

信义山证 汇通天下

证券研究报告

传媒

报告原因：定期报告

2021年11月8日

行业月度策略

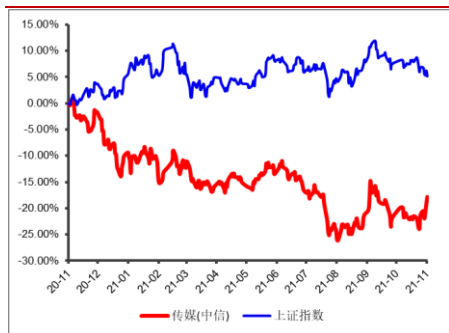
EDG 获得 S11 冠军，8 个电竞项目入选亚运会

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 8 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 10 月，CS 传媒指数月涨跌幅为 0.80%，去年同期传媒指数涨跌幅为-4.32%；截至 10 月底，CS 传媒指数年涨跌幅为-13.17%。三级子行业指数中游戏、互联网广告营销、其他广告营销行业指数上涨，涨幅分别为 5.76%、3.46%、1.93%；互联网音视频、影视跌幅较大，分别下跌 7.50%、5.26%。10 月传媒行业有 52 家上市公司收涨，新文化涨幅高达 57.25%领涨全行业。

➤ **行业数据月报：**【电影】10 月累计票房 75.76 亿元，放映场次 937.7 万场，观影人次 1.67 亿。在国庆档票房带动下，10 月票房表现环比大幅增长，同比 2020 年 10 月增长 19.12%，市场恢复至 2019 年同期 91%左右。【手游】9 月中国 iOS 手游收入榜中，《金铲铲之战》收入环比增长 148%，前进至榜单第 6 名；网易《哈利波特：魔法觉醒》《阴阳师》手游、米哈游《原神》、雷霆游戏《一念逍遥》和《问道》手游，9 月收入均增长显著。【广告】9 月广告市场花费同比和环比分别增长 7.2%和 8.2%，再次实现双增长。分广告渠道看，电梯 LCD 及影院视频广告刊例花费同比增长明显，增幅分别为 32.6%和 234.1%；其余媒体渠道则有不同程度的缩减。【图书】9 月开卷虚构类排行榜中中学生推荐读物排名有所上升，非虚构类畅销书榜单由畅销系列、主题出版、推荐读物和心理家教类图书构成，少儿榜中学生休闲、益智类图书减少，获奖和学生推荐类图书增多。

➤ **行业新闻回顾：**1) Facebook 更名 Meta，展示元宇宙雄心。2) 谷歌：Google play 所有订阅服务费从 30%降至 15%。3) 中国战队 EDG 夺得《英雄联盟》S11 冠军。4) 杭州亚运会电竞项目公布。

➤ **投资建议：**截至 2021 年 11 月 5 日 CS 传媒板块年内总市值加权涨幅为 4.45%，整体市盈率（TTM）为 20.52 倍，在 8 月以来文娱领域综合整治、平台反垄断及数据安全及游戏未成年保护等政策落地、不确定风险释放后，行业估值有所修复，处于近五年估值 14.20%分位点。游戏板块三季度业绩增速回暖获验证，8 月底以来，游戏板块估值修复，虽然二级市场受元宇宙概念的带动，但我们认为驱动游戏板块表现的底层逻辑在于基本面改善预期+政策落地+估值探底。目前来看虽然版号审批尚未开闸，但对于版号储备丰富及产品研运更关注合规性的游戏大厂而言具有一定应对优势。EDG 夺冠 S11、电竞入亚短期内有望提振游戏板块市场热度。近期腾爱优芒均公布了平台 2022 年剧集片单储备，平台在内容制作及储备上以现实主义题材、主旋律题材为导向，并在垂直类型化内容深耕；虽然短期内文综市场综合治理及内容&平台相关政策对剧集制作、内容运营等方面带来调整，但坚守内容底线、注重用户体验才是网络视频平台长线发展路径，因此在平台多元付费模式探索及优化会员体验的要求下对优质内容供给能力的考验增加，具有精品剧集制作能力内容方的价值有望进一步凸显。目前多部优质国产影片定档 11 月及贺岁档，有望带动院线及上映电影公司四季度业绩环比回暖，但仍需关注目前疫情传播形势及全国影院营业情况。

➤ **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。



请务必阅读最后一页股票评级说明和免责声明

1

目录

1. 行业市场表现	4
2. 行业数据月报	7
2.1 电影数据	7
2.2 剧集及综艺数据	9
2.3 移动游戏数据	11
2.4 广告市场数据	13
2.5 图书零售数据	15
3. 行业新闻回顾	16
4. 投资建议	19
5. 风险提示	22

图表目录

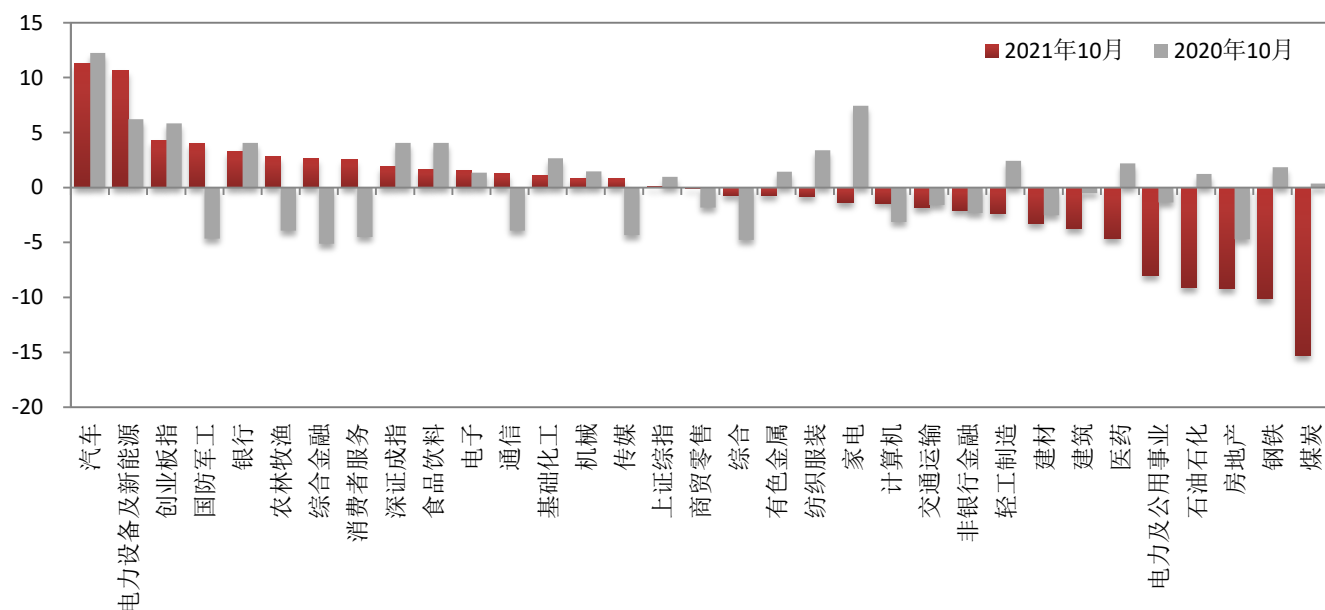
图 1：2021 年 10 月中信行业指数月涨跌幅（%）	4
图 2：2021 年初至 10 月底中信行业指数涨跌幅（%）	4
图 3：传媒二级行业指数 2021 年 10 月份涨跌幅（%）	5
图 4：传媒三级行业指数 2021 年 10 月份涨跌幅（%）	5
图 5：传媒二级行业指数 2021 年涨跌幅（%）	5
图 6：传媒三级行业指数 2021 年涨跌幅（%）	5
图 7：10 月传媒及子板块资金流向（亿元）	7
图 8：2021 年 10 月单日票房走势（万元）	7
图 9：2021 年 10 月单日放映场次走势（万场）	7
图 10：2021 年 10 月单日观影人次走势（万人）	8
图 11：2021 年 10 月城市票房占比	8
图 12：2021 年 11 月 5 日黄金档卫视电视剧收视率	9
图 13：2021 年 11 月 5 日卫视晚间节目收视率	9
图 14：2021 年 11 月 6 日黄金档卫视电视剧收视率	10
图 15：2021 年 11 月 6 日卫视晚间节目收视率	10
图 16：2021 年 8 月国内 IOS 游戏产品下载量及收入排名	11
图 17：2021 年 9 月中国手游出海收入（左）与下载（右）	12

图 18: 2021 年 9 月中国游戏发行商全球收入排名 TOP30	12
图 19: 2021 年 10 月游戏买量素材投放趋势	13
图 20: 2021 年 10 月游戏买量公司数趋势	13
图 21: 2021 年 10 月中重度游戏投放榜	13
图 22: 2021 年 10 月游戏公司买量 TOP 50	13
图 23: 2021 年 9 月中国广告市场刊例花费增速	14
图 24: 2021 年 8 月中国广告市场刊例花费各媒介刊例花费增速	14
图 25: 2021 年 9 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	15
图 26: 近五年传媒板块市盈率变动情况	19
图 27: 近三年传媒上市公司三季报营业收入情况	20
图 28: 近三年传媒上市公司三季报归母净利润情况	20
图 29: 细分板块 2021 年前三季度营业收入同比增速	21
图 30: 细分板块 2021 年前三季度归母净利润同比增速	21
表 1: 10 月个股涨跌幅统计	6
表 2: 2021 年初至 10 月底个股涨跌幅统计 (%)	6
表 3: 10 月个股资金流向统计 (亿元)	6
表 4: 2021 年 10 月院线及影投公司票房 TOP10	8
表 5: 2021 年 10 月单片票房 TOP10 影片	9
表 6: 2021 年 10 月网络剧播映指数排名	10
表 7: 2021 年 10 月网综播映指数排名	10
表 8: 2021 年 9 月零售渠道虚构类畅销图书 TOP10	15
表 9: 2021 年 9 月零售渠道非虚构类畅销图书 TOP10	16
表 10: 2021 年 9 月零售渠道少儿类畅销图书 TOP10	16
表 11: 近五年三级子行业市盈率 (剔除负值) 统计情况	19

1. 行业市场表现

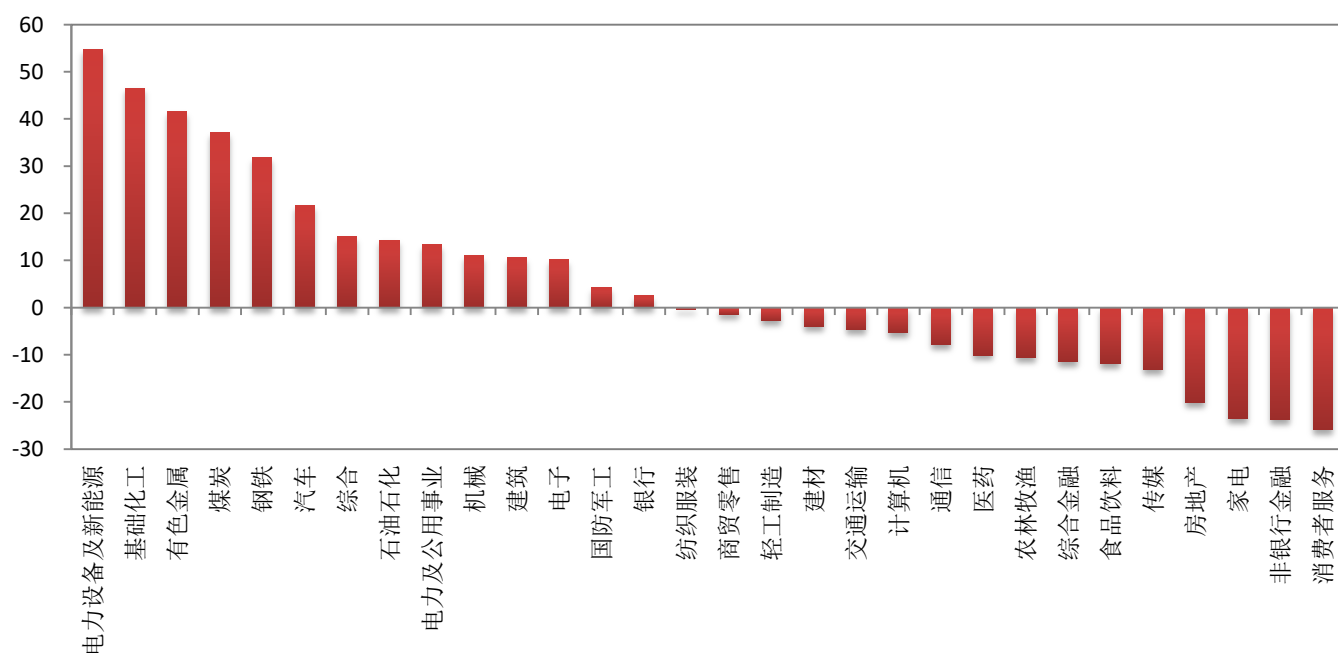
2021年10月，上证指数月涨跌幅为0.10%，深证成指月涨跌幅为1.89%，创业板指月涨跌幅为4.30%，CS传媒指数月涨跌幅为0.80%，去年同期传媒指数涨跌幅为-4.32%；截至10月底，CS传媒指数年涨跌幅为-13.17%。

图 1：2021 年 10 月中信行业指数月涨跌幅（%）



资料来源：wind，山西证券研究所

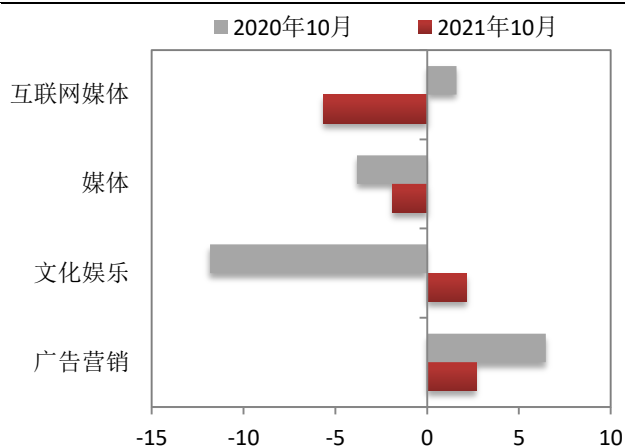
图 2：2021 年初至 10 月底中信行业指数涨跌幅（%）



资料来源：wind，山西证券研究所

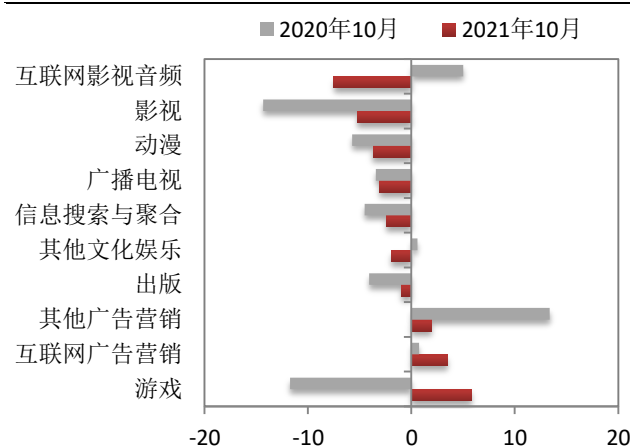
10月传媒二级行业指数中广告营销和文娱行业指数分别上涨2.66%和2.16%；媒体和互联网媒体分别下跌1.89%和5.66%。三级子行业指数中游戏、互联网广告营销、其他广告营销行业指数上涨，涨幅分别为5.76%、3.46%、1.93%；互联网影视视频、影视跌幅较大，分别下跌7.50%、5.26%。截至10月底，仅有互联网广告营销指数上涨，涨幅0.70%，出版、广播电视相对跌幅较小，分别下跌5.10%、7.03%，互联网影视视频跌幅较深，年涨跌幅为-41.39%，动漫、影视、游戏、信息搜索与聚合、其他文化娱乐、其他广告营销跌幅在10%-20%区间。

图3：传媒二级行业指数2021年10月份涨跌幅（%）



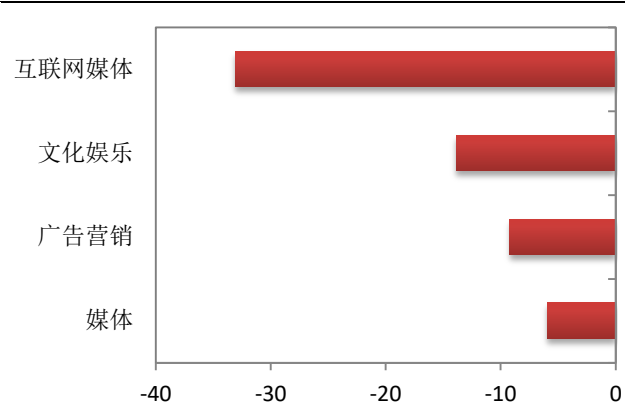
资料来源：wind，山西证券研究所

图4：传媒三级行业指数2021年10月份涨跌幅（%）



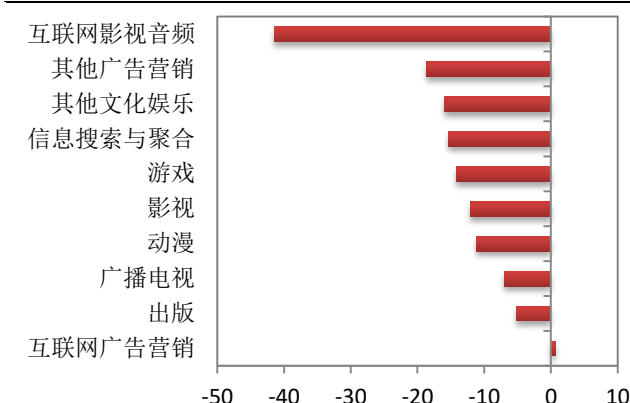
资料来源：wind，山西证券研究所

图5：传媒二级行业指数2021年涨跌幅（%）



资料来源：wind，山西证券研究所

图6：传媒三级行业指数2021年涨跌幅（%）



资料来源：wind，山西证券研究所

个股方面，10月传媒行业有52家上市公司收涨，新文化涨幅高达57.25%领涨全行业，中青宝、联创股份、天下秀、*ST长动等涨幅超过20%以上居行业前列；美盛文化、深大通、数码视讯、上海电影、吉比特、中国电影、盛通股份、中信出版、鼎龙文化、川网传媒等9月跌幅10%以上，跌幅居前。年初至10月底，联创股份、中青宝、鼎龙文化、数码视讯、盛通股份、聚力文化、*ST长动、龙版传媒、汤姆猫、祥源文化等公司涨幅在30%以上，完美世界、巨人网络、掌阅科技、紫天科技、电声股份、芒

果超媒、读客文化、*ST 数知、川网传媒等跌幅居前。

表 1：10 月个股涨跌幅统计

10 月份涨幅前十的个股			10 月份跌幅前十的个股		
代码	简称	涨跌幅	代码	简称	涨跌幅
300336.SZ	新文化	57.25%	002699.SZ	美盛文化	-11.16%
300052.SZ	中青宝	42.40%	000038.SZ	深大通	-11.26%
300343.SZ	联创股份	36.04%	300079.SZ	数码视讯	-12.05%
600556.SH	天下秀	29.57%	601595.SH	上海电影	-12.33%
000835.SZ	*ST 长动	24.76%	603444.SH	吉比特	-12.48%
300781.SZ	因赛集团	24.57%	600977.SH	中国电影	-13.05%
603721.SH	中广天择	22.28%	002599.SZ	盛通股份	-13.09%
300459.SZ	汤姆猫	21.15%	300788.SZ	中信出版	-13.36%
300031.SZ	宝通科技	20.94%	002502.SZ	鼎龙文化	-23.20%
300518.SZ	盛讯达	18.65%	300987.SZ	川网传媒	-24.99%

资料来源：wind，山西证券研究所

表 2：2021 年初至 10 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	867.82%	601921.SH	浙版传媒	-39.93%
300052.SZ	中青宝	131.75%	002624.SZ	完美世界	-40.66%
002502.SZ	鼎龙文化	76.26%	002558.SZ	巨人网络	-42.36%
300079.SZ	数码视讯	61.03%	603533.SH	掌阅科技	-43.23%
002599.SZ	盛通股份	54.48%	300280.SZ	紫天科技	-43.99%
002247.SZ	聚力文化	54.44%	300805.SZ	电声股份	-44.41%
000835.SZ	*ST 长动	48.02%	300413.SZ	芒果超媒	-45.71%
605577.SH	龙版传媒	40.21%	301025.SZ	读客文化	-52.24%
300459.SZ	汤姆猫	38.24%	300038.SZ	*ST 数知	-52.27%
600576.SH	祥源文化	33.52%	300987.SZ	川网传媒	-54.36%

资料来源：wind，山西证券研究所

资金流向方面，传媒行业 10 月资金净流出 96.01 亿元，各子板块均为资金净流出，其中影视板块资金净流出额最大。10 月，中青宝、汤姆猫、天下秀、三七互娱、吉比特等个股区间机构净流入金额较大，联创股份、数码视讯、星期六、世纪华通、万达电影等个股区间净流出金额较大。

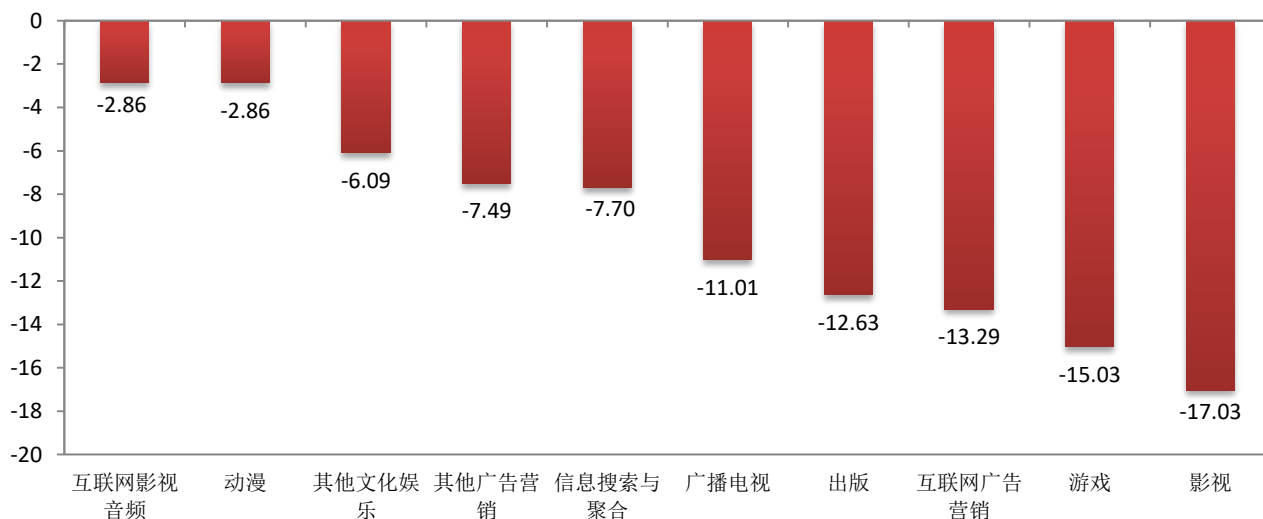
表 3：10 月个股资金流向统计（亿元）

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
300052.SZ	中青宝	2.7522	002027.SZ	分众传媒	-0.7285
300459.SZ	汤姆猫	1.4728	000676.SZ	智度股份	-0.7365
600556.SH	天下秀	1.425	300058.SZ	蓝色光标	-1.0591
002555.SZ	三七互娱	1.3624	300418.SZ	昆仑万维	-1.0861
603444.SH	吉比特	0.6433	300182.SZ	捷成股份	-1.0867

605577.SH	龙版传媒	0.5363	002739.SZ	万达电影	-1.3188
000681.SZ	视觉中国	0.4742	002602.SZ	世纪华通	-1.9145
301025.SZ	读客文化	0.465	002291.SZ	星期六	-1.9808
600158.SH	中体产业	0.3553	300079.SZ	数码视讯	-4.5745
300364.SZ	中文在线	0.3385	300343.SZ	联创股份	-5.4956

资料来源：wind，山西证券研究所

图 7：10 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 10 月累计票房 75.76 亿元，放映场次 937.7 万场，观影人次 1.67 亿。在国庆档票房带动下，10 月票房表现环比大幅增长，同比 2020 年 10 月增长 19.12%，但对比 2019 年 10 月，市场大盘票房 83.16 亿，观影人次 2.25 亿，市场恢复至 91% 左右。10 月一线至四线城市票房分别为 12.51 亿、30.07 亿、12.62 亿、20.54 亿元。

图 8：2021 年 10 月单日票房走势（万元）

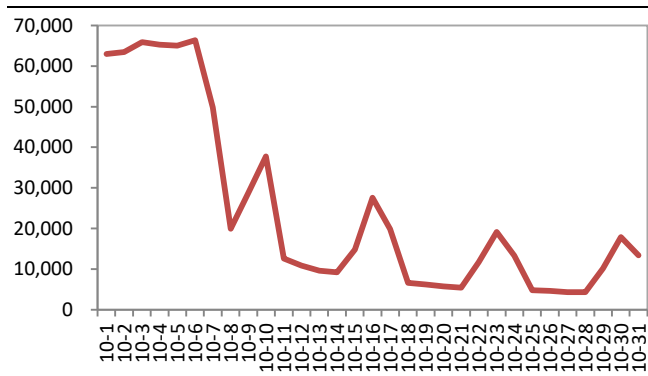
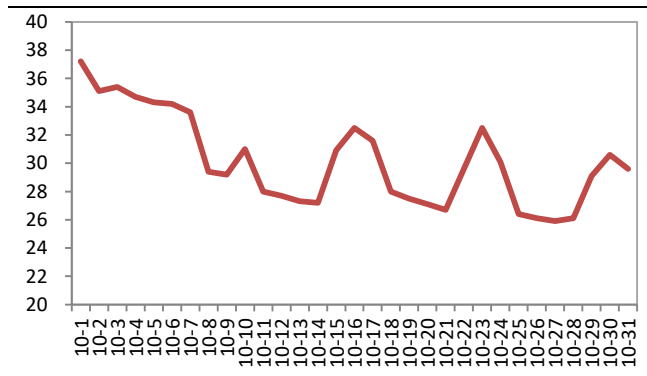
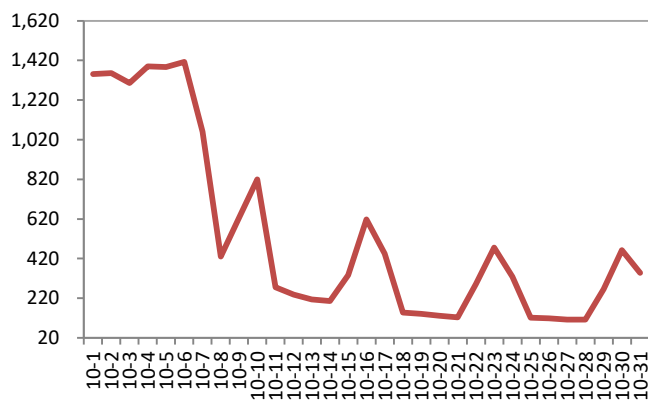


图 9：2021 年 10 月单日放映场次走势（万场）



资料来源：猫眼电影专业版，山西证券研究所

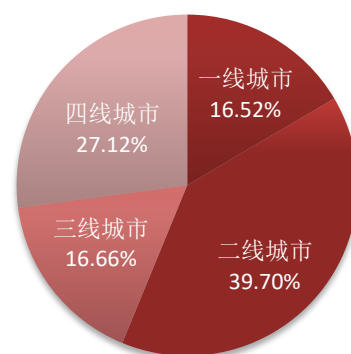
图 10：2021 年 10 月单日观影人次走势（万人）



资料来源：猫眼电影专业版，山西证券研究所

资料来源：猫眼电影专业版，山西证券研究所

图 11：2021 年 10 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

10 月全国票房 TOP10 院线分别为万达院线、广东大地、上海联和、中影数字、中影南方、金逸影视、幸福蓝海、横店影视、中影星美、北京华夏，其中万达院线票房 10.40 亿、观影人次 2268 万领跑行业；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、星轶影投、幸福蓝海、博纳影投、百老汇，其中万达影投、大地影投、横店影投票房分别为 9.98 亿、2.98 亿、2.43 亿，排名固定在前三位。

表 4：2021 年 10 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	10.40	2268	23	万达院线	9.98	2175	23
广东大地	6.38	1579	17	大地影院	2.98	735	20
上海联和	5.46	1204	21	横店影视	2.43	612	16
中影数字	5.32	1292	16	CGV 影城	1.81	355	23
中影南方	5.04	1214	17	金逸影视	1.73	409	23
金逸影视	3.16	762	21	中影投资	1.57	382	26
幸福蓝海	3.01	731	18	星轶影城	1.33	303	22
横店影视	2.83	712	16	幸福蓝海	1.25	308	20
中影星美	2.78	678	19	博纳影业	1.24	271	24
华夏联合	2.43	595	18	百老汇	0.84	149	29

数据来源：猫眼电影专业版，山西证券研究所

10 月单片票房断层较为严重，TOP10 影片中《长津湖》以 52.91 亿、票房占比 69.8% 的绝对头部优势排名第一，目前该影片累计票房已达 55.20 亿，排名中国影史票房第二；《我和我的父辈》票房 13.60 亿、票房占比 17.9%，排名第二，进口影片《沙丘》《007：无暇赴死》两部进口影片票房排名第三、第四名，票房均过 1.5 亿，《五个扑水的少年》排名第五，票房为 6102 万。

表 5：2021 年 10 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
长津湖	529088	69.8%	47	28
我和我的父辈	135993	17.9%	44	17
沙丘	21219	2.8%	42	9
007：无暇赴死	18076	2.3%	40	15
五个扑水的少年	6102	0.8%	37	6
不速来客	5912	0.7%	37	6
皮皮鲁与鲁西西之罐头小人	5409	0.7%	38	9
大耳朵图图之霸王龙行动	5383	0.7%	34	8
第一香炉	5146	0.6%	38	7
拯救甜甜圈：时空大营救	3685	0.4%	37	8

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 10 月 29 日 59 城省级卫视黄金档电视剧收视排行榜前五分别为江苏卫视《大宋宫词》收视率 2.864%、市场份额 9.29%，上海东方卫视、浙江卫视《突围》收视率 2.756%、2.674%，市场份额 8.98%、8.62%，北京卫视《前行者》收视率 2.404%、市场份额 7.81%，深圳卫视《扫黑风暴》收视率 0.92%、市场份额 2.98%。59 城省级卫视晚间节目收视排行前五分别为浙江卫视《奔跑吧黄河篇》，江苏卫视《2060》，上海东方卫视《东方看大剧》，浙江卫视《奔跑吧黄河篇》（重播），上海东方卫视《东方大看点》。

图 12：2021 年 11 月 5 日黄金档卫视电视剧收视率

CSM63 4+ 2021年11月5日周五省级卫视黄金档电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	江苏卫视	大宋宫词	2.864	9.29
2	上海东方卫视	突围	2.756	8.98
3	浙江卫视	突围	2.674	8.62
4	北京卫视	前行者	2.404	7.81
5	深圳卫视(新闻综合频道)	扫黑风暴	0.92	2.98
6	安徽卫视	如果爱	0.81	2.67
7	广东卫视	时间都知道	0.553	2.13
8	黑龙江卫视	猎人	0.448	1.47
9	湖南卫视	星辰大海	0.322	1.04
10	山东卫视	突围	0.276	0.91
11	辽宁卫视	多少爱可以重来	0.172	0.56
12	湖北卫视	特种兵之深入敌后	0.165	0.53
13	重庆卫视	绝密使命	0.148	0.48
14	天津卫视	流金岁月	0.135	0.44
15	吉林卫视	逆流而上的你	0.106	0.34
16	河北广播电视台(卫视频道)	扫黑风暴	0.07	0.22
17	东南卫视	扫黑风暴	0.069	0.22
18	贵州卫视	战长沙	0.069	0.23
19	江西卫视	隐秘而伟大	0.069	0.23
20	陕西卫视	跨过鸭绿江	0.068	0.22
中央	中央电视台综合频道	和平之舟	0.713	2.47

资料来源：@卫视小露电

图 13：2021 年 11 月 5 日卫视晚间节目收视率

CSM63 4+ 2021年11月5日(周五)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%
1	奔跑吧黄河篇	浙江卫视	20:54:32	22:36:04	综艺	2.770
2	2060	江苏卫视	21:21:28	22:43:51	综艺	2.367
3	东方看大剧	上海东方卫视	21:28:02	21:40:57	生活服务	0.936
4	奔跑吧黄河篇	浙江卫视	22:36:34	23:59:42	综艺	0.603
5	东方大看点	上海东方卫视	21:40:57	22:57:42	生活服务	0.528
6	2060	江苏卫视	22:43:56	00:03:58	综艺	0.496
7	时光音乐会	湖南卫视	20:25:14	22:14:46	综艺	0.338
8	一起向未来	北京卫视	21:26:52	22:13:50	综艺	0.320
9	最佳现场	山东卫视	21:35:05	21:45:05	生活服务	0.276
10	乐高大师	深圳卫视(新闻综合频道)	21:16:00	22:27:10	综艺	0.220
11	今晚	上海东方卫视	22:57:02	23:36:02	新闻/时事	0.208
12	爱情保卫战	天津卫视	22:10:49	23:12:20	综艺	0.208
13	创业中国人	安徽卫视	21:42:18	22:58:54	专题	0.195
14	直播港澳台	深圳卫视(新闻综合频道)	22:40:05	23:41:35	新闻/时事	0.194
15	美好生活欢乐送	广东卫视	21:29:29	22:10:09	综艺	0.164
16	云上小店	湖南卫视	22:15:12	23:50:59	综艺	0.163
17	新闻联播	深圳卫视(新闻综合频道)	22:30:05	22:40:05	新闻/时事	0.130
18	警察故事	北京卫视	22:17:19	23:08:25	专题	0.130
19	群英会	天津卫视	21:33:34	22:10:49	专题	0.128
20	非正式会谈	湖北卫视	21:29:56	22:26:27	综艺	0.113
21	金牌调解	江西卫视	22:04:59	22:46:29	生活服务	0.094
22	新闻联播	江苏卫视	0:16:58	0:29:58	新闻/时事	0.093
23	中国故事	重庆卫视	21:48:24	22:17:46	专题	0.091
24	故事新编	辽宁卫视	21:34:33	22:20:03	专题	0.083
25	海峡新干线	东南卫视	22:17:12	23:12:47	新闻/时事	0.083

资料来源：@卫视小露电

2021 年 11 月 6 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、上海东方卫视《突围》收视率 2.873%、2.828%，市场份额 9.17%、9.02%，江苏卫视《大宋宫词》收视率 2.589%、市场份额 8.28%，北京卫视《前行者》收视率 2.476%、市场份额 8.02%，广东卫视《时间都知道》收视率 0.835%、市场份额 2.71%。59 城省级卫视晚间节目收视排行前五分别为浙江卫视《青春环游记》，江苏卫视《非诚勿扰》。

勿扰》，上海东方卫视《一路唱响》，浙江卫视《青春环游记》（重播），江苏卫视《非诚勿扰》（重播）。

图 14：2021 年 11 月 6 日黄金档卫视电视剧收视率

CSM63 4+ 2021年11月6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	浙江卫视	突围	2.873	9.17
2	上海东方卫视	突围	2.828	9.02
3	江苏卫视	大宋宫词	2.589	8.28
4	北京卫视	前行者	2.476	8.02
5	广东卫视	时间都知道	0.835	2.71
6	安徽卫视	如果爱	0.796	2.61
7	深圳卫视(新闻综合频道)	扫黑风暴	0.693	2.32
8	湖南卫视	星辰大海	0.496	1.72
9	黑龙江卫视	猎人	0.452	1.47
10	山东卫视	突围	0.204	0.67
11	天津卫视	流金岁月	0.154	0.5
12	辽宁卫视	多少爱可以重来	0.15	0.48
13	辽宁卫视	老大的幸福	0.145	0.48
14	湖北卫视	趁我们还年轻	0.132	0.43
15	东南卫视	扫黑风暴	0.125	0.41
16	吉林卫视	逆流而上的你	0.118	0.38
17	重庆卫视	绝密使命	0.116	0.38
18	贵州卫视	战长沙	0.087	0.29
19	陕西卫视	跨过鸭绿江	0.078	0.25
20	山东卫视	瞄准	0.071	0.43
中央	中央电视台综合频道	和平之舟	0.602	2.07

资料来源：@卫视小露电

图 15：2021 年 11 月 6 日卫视晚间节目收视率

CSM63 4+ 2021年11月6日(周六)晚间自办节目						
排名	名称	频道	开始时间	结束时间	收视率%	市场份额%
1	青春环游记	浙江卫视	20:54:01	22:04:16	2.255	8.51
2	非诚勿扰	江苏卫视	20:31:20	21:51:24	1.872	6.56
3	一路唱响	上海东方卫视	20:43:02	21:59:51	1.856	6.78
4	青春环游记	浙江卫视	22:12:20	23:18:25	0.879	6.89
5	非诚勿扰	江苏卫视	21:51:34	23:09:30	0.849	5.53
6	我们的歌	上海东方卫视	21:59:51	23:38:40	0.618	4.98
7	最美中国戏	北京卫视	21:19:11	21:46:28	0.480	1.84
8	众妙之门2021	广东卫视	21:18:44	22:43:35	0.262	1.26
9	印记	安徽卫视	21:38:24	22:19:58	0.254	1.18
10	欢唱大篷车	湖南卫视	22:04:28	23:14:35	0.239	1.74
11	直播港澳台	深圳卫视(新闻综合频道)	22:33:05	23:34:05	0.237	2.39
12	奇妙的民居	深圳卫视(新闻综合频道)	21:44:05	22:19:20	0.191	0.91
13	奇妙的民居	北京卫视	21:46:28	22:37:47	0.158	0.84
14	蒙面唱将猜猜猜	江苏卫视	23:09:38	04:34	0.148	3.08
15	海峡新干线	东南卫视	22:08:12	22:56:28	0.128	0.86
16	铁血坚守南方三年游击战争	广东卫视	22:49:54	23:16:54	0.121	1.25
17	东南卫视	东南卫视	21:28:14	22:06:29	0.102	0.43
18	你看谁来了	天津卫视	21:30:54	22:44:40	0.102	0.52
19	奇妙的诗词	湖北卫视	21:29:06	22:43:31	0.101	0.51
20	花漾剧客厅	山东卫视	21:26:14	22:03:39	0.099	0.41
21	金牌舞林	江西卫视	22:09:58	22:48:52	0.098	0.62
22	时光音乐会	湖南卫视	23:18:33	03:40	0.079	1.61
23	有翡主角儿	辽宁卫视	21:26:21	22:11:06	0.078	0.33
24	我们的歌	上海东方卫视	23:44:37	1:39:36	0.078	2.87
25	铁血坚守南方三年游击战争	广东卫视	23:19:54	23:46:54	0.077	1.20

资料来源：@卫视小露电

网络剧方面，艺恩咨询数据显示，2021 年 10 月，腾讯视频《启航：当风起时》、爱奇艺迷雾剧场《八角亭迷雾》、爱奇艺腾讯《嘉南传》播映指数排名前三，播映指数前十的剧集中 7 部位平台独播，腾讯视频与爱奇艺各占 3 部、优酷占 1 部；平台联播剧集中也均有腾讯视频参与。

表 6：2021 年 10 月网络剧播映指数排名

剧集名称	播映指数	播放量	平台
启航：当风起时	68.7	14.9 亿	腾讯视频
八角亭迷雾	67.4	--	爱奇艺
嘉南传	66.9	4.6 亿	爱奇艺腾讯
真相	66.0	--	优酷
只是结婚的关系	64.5	6.3 亿	腾讯视频
一生一世	64.2	--	爱奇艺
国子监来了个女弟子	63.1	6.0 亿	腾讯优酷
周生如故	58.1	--	爱奇艺
我的巴比伦恋人	57.3	--	腾讯爱奇艺
你是我的荣耀	55.6	1.3 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 10 月芒果 TV《披荆斩棘的哥哥》播放量环比增长至 20.9 亿次、播映指数 69.3，蝉联网综月播映指数冠军，此外芒果 TV《再见爱人》播映指数排名上升至第三，播放量为 4.3 亿次，优酷视频《这！就是街舞 4》播映指数排名第二；播映指数排名前十的网综中各平台分布较为平均。

表 7：2021 年 10 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	69.3	20.9 亿	芒果 TV

这！就是街舞 4	63.9	--	优酷
再见爱人	62.6	4.3 亿	芒果 TV
一年一度戏剧大赛	60.9	--	爱奇艺
脱口秀大会 4	58.6	6.6 亿	腾讯视频
德云斗笑社 2	58.2	8.0 亿	腾讯视频
最后的赢家	56	--	爱奇艺
舞蹈生	55.2	--	优爱腾
机智的恋爱	55	--	爱奇艺
我的音乐你听吗	53.9	0.91 亿	优爱腾 B 站

资料来源：艺恩咨询，山西证券研究所

2.3 移动游戏数据

Sensor Tower 9 月中国 iOS 手游收入榜中，英雄联盟云顶之弈自走棋手游《金铲铲之战》9 月收入环比增长 148%，前进至榜单第 6 名；网易《哈利波特：魔法觉醒》《阴阳师》手游、米哈游《原神》、雷霆游戏《一念逍遥》和《问道》手游，9 月收入均增长显著。

图 16：2021 年 8 月国内 iOS 游戏产品下载量及收入排名



资料来源：SensorTower 公众号

Sensor Tower 数据显示，中国手游出海下载榜中，腾讯《PUBG Mobile》9 月海外下载量超过 1460 万次，继续蝉联榜首；掌游天下休闲游戏《Stone Miner》于 9 月初在海外多国上市，获得 1340 万次下载，空降榜单第 2 名；FunLanding Game Studio 化妆模拟游戏《Makeup Artist》空降榜单第 3 名。收入榜中，9 月米哈游《原神》移动端海外收入超过 2.34 亿美元，计入中国 iOS 市场收入，《原神》则以 3.41 亿美元刷新了全球手游月收入的最高纪录；龙创悦动《守望黎明》9 月海外收入环比增长 27.4%，排名前进 7 位至第 16 名。由于近两年数款末日题材手游大作陆续上市，使得该题材在海外市场的收入增长了 167%；

星合互娱 SLG 手游《小小蚁国》9 月收入环比增长 7.1%，首次入围榜单第 29 名。

图 17：2021 年 9 月中国手游出海收入（左）与下载（右）



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 厂商前三依旧为腾讯、米哈游和网易，随着 9 月《原神》1 周年庆典的到来，米哈游收入环比增长 121.8% 收入再创新高，网易在 9 月上线的《哈利波特：魔法觉醒》带动下移动游戏收入环比增长 38%，同比增长 26.2%。雷霆游戏旗下修仙放置手游《一念逍遥》在西游联动上线后，《一念逍遥》日流水刷新上市以来的最高记录；《问道》在推出年度资料片和年度十一大服之后，收入环比激增 56%，共同带动雷霆游戏收入相应环比增长 20%，排名上升 6 位至第 16 名。

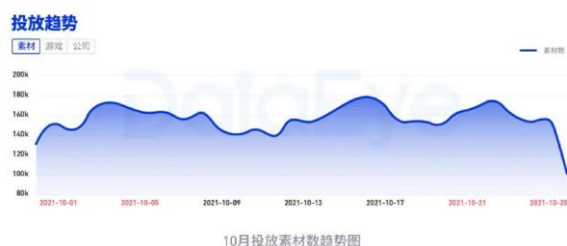
图 18：2021 年 9 月中国游戏发行商全球收入排名 TOP30



资料来源：SensorTower 公众号

买量方面，Data Eye 数据显示，市场 10 月投放量趋势与 9 月基本持平，21Q3 以来每月素材投放量环比增幅保持在 3% 左右。10 月日均在线投放素材为 155,519 组，环比增长 3.42%，新增素材投放 1,458,877 组，日均新增素材 54,032 组，投放量集中在国庆假期期间。10 月日均投放游戏数量为 2442 款，投放高峰为 10 月 1 日 2739 款。买量公司方面，10 月日均投放公司主体 1367 家，环比变动幅度不大，10 月 2 日为峰值，数量达到 1514 家。10 月雷霆网络由于《一念逍遥》及《地下城堡 3》上线投放素材较 9 月增多，月投放 12,749 组素材排名大幅上升至买量公司榜第 25 名。

图 19：2021 年 10 月游戏买量素材投放趋势



资料来源：dataeye

图 20：2021 年 10 月游戏买量公司数趋势



资料来源：dataeye

图 21：2021 年 10 月中重度游戏投放榜

排名	游戏名称	投放素材数	投放媒体
1	三国志·战略版	21973	腾讯、百度、360、应用宝、小米、华为、OPPO、vivo、九游、TapTap、豌豆荚、应用商店
2	冰雪复古传奇之龙骑秘境	7936	腾讯、百度、360、应用宝、小米、华为、OPPO、vivo、九游、TapTap、豌豆荚、应用商店
3	永夜帝君	7887	腾讯、百度、360、应用宝、小米、华为、OPPO、vivo、九游、TapTap、豌豆荚、应用商店
4	进攻敌方水晶	7736	腾讯、百度、360、应用宝、小米、华为、OPPO、vivo、九游、TapTap、豌豆荚、应用商店
5	我的文明模拟器	7539	腾讯、百度、360、应用宝、小米、华为、OPPO、vivo、九游、TapTap、豌豆荚、应用商店
6	一念逍遥	7498	腾讯、百度、360、应用宝、小米、华为、OPPO、vivo、九游、TapTap、豌豆荚、应用商店
7	地下城堡3：魂之诗	7214	腾讯、百度、360、应用宝、小米、华为、OPPO、vivo、九游、TapTap、豌豆荚、应用商店
8	封神	7018	腾讯、百度、360、应用宝、小米、华为、OPPO、vivo、九游、TapTap、豌豆荚、应用商店
9	魔龙消消乐	6249	腾讯、百度、360、应用宝、小米、华为、OPPO、vivo、九游、TapTap、豌豆荚、应用商店
10	文明霸业	5881	腾讯、百度、360、应用宝、小米、华为、OPPO、vivo、九游、TapTap、豌豆荚、应用商店

资料来源：dataeye

图 22：2021 年 10 月游戏公司买量 TOP 50

排名	公司名称	投放素材数	排名	公司名称	投放素材数
1	福州来玩网络科技有限公司	176,063	26	艾睿普斯（西安）网络科技有限公司	10,416
2	深圳市乐云无线科技有限公司	71,798	27	Hainan Yicheng Network Techn	10,326
3	海南亿成网络科技有限公司	69,745	28	广州群虎网络科技有限公司	10,193
4	广州聚远网络科技有限公司	42,119	29	深圳全民互动科技有限公司	10,087
5	北京展心聚力信息科技有限公司	36,084	30	上海德趣网络科技有限公司	10,078
6	广西无及网络科技有限公司	33,713	31	海南云动风网络科技有限公司	9,982
7	成都乐源网络科技有限公司	33,263	32	淮安宜直网络科技有限公司	9,249
8	海南逸鑫网络科技有限公司	32,184	33	湖南草花互动科技股份有限公司	9,152
9	在线建源（北京）科技有限公司	32,086	34	深圳时代普游互动科技有限公司	8,828
10	广州迈致科技有限公司	30,625	35	南京魔度互娱信息技术有限公司	8,772
11	上海奕网网络科技有限公司	27,712	36	北京认知矩阵网络科技有限公司	8,709
12	北京酷划在线网络科技有限公司	25,414	37	天津酷盟网络科技有限公司	8,402
13	Shelbie Wardle	24,341	38	江苏奕奕网络科技有限公司	8,099
14	广州小迈网络科技有限公司	23,451	39	北京逆矩阵网络科技有限公司	7,485
15	游酷盛世科技（北京）有限公司	22,548	40	上海爱盟信息科技有限公司	7,579
16	成都千幻科技有限公司	21,844	41	长沙指色网络科技有限公司	7,324
17	广州爱九游信息技术有限公司	21,647	42	广州速赏信息科技有限公司	7,244
18	Malson Haney	17,813	43	Donald Rodden	7,104
19	北京创亿亿动科技有限公司	17,089	44	Lingtonggou Network Technol	6,993
20	北京龙域互动科技有限公司	16,158	45	深圳市飞鸟与鱼科技开发有限公司	6,892
21	深圳市腾讯计算机系统有限公司	15,429	46	海南趣星网络科技有限公司	6,719
22	广州丰云网络科技有限公司	14,726	47	海南高斯网络科技有限公司	6,464
23	西安点扣软件科技有限公司	14,631	48	广州米时信息科技有限公司	6,442
24	北京欢乐网科技有限公司	12,848	49	Beijing Wali Network Technol	6,575
25	厦门雷霆互动网络科技有限公司	12,749	50	北京认知矩阵网络科技有限公司	6,298

资料来源：dataeye

2.4 广告市场数据

CTR 媒介智讯的数据显示，2021 年 9 月广告市场花费同比和环比分别增长 7.2% 和 8.2%，再次实现

双增长。分广告渠道看,电梯 LCD 及影院视频广告刊例花费同比增长明显,增幅分别为 32.6%和 234.1%;其余媒体渠道则有不同程度的缩减。

图 23: 2021 年 9 月中国广告市场刊例花费增速

2021年9月广告刊例花费同比**上涨7.2%**，环比**上涨8.2%**



资料来源: CTR 媒介智讯

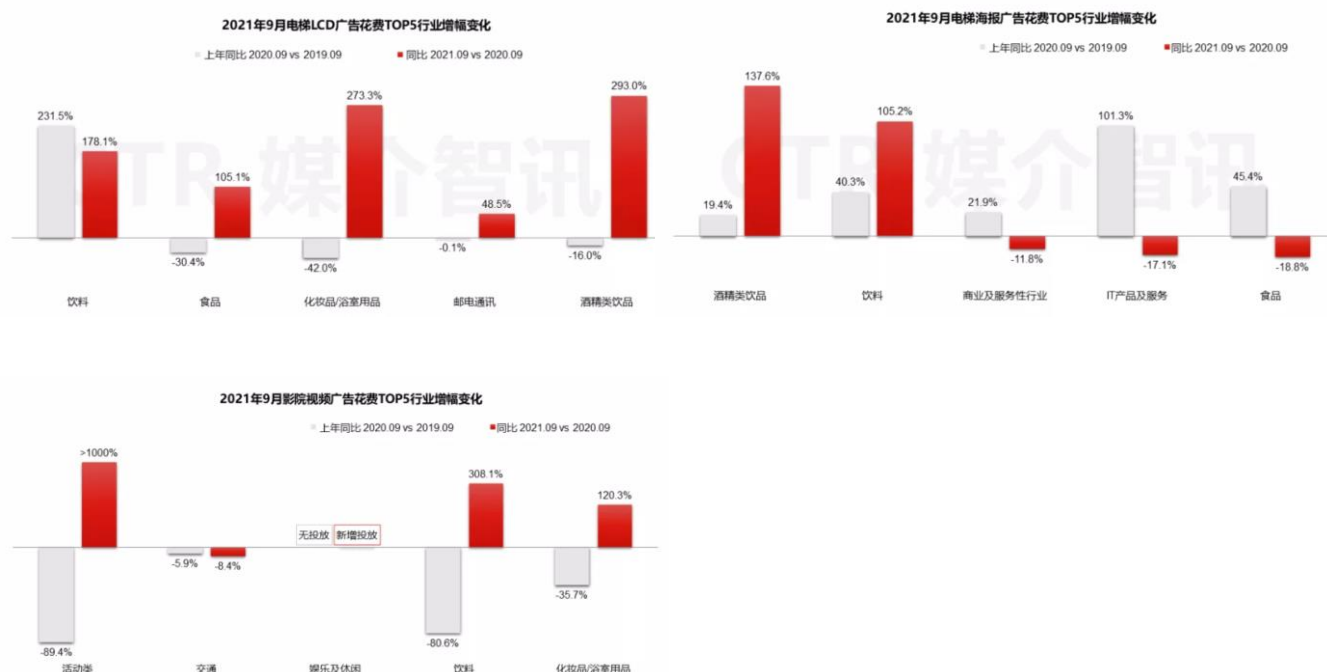
图 24: 2021 年 8 月中国广告市场刊例花费各媒介刊例花费增速



资料来源: CTR 媒介智讯

行业方面,9月快消品在多个广告渠道投放量较大,化妆品/浴室用品广告在电视、电梯 LCD、影院视频的增幅明显。其中电视广告方面,化妆品行业的主力投放品类是洗发/美发/护发用品;电梯 LCD 广告方面,护肤用品、化妆品/浴室系列用品的广告投放量大且增长翻倍。食品行业在电视、广播、电梯海报广告投放有所下滑,但在电梯 LCD 广告大幅增加。

图 25：2021 年 9 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

2.5 图书零售数据

2021 年 9 月，开卷虚构类排行榜中学生推荐读物排名有所上升，四大名著均进入榜单；张嘉佳新书《天堂旅行团》升至开卷虚构类畅销榜榜首，《房思琪的初恋乐园》和《活着》分列第 2、3 名，9 月仅有《一生一世美人骨》1 种首次入榜图书。

表 8：2021 年 9 月零售渠道虚构类畅销图书 TOP10

	书名	作者	出版社	定价
1	天堂旅行团	张嘉佳	湖南文艺出版社	48
2	房思琪的初恋乐园	林奕含	北京联合出版有限责任公司	45
3	活着	余华	北京十月文艺出版社	35
4	西游记（上下）	吴承恩、黄肃秋	人民文学出版社	47.2
5	云边有个小卖部	张嘉佳	湖南文艺出版社	42
6	百年孤独（50 周年纪念版）	加西亚·马尔克斯	南海出版社	55
7	红岩	罗广斌、杨益言	中国青年出版社	36
8	遥远的救世主	豆豆	作家出版社	48
9	三体	刘慈欣	重庆出版社	23
10	三体（II）-黑暗森林	刘慈欣	重庆出版社	32

资料来源：北京开卷，山西证券研究所

2021 年 9 月开卷非虚榜单畅销热点由畅销系列、主题出版、推荐读物和心理家教类图书构成。《蛤蟆先生去看心理医生》蝉联非虚榜第一，《半小时漫画》系列和《如果历史是一群喵》系列继续占据非虚

榜；其余上榜图书一类是开学季相关的推荐读物，如《朝花夕拾》和《红星照耀中国》，另一类主要是主题出版相关图书。

表 9：2021 年 9 月零售渠道非虚构类畅销图书 TOP10

	书名	作者	出版社	定价
1	蛤蟆医生去看心理医生	罗伯特·戴博德	天津人民出版社	38
2	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
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（2）	陈磊	海南出版社	39.9
5	半小时漫画中国史（3）	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	红星照耀中国	埃德加·斯诺	人民文学出版社	43
8	半小时漫画中国史	陈磊	江苏凤凰文艺出版社	39.9
9	你当像鸟飞往你的山	塔拉·韦斯特弗	南海出版公司	59
10	被讨厌的勇气：“自我启发之父”阿德勒的哲学课	岸见一郎，古贺史健	机械工业出版社	55

资料来源：北京开卷，山西证券研究所

开卷少儿类 2021 年 9 月零售畅销书榜单中学生休闲、益智类图书减少，获奖和学生推荐类图书增多。

《猜猜我有多爱你》位居榜首，排名第 2、3 名的是返榜图书《小猪唏哩呼噜(上)》和《小猪唏哩呼噜(下)》。

此外包括有《蚯蚓的日记》《大卫上学去(精)》《我爸爸(新)》等 10 部少儿获奖作品返榜。

表 10：2021 年 9 月零售渠道少儿类畅销图书 TOP10

	书名	作者	出版社	定价
1	猜猜我有多爱你	山姆·麦克布雷尼，安妮塔·婕朗	明天出版社	43.8
2	小猪唏哩呼噜（上）	孙幼军，裘兆明	春风文艺出版社	15
3	小猪唏哩呼噜（下）	孙幼军，裘兆明	春风文艺出版社	15
4	窗边的小豆豆（2018 版）	黑柳彻子，岩崎千弘	南海出版社	39.5
5	黑龙江寻宝记	京鼎动漫	二十一世纪出版社	35
6	三毛流浪记（彩色注音读物）	张乐平	少年儿童出版社	38
7	没头脑和不高兴(注音版)	任溶溶	浙江少年儿童出版社	18
8	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
9	猜猜我有多爱你	山姆·麦克布雷尼，安妮塔·婕朗	明天出版社	38.8
10	米小圈上学记——我是小学生	北猫	四川少年儿童出版社	25

资料来源：北京开卷，山西证券研究所

3. 行业新闻回顾

➤ Facebook 更名 Meta，展示元宇宙雄心

10 月 29 日，Facebook 宣布公司名称将更名为 Meta，即 Metaverse（元宇宙）的前缀，代表着 Facebook 在元宇宙领域的野心。Facebook 未来将从社交媒体公司转型为元宇宙公司，开发系列的元宇宙应用产品，

构建新一代的社交网络。

➤ **谷歌：Google play 所有订阅服务费从 30%降至 15%**

谷歌在 10 月 21 日周四在 Android 开发者博客中表示，为了帮助支持提供订阅的开发人员，宣布从 2022 年 1 月 1 日开始，会将 Google Play 的所有订阅服务费从 30%降至 15%，音视频书刊 App 的抽成将从最低 15%降至最低 10%。在此之前，客户需要重复订阅 12 个月后 Google Play 的服务费才可以从 30%降至 15%。谷歌在与合作伙伴的了解过程中发现数字订阅业务的客户流失率大，客户的流失使提供订阅的开发人员难以从降低的费率中受益。

➤ **国家互联网信息办公室：整治互联网用户账号运营乱象**

国家互联网信息办公室于 10 月 18 日召开“清朗·互联网用户账号运营乱象专项整治行动”全国视频会议，对相关工作进行专题部署。中央网信办副主任、国家网信办副主任盛荣华出席并讲话。会议强调，专项整治行动要紧盯五类账号运营乱象：一是违法违规账号“转世”。二是互联网用户账号名称信息违法违规。三是网络名人账号虚假粉丝。四是互联网用户账号恶意营销。五是向未成年人租售网络游戏账号。此外，因机构调整等原因无法注销的政务号也将予以集中处置。

➤ **广电总局发布《广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》**

近日，《广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》正式印发。《规划》指出推进广播电视媒体深度融合发展和智慧广电建设是“十四五”时期广播电视和网络视听科技发展的两项中心任务。

➤ **薇娅李佳琦双十一预售 190 亿，超 4000 家上市公司全年营收**

据淘宝直播数据，10 月 20 日晚李佳琦直播间共上架商品 439 个，预估销量达到 3615.8 万，客单价为 294.63 元，单品最高销量超过 187.77 万，单品最高销售额破 1 亿，直播间累积交易额破百亿元，成为名副其实的淘宝直播“带货一哥”。10 月 20 日晚薇娅直播间共上架商品 499 个，预估销量达到 2483.4 万，客单价为 332.3 元，单品最高销量超过 60 万，单品最高销售额达 4.9 亿，直播间累积交易额 82.5 亿元。

➤ **腾讯与搜狗正式交接，搜狗全员入职腾讯，王小川宣布卸任 CEO**

腾讯与搜狗于 10 月 15 日正式交接。搜狗全员转换身份入职腾讯，搜狗公司延续至腾讯，薪酬福利与腾讯同体系对齐；产品与技术部门也完成整合，有序并入腾讯多个相关业务单元。双方还计划与当日举行内部交接仪式，搜狗 CEO 王小川将接受腾讯 COO 任宇昕代表公司发出的邀请，受聘为腾讯集团顾问。在公开邮件中王小川介绍，经过自腾讯发出初步收购邀约至今的 383 天调整，通过充分优化的整合方案，目前搜狗业务和团队的调整已经基本就位。未来，搜狗搜索、输入法、PC 浏览器等核心产品将继续保持搜狗品牌运营，同时搜狗引以为傲的搜索技术与 AI 能力，也将赋能到腾讯业务体系。

➤ 中央宣传部、国家广电总局约谈 4 省市广播电视台

中央宣传部、国家广电总局就卫视节目存在的过度娱乐化问题，对上海、江苏、浙江、湖南广播电视台进行约谈，4 省市党委宣传部参加。约谈指出，近年来，4 省市广播电视台积极推动媒体深度融合，在弘扬主流价值观、传播正能量方面作出了积极贡献。但各卫视频道也不同程度存在过度娱乐化、追星炒星等问题，必须坚决整改。约谈强调，4 省市广播电视台要深入开展文娱领域综合治理工作，坚持政治家办台，坚持社会效益优先等。

➤ 微信、支付宝、抖音等 App 或将按照超级平台管理

据国家市场监督管理总局消息：《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》《互联网平台落实主体责任指南（征求意见稿）》近日公布。其中提出，互联网平台拟划分为网络销售类平台、生活服务类平台、社交娱乐类平台、信息资讯类平台、金融服务类平台、计算应用类平台等 6 大类，并按照用户规模等划分为超级平台、大型平台和中小平台三级。超级平台指在中国的上年度年活跃用户不低于 5 亿，核心业务至少涉及两类平台业务，上年末市值（估值）不低于 10000 亿人民币，具有超强的限制商户接触消费者（用户）的能力。按照这个标准，微信、淘宝、支付宝、抖音等 App 将按照超级平台管理。

➤ 字节跳动内部信：头条、西瓜等业务并入抖音

36 氪获悉，字节跳动 CEO 梁汝波发布全员邮件宣布组织调整，实行业务线 BU 化，成立六个业务板块：抖音、大力教育、飞书、火山引擎、朝夕光年和 TikTok。相关业务板块负责人均向梁汝波汇报。字节跳动将今日头条、西瓜视频、搜索、百科以及国内垂直服务业务并入抖音。该板块负责国内信息和服务业务的整体发展。TikTok 负责 TikTok 平台业务，同时也支持海外电商等延伸业务的发展。

➤ 中国战队 EDG 夺得《英雄联盟》S11 冠军，获 48.95 万美金奖励，央视发文祝贺

11 月 6 日晚间，《英雄联盟》S11 赛季全球总决赛战斗，在冰岛拉开帷幕，同时面向全球直播，经过 5 个小时的比赛，EDG 战队鏖战五局，最终以 3:2 战胜来自韩国 LCK 赛区的 DK 战队，获得俱乐部队史上首座全球总决赛冠军。夺冠后消息迅速占领百度和微博热搜榜第一。随后央视等新闻媒体，都先后对 EDG 夺得 S11 冠军表达了祝贺。英雄联盟全球总决赛是英雄联盟一年一度的最为盛大的比赛，同时全球总决赛也是所有英雄联盟赛事中最高荣誉、最高含金量、最高竞技水平、最高知名度的比赛，今年是第十一届。这也是中国 LPL 赛区继 IG、FPX 夺冠之后第三次夺冠。据悉，本赛季英雄联盟奖金池总共有奖金 222.5 万美金。EDG 夺得冠军后除了荣誉之外还可以分到 22% 的奖金，也就是 48.95 万美金；亚军可以拿到 33.37 万美金。

➤ 杭州亚运会电竞项目公布

据杭州 2022 年亚运会官方微博消息，杭州亚运会电子竞技小项设置正式公布。英雄联盟、王者荣耀

（亚运版）、和平精英（亚运版）、炉石传说、刀塔 2、梦三国 2、街霸 5 和 FIFA Online 4 等 8 个项目入选。经过亚洲电子竞技联合会、亚奥理事会、国家体育总局多方商议，综合考虑竞技规则的公平性、内容的价值取向、国际影响力和宣传推广等因素，最终确定入选项目。

4. 投资建议

截至 2021 年 11 月 5 日 CS 传媒板块年内总市值加权涨幅为 4.45%，三级子板块中互联网广告营销年内涨幅达 79.71%，若剔除联创股份后年内涨幅为-9.71%，游戏板块年内上涨 1.39%，广播电视、动漫小幅下跌 0.26%、0.67%，其余细分板块跌幅 5%-32%。截至 11 月 5 日收盘，传媒板块整体市盈率（TTM）为 20.52 倍，在 8 月以来文娱领域综合整治、平台反垄断及数据安全及游戏未成年保护等政策落地、不确定风险释放后，行业估值有所修复，处于近五年估值 14.20%分位点；细分板块中出版、其他广告营销、游戏市盈率低于传媒板块整体，除影视、动漫、广播电视板块外，其余板块目前估值均处于近五年估值 50%以下分位点，出版、互联网影视音频分位点低于 10%。

图 26：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：近五年三级子行业市盈率（剔除负值）统计情况

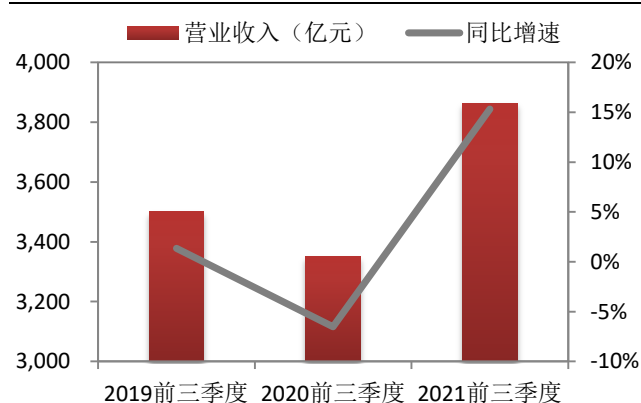
细分板块	MAX	MIN	MED	AVE	11 月 5 日	近五年估值分位点
CS 出版	34.10	11.01	17.98	16.07	11.26	1.50%
CS 互联网影视音频	215.16	28.02	77.05	58.12	32.24	3.00%
CS 其他广告营销	68.89	12.52	31.30	28.00	18.49	10.70%
CS 信息搜索与聚合	120.91	38.01	63.44	59.77	43.80	14.90%

CS 游戏	64.48	15.14	31.03	27.25	20.35	19.10%
CS 互联网广告营销	69.26	14.71	34.23	31.76	28.05	37.50%
CS 其他文化娱乐	138.42	21.17	72.41	78.39	68.73	41.70%
CS 影视	99.45	16.44	40.12	37.72	39.64	56.30%
CS 动漫	3417.20	25.60	304.57	79.52	103.80	63.20%
CS 广播电视	38.09	16.64	27.80	27.74	31.45	80.80%

资料来源：wind，山西证券研究所

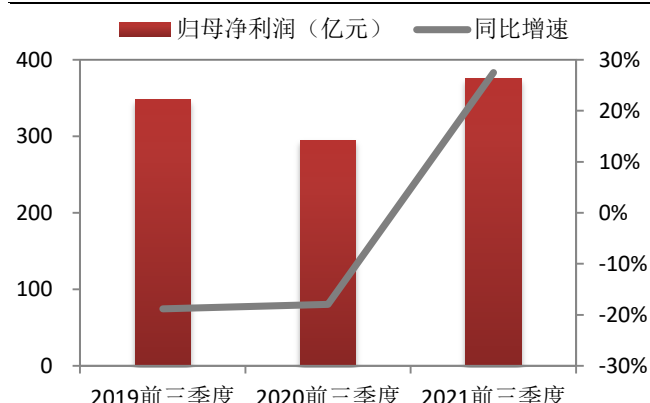
传媒上市公司前三季度实现营业收入 3863.99 亿元，可比口径下同比增长 15.31%，同比 2019 年增长 7.61%；实现归属母公司股东净利润 375.73 亿元，同比增长 27.49%，同比 2019 年增长 4.64%。行业延续上半年回暖态势，且收入与利润端较 2019 年同期均有所增长，整体向好。21Q3 实现营业收入 1281.03 亿元，可比口径下同比增长 5.62%，环比减少 6.20%，实现归母净利润 97.49 亿元，同比减少 17.22%，环比减少 43.59%；单季度业绩下滑，我们认为一方面是由于 21Q2 是今年行业业绩的高点，同时 20Q3 是行业复工复产后业绩恢复较快的时点；另一方面则是由于 21Q3 部分地区疫情复发以及汛情等影响，对线下实体经济造成不利影响。

图 27：近三年传媒上市公司三季报营业收入情况



资料来源：wind，山西证券研究所

图 28：近三年传媒上市公司三季报归母净利润情况

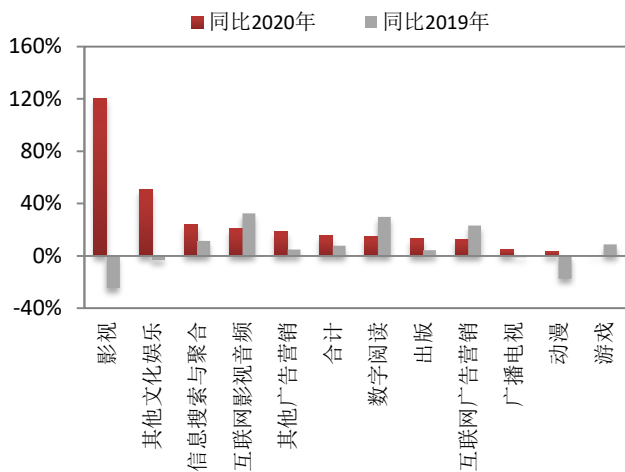


资料来源：wind，山西证券研究所

2021 年前三季度，各细分板块营业收入均实现同比正增长，其中影视板块营业收入同比增幅达 120.64%，其他文化娱乐增幅达 50.77%，信息搜索与聚合、互联网影视音频等同比增幅 20% 以上，其他广告营销、数字阅读、出版、互联网广告营销同比增幅 12%-18% 区间，游戏、动漫、广播电视营业收入同比增幅相对较小。归母净利润增速方面，其他广告营销、影视、其他文化娱乐等同比实现 90% 以上增幅，信息搜索与聚合、出版、互联网影视音频同比增幅在 20% 以上，互联网广告营销、广播电视、动漫、游戏等则同比降幅达 20% 以上。从单季度趋势来看，影视、其他广告营销板块在低基数效应下以及互联网影视音频板块连续三个季度呈现营业收入、归母净利润的同比正增长；其余板块中出版、数字阅读、其他文化娱乐、互联网广告营销等 7 个细分板块营业收入连续三个季度呈现同比增长，归母净利润同比

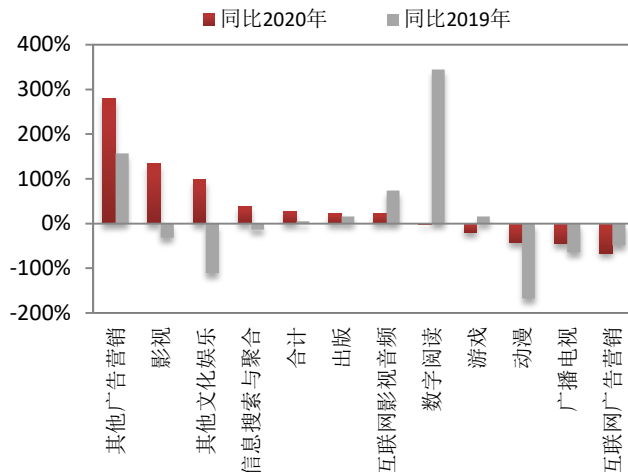
增速方面则在 21Q3 有不同程度下滑；此外游戏板块业绩增速逐季改善，至 21Q3 营业收入与归母净利润同比增速回正。

图 29：细分板块 2021 年前三季度营业收入同比增速



资料来源：wind，山西证券研究所

图 30：细分板块 2021 年前三季度归母净利润同比增速



资料来源：wind，山西证券研究所

游戏板块：三季度业绩增速回暖获验证，8 月底以来，游戏板块估值修复，虽然二级市场受元宇宙概念的带动，但我们认为驱动游戏板块表现的底层逻辑在于基本面改善预期+政策落地+估值探底。目前来看虽然版号审批尚未开闸，但对于版号储备丰富及产品研运更关注合规性的游戏大厂而言具有一定应对优势。EDG 夺冠 S11 将电子竞技再次推向大众视野，短期内有望提振游戏板块市场热度。据艾媒咨询报告显示，2020 年电竞整体市场规模超过 1450 亿元，预计 2021 年电竞市场将突破 1800 亿元；用户规模在 2020 年达到 3.83 亿人，预计 2022 年达到 4.18 亿人。我们认为国内电竞市场的快速发展主要得益于产品、赛事、政策、资本等因素驱动，产业依托于游戏产品，受到政策及资本的相关扶持，推动电竞行业不断提升社会认可度。A 股游戏公司中，完美世界深入布局电竞市场，产品端依托《DOTA2》、《CS:GO》等世界级电竞产品，促进世界电竞赛事引进来及中国电竞赛事走出去，2019 年公司曾协助 Valve 公司在上海成功举办《DOTA2》国际邀请赛（Ti9），为 Ti 系列赛事首次在中国举办。此外杭州 2022 年亚运会也将英雄联盟、王者荣耀、和平精英等 8 个项目入选为电竞赛事，有望进一步推动电竞行业的商业化及全民化。

网络视频及影视板块：近期腾爱优芒均公布了平台 2022 年剧综片单储备，1) 爱奇艺于 10 月 15 日 iJOY 上发布 260 部内容片单，除已知的三大剧场外预计还将有未公布的 X 剧场，此外在 VIP 会员上爱奇艺将以“提高制作水平”等五个支撑点探索更多市场空间，并对广告推动等机制进行优化，提升会员的体验感。2) 优酷于 10 月 20 日举办了品鉴会，据发布会的片单显示，优酷储备项目中头部剧集聚焦主旋律、现实主义和传统文化题材，垂类内容以宠爱剧场、悬疑剧场、都市剧场为抓手，进行用户精细化、

系列化与内容创新，形成差异化打法；综艺方面布局侧重冬奥会、文化、社交推理等题材。3）芒果TV 10月26日营销内容发布会信息，2022年剧集与综艺储备片单分别为60部、26部，剧集分为头部现象级、季风剧场、爆款潜力三个单元，综艺方面则围绕芒果TV音乐竞演、迷综推理、婚恋情感三大优势赛道，并在创新赛道上围绕生活治愈、职场生存、新国潮及商业定制主题，推出多档新综艺。在内容运营上，芒果TV将继续以微短剧纳入“大芒计划”打造“下饭剧场”；升级芒果TV青春纯爱厂牌推出“小甜饼剧场”。4）腾讯视频于11月3日举办V视界大会，其重量级剧集储备丰富，涵盖了主旋律内容、现实主义领域、创新领域、青春情感领域、古装领域等五大领域，同时电影板块也将是腾讯明年发力的重要部分，重点打造“线上大档期”，与知名影业团队、导演、演员开发“西游”系列、“无间道”系列、“鬼吹灯”系列自制电影等。从上述片单可以发现，平台在内容制作及储备上以现实主义题材、主旋律题材为导向，并在垂直类型化内容深耕；虽然短期内文综市场综合治理及内容&平台相关政策对剧集制作、内容运营等方面带来调整，但坚守内容底线、注重用户体验才是网络视频平台长线发展路径，因此在平台多元付费模式探索及优化会员体验的要求下对优质内容供给能力的考验增加，具有精品剧集制作能力内容方的价值有望进一步凸显。

电影板块：国庆档以来电影市场在《长津湖》《我和我的父辈》《沙丘》《007》等影片带动下景气度回升，10月票房表现亮眼。灯塔数据显示，截至11月7日全国影院总数为11550家，暂停营业数量1888家，占比16.3%，全国暂停影院预估票房折损率11.1%，整体较为稳定。目前多部优质国产影片定档11月及贺岁档，《反贪风暴5：最终章》《以年为单位的恋爱》《穿过寒冬拥抱你》《平原上的火焰》《爱情神话》《门锁》《梅艳芳》《扬名立万》等影片想看人数较多，有望带动院线及上映电影公司四季度业绩环比回暖。此外在第二十一届全国院线国产影片推介会上共有120多部国产新片（合拍片）参会，包括《超能一家》（猫眼想看14.8万）《四海》（猫眼想看8.11万）《奇迹》（猫眼想看8.98万）等热门影片等定档春节，将为2022年国内电影市场注入优质内容。

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

