

## 传媒经营跟踪：2月综艺芒果TV表现强势

### 基本结论

- **2月游戏经营跟踪：**
- **行业流水端：**2022年2月中国移动游戏收入同比上升2.03%，环比下降2.76%。伽马数据《2022年2月移动游戏报告》显示：2022年2月，中国移动游戏市场实际销售收入216.27亿元，环比下降2.76%，同比增长2.03%，主要由于2月新游表现欠佳，没有高流水产品带来较大增量。国内方面，2月中国iOS手游收入排名，腾讯的《王者荣耀》和《和平精英》保持稳定，分别排名第1、2名。网易《梦幻西游》排名第4。海外端，2月36个中国厂商入围全球手游发行商收入榜TOP100，合计收入近20亿美元，占全球TOP100手游发行商收入的37.9%（中国地区安卓渠道收入未计算在内）。其中腾讯、网易、米哈游稳定在前3名。
- **2月流媒体经营跟踪：**
- **政策端：**电视剧备案数量略有下滑，2022年2月备案电视剧33部，与22年1月相比减少了11部。题材占比分布保持稳定，都市题材仍是主流题材。按题材划分，当代题材28部，近代题材4部，古代题材1部，分别占比85%、12%、3%。
- **影视赛道：**热门影视剧播放平台上，优酷保持领先地位，腾讯占有率有所下滑。根据德塔文数据，2022年2月，电视剧景气指数排行榜前10作品中，腾讯视频、优酷、爱奇艺和芒果TV播放占比分布为20%、40%、20%与20%。
- **综艺赛道：**芒果TV独播占比表现优异。根据骨朵数据，2022年2月全网热度前10综艺中，芒果TV综艺占据头部位置，播放比例占40%，其中《大侦探 第七季》排名全网热度榜第二，《春日迟迟再出发》、《我们的滚烫人生》和《朋友请听好第二季》分别为第6、第8和第10名。

杨晓峰 分析师 SAC 执业编号：S1130520040001  
yangxiaofeng@gjzq.com.cn

伍兆丰 联系人  
wuzhaofeng@gjzq.com.cn

### 投资建议

- **我们认为游戏、内容板块具备长期投资价值，当前是较好投资时点。**游戏行业目前处于估值低位，主要游戏厂商PE仍处于历史PE-Band较低位置，后续关注版号动态以及出海趋势。元宇宙产业的加速发展或推动游戏板块估值提升；游戏版号若重新发放，有望增加游戏供给；游戏出海成为大趋势，优质流媒体公司、低估值的游戏板块有望获得更多关注，建议关注标的：三七互娱、芒果超媒、吉比特、宝通科技。

### 风险提示

- 影视综艺节目上线表现及招商情况不及预期；游戏上线表现不及预期；线下恢复不及预期；行业政策风险

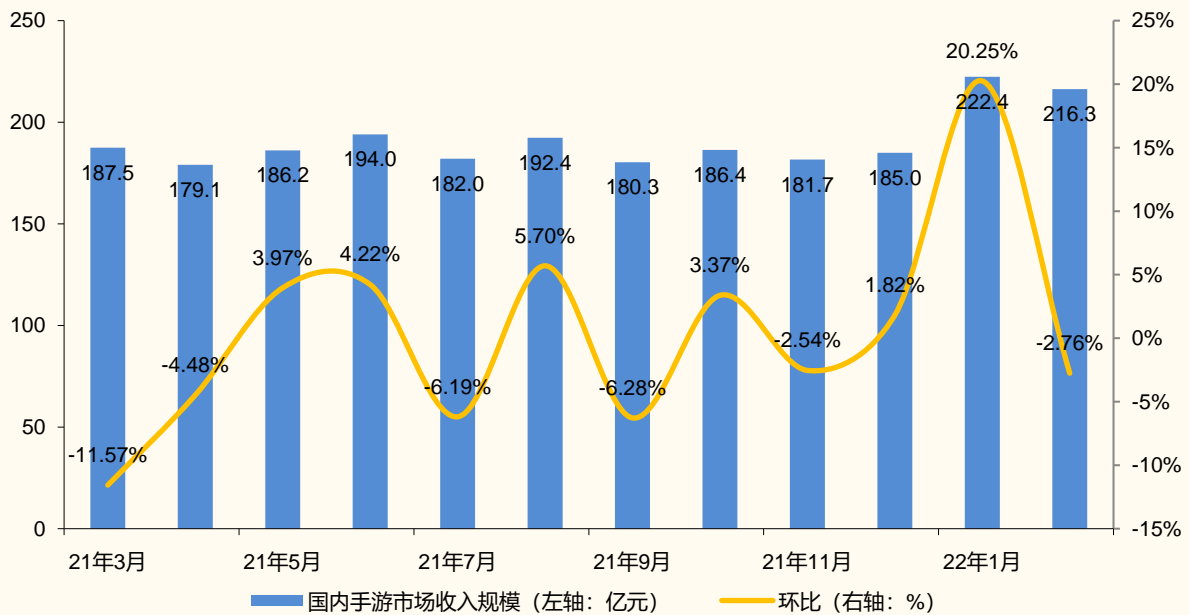
## 一、游戏板块 1 月跟踪

### 1.1 行业层面跟踪

#### ■ 2022 年 2 月中国移动游戏收入约 216.27 亿元，同比增长为 2.03%

受春节活动提前和新游表现不佳的影响，2 月国内移动市场收入同比微涨环比下降。伽马数据《2022 年 2 月移动游戏报告》显示：2022 年 2 月，中国移动游戏市场实际销售收入 216.27 亿元，环比下降 2.76%，同比增长 2.03%，2 月收入环比下降同比微涨主要有两方面原因：一方面春节活动 1 月已经开启，本月活动内容有限，流水随之减少；另一方面，本月新游表现欠佳，没有高流水产品带来较大增量。

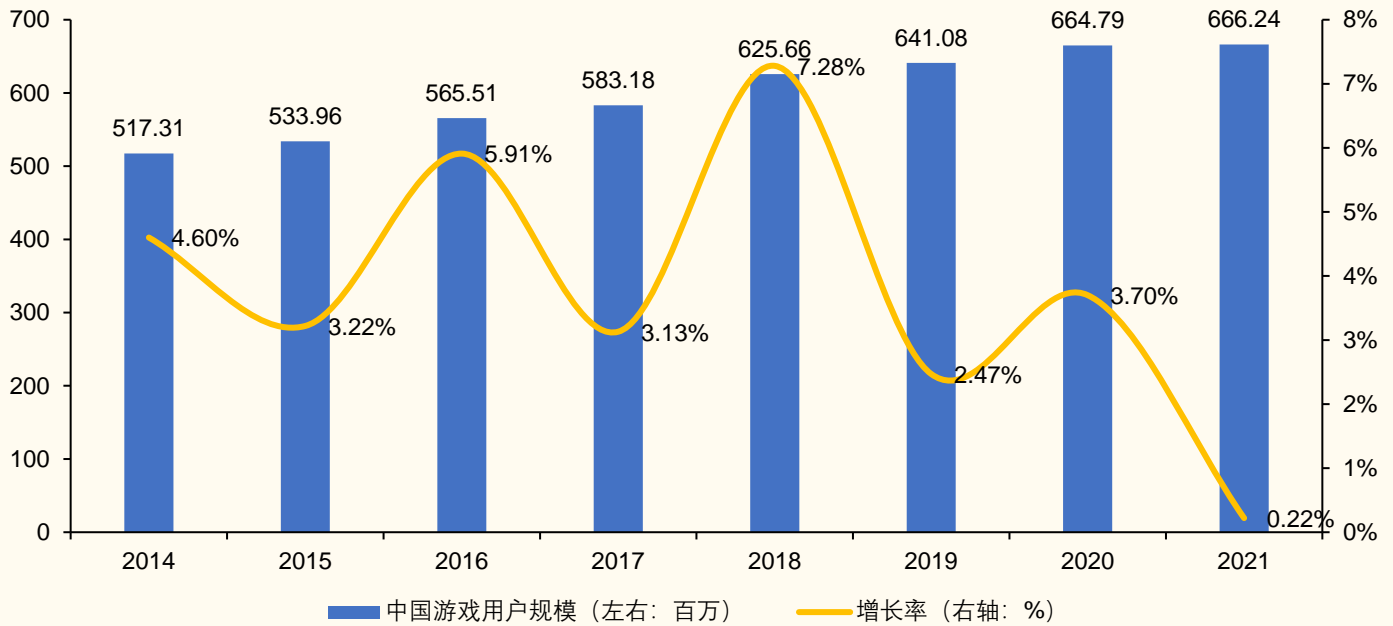
图表 1：中国手游市场实际销售收入规模（单位：亿元）



来源：伽马数据、国金证券研究所

游戏用户方面，2021 年我国游戏用户规模保持稳定增长，用户规模达到 6.66 亿人，同比增长 0.22%。受防沉迷新规、版号等影响，2021 用户规模相对稳定。

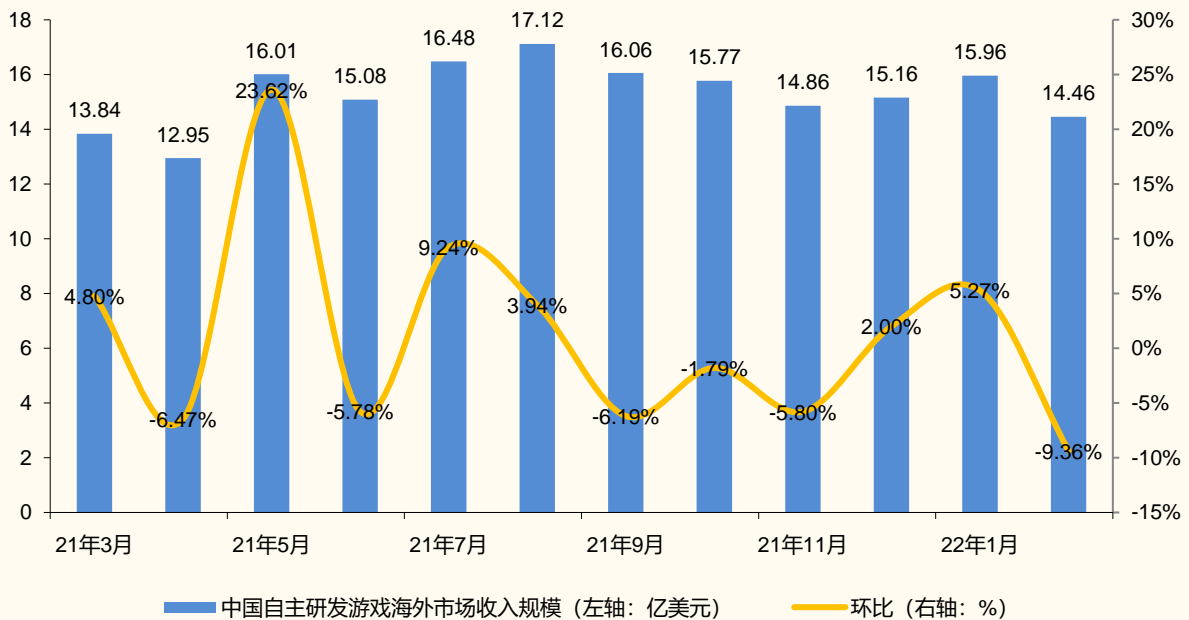
图表 2: 2014-2021 中国游戏用户规模 (单位: 百万)



来源: 伽马数据、国金证券研究所

游戏出海方面, 2022 年 2 月, 中国自主研发游戏海外市场实际销售收入为 14.46 亿美元, 环比下降 9.36%。原因之一在于 2 月天数较上月少 3 天, 各地区流水均有不同程度下滑。

图表 3: 中国自研手游海外市场实际销售收入规模 (单位: 亿美元)

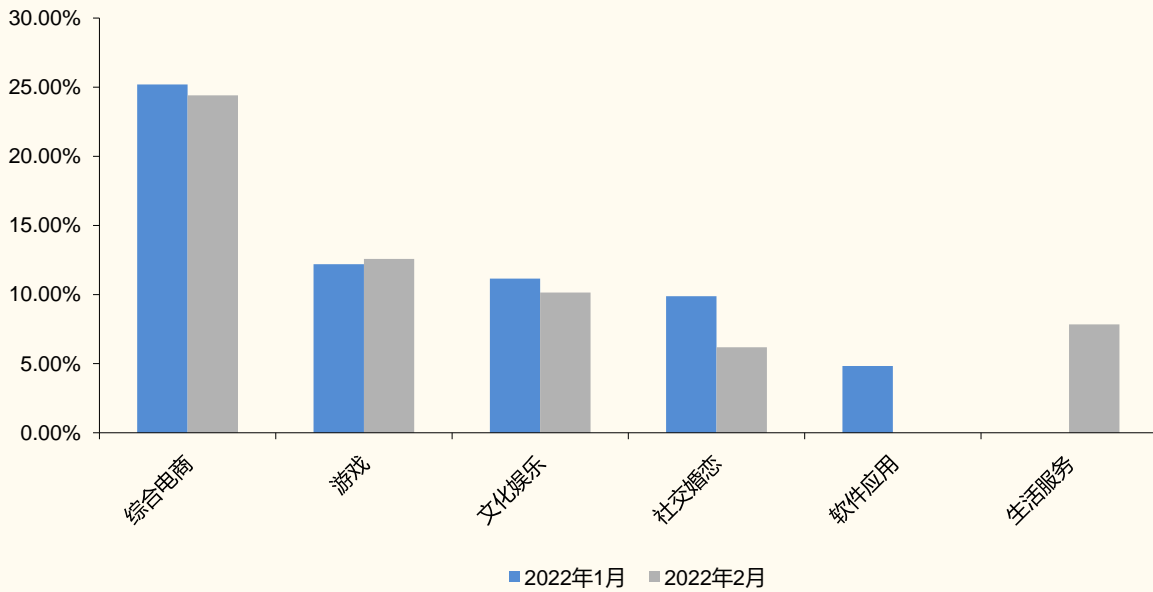


来源: 伽马数据、国金证券研究所

■ 2022 年 2 月游戏行业广告占比基本持平, 生活服务占比快速提升

根据 AppGrowing 《2022 年 2 月行业概览及头部广告主盘点》, 相较于 2022 年 1 月, 综合电商、游戏、文化娱乐维持在前三, 2022 年 2 月生活服务行业广告投放量进入 Top5。游戏行业的投放占比与上月基本持平。

图表 4: 2022 年 2 月广告数 Top5 占比分布



来源: AppGrowing、国金证券研究所

■ 2 月手游广告投放 SLG 品类较多

根据 AppGrowing, 2022 年 2 月手游广告投放排名中, SLG 品类投放保持较高水平, 其中 SLG 品类的《文明与征服》排名第一, 《三国志战略版》排名第二。其次为角色扮演品类, 共有 2 款手游进入前 10。

图表 5: 2022 年 2 月手游广告投放排名 Top10

游戏名称	投放排名	类别
文明与征服	1	策略
三国志·战略版	2	策略
永夜帝君	3	角色扮演
凌云诺	4	模拟
爷爷的小农院	5	其他
纸上谈兵	6	策略
姚记捕鱼	7	棋牌
美杜莎传奇	8	传奇
幸存之地	9	其他
一念逍遥	10	角色扮演

来源: AppGrowing、国金证券研究所

■ 中国 App Store 手游收入排行榜

根据 Sensor Tower 数据, 2022 年 2 月, 腾讯《王者荣耀》、《和平精英》以及米哈游的《原神》三款游戏居收入榜前三, 《梦幻西游》居于第 4; 灵犀互娱《三国志·战略版》位于第 5, 腾讯《英雄联盟手游》、《穿越火线》、《金铲铲之战》分列第 6、第 7 和第 8。

图表 6: 2月中国 App Store 手游收入 Top10

排名	2月前10	开发厂商	1月排名	1月前10	开发厂商	12月排名
1	王者荣耀	腾讯	1	王者荣耀	腾讯	2
2	和平精英	腾讯	2	和平精英	腾讯	1
3	原神	米哈游	3	原神	米哈游	6
4	梦幻西游	网易	4	梦幻西游	网易	3
5	三国志·战略版	灵犀互娱	5	三国志·战略版	灵犀互娱	5
6	英雄联盟手游	腾讯	6	英雄联盟手游	腾讯	4
7	穿越火线	腾讯	8	文明与征服	4399	
8	金铲铲之战	腾讯	9	穿越火线	腾讯	
9	一念逍遥	腾讯	10	金铲铲之战	腾讯	
10	捕鱼大作战	途游		一念逍遥	吉比特	9

来源: Sensor Tower、国金证券研究所

#### ■ 中国手游发行商收入排行榜

根据 Sensor Tower 数据, 2022 年 2 月, 共有 36 个中国厂商入围全球手游发行商收入榜 TOP100, 合计收入近 20 亿美元, 占全球 TOP100 手游发行商收入的 37.9% (中国地区安卓渠道收入未计算在内)。2 月中国手游发行商收入榜中, 腾讯、网易、米哈游、三七互娱、趣加、莉莉丝稳定在前 6 名。

图表 7: 1月中国手游发行商收入 Top30

排名	游戏厂商	排名	游戏厂商	排名	游戏厂商
1	腾讯	11	龙创悦动	21	完美世界
2	网易	12	壳木游戏	22	有爱互娱
3	米哈游	13	雷霆游戏	23	途游游戏
4	三七互娱	14	江娱互动	24	游族网络
5	趣加	15	沐瞳科技	25	朝夕光年
6	莉莉丝	16	麦吉太文	26	龙腾简合
7	灵犀互娱	17	乐元素	27	智明星通
8	博乐科技	18	4399 游戏	28	尼毕鲁
9	天盟数码	19	悠星网络	29	友谊时光
10	友塔游戏	20	点点互动	30	星合互娱

来源: Sensor Tower、国金证券研究所

图表 8: 12 月中国手游发行商收入 Top30

排名	游戏厂商	排名	游戏厂商	排名	游戏厂商
1	腾讯	11	雷霆游戏	21	有爱互娱
2	网易	12	悠星网络	22	朝夕光年
3	米哈游	13	麦吉太文	23	游族网络
4	趣加	14	壳木游戏	24	智明星通
5	莉莉丝	15	友塔游戏	25	龙腾简合
6	三七互娱	16	沐瞳科技	26	尼毕鲁
7	灵犀互娱	17	龙创悦动	27	途游游戏
8	4399 游戏	18	乐元素	28	哔哩哔哩
9	博乐科技	19	江娱互动	29	心动网络
10	天盟数码	20	完美世界	30	星合互娱

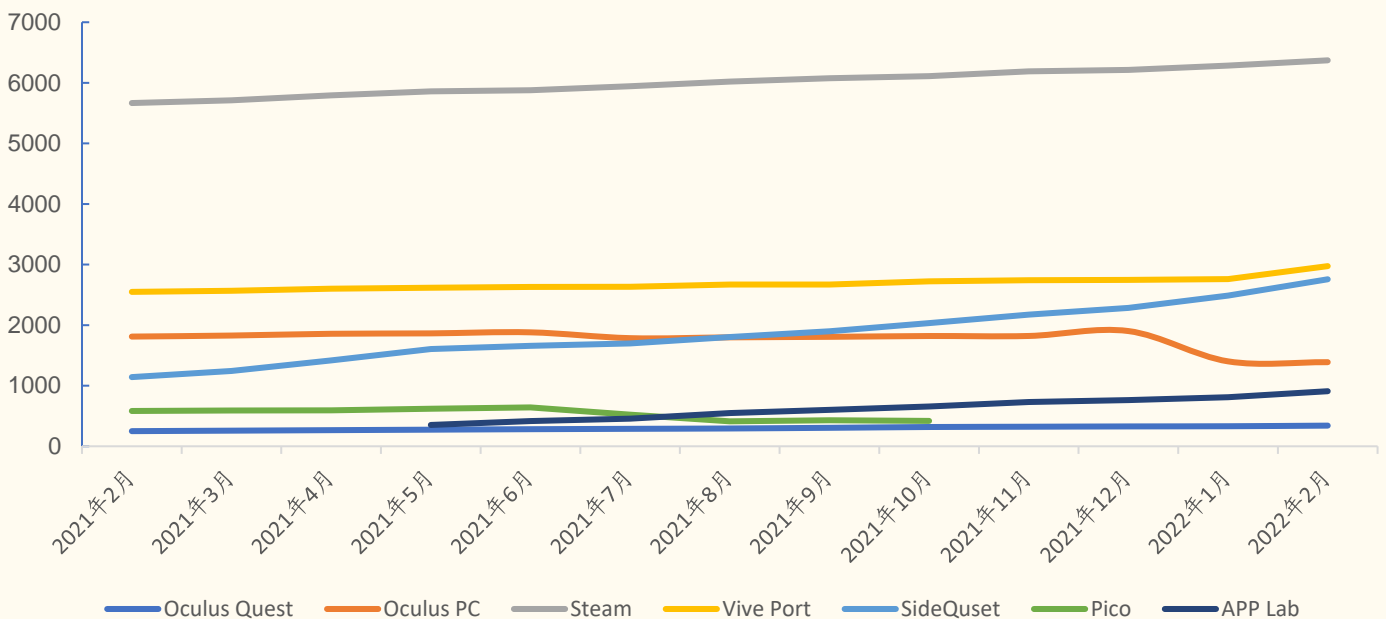
来源: Sensor Tower、国金证券研究所

### VR 行业 1 月数据跟踪

#### ■ 主流 VR 平台内容数据量

- 2022 年 2 月，VR 内容数量最多的平台为 Steam、Vive Port、SideQuest(第三方平台)，其中 VR 内容数量最多的平台为 Steam 平台，2 月环比增加 87 款内容，合计约为 6371 款应用，其中 VR 独占为 5275 款；Vive Port 平台内容数量环比增加 213 款，合计为 2974 款内容，其中游戏 1013 款，应用 1752 款。

图表 9: 2021.02-2022.02 主流 VR 平台内容数量变化情况

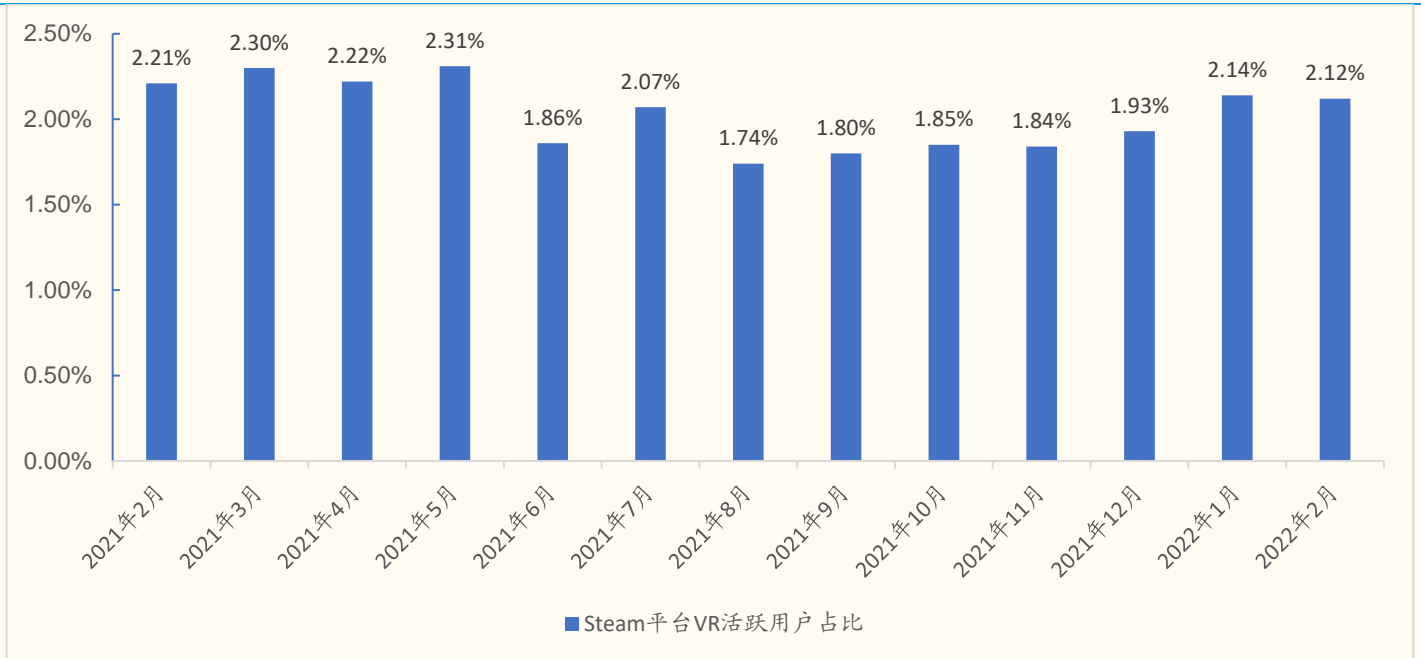


来源: VR 陀螺、国金证券研究所

#### ■ Steam 平台 VR 活跃用户情况

从 Steam 平台整体 VR 用户活跃度看，2 月 VR 活跃用户占比约为 2.12%，环比下降 0.02pcts，VR 活跃用户占比仍然维持在 2% 的水平，主要原因在于 Steam 平台目前没有新的有吸引力的内容维持用户粘性。

图表 10: 2021.02-2022.02 Steam 平台 VR 活跃用户占比



来源: Steam、国金证券研究所

从用户使用头显设备占比看，2 月 Steam 平台 VR 活跃用户中，使用占比最高的头显分别是 Oculus Quest2、Valve Index HMD、Oculus Rift S，占比分别为 47.09%、14.43%、12.13%，国内品牌 Pico NEO 3 占比约为 0.48%，环比增长 0.16pcts。

图表 11: 2022 年 2 月 Steam 平台 VR 活跃用户使用设备分布 Top20

排名	头显名称	占比	环比	排名	头显名称	占比	环比
1	Oculus Quest 2	47.09%	1.07%	11	Riftcat Vridge	0.53%	0.12%
2	Valve Index HMD	14.43%	0.07%	12	Pico Neo 3	0.48%	0.16%
3	Oculus Rift S	12.13%	-0.96%	13	Pimax 8K	0.21%	0.04%
4	HTC Vive	7.27%	-0.04%	14	Sony PlayStation VR	0.17%	0.01%
5	Windows Mixed Reality	4.68%	-0.31%	15	Pimax 5K Plus	0.09%	0.00%
6	Oculus Rift	4.10%	-0.08%	16	Iriun VR	0.05%	0.01%
7	Oculus Quest	3.83%	-0.12%	17	Pico Neo 2	0.04%	0.01%
8	HTC Vive Pro	1.55%	-0.16%	18	Pimax Artisan	0.02%	-0.01%
9	HTC Vive Cosmos	1.48%	-0.12%	19	Oculus Rift DK2	0.02%	0.00%

10	HTC Vive Pro 2	0.57%	0.04%	20	ALVR	0.02%	0.01%
----	----------------	-------	-------	----	------	-------	-------

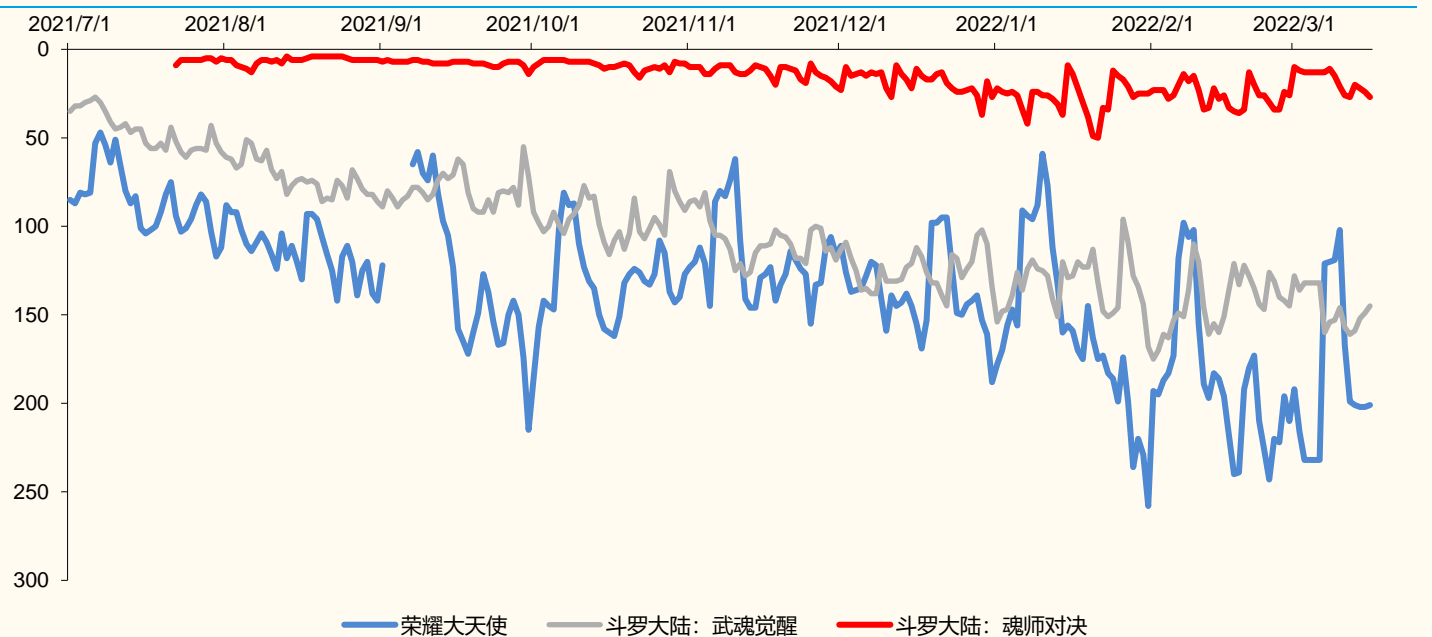
来源: Steam、国金证券研究所

## 1.2 重点个股跟踪

### 1) 三七互娱

- 2022 年 2 月，三七互娱在国内主要手游为《荣耀大天使》、《斗罗大陆·武魂觉醒》、《斗罗大陆·魂师对决》，其中《斗罗大陆·武魂觉醒》目前在 iOS 游戏畅销榜 150 左右，《荣耀大天使》则稳定在前 250 左右。7 月 22 日新上线自研手游《斗罗大陆·魂师对决》表现较为优异，2 月稳居 iOS 畅销榜 30 名左右。

图表 12: 三七互娱代表性手游国内 iOS 畅销榜排名

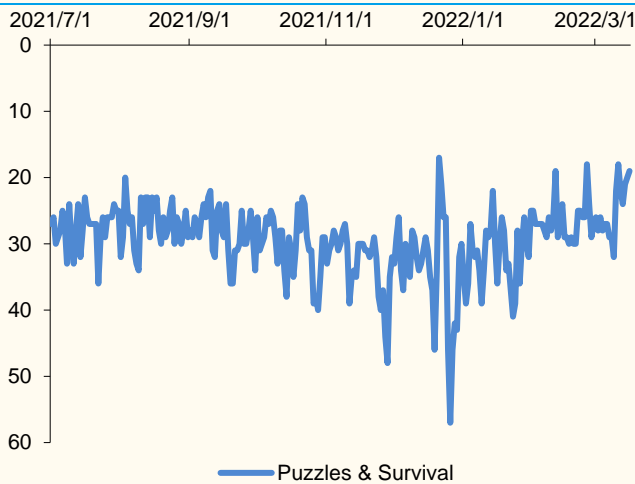


来源: 七麦数据、国金证券研究所

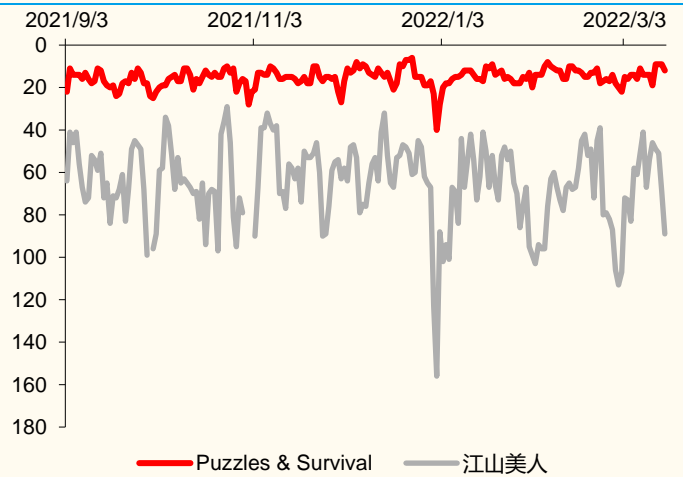
- 2022 年 2 月，三七互娱在海外发行的手游《puzzles & survival》、《江山美人》也取得不错的成绩。《puzzles & survival》在美国 iOS 畅销榜排名稳居 30 左右，《puzzles & survival》日本市场表现优异，iOS 游戏畅销稳居 20 名左右，《江山美人》在日本 iOS 畅销榜排名 80 位左右。



图表 13: 三七互娱代表性手游美国 iOS 畅销榜排名



图表 14: 三七互娱代表性手游日本 iOS 畅销榜排名



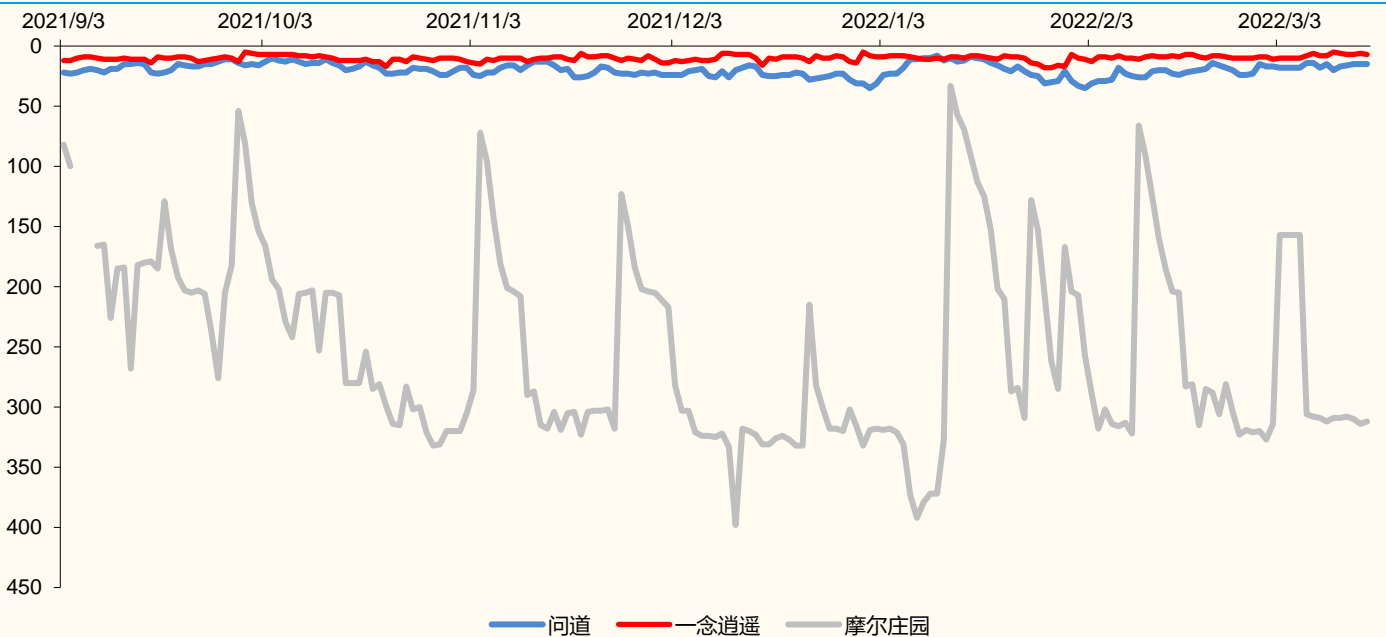
来源: 七麦数据、国金证券研究所

来源: 七麦数据、国金证券研究所

## 2) 吉比特

- 2022 年 2 月, 吉比特旗下代表性手游《问道》表现依旧稳定, iOS 畅销榜单排名 20 名左右。于 2021 年 1 月上新的手游《一念逍遥》表现优异成绩, 目前国内 iOS 畅销榜排名稳定在 10 名左右。摩尔庄园波动较大, 但整体保持在 250 名左右。

图表 15: 吉比特代表性手游国内 iOS 畅销榜排名

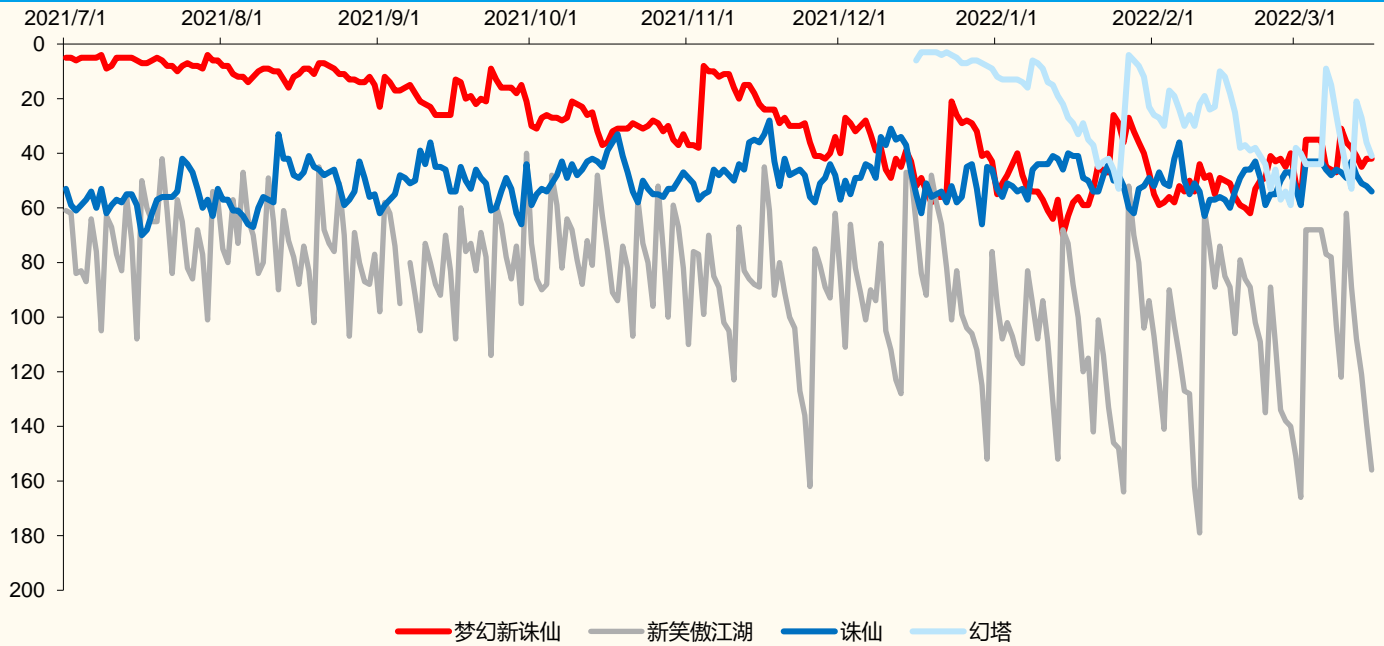


来源: 七麦数据、国金证券研究所

## 3) 完美世界

- 2022 年 2 月, 完美世界旗下代表性手游《梦幻新诛仙》、《新诛仙手游》、《新笑傲江湖手游》表现态势良好且稳定, 《新诛仙手游》保持在 iOS 畅销榜前 60, 《新笑傲江湖手游》的排名则保持在前 150 左右。完美世界于 6 月新上新手游《梦幻新诛仙》有所回落, 但仍稳定在前 60。12 月中旬新上线的手游《幻塔》表现良好, 2 月排名约在 10-50 名左右。

图表 16: 完美世界代表性手游 iOS 畅销榜排名



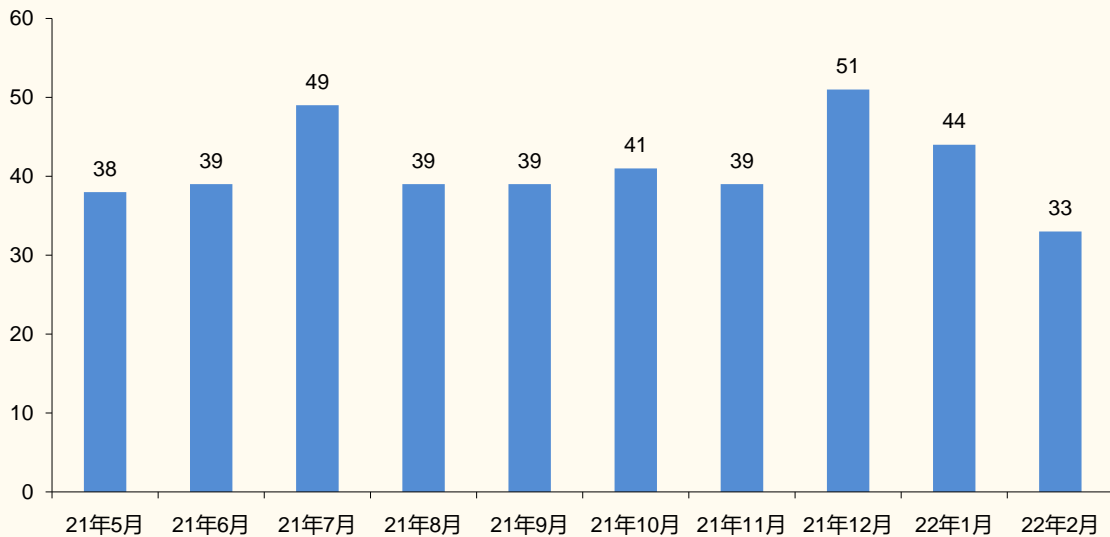
来源: 七麦数据、国金证券研究所

## 二、流媒体板块 2 月跟踪

### 2.1 行业政策跟踪

- 电视剧备案数量整体保持稳定, 2022 年 2 月备案电视剧 33 部, 与 22 年 1 月相比减少了 11 部。

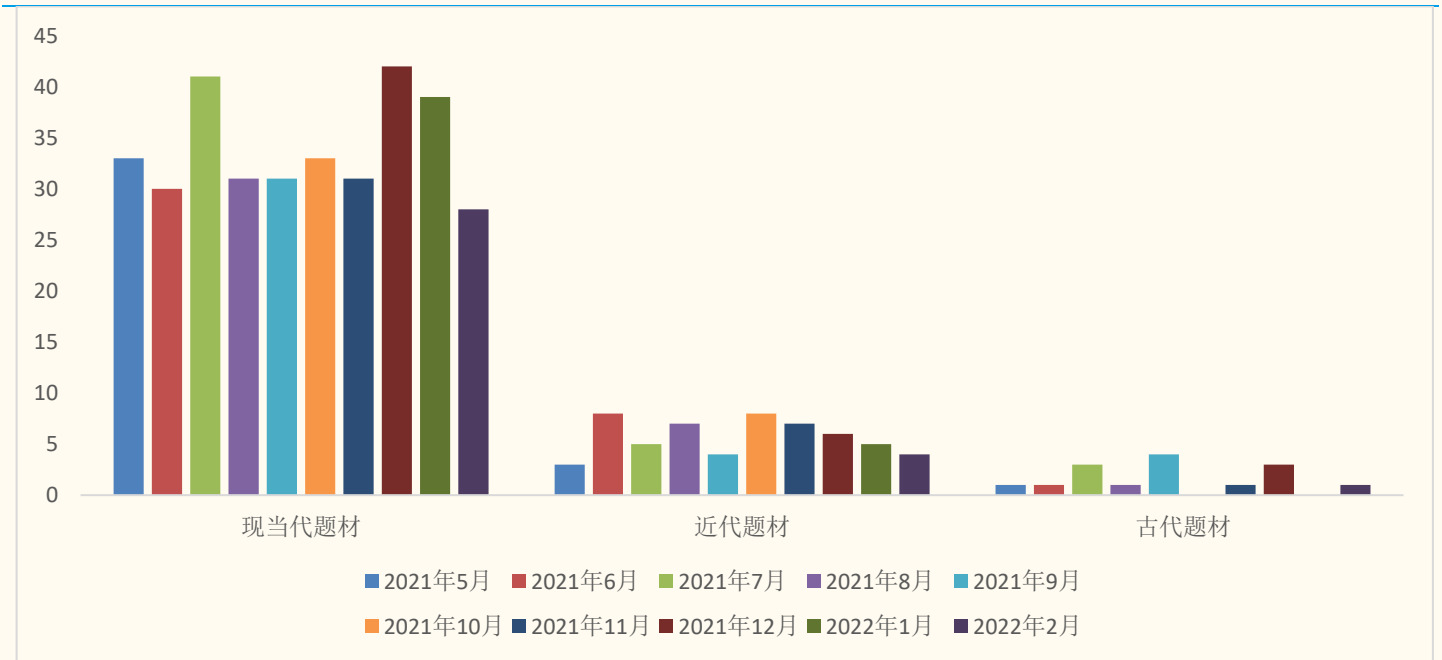
图表 17: 2021 年 5 月-2022 年 2 月备案电视剧 (部)



来源: 国家广播电视总局、国金证券研究所

- 题材占比分布保持稳定, 都市题材仍是主流题材。按题材划分, 当代题材 28 部, 近代题材 4 部, 古代题材 1 部, 分别占比 85%、12%、3%。现、当代题材仍是电视剧主流题材, 其中都市题材仍为主流题材。在现当代题材中, 都市题材 16 部, 农村题材 4 部, 涉案题材 4 部, 科幻题材 2 部, 其他题材 2 部。

图表 18: 2021 年 5 月-2022 年 2 月备案电视剧分布 (部)



来源: 国家广播电视总局、国金证券研究所

■ 主流视频平台 2 月影视剧杀青情况

根据电视剧鹰眼, 2 月份主流长视频平台定制、自制影视剧方面, 均有杀青影视剧, 其中爱奇艺杀青了《广州十三行》、《回响》等 3 部、腾讯视频杀青了《雪鹰领主》、《时光与他, 恰是正好》等 3 部、优酷杀青了《情满九道弯》、《猜猜我是谁》等 3 部, 芒果 TV 杀青了《莫达维的秘密》、《男朋友典当行》等 2 部。

图表 19: 2022 年 1 月主流视频平台杀青剧情况

爱奇艺	腾讯视频	优酷	芒果 TV
广州十三行	雪鹰领主	情满九道弯	莫达维的秘密
回响	时光与他, 恰是正好	猜猜我是谁	男朋友典当行
我的反派男友	谁都知道我爱你	神偷俏王妃	

来源: 电视剧鹰眼、国金证券研究所

2.2 影视热度跟踪

- 根据德塔文数据, 2022 年 2 月, 电视剧景气指数排行榜排名前三的作品依次是《人间世》(得分 2.035)、《江照黎明》(得分 1.506)、《盛装》(得分 1.479), 紧随其后的是《一闪一闪亮晶晶》、《尚食》、《不会恋爱的我们》。
- 优酷 Top10 占有率较高, 腾讯视频占有率有所下降。2 月电视剧景气指数排行榜 Top10 的连续剧中, 主要播放平台为腾讯视频、优酷、爱奇艺与芒果 tv。其中, 优酷的占有率达 40%, 腾讯视频占有率从上月的 40% 下降到 2 月的 20%, 爱奇艺、芒果 tv 在 top10 中的占有率均为 20%。

图表 20: 2 月电视剧景气指数排名 Top10

片名	得分	播出平台	公司
人间世	2.035	中央电视台、爱奇艺	中央电视台
江照黎明	1.506	芒果 TV	芒果 TV
盛装	1.479	东方卫视、优酷	五元文化
一闪一闪亮晶晶	1.435	爱奇艺	酷鲸影视

尚食	1.362	芒果TV	欢娱传媒
不会恋爱的我们	1.307	优酷	优酷
完美伴侣	1.275	湖南卫视、腾讯视频	唐人影视
乡村爱情14	1.179	优酷	优酷
流光之城	1.137	腾讯视频	企鹅影视
昔有琉璃瓦	1.134	优酷	完美世界

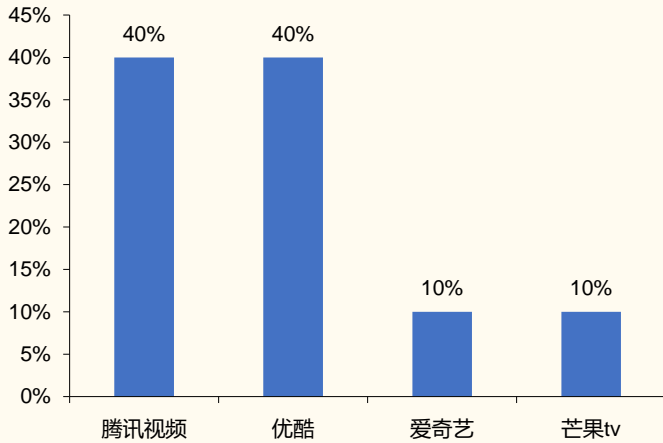
来源：德塔文数据、国金证券研究所

**图表 21：1月电视剧景气指数排名 Top10**

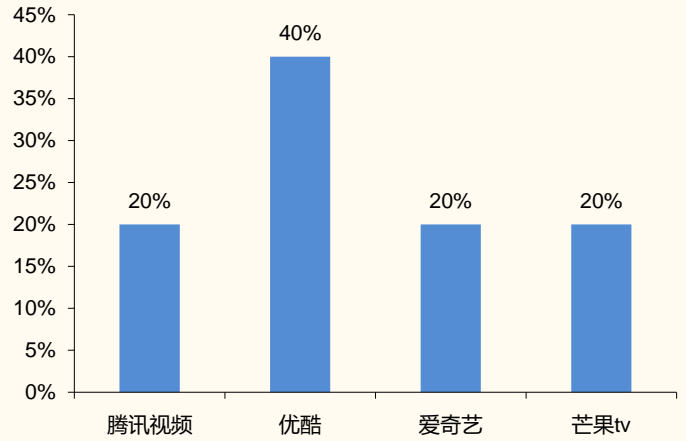
片名	得分	播出平台	公司
雪中悍刀行	1.673	中央电视台、腾讯视频	中央电视台
开端	1.650	腾讯视频	正午阳光
完美伴侣	1.454	湖南卫视、腾讯视频	唐人影视
王牌部队	1.396	江苏卫视、爱奇艺	爱奇艺
今生有你	1.207	中央电视台、优酷	中央电视台
对手	1.195	中央电视台、优酷	中央电视台
镜双城	1.184	腾讯视频、优酷	华策克顿
王牌部队	1.365	江苏卫视、腾讯视频	爱奇艺
家族荣耀	1.162	优酷	优酷
沉睡花园	1.097	湖南卫视、芒果TV	华策影视

来源：德塔文数据、国金证券研究所

图表 22: 1 月连续剧景气指数 Top10 播出平台占比



图表 23: 2 月连续剧景气指数 Top10 播出平台占比



来源: 德塔文数据、国金证券研究所

来源: 德塔文数据、国金证券研究所

## 2.3 综艺热度跟踪

### 2.3.1 全网综艺 2 月情况跟踪

- 根据骨朵数据, 2022 年 2 月, 综艺热度指数排行榜排名中, 《半熟恋人》(全网热度 61.8)、《大侦探第七季》(全网热度 56.3)、《王牌对王牌》(全网热度 55.1) 以较高的热度位列前三。《麻花特开心》、《闪光的乐队》、《春日迟迟再出发》紧随其后。
- 芒果 TV 独播占比领先, 热门综艺《大侦探 第七季》排名全网热度第 2。1 月榜单上的综艺的主要播放平台有爱奇艺、腾讯视频、优酷、芒果 tv; 前十综艺有 40% 的独家播出平台为芒果 TV, 其次为腾讯视频、爱奇艺、优酷, 独家占比分别为 20%、10%、10%。其中腾讯视频独家播出的《半熟恋人》表现较好, 排名全网热度榜 Top1。芒果 tv 独占占比下降, 从 22 年 1 月的 50% 下降至 2 月的 40%, 腾讯视频独占占比上升, 从 1 月的 10% 上升至 2 月的 20%。

图表 24: 2 月综艺热度指数 Top10

片名	全网热度指数	单月播放量	播出平台
半熟恋人	61.8	1.4 亿	腾讯视频
大侦探第七季	56.3	9.5 亿	芒果 TV
王牌对王牌第七季	55.1	5807 万	腾讯视频、爱奇艺、优酷
麻花特开心	53.8	-	优酷
闪光的乐队	53.4	3015 万	腾讯视频、爱奇艺、优酷
春日迟迟再出发	50.2	1.2 亿	芒果 TV
一往无前的蓝	49.3	4469 万	腾讯视频
我们的滚烫人生	48.7	6.9 亿	芒果 TV
超有趣滑雪大会	48.7	-	爱奇艺
朋友请听好 第二季	48.7	5.0 亿	芒果 TV

来源: 骨朵数据、国金证券研究所

图表 25: 1 月综艺热度指数 Top10

片名	全网热度指数	单月播放量	播出平台
哈哈哈哈哈第二季	62.2	3.9 亿	腾讯视频、爱奇艺
半熟恋人	61.4	1.0 亿	腾讯视频
闪光的乐队	61.1	4816 万	腾讯视频、爱奇艺、优酷
青春环游记第三季	60.6	1.0 亿	腾讯视频、爱奇艺、优酷
大侦探第七季	55.3	7567 万	芒果 TV
你好星期六	55.0	4.8 亿	芒果 TV
朋友请听好第二季	53.2	1.3 亿	芒果 TV
我们的滚烫人生	52.5	7.0 亿	芒果 TV
时光音乐会	52.2	6.0 亿	芒果 TV
一年一度戏剧大赛	50.3	-	爱奇艺

来源: 骨朵数据、国金证券研究所

图表 26: 1 月热度前十综艺平台比例

播放平台	前 10 综艺占比
芒果 tv	50%
优酷	0%
腾讯视频	10%
哔哩哔哩	0%
爱奇艺	10%

来源: 骨朵数据、国金证券研究所

图表 27: 2 月热度前十综艺平台比例

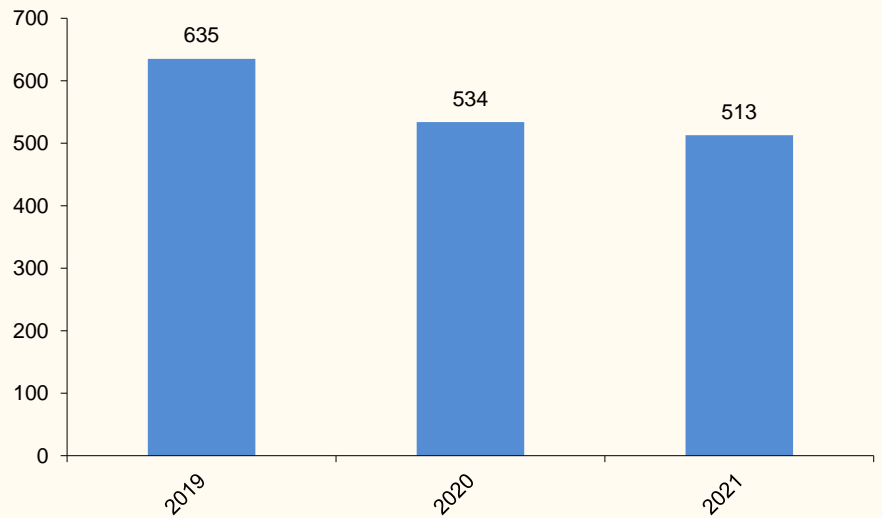
播放平台	前 10 综艺占比
芒果 tv	40%
优酷	10%
腾讯视频	20%
哔哩哔哩	0%
爱奇艺	10%

来源: 骨朵数据、国金证券研究所

### 2.3.2 2021 年全网综艺招商复盘

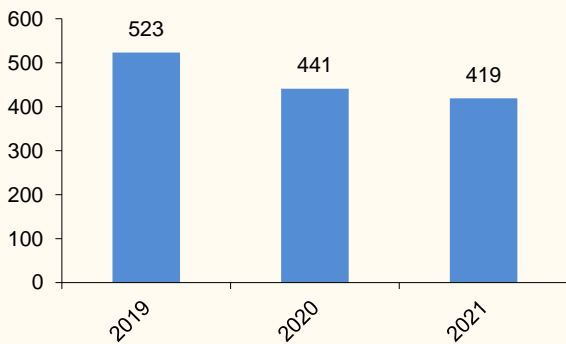
- 受疫情影响、教育类广告主减少等影响, 2021 年全网综艺节目数量有所下滑。根据击壤洞察, 2021 年全网有植入的综艺数量(包含央卫视 48 频道和主流视频平台)为 513 档, 同比下滑 3.9%。其中电综数量有所下滑, 2021 年电视综艺数量为 419 档, 同比下滑 5%, 网综数量整体保持平稳, 2021 年网综数量为 103 档, 与 2020 年持平。

图表 28: 2019-2021 综艺节目数量整体趋势



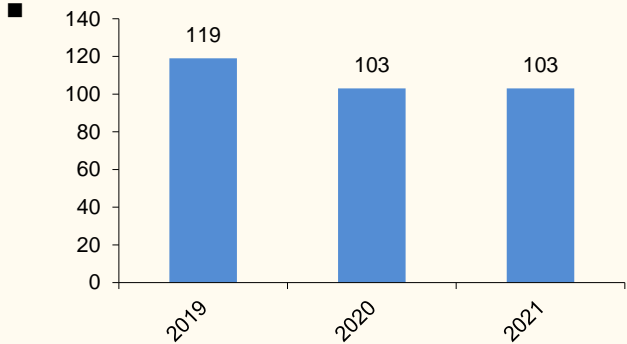
来源: 击壤洞察、国金证券研究所

图表 29: 2021 年电综数量同比有所下滑



来源: 击壤洞察、国金证券研究所

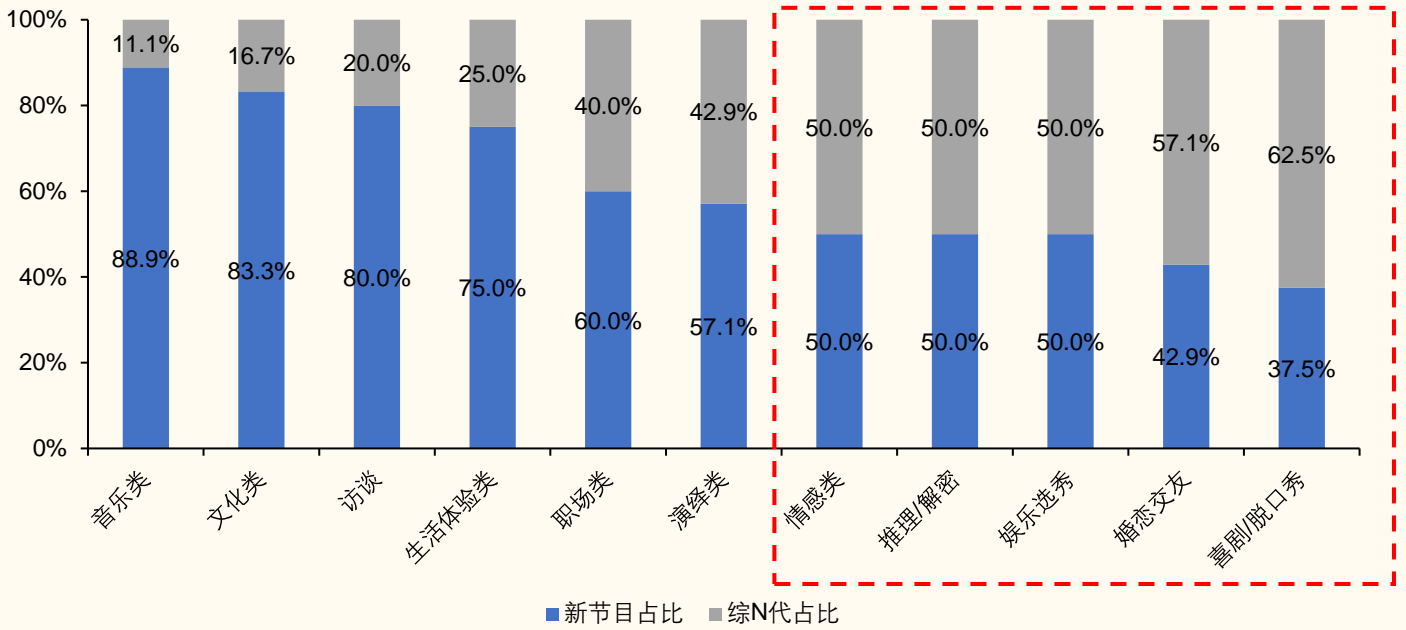
图表 30: 2021 年网综数量保持平稳



来源: 击壤洞察、国金证券研究所

- 网综题材趋势: 音乐、文化类综艺逐渐成为网综新趋势, 综 N 代集中在喜剧、情感、推理等传统优势综艺。音乐、文化、访谈类节目中新节目占比均达到 80% 以上, 分别为 88.9%、83.3%、80.0%。情感、推理解密、娱乐选秀、婚恋交友、喜剧脱口秀类节目中综 N 代占比达到 50% 以上, 其中喜剧脱口秀类节目中综 N 代占比 62.5%, 婚恋交友类节目中综 N 代占比 57.1%。

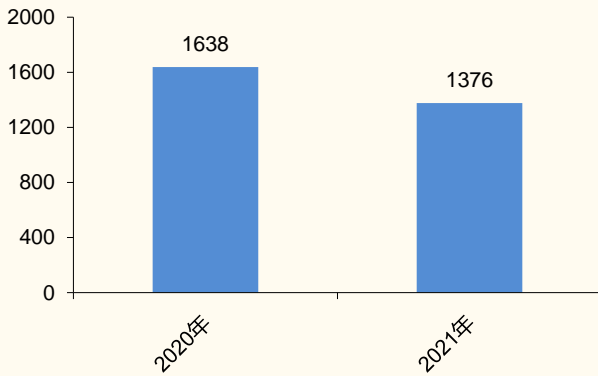
图表 31: 2021 年季播网综题材趋势



来源: 击壤洞察、国金证券研究所

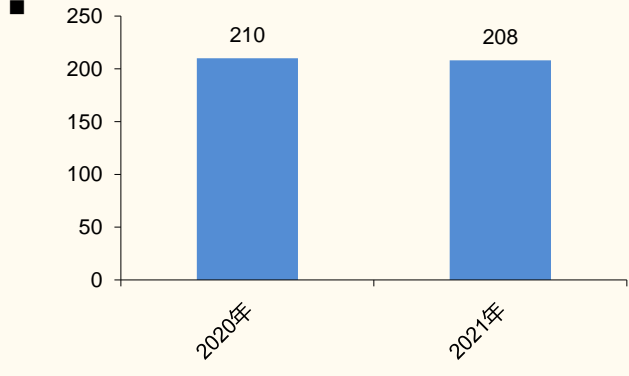
- 受疫情和广告主减少的影响, 2021 年整体综艺招商广告主数量有所下滑, 从 2020 年的 1638 个下滑至 2021 年 1376 个, 同比下滑 16%, 但头部广告主数量保持稳定, 2021 年合作 2 档综艺以上的品牌广告主数量为 208 个。

图表 32: 2021 年综艺合作广告主数量有所下滑



来源: 击壤洞察、国金证券研究所

图表 33: 头部广告主数量保持稳定

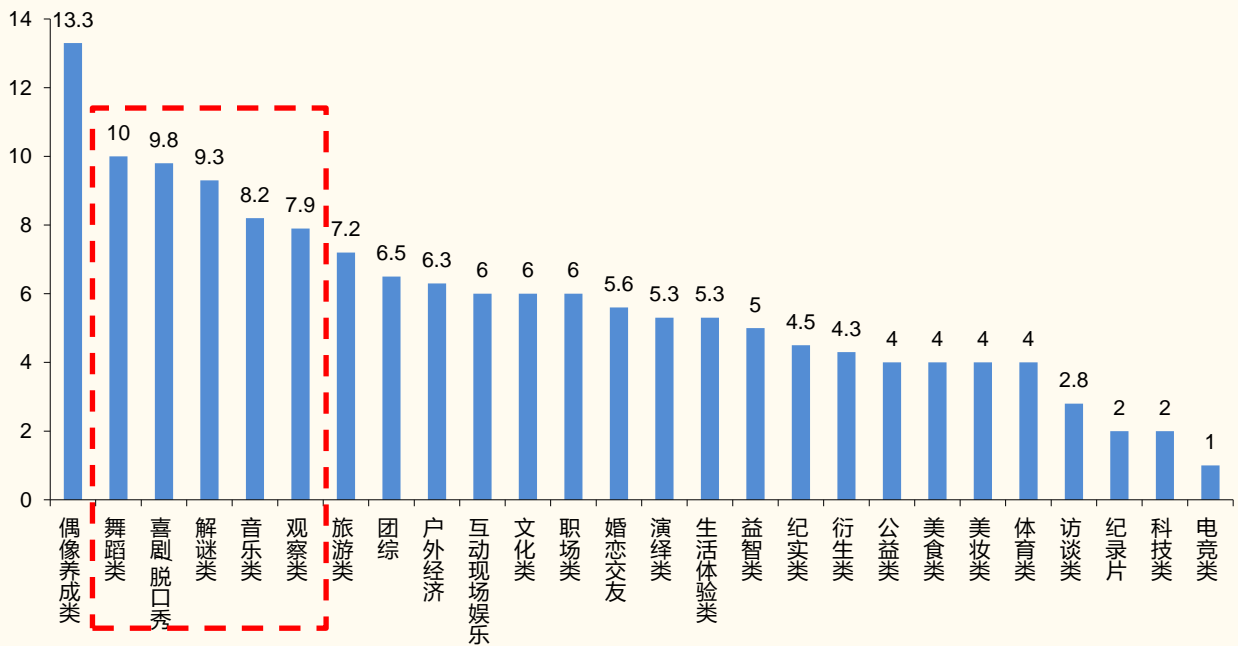


来源: 击壤洞察、国金证券研究所

- 受偶像养成类节目较少的影响, 剔除偶像养成类投放后, 2021 年“年轻向/娱乐向”的网综招商更受品牌主关注, 其中舞蹈类/喜剧脱口秀类/解谜类/音乐类/观察类网综 2021 年平均招商数量分别为 10/9.8/9.3/8.2/7.9 个。



图表 34: 2021 年网综招商热门题材分类



来源: 击壤洞察、国金证券研究所

## 2.4 国创动漫热度跟踪

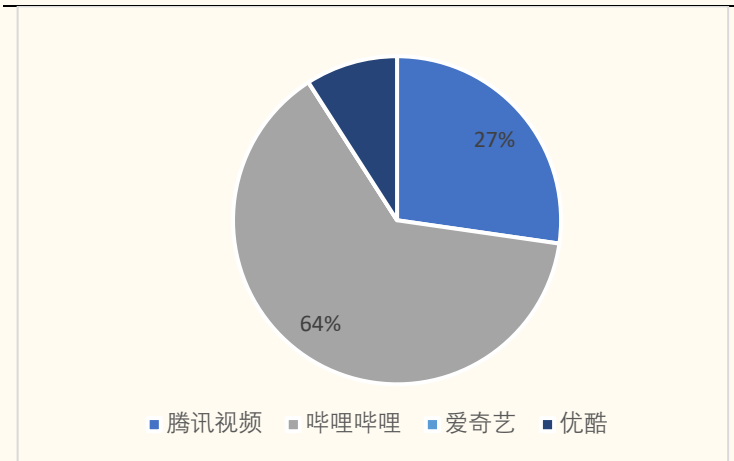
腾讯视频保持领先地位, 根据骨朵数据, 2 月全网国创动漫热度排行榜上, 前三位分别为天官赐福 (全网热度 64.8)、镜·双城 (全网热度 63.8)、凡人修仙传 (全网热度 63.2), 单月播放量分别 662 万、7106 万、7551 万。在平台占比上, 腾讯视频占比下降至 27%, 哔哩哔哩上升为 64%, 优酷上升为 9%。

图表 35: 1 月国创动漫热度排名

片名	全网热度指数	单月播放量	播出平台
天官赐福	64.8	662 万	哔哩哔哩
镜·双城	63.8	7106 万	腾讯视频
凡人修仙传	63.2	7551 万	哔哩哔哩
灵笼	52.3	547 万	哔哩哔哩
少年歌行风花雪月篇	45.6	2831 万	优酷、哔哩哔哩
元龙	44.8	384 万	哔哩哔哩
仙王的日常生活	41.9	589 万	哔哩哔哩
斗罗大陆	40.5	10.9 亿	腾讯视频
天宝伏妖录 第二季	38.8	181 万	哔哩哔哩
斗破苍穹 第四季	37.9	3332 万	腾讯视频

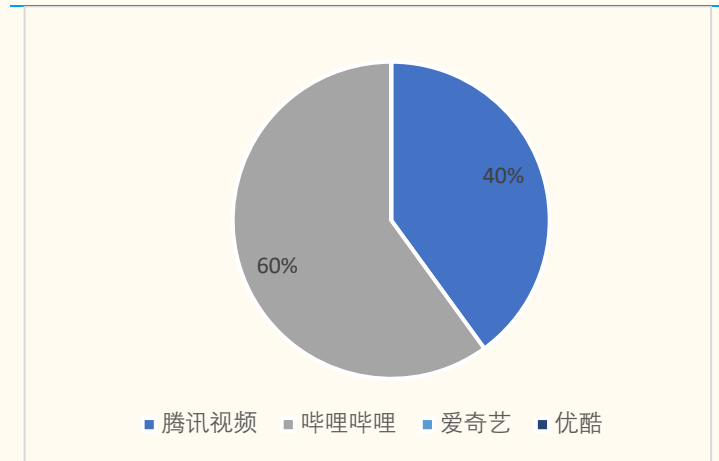
来源：骨朵数据、国金证券研究所

图表 36: 2月热度前10国创动漫播放平台占比



来源：骨朵数据、国金证券研究所

图表 37: 1月热度前10国创动漫播放平台占比



来源：骨朵数据、国金证券研究所

## 2.5 电影票房跟踪

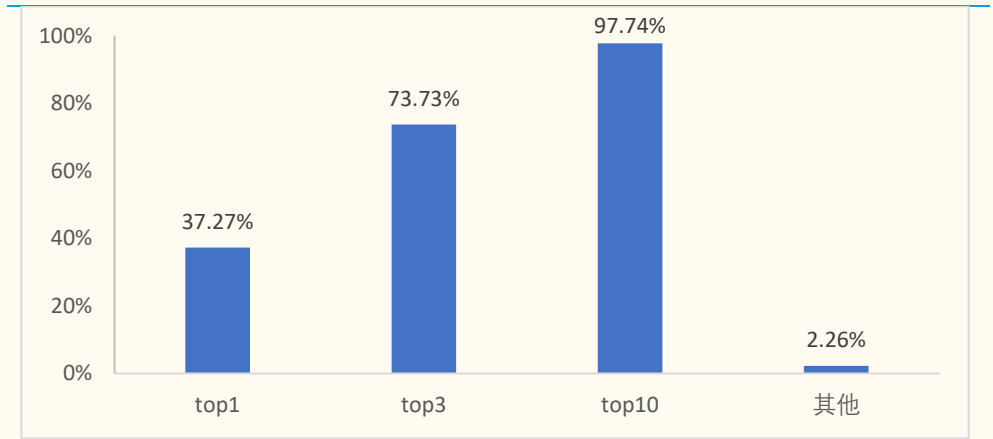
- 根据中国电影数据信息网，受春节档影响，2月电影市场较1月大幅上升。2月电影总票房约为103.56亿元，环比上升314.4%，12月约为24.99亿。2月票房TOP3影片分别为：《长津湖之水门桥》38.59亿元、《这个杀手不太冷静》24.83亿元、《奇迹笨小孩》12.94亿元。

图表 38: 2月电影票房Top10

电影	票房(百万)	票房占比	平均票价(元)	场均人次
长津湖之水门桥	3859.33	37.27%	49.8	27
这个杀手不太冷静	2482.76	23.97%	48.7	21
奇迹·笨小孩	1293.59	12.49%	46.9	16
熊出没·重返地球	920.60	8.89%	47.1	22
狙击手	555.47	5.36%	45.8	12
四海	535.78	5.17%	53.3	19
十年一品温如言	166.93	1.61%	41.2	15
喜羊羊与灰太狼之筐出未来	146.28	1.41%	43.6	13
好想去你的世界爱你	104.10	1.01%	40.4	10
尼罗河上的惨案	57.07	0.55%	40.0	6

来源：中国电影数据信息网、国金证券研究所

图表 39：2 月影片票房占比



来源：中国电影数据信息网、国金证券研究所

### 三、投资建议

- 我们认为游戏板块具备长期投资价值，当前是较好投资时点。游戏是元宇宙的重要入口之一，元宇宙的加速发展或推动整体游戏板块估值提升。微软推出 Microsoft Mesh、Meta 开放 Horizon Worlds、耐克收购虚拟球鞋公司 RTFKT、字节收购 VR 设备商 PICO，有望加速产业的发展。游戏是元宇宙重要的入口之一，我们认为 2022 年元宇宙产业的加速发展或推动游戏板块估值提升；2022 年游戏版号若重新发放，有望增加游戏供给；游戏出海成为大趋势，2022 年国内手游有望进一步渗透海外市场。优质流媒体公司、低估值的游戏板块有望获得更多关注，建议关注标的：三七互娱、芒果超媒、吉比特、宝通科技。
- ① 三七互娱：《斗罗大陆：魂师对决》表现良好，驱动 Q3 业绩超预期上限。公司 10 月 29 日发布三季度报告，Q3 实现营收 45.71 亿元；归母净利润为 8.67 亿元，同比增长 55%，超出此前预告上限（8.46 亿元）2%。主要由于随着 Q1 上线的游戏逐渐进入利润回收期，叠加《斗罗大陆：魂师对决》上线后表现较好。目前《魂师对决》稳定在国内 iOS 游戏畅销榜前 10 左右。同时，公司海内外产品储备充足，有望推动业绩持续增长。公司海外内有 MMO、SLG、卡牌、SIM 四个品类产品储备 40 款，其中国内 22 款、海外 18 款，关注后续帝国题材、蚂蚁题材 SLG 以及自研卡牌游戏《C6》的表现。我们认为公司自研《斗罗大陆：魂师对决》表现良好，后续有望保持较高的月流水水平，同时海外市场保持较高增长，后续业绩有望持续增长。
- ② 芒果超媒：2 月 27 日芒果超媒发布 21 年业绩快报，芒果超媒 2021 年营收 153.53 亿元，同比增长 9.62%；归母净利润为 21.14 亿元，同比增长 6.63%；扣非归母净利润 20.78 亿元，同比增长 12.53%。Q1 热门影视剧《尚食》表现较好，关注热门综艺集中在 Q2-Q3 上线。根据骨朵数据，《尚食》于 2 月 22 日上线，截至 2 月 27 日，排名全网影视剧热度第二。根据综艺预排期，预计后续有《声生不息》、《密室大逃脱 4》、《乘风破浪的姐姐 3》、《披荆斩棘的哥哥 2》等热门综艺将集中于 Q2-Q3 上线，有望进一步推动会员数量持续增长。1 月 2 日起实施会员提价，有望推动会员收入持续回暖。21 年起包括腾讯视频、爱奇艺等视频平台均进行了提价。根据公司公告，1 月 2 日实施提价，其中 iOS 端连续包月、包季、包年以及年卡分别涨价 6%/9%/5%/9%，我们认为行业的提价趋势以及会员提价有助于公司会员收入的持续回暖。
- ③ 吉比特：10 月 21 日，公司发布三季度报告，1-3Q21 营收 34.85 亿元，同增 70.05%，归母净利润 12.06 亿元，同增 51.7%，扣非后口径 10.02 亿元，同增 42.57%。其中 3Q21 归母净利润 3.05 亿元同增 24.54%。《问道手游》保持稳定，《一念逍遥》新上线贡献主要增量经营利润；《摩尔庄园》

于 2021 年 6 月上线，受道具摊销周期影响，截至期末尚未产生财务利润，其中 2021 年第三季度末尚未使用的充值及道具余额较上季度末变化不大。产品储备方面，公司 Q4 有多个产品陆续上线，包括《地下城堡 3：魂之诗》（10 月 20 日）、《世界弹射物语》（10 月 26 日）、《冰原守卫者》（11 月 2 日），同时《上古宝藏》、《光之守望》、《航海日记 2》均已取得版号。海外方面，《一念逍遥》港澳台版于 10 月 20 日上线，公司已取得《石油大亨》、《一念逍遥》、《古代战争》、《魔渊之刃》等多款手游的海外发行权，新老游戏有望推动下半年业绩持续增长。

- **④宝通科技：**10 月 26 日，公司发布三季度报告，1-9 月公司营收 19.72 亿元，同比增长 1.03%；归母净利润为 3.33 亿元，同比增长 5.39%；其中 Q3 单季度营收 6.38 亿元，Q3 归母净利润为 0.8 亿元，同比增长 4.31%。公司 10 月增持哈视奇成为第一大股东（不含团队期权），有望加强哈视奇与公司在游戏和工业互联网领域的协同，进一步强化公司在虚拟现实领域的布局。子公司易幻网络新代理游戏《伊苏 6~纳比斯汀的方舟~》10 月上线后稳定在中国港澳台地区 iOS 畅销榜前 3，同时公司将积极拓展国内业务，有望推动业绩的增长。子公司成都聚获自研游戏《终末阵线：伊诺贝塔》持续调整，后续将与哈视奇以及一隅千象加强 VR、AR 上的合作，有望进一步增强游戏表现力。
- **⑤分众传媒：**公司领跑行业，龙头地位稳固。公司根据不同产品区别制定备选方案。LCD 联播屏、框架海报、电影映前广告面向大型广告商，智能屏适宜长尾客户，在规模和体量效应下的“圈层”突破。公司通过高密度点位渗透实现突破，截至 21 年上半年，公司的自营电梯电视、自营海报媒体、合作影厅数分别为 75.6 万、170.8 万和 1.35 万。新能源车新车型密集上市有望催化广告投放，广告主结构或有变。政策规划 2025 年新能源车新车销量占比达 20%，C 端需求有望放量；2022 年新车型密集上市，有望催化车企加强广告投放。2021 年社零走势中，疫情演绎依旧为重要变量，关注 2022 年消费变化趋势。

#### 四、风险提示

- **影视综艺节目上线表现及招商表现不及预期：**由于视频平台主要产品为影视剧和综艺节目，若上线表现不及预期，或影响会员收入。由于广告收入为视频平台重要收入来源，若节目招商情况不及预期，或影响公司业绩。
- **游戏上线或表现不及预期：**游戏上线受游戏获得版号的影响，其上线时间具有一定的不确定性。游戏表现可能不及预期，从而影响公司业绩。
- **线下恢复不及预期：**随着疫情的反复，可能影响影院上座率，线下广告效果等，导致线下恢复不及预期。
- **行业政策风险：**若网络剧与游戏的审核制度趋严，可能导致网络剧及游戏的上线周期延长，从而影响业绩。

**特别声明:**

国金证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告版权归“国金证券股份有限公司”（以下简称“国金证券”）所有，未经事先书面授权，任何机构和个人均不得以任何方式对本报告的任何部分制作任何形式的复制、转发、转载、引用、修改、仿制、刊发，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。经过书面授权的引用、刊发，需注明出处为“国金证券股份有限公司”，且不得对本报告进行任何有悖原意的删节和修改。

本报告的产生基于国金证券及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，但国金证券及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，对由于该等问题产生的一切责任，国金证券不作出任何担保。且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，在不作事先通知的情况下，可能会随时调整。

本报告中的信息、意见等均仅供参考，不作为或被视为出售及购买证券或其他投资标的邀请或要约。客户应当考虑到国金证券存在可能影响本报告客观性的利益冲突，而不应视本报告为作出投资决策的唯一因素。证券研究报告是用于服务具备专业知识的投资者和投资顾问的专业产品，使用时必须经专业人士进行解读。国金证券建议获取报告人员应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。报告本身、报告中的信息或所表达意见也不构成投资、法律、会计或税务的最终操作建议，国金证券不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。

在法律允许的情况下，国金证券的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能为这些公司正在提供或争取提供多种金融服务。

本报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法，故本报告所载观点可能与其他类似研究报告的观点及市场实际情况不一致，且收件人亦不会因为收到本报告而成为国金证券的客户。

根据《证券期货投资者适当性管理办法》，本报告仅供国金证券股份有限公司客户中风险评级高于C3级（含C3级）的投资者使用；非国金证券C3级以上（含C3级）的投资者擅自使用国金证券研究报告进行投资，遭受任何损失，国金证券不承担相关法律责任。

此报告仅限于中国大陆使用。

**上海**

电话：021-60753903

传真：021-61038200

邮箱：researchsh@gjzq.com.cn

邮编：201204

地址：上海浦东新区芳甸路1088号

紫竹国际大厦7楼

**北京**

电话：010-66216979

传真：010-66216793

邮箱：researchbj@gjzq.com.cn

邮编：100053

地址：中国北京西城区长椿街3号4层

**深圳**

电话：0755-83831378

传真：0755-83830558

邮箱：researchsz@gjzq.com.cn

邮编：518000

地址：中国深圳市福田区中心四路1-1号

嘉里建设广场 T3-2402