

广告市场 H1 复苏显著，梯媒保持高景气度

——传媒行业跟踪报告

强于大市 (维持)

2023 年 08 月 08 日

行业核心观点:

随着新消费等领域强势反弹，叠加宏观环境经济复苏，广告主投放需求回升，带动广告市场整体回暖，23H1 整体广告花费同比上涨 4.8%，市场复苏趋势显著。

投资要点:

广告市场复苏显著，Q2 同比增幅维持较高水平。23H1 整体广告花费同比上涨 4.8%。具体到单月的广告花费情况来看，广告市场自 3 月份开始恢复正增长态势，4、5 月份分别同比上涨 15.1%、21.4%，广告需求有所增强，虽然 6 月份广告花费增幅有所回落，但仍保持增长趋势，同比上涨 8.9%，整体市场震荡调整，恢复趋势显著。

各行业广告花费情况有所分化，化妆品/浴室用品、娱乐及休闲、药品行业增幅较大。由于居民对生活品质追求愈来愈高，23 年 H1 化妆品/浴室用品行业广告花费同比增加 52.6%；得益于消费者出游需求强烈，文旅市场回暖，国家/城市形象、快餐店、公园/风景区等品类大幅增加广告投放带动娱乐及休闲行业重回正增长态势，广告花费同比增加 25.0%；药品在民生中的重要性凸显，药品需求持续增加，23 年 H1 药品行业广告花费同比增加 17.2%；食品、饮料等快消品行业虽然同比增长幅度较小，分别上涨 2.1%、11.2%，但是从整体投放量来看，处于较高水平。

梯媒保持高景气度，影院视频渠道强势反弹。从细分渠道来看，梯媒仍然保持高景气度，电梯 LCD 和电梯海报同比均保持上涨趋势，6 月份涨幅分别为 13.1%、13.7%；影院视频渠道随着电影市场逐步复苏，居民观影热情升高，影院运营恢复，从而实现强力反弹，4 月份同比上涨 233.9%，5、6 月份涨幅超过 1000%，上半年与火车/高铁站、机场和地铁广告渠道均实现广告花费同比变化由负转正；电视、街道设施渠道的广告花费上半年同比跌幅较去年同期分别收窄 12 个百分点和 34 个百分点；广播广告渠道跌幅有所扩大。

投资建议：在 2023 年广告整体市场表现回暖的情况下，梯媒持续保持高景气度。随着宏观政策放开，线下消费场景的人流量逐步恢复，对应场景下的线下广告需求也会得到复苏。梯媒有着用户必经、人流量大的特点，预计 2023 年下半年仍为核心价值赛道；此外，影院广告等线下渠道复苏具备较大的弹性。

风险因素：宏观经济下行风险；政策环境变化；消费复苏不及预期；细分渠道广告投放增速不及预期；广告行业竞争加剧。

行业相对沪深 300 指数表现



数据来源：聚源，万联证券研究所

相关研究

鸿蒙生态技术赋能游戏产业全面升级，上半年中国电竞产业报告发布

行业关注非档期运营，电影市场恢复提速
基金重仓低配比例缩减，游戏板块持续受到青睐

分析师:

夏清莹

执业证书编号:

S0270520050001

电话:

075583223620

邮箱:

xiaqy1@wlzq.com.cn

研究助理:

李中港

电话:

17863087671

邮箱:

lizg@wlzq.com.cn

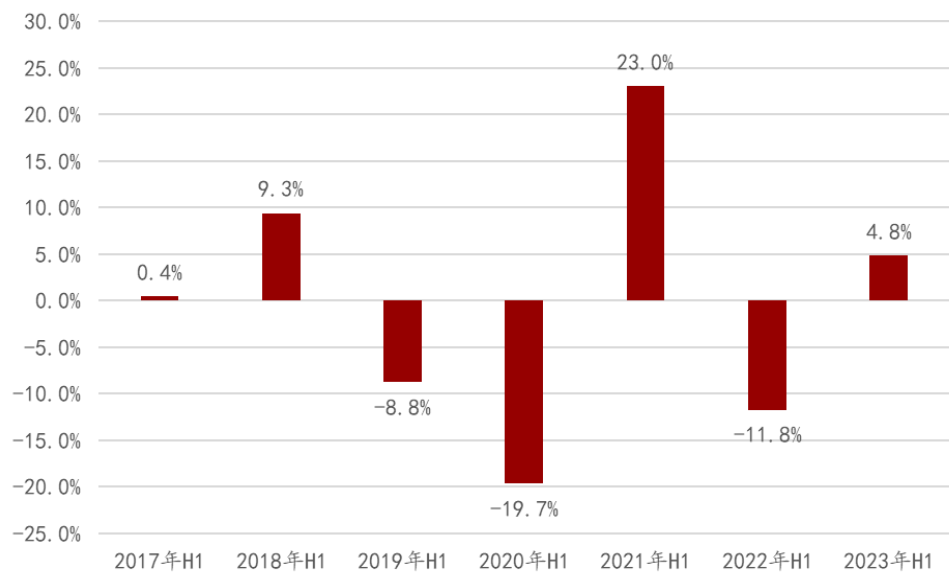
正文目录

1 广告市场复苏显著，行业广告花费有所分化.....	3
2 投资建议.....	6
3 风险因素.....	6
图表 1: 17 年-23 年 H1 同期整体广告花费同比变化情况.....	3
图表 2: 2022 年 1 月至 2023 年 6 月单月广告花费同比、环比变化情况.....	3
图表 3: 22 年 H1 与 23 年 H1 广告整体市场分行业广告花费同比增速.....	4
图表 4: 2023 年 H1 电梯 LCD 整体 TOP10 行业(大类)广告花费变化.....	5
图表 5: 2023 年 H1 电梯海报整体 TOP10 行业(大类)广告花费变化.....	5

1 广告市场复苏显著，行业广告花费有所分化

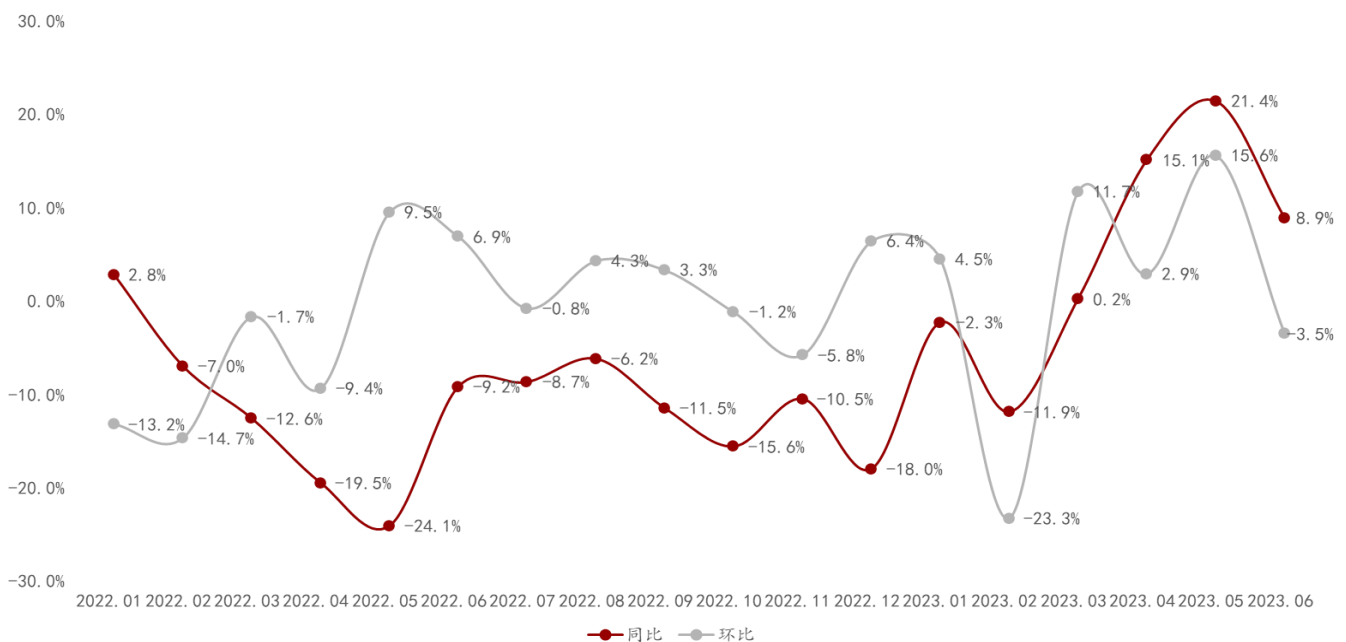
广告市场复苏显著，Q2同比增幅维持较高水平。随着新消费等领域强势反弹，叠加宏观环境经济复苏，广告主投放需求回升，带动广告市场整体回暖。23H1整体广告花费同比上涨4.8%。具体到单月的广告花费情况来看，广告市场自3月份开始恢复正增长态势，4、5月份分别同比上涨15.1%、21.4%，广告需求有所增强，虽然6月份广告花费增幅有所回落，但仍保持增长趋势，同比上涨8.9%，整体市场震荡调整，恢复趋势显著。

图表1: 17年-23年H1 同期整体广告花费同比变化情况



资料来源: CTR、万联证券研究所

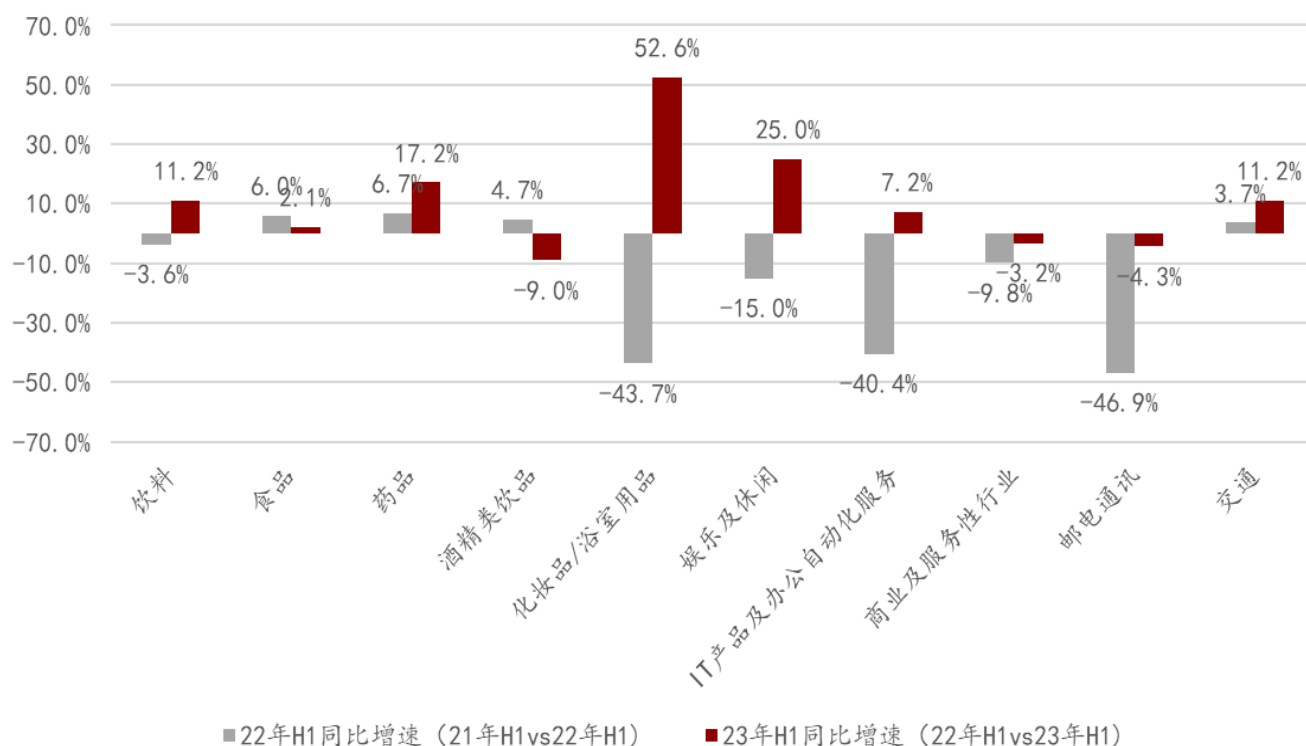
图表2: 2022年1月至2023年6月单月广告花费同比、环比变化情况



资料来源: CTR、万联证券研究所

各行业广告花费情况有所分化，化妆品/浴室用品、娱乐及休闲、药品行业增幅较大。随着消费复苏，居民消费需求受到明显刺激，食品、饮料、药品、IT产品及服务、化妆品/浴室用品、娱乐及休闲、交通七个行业的广告花费同比增长。由于居民对生活品质追求愈来愈高，23年H1化妆品/浴室用品行业广告花费同比增加52.6%；得益于消费者出游需求强烈，文旅市场回暖，国家/城市形象、快餐店、公园/风景区等品类大幅增加广告投放带动娱乐及休闲行业重回正增长态势，广告花费同比增加25.0%；药品在民生中的重要性凸显，药品需求持续增加，23年H1药品行业广告花费同比增加17.2%；食品、饮料等快消品行业虽然同比增长幅度较小，分别上涨2.1%、11.2%，但是从整体投放量来看，处于较高水平。

图表3: 22年H1与23年H1广告整体市场分行业广告花费同比增速

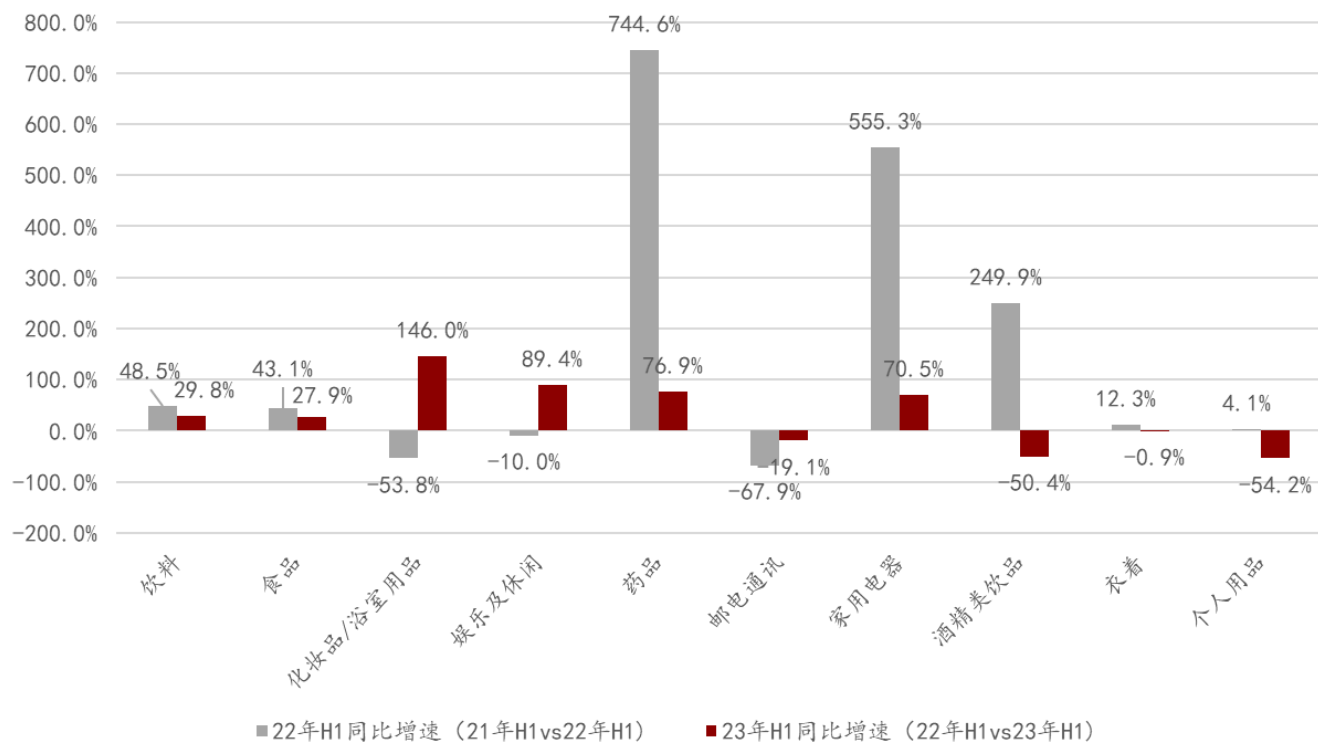


资料来源: CTR、万联证券研究所

梯媒保持高景气度，影院视频渠道强势反弹。从细分渠道来看，梯媒仍然保持高景气度，电梯LCD和电梯海报同比均保持上涨趋势，6月份涨幅分别为13.1%、13.7%；影院视频渠道随着电影市场逐步复苏，居民观影热情升高，影院运营恢复，从而实现强力反弹，4月份同比上涨233.9%，5、6月份涨幅超过1000%，上半年与火车/高铁站、机场和地铁广告渠道均实现广告花费同比变化由负转正；电视、街道设施渠道的广告花费上半年同比跌幅较去年同期分别收窄12个百分点和34个百分点；广播广告渠道跌幅有所扩大。

从梯媒广告细分行业来看，2023年H1电梯LCD广告月度同比均为上涨，6月份同比增长13.1%，环比微幅下降3.8%。其中各行业花费多数同比上涨，其中化妆品/浴室用品、娱乐及休闲、药品涨幅居前三位，分别为146.0%、89.4%、76.9%。

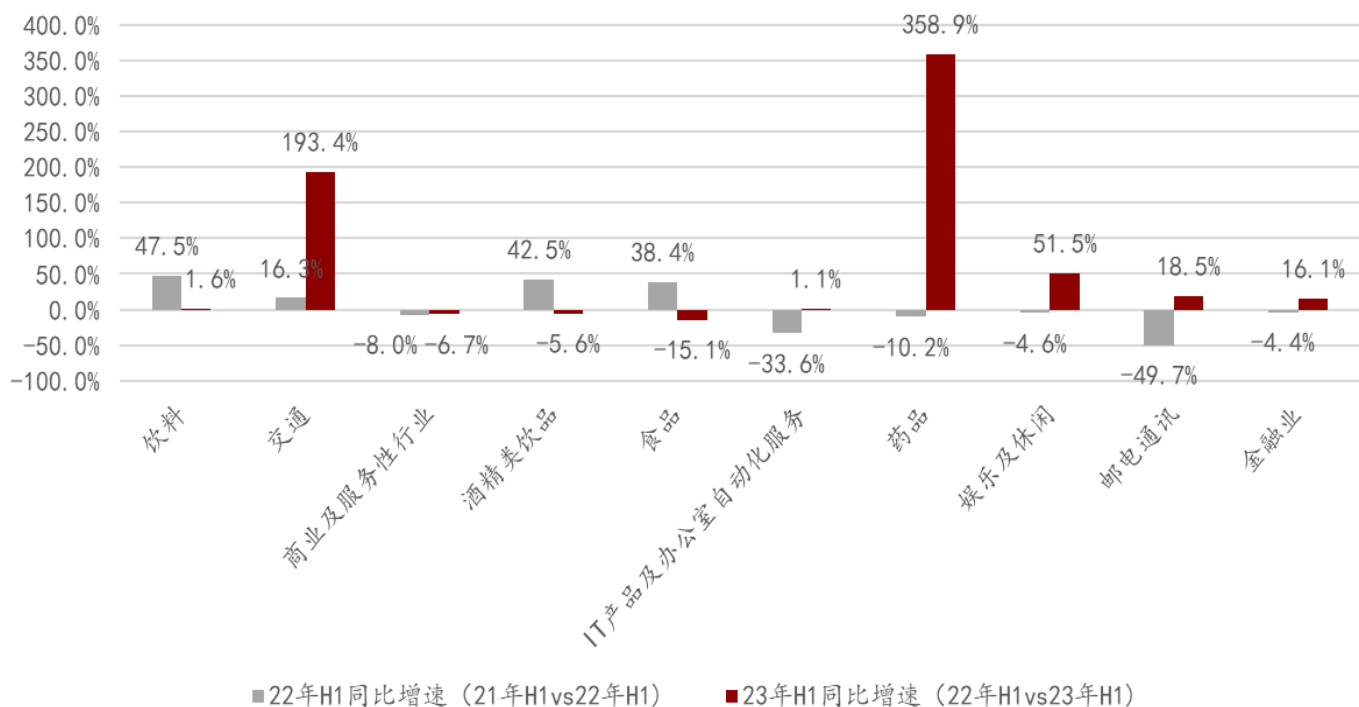
图表4: 2023年H1电梯LCD整体TOP10行业(大类)广告花费变化



资料来源: CTR、万联证券研究所

2023年H1电梯海报广告除去2月份同比有所下跌,其余月份同比均为上涨,6月份同比增长13.7%,环比下跌9.6%。其中由药品、交通两大行业广告花费同比增幅显著,分别上涨358.9%、193.4%,拉动整个渠道广告投入增加。

图表5: 2023年H1电梯海报整体TOP10行业(大类)广告花费变化



资料来源: CTR、万联证券研究所

2 投资建议

广告市场2023年随着经济复苏、政策放开、居民消费意愿增强，整体花费跌幅同比缩窄。在各行业广告投放中，食品及饮料行业投放量仍处于头部，药品、化妆品/浴室用品和交通行业广告花费上涨显著。在2023年广告整体市场表现回暖的情况下，梯媒持续保持高景气度。随着宏观政策放开，线下消费场景的人流量逐步恢复，对应场景下的线下广告需求也会得到复苏。梯媒有着用户必经、人流量大的特点，预计2023年下半年仍为核心价值赛道；此外，影院广告等线下渠道复苏具备较大的弹性。

3 风险因素

宏观经济下行风险；政策环境变化；消费复苏不及预期；细分渠道广告投放增速不及预期；广告行业竞争加剧。

行业投资评级

强于大市：未来6个月内行业指数相对大盘涨幅10%以上；

同步大市：未来6个月内行业指数相对大盘涨幅10%至-10%之间；

弱于大市：未来6个月内行业指数相对大盘跌幅10%以上。

公司投资评级

买入：未来6个月内公司相对大盘涨幅15%以上；

增持：未来6个月内公司相对大盘涨幅5%至15%；

观望：未来6个月内公司相对大盘涨幅-5%至5%；

卖出：未来6个月内公司相对大盘跌幅5%以上。

基准指数：沪深300指数

风险提示

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。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，不应仅仅依靠投资评级来推断结论。

证券分析师承诺

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并登记为证券分析师，以勤勉的执业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

免责声明

万联证券股份有限公司（以下简称“本公司”）是一家覆盖证券经纪、投资银行、投资管理和证券咨询等多项业务的全国性综合类证券公司。本公司具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。

本报告仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。本报告中的信息或所表述的意见并未考虑到个别投资者的具体投资目的、财务状况以及特定需求。客户应自主作出投资决策并自行承担投资风险。本公司不对任何人因使用本报告中的内容所导致的损失负任何责任。在法律许可情况下，本公司或其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、财务顾问或类似的金融服务。

市场有风险，投资需谨慎。本报告是基于本公司认为可靠且已公开的信息撰写，本公司力求但不保证这些信息的准确性及完整性，也不保证文中的观点或陈述不会发生任何变更。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。分析师任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

本报告的版权仅为本公司所有，未经书面许可任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、发表和引用。未经我方许可而引用、刊发或转载的引起法律后果和造成我公司经济损失的概由对方承担，我公司保留追究的权利。

万联证券股份有限公司 研究所

上海浦东新区世纪大道 1528 号陆家嘴基金大厦

北京西城区平安里西大街 28 号中海国际中心

深圳福田区深南大道 2007 号金地中心

广州天河区珠江东路 11 号高德置地广场