

传媒

报告原因：定期报告

2021年9月6日

行业月度策略

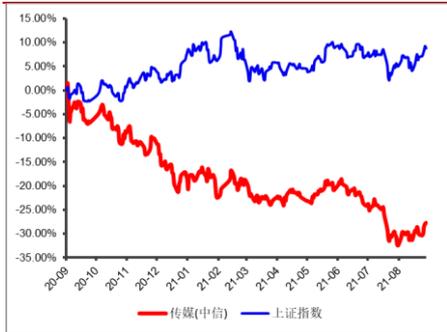
中报业绩向好，内容监管升级，未保政策落地

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
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8月中信传媒行业区间涨跌幅为-0.47%，互联网媒体、文化娱乐、广告营销、媒体涨跌幅分别为-9.41%、-1.61%、4.88%、1.14%。8月传媒行业中22家上市公司收涨，联创股份涨幅高达292.24%，st 联建、迅游科技、华立科技、电广传媒等涨幅10%以上居行业前列。
- **行业数据月报：**【电影】8月累计票房仅为20.50亿元，放映场次880万场，观影人次5481万人。本月大盘票房同比与环比均大幅回落，对比2019年8月，市场大盘票房为78.35亿，观影人次2.2亿。【移动应用】2021年7月中国大陆移动应用APP下载量排名，抖音短视频、快手、微信、淘宝特价版、国家反诈中心、拼多多、腾讯视频、百度、QQ、爱奇艺排名前10位。【手游】App Annie 7月iOS热门游戏收入榜中，《一念逍遥》保持比较稳定水平；完美世界6月新发行的MMORPG新作《梦幻新诛仙》7月首次进榜，排名第6位；出海产品中米哈游《原神》2.0版本推出，移动端7月海外收入环比增长55%至1.15亿美元。【广告】7月广告市场花费同比增长12.4%，环比减少2.7%。分广告渠道看，广播和电梯广告同比持续上涨，但增速均有所放缓。【图书】7月，开卷虚构类排行榜呈现出明显的中小学暑假带动销量的特点，学生推荐读物类的排名有所提升，少儿图书在暑假期间迎来销售高峰，畅销系列书有所减少，长销的少儿文学增加。
- **行业新闻回顾：**中国演出行业协会：艺人经纪机构应承担艺人教育管理责任。中国最大国漫平台快看APP宣布完成2.4亿美元融资，多家知名机构入局。Facebook加码元宇宙，寻求第二增长曲线。国内实景娱乐市场：本土品牌不断发力，地区差异明显。
- **投资建议：**7月以来由于饭圈整治、网络“清朗”行动等事件，引发市场对内容监管收紧的担忧，传媒板块市场波动明显，导致估值持续下行。经过7月份以来的深度调整后企稳回升，截至9月3日收盘，中信传媒板块整体市盈率（TTM）为19.14倍，基本处于近五年板块估值最低分位。近期未成年保护等政策的落地，使得前期监管收紧的不确定性风险得以释放，随着公司应对政策变动对生产经营及相关产品的调整逐步完成，内容产业有望回归发展快车道。此外从中报业绩披露的情况来看，疫情对行业及细分板块业绩影响基本消除，业绩增速有明显的改善，建议把握调整后估值性价比较高的板块机会。建议关注：1) 游戏板块，随着上半年上线的新品利润的释放以及后续储备产品的上线，下半年恢复业绩的增长，未保政策落地不确定性释放。2) 电影院线板块，国内疫情转好，中秋、国庆优质影片定档，有望驱动观影热情释放，电影市场票房有望回暖。3) 影视板块，内容监管再度收紧，具有高质量内容制作能力、坚守底线思维、传播正能量的内容制作方、平台而言有望迎来更好的发展机遇。
- **风险提示：**疫情扩散风险；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	12
2.5 广告市场数据	16
2.6 图书零售数据	18
3. 行业新闻回顾	19
4. 投资建议	20
5. 风险提示	25

图表目录

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

图 17: 2021 年 7 月国内 IOS 游戏产品下载及收入排名	13
图 18: 2021 年 7 月中国手游出海下载（左）与收入（右）	13
图 19: 2021 年 7 月中国游戏发行商全球收入排名 TOP30	14
图 20: 2021 年 8 月游戏买量素材投放趋势	15
图 21: 2021 年 8 月游戏买量公司数趋势	15
图 22: 2021 年 8 月中重度游戏投放榜	15
图 23: 2021 年 7 月游戏买量 TOP 50	15
图 24: 2021 年 7 月中国广告市场刊例花费增速	16
图 25: 2021 年 7 月中国广告市场刊例花费各媒介刊例花费增速	16
图 26: 2021 年 7 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 27: 近五年传媒板块市盈率变动情况	21
图 28: 近三年传媒上市公司中报营业收入情况	22
图 29: 近三年传媒上市公司中报归母净利润情况	22
图 30: 单季度传媒上市公司营业收入情况	22
图 31: 单季度传媒上市公司归母净利润情况	22
图 32: 2020 年公司营业收入增速分布	23
图 33: 2020 年公司归母净利润增速分布	23
图 34: 2010-2021 年暑期档电影票房	24
图 35: 截至 9 月 6 日全国影院营业率为 96.2%	24
表 1: 8 月个股涨跌幅统计 (%)	7
表 2: 2021 年初自 8 月底个股涨跌幅统计 (%)	7
表 3: 8 月个股资金流向统计 (亿元)	7
表 4: 2021 年 8 月院线及影投公司票房 TOP10	9
表 5: 2021 年 8 月单片票房 TOP10 影片	10
表 6: 2021 年 8 月网络剧播映指数排名	11
表 7: 2021 年 8 月网综播映指数排名	12
表 8: 2021 年 7 月零售渠道虚构类畅销图书 TOP10	18
表 9: 2021 年 7 月零售渠道非虚构类畅销图书 TOP10	18
表 10: 2021 年 7 月零售渠道少儿类畅销图书 TOP10	19

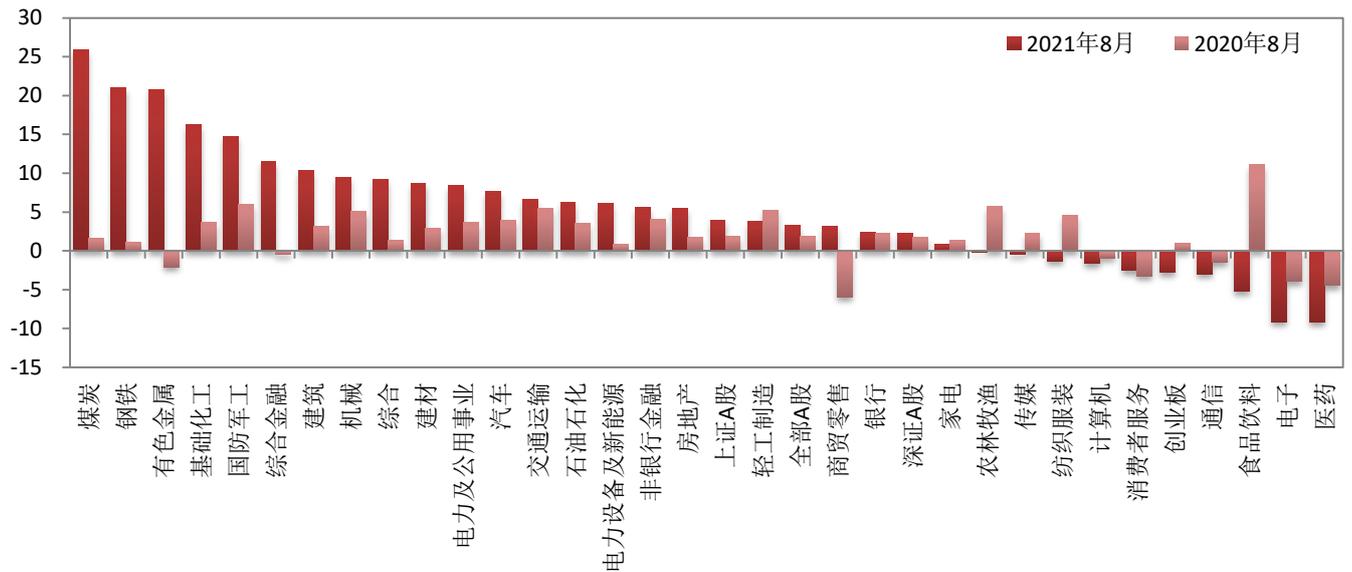


表 11：近两年三级子行业市盈率（剔除负值）统计情况	21
表 12：2021H1 传媒细分子行业营业收入及归母净利润增速情况	23

1. 行业市场表现

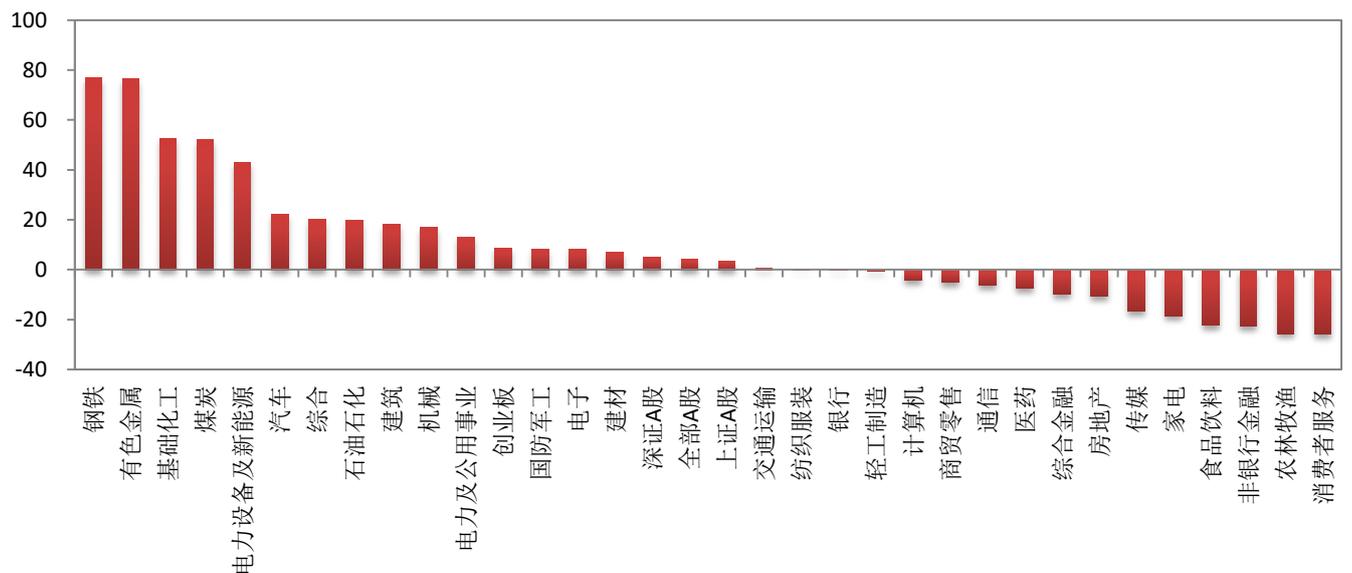
2021年8月，上证A股总市值加权平均的区间涨跌幅为3.97%，深证A股区间涨跌幅为2.26%，创业板区间涨跌幅为-2.83%，CS传媒行业区间涨跌幅为-0.47%，去年同期传媒行业涨跌幅为2.21%，自2021年初至8月底，CS传媒区间涨跌幅-16.58%。

图1：2021年8月行业月涨跌幅（%）



资料来源：wind，山西证券研究所

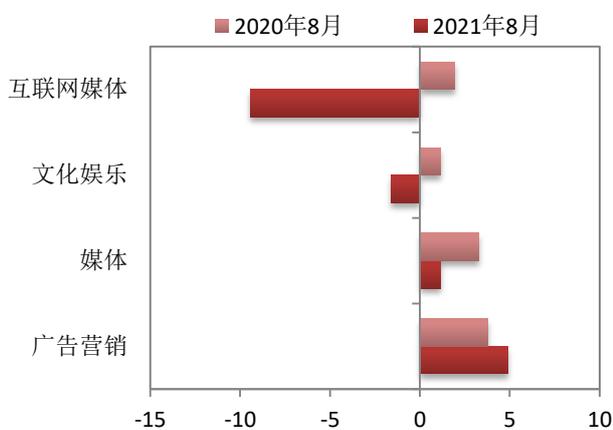
图2：2021年初至8月底行业涨跌幅（%）



资料来源：wind，山西证券研究所

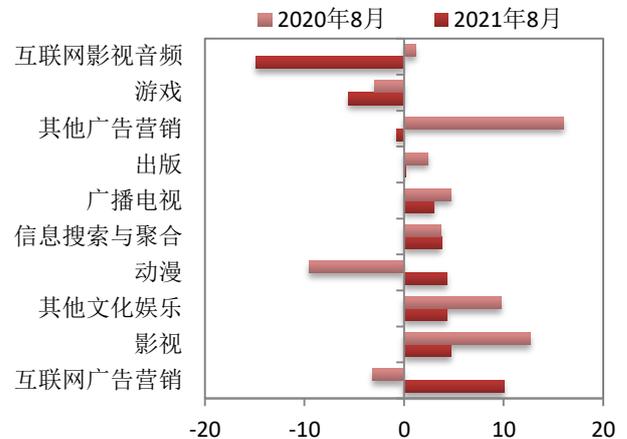
8月传媒二级子行业各有涨跌，互联网媒体、文化娱乐分别下跌9.41%和1.61%，媒体和广告营销分别上涨1.14%和4.88%。三级子行业中互联网广告营销、影视、其他文化娱乐、动漫、信息搜索与聚合、广播电视、出版涨幅分别为10.03%、4.70%、4.33%、4.28%、3.76%、3.01%、0.19%。其他广告营销、游戏、互联网影视音频分别下跌-0.78%、-5.61%、-14.87%。2021年初至8月末，二级行业均出现下跌，媒体、广告营销、文化娱乐、互联网媒体分别下跌3.61%、12.20%、21.43%、28.24%。从三级子行业看，2021年初至8月末，互联网影视音频、游戏、其他广告营销、其他文化娱乐跌幅较大，分别为34.47%、26.84%、22.04%、17.90%。信息搜索与聚合、影视、动漫、广播电视、出版、互联网广告营销跌幅较小，分别下跌11.70%、11.47%、5.93%、5.38%、2.53%、1.76%。

图3：传媒二级行业2021年8月份涨跌幅（%）



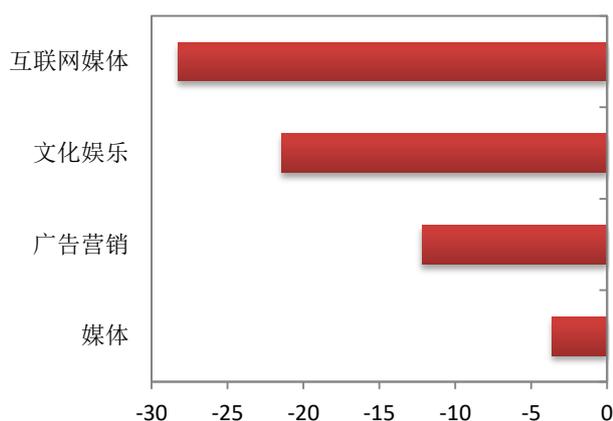
资料来源：wind，山西证券研究所

图4：传媒三级行业2021年8月份涨跌幅（%）



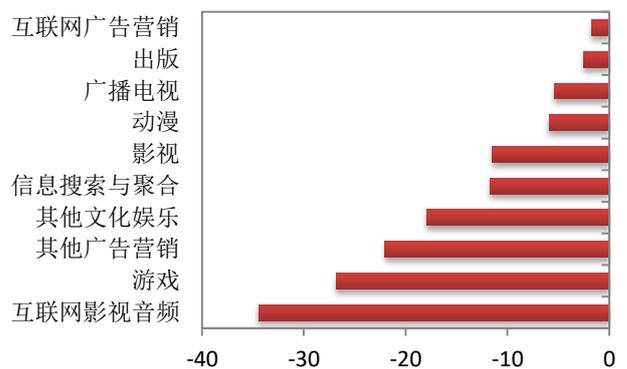
资料来源：wind，山西证券研究所

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，8月传媒行业有中95家上市公司收涨，盛通股份涨幅高达158.58%，龙版传媒、联创股份、*ST众应、智度股份等涨幅超过40%以上居行业前列；读客文化、顺网科技等8月跌幅20%以上，

跌幅居前。年初至 8 月底，联创股份、盛通股份、数码视讯、鼎龙文化、*ST 长动等公司涨幅在 80% 以上，完美世界、*ST 数知、紫天科技、川网传媒、读客文化等跌幅居前。

表 1：8 月个股涨跌幅统计（%）

8 月份涨幅前十的个股			8 月份跌幅前十的个股		
代码	简称	涨跌幅	代码	简称	涨跌幅
002599.SZ	盛通股份	158.58	002624.SZ	完美世界	-15.65
605577.SH	龙版传媒	60.95	300612.SZ	宣亚国际	-15.67
300343.SZ	联创股份	53.26	002530.SZ	金财互联	-16.15
002464.SZ	*ST 众应	52.19	603444.SH	吉比特	-16.82
000676.SZ	智度股份	46.54	300413.SZ	芒果超媒	-16.86
000917.SZ	电广传媒	35.15	300280.SZ	紫天科技	-18.53
301011.SZ	华立科技	30.32	300467.SZ	迅游科技	-18.60
002502.SZ	鼎龙文化	22.12	601921.SH	浙版传媒	-19.97
000835.SZ	*ST 长动	18.71	300113.SZ	顺网科技	-26.60
300182.SZ	捷成股份	17.90	301025.SZ	读客文化	-35.04

资料来源：wind，山西证券研究所

表 2：2021 年初自 8 月底个股涨跌幅统计（%）

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
300343.SZ	联创股份	623.88	300299.SZ	富春股份	-39.61
002599.SZ	盛通股份	150.64	300805.SZ	电声股份	-40.05
300079.SZ	数码视讯	96.36	603533.SH	掌阅科技	-40.78
002502.SZ	鼎龙文化	86.69	002558.SZ	巨人网络	-41.38
000835.SZ	*ST 长动	86.44	002555.SZ	三七互娱	-44.78
605577.SH	龙版传媒	60.95	301025.SZ	读客文化	-45.48
000917.SZ	电广传媒	52.99	300987.SZ	川网传媒	-49.02
300182.SZ	捷成股份	52.94	300280.SZ	紫天科技	-49.26
600576.SH	祥源文化	46.93	300038.SZ	*ST 数知	-49.60
002858.SZ	力盛赛车	46.82	002624.SZ	完美世界	-54.18

资料来源：wind，山西证券研究所

资金流向方面，传媒行业 8 月资金净流出 172.99 亿元，各子板块均为资金净流出，其中游戏板块资金净流出额最大。8 月，智度股份、电广传媒、视觉中国等个股区间机构净流入金额较大，联创股份、完美世界、数码视讯、三七互娱、吉比特等个股区间净流出金额较大。

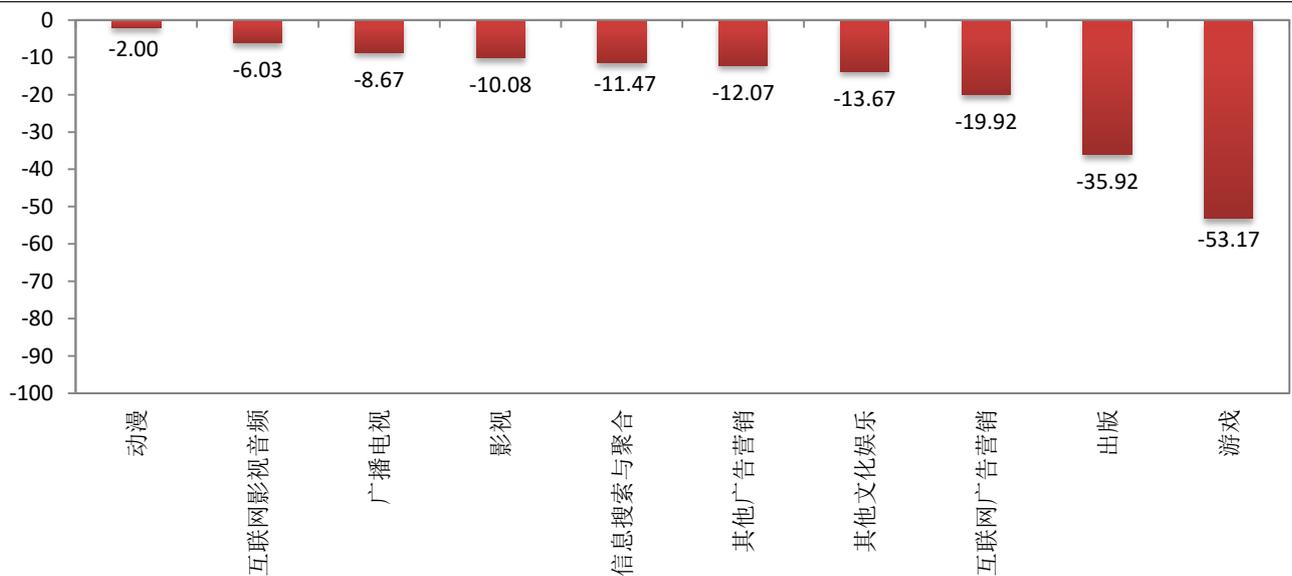
表 3：8 月个股资金流向统计（亿元）

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
000676.SZ	智度股份	4.5061	300343.SZ	联创股份	-9.3082
000917.SZ	电广传媒	1.6620	002624.SZ	完美世界	-4.7204
000681.SZ	视觉中国	1.4997	300079.SZ	数码视讯	-3.2721

301011.SZ	华立科技	0.9851	002555.SZ	三七互娱	-2.1456
300031.SZ	宝通科技	0.5538	603444.SH	吉比特	-2.0948
605577.SH	龙版传媒	0.5033	002599.SZ	盛通股份	-1.6047
600136.SH	当代文体	0.4173	002425.SZ	凯撒文化	-1.5312
002315.SZ	焦点科技	0.3810	002517.SZ	恺英网络	-1.4898
301052.SZ	果麦文化	0.3370	300113.SZ	顺网科技	-1.4253
002858.SZ	力盛赛车	0.3271	300418.SZ	昆仑万维	-1.3814

资料来源：wind，山西证券研究所

图 7：8 月传媒及子板块资金流向（亿元）



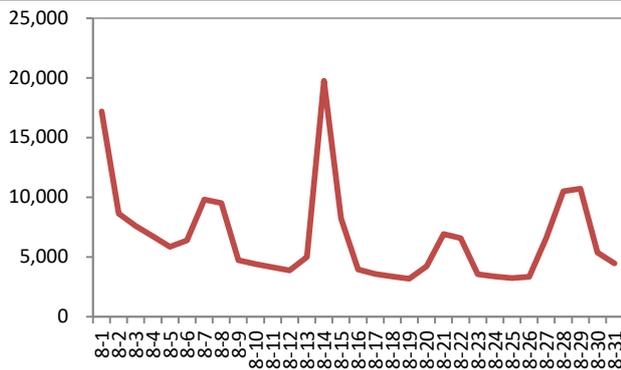
资料来源：wind，山西证券研究所

2. 行业数据月报

2.1 电影数据

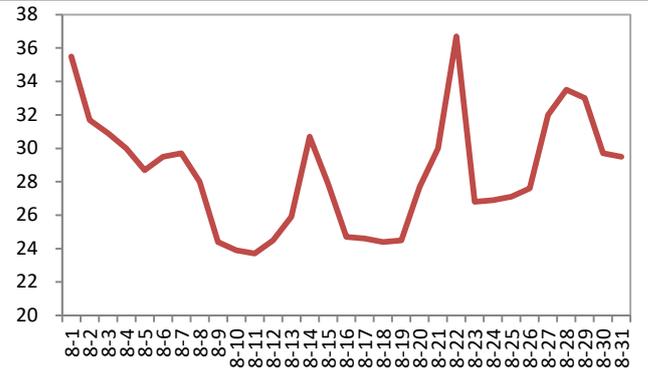
电影市场 8 月累计票房仅为 20.50 亿元，放映场次 880 万场，观影人次 5481 万人。本月大盘票房同比与环比均大幅回落，对比 2019 年 8 月，市场大盘票房为 78.35 亿，观影人次 2.2 亿。8 月一线至四线城市票房分别为 4.46 亿、7.93 亿、3.15 亿、4.95 亿元，从环比数据来看，二三四线月度票房明显回落，相较于一线城市，受本轮疫情影响更为明显。

图 8：2021 年 8 月单日票房走势（万元）



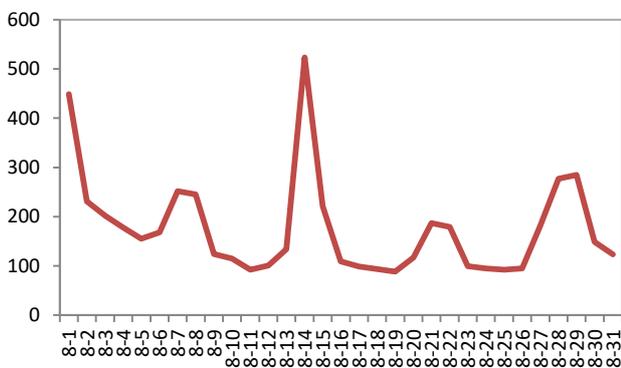
资料来源：猫眼电影专业版，山西证券研究所

图 9：2021 年 8 月单日放映场次走势（万场）



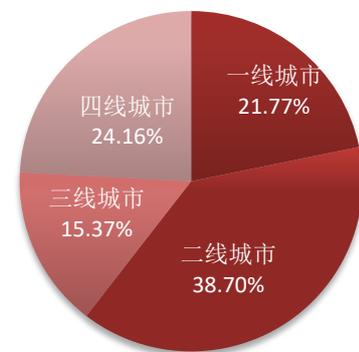
资料来源：猫眼电影专业版，山西证券研究所

图 10：2021 年 8 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 8 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

8 月全国票房 TOP10 院线分别为万达院线、广东大地、中影南方、上海联和、中影数字、金逸影视、横店影视、中影星美、北京华夏、浙江时代，其中万达院线票房 3.45 亿、观影人次 858 万领跑行业，幸福蓝海由于江苏疫情原因导致月票房跌出前十。影投票房 TOP10 分别为万达院线、大地影投、横店影投、CGV 影投、金逸影投、中影投资、博纳影投、百老汇、星轶影投、UME，其中万达影投与大地影投票房过亿，分别为 3.34 亿和 1.01 亿。

表 4：2021 年 8 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	858	10	万达影投	3.34	834	10
广东大地	1.94	532	7	大地影投	1.01	265	8
中影南方	1.77	485	7	横店影投	0.74	212	6
上海联和	1.74	413	8	CGV 影投	0.62	128	9
中影数字	1.34	371	6	金逸影投	0.55	142	9
金逸影视	0.97	258	8	中影投资	0.48	131	10
横店影视	0.83	238	6	博纳影投	0.38	96	10
中影星美	0.75	208	7	百老汇影投	0.38	69	14
北京华夏	0.74	205	7	星轶影投	0.37	95	9
浙江时代	0.68	189	6	UME	0.28	69	9

数据来源：猫眼电影专业版，山西证券研究所

8月单片票房TOP5影片中港片《怒火·重案》以9.26亿、占比45.1%的票房成绩大幅领先，其后为《盛夏未来》，票房2.78亿，《白蛇2：青蛇劫起》《失控玩家》以及《中国医生》位列票房第三至第五名。

表5：2021年8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
怒火·重案	92620	45.1%	39	10
盛夏未来	27791	13.5%	37	6
白蛇2：青蛇劫起	21811	10.6%	37	6
失控玩家	20897	10.1%	39	11
中国医生	8360	4.0%	31	6
夏日友晴天	7349	3.5%	36	5
贝肯熊2：金牌特工	2876	1.4%	34	4
测谎人	2786	1.3%	35	4
兔子暴力	2649	1.2%	34	4
再见，少年	1807	0.8%	36	4

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9月3日59城省级卫视黄金档电视剧收视排行榜前五分别为浙江卫视《乔家的儿女》收视率2.172%，市场份额7.93%；上海东方卫视《我的砍价女王》收视率2.149%，市场份额7.74%；江苏卫视《乔家的儿女》收视率2.071%，市场份额7.53%；北京卫视、上海东方卫视《扫黑风暴》收视率1.997%、1.592%，市场份额7.58%、6.18%。59城省级卫视晚间节目收视排行榜前五分别为浙江卫视《中国好声音》，湖南卫视《中餐厅》《夏日少年派2021》，北京卫视《扫黑风暴马帅的秘密》，江苏卫视《超脑少年团》。

图12：2021年9月3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	浙江卫视	乔家的儿女	2.172	7.93
2	上海东方卫视	我的砍价女王	2.149	7.74
3	江苏卫视	乔家的儿女	2.071	7.53
4	北京卫视	扫黑风暴	1.997	7.58
5	上海东方卫视	扫黑风暴	1.592	6.18
6	湖南卫视	与君歌	1.504	5.45
7	深圳卫视(新闻综合频道)	生活家	0.751	2.71
8	广东卫视	流金岁月	0.739	2.63
9	广东卫视	小舍得	0.674	2.46
10	安徽卫视	小舍得	0.55	1.99
11	黑龙江卫视	浪花依旧笑春风	0.314	1.13
12	湖北卫视	巡回检察组	0.198	0.71
13	重庆卫视	飞刀又见飞刀	0.185	0.67
14	天津卫视	叛逆者	0.132	0.48
15	贵州卫视	猎手	0.113	0.41
16	辽宁卫视	岳母的幸福生活	0.11	0.4
17	东南卫视	叛逆者	0.103	0.37
18	河北广播电视台卫视频道	铁核桃之无间风云	0.088	0.32
19	四川卫视	瞄准	0.081	0.29
20	吉林卫视	刑警之海外行动	0.077	0.28
中央	中央电视台综合频道	花开山乡	0.542	1.99

资料来源：@卫视小露电

图13：2021年9月3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	中国好声音	浙江卫视	20:30:41	22:12:32	综艺	2.222	8.57
2	中餐厅	湖南卫视	22:00:58	23:56:40	综艺	1.797	13.85
3	夏日少年派2021	湖南卫视	20:28:06	22:00:09	综艺	1.566	5.87
4	扫黑风暴马帅的秘密	北京卫视	19:42:27	21:03:17	综艺	1.473	5.29
5	超越少年团	江苏卫视	21:27:00	22:39:22	综艺	1.292	5.99
6	请吃饭的姐姐	浙江卫视	22:13:07	23:14:20	综艺	1.269	8.47
7	京城十二时辰	北京卫视	21:47:37	22:17:37	综艺	1.080	4.96
8	东方看大剧	上海东方卫视	21:56:25	22:06:46	生活服务	0.935	4.24
9	荔枝大剧秀	江苏卫视	20:37:55	21:24:10	综艺	0.914	3.28
10	大城小事城市竞演2021	上海东方卫视	22:06:56	22:47:02	专题	0.827	4.66
11	京城十二时辰看点秀	北京卫视	22:17:37	23:39:37	综艺	0.704	4.03
12	流流歌声2021	广东卫视	21:18:40	23:05:40	音乐	0.422	2.12
13	中餐厅	湖南卫视	23:59:53	0:25:32	综艺	0.310	8.53
14	新相亲大会	江苏卫视	22:39:22	23:27:06	综艺	0.252	2.52
15	直播港澳台	深圳卫视(新闻综合频道)	22:28:45	23:27:06	新闻/时事	0.238	1.88
16	我的白大褂2王牌科室	深圳卫视(新闻综合频道)	21:18:00	22:13:00	专题	0.180	0.75
17	中国好声音	浙江卫视	23:19:34	0:56:30	综艺	0.171	3.60
18	今晚	上海东方卫视	22:57:02	23:36:03	新闻/时事	0.163	1.64
19	金牌调解	江西卫视	22:00:07	22:42:15	生活服务	0.135	0.72
20	晚间报道	深圳卫视(新闻综合频道)	22:17:05	22:27:04	新闻/时事	0.125	0.67
21	风度中国第一缕清风度万里中国	湖南卫视	0:28:17	1:01:38	其它	0.125	5.76
22	中国故事	重庆卫视	21:24:52	22:09:59	专题	0.120	0.50
23	壹情保卫战	天津卫视	22:01:50	23:05:04	综艺	0.114	0.68
24	了不起的分享	四川卫视	21:25:18	21:50:49	专题	0.113	0.45
25	湖北10分	湖北卫视	21:10:00	21:25:00	新闻/时事	0.103	0.38

资料来源：@卫视小露电

2021年9月4日59城省级卫视黄金档电视剧收视排行榜前五分别为浙江卫视《乔家的儿女》收视率2.41%，市场份额8.65%；北京卫视《扫黑风暴》收视率2.083%，市场份额7.31%；上海东方卫视《我的砍价女王》收视率2.079%，市场份额7.49%；江苏卫视《乔家的儿女》收视率1.982%，市场份额7.10%；上海东方卫视《扫黑风暴》收视率1.839%，市场份额6.45%。59城省级卫视晚间节目收视排行前五分别为江苏卫视《非诚勿扰》，浙江卫视《嗨放派》《听说很好吃》，上海东方卫视《打卡吧吃货团》，北京卫视《最美中轴线》。

图 14：2021 年 9 月 4 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	浙江卫视	乔家的儿女	2.41	8.65
2	北京卫视	扫黑风暴	2.083	7.31
3	上海东方卫视	我的砍价女王	2.079	7.49
4	江苏卫视	乔家的儿女	1.982	7.1
5	上海东方卫视	扫黑风暴	1.839	6.45
6	湖南卫视	与君歌	1.593	5.68
7	北京卫视	刘楠追案	1.456	5.23
8	深圳卫视(新闻综合频道)	生活家	0.774	2.81
9	安徽卫视	爱的理想生活	0.494	1.77
10	广东卫视	流金岁月	0.45	1.6
11	黑龙江卫视	桃花依旧笑春风	0.321	1.15
12	湖北卫视	巡回检察组	0.192	0.68
13	天津卫视	叛逆者	0.135	0.48
14	东南卫视	叛逆者	0.11	0.39
15	辽宁卫视	岳母的幸福生活	0.109	0.39
16	贵州卫视	猎手	0.099	0.35
17	山东卫视	重案六组第三部	0.086	0.47
18	重庆卫视	飞刀又见飞刀	0.082	0.29
19	吉林卫视	叛逆者	0.081	0.28
20	吉林卫视	刑警之海外行动	0.078	0.28
中央	中央电视台综合频道	花开山乡	0.616	2.25

资料来源：@卫视小露电

图 15：2021 年 9 月 4 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	非诚勿扰	江苏卫视	20:33:54	21:56:44	综艺	1.969	7.50
2	嗨放派	浙江卫视	20:40:15	22:03:00	综艺	1.857	7.23
3	听说很好吃	浙江卫视	22:03:25	23:11:11	综艺	1.562	10.62
4	打卡吧吃货团	上海东方卫视	21:03:21	22:37:46	综艺	1.491	6.79
5	最美中轴线	北京卫视	21:08:15	21:43:33	综艺	1.289	5.04
6	好吃时刻	浙江卫视	23:11:11	23:30:51	综艺	1.177	13.63
7	最美中轴线唱诵篇	北京卫视	21:43:33	22:05:19	综艺	1.005	4.57
8	非诚勿扰	江苏卫视	21:56:54	23:18:38	综艺	0.809	5.53
9	快乐大本营	湖南卫视	20:27:39	21:59:39	综艺	0.615	2.34
10	今天的晚餐会明天的新生活	北京卫视	22:07:49	22:37:49	新闻/时事	0.458	2.71
11	牛气满满的哥哥	湖南卫视	22:00:20	23:59:02	综艺	0.281	2.38
12	东方大看点	上海东方卫视	22:37:57	23:50:52	生活服务	0.276	2.90
13	行进大湾区红色起点	广东卫视	21:11:49	21:44:04	专题	0.243	0.96
14	探秘时刻特别节目信仰的力量	深圳卫视(新闻综合频道)	21:35:55	22:10:15	专题	0.197	0.90
15	直播港澳台	深圳卫视(新闻综合频道)	22:26:15	23:25:05	新闻/时事	0.172	1.44
16	你看谁来了	天津卫视	21:27:35	22:36:39	专题	0.129	0.63
17	金牌调解	江西卫视	22:00:01	22:44:34	生活服务	0.115	0.68
18	嗨放派	浙江卫视	23:49:33	1:06:13	综艺	0.113	3.41
19	探秘时刻特别节目信仰的力量	深圳卫视(新闻综合频道)	23:26:15	23:56:20	专题	0.090	1.14
20	海峡新干线	东南卫视	22:05:59	22:54:18	新闻/时事	0.089	0.57
21	海味主角儿	辽宁卫视	21:18:57	22:05:16	专题	0.088	0.37
22	皖美旅拍2021第二季	安徽卫视	21:28:20	22:18:33	综艺	0.088	0.40
23	蒙面唱将猜猜猜	江苏卫视	23:18:38	0:54:39	综艺	0.064	1.80
24	东南军情	东南卫视	21:19:47	21:59:42	专题	0.079	0.33
25	晚间报道	深圳卫视	23:25:00	22:25:05	新闻/时事	0.078	0.45

资料来源：@卫视小露电

艺恩咨询数据显示，2021年8月，腾讯视频独播的《扫黑风暴》《你是我的荣耀》占据播映指数前两位，播放量分别达到35.3亿、29.0亿，芒果TV《与君歌》播放量20.8亿，播映指数排名第六位，上述三部剧集成为8月播放量破20亿次的头部剧集，爱奇艺《理想之城》播映指数排名第三位。

表 6：2021 年 8 月网络剧播映指数排名

剧集名称	播映指数	播放量	平台
扫黑风暴	84.3	35.3 亿	腾讯视频
你是我的荣耀	80.5	29.0 亿	腾讯视频
理想之城	75.6	--	爱奇艺
周生如故	74.6	--	爱奇艺
乔家的儿女	73	5.8 亿	腾讯视频
与君歌	71.8	20.8 亿	芒果 TV
我在他乡挺好的	70.8	6.4 亿	芒果 TV
玉楼春	66.4	--	优酷
亲爱的爸妈	65.6	2.8 亿	腾讯爱奇艺
天龙八部	64.3	4.3 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8月芒果TV《披荆斩棘的哥哥》播放量16.3亿次、播映指数70.4，断层式领先

头部网综，此外芒果 TV《再见爱人》播映指数排名第六，腾讯视频《心动的信号 4》、优酷《这！就是街舞 4》排名第二和第三位。

表 7：2021 年 8 月网综播映指数排名

综艺名称	播映指数	播放量	平台
披荆斩棘的哥哥	70.4	16.3 亿	芒果 TV
心动的信号 4	62.3	5.5 亿	腾讯视频
这！就是街舞 4	61.8	--	优酷
萌探探探案	60.9	--	爱奇艺
脱口秀大会 4	60.3	10.4 亿	腾讯视频
再见爱人	58.6	3.8 亿	芒果 TV
爆裂舞台	58.1	--	爱奇艺
德云斗笑社第二季	56.7	4.0 亿	腾讯视频
明日创作计划	56.2	10.4 亿	腾讯视频
做家务的男人 3	55.9	--	爱奇艺

资料来源：艺恩咨询，山西证券研究所

2.3 移动应用数据

App Annie 数据显示，2021 年 7 月中国大陆移动应用 APP 下载量排名，抖音短视频、快手、微信、淘宝特价版、国家反诈中心、拼多多、腾讯视频、百度、QQ、爱奇艺排名前 10 位，其中淘宝特价版上升 20 名，腾讯视频上升 4 名；QQ 下降 3 名。

图 16：2021 年 7 月中国大陆 APP 应用下载排行榜

中国大陆热门应用
iOS App Store, 2021 年 7 月

排名	图标	应用名称	下载排行	与上月相比 排名变化	排名	图标	应用名称	收入排行	与上月相比 排名变化
1		抖音	抖音	-	1		抖音	抖音	-
2		快手	快手	1 ▲	2		腾讯视频	腾讯视频	-
3		微信	微信	1 ▼	3		爱奇艺	爱奇艺	-
4		淘特	淘特	20 ▲	4		QQ音乐	QQ音乐	-
5		国家反诈中心	国家反诈中心	1 ▼	5		优酷	优酷	-
6		拼多多	拼多多	1 ▼	6		QQ	QQ	2 ▲
7		腾讯视频	腾讯视频	4 ▲	7		快手	快手	1 ▼
8		百度	百度	1 ▼	8		芒果TV	芒果TV	2 ▲
9		QQ	QQ	3 ▼	9		哔哩哔哩	哔哩哔哩	2 ▲
10		爱奇艺	爱奇艺	2 ▼	10		Boss直聘	Boss直聘	3 ▼

资料来源：App Annie

2.4 移动游戏数据

App Annie 7 月中国 iOS 热门游戏排行榜中，由网易游戏和漫威合作推出的 MOBA《漫威超级战争》

正式上线，登上 iOS 下载榜第 5 位，迷你玩出品的 3D 沙盒模拟游戏《迷你世界》在 7 月的暑期高峰进行了【全民创造节】活动，下载量大幅增加，排名上升 14 位至下载榜第 9 位，6 月榜首《摩尔庄园》热度有所减少，7 月排名第 8 位。iOS 收入榜中，雷霆游戏的写意水墨风格的修仙放置游戏《一念逍遥》依然保持比较稳定的水平；完美世界 6 月新发行的 MMORPG 新作《梦幻新诛仙》7 月首次进榜，排名第 6 位；网易运营 5 年的 SLG《率土之滨》在 7 月重回前十榜。

图 17：2021 年 7 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 7 月

排名	图标	下载排行	与上月相比排名变化	排名	图标	收入排行	与上月相比排名变化
1		王者荣耀	1 ▲	1		和平精英	1 ▲
2		和平精英	1 ▲	2		王者荣耀	1 ▼
3		开心消消乐	1 ▲	3		梦幻西游	-
4		Minecraft Pocket Edition	4 ▲	4		三国志:战略版	-
5		漫威超级战争	New!	5		原神	1 ▲
6		欢乐斗地主	1 ▲	6		梦幻新诛仙	25 ▲
7		QQ飞车	2 ▲	7		穿越火线	3 ▲
8		摩尔庄园	7 ▼	8		一念逍遥	-
9		迷你世界	14 ▲	9		率土之滨	7 ▲
10		我的饭店	1 ▲	10		天涯明月刀	1 ▲

* ▲ 表示上月排名在 100 名以外

资料来源：App Annie

Sensor Tower 数据显示，中国手游出海收入榜中，米哈游《原神》2.0 版本推出，移动端 7 月海外收入环比增长 55% 至 1.15 亿美元，超越《赛马娘》同期表现(1.01 亿美元)。三七互娱 SLG+消除手游《末日喧嚣》收入环比增长 17.5% 再创新高，排名进一步上升至第 7 名，三七互娱另一款手游《云上城之歌》于 7 月在韩国上市，位列当地手游畅销榜第 11 名，为近期在韩表现最亮眼的新游之一。其余排名上升的游戏包括《明日方舟》7 月海外收入环比增长 63% 重回榜单，朝夕光年于 6 月在东南亚市场发行《RO 仙境传说：新世代的诞生》，该游戏 7 月收入环比增长 60%。下载榜中，《PUBG Mobile》7 月海外下载量飙升至 2240 万次，回归榜首；心动网络《香肠派对》7 月登陆东南亚市场，获得超过 700 万下载，位列榜单第 7 名。

图 18：2021 年 7 月中国手游出海下载（左）与收入（右）

2021年7月中国手游下载量TOP30 | 海外App Store + Google Play

手游及发行商		手游及发行商	
1	PUBG MOBILE 腾讯	16	UNO!™ Matter163
2	王国纪元 IGG	17	Shape-shifting 六次方
3	无尽对决 沐瞳科技	18	原神 米哈游
4	数字填色 DAILYINNOVATION	19	Yalla Ludo Yalla
5	SortPuz JoyPuz	20	Tile Master Higgs Studio
6	Smash Colors 3D Badknowball	21	木块拼图消除 DAILYINNOVATION
7	香肠派对 心动网络	22	BlockPuz Rejoy Studio
8	台球城 MOUNTAIN GAME	23	Beat Racing Badknowball
9	Tile Connect Higgs Studio	24	数独 DAILYINNOVATION
10	疯狂餐厅 Higgs Studio	25	宝宝巴士百变职业 宝宝巴士
11	脑洞大师 风雷科技	26	宝宝神奇汽车 宝宝巴士
12	使命召唤手游 动视暴雪 & 腾讯	27	Block Puzzle Jewel hua weimei
13	Project Makeover Magic Tavern	28	时尚小公主 宝宝巴士
14	宝宝巴士世界 宝宝巴士	29	Higgs Domino Island Higgs Studio
15	口袋奇兵 江豚互动	30	宝宝超市 宝宝巴士

以上榜单来源于Sensor Tower 2021年7月期间中国大陆以外App Store及Google Play商店之手游下载量估算。

2021年7月中国手游收入TOP30 | 海外App Store + Google Play

手游及发行商		手游及发行商	
1	原神 米哈游	16	守望黎明 发信网络
2	PUBG MOBILE 腾讯	17	奇迹之剑 K399
3	State of Survival FunPlus	18	剑与远征 莉莉丝
4	万国觉醒 莉莉丝	19	Cash Frenzy Casino 博乐科技
5	使命召唤手游 腾讯 & 动视暴雪	20	阿瓦隆之王 FunPlus
6	荒野行动 网易	21	明日方舟 鹰角网络 & 悠星网络 & 心动网络
7	末日喧嚣 三七互娱	22	偶像梦幻祭!! Music 乐元堂
8	王国纪元 IGG	23	白夜极光 腾讯
9	口袋奇兵 江豚互动	24	火枪纪元 FunPlus
10	霸道风云 龙图网络	25	帝国纪元 龙图网络
11	Project Makeover Magic Tavern	26	RO仙境传说: 新世代的诞生 盛大网络
12	无尽对决 沐瞳科技	27	战火与秩序 CameoGames
13	放置少女 有乐互娱	28	Lotsa Slots 博乐科技
14	三国志·战略版 乐游互娱	29	Matchington Mansion Magic Tavern
15	Age of Z Origins CameoGames	30	云上城之歌 三七互娱

以上榜单来源于Sensor Tower 2021年7月期间中国大陆以外App Store及Google Play商店之手游收入估算。

Sensor Tower 全球领先的手游及应用情报平台 www.sensortower-china.com

Sensor Tower 全球领先的手游及应用情报平台 www.sensortower-china.com

资料来源：SensorTower 公众号

Sensor Tower 数据显示，中国手游发行商全球收入 TOP 30 厂商 7 月总收入同比增长 21.4%。其中，来自海外市场的收入增长 27.7%，占比从去年同期 48.7%，上升至本期 51.3%。7 月网易游戏收入环比上涨 10%，主要由于《梦幻西游》《荒野行动》《率土之滨》等游戏收入全线增长，其中《荒野行动》收入增幅最大，达到 22%；三七互娱 7 月收入环比增长 13%，排名榜单第 6 名，《末日喧嚣》在海外市场的亮眼成绩以及《斗罗大陆：魂师对决》新上线；完美世界《梦幻新诛仙》7 月收入环比增长 391%，带动完美世界收入亦同步增长 126%，再度回归榜单前十；朝夕光年收入环比增长 23%，其中海外手游收入占比高达 62%；此外，游族网络收入环比提升 12%，得益于 7 月在中国港台地区代理发行手游《天谕》，以及 SLG 手游《Infinity Kingdom》在欧美收入稳步增长。

图 19：2021 年 7 月中国游戏发行商全球收入排名 TOP30

2021年7月中国手游发行商收入TOP30 | 全球 App Store + Google Play

1	腾讯 Tencent	16	雷霆游戏 Leiting
2	网易 NetEase	17	沐瞳科技 Moonton
3	米哈游 miHoYo	18	朝夕光年 Nuverse
4	趣加 FunPlus	19	4399游戏 4399 Games
5	莉莉丝 Lilith Games	20	乐元素 Happy Elements
6	三七互娱 37 Games	21	游族网络 YOOZOO
7	灵犀互娱 Lingxi Games	22	有爱互娱 C4games
8	博尔科技 Bole Games	23	悠星网络 Yostar
9	完美世界 Perfect World	24	智明星通 ELEX
10	天盟数码 IGG	25	多益网络 Duoyi
11	友塔游戏 Yotta Games	26	友谊时光 FriendTimes
12	麦吉太文 Magic Tavern	27	尼毕鲁 Tap4Fun
13	江娱互动 Topwar	28	英雄互娱 Hero Game
14	龙创悦动 Long Tech	29	龙腾简合 ONEMT
15	壳木游戏 CamelGames	30	哔哩哔哩 Bilibili

以上榜单来源于Sensor Tower 2021年7月全球App Store及Google Play商店之手游收入估算。

SensorTower 全球领先的手游及应用情报平台 www.sensortower-china.com

资料来源：SensorTower 公众号

买量方面，Data Eye 数据显示，暑期档以来市场投放连续三个月上涨，今年 8 月投放水平较去年暑期同比增长达 66.16%。8 月日均在线投放素材为 133,962 组，环比增长 4.58%，新增素材投放 1,261,295 组，日均新增素材 42,043 组，环比减少 6.8%。8 月日均投放游戏数量为 2527 款，投放高峰为 8 月 8 日 2673 款。买量公司方面，8 月日均投放公司主体 1361 家，环比增加 12 家，8 月 2 日为峰值，数量达到 1435 家。畅游时代 8 月素材投放 10,033 组，排名大幅上升，超过腾讯榜单排名。

图 20：2021 年 8 月游戏买量素材投放趋势



资料来源：dataeye

图 21：2021 年 8 月游戏买量公司数趋势



资料来源：dataeye

图 22：2021 年 8 月中重度游戏投放榜

图 23：2021 年 7 月游戏买量 TOP 50

排名	游戏名称	投放素材数	投放媒体
1	三国志·战略版	13,075	头条 抖音 快手
2	小浣熊百将传	12,415	抖音 快手
3	梦幻新诛仙	8,839	头条 抖音 快手
4	叫我大掌柜	7,631	头条 抖音 快手
5	斗罗大陆：魂师对决	6,672	头条 抖音 快手
6	死亡突围	5,892	头条 抖音 快手
7	永恒帝国	5,398	头条 抖音 快手
8	热血合击正版授权	5,130	头条 抖音 快手
9	一念逍遥	5,104	头条 抖音 快手
10	梦幻西游	4,803	头条 抖音 快手

中重度游戏投放总榜

资料来源：dataeye

8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	北京龙威互动科技有限公司	84,774	26	杭州网易雷火科技有限公司	7,854
2	广西无及网络科技有限公司	73,796	27	海南逸鑫网络技术有限公司	7,627
3	北京展心展力信息科技有限公司	50,866	28	PICFUN TECH LIMITED	7,564
4	南京网眼软件有限公司	45,549	29	武汉微派网络科技有限公司	7,543
5	成都度青天网络科技有限公司	19,429	30	广州指上科技有限公司	7,451
6	福建瑞趣创享网络科技有限公司	18,589	31	Hainan Yicheng Network Techn	7,323
7	长沙指色网络科技有限公司	18,416	32	广州聚迈软件科技有限公司	7,293
8	在线途游(北京)科技有限公司	18,391	33	成都完美天智游科技有限公司	6,802
9	广州唯吗哈网络科技有限公司	14,648	34	Hainan Shangxuan Network Te	6,719
10	广州水云网络科技有限公司	14,611	35	海南亿成网络技术有限公司	6,706
11	天津酷盟网络科技有限公司	12,197	36	长沙咫尺信息技术有限公司	6,598
12	西安点扣软件科技有限公司	11,903	37	长沙四五互娱网络科技有限公司	6,560
13	海南九游信息技术有限公司	11,761	38	海南亿成网络技术有限公司	6,372
14	游盛盛世科技(北京)有限公司	11,745	39	深圳市神游科技股份有限公司	6,335
15	福建棋乐网络科技有限公司	11,461	40	北京原力矩阵网络科技有限公司	6,175
16	海南云动凤起网络科技有限公司	10,627	41	广州四三九九信息科技有限公司	5,801
17	北京精游时代数码技术有限公司	10,033	42	杭州盈源科技有限公司	5,801
18	深圳市腾讯计算机系统有限公司	9,886	43	广州网易计算机系统有限公司	5,587
19	深圳市万湖德文化科技有限公司	9,826	44	Beijing Gamease Age Digital Te	5,395
20	艾睿普斯(西安)网络科技有限公司	8,648	45	PLUSDOT Technology Limited	5,234
21	海南九游网络科技有限公司	8,289	46	深圳全民互动科技有限公司	5,231
22	北京认知矩阵网络科技有限公司	8,132	47	湖南草花互动科技股份有限公司	5,034
23	深圳市乐云无线科技有限公司	8,099	48	Lingtonggou Network Technolc	4,889
24	壹王	7,941	49	Khorgas Zhifan Network Techn	4,644
25	北京游来游趣科技有限公司	7,739	50	Jiangxi Fun Information Techn	4,618

资料来源：dataeye

2.5 广告市场数据

CTR 媒介智讯的数据显示，2021 年 7 月广告市场花费同比增长 12.4%，环比减少 2.7%。分广告渠道看，广播和电梯广告同比持续上涨，但增速均有所放缓，电梯 LCD 广告刊例花费同比增长 29.9%，上年同期增速为 42.8%，电梯海报广告刊例花费同比增长 24.4%，上年同期增速为 55.8%。

图 24：2021 年 7 月中国广告市场刊例花费增速

2021年7月广告刊例花费同比**上涨12.4%**，环比**减少2.7%**



资料来源：CTR 媒介智讯

图 25：2021 年 7 月中国广告市场刊例花费各媒介刊例花费增速

分渠道广告投放变化情况



资料来源：CTR 媒介智讯

行业方面，7月，个人用品、化妆品/浴室用品、娱乐及休闲行业的广告花费增长在多个广告渠道均有所体现。个人用品主要在电视、报纸和电梯LCD等渠道有明显增长，增长主要源自眼镜/隐形眼镜、个人健康产品和钟表的增投；化妆品/浴室用品行业广告持续在电视和电梯渠道增投，在电视广告花费同比增长22.8%，电梯LCD广告花费同比上涨188.3%，在电梯海报的花费同比上涨120.0%；娱乐及休闲行业在多个广告渠道的广告投放均有提升，其中特别是在杂志、电梯LCD和电梯海报的广告投放同比增长都超过50%。

图 26：2021 年 7 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



2.6 图书零售数据

2021年7月，开卷虚构类排行榜呈现出明显的中小学暑假带动销量的特点，学生推荐读物类的排名有所提升，《红岩》上升13个名次位列榜首，《红楼梦(上下)》上升10个名次，排在第7名。此外《水浒传(上下)》《西游记(上下)》《苏菲的世界》等5种经典图书返榜。

表 8：2021 年 7 月零售渠道虚构类畅销图书 TOP10

	书名	作者	出版社	定价
1	红岩	罗广斌, 杨益言	中国青年出版社	36
2	活着	余华	北京十月文艺出版社	35
3	三体	刘慈欣	重庆出版社	2
4	三体 II-黑暗森林	刘慈欣, 姚海军	重庆出版社	32
5	三体 III-死神永生	刘慈欣, 姚海军	重庆出版社	38
6	难哄(完结篇)	竹已	江苏凤凰文艺出版社	49.8
7	红楼梦(上下)	曹雪芹、无名氏	人民文学出版社	59.7
8	云边有个小卖部	张嘉佳	湖南文艺出版社	42
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	水浒传(上下)	施耐庵, 罗贯中	人民文学出版社	50.6

资料来源：北京开卷，山西证券研究所

2021年7月，受暑期影响开卷非虚构类畅销书榜单与上月相比变化较大，《蛤蟆先生去看心理医生》蝉联榜首，《红星照耀中国》和《次第花开：藏人精神保持愉悦的秘密(2017修订版)》位列2-3位。7月有6本图书首次上榜。

表 9：2021 年 7 月零售渠道非虚构类畅销图书 TOP10

	书名	作者	出版社	定价
1	蛤蟆先生去看心理医生	罗伯特·戴博德	天津人民出版社	38
2	红星照耀中国	埃德加·斯诺	人民文学出版社	43
3	次第花开·藏人精神保持愉悦的秘密	希阿荣博堪布	海南出版社	39.8
4	如果历史是一群喵(8)	肥志	广东旅游出版社	59.8
5	半小时漫画中国史(5)	陈磊	上海文汇出版社	49.9
6	半小时漫画中国史(全新修订版)	二混子	江苏凤凰文艺出版社	39.9
7	学习高手	李拓远	北京联合出版社	55
8	半小时漫画中国史(4)	陈磊	海南出版社	49.9
9	半小时漫画世界史	陈磊	海南出版社	39.9
10	半小时漫画中国史(4)	陈磊	海南出版社	39.9

资料来源：北京开卷，山西证券研究所

少儿图书在暑假期间迎来销售高峰，少儿畅销榜单变化较大，畅销系列书有所减少，长销的少儿文学增加。《草房子》排名第1位，《青铜葵花(新版)》和《窗边的小豆豆(2018版)》排名第2和第3位。7

月返榜图书较多，包括《没头脑和不高兴(注音版)》《了不起的狐狸爸爸(彩图拼音版)》《狼王梦(升级版)》等 10 部少儿文学作品。

表 10：2021 年 7 月零售渠道少儿类畅销图书 TOP10

排名	书名	作者	出版社	定价
1	草房子	曹文轩	江苏凤凰少年儿童出版社	22
2	青铜葵花（新版）	曹文轩	江苏凤凰少年儿童出版社	22
3	窗边的小豆豆(2018 版)	黑柳彻子、岩崎千弘	南海出版公司	39.5
4	没头脑和不高兴	任溶溶	浙江少年儿童出版社	18
5	狼王梦（升级版）	沈石溪	浙江少年儿童出版社	26
6	了不起的狐狸爸爸（彩图拼音版）	罗尔德·达尔、昆廷·布莱克	明天出版社有限公司	28
7	三毛流浪记（彩图注音读物）	张乐平	少年儿童出版社	38
8	夏洛的网（新）	E.B.怀特	上海译文出版社	37
9	米小圈脑筋急转弯 机智小神童	北猫	四川少年儿童出版社	16
10	哈利·波特与魔法石	J.K.罗琳	人民文学出版社	42

资料来源：北京开卷，山西证券研究所

3. 行业新闻回顾

➤ App Annie 大中华区负责人：中国出海手游正在得到全球游戏玩家的肯定

根据 App Annie 联合 Google 发布的《2021 年移动游戏出海洞察报告》指出，2021 年上半年期间，中国手游在海外市场获得了 17 亿的整体下载量，海外用户在中国移动游戏上的支出达 80 亿美元，同比增长 47%。同时，中国游戏开发商在头部海外游戏市场中占据的份额超过 23%，规模在海外市场成为全球第一。App Annie 大中华区负责人郑伟达指出该成绩得益于出海手游质量的提升和新游戏数量的稳定增长。此外中国移动游戏发行商正在高用户支出市场获得更多市场份额，中国移动游戏在德国的市场份额飙升到了 28%，用户支出年增长达 42%。

➤ 世界最大电影连锁院线 AMC 为寻求盈利将支持比特币购买影票

世界最大电影连锁院线 AMC 董事长兼首席执行官亚当·阿隆（Adam Aron）表示第二季度的净亏损有所减少，将推出包括支持比特币支付在内的一系列措施实现转型盈利。截至 6 月 30 日，AMC 已经重新开放了 593 个国内院线和 335 个国际院线；AMC 打破了新冠大流行时期的观众记录，本季度院线接待的观众超过 2200 万名。本季度净亏损缩小至 3.44 亿美元，而一年前的净亏损则为 5.612 亿美元。亚当·阿隆在公司的第二季度财报电话会议中提出的振兴措施包括对 10 个即将租约到期的电影院续约；2021 年内，在美国、欧洲和中东再开设十几家新影院；引入音乐会电影；与华纳兄弟公司达成协议，在 2022 年获得 45 天的独家放映权。在年底前的全国影院不仅支持比特币在线购买电影票，支持使用 Apple Pay 和 Google Pay 进行在线购买。

➤ 中国演出行业协会：艺人经纪机构应承担艺人教育管理责任

据中国演出行业协会微信公众号 9 月 2 日消息，中国演出行业协会今日发布自律公告，强调艺人经纪机构应承担艺人教育管理责任，应开展自查自律，对于缺乏底线意识、不服从约束和引导的艺人，应终止为其提供经纪服务。严重失职失责、纵容违法失德行为的经纪机构今后也将受到行业自律惩戒。

➤ 中国最大国漫平台快看 APP 宣布完成 2.4 亿美元融资，多家知名机构入局

日前中国最大国漫平台快看 APP 宣布完成 2.4 亿美元融资，由建银国际、One Store、腾讯、Coatue、天图资本等投资，这是快看迄今为止最大单笔融资并且再次刷新了漫画行业融资额纪录。在 2016 年快看漫画就受到了资本的青睐，红杉资本、昆仑万维等以超 1 亿的金額完成对快看漫画的融资。随后快看漫画先后经历了 4 轮融资，分别获得 2.5 亿人民币、1.77 亿美元、1.25 亿美元、9000 万美元的投资，融资对象也从国内扩展到海外。快看漫画创始人、CEO 陈安妮表示，快看漫画业务早已盈利，过去每年总收入规模都保持着 50% 以上的增长。

➤ Facebook 加码元宇宙，寻求第二增长曲线

扎克伯格在广告会议中重申“元宇宙”，他声称 Facebook 将在五年后转型成为一家元宇宙公司。元宇宙的主流定义是“网络化的虚拟现实”，通过 AR 和 VR 技术，用户可以创建真正的“平行宇宙”。扎克伯格强调，“元宇宙不仅仅只是 VR，也包括 PC、移动设备和游戏主机。”扎克伯格有自己的一套逻辑想通过 VR 技术打开“元宇宙”的关口。2021 年 4 月，字节跳动也斥资近 1 亿元投资了被戏称为“中国版 Roblox”的手机游戏研发商代码乾坤。据 VRPinea 数据统计，仅 6 月份一个月，关于 VR、AR、AI 领域的投资并购事件就有 27 笔，经纬中国、高榕资本、真格基金等一线基金均已入局。

➤ 国内实景娱乐市场：本土品牌不断发力，地区差异明显

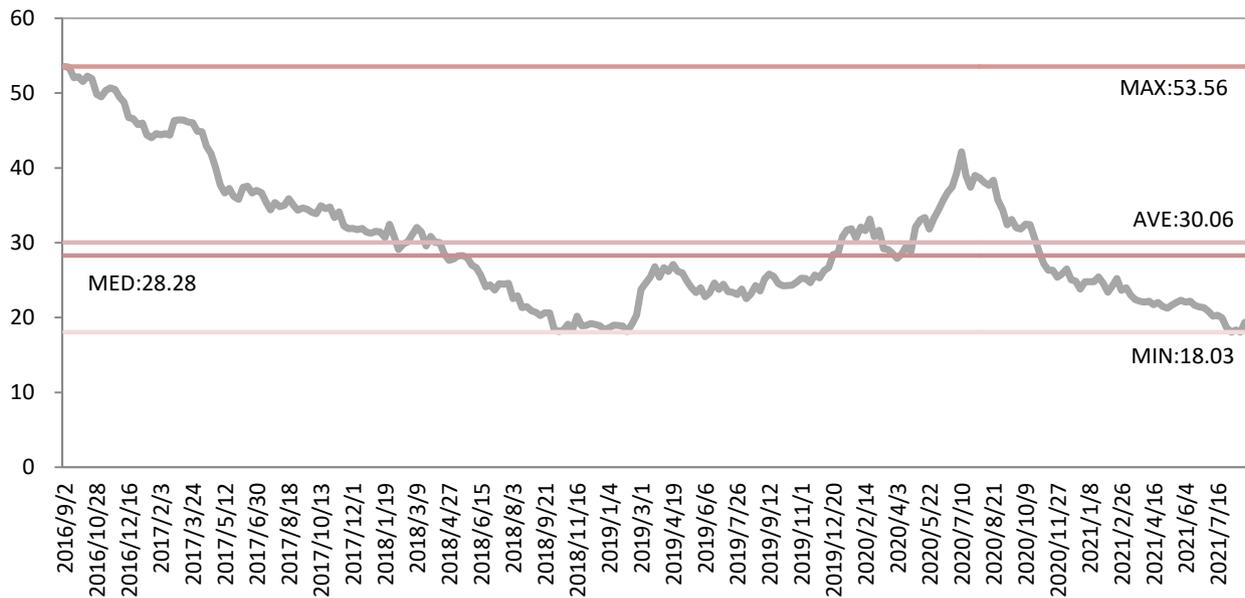
中国城市实景娱乐数据研究中心认为，国内本土主题公园品牌在逐渐赶超那些国际知名的主题公园品牌，这意味着本土化发展越来越重要；此外品牌方应该加强影视内容制作和 IP 形象制作在主题娱乐行业中的应用；全新的旅游形式的升级将持续影响未来实景娱乐项目的产品设计和研发以及运营管理模式；上海、北京、重庆、武汉和广州在城市实景娱乐市场中表现突出，而成都和杭州的旅游市场表现较好，长沙和南京的居民市场表现较好。东北地区的实景娱乐市场都相对落后很多，投资潜力低。

4. 投资建议

传媒板块经过 7 月份以来的深度调整后企稳回升，截至 9 月 3 日收盘，中信传媒板块整体市盈率(TTM)为 19.14 倍，处于近五年板块估值 7.20% 分位，子行业中互联网影视音频板块 32 倍的市盈率水平处于近两年估值最低，其他广告营销、信息搜索与聚合、出版、游戏等处于近两年估值 10% 以下，相对历史估

值水平较高的行业包括广播电视、影视等行业。7月至8月，由于饭圈整治、网络“清朗”行动等事件，引发市场对内容监管收紧的担忧，传媒板块市场波动明显，导致估值持续下行。近期数据安全、个人信息保护、未成年保护等政策的落地，使得前期监管收紧的不确定性风险得以释放，随着公司应对政策变动对生产经营及相关产品的调整逐步完成，内容产业有望回归发展快车道；此外从中报业绩披露的情况来看，疫情对行业及细分板块业绩影响基本消除，业绩增速有明显的改善，建议把握调整后的估值性价比较高的游戏、网络视频板块机会。

图 27：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：近两年三级子行业市盈率（剔除负值）统计情况

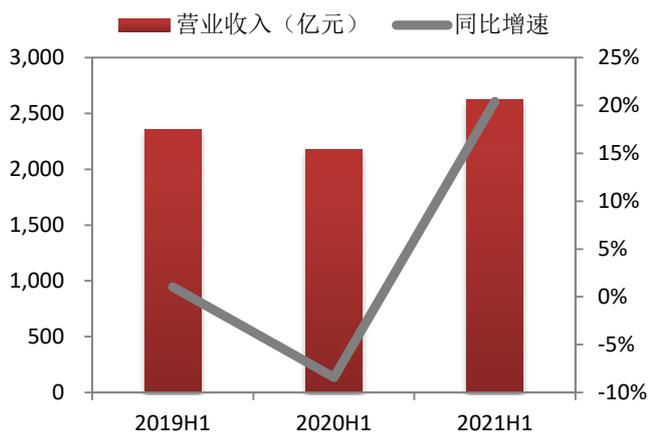
细分板块	MAX	MIN	MED	AVE	9月3日	近两年估值分位点
互联网影视音频	87.82	31.75	51.39	54.66	32.00	0.00%
其他广告营销	72.13	18.38	39.20	41.82	18.47	0.40%
信息搜索与聚合	75.42	38.74	56.34	56.28	42.65	5.60%
游戏	43.28	15.14	24.82	25.46	18.06	9.20%
出版	18.34	11.01	14.77	14.51	11.71	9.40%
互联网广告营销	69.26	14.61	29.21	33.26	16.52	11.00%
其他文化娱乐	497.40	21.17	77.20	75.33	61.16	37.10%
动漫	3466.08	0.00	156.13	613.65	146.91	43.50%
影视	99.76	24.03	50.35	49.62	51.71	53.80%
广播电视	38.22	23.57	28.24	29.01	30.52	79.80%

资料来源：wind，山西证券研究所

行业中报业绩向好，二季度改善更为明显。CS 传媒 152 家上市公司 2021H1 实现营业收入 2627.31 亿元，同比 2020H1 增长 20.43%，实现归属母公司股东净利润 284.27 亿元，同比增长 62.50%。由于 2020

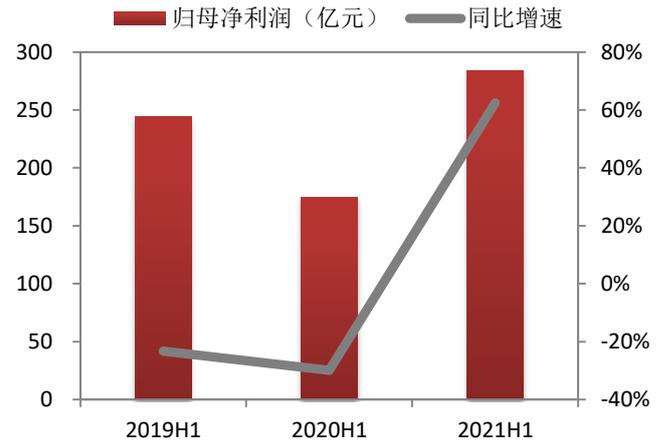
年上半年行业受到疫情影响业绩基数整体较小，通过 2019H1 可比范围统计，2021H1 上市公司营业收入与归母净利润分别实现增长 10.08% 和 14.20%，业绩增速较 2019H1 也有显著提升，表明行业在恢复疫情前的正常经营中发展态势与业绩增长持续向好。其中 21Q2 分别实现营业收入与归母净利润 1390.37 亿元、175.66 亿元，可比范围统计口径下同比增长 18.43% 和 48.35%，对比 2019 同期分别实现增长 10.34% 和 35.75%，Q2 行业收入与利润端呈现同比与环比的双增长。

图 28：近三年传媒上市公司中报营业收入情况



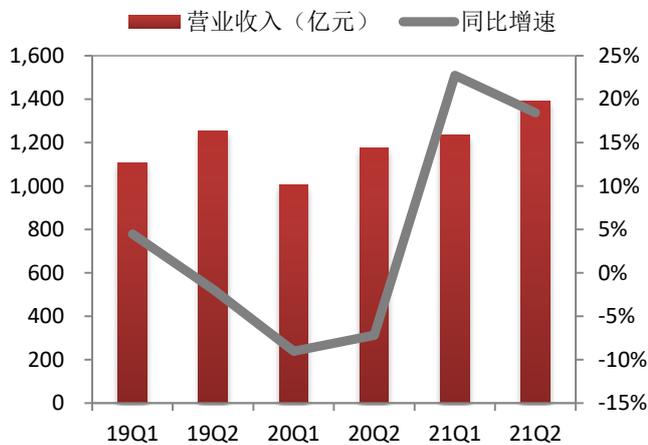
资料来源：wind，山西证券研究所

图 29：近三年传媒上市公司中报归母净利润情况



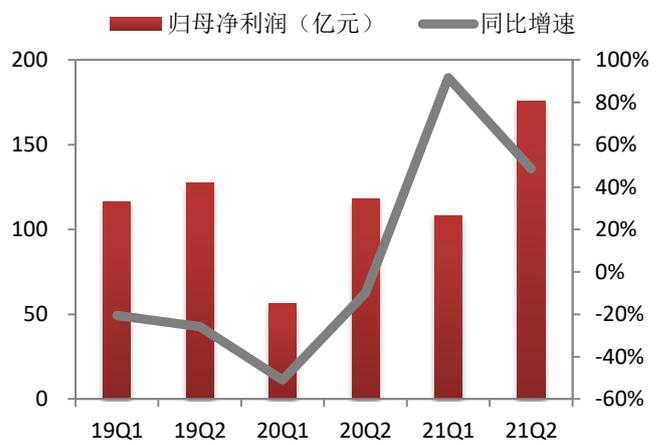
资料来源：wind，山西证券研究所

图 30：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

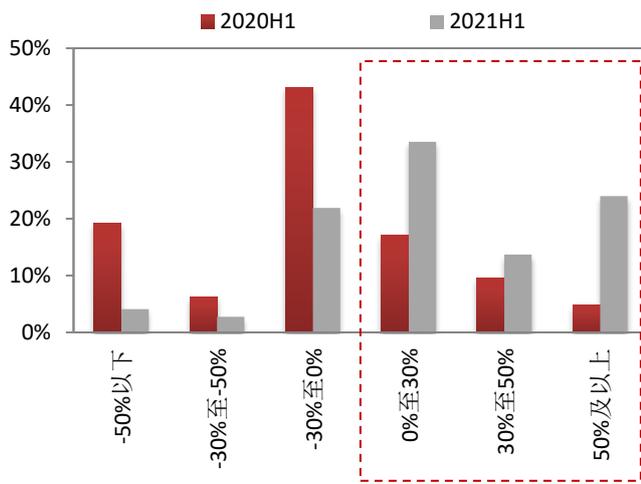
图 31：单季度传媒上市公司归母净利润情况



资料来源：wind，山西证券研究所

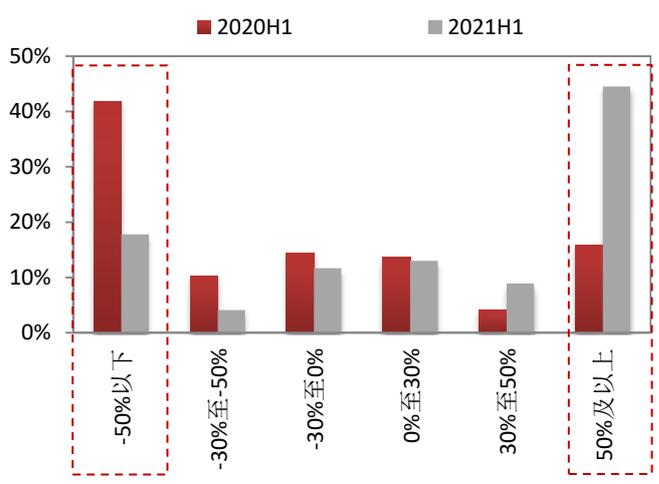
传媒上市公司中营业收入与归母净利润实现同比增长的数量大幅增加。2021H1 分别为 104 家、97 家，数量占比提升 39.37pct 和 32.88pct，主要受到 2020 年同期业绩低基数影响。营业收入增速分布上，主要集中于同比增长 30% 以内和 50% 及以上，占比分别为 33.56% 和 23.97%，同比减少 30% 以内的公司同样较集中，占比达 21.92%。归母净利润增速分布上，主要集中于同比增长 50% 及以上，占比高达 44.52%，而同比减少 50% 以上的公司占比达 17.81%，表明上市公司利润增速分化的情况仍然存在。

图 32：2020 年公司营业收入增速分布



资料来源：wind，山西证券研究所

图 33：2020 年公司归母净利润增速分布



资料来源：wind，山西证券研究所

游戏业绩短期承压，其余细分行业均呈现增长态势。2021H1 营业收入增速方面，除游戏行业外各细分行业均实现同比增长，其中影视行业同比增长达 201.39%，互联网影视音频、其他广告营销、其他文化娱乐等行业同比增速达 20% 以上，游戏行业受 20H1 业绩高基数等因素影响，营业收入同比减少 3.37%。2021H1 归属母公司股东净利润增速方面，除游戏、广播电视外的各细分行业均实现同比增长，其中影视同比实现扭亏为盈，归母净利润增速达 142.80%，其他广告营销、互联网广告营销归母净利润同比增速达 100% 以上，行业内蓝色光标、利欧股份、分众传媒、电广传媒、智度股份等业绩规模占比较大的上市公司上半年归母净利润大幅增长，对细分行业整体利润端的增长具有重要影响；此外其他文化娱乐、动漫实现同比大幅减亏。

表 12：2021H1 传媒细分子行业营业收入及归母净利润增速情况

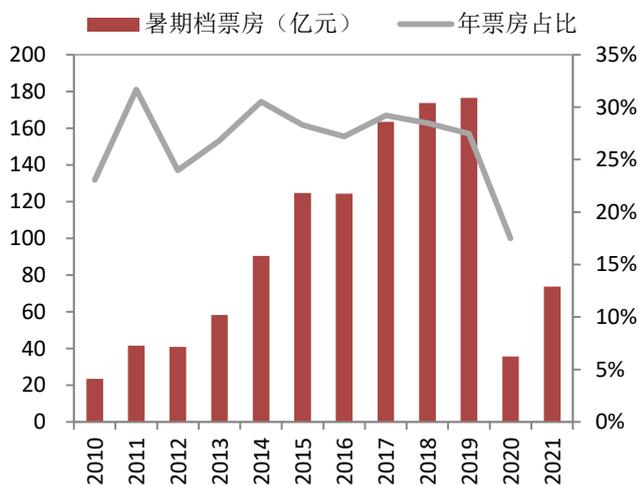
营业收入	同比20H1	同比19H1	归母净利润	同比20H1	同比19H1
影视	201.39%	-17.25%	其他广告营销	828.21%	234.16%
互联网影视音频	35.48%	34.39%	影视	142.80%	33.81%
其他广告营销	26.61%	8.79%	互联网广告营销	100.14%	9.96%
其他文化娱乐	23.99%	-22.42%	其他文化娱乐	73.37%	-131.91%
信息搜索与聚合	22.71%	10.13%	动漫	34.81%	-131.24%
互联网广告营销	19.28%	28.89%	出版	32.16%	14.00%
数字阅读	16.36%	30.70%	互联网影视音频	28.60%	71.49%
出版	16.24%	4.64%	信息搜索与聚合	27.26%	-47.41%
动漫	13.87%	-11.52%	数字阅读	18.77%	284.74%
广播电视	4.72%	-0.10%	游戏	-26.65%	17.49%
游戏	-3.37%	7.70%	广播电视	-32.98%	-61.98%

资料来源：wind，山西证券研究所

暑期档表现不及预期，疫情控制下市场有望回暖。灯塔专业版数据显示，2021 年暑期档（6-8 月）电影市场票房为 73.81 亿元，观影人次 2.03 亿人，较 2020 年同期增长 106.49%、98.54%，但由于去年 7

月 20 日电影市场才逐步恢复营业，因此增长主要源自低基数效应；对于 2019 年暑期档 176.53 亿票房、5 亿观影人次，同比减少 58.19% 和 59.40%。一方面 7 月以来多地受疫情反复、极端天气等影响，影院经营受阻；另一方面部分定档影片撤档以及进口影片供给缺乏，无法有效带动观影，导致今年电影市场暑期档明显回落。从 2010 年-2020 年暑期档对全年票房的贡献来看，最低为 2020 年的 17.51%，最高为 2011 年的 31.67%，其余年份票房占比在 24%-30% 左右。暑期档单片票房前三分别为《中国医生》（13.32 亿）、《怒火·重案》（10.83 亿）、《白蛇 2：青蛇劫起》（5.63 亿），8 月 27 日上映的《失控玩家》票房 2.09 亿元，成为 2021 暑期档进口片票房冠军。随着 8 月底本轮疫情控制好转，多个中高风险地区转为低风险后影院陆续恢复营业，推动市场回暖；同时电影供给也逐步回暖，受市场关注的灾难片《峰爆》（原名《无限深度》）定档 9 月 17 日上映，该影片由中国电影出品；9 月中旬市场将迎来中秋档期，目前共有 9 部影片预计上映，包括《关于我妈的一切》《日常幻想指南》《我的青春有个你》等想看人数领先；9 月末将迎来国庆档，目前《长津湖》（博纳出品）《五个扑水的少年》（光线出品）《皮皮鲁与鲁西西之罐头小人》以定档 9 月 30 日上线，国庆假期期间预计有 8 部影片上映，包括主旋律影片《我和我的父辈》（中国电影出品）、《铁道英雄》（中影&华谊出品），爱情片《十年一品温如言》《光线出品》以及《萌鸡小队》（奥飞出品）等多部动画影片等。9-10 月优质影片供给丰富，有望带动观影热情的释放，院线及电影板块有望在四季度迎来业绩进一步改善。建议关注万达电影、横店影视、光线传媒、中国电影。

图 34：2010-2021 年暑期档电影票房



资料来源：wind，灯塔专业版，山西证券研究所

图 35：截至 9 月 6 日全国影院营业率为 96.2%



资料来源：灯塔专业版 App

未保政策落地，推动游戏行业可持续发展。8 月未有下发国产游戏版号，上市公司在运营产品中三七互娱《斗罗大陆：武魂觉醒》、完美世界《梦幻新诛仙》、吉比特《一念逍遥》8 月 iOS 畅销平均排名保持在 TOP 15，吉比特《问道手游》、三七互娱《叫我大掌柜》《云上城之歌》、完美世界《完美世界》《新神魔大陆》8 月 iOS 畅销平均排名在 TOP 50 左右。暑期档上线测试与公测产品数量较此前有所增加，8

月至9月初上线新产品包括网易《星战前夜：无烬星河》《洪荒文明》《哈利波特：魔法觉醒》，腾讯《真·三国无双霸》《金铲铲之战》《荣耀新三国》，游族《新盗墓笔记》（安卓）、哔哩哔哩《诺弗兰物语》等；从产品储备来看，完美世界《完美世界：诸神之战》处于测试阶段，《幻塔》iOS端预计9.30发布；吉比特《冰原守卫者》《军团》《世界弹射物语》、腾讯《数码宝贝：新世纪》《暗区突围》、网易《无尽的拉格朗日》《漫威对决》等、莉莉丝《古镜记》、朝夕光年《花亦山心之月》《武林闲侠》等产品处于测试阶段。8月30日国家新闻出版署发布《关于进一步严格管理切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》，新未成年防沉迷政策正式落地，我们认为从当前政策环境来看，监管部门对游戏行业未来内容精品化、国际化以及未成年保护等安全意识等发展指明方向，版号审批数量稳定为新产品上线节奏奠定基础，以及近期数据安全、个人信息保护、未成年保护等政策的落地，虽然短期内增加游戏研发及运营投入，部分主打低龄超休闲游戏的用户时长受到影响，但长线来看将驱动游戏产业健康持续发展。随着上半年上线的新品利润的释放以及后续储备产品的上线，游戏板块有望在下半年恢复业绩的增长。同时多项政策近期落地使得前期监管收紧的不确定性风险得以释放，因此建议把握调整后的游戏板块估值修复机会。建议关注吉比特、三七互娱、完美世界。

内容监管再度收紧，对不当生产模式加以修正。8月27日，国家网信办发布关于进一步加强“饭圈”乱象治理的通知；8月30日文化和旅游部文化和旅游部印发《关于进一步加强文艺工作者教育管理和道德建设的通知》，我们认为内容监管近期持续收紧，具体举措加速落地，对内容行业中以单纯的流量明星和资本推动的生产模式加以修正，回归注重品质与正确价值导向的内容本源，推动我国文化产业与人民精神生活的高质量、可持续发展。这对于具有高质量内容制作能力、坚守底线思维、传播正能量的内容制作方、平台而言有望迎来更好的发展机遇，加速行业的优胜劣汰。建议关注华策影视、芒果超媒，其中芒果季风剧场《天目危机》《婆婆的镯子》累计播放量4.8亿、2.2亿，《与君歌》累计播放25.3亿，网综方面《披荆斩棘的哥哥》播放量19.7亿次，稳居播映指数第一。

5. 风险提示

疫情扩散风险；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；新产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

