

4月传媒持续领涨，出版业AI语料价值显现

——2023年4月传媒行业月度跟踪

行业评级:看好

2023年5月6日

分析师 姚天航
邮箱 yaotianhang@stocke.com.cn
电话 13691994572
证书编号 S1230522010001

研究助理 赵海楠
邮箱 zhaohainan@stocke.com.cn
电话 15618970751

1、4月传媒板块行情概述：传媒板块领涨全行业，出版子版块涨幅超28%

- **板块行情回顾：**4月传媒板块领涨全行业，涨幅达13.1%，连续2个月位列31个申万分类行业中首位。出版板块为细分行业涨幅首位，上涨28.8%。
- **个股行情盘点：**个股涨幅前五为中国科传(+125.1%)、唐德影视(+100.4%)、果麦文化(+94.9%)、南方传媒(+89.1%)、上海电影(+77.9%)；跌幅前五为*ST腾信(-61.9%)、*ST中昌(-61.5%)、*ST新文(-51.1%)、ST美盛(-24.3%)、福石控股(-23.6%)。

2、行业重要数据跟踪

- **游戏：**据伽马数据，3月中国游戏市场规模为218.5亿元，环比上升1.1%，同比下降3.2%。其中移动游戏市场规模155.9亿元，环比略增0.7%，同比下降29.9%；3月客户端游戏市场规模55.49亿元，环比增长4.2%，同比增长14.8%。
- **广告营销：**据CTR数据，3月份广告市场花费同比增长0.2%，月度花费环比增长11.7%，同比与环比变化较上月均由负转正。食品、饮料、酒精类饮品、化妆品/浴室用品等快消品仍为广告市场主力。
- **影视院线：**据猫眼数据，4月全国电影大盘票房28.7亿元，环比上涨50.6%，同比上涨407.1%。电视剧集方面，腾讯独播的《无间》获得4月正片播放市占排行第一位，爱奇艺独播的《人生之路》则占据舆情热度榜首位。网络剧集方面，优酷视频独播的《长月烬明》占据4月播放市占与舆情热度双冠王，领先优势明显。综艺方面，《喜欢你我也是(第四季)》为正片播放市占首位，季播性综艺优势明显。
- **数字媒体：**据易观千帆数据，长视频平台中，爱奇艺MAU保持领先，3月MAU达5.9亿。短视频平台头部效应明显，抖音3月MAU达7.4亿。
- **出版：**据当当网数据，4月图书销售TOP3分别为《生死疲劳》《我与地坛》《你也走了很远的路吧》。

3、重要资讯

- **剧集大盘数据稳中有涨，头部精品热度效应彰显。** Q1剧集市场大盘数据稳中有涨，头部剧集整体热度攀升。爱奇艺上线剧集数量优势明显，腾讯视频头部覆盖率高。
- **综艺市场持续降本增效，综N代表现稳健。** Q1综艺上新数量继续缩减，综N代表现相对稳健，整体及头部播映指数均有所上涨，而新综艺活力减弱，上新数量占比下降，头部新综热度同比下滑。
- **底层技术成熟推进AIGC发展，投融资热情高涨。** AI三大底层能力逐步成熟，叠加国家政策引导，吸引资本布局，AIGC领域投融资热情高涨。
- **AI赋能新闻业态与社媒变革。** ChatGPT的智慧基因融入传统媒体新闻生产与策划环节提升工作效率，通过对话推送使用户了解新闻报道，加深新闻事件传播效果。人工智能应用于社交媒体的市场潜力巨大，可在网红营销、广告优化、视觉商标检测等方面赋能社交媒体工作。
- **出版行业数字语料资源丰富，AI+教育发展可期。** 多家出版行业公司发布公告发展AI应用，出版业具有丰富的数字资源，或将成为重要语料库。

4、投资建议

- **AI+游戏增效预期持续释放。** 多款游戏已应用AI技术，米哈游新上线游戏《崩坏：星穹铁道》推出AIGC图像生成工具，AI对游戏行业的增效应用落地迅速，赋能制作、发行、运营等多业务环节，预期将持续推进游戏行业经济效益提升。
- **看好出版业语料资源+AI赋能教育价值。** 出版业语料资源丰富，出版公司通过书籍电子化形成的图文资源库是AI模型训练的重要数据集，辅以出版公司在版权、IP等方面的资源优势，或将成为AI模型研发的关键基石。叠加AI+教育场景，看好AI技术发展下出版业供给+应用双效价值提升。

- 1、宏观经济波动风险；
- 2、AI技术发展不及预期；
- 3、AI应用效果不及预期；
- 4、游戏版号发放不及预期；
- 5、游戏上线效果不及预期；
- 6、数据要素相关政策落地速度不及预期；
- 7、新片上映效果不及预期；
- 8、行业竞争加剧风险；
- 9、政策监管风险。

目录

CONTENTS

01 板块回顾：领跑全行业，出版板块涨幅明显

行情回顾；个股复盘

02 行业重要数据跟踪

米哈游新游上线；广告营销市场整体回暖

03 重要资讯

AIGC投融资热情高；出版业语料资源丰富

04 风险提示

AI技术发展不及预期；政策监管风险；行业竞争加剧风险

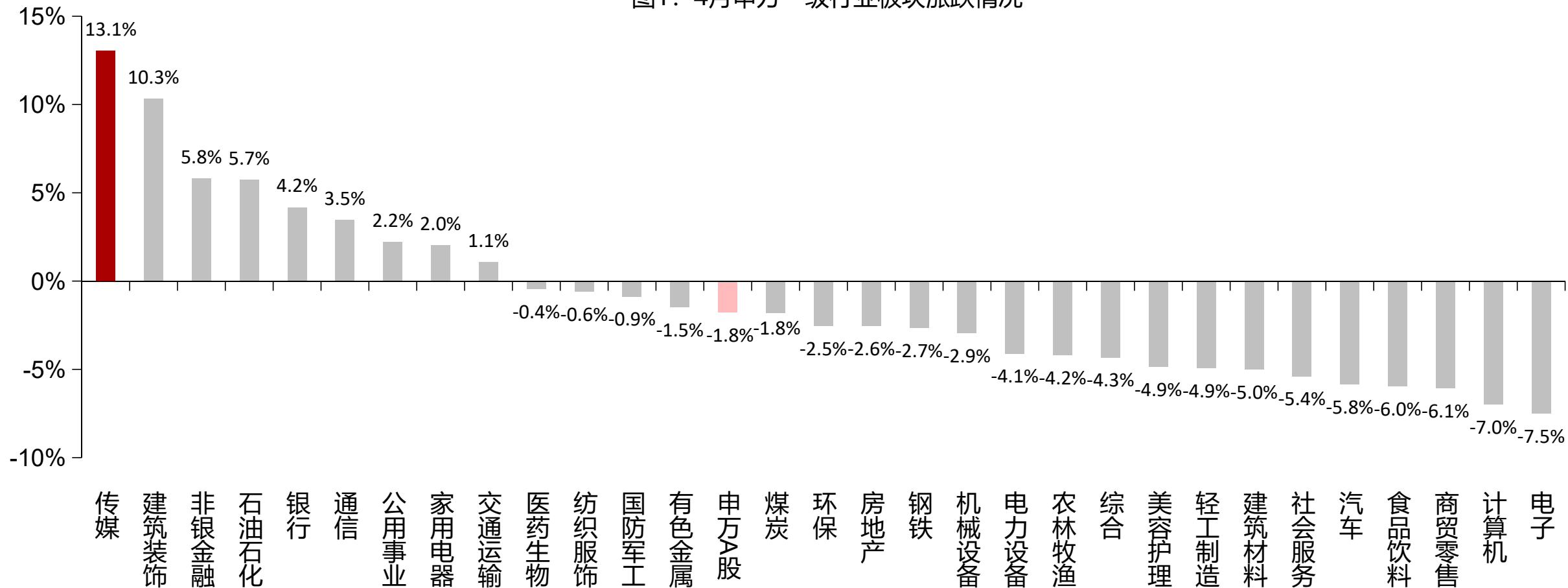
01

传媒板块回顾

领跑全行业，出版板块涨幅明显

- 4月传媒板块领涨全行业，涨幅达13.1%，申万A股同月下跌1.8%，行业表现强于市场，连续2个月位列31个申万分类行业中涨幅首位。

图1：4月申万一级行业板块涨跌情况



- 出版板块跃升为细分行业涨幅首位，该子板块涨幅28.8%。个股涨幅前五为中国科传、唐德影视、果麦文化、南方传媒、上海电影；跌幅前五为*ST腾信、*ST中昌、*ST新文、ST美盛、福石控股。

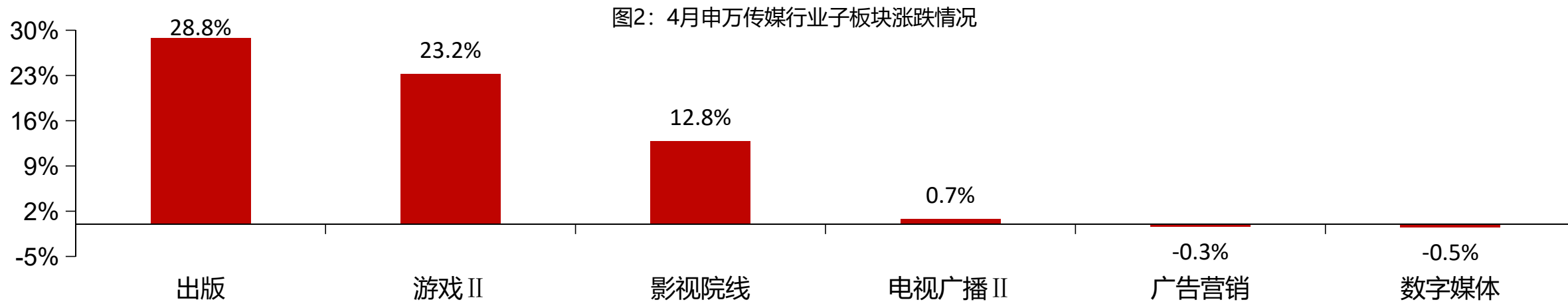


图3：4月传媒行业涨幅前五股票

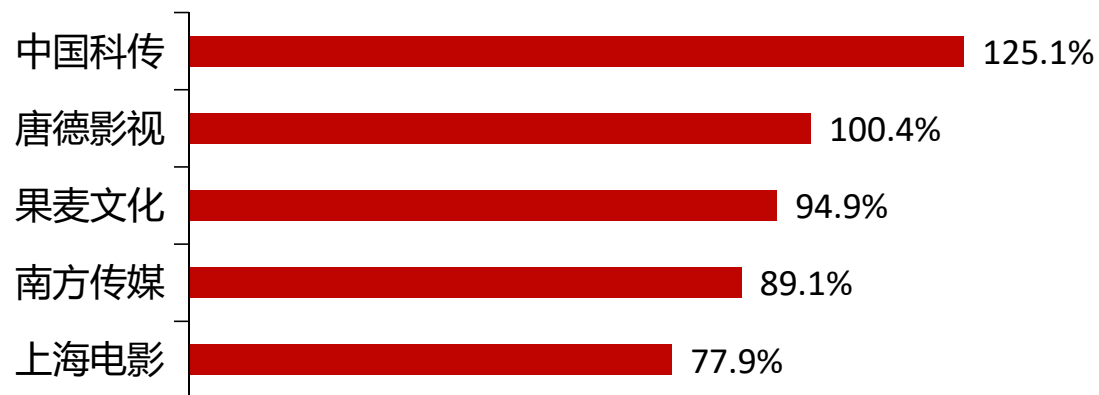
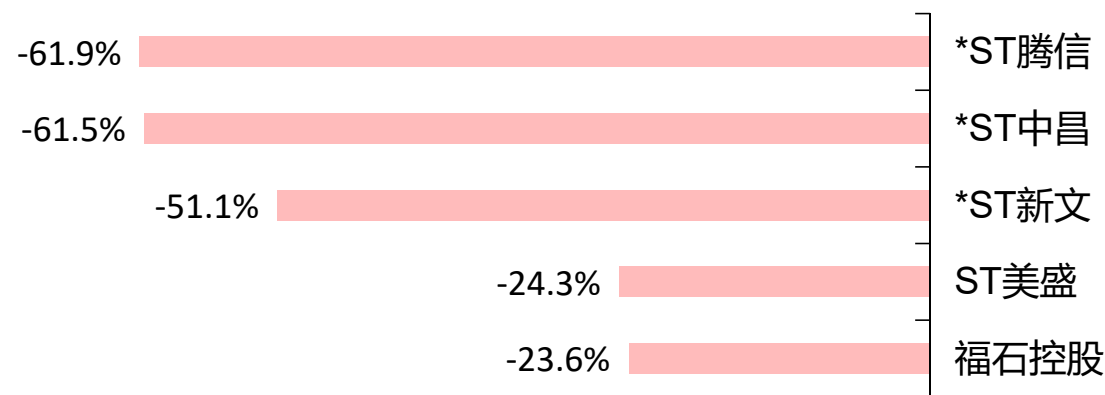


图4：4月传媒行业跌幅前五股票



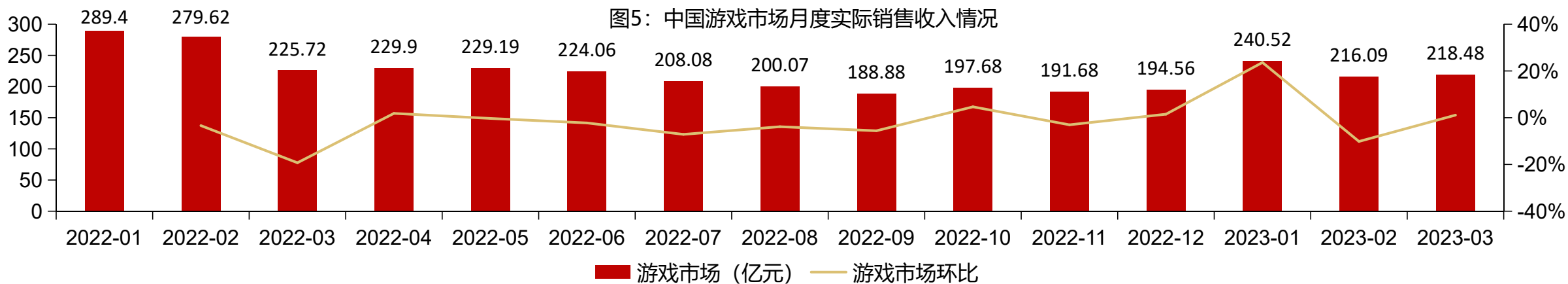
02

行业重要数据跟踪

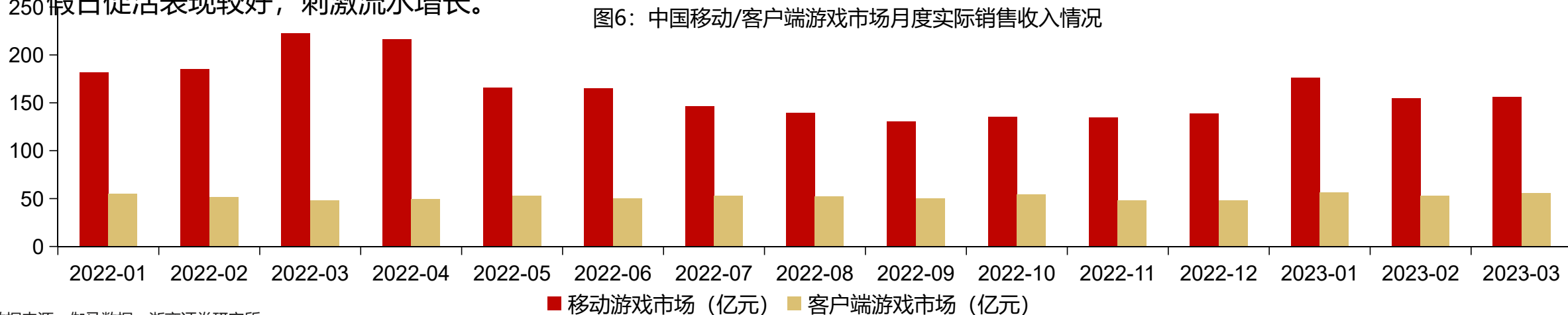
米哈游新游上线；广告营销市场整体回暖

2.1 游戏：3月市场销售环比略增，表现不及去年同期

■ 3月中国游戏市场规模为218.5亿元，环比上升1.1%，同比下降3.2%。部分新品表现较优，贡献环比流水增量。



■ 3月移动游戏市场规模155.9亿元，环比略增0.7%，同比下降29.9%，部分头部产品表现不如去年同期，部分预估表现较优，新品流水未完全释放；3月客户端游戏市场规模55.49亿元，环比增长4.2%，同比增长14.8%，多款头部产品付费活动、节假日促活表现较好，刺激流水增长。



- **3月中国手游海外收入排行榜首位仍由《原神》占据**，3月腾讯《PUBG Mobile》迎来5周年庆典，随着游戏版本的更新、全新主题和热门活动的推出，《PUBG Mobile》本月海外收入环比增长26%，排名上升1位至收入榜第2名。下载榜单方面，腾讯《PUBG MOBILE》3月海外下载量环比增长21%，重回下载榜榜首。

表1：3月中国手游海外收入排行榜

排名	应用名称	发行商	较上月变动
1	原神	米哈游	0
2	PUBG MOBILE	腾讯	1
3	Puzzles&Survival	三七互娱	-1
4	万国觉醒	莉莉丝	0
5	使命召唤手游	动视暴雪&腾讯	0
6	口袋奇兵	江娱互动	0
7	Age of Origins	CamelGames	1
8	Mobile Legends: Bang Bang	沐瞳科技	-1
9	Last Fortress	IM30	0
10	王国纪元	IGG	0

表2：3月中国手游海外下载量排行榜

排名	应用名称	发行商	较上月变动
1	PUBG MONILE	腾讯	1
2	Doomsday: Last Survivors	IGG	新入榜
3	Piano Fire	Adaric Music	-2
4	Piano Star	Potato Games Studio	9
5	Subway Princess Runner	Ivy Mobile	-1
6	Soccer Super Star	Real Freestyle Soccer	0
7	Mobile Legends: Bang Bang	沐瞳科技	-2
8	Snake Lite	河马游戏	-2
9	Save the Doge	WONDER GROUP	-6
10	UNO!	Mattel163	-1

- 《王者荣耀》仍保持4月中国区游戏下载/收入榜前列，下载榜中《超能世界》《合金弹头：觉醒》《王者荣耀》位列前3，其中《合金弹头：觉醒》《天龙八部2》《崩坏：星穹铁道》《王大锤的幸福生活》为新入榜游戏，其中《崩坏：星穹铁道》于4月26日上线。收入榜中《王者荣耀》《和平精英》《元神》位列前3，排名相对稳定。

表3：4月中国区APP STORE iPhone游戏下载排行榜

排名	应用名称	月下载量(次)	较上月变动
1	超能世界	3915864	+37
2	合金弹头：觉醒	2978489	新进榜
3	王者荣耀	2838877	-1
4	蛋仔派对	2652346	-3
5	和平精英	1756663	-2
6	天龙八部2	1536209	新进榜
7	金铲铲之战	1420738	0
8	崩坏：星穹铁道	1391116	新进榜
9	开心消消乐	1260633	-3
10	王大锤的幸福生活	1221836	新进榜

表4：4月中国区APP STORE iPhone游戏收入排行榜

排名	应用名称	月收入(元)	较上月变动
1	王者荣耀	81382565	0
2	和平精英	484721311	0
3	原神	36678532	0
4	三国志·战略版	24162132	+1
5	蛋仔派对	23988683	-1
6	梦幻西游	19112585	+1
7	长安幻想	16241972	-1
8	合金弹头：觉醒	15765726	新进榜
9	金铲铲之战	15412823	+1
10	捕鱼大作战	13229282	+1

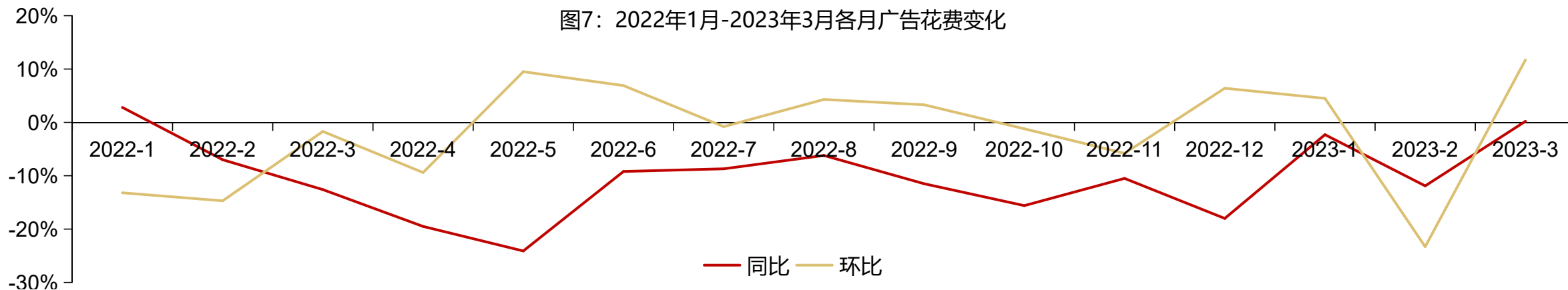
- **4月发放国产游戏版号86款，与3月持平。**2023年起，版号发放呈常态化趋势，每月国产版号数量保持在85款以上，本月国产游戏版号中，朝夕光年《星球：重启》、哔哩哔哩《重构：阿塔提斯》《摇光录：乱世公主》、三七互娱《龙与爱丽丝》、沐瞳《决胜巅峰》、星线网络《雾境序列》、雷霆网络《不朽家族》均在列。

表5：国产及进口游戏版号发放情况(2022年起)

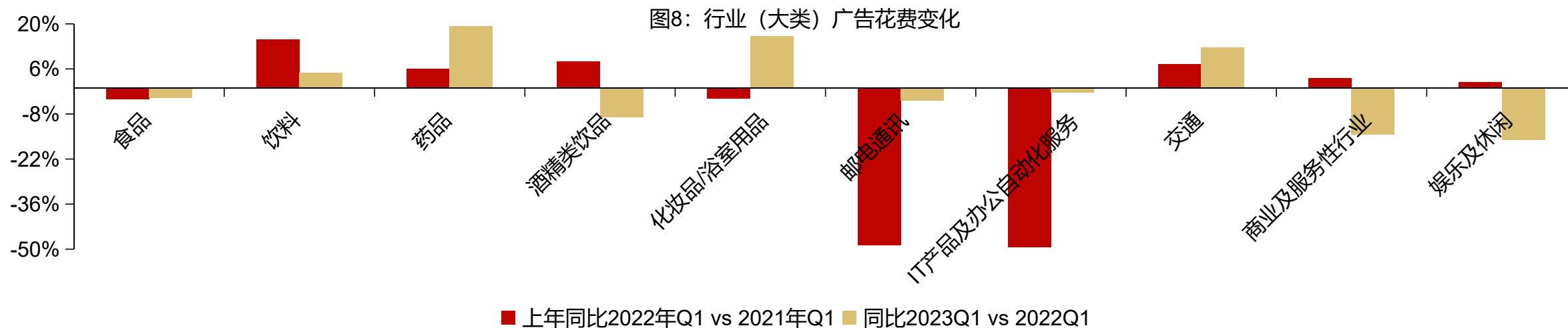
游戏端 口	国产													进口	
	2022-04	2022-05	2022-06	2022-07	2022-08	2022-09	2022-10	2022-11	2022-12	2023-01	2023-02	2023-03	2023-04	2022-12	2023-03
移动端	40	0	58	61	64	69	0	68	72	79	79	77	78	32	22
客户端	4	0	1	2	2	4	0	7	7	3	7	3	1	8	3
游戏机端	1	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1
网页端	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
跨平台	0	0	0	4	0	0	0	5	5	5	0	5	6	4	1
合计	45	0	60	67	69	73	0	80	84	88	87	86	86	44	27

2.2 广告营销：3月市场花费回升，同环比均转正

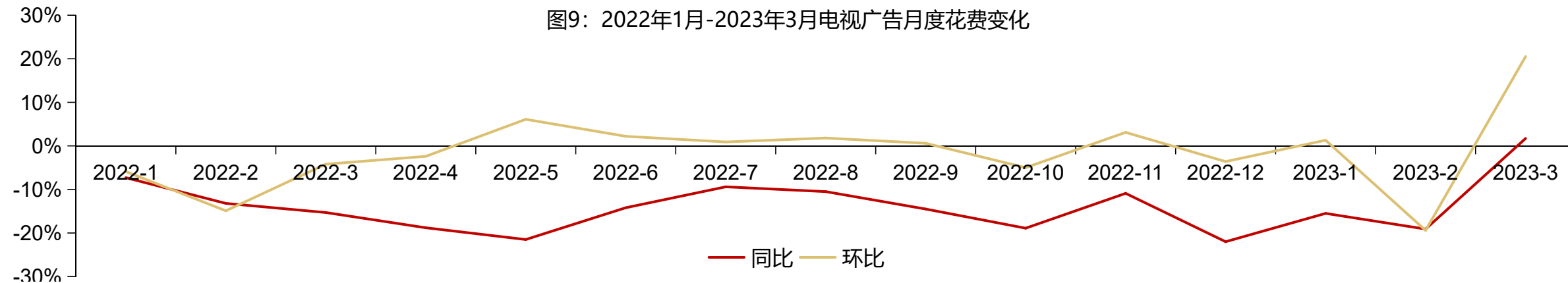
■ 3月份广告市场花费同比增长0.2%，月度花费环比增长11.7%，同比与环比变化较上月均由负转正。



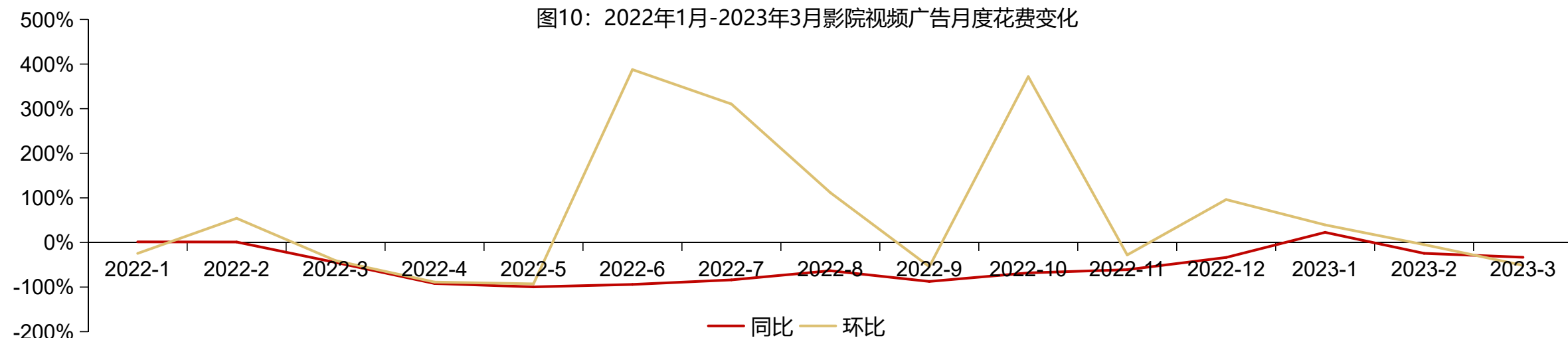
■ 化妆品/浴室用品Q1广告花费同比增长16.3%，食品、饮料、酒精类饮品、化妆品/浴室用品等快消品仍为广告市场主力。



■ 3月电视广告月度花费同比上升1.7%，环比上升20.5%，均由负转正，且涨幅为2022年以来新高。



■ 3月影院视频广告花费同比下滑33.2%，环比下滑51.3%。



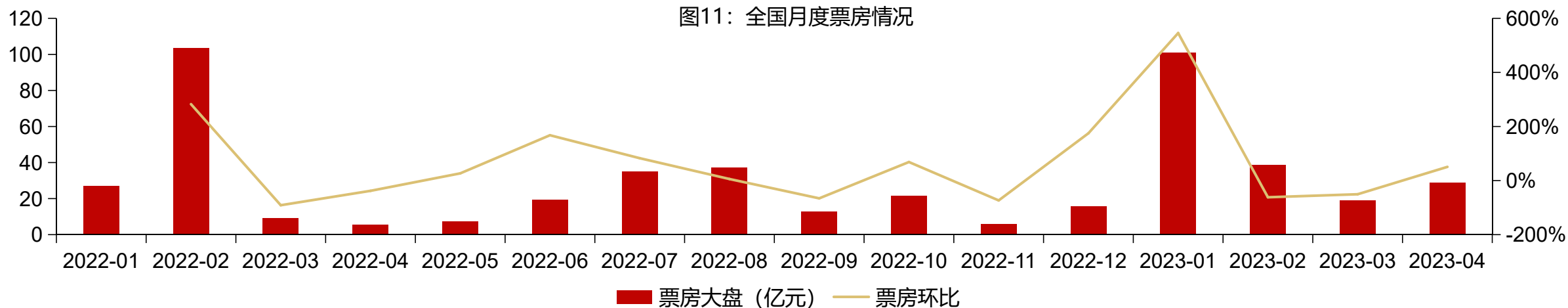
- 23年Q1整体市场花费TOP3为伊利、德佑及君乐宝。蔓迪、卫龙为2023年新入榜单品牌。德佑、外星人、幸福、IM智己同增超1000%。

表6：2023年Q1整体广告市场花费TOP30榜单

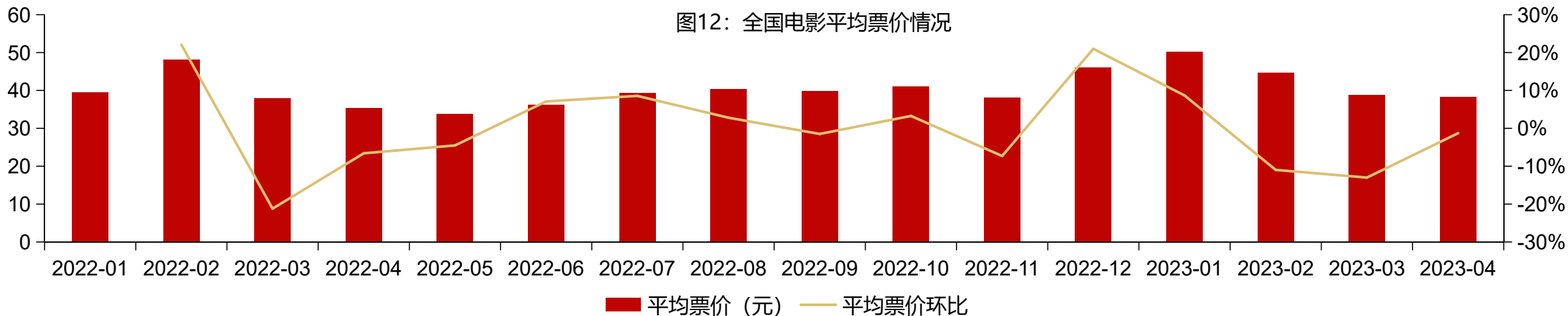
排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅
1	伊利	-5.3%	11	蒙牛	-56.4%	21	泸州	-6.5%
2	德佑	>1000%	12	超视立	28.2%	22	海飞丝	110.1%
3	君乐宝	-11.7%	13	蒙奇	37.8%	23	IM智己	>1000%
4	妙可蓝多	-0.8%	14	曹清华	54.5%	24	燕小厨	204.3%
5	飞鹤	149.0%	15	农夫山泉	53.6%	25	变通	250.5%
6	养无极	152.7%	16	同溢堂	-18.8%	26	华晨宝马	44.9%
7	陈李济	-7.8%	17	中国移动通信	3.9%	27	鸿茅	-16.8%
8	外星人	>1000%	18	天草	9.7%	28	卫龙	New
9	蔓迪	New	19	汤臣倍健	49.7%	29	易开得	3.7%
10	幸福	>1000%	20	认养一头牛	55.0%	30	BOSS直聘	221.9%

2.3 影视院线：4月大盘票房28.7亿元，同比大涨407.1%

■ 4月全国电影大盘票房28.7亿元，环比上涨50.6%，同比上涨407.1%，多部热门新片上映拉升票房。



■ 4月全国电影平均票价38.3元，环比下降1.3%，同比上涨8.2%。



- 4月票房收入首位为《灌篮高手》，月票房达5.2亿元，票房领先优势明显，观影人次达1438.8万人。《铃芽之旅》《长空之王》位列4月票房2/3位，月票房3.5亿元/2.8亿元。4月新上映电影占据当月票房TOP10中6席。

表7：4月全国票房收入排行榜

排名	影片名	上映时间	月票房(万)	场次	人次(万人)	上座率	平均票价
1	灌篮高手	2023/4/20	52,281.68	1,548,537	1,438.8	6.3%	36.3
2	铃芽之旅	2023/3/24	35,264.04	1,540,718	1,072.2	5.0%	32.8
3	长空之王	2023/4/28	27,927.29	393,041	657.0	10.1%	42.5
4	忠犬八公	2023/3/31	27,049.94	1,273,048	721.2	4.8%	37.5
5	人生路不熟	2023/4/28	21,830.00	219,001	523.0	20.2%	41.7
6	龙马精神	2023/4/7	20,973.80	1,211,208	504.5	3.2%	41.5
7	超级马力欧兄弟大电影	2023/4/5	14,469.81	640,345	371.1	4.8%	38.9
8	保你平安	2023/3/10	13,563.48	596,223	324.2	5.0%	41.8
9	这么多年	2023/4/28	12,958.78	165,173	315.5	17.2%	41.0
10	龙与地下城：侠盗荣耀	2023/3/31	7,170.28	338,481	193.4	4.8%	37.0

2.3 影视院线

- **5月多部新片上映**，其中备受期待的电影包括热门系列片《银河护卫队3》《速度与激情10》，由章若楠、吴昱翰主演的爱情片《请别相信她》，恐怖悬疑电影《凌晨两点半2》，由小松菜奈、坂口健太郎主演的爱情片《余生那些年》等。

表8：5月部分待映电影片单

上映时间	影片名	影片类型	主演	想看人数 (万人)	上映时间	影片名	影片类型	主演	想看人数 (万人)
2023/5/5	银河护卫队3	动作/科幻	克里斯·帕拉特, 佐伊·索尔达娜	31.0	2023/5/20	凌晨两点半2	恐怖/悬疑	彭剑雄, 张露文	6.8
2023/5/12	我和我的最后一年	剧情	菅田将晖, 原田美枝子	1.0	2023/5/20	余生那些年	剧情/爱情	小松菜奈, 坂口健太郎	5.5
2023/5/17	速度与激情10	动作/惊悚	范·迪塞尔, 米歇尔·罗德里格兹	49.9	2023/5/20	复合吧! 前任	爱情/剧情	张一鸣, 于文文	3.0
2023/5/19	冰川之恋	爱情/喜剧	任添琪, 王昊辰	1.2	2023/5/26	我经过风暴	剧情/家庭	佟丽娅, 吴昱翰	4.3
2023/5/19	北京2022	纪录片/运动	武大靖, 任子威	1.1	2023/5/26	刀剑神域进击篇: 暮色黄昏	动作/动画	松冈祯丞, 户松遥	3.8
2023/5/20	请别相信她	喜剧/爱情	章若楠, 吴昱翰	17.5	2023/5/26	小美人鱼	剧情/奇幻	海莉·贝利, 乔纳·豪尔·金	2.3

- 电视剧集方面，腾讯独播的《无间》获得4月正片播放市占排行第一位，爱奇艺独播的《人生之路》则占据舆情热度榜首位。4月电视剧正片播放市占率前三位分别为《无间》《爱情而已》《人生之路》，均为3月上线剧集。舆情热度前三位分别为《人生之路》《爱情而已》《风雨送春归》，分别在爱奇艺、腾讯视频、优酷视频独播。

表9：4月全网电视剧正片播放市占排行榜

排名	电视剧	播放平台	正片播放指数	正片播放市占率	统计天数
1	无间	腾讯视频	281,886	8.0%	30
2	爱情而已	腾讯视频	262,007	7.5%	30
3	人生之路	爱奇艺	182,112	5.2%	30
4	欢乐颂4	腾讯视频	148,139	4.2%	24
5	他是谁	优酷视频	140,965	4.0%	30
6	归路	爱奇艺、芒果TV	117,369	3.4%	30
7	狂飙	爱奇艺	44,463	1.3%	30
8	星落凝成糖	优酷视频	36,795	1.1%	30
9	心想事成	爱奇艺、腾讯视频	21,154	0.6%	30
10	青春之城	爱奇艺、腾讯视频	20,764	0.6%	19

表10：4月全网电视剧舆情热度排行榜

排名	电视剧	播放平台	灯塔舆情热度(万)	统计天数
1	人生之路	爱奇艺	2,778.1	30
2	爱情而已	腾讯视频	1,954.9	30
3	风雨送春归	优酷视频	1,300.2	30
4	无间	腾讯视频	1,291.7	30
5	他是谁	优酷视频	1,178.6	30
6	心想事成	爱奇艺、腾讯视频	1,155.5	30
7	欢乐颂4	腾讯视频	1,147.4	24
8	狂飙	爱奇艺	987.7	30
9	战火中的青春	优酷视频、爱奇艺	859.5	8
10	去有风的地方	芒果TV	787.0	30

- **网络剧集方面，优酷视频独播的《长月烬明》占据4月播放市占与舆情热度双冠王，领先优势明显。**4月网剧正片播放市占率前三位分别由《长月烬明》《尘封十三载》《灿烂的转身》获得。舆情热度前三位分别由《长月烬明》《人设》《最食人间烟火色》获得，TOP10中有5部由爱奇艺独播。

表11：4月全网网剧正片播放市占排行榜

排名	网剧	播放平台	正片播放指数	正片播放市占率	统计天数
1	长月烬明	优酷视频	772,116	22.0%	25
2	尘封十三载	爱奇艺	163,962	4.7%	25
3	灿烂的转身	爱奇艺	127,926	3.7%	30
4	春闺梦里人	腾讯视频	94,229	2.7%	30
5	漫长的季节	腾讯视频	75,340	2.2%	9
6	隐形战队	优酷视频	74,053	2.1%	30
7	你给我的喜欢	腾讯视频	69,242	2.0%	7
8	花琉璃轶闻	腾讯视频	65,463	1.9%	30
9	最食人间烟火色	爱奇艺	52,701	1.5%	30
10	山河之影	爱奇艺	44,281	1.3%	30

表12：4月全网网剧舆情热度排行榜

排名	网剧	播放平台	灯塔舆情热度(万)	统计天数
1	长月烬明	优酷视频	3,658.4	25
2	人设	爱奇艺、腾讯视频	1,529.9	30
3	最食人间烟火色	爱奇艺	1,185.7	30
4	薄冰	芒果TV	1,140.0	26
5	灿烂的转身	爱奇艺	1,006.5	30
6	回响	爱奇艺	958.2	30
7	特工家族	爱奇艺	954.6	14
8	春闺梦里人	腾讯视频	859.3	30
9	山河之影	爱奇艺	856.7	30
10	招惹	腾讯视频	840.0	30

- 待播剧热度榜TOP10以玄幻、古装题材为主，仅有1部为现代剧。TOP30中有7部剧集来自企鹅影视，9部剧集来自爱奇艺，3部来自优酷。《长相思》《玉骨遥》《安乐传》位列待播剧集热度榜TOP3。

表13：待播剧集热度榜

排名	剧名	得分	公司	排名	剧名	得分	公司
1	长相思	9.81	企鹅影视	16	一念关山	6.51	柠萌影业
2	玉骨遥	9.41	企鹅影视	17	东邪西毒	6.48	企鹅影视
3	安乐传	9.10	上海影视传媒	18	大江大河3	6.38	正午阳光影视
4	与凤行	9.08	企鹅影视	19	七时吉祥	6.30	恒星引力影视
5	宁安如梦	8.35	爱奇艺	20	骄阳伴我	6.23	爱奇艺
6	莲花楼	8.26	爱奇艺	21	云之羽	6.04	爱奇艺
7	英雄志	8.22	紫骏豪迈影视	22	孤舟	6.02	爱奇艺
8	小夫妻	8.05	爱奇艺	23	皓衣行	6.00	企鹅影视
9	神隐	8.00	西嘻影业	24	偷偷藏不住	5.82	优酷
10	长风渡	7.81	爱奇艺	25	梦中的那片海	5.81	西嘻影业
11	折腰	7.69	企鹅影视	26	以爱为营	5.81	烈火影视
12	新生	7.28	优酷	27	三大队	5.67	爱奇艺
13	公诉	7.09	最高人民法院影视中心	28	珍品	5.60	芒果TV
14	护心	6.74	优酷	29	上甘岭	5.54	博纳影业
15	仙剑	6.58	企鹅影视	30	无忧渡	5.52	爱奇艺

- 《喜欢你我也是(第四季)》为正片播放市占首位，季播性综艺优势明显。4月综艺正片播放市占率前三位分别由《喜欢你我也是(第四季)》《大侦探(第八季)》《奔跑吧(第七季)》获得，TOP10中由芒果TV独播综艺共3部，TOP7均由季播性综艺占据。舆情热度前三位分别为《了不起！舞社(第二季)》《种地吧》《极限挑战(第九季)》获得。

表14：4月全网综艺正片播放市占排行榜

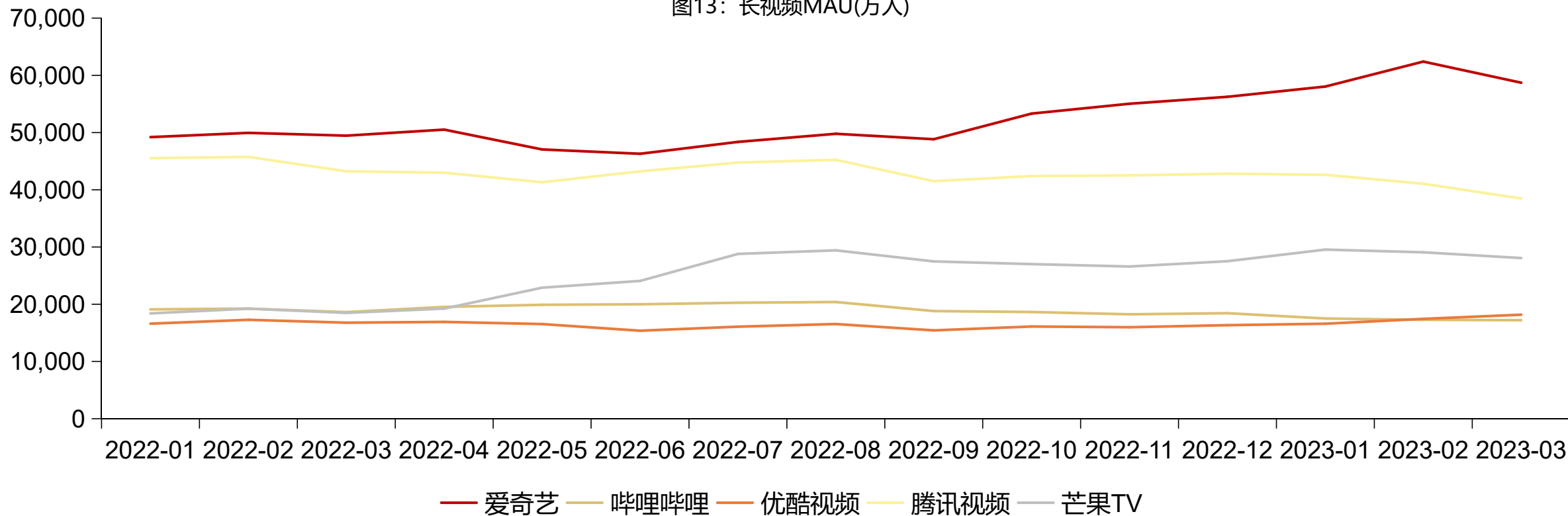
排名	综艺名称	播放平台	正片播放指数	正片播放市占率	统计天数
1	喜欢你我也是第四季	爱奇艺	55,617	11.8%	30
2	大侦探第八季	芒果TV	53,042	11.3%	30
3	奔跑吧第七季	优酷视频、爱奇艺、腾讯视频	38,820	8.3%	10
4	声生不息宝岛季	芒果TV	36,174	7.1%	30
5	五哈第三季	爱奇艺、腾讯视频	27,454	5.8%	30
6	我想和你唱第四季	芒果TV	26,690	5.7%	30
7	半熟恋人第二季	腾讯视频	26,634	5.7%	30
8	种地吧	爱奇艺	23,877	5.1%	30
9	好友好有爱	腾讯视频	16,313	3.5%	30
10	惊叹俱乐部	优酷视频	15,924	3.4%	30

表15：4月全网综艺舆情热度排行榜

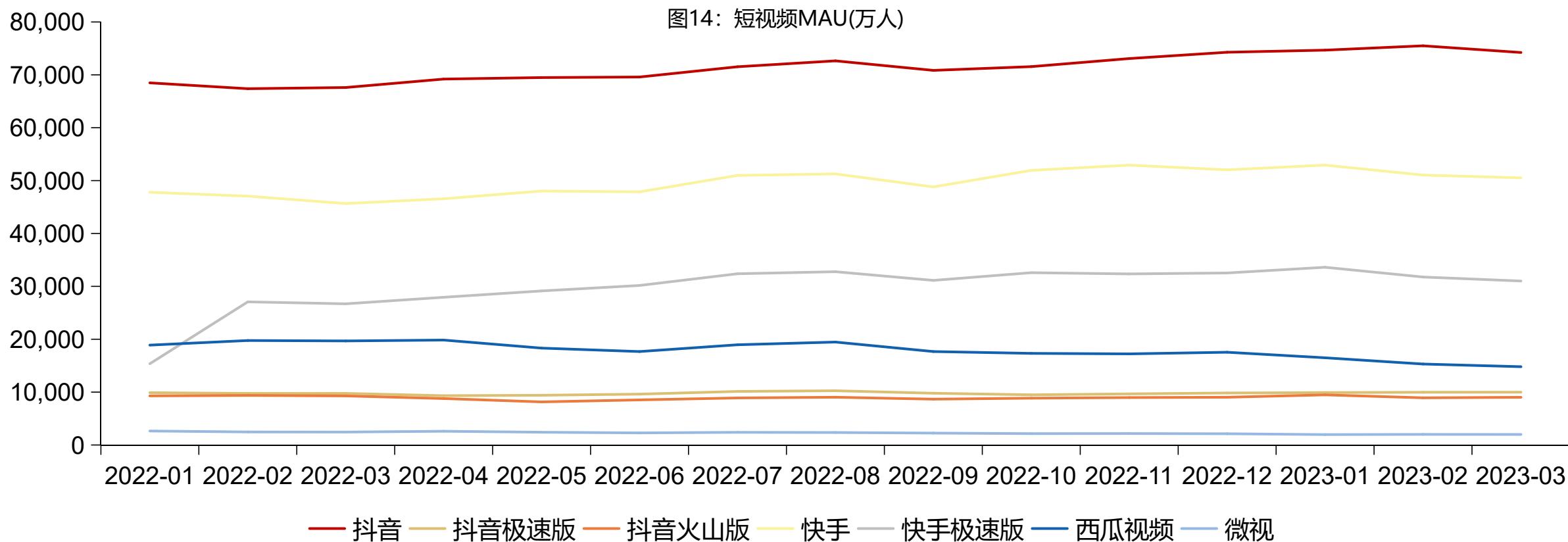
排名	综艺	播放平台	灯塔舆情热度(万)	统计天数
1	了不起！舞社第二季	优酷视频	1,653.0	23
2	种地吧	爱奇艺	1,573.5	30
3	极限挑战第九季	优酷视频、爱奇艺、腾讯视频	1,316.8	15
4	奔跑吧第七季	优酷视频、爱奇艺、腾讯视频	1,073.7	10
5	斯文江南第二季	优酷视频、爱奇艺、腾讯视频	983.3	17
6	大侦探第八季	芒果TV	978.6	30
7	我想和你唱第四季	芒果TV	939.1	30
8	我们的客栈	优酷视频、爱奇艺、腾讯视频	900.9	30
9	追星星的人第三季	优酷视频、爱奇艺、腾讯视频、哔哩哔哩	885.4	30
10	喜欢你我也是第四季	爱奇艺	864.6	30

■ **爱奇艺MAU保持领先优势**，3月爱奇艺MAU达5.9亿，腾讯MAU位列第二，达2.8亿。受益于热剧播出，优酷视频环比MAU提升4.2pct，其余长视频数媒MAU均有所下滑。同比来看，爱奇艺与芒果TV同比提升明显，分别增长18.7%/51.8%，优酷MAU提升8.3%，哔哩哔哩与腾讯视频MAU同比则下降7.6%/11.0%。

图13：长视频MAU(万人)



■ **短视频头部效应明显**，3月抖音月活用户达7.4亿，明显领先于其他短视频平台，快手位列第二，MAU为5.1亿。3月抖音极速版与抖音火山版MAU环比有所提升，其他各短视频平台MAU环比均有所下降。同比来看，抖音及其极速版、快手及其极速版MAU同比提升，其中抖音同增9.8%，快手同增10.6%，快手极速版同增16.2%。西瓜视频同比下降明显，达24.8%。



■ 4月图书销售TOP3分别为《生死疲劳》《我与地坛》《你也走了很远的路吧》。

表16：4月畅销书排行榜

排名	图书	出品	作者	出版时间	出版社
1	生死疲劳	读客文化	莫言	2022年1月	浙江文艺出版社
2	我与地坛	-	史铁生	2011年6月	人民文学出版社
3	你也走了很远的路吧	博集天卷	卢思浩	2022年9月	湖南文艺出版社
4	真希望你也喜欢自己	磨铁文化	房琪kiki	2022年9月	北京联合出版有限公司
5	法治的细节	果麦文化	罗翔	2021年11月	云南人民出版社
6	晚熟的人	-	莫言	2020年7月	人民文学出版社
7	被讨厌的勇气：“自我启发之父”阿德勒的哲学课	-	岸見一郎、古賀史健	2020年3月	机械工业出版社
8	带壳的牡蛎是大人的心脏	时代华语	拟泥nini	2022年9月	北京联合出版有限公司
9	蛤蟆先生去看心理医生	果麦文化	罗伯特戴博德	2020年7月	天津人民出版社
10	病隙碎笔	博集天卷	史铁生	2021年11月	湖南文艺出版社
11	活着	新经典	余华	2021年10月	北京十月文艺出版社
12	长安的荔枝	博集天卷	马伯庸	2022年10月	湖南文艺出版社
13	人生海海	新经典	麦家	2019年4月	北京十月文艺出版社
14	钝感力	-	渡边淳一	2018年1月	青岛出版社
15	三体	-	刘慈欣	2010年11月	重庆出版社

03

重要资讯

AIGC投融资热情高；出版业语料资源丰富

3.1 剧集大盘数据稳中有涨，头部精品热度效应彰显

艺恩数据发布2023Q1剧集市场研究报告：

- Q1剧集市场大盘数据稳中有涨，上线总数66部，同比增加3部，其中网络剧仍是主要内容贡献者，数量同比增长17.5%，电视剧数量同比略有下滑，头部剧集整体热度攀升。
- 2023年Q1剧集市场品质佳作频出，头部剧集整体热度攀升，播映指数TOP15剧集好评度及媒体热度均值较去年同期分别提升15.9%和17.7%。
- 平台方面，爱奇艺数量优势明显，腾讯视频头部覆盖率高，腾讯视频和爱奇艺共覆盖超七成头部剧集，在独播剧方面占据数量和热度优势。
- 内容方面，2023年Q1共上线6部悬疑剧，较去年同期减少1部，但依然保持着高品质输出，好评度均值同比上涨8%。其中《狂飙》《他是谁》《平原上的摩西》好评度均较高，以扎实的内容创作打破审美疲劳，紧贴现实主义，有效突破题材舒适圈。

图15：2023Q1剧集上线数量情况

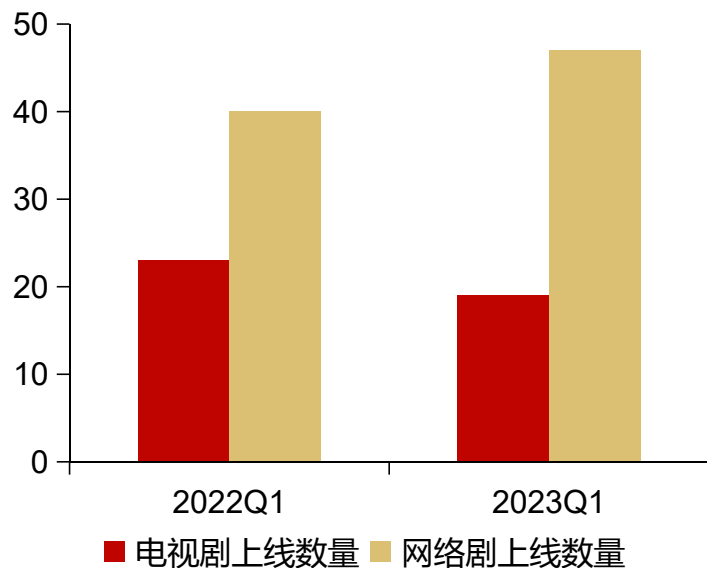


图16：2023Q1各平台剧集上线数量及整体播映表现

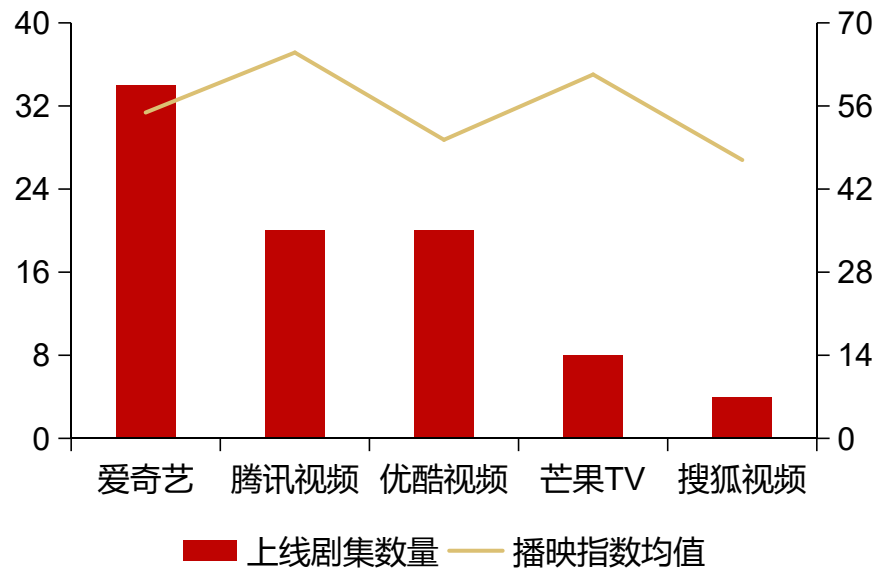
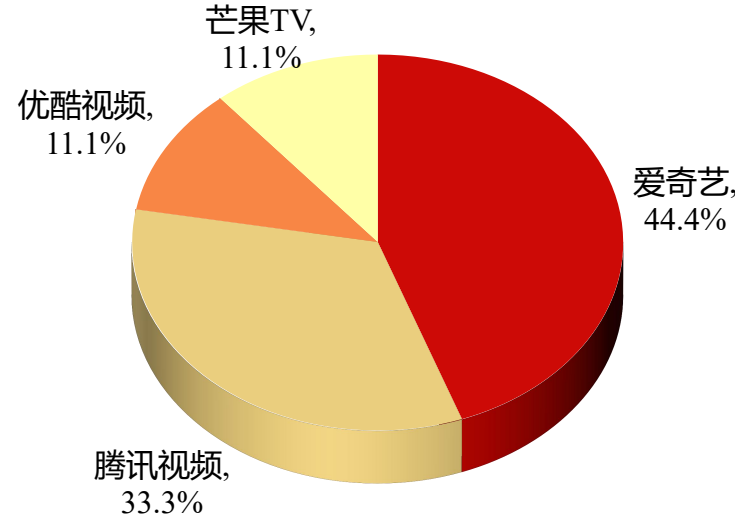


图17：2023Q1播映指数TOP15剧集平台分布



3.2 综艺市场持续降本增效，综N代表现稳健

艺恩数据发布2023Q1综艺市场研究报告：

- 降本增效仍是综艺市场主基调，Q1上新数量继续缩减，其中网络综艺上新数量减少10部。综N代表现相对稳健，整体及头部播映指数均有所上涨，而新综艺活力减弱，上新数量占比下降，头部新综热度同比下滑。
- 平台方面，腾讯视频以23部的上新总量领先，其次是爱奇艺和优酷，均上新10部综艺以上，芒果TV上新9部且实现全独播，其独播综艺的播映指数领衔且增幅也要高于独播数量相对领先的腾讯视频。
- 播映指数榜单方面，艺播映指数TOP10中综N代占八席，《哈哈哈哈哈第三季》登顶，《声生不息·宝岛季》居第二位，这两部也是季度内唯二播映指数超70的综艺，新综艺以《我们的客栈》播映指数领先，《种地吧》居第十位。

图18：2023Q1综艺上线数量情况

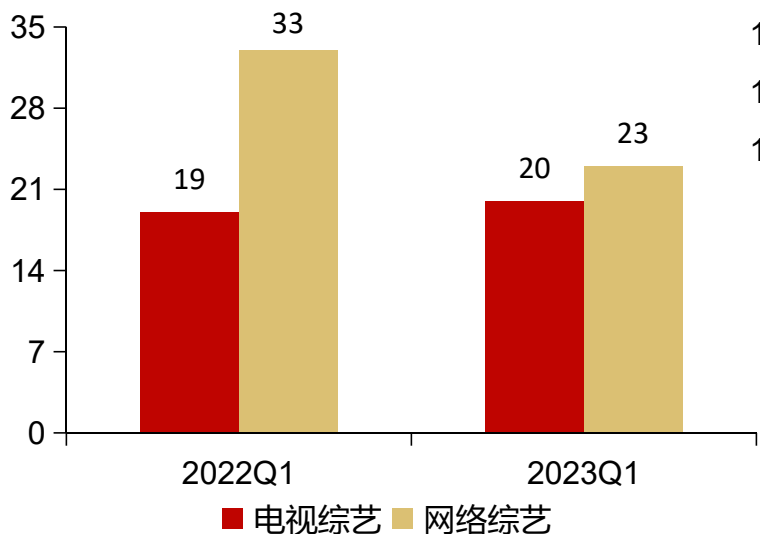


图19：2023Q1各平台独播综艺数量及播映指数均值

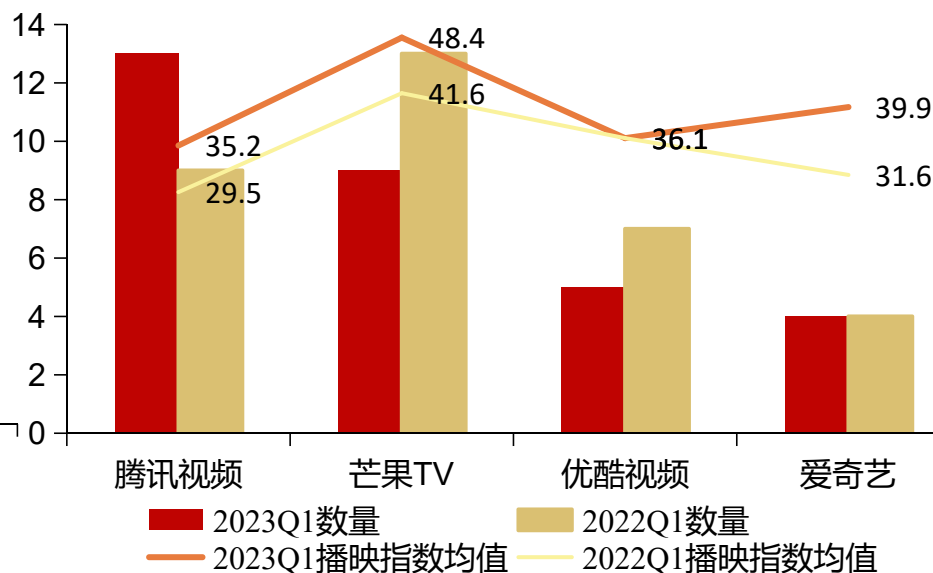
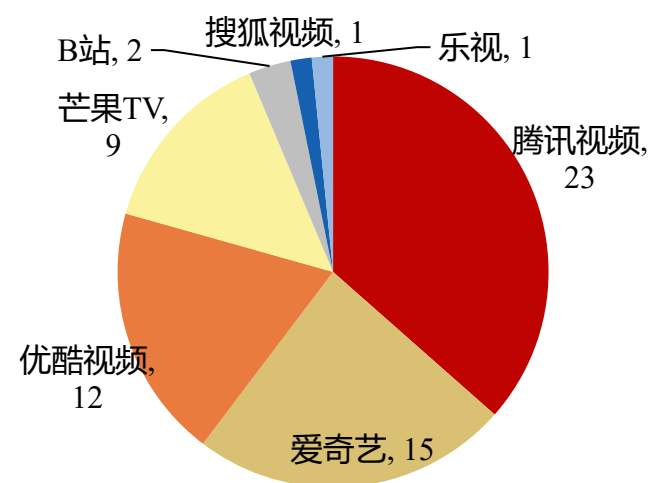


图20：22023Q1各平台上线综艺数量



3.3 底层技术成熟推进AIGC发展，投融资热情高涨

QuestMobile发布2023AIGC兴趣用户洞察报告：

- 算力、算法、数据三大底层能力逐步成熟，推动AIGC发展，大语言模型的涌现能力更是让AIGC应用体验得到大幅提升。在政策层面，国家政策引导推动AI产业发展，吸引资本布局，AIGC领域投融资热情高涨。
- 从用户受众面来看，“AIGC兴趣用户”男性、年轻化特征明显，新技术发展讨论氛围相对浓厚的一线及新一线城市占比偏好突出，相较于全网用户，该群体具有较高的线上消费能力及意愿。2023年2月，“AIGC兴趣用户”月人均使用时长及使用APP个数均明显高于全网平均水平，分别达到160.5小时、36.7个。该群体在关注新技术的同时，对运动、旅游、动漫/二次元等也表现出明显偏好。
- 从供给端来看，AIGC下AI绘画类应用在2022年11月迎来首波活跃高峰，多款APP、微信小程序月活跃用户规模达百万，数字虚拟人为当前MCN、品牌领域AI应用主要形式。

图21：人工智能领域投融资事件数量

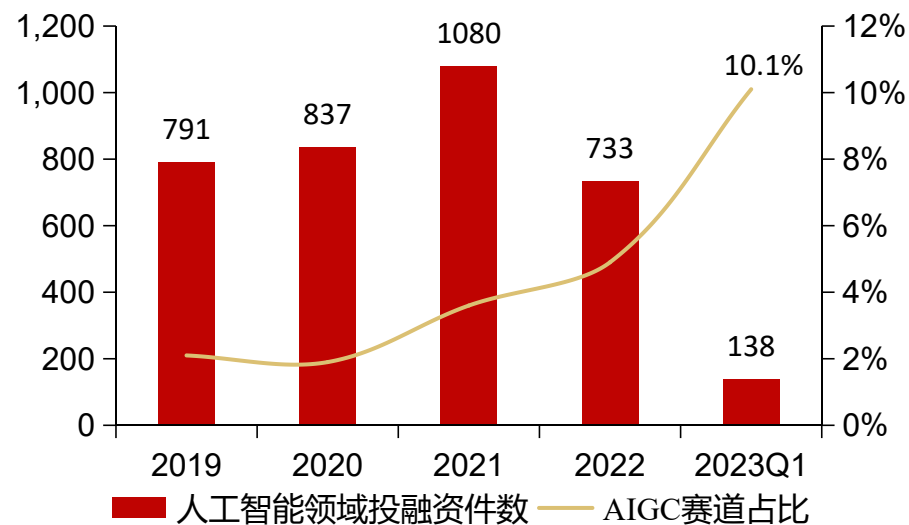


图22：2023年2月“AIGC”兴趣用户画像

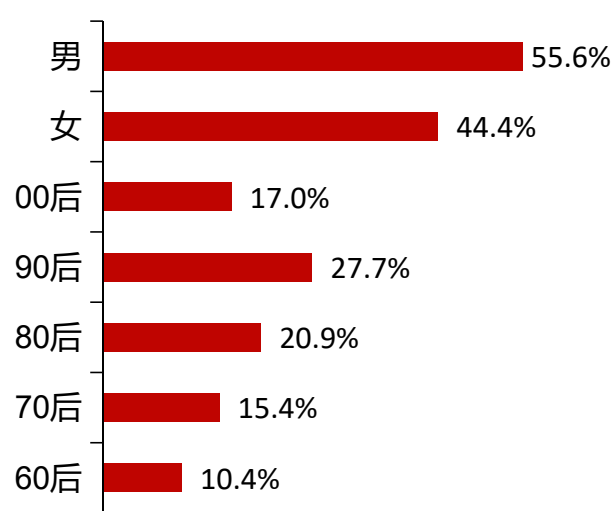
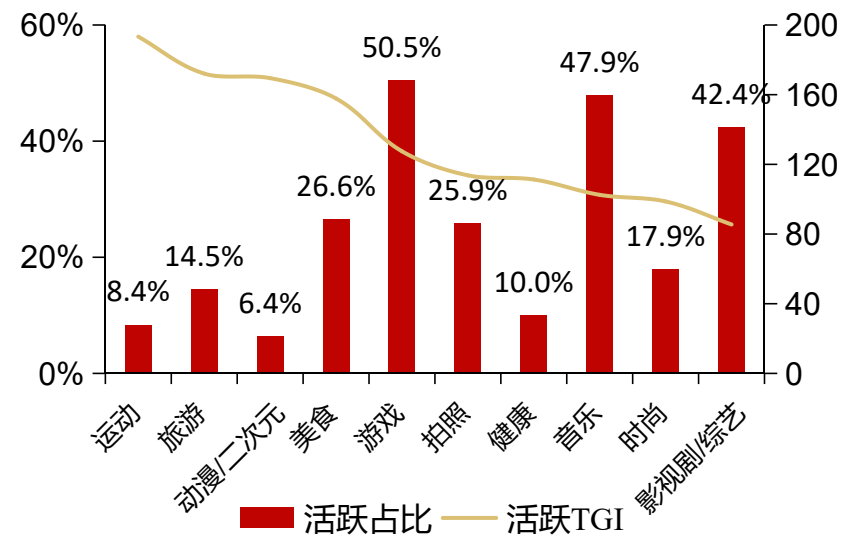


图23：2023年2月“AIGC”兴趣偏好活跃占比TGI TOP10



ChatGPT对现有的新闻传播业态会带来更多结构性的影响

- ChatGPT的智慧基因融入传统媒体新闻生产与策划环节，可以针对不同的采访对象迅速生成个性化邮件，根据对象个人的特殊经历写出专属的采访大纲，**减少采访者前期的重复性工作**；也能够作为**高效率的辅助工具**，在写作中迅速生成框架草稿，之后再由专业记者打磨润色。
- 用户不断与ChatGPT对话，对话成为显见的主流新闻表达样态，ChatGPT按照使用者对新闻事实的探索顺序所呈现，突破了新闻单条消息的推送模式，还能将新闻的事态起因、后续发展、人物关系、舆情态势等按需生产，在多层对话中推动新闻报道的深入，**加深新闻事件传播效果**。
- ChatGPT生成的新闻包裹于一个动态的对话流中，**内容结构取决于用户对于新闻的主动思考和态度立场**，即最终的内容状态是由ChatGPT的算法模型与用户强势介入下的思考方向共同决定。

人工智能应用于社交媒体的市场潜力巨大

- 目前AI已在社交媒体积极应用：微软旗下的LinkedIn成为首个向用户推送AI生成内容的头部社交媒体平台，还能利用人工智能帮助用户撰写帖子；Snapchat的社交机器人My AI、Discord聊天机器人clyde都在使用chatGPT来提高其聊天机器人的对话能力，提高用户黏性等。
- AI对社交媒体的影响包括多方面：**1) 网红营销**。AI中的自然语言处理技术可以评估网红和品牌目标的契合程度，帮助品牌找到最适合的网红开展营销。AI还能评估和计算活动投资回报率、识别虚假网红、确定能获得最佳传播效果的网络营销内容等。**2) 广告优化**。应用方式包括分析成百上千种广告定位和预算方案、寻找细分受众、提供广告创意等，并能根据用户的搜索关键词和搜索行为给出社交媒体广告方案。**3) 视觉商标检测**。AI驱动的Logo检测系统可以进行视觉内容搜索，跨社交媒体平台监测图片和视频中的品牌商标、出现频率等，跟踪品牌活动。

多家出版行业公司发布公告发展AI应用，丰富数字资源或为重要语料库

- **【中国科传】**公司围绕向知识服务转型升级的总体战略目标，在专业学科知识库、数字教育云服务、医疗健康大数据、期刊融合平台四大业务方向上持续发力，建成“科学智库”“中国生物志库”“中国古生物地层知识库”“中科医库”等知识库产品。数字教育云服务方向，以数字教材、配套资源为基础，开拓“中科云教育平台”。
- **【中国出版】**2022年公司出版图书 2.02 万种，拥有大量优质图书的版权，以及一批著名作者的多介质版权，建设有**中华国学资源总库、中华经典古籍库**等数据库资源。
- **【中信出版】**公司将以建立智慧阅读新生态探索出版新模式，设立“平行出版实验室”，启动**“AIGC 数智化出版项目”**，加速推动AI技术在出版流程的应用，并在运用 AIGC 积累数字资产、创新收入模式方面认真研究论证，积极孵化财经翻译图书、智能数字营销等领域创新项目。
- **【中文在线】**公司已有**3款AIGC产品落地应用**，拥有海量优质正版数据作为高质量语料库，平台每天还会产生数以亿计的文字内容，辅以音频、视频，**公司整体高质量数据超过55TB**。开源AI语言模型技术正在研发和训练阶段。
- **【南方传媒】**持续**数字教育平台建设**，粤教翔云数字教材平台应用稳步提升，全省开通用户超1300万人，使用学校1.6万所，共上线数字教材345册，覆盖小学、初中21个学科，着力推动数字化转型升级和融媒体业务高质量发展。
- **【果麦文化】**公司积极探索**AI在校对、辅助文字和绘画创作等领域发挥的作用**，并积极推动 AI 技术的全面应用，将以创立以来积累的校对资源、内容资源为基础，构建数据模型，并结合人工智能技术在智能编校领域进行行业模型和应用层的探索研发。
- **【世纪天鸿】**公司**布局AI教育应用**，利用教育内容AI系统生成学生学情分析报告，享有丰富的教辅资源内容积累和教研资源优势，有望切实解决教学过程中的部分痛点。通过投资方式与专业技术公司深度合作，加大在大数据、人工智能 NLP、AIGC 等技术领域的应用研究及开发投入。

04

风险提示

- 1、宏观经济波动风险；
- 2、AI技术发展不及预期；
- 3、AI应用效果不及预期；
- 4、游戏版号发放不及预期；
- 5、游戏上线效果不及预期；
- 6、数据要素相关政策落地速度不及预期；
- 7、新片上映效果不及预期；
- 8、行业竞争加剧风险；
- 9、政策监管风险。

行业的投资评级

以报告日后的6个月内,行业指数相对于沪深300指数的涨跌幅为标准,定义如下:

- 1、看好 :行业指数相对于沪深300指数表现 + 10%以上;
- 2、中性 :行业指数相对于沪深300指数表现 - 10% ~ + 10%以上;
- 3、看淡 :行业指数相对于沪深300指数表现 - 10%以下。

我们在此提醒您,不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系,表示投资的相对比重。

建议:投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况,比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者不应仅仅依靠投资评级来推断结论

法律声明及风险提示

本报告由浙商证券股份有限公司(已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格,经营许可证编号为:Z39833000)制作。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料,但浙商证券股份有限公司及其关联机构(以下统称“本公司”)对这些信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证,也不保证所包含的信息和建议不发生任何变更。本公司没有将变更的信息和建议向报告所有接收者进行更新的义务。

本报告仅供本公司的客户作参考之用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告仅反映报告作者的出具日的观点和判断,在任何情况下,本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议,投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估,并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求。对依据或者使用本报告所造成的一切后果,本公司及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本公司的交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。本公司没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。本公司的资产管理公司、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

本报告版权均归本公司所有,未经本公司事先书面授权,任何机构或个人不得以任何形式复制、发布、传播本报告的全部或部分内容。经授权刊载、转发本报告或者摘要的,应当注明本报告发布人和发布日期,并提示使用本报告的风险。未经授权或未按要求刊载、转发本报告的,应当承担相应的法律责任。本公司将保留向其追究法律责任的权利。

浙商证券研究所

上海总部地址:杨高南路729号陆家嘴世纪金融广场1号楼25层

北京地址:北京市东城区朝阳门北大街8号富华大厦E座4层

深圳地址:广东省深圳市福田区广电金融中心33层

邮政编码:200127

电话:(8621)80108518

传真:(8621)80106010

浙商证券研究所:<http://research.stocke.com.cn>