产业发展报告》。河南省社会科学院文学研究所研究员宋朝丽对《报告》进行解读，从全国及河南层面介绍文旅产业发展情况，围绕重视流量经济、重视情绪价值、重视沉浸式体验三个方面介绍了河南文旅出圈的“流量密码”。（大河财立方）

6. 风险提示

宏观经济变化影响文化消费需求；政策效果不及预期；市场竞争加剧；产出内容质量不及预期；AI 技术进展及应用效果不及预期；汇率、跨境业务等受国际关系变化影响

行业投资评级

强于大市：未来 6 个月内行业指数相对沪深 300 涨幅 10% 以上；

同步大市：未来 6 个月内行业指数相对沪深 300 涨幅-10% 至 10% 之间；

弱于大市：未来 6 个月内行业指数相对沪深 300 跌幅 10% 以上。

公司投资评级

买入：未来 6 个月内公司相对沪深 300 涨幅 15% 以上；

增持：未来 6 个月内公司相对沪深 300 涨幅 5% 至 15%；

谨慎增持：未来 6 个月内公司相对沪深 300 涨幅-10% 至 5%；

减持：未来 6 个月内公司相对沪深 300 涨幅-15% 至-10%；

卖出：未来 6 个月内公司相对沪深 300 跌幅 15% 以上。

证券分析师承诺

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券分析师执业资格，本人任职符合监管机构相关合规要求。本人基于认真审慎的职业态度、专业严谨的研究方法与分析逻辑，独立、客观的制作本报告。本报告准确的反映了本人的研究观点，本人对报告内容和观点负责，保证报告信息来源合法合规。

重要声明

中原证券股份有限公司具备证券投资咨询业务资格。本报告由中原证券股份有限公司（以下简称“本公司”）制作并仅向本公司客户发布，本公司不会因任何机构或个人接收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告中的信息均来源于已公开的资料，本公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证，也不保证所含的信息不会发生任何变更。本报告中的推测、预测、评估、建议均为报告发布日的判断，本报告中的证券或投资标的价格、价值及投资带来的收益可能会波动，过往的业绩表现也不应当作为未来证券或投资标的表现的依据和担保。报告中的信息或所表达的意见并不构成所述证券买卖的出价或征价。本报告所含观点和建议并未考虑投资者的具体投资目标、财务状况以及特殊需求，任何时候不应视为对特定投资者关于特定证券或投资标的的推荐。

本报告具有专业性，仅供专业投资者和合格投资者参考。根据《证券期货投资者适当性管理办法》相关规定，本报告作为资讯类服务属于低风险（R1）等级，普通投资者应在投资顾问指导下谨慎使用。

本报告版权归本公司所有，未经本公司书面授权，任何机构、个人不得刊载、转发本报告或本报告任何部分，不得以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。未经授权的刊载、转发，本公司不承担任何刊载、转发责任。获得本公司书面授权的刊载、转发、引用，须在本公司允许的范围内使用，并注明报告出处、发布人、发布日期，提示使用本报告的风险。

若本公司客户（以下简称“该客户”）向第三方发送本报告，则由该客户独自为其发送行为负责，提醒通过该种途径获得本报告的投资者注意，本公司不对通过该种途径获得本报告所引起的任何损失承担任何责任。

特别声明

在合法合规的前提下，本公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问等各种服务。本公司资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告意见或者建议不一致的投资决策。投资者应当考虑到潜在的利益冲突，勿将本报告作为投资或者其他决定的唯一信赖依据。