

行业点评

营销传播

3月广告市场环比小幅改善，疫情后的恢复性增长持续

2021年04月29日

评级 同步大市

评级变动: 维持

行业涨跌幅比较



%	1M	3M	12M
营销传播	5.25	-3.48	33.09
沪深300	1.43	-4.35	32.38

杨甫

执业证书编号: S0530517110001  
yangfu@cfzq.com

曹俊杰

caojj@cfzq.com

分析师

0731-84403345

研究助理

相关报告

1 《2021年1月广告行业数据跟踪: 1月整体广告花费负增长, 梯媒&影院广告持续高景气》  
2021-03-18

重点股票	2020A		2021E		2022E		评级
	EPS	PE	EPS	PE	EPS	PE	
分众传媒	0.28	38.25	0.40	26.78	0.47	22.79	推荐
万达电影	-3.16	-5.74	0.74	24.51	0.92	19.72	推荐

资料来源: 贝格数据, 财信证券

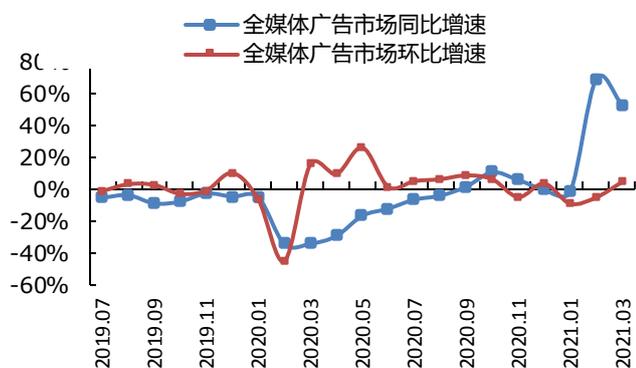
投资要点:

- **事件:** 4月28日, CTR发布数据显示: 2021年3月全媒体广告市场花费同比增速为52.3%(2月为68.4%), 环比增速为4.1%(2月为-5.6%)。其中, 电梯LCD花费同比增速为27.1%, 环比增速为28.7%; 电梯海报花费同比增速为89.6%。
- **全媒体广告市场环比增速由负转正, 疫情后恢复性增长持续, 预计2021年广告市场同比仍有较大增长空间。** 3月, 全媒体广告市场花费同比增速为52.3%, 继续维持较快增长, 主要源于去年疫情导致的低基数效应; 环比增速为4.1%, 今年初以来实现了由负转正, 主要源于春节假期影响消退、广告主投放需求开始恢复。今年初以来疫情影响基本消除、宏观经济活力较高, 我们根据CTR此前披露的月度统计数据大致估算出, 今年一季度整体广告市场花费较去年一季度增长约30.6%。考虑到去年疫情造成的全年广告投放量减少, 我们预计后续全媒体广告市场同比增速有望持续改善, 2021年广告市场同比仍有较大的增长空间。
- **生活圈媒体增速稳健, 传统渠道媒体同比恢复明显。** 分渠道来看, 1) **电梯媒体:** 3月, 电梯LCD花费的同比和环比增速分别为27.1%和28.7%; 电梯海报花费的同比增速为89.6%, 我们根据CTR此前披露的月度统计数据大致估算出, 电梯海报花费的环比增速为-2.96%。① **电梯LCD方面,** 自2020年5月以来, 电梯媒体花费同比增速一直不弱, 一方面是疫情导致的低基数影响, 另一方面是宏观经济逐渐复苏、广告主投放需求增大所致。② **电梯海报方面,** 由于疫情导致线下人工更换上刊广告较难, 电梯海报广告恢复速度滞后电梯LCD广告约三个月时间。电梯海报花费继续维持同比高增速, 主要系疫情低基数影响; 2月电梯海报花费同比增长了301.9%, 根据我们估算, 3月电梯海报花费环比增速微降, 主要系2月的基数太高所致, 但整体电梯海报广告花费仍维持在较高水平。2) **影院媒体:** 随着电影票房春节档效应逐渐消退、以及优质大片缺位, 我们预计三四月影院广告将呈环比下滑态势。后续五一热门假期来临, 《你的婚礼》《悬崖之上》《秘密访客》等优质影片定档, 有望提振影院广告增长。3) **传统渠道媒体:** 受疫情低基数影响, 同比继续保持较大增幅, 电视、报纸、广播和传统户外的同比增速分别为37.8%、35.6%、31.1%和24.9%; 其中, 广播和传统户外广告花费的环比增速分别为21.4%, 和6.7%, 整体恢复速

度较好。

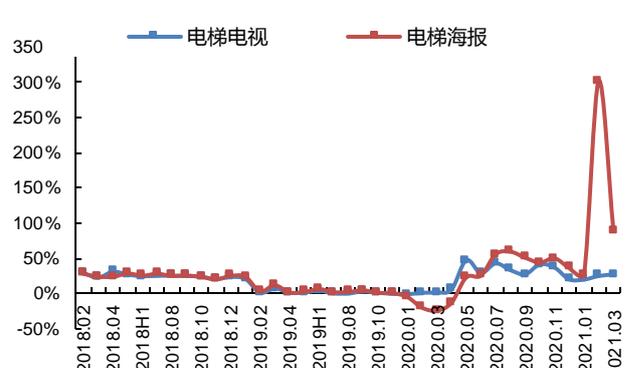
- **投资建议：维持行业“同步大市”评级。**在宏观经济复苏企稳、企业盈利能力回升及消费升级的大趋势下，看好生活圈媒体渠道与品牌广告势能的融合，后续梯媒有望继续同比增长；疫情影响消退，观影需求逐步提升，有望带动影院媒体广告收入的高速增长。建议关注两点：1) 电梯媒体，预计全年广告主需求不弱，在提价落地、点位优化、客户结构改善等利好下，全年有望保持较高速增长。2) 影院媒体，线下娱乐需求恢复，叠加行业集中度提升，龙头有望从中受益。建议关注分众传媒、万达电影。
- **风险提示：行业政策变化；广告主投放不及预期；市场竞争加剧。**

图 1：全媒体广告刊例花费变化



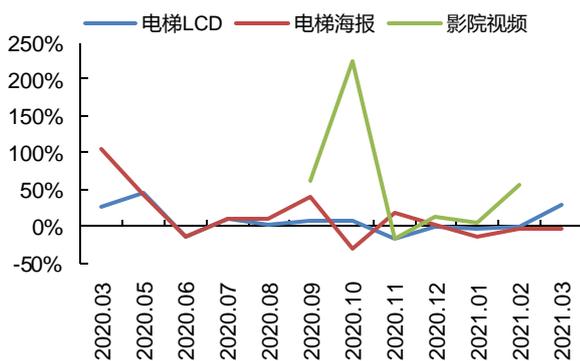
资料来源：CTR，财信证券

图 2：电梯 LCD 和电梯海报广告刊例花费同比变化



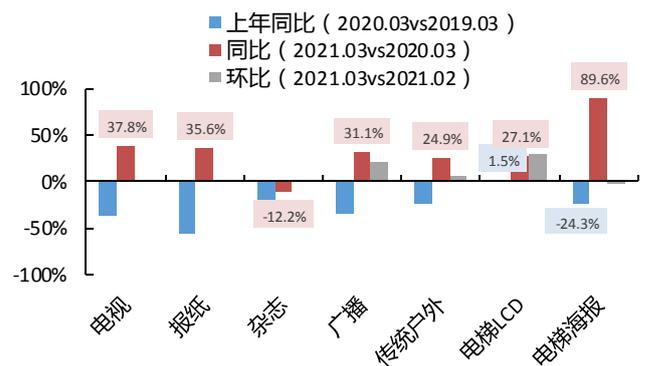
资料来源：CTR，财信证券

图 3：电梯 LCD 和电梯海报广告刊例花费环比变化



资料来源：CTR，财信证券

图 4：2021 年 3 月各渠道广告刊例花费变化



资料来源：CTR，财信证券

## 投资评级系统说明

以报告发布日后的 6—12 个月内，所评股票/行业涨跌幅相对于同期市场指数的涨跌幅度为基准。

类别	投资评级	评级说明
股票投资评级	推荐	投资收益率超越沪深 300 指数 15% 以上
	谨慎推荐	投资收益率相对沪深 300 指数变动幅度为 5%—15%
	中性	投资收益率相对沪深 300 指数变动幅度为-10%—5%
	回避	投资收益率落后沪深 300 指数 10% 以上
行业投资评级	领先大市	行业指数涨跌幅超越沪深 300 指数 5% 以上
	同步大市	行业指数涨跌幅相对沪深 300 指数变动幅度为-5%—5%
	落后大市	行业指数涨跌幅落后沪深 300 指数 5% 以上

## 免责声明

本公司具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格，作者具有中国证券业协会注册分析师执业资格或相当的专业胜任能力。

本报告仅供财信证券有限责任公司客户及员工使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司当然客户。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发送，概不构成任何广告。

本报告信息来源于公开资料，本公司对该信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本公司对已发报告无更新义务，若报告中所含信息发生变化，本公司可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本报告中所指投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。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。在任何情况下，本公司及本公司员工或者关联机构不承诺投资者一定获利，不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。投资者务必注意，其据此作出的任何投资决策与本公司及本公司员工或者关联机构无关。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代自己的判断。在决定投资前，如有需要，投资者务必向专业人士咨询并谨慎决策。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人（包括本公司客户及员工）不得以任何形式复制、发表、引用或传播。

本报告由财信证券研究发展中心对许可范围内人员统一发送，任何人不得在公众媒体或其它渠道对外公开发布。任何机构和个人（包括本公司内部客户及员工）对外散发本报告的，则该机构和个人独自为此发送行为负责，本公司保留对该机构和个人追究相应法律责任的权利。

## 财信证券研究发展中心

网址：www.cfzq.com

地址：湖南省长沙市芙蓉中路二段 80 号顺天国际财富中心 28 层

邮编：410005

电话：0731-84403360

传真：0731-84403438