

传媒

报告原因：定期报告

2021年5月10日

行业月度策略

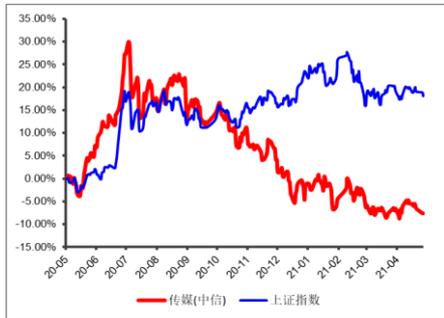
五一档电影票房超预期，影视内容加强版权保护进行时

维持评级

看好

行业研究/定期报告

传媒行业近一年市场表现



分析师：徐雪洁

执业登记编码：S0760516010001

邮箱：xuxuejie@sxzq.com

地址：太原市府西街 69 号国贸中心 A 座 3 层

山西证券股份有限公司

http://www.i618.com.cn

报告要点

- 市场回顾：**2021年4月中信传媒行业区间涨跌幅为2.41%，互联网媒体行业领涨，涨幅8.27%，广告营销、文化娱乐、媒体分别上涨5.03%、1.39%、-2.12%。69家上市公司收涨，中广天择、文投控股、游族网络涨幅30%以上居行业前列，祥源文化、吉比特等涨幅达20%以上。
- 行业数据月报：**【电影】4月累计票房达24.96亿元，放映场次1.442万场，观影人次6861.4万人。【移动应用】微信、支付宝、手机淘宝、拼多多、抖音、爱奇艺、QQ、腾讯视频、百度、微博3月月活排名前10位；抖音、爱奇艺、腾讯视频、快手、优酷视频、芒果TV、西瓜视频、哔哩哔哩、快手极速版、抖音火山版位列3月视频类应用月活用户前10位。【手游】App Annie3月下载榜前10名变动较大，其中青瓷《提灯与地下城》位列第5名，排名大幅上升；Sensor Tower3月榜单增长最快的产品为三七互娱《Puzzles & Survival》收入环比增长44.6%，排名进一步上升9位至第16名。【广告】2月广告市场花费同比增长68.4%，环比减少5.6%。【图书】3月《三体》重回开卷虚构类畅销书排行榜榜首，《你当像鸟飞往你的山》蝉联非虚构榜首，《小狗钱钱》2月少儿畅销的第5名上升至第1名。
- 行业新闻回顾：**逾70家影视传媒单位企业声明：呼吁短视频平台提升版权保护意识。超70家影视传媒单位联合倡议：立即清理未经授权短视频。国家电影局：加强电影版权保护，依法打击短视频侵权盗版行为。芒果超媒：会员提价已成为趋势，今年会考虑进行提价。优酷宣布与Discovery达成合作。腾讯平台与内容事业群宣布进行新一轮组织架构和人事调整。字节跳动成立音乐事业部，4条业务线并进赛马。喜马拉雅向美SEC公开提交IPO申请。
- 投资建议：**4月传媒板块整体表现较为平稳，动漫、互联网影视音频、其他广告营销涨幅领先。截至5月7日板块整体估值为21.23倍，较月初变化不大，低于五年均值32.26倍和五年中值30.62倍。细分行业中出版、互联网广告营销、游戏目前估值低于行业整体，其他广告营销、互联网影视音频等行业处于近一年的估值低位，影视、其他文化娱乐、动漫行业估值相对较高，但也低于行业自身近一年均值和中值水平。2021年4月底上市公司已经完成了2020年报及2021年一季报的披露。由于2020年疫情给线上线下文娱消费行业带来的影响程度与持续性不同，导致疫情后不同行业恢复正常生产经营的进度存在差异，使得细分行业全年业绩及增速表现分化。整体来看，随着国内疫情影响的结束，我们维持年度投资策略逻辑，即线下娱乐消费围绕复苏逻辑，关注产业数据的边际改善；线上娱乐消费回归精品化内容生产与精细化用户运营逻辑，关注产品驱动下用户付费意愿不断提升。重点关注标的包括：吉比特、芒果超媒、三七互娱、完美世界、光线传媒、横店影视、中信出版等。
- 风险提示：**政策变动及监管对行业发展趋势转变的风险；单个文化产品收益波动性；新作品上线进展不及预期等。



目录

1. 行业市场表现	5
2. 行业数据月报	8
2.1 电影数据	8
2.2 剧集及综艺数据	10
2.3 移动应用数据	12
2.4 移动游戏数据	13
2.5 广告市场数据	16
2.6 图书零售数据	17
3. 行业新闻回顾	19
4. 投资建议	20
5. 风险提示	26

图表目录

图 1：2021 年 4 月行业月涨跌幅（%）	5
图 2：2021 年初至 4 月底行业涨跌幅（%）	5
图 3：传媒二级行业 2021 年 4 月份涨跌幅（%）	6
图 4：传媒三级行业 2021 年 4 月份涨跌幅（%）	6
图 5：传媒二级行业 2021 年涨跌幅（%）	6
图 6：传媒三级行业 2021 年涨跌幅（%）	6
图 7：4 月传媒及子板块资金流向（亿元）	8
图 8：2021 年 4 月单日票房走势（万元）	8
图 9：2021 年 4 月单日放映场次走势（万场）	8
图 10：2021 年 4 月单日观影人次走势（万人）	9
图 11：2021 年 4 月城市票房占比	9
图 12：2021 年 5 月 7 日黄金档卫视电视剧收视率	10
图 13：2021 年 5 月 7 日卫视晚间节目收视率	10
图 14：2021 年 5 月 8 日黄金档卫视电视剧收视率	11
图 15：2021 年 5 月 8 日卫视晚间节目收视率	11
图 16：2021 年 3 月移动应用活跃用户 TOP10	12



图 17: 2021 年 3 月移动视频应用活跃用户 TOP10.....	13
图 18: 2021 年 3 月国内 IOS 游戏产品下载及收入排名.....	13
图 19: 2021 年 3 月中国手游出海下载（左）与收入（右）.....	14
图 20: 2021 年 3 月中国游戏发行商全球收入排名 TOP30.....	15
图 21: 2021 年 4 月游戏大盘投放素材趋势.....	15
图 22: 2021 年 4 月游戏投放公司数量趋势.....	15
图 23: 2021 年 4 月买量产品榜 TOP50.....	16
图 24: 2021 年 4 月买量公司榜 TOP50.....	16
图 25: 2021 年 2 月中国广告市场刊例花费增速.....	16
图 26: 2021 年 2 月中国广告市场刊例花费各媒介刊例花费增速.....	17
图 27: 2021 年 2 月中国广告市场电梯 LCD, 电梯海报, 影院广告刊例花费增速及投放 TOP5 行业.....	17
图 28: 近五年传媒板块市盈率变动情况.....	21
图 29: 近三年传媒上市公司营业收入情况.....	22
图 30: 近三年传媒上市公司归母净利润情况.....	22
图 31: 单季度传媒上市公司营业收入情况.....	22
图 32: 单季度传媒上市公司归母净利润情况.....	22
图 33: 细分行业 2020 年营业收入同比增速对比.....	23
图 34: 细分行业 2020 年归母净利润同比增速.....	23
图 35: 20Q1-21Q1 各季度营业收入同比增速.....	23
图 36: 20Q1-21Q1 各单季度归母净利润同比增速.....	23
图 37: 2021 年五一档电影票房.....	24
图 38: 2021 年五一档电影观影人次.....	24
图 39: 2021 年五一档票房 TOP10 院线市占率.....	25
图 40: 2021 年五一档票房 TOP10 影投市占率.....	25
表 1: 4 个月个股涨跌幅统计 (%).....	7
表 2: 2021 年个股涨跌幅统计 (%).....	7
表 3: 4 个月个股资金流向统计 (亿元).....	7
表 4: 2021 年 4 月院线及影投公司票房 TOP10.....	9
表 5: 2021 年 4 月单片票房 TOP10 影片.....	9
表 6: 2021 年 4 月网络剧播映指数排名.....	11
表 7: 2021 年 4 月网综播映指数排名.....	11

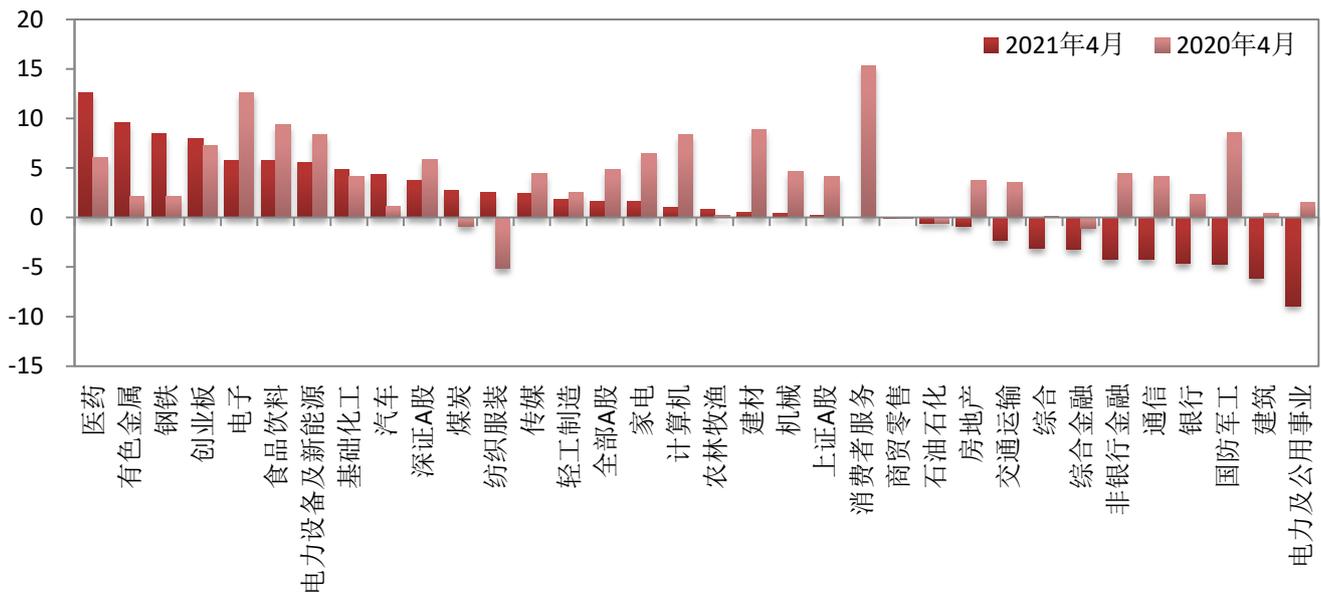


表 8：2021 年 3 月零售渠道虚构类畅销图书 TOP10	18
表 9：2021 年 3 月零售渠道非虚构类畅销图书 TOP10	18
表 10：2021 年 3 月零售渠道少儿类畅销图书 TOP10	19
表 11：近一年三级子行业市盈率统计情况.....	21
表 12：2021 年五一档单片票房 TOP10 影片	24

1. 行业市场表现

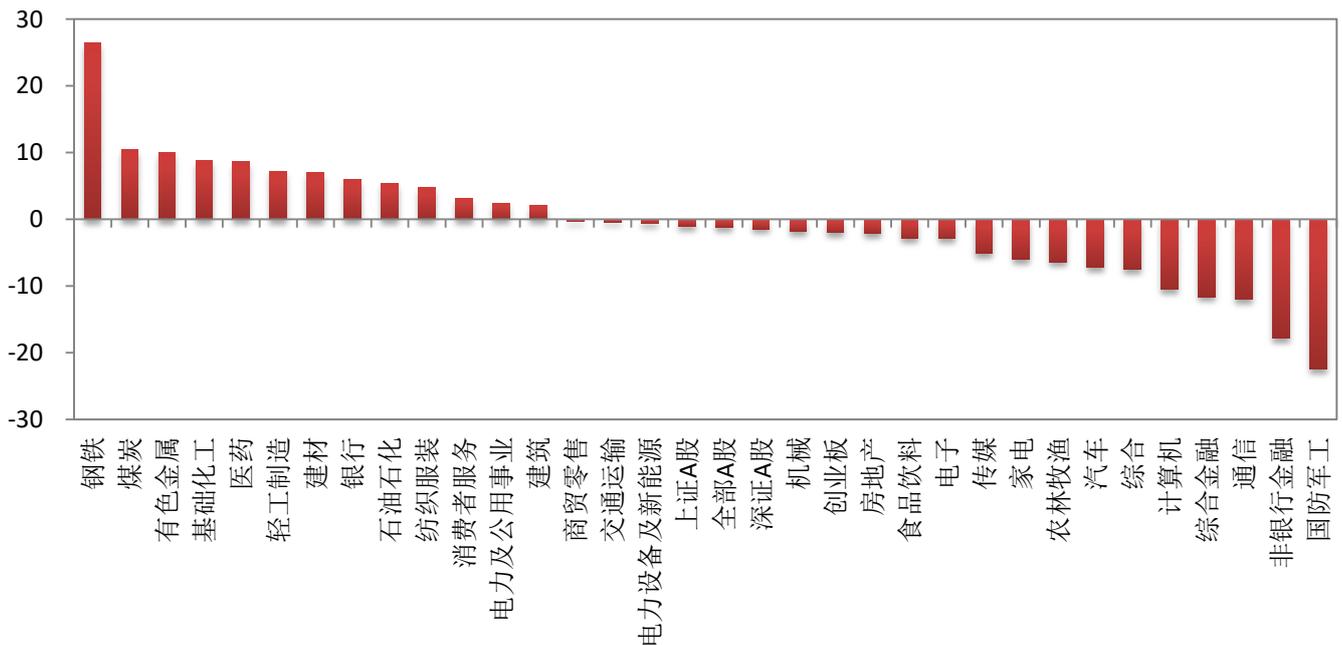
2021年4月，上证A股总市值加权平均的区间涨跌幅为0.27%，深证A股区间涨跌幅为3.78%，创业板区间涨跌幅为7.98%，CS传媒行业区间涨跌幅为2.41%，与去年同期传媒行业涨跌幅为4.41%，自2021年初至4月底，CS传媒区间涨跌幅-5.16%。

图1：2021年4月行业月涨跌幅（%）



资料来源：wind，山西证券研究所

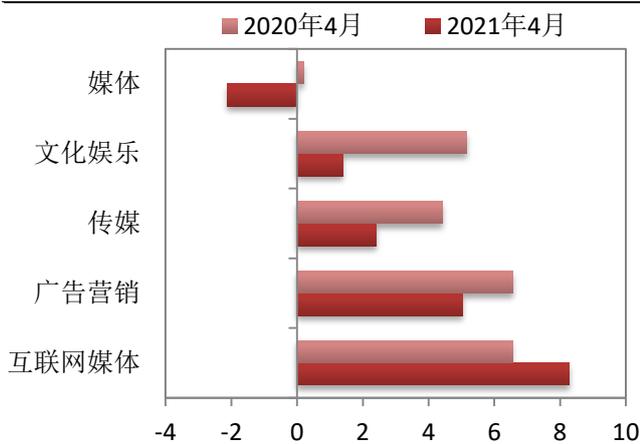
图2：2021年初至4月底行业涨跌幅（%）



资料来源：wind，山西证券研究所

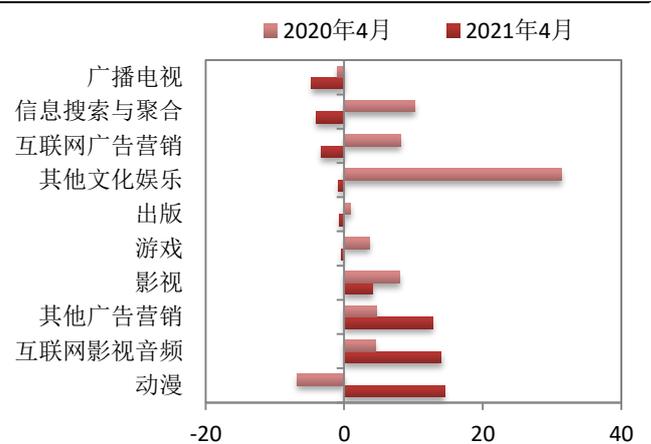
4月传媒二级子行业中互联网媒体行业领涨，涨幅8.27%，广告营销、文化娱乐、媒体分别上涨5.03%、1.39%、-2.12%。三级子行业中动漫、互联网影视音频、其他广告营销领涨，涨幅分别为14.47%、14.02%、12.82%，影视行业涨幅4.07%；其余三级子行业4月累计下跌，广播电视跌幅较深，为-4.69%，游戏、出版、其他文化娱乐、互联网广告营销、信息搜索与聚合跌幅分别为-0.37%、-0.66%、-0.80%、-3.34%、-4.06%。2021年初至4月末，动漫、其他广告营销、影视、出版分别上涨8.20%、5.20%、3.57%、2.37%，游戏、互联网广告营销下跌13.94%、10.66%。

图3：传媒二级行业2021年4月份涨跌幅（%）



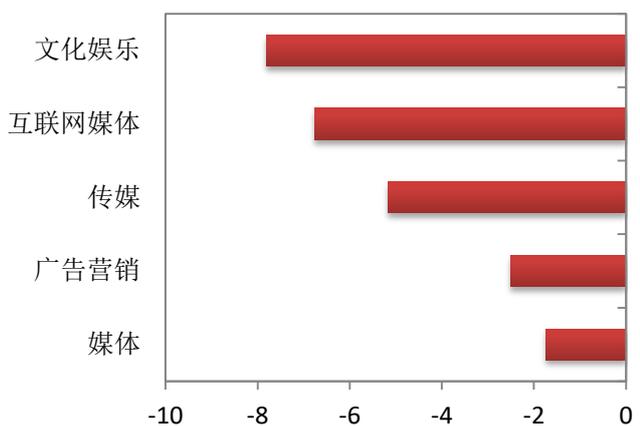
资料来源：wind，山西证券研究所

图4：传媒三级行业2021年4月份涨跌幅（%）



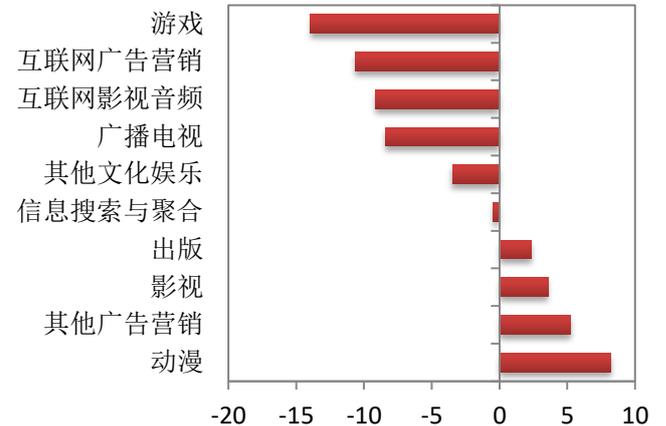
资料来源：wind，山西证券研究所

图5：传媒二级行业2021年涨跌幅（%）



资料来源：wind，山西证券研究所

图6：传媒三级行业2021年涨跌幅（%）



资料来源：wind，山西证券研究所

个股方面，4月传媒行业中69家上市公司收涨，中广天择、文投控股、游族网络涨幅30%以上居行业前列，祥源文化、吉比特等涨幅达20%以上；*st众应、三人行、st三五、*st当代、昆仑万维等4月跌幅25%以上，跌幅居前。年初至4月底，祥源文化、盛迅达、力盛赛车、大晟文化、*st当代等公司涨幅在40%以上，*st数知、*st众应、st联建、st三五、三人行等跌幅居前。

表 1：4 月个股涨跌幅统计（%）

4 月份涨幅前十的个股			4 月份跌幅前十的个股		
代码	简称	涨跌幅	代码	简称	涨跌幅
603721.SH	中广天择	35.63	002464.SZ	*ST 众应	-39.63
600715.SH	文投控股	35.55	605168.SH	三人行	-24.92
002174.SZ	游族网络	30.43	300051.SZ	ST 三五	-24.88
600576.SH	祥源文化	25.44	000673.SZ	*ST 当代	-24.31
603444.SH	吉比特	23.06	300418.SZ	昆仑万维	-21.76
000835.SZ	*ST 长动	22.60	300071.SZ	*ST 嘉信	-20.37
300518.SZ	盛讯达	22.25	002619.SZ	*ST 艾格	-19.75
300413.SZ	芒果超媒	17.09	300038.SZ	*ST 数知	-19.52
002027.SZ	分众传媒	16.16	300315.SZ	掌趣科技	-16.60
600136.SH	当代文体	15.28	002131.SZ	利欧股份	-16.33

资料来源：wind，山西证券研究所

表 2：2021 年个股涨跌幅统计（%）

年涨幅前十的个股			年跌幅前十的个股		
代码	简称	涨跌幅	代码	简称	涨跌幅
600576.SH	祥源文化	77.65	300038.SZ	*ST 数知	-46.13
300518.SZ	盛讯达	50.00	002464.SZ	*ST 众应	-43.70
002858.SZ	力盛赛车	46.63	300269.SZ	ST 联建	-40.34
600892.SH	大晟文化	41.92	300051.SZ	ST 三五	-38.10
000673.SZ	*ST 当代	40.32	605168.SH	三人行	-35.61
603721.SH	中广天择	38.28	300299.SZ	富春股份	-32.76
600715.SH	文投控股	36.44	300770.SZ	新媒股份	-31.45
000835.SZ	*ST 长动	35.03	002624.SZ	完美世界	-30.85
601949.SH	中国出版	30.44	002555.SZ	三七互娱	-29.97
002315.SZ	焦点科技	23.34	300805.SZ	电声股份	-29.76

资料来源：wind，山西证券研究所

资金流向方面，传媒行业 4 月资金净流出 143.24 亿元，各子板块均为资金净流出，其中文化娱乐板块资金净流出额最大。4 月芒果超媒、分众传媒、智度股份、华扬联众、美盛文化等个股区间机构净流入金额较大，昆仑万维、省广集团、世纪华通、利欧股份、万达电影等个股区间净流出金额较大。

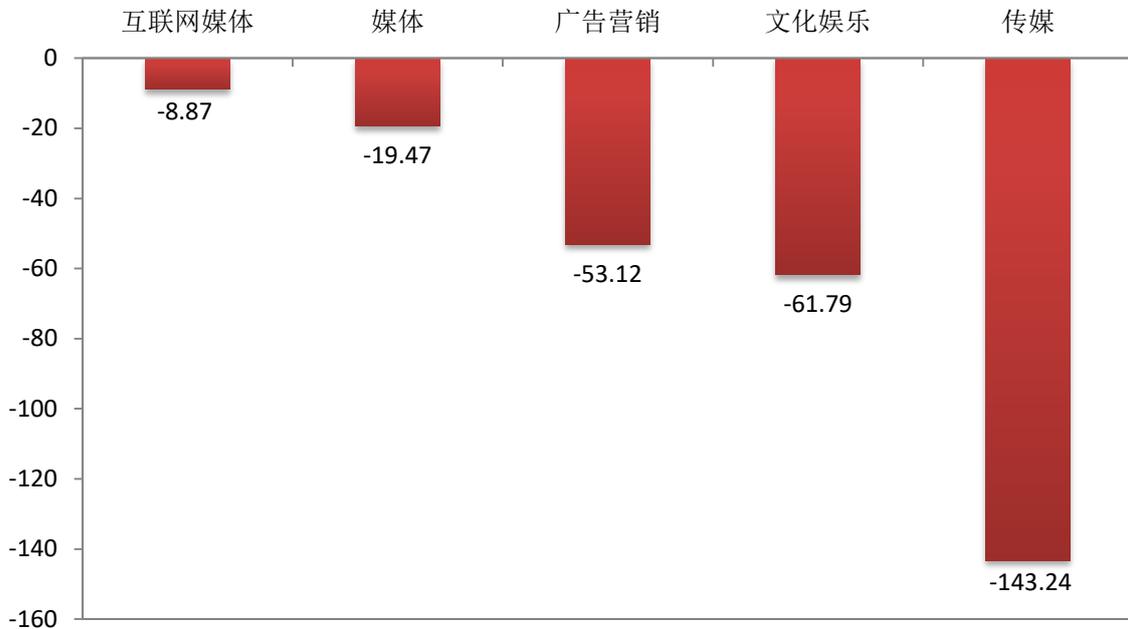
表 3：4 月个股资金流向统计（亿元）

证券代码	证券简称	区间净流入额	证券代码	证券简称	区间净流出额
300413.SZ	芒果超媒	3.6788	300418.SZ	昆仑万维	-4.4123
002027.SZ	分众传媒	3.3798	002400.SZ	省广集团	-4.3721
000676.SZ	智度股份	1.5406	002602.SZ	世纪华通	-4.2506
603825.SH	华扬联众	1.1682	002131.SZ	利欧股份	-3.5696
002699.SZ	美盛文化	1.1428	002739.SZ	万达电影	-2.5860
002103.SZ	广博股份	0.9152	002555.SZ	三七互娱	-2.5080
601999.SH	出版传媒	0.6188	300315.SZ	掌趣科技	-2.1636

000892.SZ	欢瑞世纪	0.5569	002624.SZ	完美世界	-1.6902
300133.SZ	华策影视	0.5133	002425.SZ	凯撒文化	-1.2779
000607.SZ	华媒控股	0.5132	002168.SZ	惠程科技	-1.2669

资料来源：wind，山西证券研究所

图 7：4 月传媒及子板块资金流向（亿元）



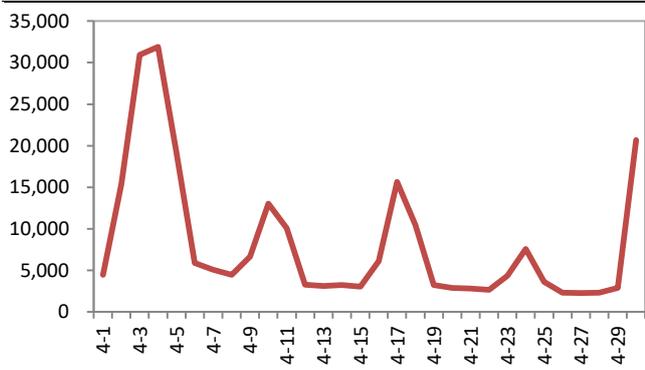
资料来源：wind，山西证券研究所

2. 行业数据月报

2.1 电影数据

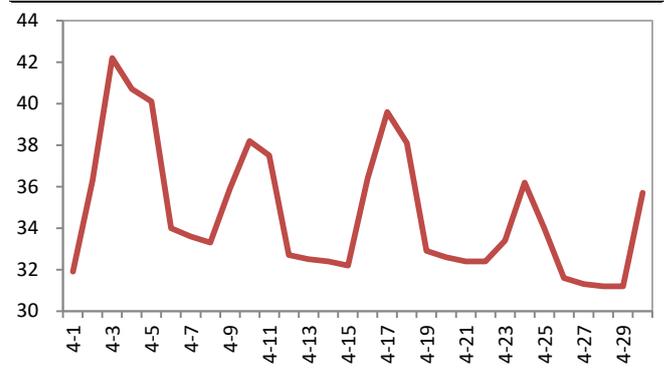
电影市场 4 月累计票房达 24.96 亿元，放映场次 1044.2 万场，观影人次 6861.4 万人。本月电影市场整体表现平淡，优质影片上映数量较少，主要集中于月末的五一档，对比 2019 年同期，月票房达 47.23 亿元，观影人次为 1.12 亿人。一线至四线城市票房分别为 3.80 亿、9.47 亿、3.71 亿、6.33 亿元。

图 8：2021 年 4 月单日票房走势（万元）



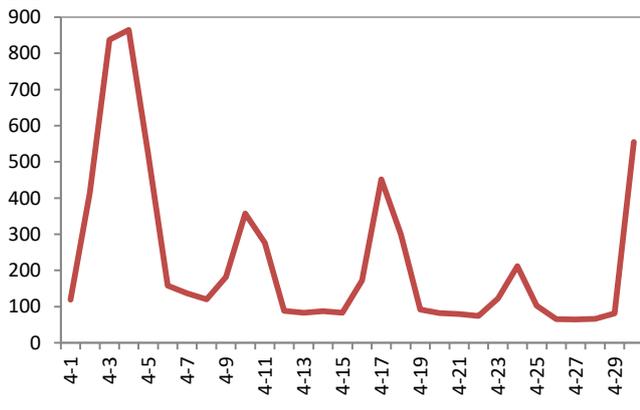
资料来源：猫眼电影专业版，山西证券研究所

图 9：2021 年 4 月单日放映场次走势（万场）



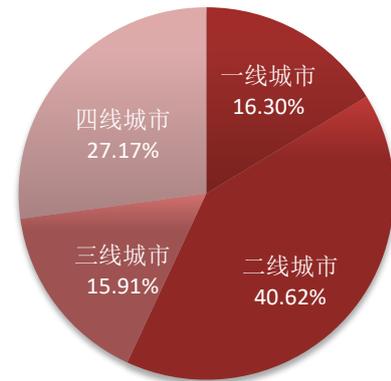
资料来源：猫眼电影专业版，山西证券研究所

图 10：2021 年 4 月单日观影人次走势（万人）



资料来源：猫眼电影专业版，山西证券研究所

图 11：2021 年 4 月城市票房占比



资料来源：猫眼电影专业版，山西证券研究所

4 月全国票房 TOP10 院线分别为万达院线、广东大地、中影数字、上海联和、中影南方、横店影视、金逸影视、中影星美、幸福蓝海、华夏联合，其中万达院线票房 3.45 亿、观影人次 999 万领跑行业，TOP10 院线中观影人次未有突破千万人次。影投票房 TOP10 分别为万达院线、大地影院、横店影视、CGV 影城、金逸影视、中影投资、星轶影城、博纳影业、幸福蓝海、百老汇，其中万达院线票房 3.29 亿、观影 957 万人次领先影投公司，其余 TOP 10 影投公司仅有大地影院票房过亿。

表 4：2021 年 4 月院线及影投公司票房 TOP10

院线名称	票房/亿元	观影人次/万	场均人次	影投公司	票房/亿元	观影人次/万	场均人次
万达院线	3.45	999	10	万达院线	3.29	957	10
广东大地	2.17	680	6	大地影院	1.13	347	7
中影数字	1.75	543	5	横店影视	0.87	273	6
上海联和	1.64	451	7	CGV 影城	0.61	153	9
中影南方	1.62	506	6	金逸影视	0.52	153	8
横店影视	1	315	6	中影投资	0.51	159	9
金逸影视	0.97	295	7	星轶影城	0.38	111	8
中影星美	0.9	278	6	博纳影业	0.37	114	7
幸福蓝海	0.86	265	6	幸福蓝海	0.34	92	8
华夏联合	0.81	248	6	百老汇	0.32	65	11

数据来源：猫眼电影专业版，山西证券研究所

4 月单片票房 TOP5 影片分别为《哥斯拉大战金刚》《你好，李焕英》《阿凡达》《人潮汹涌》《唐人街探案 3》，其中《哥斯拉大战金刚》《你好，李焕英》单月票房过 5 亿，后者累计票房达 53.81 亿元，重映的《阿凡达》录得 3.4 亿票房，累计票房达 16.83 亿元。

表 5：2021 年 4 月单片票房 TOP10 影片

影片名称	票房/万元	票房占比	平均票价	场均人次
我的姐姐	85439	34.23%	37	9
哥斯拉大战金刚	63336	25.38%	37	8

名侦探柯南：绯色的子弹	18382	7.36%	33	5
你的婚礼	14195	5.69%	37	29
西游记之再世妖王	10705	4.29%	33	6
第十一回	7384	2.96%	38	5
八月未央	6781	2.72%	32	4
悬崖之上	6122	2.45%	38	24
指环王：护戒使者	5721	2.29%	38	5
指环王：双塔奇兵	4164	1.67%	37	5

数据来源：猫眼电影专业版，山西证券研究所

2.2 剧集及综艺数据

2021年5月7日59城省级卫视黄金档电视剧收视排行榜前五分别为上海东方卫视《啊摇篮》收视率2.288%，市场份额8.16%；江苏卫视《号手就位》收视率1.954%，市场份额7.04%；北京卫视《啊摇篮》收视率1.863%，市场份额6.64%；湖南卫视《八零九零》收视率1.781%，市场份额6.44%；浙江卫视《号手就位》收视率1.771%，市场份额6.41%。59城省级卫视晚间节目收视排行前五分别为湖南卫视《向往的生活》、浙江卫视《奔跑吧》、湖南卫视《谁是宝藏歌手》，江苏卫视致敬百年风华》。

图 12：2021 年 5 月 7 日黄金档卫视电视剧收视率

排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	上海东方卫视	啊摇篮	2.288	8.16
2	江苏卫视	号手就位	1.954	7.04
3	北京卫视	啊摇篮	1.863	6.64
4	湖南卫视	八零九零	1.781	6.44
5	浙江卫视	号手就位	1.771	6.41
6	深圳卫视(新闻综合频道)	暴风眼	0.725	2.6
7	广东卫视	啊摇篮	0.698	2.13
8	安徽卫视	山海情	0.402	1.44
9	黑龙江卫视	我的不惑青春	0.4	1.43
10	重庆卫视	局中人	0.152	0.54
11	天津卫视	鲜花盛开的山村	0.15	0.54
12	东南卫视	爱的厘米	0.136	0.49
13	湖北卫视	猎狐	0.118	0.42
14	山东卫视	大江大河2	0.118	0.42
15	河北广播电视台卫视频道	巡回检察组	0.105	0.37
16	四川卫视	刑警之海外行动	0.1	0.36
17	江西卫视	红色摇篮	0.095	0.34
18	贵州卫视	太行山上	0.083	0.3
19	辽宁卫视	山海情	0.068	0.24
20	陕西卫视	父母爱情	0.067	0.24
中央	中央电视台综合频道	绝密使命	0.868	3.17

资料来源：@卫视小露电

图 13：2021 年 5 月 7 日卫视晚间节目收视率

排名	名称	频道	开始时间	结束时间	类别	收视率%	市场份额%
1	向往的生活桃花源	湖南卫视	22:02:16	23:56:02	综艺	2.744	20.84
2	奔跑吧	浙江卫视	20:38:04	22:14:51	综艺	2.538	9.90
3	谁是宝藏歌手	湖南卫视	20:18:37	22:01:20	综艺	2.060	7.66
4	追星星的人	浙江卫视	22:16:24	23:24:01	综艺	1.499	10.58
5	致敬百年风华	江苏卫视	20:35:10	21:22:22	专题	1.041	3.69
6	中国蓝的午夜书香之夜	北京卫视	21:09:36	21:33:17	综艺	0.948	3.53
7	星光时刻	浙江卫视	23:24:01	23:36:16	综艺	0.909	10.07
8	闪闪发光的你	江苏卫视	21:22:22	22:45:05	综艺	0.866	4.09
9	中国蓝的午夜	北京卫视	21:34:02	22:16:37	综艺	0.673	2.98
10	东方有大海	上海东方卫视	21:21:49	21:33:45	生活服务	0.536	2.05
11	美味好功夫	广东卫视	21:18:09	22:41:23	生活服务	0.339	1.56
12	东方大看台	上海东方卫视	21:34:30	22:56:31	生活服务	0.304	1.58
13	直播港澳台	深圳卫视(深圳卫视综合频道)	22:17:45	23:17:05	新闻/时事	0.239	1.66
14	向往的生活桃花源	湖南卫视	23:58:25	1:38:06	综艺	0.194	8.72
15	中国蓝的午夜书香之夜	北京卫视	22:18:07	22:41:49	综艺	0.153	0.93
16	新闻十分第二季	深圳卫视(深圳卫视综合频道)	21:30:15	22:04:55	专题	0.157	0.66
17	老广的味道第六季	广东卫视	22:43:38	22:57:39	专题	0.141	1.02
18	新成剧剧风	山东卫视	21:23:41	21:38:40	生活服务	0.134	0.52
19	新相亲大会	江苏卫视	22:45:05	23:57:27	综艺	0.133	1.31
20	金牌调解	江西卫视	22:00:09	22:40:44	婚恋服务	0.119	0.64
21	奔跑吧	浙江卫视	23:44:13	1:31:45	综艺	0.110	3.89
22	中国蓝的午夜	北京卫视	22:42:34	23:25:09	综艺	0.100	0.82
23	花开富贵中国红	四川卫视	21:19:50	21:42:43	综艺	0.099	0.39
24	幸福私房菜	黑龙江卫视	21:29:36	22:13:11	生活服务	0.097	0.42
25	湖北10分	湖北卫视	21:09:56	21:19:56	新闻/时事	0.094	0.34

资料来源：@卫视小露电

2021年5月8日59城省级卫视黄金档电视剧收视排行榜前五分别为上海东方卫视《啊摇篮》收视率2.151%，市场份额7.91%；湖南卫视《八零九零》收视率1.864%，市场份额6.79%；江苏卫视《号手就位》收视率1.851%，市场份额6.81%；北京卫视《啊摇篮》收视率1.753%，市场份额6.50%；浙江卫视《号手就位》收视率1.622%，市场份额5.96%。59城省级卫视晚间节目收视排行前五分别为浙江卫视《为歌而赞》，上海东方卫视《金曲青春》《金曲青春后传》，湖南卫视《妈妈你真好》，江苏卫视《非诚勿扰》。

图 14：2021 年 5 月 8 日黄金档卫视电视剧收视率

CSM59 4+ 2021年5月8日周六省级卫视黄金档电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	上海东方卫视	啊摇篮	2.151	7.91
2	湖南卫视	八零九零	1.864	6.79
3	江苏卫视	号手就位	1.851	6.81
4	北京卫视	啊摇篮	1.753	6.5
5	浙江卫视	号手就位	1.622	5.96
6	深圳卫视(新闻综合频道)	暴风眼	0.878	3.16
7	广东卫视	啊摇篮	0.497	1.84
8	安徽卫视	山海情	0.495	1.78
9	黑龙江卫视	我的不惑青春	0.356	1.28
10	山东卫视	长歌行	0.15	0.76
11	重庆卫视	柳中人	0.144	0.52
12	湖北卫视	猎脚	0.132	0.47
13	辽宁卫视	二叔	0.118	0.63
14	东南卫视	爱的厘米	0.113	0.41
15	贵州卫视	太行山上	0.106	0.38
16	河北广播电视台卫视频道	巡回检察组	0.102	0.36
17	山东卫视	大江大河二	0.099	0.36
18	江西卫视	红色摇篮	0.098	0.35
19	天津卫视	鲜花盛开的山村	0.094	0.34
20	四川卫视	刑警之海外行动	0.081	0.29
中央	中央电视台综合频道	绝密使命	0.941	3.38

资料来源：@卫视小露电

图 15：2021 年 5 月 8 日卫视晚间节目收视率

CSM59 4+ 2021年5月8日(周六) 晚间自办节目							
排名	名称	频道	开始时间	结束时间	类别	收视率%	市场份额%
1	为歌而赞	浙江卫视	20:35:04	22:08:12	综艺	2.315	8.71
2	金曲青春	上海东方卫视	20:27:49	21:48:00	综艺	1.998	7.26
3	金曲青春后传	上海东方卫视	21:48:00	22:00:14	综艺	1.995	8.25
4	妈妈你真好看	湖南卫视	21:59:29	23:42:29	综艺	1.963	13.69
5	非诚勿扰	江苏卫视	20:31:01	22:16:09	综艺	1.603	6.13
6	大观星北京	北京卫视	20:17:41	21:03:09	综艺	1.302	4.58
7	快乐大本营	湖南卫视	20:28:29	21:58:42	综艺	1.163	4.29
8	大观星北京啊摇篮	北京卫视	21:03:09	21:17:41	综艺	1.076	3.86
9	中国新相亲4	上海东方卫视	22:00:24	22:52:43	综艺	0.839	4.68
10	中国新相亲4后援	上海东方卫视	22:52:43	23:17:24	综艺	0.493	4.20
11	为歌而赞	浙江卫视	22:16:10	23:52:19	综艺	0.380	3.10
12	婆婆和妈妈第二季	北京卫视	21:19:10	21:46:30	综艺	0.332	1.27
13	妈妈你真好看	湖南卫视	23:44:18	1:17:01	综艺	0.320	8.61
14	直播港澳台	深圳卫视(新闻综合频道)	22:26:01	23:25:05	新闻/时事	0.307	2.34
15	我靠女演员	江苏卫视	22:17:15	23:39:16	综艺	0.291	2.24
16	偶像中国我们的一百年	深圳卫视(新闻综合频道)	21:19:00	22:12:20	专题	0.270	1.09
17	美好生活欢乐送	广东卫视	20:20:39	21:17:53	综艺	0.199	0.70
18	婆婆和妈妈第二季欢喜时刻	北京卫视	21:46:30	22:40:10	综艺	0.193	0.95
19	晚间报道	深圳卫视(新闻综合频道)	22:15:00	22:25:05	新闻/时事	0.160	0.84
20	中国新相亲4	上海东方卫视	23:17:34	0:09:53	综艺	0.142	1.94
21	金牌舞林	江西卫视	22:00:00	22:43:43	综艺	0.127	0.68
22	奋进中国	安徽卫视	21:27:10	22:17:55	生活服务	0.118	1.33
23	婆婆和妈妈第二季欢喜时刻	北京卫视	23:09:30	0:03:10	综艺	0.106	0.83
24	婆婆和妈妈第二季	北京卫视	22:42:11	23:09:30	综艺	0.107	0.83
25	有请主角儿	辽宁卫视	21:14:06	21:59:36	专题	0.100	0.39

资料来源：@卫视小露电

艺恩咨询数据显示，2021 年 4 月，《长歌行》以播映指数 77.5、20.5 亿次播放量排名网剧第一，第二位是《山河令》，第三位为《司藤》，播映指数前十的网剧中有 4 部为独播，腾讯视频与优酷视频各占 2 部。

表 6：2021 年 4 月网络剧播映指数排名

剧集名称	播映指数	播放量	平台
长歌行	77.5	20.5 亿	腾讯视频
山河令	73.8	--	优酷视频
司藤	71.9	4.9 亿	腾爱优
你是我的城池堡垒	68.0	6.6 亿	腾爱优
骊歌行	65.7	4.0 亿	爱腾
良辰美景好时光	64.5	5.7 亿	爱腾
风暴舞	62.6	0.9 亿	腾爱优
十二谭	61.0	--	优酷视频
大宋宫词	58.6	4.5 亿	腾爱优
锦心似玉	57.7	8.1 亿	腾讯视频

资料来源：艺恩咨询，山西证券研究所

网综方面，2021 年 4 月玄修节目《创造营 2021》《青春有你 3》播映指数排名前 2 位，目前《青春有你 3》已停播；其余头部热门网综中以芒果 RV 独播自制节目数量最多，包括《乘风破浪的姐姐 2》《妻子的浪漫旅行 5》《婆婆和妈妈 2》《听姐说》4 部，腾讯视频包括 3 部，分别为《创造营 2021》《恰好是少年》《吐槽大会 5》。

表 7：2021 年 4 月网综播映指数排名

综艺名称	播映指数	播放量	平台
创造营 2021	71.6	22.2 亿	腾讯视频
青春有你 3	70.0	--	爱奇艺

恰好是少年	62.8	1.7 亿	腾讯视频
乘风破浪的姐姐 2	57.5	10.2 亿	芒果 TV
妻子的浪漫旅行 5	56.3	8.9 亿	芒果 TV
婆婆和妈妈 2	51.8	6.1 亿	芒果 TV
我的小尾巴	51.2	--	爱奇艺
听姐说	49.3	4.7 亿	芒果 TV
锵锵行天下 2	47.8	--	优酷视频
吐槽大会 5	47.4	3.4 亿	腾讯视频

资料来源：艺恩咨询，山西证券研究所

2.3 移动应用数据

Analysys 易观数据显示，截至 2021 年 3 月移动应用数据月活跃用户排名，微信、支付宝、手机淘宝、拼多多、抖音、爱奇艺、QQ、腾讯视频、百度、微博排名前 10 位；月活用户环比增幅 0.08%、0.96%、8.99%、0.00%、-1.96%、-4.73%、-0.91%、-4.10%、-0.86%、1.21%。

图 16：2021 年 3 月移动应用活跃用户 TOP10

排名	APP	领域	所属行业	开发商	活跃人数(万)	环比增幅(%)
1	微信	通讯	即时通讯	深圳市腾讯计算机系统有...	100,045.63 ↑	0.08 %
2	支付宝	金融	支付	支付宝(中国)网络技术...	85,295.41 ↑	0.96 %
3	手机淘宝	移动购物	综合电商	淘宝(中国)软件有限公司	84,580.62 ↑	8.99 %
4	拼多多	移动购物	社交电商	上海寻梦信息技术有限公司	72,207.97 ↑	0.00 %
5	抖音	视频	短视频综...	北京微播视界科技有限公司	67,742.03 ↓	-1.96 %
6	爱奇艺	视频	综合视频	北京爱奇艺科技有限公司	64,279.88 ↓	-4.73 %
7	QQ	通讯	即时通讯	深圳市腾讯计算机系统有...	63,877.60 ↓	-0.91 %
8	腾讯视频	视频	综合视频	深圳市腾讯计算机系统有...	55,820.37 ↓	-4.10 %
9	百度	资讯	信息流资讯	百度在线网络技术(北京...	49,496.32 ↓	-0.86 %
10	微博	社交	社交网络	新浪网技术(中国)有限...	46,811.08 ↑	1.21 %

资料来源：Analysys 易观

Analysys 易观数据显示，截至 2021 年 3 月移动视频类应用月活跃用户排名，抖音、爱奇艺、腾讯视频、快手、优酷视频、芒果 TV、西瓜视频、哔哩哔哩、快手极速版、抖音火山版排名前 10 位；月活用户环比变动-1.96%、-4.73%、-4.10%、-7.07%、1.65%、-11.71%、-2.10%、-3.49%、-0.51%、-6.66%。

图 17：2021 年 3 月移动视频应用活跃用户 TOP10

排名	APP	领域	所属行业	开发商	活跃人数(万) ↕	环比增幅(%) ↕
1	抖音	视频	短视频综...	北京微播视界科技有限公司	67,742.03 ↓	-1.96 %
2	爱奇艺	视频	综合视频	北京爱奇艺科技有限公司	64,279.88 ↓	-4.73 %
3	腾讯视频	视频	综合视频	深圳市腾讯计算机系统有...	55,820.37 ↓	-4.10 %
4	快手	视频	短视频综...	北京快手科技有限公司	42,746.03 ↓	-7.07 %
5	优酷视频	视频	综合视频	优酷信息技术(北京)有...	25,142.80 ↑	1.65 %
6	芒果TV	视频	综合视频	湖南快乐阳光互动娱乐传...	17,102.25 ↓	-11.71 %
7	西瓜视频	视频	短视频聚...	北京字节跳动科技有限公司	16,911.07 ↓	-2.10 %
8	哔哩哔哩	视频	垂直视频	上海宽娱数码科技有限公司	15,855.63 ↓	-3.49 %
9	快手极速版	视频	短视频综...	北京快手科技有限公司	13,593.49 ↓	-0.51 %
10	抖音火山版	视频	短视频综...	北京微播视界科技有限公司	12,309.91 ↓	-6.66 %

资料来源：Analysys 易观

2.4 移动游戏数据

App Annie 3 月中国 iOS 手游榜更新，3 月中国游戏下载榜前 10 名变动较大，多款游戏排名上升幅度较大，其中青瓷《提灯与地下城》位列第 5 名，3 月排名大幅上升；紫龙游戏新产品《天地劫：幽城再临》上榜排名第 9 名，《开心消消乐》《原神》及《水排序拼图》等排名上升 10 位以上。3 月中国游戏收入榜排名变化较小，前 4 名《王者荣耀》《和平精英》《三国志·战略版》《梦幻西游》排名未变，《原神》《万国觉醒》《一念逍遥》《大话西游》排名均上升 1 名，《天地劫：幽城再临》新晋前榜单第 8 位。

图 18：2021 年 3 月国内 iOS 游戏产品下载及收入排名

 **中国大陆热门游戏**
iOS App Store, 2021 年 3 月

排名	图标	名称	与上月相比排名变化	排名	图标	名称	与上月相比排名变化
1		王者荣耀	-	1		王者荣耀	-
2		和平精英	-	2		和平精英	-
3		欢乐斗地主	4 ▲	3		三国志·战略版	-
4		开心消消乐	12 ▲	4		梦幻西游	-
5		提灯与地下城	▲	5		原神	1 ▲
6		原神	14 ▲	6		天涯明月刀	1 ▼
7		水排序拼图	21 ▲	7		万国觉醒	1 ▲
8		梦幻家园	6 ▲	8		天地劫：幽城再临	新发布
9		天地劫：幽城再临	新发布	9		一念逍遥	1 ▲
10		使命召唤手游	5 ▼	10		大话西游	1 ▲

▲表示上月排名在 100 名以外

资料来源：App Annie

Sensor Tower 数据显示,3月中国手游海外市场下载榜 TOP30 中,正值3周年庆典的《PUBG MOBILE》以近 1100 万次下载重回榜首,上市 3 年以来该游戏在海外 App Store 和 Google Play 累计获得超过 7.1 亿次下载,是海外下载量最高的战术竞技手游。3 月米哈游《原神》移动端海外吸金将近 1.16 亿美元,稳居中国出海手游收入第 1 名;灵犀互娱《三国志·战略版》自 2021 年 1 月以来,相继登陆中国港澳台、东南亚和韩国市场,3 月进入榜单排名第 15 名;3 月榜单增长最快的产品为三七互娱《Puzzles & Survival》,通过 SLG 内核+末日生存题材+消除玩法,迅速打开海外市场,3 月该游戏收入环比增长 44.6%,排名进一步上升 9 位至第 16 名。

图 19: 2021 年 3 月中国手游出海下载(左)与收入(右)



资料来源: SensorTower 公众号

Sensor Tower 数据显示,3 月中国厂商全球收入榜中,腾讯、网易、米哈游继续位列前 3 位;由于《State of Survival》《King of Avalon》等游戏收入全线增长, FunPlus3 月收入环比增长 16.5%, 重回中国手游发行商全球收入榜第 4 名;三七互娱得益于《斗罗大陆:武魂觉醒》在中国市场上市,以及《Puzzles & Survival》等产品在海外市场的卓越表现,3 月收入环比增长 19%, 同比增长 120%, 创下新的收入纪录;青瓷游戏于 2 月底上线爆款 Roguelike 手游《提灯与地下城》,并回归 3 月榜单第 23 名。

图 20：2021 年 3 月中国游戏发行商全球收入排名 TOP30



资料来源：SensorTower 公众号

Data Eye 数据显示，4 月游戏行业投放热度稳定，整体投放旅游下滑，投放高峰出现在月初。日均在线投放素材 85,327 组，环比下降 3.77%，新增买量素材 577,417 组，日均新增 22,208 组，环比增长 1.72%。日均买量游戏 2516 款，峰值为 2985 款；新增游戏 1080 款，日均买量公司主体 516 家，环比下降 8.02%，峰值为 555 家。

图 21：2021 年 4 月游戏大盘投放素材趋势



资料来源：Data Eye

图 22：2021 年 4 月游戏投放公司数量趋势



资料来源：Data Eye

投放产品方面，以游戏数量计算，头部买量游戏品类排名变化不大，现代题材买量数量达 2574 款，占比 47.43%，传奇、仙侠、魔幻等题材数量分别占比 11.17%、9.15%、8.28%。大厂包揽头部中重度买量产品，《万国觉醒》《三国志·战略版》《斗罗大陆：武魂觉醒》等投放持续发力。买量排名上升较多的产品为《坎特伯雷公主与骑士环行冠军之间的奇幻冒险》《斗罗大陆-斗神再临》《此生无白》《全民奇迹 2》等。投放公司方面，游戏大厂与传统买量厂商均稳步投入，莉莉丝、腾讯、阿里、网易等仍居前列。

图 23：2021 年 4 月买量产品榜 TOP50

排名	游戏名称	买量素材数	持续投放天数(天)	排名	游戏名称	买量素材数	持续投放天数(天)
01	阿伟消消乐	29,259	113	26	彩泥史莱姆	5,170	63
02	全民大丰收	24,367	127	27	我的饭店	5,101	67
03	答题大赢家	23,064	91	28	梦幻西游网页版	4,907	349
04	全民来找茬	21,057	84	29	蓝月至尊版	4,853	673
05	万国觉醒	14,906	79	30	会玩	4,673	563
06	斗罗大陆：武魂觉醒	11,273	102	31	开心消消乐	4,624	87
07	坎特伯雷公主与骑士唤醒冠军之剑的奇幻冒险	10,948	133	32	魔幻消消乐	4,614	107
08	开心餐厅	9,363	132	33	牧场大富豪	4,314	21
09	全民爱消除	9,148	44	34	捕鱼炸翻天	4,255	899
10	冰雪复古传奇之龙城秘境	8,787	163	35	幸运乐翻天	4,173	85
11	三国志：战略版	612	612	36	全民奇迹2	4,119	88
12	粘土模拟器	8,241	259	37	冰雪三职业之龙城霸业	4,104	26
13	阿伟弹球	8,137	84	38	一起来答题	4,074	39
14	斗罗大陆-斗神再临	7,941	83	39	大人驾到	4,050	14
15	233乐园	7,627	411	40	奥奇传说	3,970	157
16	魔力宝贝归来	7,494	89	41	原始传奇	3,959	901
17	乐乐捕鱼	7,488	18	42	阿瓦隆之王	3,934	471
18	星战模拟器	6,912	157	43	一念逍遥	3,802	148
19	此生无白	5,977	63	44	我的三国志	3,693	306
20	捕鱼大作战	5,904	1,263	45	猜猜什么歌	3,642	86
21	合成牛魔王	5,821	15	46	4399游戏盒	2,587	629
22	使命召唤手游	5,696	382	47	我是大东家	3,478	217
23	龙城秘境之冰雪之城	5,409	161	48	花儿爱消除	3,341	424
24	捕鱼大世界	5,375	152	49	蓝月返利版	3,248	107
25	遨游斗地主	5,236	240	50	冰雪复古	3,135	179

资料来源：Data Eye

图 24：2021 年 4 月买量公司榜 TOP50

4月份买量公司主体榜TOP50

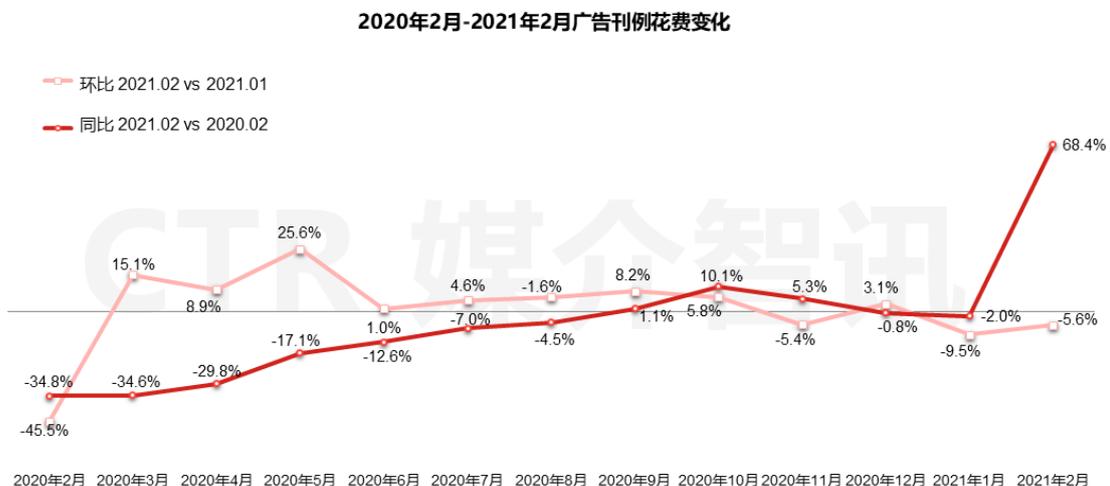
排名	公司名称	投放素材数	排名	公司名称	投放素材数
1	福建瑞趣创享网络科技有限公司	24,366	26	上海触宝信息技术有限公司	3,261
2	福州来玩互娱网络科技有限公司	21,909	27	成都智亿联网络科技有限公司	3,234
3	福建棋乐网络科技有限公司	14,646	28	厦门雷霆互动网络科技有限公司	2,669
4	上海羽萌互娱网络科技有限公司	13,974	29	英雄互娱科技股份有限公司	2,659
5	北京酷刻在线网络科技有限公司	9,552	30	海德斯科技有限公司	2,502
6	深圳市腾讯计算机系统有限公司	9,002	31	在线途游(北京)科技有限公司	2,477
7	江苏腾奕网络科技有限公司	7,622	32	北京能量益科技有限公司	2,466
8	广州爱九游信息技术有限公司	7,370	33	上海新深文化传媒有限公司	2,410
9	江西京玩信息技术有限公司	7,293	34	北京四三九九信息科技有限公司	2,407
10	江苏三九九网络科技有限公司	5,727	35	易玩(上海)网络科技有限公司	2,372
11	游趣盛世科技(北京)有限公司	5,452	36	安徽尚趣玩网络科技有限公司	2,328
12	广州网易计算机系统有限公司	5,315	37	武汉微派网络科技有限公司	2,314
13	广州市动娱计算机科技有限公司	5,164	38	北京亿鑫鑫科技有限公司	2,276
14	北京龙威互动科技有限公司	5,148	39	厦门纯游互动科技有限公司	2,252
15	淮安怀扬信网络科技有限公司	5,118	40	四三九九网络股份有限公司	2,202
16	上海趣趣网络科技有限公司	4,744	41	厦门飞雪软件有限公司	2,195
17	杭州网易雷火科技有限公司	4,737	42	海南原子力量网络科技有限公司	2,186
18	湖南草花互动网络科技有限公司	4,687	43	赛韵网络科技(上海)有限公司	1,961
19	北京回游加速网络科技有限公司	4,680	44	武汉掌游科技有限公司	1,902
20	西安点扣软件科技有限公司	4,500	45	上海恺英网络科技有限公司	1,837
21	乐元素科技(北京)股份有限公司	4,131	46	厦门极致互动网络技术股份有限公司	1,781
22	北京柠檬微趣科技股份有限公司	4,131	47	广州跃游信息技术有限公司	1,727
23	北京比特漫步科技有限公司	4,082	48	浙江阿里巴巴云计算有限公司	1,716
24	杭州悦玩网络科技有限公司	4,075	49	PICFUN TECH LIMITED	1,711
25	海南九紫网络科技有限公司	3,634	50	广州天梯网络科技有限公司	1,697

资料来源：Data Eye

2.5 广告市场数据

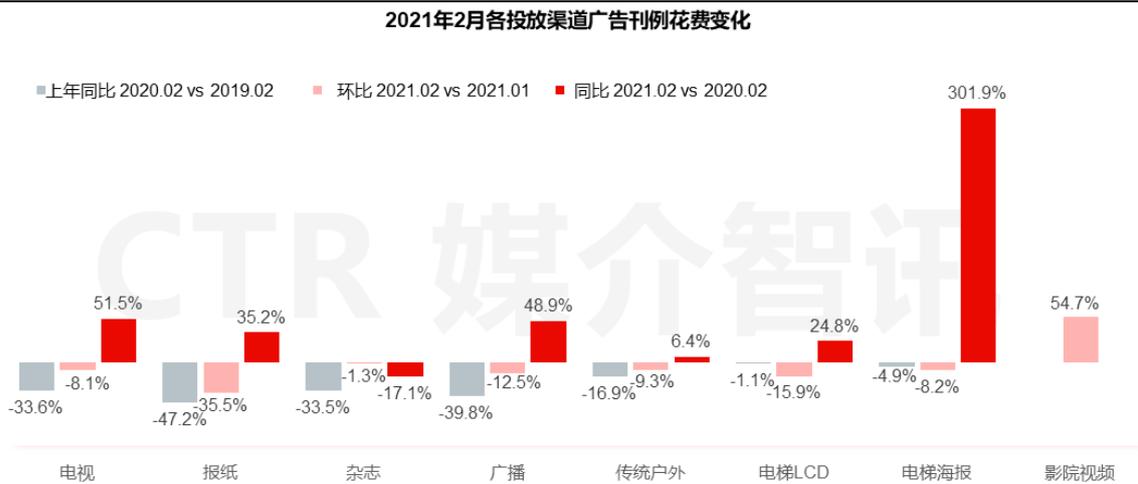
2021 年 2 月广告市场花费同比增长 68.4%，环比减少 5.6%。由于 2020 年同期，广告市场正值新冠疫情冲击，呈现应激性下滑，因此与去年同期相比，2021 年 2 月的广告花费同比出现恢复性增长。从媒体渠道表现看，除杂志广告下滑外，其他各渠道广告花费同比均有增长；但环比方面除影院视频广告花费环比增长 54.7%外，其他渠道均有不同程度的下滑。

图 25：2021 年 2 月中国广告市场刊例花费增速



资料来源：CTR 媒介智讯

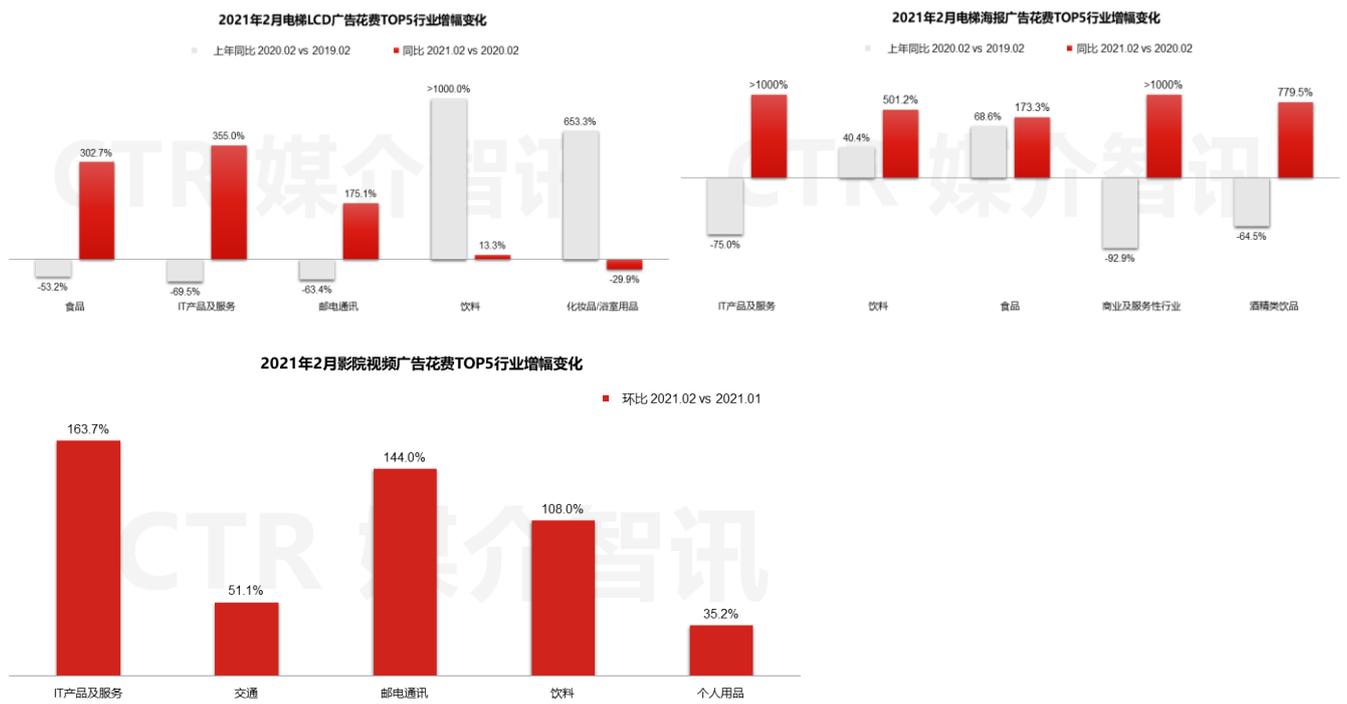
图 26：2021 年 2 月中国广告市场刊例花费各媒介刊例花费增速



资料来源：CTR 媒介智讯

行业方面，食品、饮料、IT 产品及服务行业在多个广告渠道的花费同比增长显著。

图 27：2021 年 2 月中国广告市场电梯 LCD，电梯海报，影院广告刊例花费增速及投放 TOP5 行业



资料来源：CTR 媒介智讯

2.6 图书零售数据

2021 年 3 月《三体》重回开卷虚构类畅销书排行榜榜首，榜单中网文纸书、当代流行小说的排名普遍有所上升；由于寒假带来的名著销售旺季过去，《红楼梦》《红岩》等学生阅读类图书的排名有所下降；3 月有 2 部首次上榜图书，分别是余华的新作《文城》和 Priest 的《默读(2)》，其中《文城》是今年 2 月

上市的新书，上市仅 1 个月就进入榜单，排名第 2 名。

表 8：2021 年 3 月零售渠道虚构类畅销图书 TOP10

	书名	作者	出版社	定价
1	三体	刘慈欣	重庆出版社	28
2	文城	余华	北京十月文艺出版社	59
3	三体 II-黑暗森林	刘慈欣, 姚海军	重庆出版社	32
4	三体 III-死神永生	刘慈欣, 姚海军	重庆出版社	38
5	云边有个小卖部	张嘉佳	湖南文艺出版社	42
6	红楼梦(上下)	曹雪芹, 无名氏	人民文学出版社	59.7
7	红岩	罗广斌, 杨益言	中国青年出版社	36
8	偷偷藏不住(全 2 册)	竹已	青岛出版社	59.8
9	百年孤独(50 周年纪念版)	加西亚·马尔克斯	南海出版社	55
10	难哄	竹已	江苏凤凰文艺出版社	48

资料来源：北京开卷，山西证券研究所

2021 年 3 月非虚构畅销榜榜单头部作品排名变化不大，《你当像鸟飞往你的山》蝉联榜首，《半小时漫画》系列依然占据榜单前十名中的 6 个席位。3 月有 2 本图书首次上榜，分别为排在第 13 位的《苦难辉煌(平装)》及排在第 30 位的《弃猫:当我谈起父亲时》。

表 9：2021 年 3 月零售渠道非虚构类畅销图书 TOP10

	书名	作者	出版社	定价
1	你当像鸟飞往你的山	塔拉·韦斯特弗	南海出版公司	59
2	半小时漫画中国史(全新修订版)	陈磊	海南出版社	39.9
3	半小时漫画中国史(5)	陈磊	上海文汇出版社	49.9
4	半小时漫画中国史(3)	陈磊	海南出版社	39.9
5	半小时漫画中国史(2)	陈磊	海南出版社	39.9
6	半小时漫画中国史(4)	陈磊	海南出版社	49.9
7	正面管教(修订版)	简·尼尔森	北京联合出版社	38
8	半小时漫画世界史	陈磊	江苏凤凰文艺出版社	39.9
9	非暴力沟通	马歇尔·卢森堡	华夏出版社	49
10	笑场(签名版)	李诞	北京联合出版社	49.8

资料来源：北京开卷，山西证券研究所

2021 年 3 月开卷少儿类畅销榜中新版的《小狗钱钱》再次上榜，并由 2 月的第 5 名上升至第 1 名。同时，无论是实体店渠道还是网店渠道，《小狗钱钱》都斩获第一；《米小圈上学记》系列中的二年级系列作品有 4 部返榜、三年级系列作品有 1 部返榜、四年级系列作品有 2 部返榜，共计 7 部作品返榜。加上之前连续在榜的 12 部作品，米小圈系列作品在少儿类畅销书榜单 TOP30 中已经占据了大部分的席位。

表 10：2021 年 3 月零售渠道少儿类畅销图书 TOP10

	书名	作者	出版社	定价
1	小狗钱钱	博多·舍费尔	中信出版	39.8
2	青铜葵花（新版）	曹文轩	江苏凤凰少年儿童出版社	22
3	没头脑和不高兴（注音版）	任溶溶	浙江少年儿童出版社	18
4	了不起的狐狸爸爸（彩图拼音版）	罗尔德·达尔，昆廷·布莱克	明天出版社	28
5	米小圈上学记—我是小学生	北猫	四川少年儿童出版社	25
6	米小圈上学记—瞧这一家人	北猫	四川少年儿童出版社	25
7	米小圈脑紧急转弯-脑力挑战赛	北猫	四川少年儿童出版社	16
8	米小圈上学记—耗子是条狗	北猫	四川少年儿童出版社	25
9	米小圈脑紧急转弯-机灵小神童	北猫	四川少年儿童出版社	16
10	米小圈脑紧急转弯-智慧者游戏	北猫	四川少年儿童出版社	16

资料来源：北京开卷，山西证券研究所

3. 行业新闻回顾

➤ 逾 70 家影视传媒单位企业声明：呼吁短视频平台提升版权保护意识

4 月 9 日，逾 70 家影视传媒单位及企业发布保护影视版权的联合声明，表示将对目前网络上出现的公众账号生产运营者针对影视作品内容未经授权进行剪辑、切条、搬运、传播等行为，将发起集中、必要的法律维权行动；呼吁短视频平台和公众账号生产运营者切实提升版权保护意识。该声明表示，净化、优化短视频平台和公众账号生产运营者的版权环境，形成“先授权后使用”的良好行业生态，是加强法治建设、实现强国战略的重要一环。（证券时报）

➤ 超 70 家影视传媒单位联合倡议：立即清理未经授权短视频

包括中国电视艺术交流协会、中国电视剧制作产业协会等在内的国内超七十家影视传媒单位，于刚刚再度发布联合倡议书，在 4 月 26 日世界知识产权日前夕，针对当前网上短视频侵权现象发布具体的维权行动建议和指南。这是继 4 月 9 日多家影视传媒单位发布联合声明，呼吁短视频产业从业者提升版权意识之后，再一次发布的更加具体且具有指导意义的倡议书。（央视新闻）

➤ 国家电影局：加强电影版权保护，依法打击短视频侵权盗版行为

36 氪获悉，据国家电影局消息，近日，针对部分影视行业协会、影视公司和演员等倡议的抵制短视频侵权问题，国家电影局相关负责人表示，国家电影局将针对当前比较突出的“XX 分钟看电影”等短视频侵权盗版问题，配合国家版权局继续加大对短视频侵犯电影版权行为的打击力度，坚决整治短视频平台及自媒体、公众账号生产运营者未经授权复制、剪辑、传播他人电影作品的侵权行为，积极保护广大电影版权权利人的合法权益。

➤ 芒果超媒：会员提价已成为趋势，今年会考虑进行提价

芒果超媒日前接受机构调研时表示，会员提价对我们来说不是一个非常迫切不得不做的动作，会整体充分考量提价需求和节奏。从行业发展来看，会员提价已成为趋势，我们今年会考虑在青春芒果节或春节期间进行提价。另外，基于芒果的基因和发展逻辑，芒果的会员更多是粉丝向会员，采取线上、线下相结合的运营策略，未来也将进一步夯实会员权益体系建设。中期来看，芒果 TV 计划 2-3 年内会员规模达到 8000 万左右。（证券时报）

➤ 优酷宣布与 Discovery 达成合作

36 氪获悉，近日，优酷宣布与 Discovery 达成合作，独家拿下《Sing Again》节目模式在中国大陆地区开发、制作权。《Sing Again》中国版将由国内团队操刀，原版制作团队支持，预计年末登陆优酷和 Discovery 旗下相关平台。

➤ 腾讯平台与内容事业群宣布进行新一轮组织架构和人事调整

36 氪报道腾讯平台与内容事业群（PCG）4 月 15 日宣布进行新一轮组织架构和人事调整，具体包括在 PCG 下，成立“在线视频 BU”，由腾讯视频、微视、应用宝整合而成；腾讯副总裁、互动娱乐事业群（IEG）天美工作室群总裁姚晓光，兼任 PCG 社交平台业务负责人，主管 QQ 等。这是 PCG 自 2018 年 9 月成立以来规模最大的一次调整。

➤ 字节跳动成立音乐事业部，4 条业务线并进赛马

字节在今年已经成立音乐事业部。在字节跳动，就有四个涉及音乐的业务组，分别负责不同类型的音乐业务。一位音乐行业人士预测，若字节跳动将音乐业务整合，流媒体音乐行业市场就将迎来新的变局，在抖音、抖音火山版和西瓜视频的助力下，字节的音乐业务将集播放、宣发、版权运营于一身。（Tech 星球）

➤ 喜马拉雅向美 SEC 公开提交 IPO 申请

36 氪获悉，5 月 1 日，喜马拉雅向美 SEC 公开提交 IPO 申请，高盛、摩根士丹利、美银和中金为联席承销商，腾讯、阅文、百度、小米、好未来、索尼音乐为其战略投资者。招股书显示，2020 年喜马拉雅营收为人民币 40.5 亿元，同比增长超 50%。2021 年一季度营收为人民币 11.6 亿元，同比增长超 65%。截至 2021 年第一季度，喜马拉雅全场景月活跃用户已达到 2.50 亿，包括喜马拉雅移动端月活用户 1.04 亿和 IoT 及其他第三方开放平台月活用户 1.46 亿。

4. 投资建议

4 月传媒板块整体表现较为平稳，动漫、互联网影视音频、其他广告营销涨幅领先。截至 5 月 7 日板块整体估值为 21.23 倍，较月初变化不大，低于五年均值 32.26 倍和五年中值 30.62 倍。细分行业中出

版、互联网广告营销、游戏目前估值低于行业整体，其他广告营销、互联网影视音频等行业处于近一年的估值低位，影视、其他文化娱乐、动漫行业估值相对较高，但也低于行业自身近一年均值和中值水平。

图 28：近五年传媒板块市盈率变动情况



资料来源：wind，山西证券研究所

表 11：近一年三级子行业市盈率统计情况

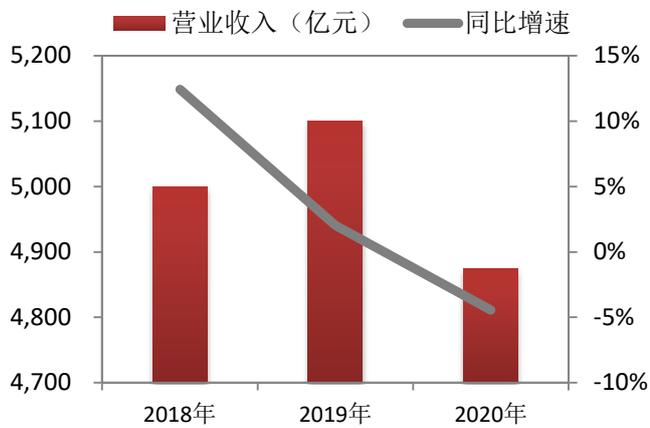
细分板块	max	min	med	ave	5月7日
出版	18.34	12.11	14.84	15.05	12.17
互联网广告营销	69.26	15.88	27.72	38.78	15.58
游戏	43.28	17.64	22.13	25.28	18.37
广播电视	38.22	25.31	30.24	31.23	28.29
其他广告营销	72.13	28.11	54.75	54.43	29.16
互联网影视音频	79.22	43.58	55.71	56.72	46.47
信息搜索与聚合	75.42	46.92	64.87	64.29	48.85
影视	99.45	44.31	61.99	60.98	54.09
其他文化娱乐	497.40	53.50	88.96	115.24	78.51
动漫	3466.08	0.00	380.70	1306.25	213.81

资料来源：wind，山西证券研究所

2021年4月底上市公司已经完成了2020年报及2021年一季报的披露。2020年传媒上市公司实现营业收入4874.08亿元，同比减少4.43%，实现归属母公司股东净利润30.86亿元，同比扭亏为盈，增长148.66%；营业收入增速较2019年同期进一步放缓，利润端整体回暖明显。2020年内行业单季度收入与增速呈现环比回暖趋势，Q2至Q3利润端边际同样改善明显，但Q4由于商誉等资产减值计提集中导致亏损。2021年一季度传媒行业实现营业收入989.24亿元，同比20Q1增长21.93%，同比19Q1增长9.26%，实现归母净利润106.19亿元，同比20Q1增长86.83%，同比19Q1减少8.72%。2021年除局部地区疫情

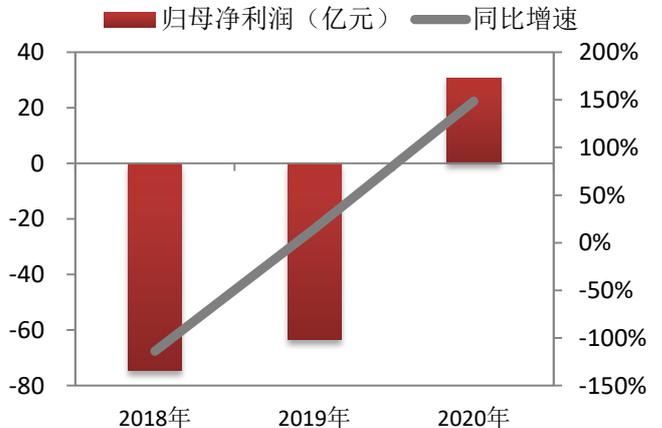
反复外线上线娱乐消费基本处于正常经营状态，相较于 2020 年同期为受疫情最为严重的阶段而导致的业绩低基数，使得 21Q1 收入与利润同比呈现高增长，但相较于 2019 年同期业绩恢复仍在进行中。

图 29：近三年传媒上市公司营业收入情况



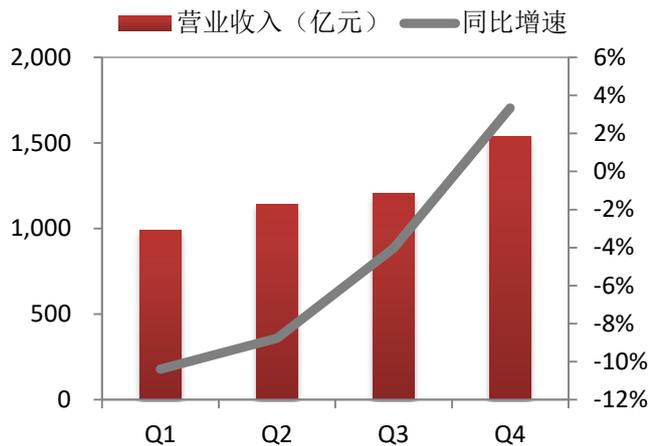
资料来源：wind，山西证券研究所

图 30：近三年传媒上市公司归母净利润情况



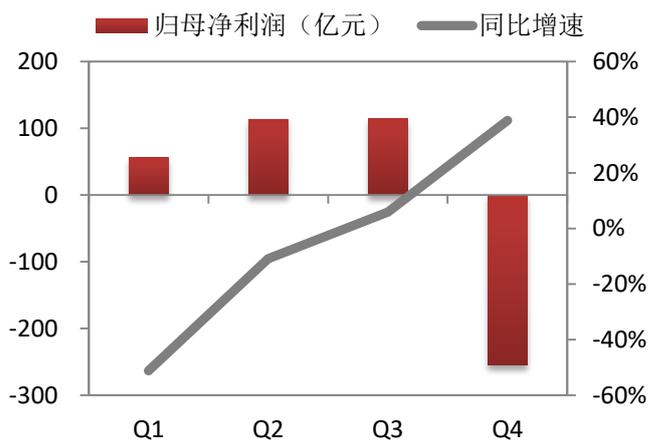
资料来源：wind，山西证券研究所

图 31：单季度传媒上市公司营业收入情况



资料来源：wind，山西证券研究所

图 32：单季度传媒上市公司归母净利润情况

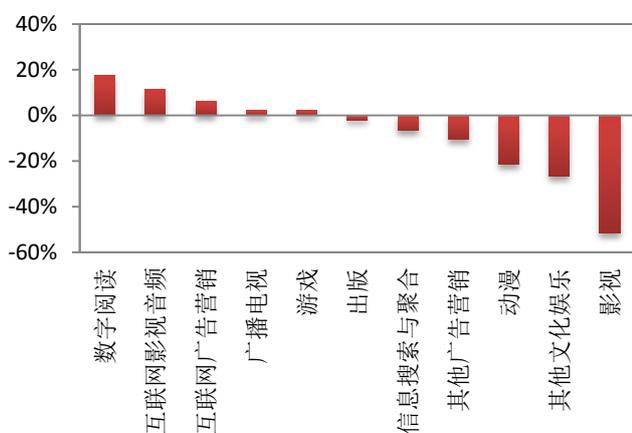


资料来源：wind，山西证券研究所

由于 2020 年疫情给线上线下文娱消费行业带来的影响程度与持续性不同，导致疫情后不同行业恢复正常生产经营的进度存在差异，使得细分行业全年业绩及增速表现分化。其中：1) 游戏行业 2020 年实现营业收入 707.95 亿元，同比增长 2.17%，实现归母净利润 145.72 亿元，同比扭亏为盈。受到疫情期间流量红利的影响，2020 年游戏行业单季度营业收入增速呈现高开低走，利润端各季度保持良好的增长态势，但增速较为波动。2021Q1 游戏公司开启新产品上线周期，但新品上线前期投入规模较大导致利润释放较为滞后，同比 2020Q1 高基数影响下增速有所回落。2) 出版行业 2020 年实现营业收入 1226.31 亿元，同比减少 1.97%，实现归母净利润 106.62 亿元，同比减少 21.89%。出版行业受 2020 年疫情影响，收入同比小幅下滑，但由于中小学教材教辅的刚性需求及大众图书零售市场在疫情后的逐步回暖，单季度营业收入增速呈现逐季回暖态势。3) 影视行业疫情影响导致经营数据非常态，2020 年实现营业收入 260.12

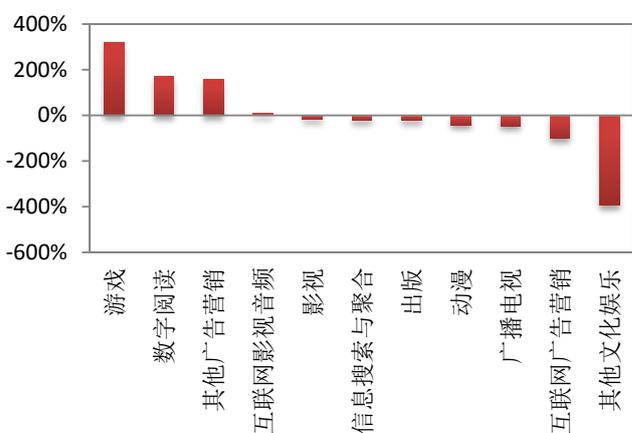
亿元，同比减少 51.46%，实现归母净利润-169.65 亿元，同比亏损增加 17.47%。21Q1 随着疫情影响的逐文娱市场中业绩反弹最为明显的细分行业。4) 互联网影视音频行业受疫情影响相对最小，2020 年实现营业收入 196.89 亿元，同比增长 11.26%，实现归属母公司净利润 24.54 亿元，同比增长 11.03%。2021Q1 行业业绩继续以高速增长，营业收入规模达 53 亿元，同比 20Q1 增长 48.74%，归母净利润规模为 9.34 亿元，同比 20Q1 增长 65.75%。5) 数字阅读行业，掌阅科技 2020 年营业收入 20.61 亿元，同比增长 9.47%，归属于母公司股东的净利润 2.64 亿元，同比增长 64.07%；一季度继续保持快速增长，分别为 5.54 亿，较 20Q1 增长 12.77%，归母净利润为 6335 万，较 20Q1 增长 14.71%。

图 33：细分行业 2020 年营业收入同比增速对比



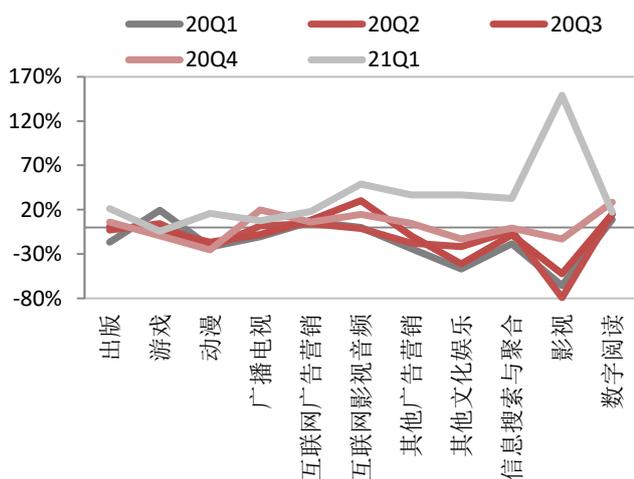
资料来源：wind，山西证券研究所

图 34：细分行业 2020 年归母净利润同比增速



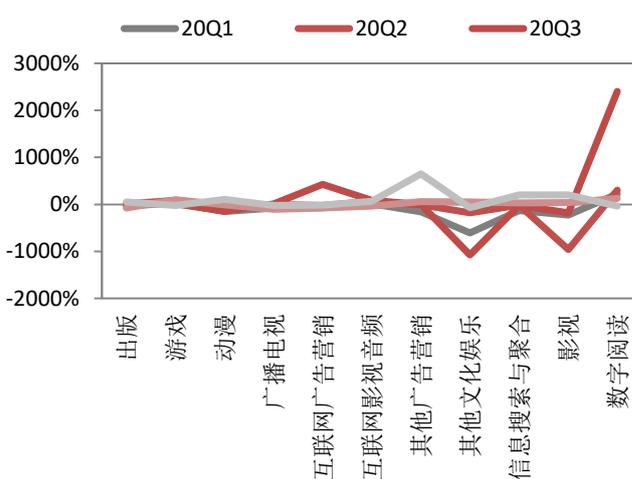
资料来源：wind，山西证券研究所

图 35：20Q1-21Q1 各季度营业收入同比增速



资料来源：wind，山西证券研究所

图 36：20Q1-21Q1 各单季度归母净利润同比增速



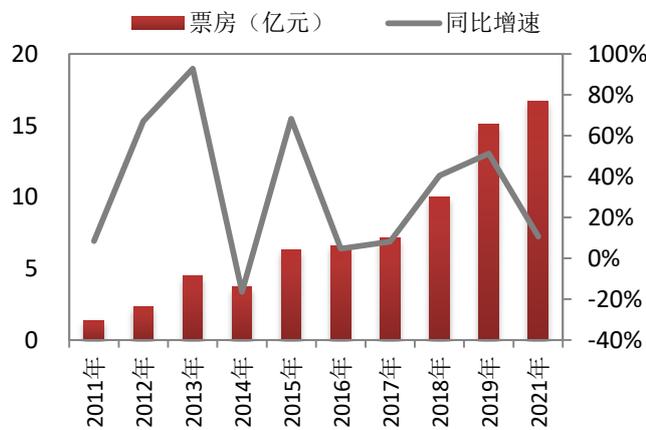
资料来源：wind，山西证券研究所

整体来看，我们维持年度投资策略逻辑，即线下娱乐消费围绕复苏逻辑，关注产业数据的边际改善；线上娱乐消费回归精品化内容生产与精细化用户运营逻辑，关注产品驱动下用户付费意愿不断提升。重点关注标的包括：吉比特、芒果超媒、三七互娱、完美世界、光线传媒、横店影视、中信出版等。

重点关注细分板块：

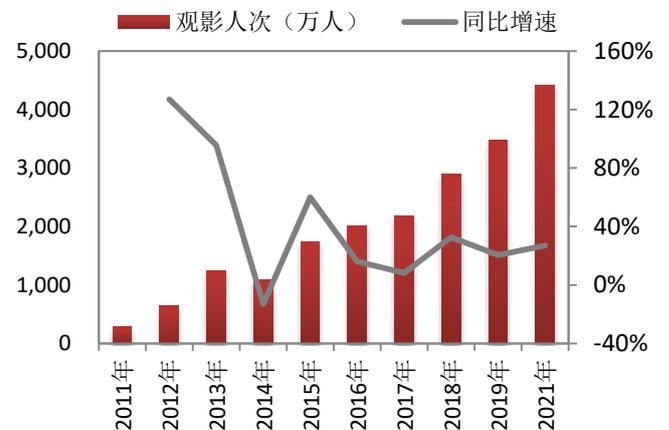
电影方面，1) 猫眼电影数据显示，2021年五一档电影票房达16.72亿元（含服务费），较2019年同期票房增长10.63%，观影人次达4419.80万人，同比增长26.94%，放映场次224.60万场，同比增长79%。由于2021年五一档时间较长（2019年为4天），且档期内国内优质影片的供应充足，进一步带动了观众观影的热情。档期前四天的观影人次便超过2019年四天档期内观影人次规模。2) 2021年五一档期共有11部新片上映，以国产电影为主，由光线传媒主控项目《你的婚礼》票房5.11亿，市占率30.6%登顶档期票房冠军，中国电影主控项目《悬崖之上》票房5.05亿元，市占率30.2%排名第二。3) 2021年五一档前十大院线合计实现票房11.34亿元，市场份额达67.90%，较2019年同期增长6.90%，市场份额小幅下降1.60pct。头部院线竞争格局较为稳定，万达院线市场份额15.5%领跑行业，广东大地、中影数字、横店影视三家院线市场份额同比上升，分别为9.9%、7.7%、4.4%。前十大影投公司合计实现票房6.19亿元，市场份额为37%，较2019年同期增长8.7%，市场份额小幅下降0.2pct。万达电影、大地影院、横店影视稳坐行业前三位，市场份额分别为14.8%、5.1%、3.8%，此外横店影视与上海星轶市场份额同比上升。

图 37：2021 年五一档电影票房



资料来源：猫眼电影，山西证券研究所

图 38：2021 年五一档电影观影人次



资料来源：猫眼电影，山西证券研究所

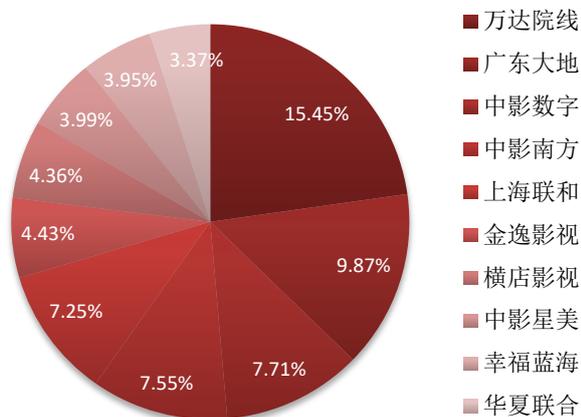
表 12：2021 年五一档单片票房 TOP10 影片

影片名称	票房/亿元	票房占比	平均票价	上座率
你的婚礼	51167	30.6%	38	17%
悬崖之上	50521	30.2%	39	18%
秘密访客	19060	11.4%	38	12%
追虎擒龙	16148	9.7%	39	16%
扫黑·决战	11469	6.9%	35	18%
猪猪侠大电影·恐龙日记	5809	3.5%	32	14%
阳光劫匪	3984	2.4%	37	10%

名侦探柯南：绯色的子弹	2487	1.5%	36	18%
哥斯拉大战金刚	1654	1.0%	36	15%
真·三国无双	1291	0.8%	38	8%

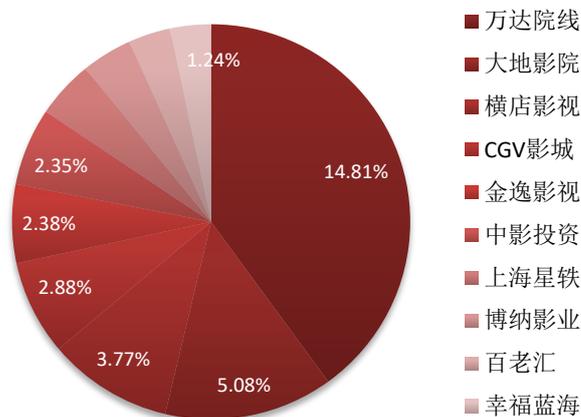
数据来源：猫眼电影专业版，山西证券研究所

图 39：2021 年五一档票房 TOP10 院线市占率



资料来源：艺恩咨询，山西证券研究所

图 40：2021 年五一档票房 TOP10 影投市占率



资料来源：艺恩咨询，山西证券研究所

2021 年五一档电影市场在优质国产影片供给丰富与观众文娱消费需求旺盛的共同作用下，票房再度刷新档期历史最好成绩；2021 年以来电影市场在重要档期中的票房表现超市场预期，均在于供给与需求共同作用的逻辑。2021 年电影公司整体项目储备充足，且基于目前疫情影响基本消除的环境下，我们认为 2021 年电影市场持续复苏可期。头部院线具有强大的资金实力、品牌优势及跨地区经营优势，在电影市场复苏中具有较强的恢复能力，在业绩端和现金流端更具边际改善机会，并有望在市场优胜略汰和整合中进一步提升份额。在内容生产方面，目前上市院线所属的电影公司已基本完成向上游内容制作、宣发等环节的延伸和整合，形成较为完整的电影产业链路，有望在业务协同发展中进一步扩大竞争优势。建议关注产业链完善、具有龙头地位的万达电影、中国电影；影院在三四线市场前瞻性布局、整合影视内容制作业务的横店影视；具有持续优质内容生产输出能力、动画电影领先优势及及继续发力真人电影的光线传媒。

游戏方面，吉比特《问道》4 月底开启五周年大服并聘请林更新为代言人后表现亮眼，畅销排名上升至 Top 10 内；《一念逍遥》排名小幅下滑，基本保持在畅销榜 Top 20 中；《摩尔庄园》目前已定档 6 月 1 日上线。三七互娱《斗罗大陆：武魂觉醒》畅销排名稳定在 Top5，公司另一款自研产品《斗罗大陆：魂师觉醒》预计将于 6 月上线，此外国内产品储备还包括自研 ARPG 玄幻类产品《传说之光》，代理《叫我大掌柜》5 月初上线，目前苹果 App Store 免费榜 Top5；海外产品储备包括自研卡牌产品《代号 C6》以及《叫我大掌柜》越南泰国地区、《Puzzles & Survival》中国港澳台、韩国等地区以及三消 RPG 类新产品《代号 SS》等。公司在夯实优势赛道 ARPG 品类外，正在向卡牌、SLG 等长周期性品类以及年轻

化的二次元、女性向等多元拓展。完美世界 MMO 产品矩阵继续保持稳定，5 月将迎来魔幻题材手游《战神遗迹》的上线，《幻塔》预计定档暑期，后续储备包括《一拳超人：世界》（预计 H2）以及《梦幻新诛仙》等。4 月公司召开了 2021 年战略发布会，围绕公司旗舰 IP&品类与潮流产品，发布 30 款+新品与 IP 矩阵。其中不仅包括“完美世界”与“诛仙”两大旗舰 IP 五大自研新品以及武侠及魔幻旗舰赛道的新品，还包括二次元、RPG、卡牌等不同赛道、风格多元化的新产品布局，数十款产品研发中；在 IP 储备方面，公司在武侠品类上与温瑞安先生达成 IP 合作；与彩条屋达成国漫 IP+游戏的战略合作，开发《哪吒》《姜子牙》《大圣》三大 IP 的游戏产品；与 B 站、艺画开天共同打造多端灵笼 IP 系列产品。我们认为由于 20Q1 高基数影响叠加 21Q1 新产品密集上线及买量模式下会因产品投入与利润贡献的错配影响，使得板块整体估值受压制。高基数影响逐步褪去，上线产品逐步释放利润以及储备产品上线拉动整体流水进一步增长，业绩增速有望改善，并为板块带来估值修复的机会。建议关注吉比特、三七互娱、完美世界等。

影视内容方面，近期监管层、行业协会及公司层面均表示，将针对短视频平台及账号内容侵权问题进行严厉打击和积极倡导，提升市场版权意识，保障版权权利人的合法权益。近两年短视频平台已经成为长视频内容重要的分发和营销阵地，虽然受益于平台流量红利给作品带来高曝光度外也由于盗版问题侵害了内容制作公司的权益。未来随着短视频平台版权保护的加强，短视频平台创作者或需经过内容授权及付费等方式合法使用版权，将直接利好于上游影视内容生产制作公司，同时对整个内容产业健康有序的发展将有良好的促进作用。建议关注华策影视、芒果超媒。

5. 风险提示

政策变动及监管对行业发展趋势转变的风险；单个文化产品收益波动性；新作品上线进展不及预期。

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注册为证券分析师，本人承诺，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映本人的研究观点。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直接或间接受到任何形式的补偿。本人承诺不利用自己的身份、地位或执业过程中所掌握的信息为自己或他人谋取私利。

投资评级的说明：

——报告发布后的 6 个月内公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅为基准。其中，A 股市场以沪深 300 指数为基准，新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准。

——股票投资评级标准：

- 买入： 相对强于市场表现 20%以上
- 增持： 相对强于市场表现 5~20%
- 中性： 相对市场表现在-5%~+5%之间波动
- 减持： 相对弱于市场表现 5%以下

——行业投资评级标准：

- 看好： 行业超越市场整体表现
- 中性： 行业与整体市场表现基本持平
- 看淡： 行业弱于整体市场表现

免责声明：

山西证券股份有限公司(以下简称“公司”)具备证券投资咨询业务资格。本报告是基于公司认为可靠的已公开信息，但公司不保证该等信息的准确性和完整性。入市有风险，投资需谨慎。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。在任何情况下，公司不对任何人因使用本报告中的任何内容引致的损失负任何责任。本报告所载的资料、意见及推测仅反映发布当日的判断。在不同时期，公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。公司或其关联机构在法律许可的情况下可能持有或交易本报告中提到的上市公司发行的证券或投资标的，还可能为或争取为这些公司提供投资银行或财务顾问服务。客户应当考虑到公司可能存在可能影响本报告客观性的利益冲突。公司在知晓范围内履行披露义务。本报告版权归公司所有。公司对本报告保留一切权利。未经公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯公司版权的其他方式使用。否则，公司将保留随时追究其法律责任的权利。

依据《发布证券研究报告执业规范》规定特此声明，禁止公司员工将公司证券研究报告私自提供给未经公司授权的任何媒体或机构；禁止任何媒体或机构未经授权私自刊载或转发公司证券研究报告。刊载或转发公司证券研究报告的授权必须通过签署协议约定，且明确由被授权机构承担相关刊载或者转发责任。

依据《发布证券研究报告执业规范》规定特此提示公司证券研究业务客户不得将公司证券研究报告转发给他人，提示公司证券研究业务客户及公众投资者慎重使用公众媒体刊载的证券研究报告。

依据《证券期货经营机构及其工作人员廉洁从业规定》和《证券经营机构及其工作人员廉洁从业实施细则》规定特此告知公司证券研究业务客户遵守廉洁从业规定。

山西证券研究所：

太原

太原市府西街 69 号国贸中心 A 座 28 层
电话：0351-8686981
<http://www.i618.com.cn>

北京

北京市西城区平安里西大街 28 号中海
国际中心七层
电话：010-83496336

