

2024年01月07日



华鑫证券
CHINA FORTUNE SECURITIES

迎2024年春节档 关注MR+AI+元宇宙驱动“注意力经济”新红利

—传媒行业周报

推荐(维持)

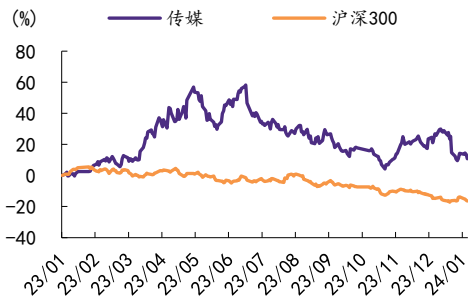
投资要点

分析师：朱珠 S1050521110001
zhuozhu@cfsc.com.cn
分析师：于越 S1050522080001
yvyue@cfsc.com.cn

行业相对表现

表现	1M	3M	12M
传媒(申万)	-8.5	-6.0	8.1
沪深300	-1.9	-9.8	-16.1

市场表现



资料来源：Wind，华鑫证券研究

相关研究

- 《传媒行业专题报告：2023年院线电影总结及后续展望》2024-01-01
- 《传媒行业周报：2024年传媒布局正当时 MR驱动元宇宙与AI共荣》2023-12-31
- 《传媒行业深度报告：以MR为支点可撬动什么？》2023-12-26

本周观点更新

步入2024年1月，2023年年报预告开启预期，可关注主业有望持续修复的板块，或关注2023年业绩相对承压的预期落地、开启2024年一季度的业绩修复到新增预期的板块；2024年2月迎春节档，从预热角度可在1月关注电影片单陆续定档带动的院线电影板块热度。以MR为支点，可撬动AI、元宇宙，2024年一季度有望迎MR应用的新探索，带来“注意力经济”的红利，MR叠加AI有望推动内容创作新范式，MR叠加元宇宙有望推动下一代通用计算平台的新发展。注意力经济下，可关注迎春节档β热度的院线电影板块（横店影视、博纳影业、光线传媒等），同时，建议积极关注抖音作品《其两人生》短剧叠加虚拟制作带动内容生产新范式，同时，由虚拟人主演的《柳夜熙》短剧在抖音热播，可关注数字营销公司（蓝色光标、浙文互联、天娱数科、遥望科技等），专业内容制作公司叠加虚拟拍摄的公司也有望受益（芒果超媒、华策影视、光线传媒等）；线下文旅复苏，每个城市均有自己的城市资产、城市故事，通过虚拟拍摄降低进入门槛，数字创意公司也有望受益（风语筑等）。

本周重点推荐个股及逻辑

给予传媒行业推荐评级。风语筑603466（2024年1月3日风语筑成立MR研究院，计划开发VR/AR/MR通用的3D内容生产工具，可适配不同的开发平台和硬件设备，计划将公司和VeeR旗下部分VR内容转换为MR适配版本，探索MR产品在文化、文旅、展览展示领域的创新应用，已向苹果公司申请VisionPro开发套件）；力盛体育002858（定增推进中，2024年1月10日阿布扎比赛事开启，有望护航公司2024年一季度主业新增，同时AI sports应用及VR赛事观赛均卡位较好垂类场景）；浙文互联600986（2023年8月定增完成，2024年将继续深化AI+营销业务，夯实基本盘，也将开疆拓土发展出海业务，开拓跨境电商业务）；蓝色光标300058（数字营销龙头企业，与谷歌、meta、微软的广告业务均有代理合作，国内获小红书广告代理）；遥望科技002291（遥望X27主题公园是全国首家线上线下全天营业的商业综合体，正式营运后首年预估可实现销售规模300亿元至350亿元）；美图1357（2024年1月5日美图AI视觉大模型MiracleVision奇想智能在通过备案后正式上线）；华策影视300133（作为内容标杆企业，积极布局微短剧赛道，探索

互动影视新玩法，持续探索 IP 全生命周期多元变现，有望在下一媒介迭代中再下一城）；**芒果超媒 300413**（牵手抖音，公司将持续深耕和加码微短剧赛道，创新竖屏短剧、互动剧、超微短剧等表现形式）；**横店影视 603103**（迎春节档下沉市场具增长潜力，2024 年春节档可期）；**博纳影业 001330**（持续回购；院线电影市场格局变动中，借力品牌优势有望持续受益新院线电影市场格局，静待春节档片单定档进展）；**中信出版 300788**（大众阅读龙头，借力 AI 等技术与媒介的发展，大众阅读内容的商业价值有望持续放大）；**新经典 603096**（大众阅读代表企业，出品较多内容作品，坚持以版权资源为核心，以内容创意为驱动的发展模式，开展海外业务触达全球更多的创作者）；**心动公司 2400**（2023 TapTap 年度游戏大赏颁奖盛典将于 2024 年 1 月 20 日举办）；**吉比特 603444**（《神州千食舫》公测定档 1 月 26 日）；**百奥家庭互动 2100**（《奥比岛：梦想国度》2.6 版本「光影咏叹」于 2024 年 1 月 4 日开启）；**电魂网络 603258**（公司以电竞赛事为媒介，发挥其独特的优势和影响力，助力推动电子竞技和城市文化深度融合，带动“电竞+文旅”的发展的同时，也将进一步扩大赛事的国际影响力）；**青瓷游戏 6633**（《刃心 2》“问心测试”于 1 月 4 日-1 月 8 日开启）。

■ 风险提示

产业政策变化风险、推荐公司业绩不及预期的风险、行业竞争风险；编播政策变化风险、影视作品进展不及预期以及未获备案风险、经营不达预期风险；疫情波动风险、宏观经济波动风险。

重点关注公司及盈利预测

请阅读最后一页重要免责声明

2

公司代码	名称	2024-01-05	EPS			PE			投资评级
		股价	2022	2023E	2024E	2022	2023E	2024E	
300133.SZ	华策影视	5.76	0.21	0.27	0.32	27.20	21.33	18.00	买入
300413.SZ	芒果超媒	24.16	0.98	1.18	1.40	24.77	20.47	17.26	买入
002605.SZ	姚记科技	21.69	0.86	1.46	1.80	25.29	14.86	12.05	买入
603096.SH	新经典	19.75	0.84	1.02	1.26	23.43	19.36	15.67	买入
300058.SZ	蓝色光标	6.80	-0.87	0.23	0.28	-7.79	29.57	24.29	买入
603466.SH	风语筑	14.15	0.11	0.53	0.69	128.17	26.70	20.51	买入
603103.SH	横店影视	17.30	-0.50	0.46	0.57	-34.57	37.61	30.35	买入
600986.SH	浙文互联	5.18	0.06	0.18	0.22	84.78	28.78	23.55	买入
600633.SH	浙数文化	10.97	0.39	0.51	0.57	28.35	21.51	19.25	买入
603258.SH	电魂网络	22.92	0.82	1.18	1.41	28.02	19.42	16.26	买入
603444.SH	吉比特	232.70	20.33	17.66	20.68	11.45	13.18	11.25	买入
300788.SZ	中信出版	28.01	0.66	1.01	1.27	42.24	27.73	22.06	买入
001330.SZ	博纳影业	7.23	-0.05	0.22	0.36	-137.71	32.86	20.08	买入
002291.SZ	遥望科技	8.76	-0.29	0.71	0.94	-30.11	12.34	9.32	买入
301052.SZ	果麦文化	43.53	0.57	1.09	1.50	76.85	39.94	29.02	买入
002858.SZ	力盛体育	17.35	-0.48	0.48	0.70	-36.32	36.15	24.79	买入
002739.SZ	万达电影	13.24	-0.88	0.56	0.56	-15.00	23.86	23.86	未评级
300251.SZ	光线传媒	8.00	-0.24	0.22	0.22	-32.92	35.83	35.83	未评级
300860.SZ	锋尚文化	52.71	0.11	2.73	2.73	492.16	19.33	19.33	未评级
300896.SZ	爱美客	271.39	5.84	8.79	8.79	46.47	30.89	30.89	未评级
2400.HK	心动公司	8.79	-1.17	0.41	0.78	-7.51	21.18	11.33	未评级
2100.HK	百奥家庭互动	0.23	0.00	0.03	0.05	61.35	8.67	5.18	未评级
6633.HK	青瓷游戏	3.89	0.07	0.46	0.75	55.51	8.50	5.20	未评级
0772.HK	阅文集团	25.46	0.59	1.10	1.28	43.15	23.23	19.89	未评级
3738.HK	阜博集团	2.11	0.02	0.04	0.08	120.62	51.76	28.05	未评级
9992.HK	泡泡玛特	17.31	0.35	0.75	0.99	49.47	23.05	17.56	未评级
0700.HK	腾讯控股	267.13	19.34	14.26	17.49	13.81	18.73	15.27	未评级
9626.HK	哔哩哔哩-W	82.51	-18.99	-11.18	-4.73	-4.34	-7.38	-17.44	未评级
1024.HK	快手-W	46.03	-3.22	0.89	2.36	-14.30	51.78	19.50	未评级
3690.HK	美团-W	71.08	-1.09	2.09	3.87	-65.21	34.04	18.39	未评级
2331.HK	李宁	17.22	1.54	1.46	1.73	11.16	11.83	9.98	未评级
2020.HK	安踏体育	64.13	2.76	3.41	4.08	23.24	18.79	15.71	未评级
IQ.O	爱奇艺	33.49	-0.02	0.30	0.46	-1,674.61	110.94	73.00	未评级

资料来源: Wind, 华鑫证券研究 (注: 港元对人民币汇率取 1 港元=0.9142 元人民币; 美元对人民币汇率取 1 美元=7.1412 元人民币; 表中股价均为人民币元; “未评级”盈利预测取自万得一致预期)

正文目录

1、 行业观点和动态.....	5
1.1、 传媒行业回顾.....	5
1.2、 传媒行业动态.....	7
1.3、 电影市场.....	8
1.4、 电视剧市场.....	10
1.5、 综艺节目市场.....	11
1.6、 游戏市场.....	12
2、 上市公司重要动态：增减持、投资等情况.....	14
3、 本周观点更新.....	15
4、 本周重点推荐个股及逻辑.....	16
5、 风险提示.....	18

图表目录

图表 1：各行业周度涨跌幅（2024 年 1 月 1 日-2024 年 1 月 5 日）.....	6
图表 2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2024 年 1 月 1 日-2024 年 1 月 5 日）.....	7
图表 3：2022 年 1 月- 2024 年 1 月每周电影票房收入（万元）及观影人次（万人）走势图.....	9
图表 4：拟上映的电影及基本情况.....	10
图表 5：电视剧情况（1 月 1 日-1 月 4 日）.....	10
图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（1 月 1 日-1 月 4 日）.....	11
图表 7：过去 7 天网页游戏情况.....	12
图表 8：iOS 手游排行榜情况.....	13
图表 9：上市公司股东增持减持清单/投资.....	14
图表 10：重点关注公司及盈利预测.....	17

1、行业观点和动态

1.1、传媒行业回顾

市场综述：上周上证综指、深证成指、创业板指的涨跌幅分别为-1.54%、-4.29%、-6.12%。细分到传媒各子行业来看，体育指数跌幅较小，MR 头显指数跌幅较大。周涨跌幅个股中，涨幅 Top3 分别为中视传媒、天娱数科、猫眼娱乐，分别上涨 19.55%、8.15%、7.91%；跌幅 Top3 分别为天威视讯、丝路视觉、天龙集团，分别下跌 19.90%、19.59%、17.07%。

MR 有望撬动 AI 及元宇宙，应用边界有望持续拓宽，迎“注意力经济”新红利。每一次信息革命的开始，均伴随硬件端的革新，从 pc 到手机，再到 MR，硬件端从起初的高价格小规模试水，到大规模的量产带来硬件成本的下降，消费级的硬件逐步普及后，其应用也随之起舞。应用带来的商业价值在于其是否能解决问题，如 PC 互联网时代，解决的是人和信息的关系（浏览器），移动手机，解决的是人和人的关系（社交带来的直播电商及数字营销以及各种内容创作的百花齐放），进入 MR 时代，有望解决的是人和空间的关系，即带来的不仅是空间计算，也带来了空间互联网，虚实混合带来新的可视化环境，并在新的可视化环境里物理实体和虚拟数字对象共存，并实时互动，如进入“镜像”世界。MR 在交互体验的创新，也解决了传统虚拟现实设备的使用痛点。在应用端，MR 有望带来娱乐工具与生产力工具的多种属性，除带来“一静一动”的沉浸式应用场景外，也可带来社交、数字人、信息触达、娱乐、工作、学习教育等多领域的渗透，例如通过 Vision Pro 的 Persona 功能扫描并采集面容的深度信息，生成一个仿真的 3D 数字化身，在通话时可显示对方的 3D 立体形象，并实时反应对方面部与手部运动，达到同一空间的存在感。商业模式持续探索中，伴随混合现实时代的到来，有望迎“注意力经济”的新红利。

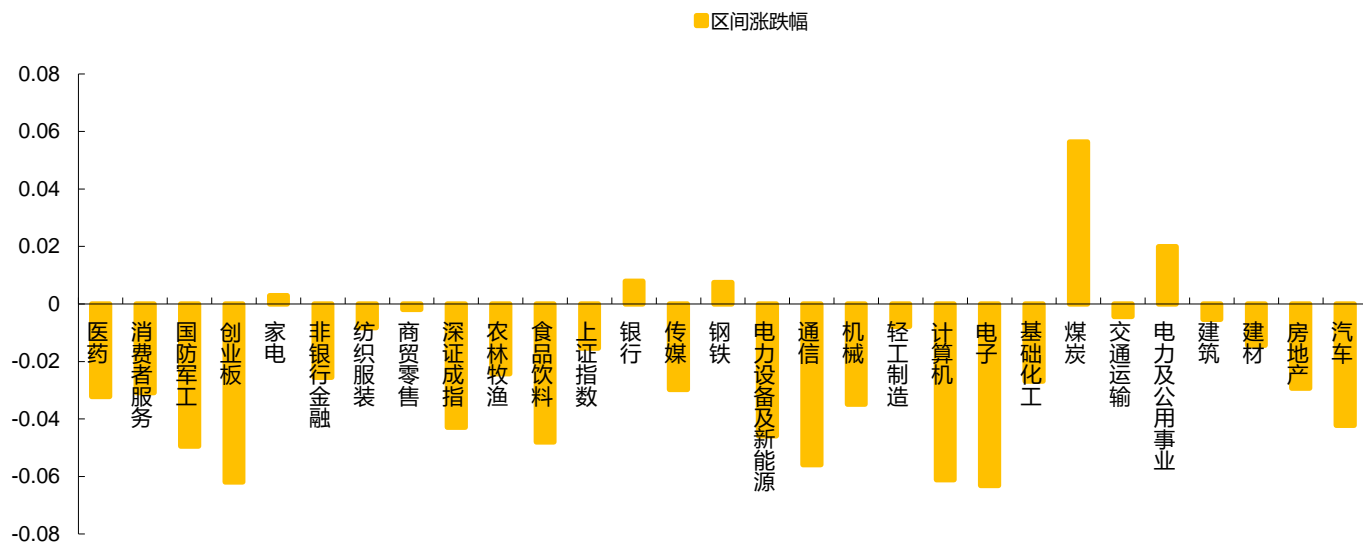
MR 有望撬动 AI 与元宇宙，MR 加速了通往元宇宙全真互联网的路径。元宇宙是整合多种新技术产生的下一代互联网应用和社会形态，元宇宙从概念到应用落地需要渐进发展完善的过程，其过程也会带来企业估值端的波动。元宇宙产业链不会是昙花一现，基于庞大用户参与、产业链上下游联动有望助推其成为经济发展新引擎，每一年围绕元宇宙均有新增业务，2024 年迎接 MR 融合元宇宙及 AI，使得文化数字化的可行性更加具象，同时，数字文化将与文旅产业、文博行业、新消费、科技产业等深度融合，带来以精神消费为核心的产业。投资维度，继消费电子之后，传媒应用有望接棒；第一维度，可关注沉浸式产业中的“一静一动”，一静（科普展览直接 2b、2c 的商业化变现，让历史成为动词，让文化数字化的发展再下一城，可关注风语筑、锋尚文化、丝路视觉等），一动（体育赛事优质赛道，可关注力盛体育等）；同时，3D 视频化有望带动内容产业的再发展（可关注芒果超媒、华策影视、光线传媒、中信出版、新经典、荣信文化等）；第二维度，在 2020 年及 2023 年积极布局 AI 及元宇宙的企业，有望持续受益新硬件端的更新（芒果超媒、蓝色光标、浙文互联、华策影视、光线传媒、风语筑、力盛体育、中文在线、掌阅科技、奥飞娱乐等）。

迎春节档看电影院线内容板块。从行业看，2024 年春节为 2024 年 2 月 10 日，片单供给端，继《熊出没》系列影片定档春节档后，后续影片供给有望逐步增多，核心看质，量的供给有助于推动 β ，单片质量及高关注有助于推动 α 。2024 年元旦档票房与观影人次均实现新高，凸显出观影需求韧性高，倒逼企业的新供给，2024 年春节档也即将开启。2024 年一季度，迎春节档叠加万达的控股权转让，院线电影内容板块仍值得关注，第二梯队的横店影视有望受益下沉市场增量以及市占率再提升双支撑；同时具有品牌优势及内容优势的博纳影业也值得关注。

游戏行业进展，2023TapTap 年度游戏大赏颁奖盛典将于 2024 年 1 月 20 日 举办，届时将公布 13 个重磅奖项获奖结果，其中，专业奖项包括“最佳游戏”、“最佳玩法”、“最佳视觉”、“最佳叙事”、“最佳声音表现”、“最佳独立游戏”、“最佳海外游戏”，玩家奖项包括“妙啊妙啊”、“搞快点儿”、“心上的 TA”、“宝剑藏锋”、“双厨狂喜”、“游戏向善”。新品端，1 月即将上线的热点产品包括吉比特《不朽家族》（1 月 11 日上线）、腾讯《白荆回廊》（1 月 12 日上线）、叠纸游戏《恋与深空》（1 月 18 日上线）、莉莉丝游戏《众神派对》（1 月 18 日上线）、中手游《斗罗大陆：史莱克学院》（1 月 31 日上线）等。

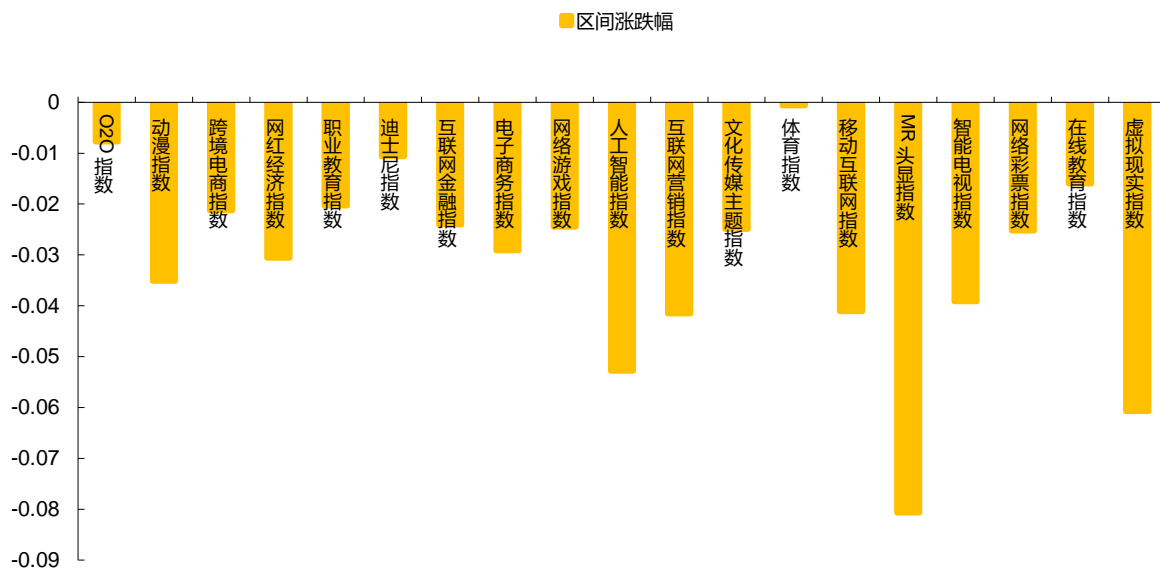
给予传媒行业推荐评级。

图表 1：各行业周度涨跌幅（2024 年 1 月 1 日-2024 年 1 月 5 日）



资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

图表 2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2024 年 1 月 1 日-2024 年 1 月 5 日）



资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

1.2、传媒行业动态

1.2.1、游戏

《英雄联盟》2024 季中冠军赛 MSI 落户中国成都，冠军直通世界赛。《英雄联盟》发布了电竞赛事 2024 年展望的新博文，其中确定了 2024 季中冠军赛将于 5 月 1 日-5 月 19 日在中国成都举办，更多赛程、售票等信息将在之后公布。《英雄联盟》2024 赛季将为 LEC、LCS、LCK 和 LPL 各设置三个基础全球总决赛席位，PCS 和 VCS 将各有两个全球总决赛席位，LLA 和 CBLOL 将各有一个全球总决赛席位，更多席位将通过其他方式产生。并且有史以来第一次，季中冠军赛的冠军队伍将直接晋级全球总决赛，这一名额将不占用其所在赛区的基础席位，季中冠军赛成绩第二好的赛区也将额外获得一个全球总决赛的席位。2024 全球总决赛将在 9 月 25 日-11 月 2 日举办，冠亚军决赛将于英国伦敦标志性的 O2 体育馆举行，而入围赛和瑞士轮阶段将在德国柏林修葺一新的拳头游戏电竞馆举行，法国巴黎的阿迪达斯体育馆将进行四分之一决赛和半决赛。最后，官方还公布了各赛区的开赛日期，LPL 赛区将于 1 月 22 日开赛。

1.2.2、电商

2024 好运开场，抖音商城打出新年新玩法。“买个新物件带来点好运气”，中国人的

生活里从来不缺“图个好兆头”的仪式感。尤其是“双旦”期间，人们渴望好运的情绪不断上涨，对消费的需求到达了峰值，这个辞旧迎新的节点，也成为各大电商平台帮助品牌商家实现高频曝光和生意增长的契机。今年元旦，抖音商城联合央视网、新世相共同发起「2024 好运请查收」全民接好运特别策划，从 12 月 20 日到 12 月 31 日，不仅携手百大品牌持续进行 1 分钱抽取双旦锦鲤大礼包、1 分钱抢大牌好礼的抽奖活动，为用户带来 2024 年第一份好运，还通过“好运故事”交换、节盟计划线下引爆、全民接好运直播、热点话题传播等玩法调动用户参与。数据显示，在活动助力下，抖音商城全域支付 GMV 环比基准增长 26%，商城新入口&搜索 GMV 环比基准提升 34%。在连续 11 天抖音商城首页强曝光下，“好运礼盒”的用户触达累超 67 亿次，主话题#2024 好运请查收#总播放量突破了 12 亿（数据统计时间：12.20-1.3）。通过这场立体有新意的全域大事件，依托全域兴趣电商优势，抖音商城的货架能力进一步增强，并在层层推进的活动中调动大众参与，吸引更多用户来到抖音商城，从而帮助品牌撬动更多声量，完成年终节点的获客转化，实现生意大涨。

1.2.3、影视

中美合拍“家有儿女”大电影定档，林永健、梅根·福克斯等出演。国民 IP “家有儿女”系列大电影来了，《家有儿女之神犬当家》定档 1 月 20 日，融入萌宠与科技元素，还有梅根·福克斯、乔什·杜哈明、林永健、侯明昊群星加持。《家有儿女之神犬当家》讲述的是，主人公肖肖是一个互联网天才，他与热爱传统文化的父亲老沈之间格格不入。肖肖和他美国好友奥利弗一起研发“思维神器”，却不小心将自己的父亲老沈与奥利弗的宠物狗亨利也卷入了实验之中。《家有儿女之神犬当家》由梅根·福克斯（《变形金刚》女主）、乔治·杜哈明（主演《变形金刚》2）、林永健、侯明昊等国内外知名演员主演，此次也是家有儿女 IP 登上国际舞台的“首战”，同时也是将中国“家文化”概念向外输出的一次尝试，在探寻与打造“全球家”的同时，用萌宠喜剧的形式将快乐带给更多的人。

1.3、电影市场

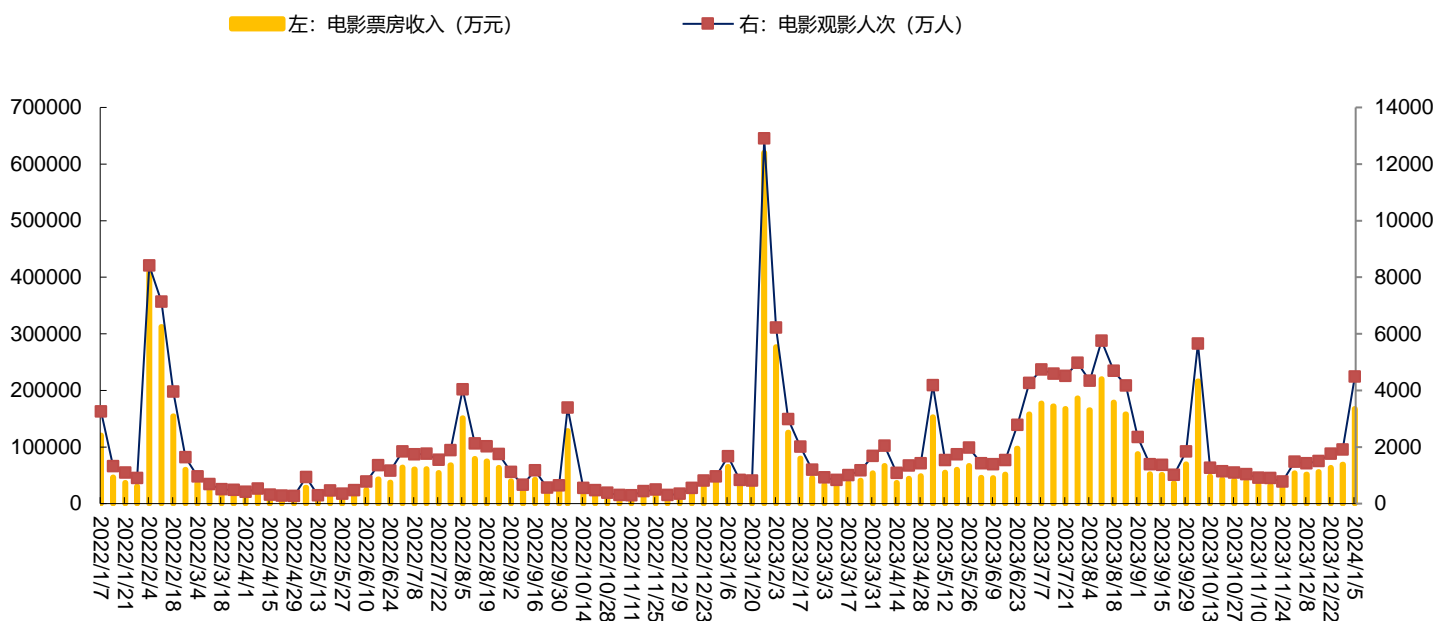
【区间回顾】猫眼票房分析统计，截止 2024 年 1 月 6 日 11 时，2024 年 1 月 1 日至 2024 年 1 月 6 日 11 时（第 1 周），周度分账票房为 6.47 亿元。受疫情影响，线下电影院自 2020 年 1 月 24 日停止更新票房，7 月 20 日正式复工，自上而下，第一波政策给予支持，2020 年 5 月 8 日国务院也明确指出“采取预约、限流等方式，开放公园、旅游景点、运动场所，图书馆、博物馆、美术馆等室内场馆，以及影剧院、游艺厅等密闭式娱乐休闲场所”。

2020 年 5 月 14 日财政部指出暂免征收国家电影事业发展专项资金。2020 年 6 月 5 日，电影局部分指出复工排片统一时间，2020 年 6 月中下旬遇北京疫情，7 月初北京疫情控制，2020 年 7 月 16 日电影局发布通知，低风险地区可 7 月 20 日复工开业。2021 年 1 月 22 日，中国电影发行放映协会发布通知，要求做好 2021 年春节档电影院疫情防控工作，严格线上售票预约限流 正确佩戴口罩。2022 年 1 月 7 日，根据《深圳市新型冠状病毒肺炎疫情防控指挥部办公室通告》（第 1 号）要求，深圳市委宣传部印发《关于加强全市影院疫情防控工作的紧急通知》，即日起调整深圳全市影院上座率，由原来的单场上座率不超过 75%调低为不超过 50%。《通知》要求各大影城影院严格落实场所通风消毒、进门测温扫码戴口罩、工作人员培训和症状检测、人员管控、场所设施卫生管理等防控要求，确保各项防疫措施到位、人员到位。2022 年 3 月 18 日，国家电影局发布关于从严抓好电影院疫情防控工作的

通知，要求服从疫情防控工作大局，严格落实分区分级防控要求，中高风险地区电影院一律暂不开放，低风险地区电影院要按照属地防疫部署要求，营业电影院要严格执行上座率不超过 75% 的要求，压实属地管理责任和企业主体责任。2022 年 5 月 16 日，上海宣布 6 月 1 日至 6 月中下旬，全面恢复上海全市正常生产生活秩序。2022 年 7 月 8 日起，上海市电影院有序恢复开放，影院上座率限制在 50% 以内。2022 年 12 月 7 日，国务院联防联控机制综合组发布《关于进一步优化落实新冠肺炎疫情防控措施的通知》。

截至 2024 年 1 月 6 日 11 时，本周电影票房 Top3 分别为《年会不能停！》《金手指》《一闪一闪亮星星》，分账票房分别为 1.86 亿元、1.17 亿元和 0.82 亿元。

图表 3：2022 年 1 月- 2024 年 1 月每周电影票房收入（万元）及观影人次（万人）走势图



资料来源：Wind 资讯，猫眼电影，华鑫证券研究

*横坐标显示日期为 14 天一个周期

【下周预告】据猫眼电影及中国电影发行放映协会显示，下周拟上映 15 部电影，如下表：

图表 4：拟上映的电影及基本情况

上映时间	影片名	出品公司	发行公司/联合出品
2024年1月9日	皮壳之下	北京虹合影业有限公司	北京虹合影业有限公司
2024年1月10日	夏来冬往	深圳市微娱年代影视传媒有限公司	深圳市微娱年代影视传媒有限公司
2024年1月11日	回西藏	电影频道节目中心等	非比寻常影视文化(北京)有限公司等
2024年1月12日	大雨	上海今涂影业有限公司等	北京光线影业有限公司
2024年1月12日	动物园里有什么？	无锡观时文化传媒有限公司等	上海淘票票影视文化有限公司等
2024年1月12日	养蜂人	美国米拉麦克斯公司	中国电影股份有限公司
2024年1月12日	小行星猎人	美国爱麦克斯原创电影公司	华夏电影发行有限责任公司
2024年1月12日	你的约定	禾世影视(广东)有限公司等	平心静气(山西)科技有限公司
2024年1月12日	山村谜踪	山东欢喜屋影业有限公司	山东欢喜屋影业有限公司
2024年1月12日	密室逃脱	深圳火云山影业有限公司等	北京辣条屋影视传媒有限公司等
2024年1月12日	极限奇援	北京凤凰中影传媒有限公司等	北京蓝天明星救援有限公司
2024年1月12日	夜幕将至	面朝大海(海南)影业有限公司等	贵州智慧慧轨文化科技有限公司等
2024年1月12日	深城树下	微戏时代(深圳)影视文化有限公司	北京嘉兆影业有限公司等
2024年1月12日	爱的重叠	东莞市岭秀影视文化传播有限公司	山西如影随行科技有限公司
2024年1月13日	烟火人间	北京快手科技有限公司等	大象点映(上海)网络技术有限公司

资料来源：猫眼电影，中国电影发行放映协会，华鑫证券研究

1.4、电视剧市场

电视剧方面，收视率如下图所示，收视率靠前的电视剧为湖南卫视和江苏卫视的《问苍茫》、江苏卫视和上海东方卫视的《繁花》、浙江卫视和北京卫视的《鲲鹏击浪》。网络剧方面，全网热度前三为：《神隐》（多平台）、《三大队》（爱奇艺）、《脱轨》（优酷）。

图表 5：电视剧情况（1月1日-1月4日）

CSM66 4+ 2024年1月1日（周一）省级卫视黄金剧场电视剧					CSM66 4+ 2024年1月2日（周二）省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%	排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	湖南卫视	问苍茫	2.318	9.26	1	湖南卫视	问苍茫	2.111	8.54
2	江苏卫视	问苍茫	1.953	7	2	江苏卫视	繁花	2.095	7.58
3	浙江卫视	鲲鹏击浪	1.889	6.94	3	江苏卫视	问苍茫	1.969	11.04
4	北京卫视	鲲鹏击浪	0.768	2.75	4	上海东方卫视	繁花	1.774	6.43
5	深圳卫视	父辈的荣耀	0.563	2.04	5	浙江卫视	鲲鹏击浪	1.483	5.5
6	黑龙江卫视	骄阳伴我	0.484	1.74	6	北京卫视	鲲鹏击浪	0.826	2.99
7	重庆卫视	风起洛阳	0.468	1.68	7	黑龙江卫视	骄阳伴我	0.48	1.75
8	广东卫视	鲲鹏击浪	0.414	1.49	8	安徽卫视	小满生活	0.464	1.69
9	天津卫视	梅花红桃	0.381	1.37	9	深圳卫视	父辈的荣耀	0.458	1.67
10	湖北卫视	忍冬艳蔷薇	0.369	1.33	10	湖北卫视	忍冬艳蔷薇	0.449	1.63
11	河南卫视	好事成双	0.339	1.23	11	广东卫视	鲲鹏击浪	0.438	1.59
12	山东卫视	冰雨火	0.301	1.09	12	重庆卫视	风起洛阳	0.42	1.53
13	贵州卫视	莲花楼	0.288	1.04	13	河南卫视	好事成双	0.327	1.19
14	东南卫视	白色城堡	0.238	0.88	14	山东卫视	冰雨火	0.309	1.12
15	河北广播电视台卫视频道	庆余年第一季	0.093	0.34	15	东南卫视	白色城堡	0.302	1.09
16	新疆卫视	警察荣誉	0.082	0.33	16	天津卫视	梅花红桃	0.293	1.06
17	江西卫视	不惑之旅	0.076	0.28	17	贵州卫视	莲花楼	0.274	0.99
18	青海卫视	薄冰	0.074	0.27	18	新疆卫视	警察荣誉	0.13	0.51
19	甘肃卫视	中国骑兵	0.073	0.28	19	江西卫视	不惑之旅	0.095	0.34
20	广西卫视	战火熔炉	0.064	0.23	20	河北广播电视台卫视频道	庆余年第一季	0.092	0.34
					中央	中央电视台综合频道	问苍茫	0.725	2.84

CSM66 4+ 2024年1月3日 (周三) 省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	湖南卫视	问苍茫	1.902	7.83
2	江苏卫视	繁花	1.849	6.67
3	上海东方卫视	问苍茫	1.786	6.44
4	江苏卫视	问苍茫	1.644	9.33
5	浙江卫视	鲲鹏击浪	1.632	6.02
6	北京卫视	鲲鹏击浪	0.879	3.17
7	黑龙江卫视	骄阳伴我	0.665	2.42
8	安徽卫视	小满生活	0.496	1.8
9	广东卫视	鲲鹏击浪	0.492	1.79
10	深圳卫视	父辈的荣耀	0.467	1.7
11	重庆卫视	风起洛阳	0.463	1.68
12	湖北卫视	忍冬艳蔷薇	0.443	1.6
13	贵州卫视	莲花楼	0.315	1.14
14	天津卫视	梅花红桃	0.294	1.06
15	河南卫视	好事成双	0.292	1.07
16	上海东方卫视	三大队	0.287	2.52
17	山东卫视	冰雨火	0.267	0.98
18	山东卫视	父辈的荣耀	0.256	0.91
19	东南卫视	白色城堡	0.22	0.79
20	江西卫视	不惑之旅	0.159	0.57
中央	中央电视台综合频道	问苍茫	0.73	2.85

CSM71 4+ 2024年1月4日 (周四) 省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	江苏卫视	问苍茫	2.203	9.65
2	江苏卫视	繁花	2.055	7.32
3	湖南卫视	问苍茫	2.001	8.06
4	上海东方卫视	繁花	1.727	6.16
5	浙江卫视	鲲鹏击浪	1.515	5.51
6	北京卫视	鲲鹏击浪	0.851	3.03
7	中央电视台综合频道	问苍茫	0.842	3.23
8	黑龙江卫视	骄阳伴我	0.625	2.24
9	深圳卫视	父辈的荣耀	0.544	1.95
10	湖北卫视	忍冬艳蔷薇	0.506	1.81
11	安徽卫视	小满生活	0.48	1.72
12	广东卫视	鲲鹏击浪	0.443	1.59
13	重庆卫视	风起洛阳	0.392	1.41
14	江西卫视	护卫者	0.375	1.36
15	天津卫视	梅花红桃	0.338	1.21
16	贵州卫视	莲花楼	0.315	1.12
17	河南卫视	好事成双	0.301	1.07
18	上海东方卫视	三大队	0.251	2.01
19	山东卫视	父辈的荣耀	0.188	0.67
20	新疆卫视	警察荣誉	0.089	0.34
中央	中央电视台综合频道	问苍茫	0.842	3.23

资料来源：卫视小露电，华鑫证券研究

1.5、综艺节目市场

综艺节目方面，如下图所示，全网热度榜靠前的综艺有《王牌对王牌 第八季》《爱的修学旅行》《你好种地少年》。

图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（1月1日-1月4日）

前一天		日榜 2024年1月1日/周一	后一天	前一天		日榜 2024年1月2日/周二	后一天
		猫眼热度榜数据规则 ①				猫眼热度榜数据规则 ①	
综艺	当日热度			综艺	当日热度		
1 王牌对王牌 第八季 — 多平台开播 上线 74 天	8955.07			1 爱的修学旅行 ↑8 芒果 TV 独播 上线 57 天	9514.29	当日播放量：4955.2 万	
2 势不可挡 — 爱奇艺独播 上线 39 天	8510.31			2 王牌对王牌 第八季 ↓1 多平台开播 上线 75 天	8954.55		
3 声生不息·家年华 — 多平台开播 上线 31 天	8346.68	当日播放量：4262.1 万		3 炙爱之战 ↑13 腾讯视频独播 上线 22 天	8389.96		
4 奔跑吧·生态篇 — 多平台开播 上线 45 天	8213.16			4 奔跑吧·生态篇 — 多平台开播 上线 46 天	8124.91		
5 你好种地少年 — 爱奇艺独播 上线 68 天	8143.79			5 这！就是街舞 第六季 ↑1 优酷独播 上线 60 天	7982.63		

前一天		日榜 2024年1月3日/周三	后一天	前一天		日榜 2024年1月4日/周四	后一天
		猫眼热度榜数据规则 ①				猫眼热度榜数据规则 ①	
综艺		当日热度		综艺		当日热度	
1	炙爱之战	9135.95		1	你好种地少年	9187.31	
↑2	腾讯视频独播 上线23天			↑6	爱奇艺独播 上线71天		
2	王牌对王牌 第八季	8909.02		2	王牌对王牌 第八季	8872.15	
—	多平台开播 上线76天			—	多平台开播 上线77天		
3	花儿与少年·丝路季	8539.89		3	花儿与少年·丝路季	8843.03	
↑10	多平台开播 上线71天	当日播放量: 8853.9万		—	多平台开播 上线72天	当日播放量: 5290.1万	
4	爱的修学旅行	8262.10		4	爱的修学旅行	8060.83	
↓3	芒果TV独播 上线58天	当日播放量: 3795.3万		—	芒果TV独播 上线59天	当日播放量: 3192.6万	
5	势不可挡	8002.45		5	势不可挡	7837.37	
↑6	爱奇艺独播 上线41天			—	爱奇艺独播 上线42天		

资料来源：猫眼 App 截图，华鑫证券研究

1.6、游戏市场

截止 2024 年 1 月 5 日，页游数据更新如下：最热门的为《植物大战僵尸 OL》和《梦幻西游手游网页版》。

图表 7：过去 7 天网页游戏情况

排名	游戏名称	评分	状态	游戏类型	研发商	热度	趋势
热	传：四毒高爆	8.6	公测	角色扮演	三七互娱		立即体验
热	冰雪超变版·爆装	8.9	公测	角色扮演	三七互娱		立即体验
热	开局召火凤	8.0	试玩	角色扮演	三七互娱		立即体验
热	四圣封神	8.8	公测	角色扮演	江西贪玩信息技术有限公司		立即体验
热	GM版仙侠	8.5	公测	角色扮演	三七互娱		立即体验
1	植物大战僵尸OL	7.1	资料片	休闲竞技	腾讯五彩石工作室	4802	-
2	梦幻西游手游网页版	5		角色扮演		4078	-
3	火影忍者OL	6.1	公测	角色扮演	腾讯游戏	3783	-

资料来源：17173 截图，华鑫证券研究

手机游戏方面，排行榜情况如下所示，免费榜排名前二的手游为《元梦之星》《王者荣耀》，畅销榜排名前二的手游分别为《王者荣耀》《和平精英》。

图表 8：iOS 手游排行榜情况

免费榜		付费榜		畅销榜	
数据更新时间：2024年01月05日		数据更新时间：2024年01月05日		数据更新时间：2024年01月05日	
1	 元梦之星 总榜:1名 Shenzhen Tencent ...	1	 怒火传奇-百战无双 总榜:1名 Qinghai Pinwei Tec...	1	 王者荣耀 总榜:1名 Shenzhen Tencent ...
2	 王者荣耀 总榜:9名 Shenzhen Tencent ...	2	 逐鹿-历史沙盘战棋 总榜:2名 TKG Technology C... 新进榜	2	 和平精英 总榜:3名 Shenzhen Tencent ... - 2
3	 蛋仔派对 AD 总榜:32名 网易移动游戏	3	 泰拉瑞亚 总榜:3名 X.D. Network Inc. ▼ 1	3	 金铲铲之战 总榜:5名 Shenzhen Tencent ... ▼ 1
4	 浮生忆玲珑 AD 总榜:58名 FriendTimes Inc.	4	 大梦三国-召唤三国 总榜:5名 婷华 李 ▼ 1	4	 火影忍者 AD 总榜:6名 Shenzhen Tencent ... - 5
5	 和平精英 总榜:69名 Shenzhen Tencen...	5	 暖雪 总榜:6名 Shanghai Hode Inf... ▼ 1	5	 穿越火线:枪战王者 总榜:7名 Shenzhen Tencent ... ▼ 2

资料来源：七麦数据截图，华鑫证券研究

2、上市公司重要动态：增减持、投资等情况

图表 9：上市公司股东增持减持清单/投资

证券代码	证券简称	公告日	内容
300426.SZ	唐德影视	2024 年 1 月 5 日	股东减持计划期限届满暨实施结果的公告

资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

3、本周观点更新

步入 2024 年 1 月，2023 年年报预告开启预期，可关注主业有望持续修复的板块，或关注 2023 年业绩相对承压的预期落地后，开启 2024 年一季度的业绩修复到新增的预期；2024 年 2 月迎春节档，从预热角度可在 1 月关注电影片单陆续定档带动的院线电影板块热度。以 MR 为支点，可撬动 AI、元宇宙，2024 年一季度有望迎 MR 应用的新探索，带来“注意力经济”的红利，MR 叠加 AI 有望推动内容创作新范式，MR 叠加元宇宙有望推动下一代通用计算平台的新发展。标的维度，建议积极关注，第一维度，迎春节档β热度下的院线电影板块（横店影视、博纳影业、光线传媒等）；第二维度，建议积极关注 MR 应用的新场景（风语筑、力盛体育、锋尚文化、芒果超媒等）；第三维度，建议积极关注抖音作品《其两人生》短剧叠加虚拟制作带动内容生产新范式，同时，由虚拟人主演的《柳夜熙》短剧在抖音热播，可关注数字营销公司（蓝色光标、浙文互联、天娱数科、遥望科技等），专业内容制作公司叠加虚拟拍摄的公司也有望受益（芒果超媒、华策影视、光线传媒等）；线下文旅复苏，每个城市均有自己的城市资产、城市故事，通过虚拟拍摄降低进入门槛，数字创意公司也有望受益（风语筑等）。

文化传媒行业的发展是伴随内容与新媒介融合以及新用户圈层需求的共振，精神内容需求伴随物质满足后不断提升。从内容到媒介再到新世代用户均在助力中国文化强国的实现，旧秩序在洗牌，新秩序在建立，给予传媒行业推荐评级。

4、本周重点推荐个股及逻辑

重点推荐标的进展：

风语筑 603466（主业端新获订单持续，新业务端，2024年1月3日风语筑成立MR研究院，计划开发VR/AR/MR通用的3D内容生产工具，可适配不同的开发平台和硬件设备，计划将公司和VeeR旗下部分VR内容转换为MR适配版本，探索MR产品在文化、文旅、展览展示领域的创新应用，已向苹果公司申请VisionPro开发套件）；**力盛体育 002858**（定增推进中，2024年1月10日阿布扎比赛事开启，有望护航公司2024年一季度主业新增，同时AI sports应用及VR赛事观赛均卡位较好垂类场景）；**浙文互联 600986**（2023年8月定增完成，2024年将继续深化AI+营销业务，夯实基本盘，也将开疆拓土发展出海业务，开拓跨境电商业务）；**蓝色光标 300058**（数字营销龙头企业，与谷歌、meta、微软的广告业务均有代理合作，国内获小红书广告代理）；**遥望科技 002291**（2023年进军短剧行业，2024年将制作20部综艺，共商综艺节目发展；遥望X27主题公园是全国首家线上线下全天的商业综合体，正式营运后首年预估可实现销售规模300亿元至350亿元）；**美图 1357**（2024年1月5日美图AI视觉大模型MiracleVision奇想智能在通过备案后正式上线）；**华策影视 300133**（抖音在积极布局短剧，借力虚拟拍摄技术与优质内容合作，华策影视作为内容标杆企业，积极布局微短剧赛道，探索互动影视新玩法，持续探索IP全生命周期多元变现，有望在下一次媒介迭代中再下一城）；**芒果超媒 300413**（湖南卫视芒果TV跨年晚会收视成绩位居首位，牵手抖音，公司将持续深耕和加码微短剧赛道，创新竖屏短剧、互动剧、超微短剧等表现形式）；

横店影视 603103（迎春节档下沉市场具增长潜力，新增投资《熊出没·逆转时空》《飞驰人生2》《射雕英雄传：侠之大者》等影片，2024年春节档可期）；**博纳影业 001330**（持续回购；院线电影市场格局变动中，借力品牌优势有望持续受益新院线电影市场格局，静待春节档片单定档进展）；**中信出版 300788**（大众阅读龙头，借力AI等技术与媒介的发展，大众阅读内容的商业价值有望持续放大）；**新经典 603096**（大众阅读代表企业，出品较多内容作品，坚持以版权资源为核心，以内容创意为驱动的发展模式，开展海外业务触达全球更多的创作者）；**心动公司 2400**（2023TapTap年度游戏大赏颁奖盛典将于2024年1月20日举办）；**吉比特 603444**（《神州千食舫》公测定档1月26日）；**百奥家庭互动 2100**（《奥比岛：梦想国度》2.6版本「光影咏叹」于2024年1月4日开启）；**电魂网络 603258**（公司以电竞赛事为媒介，发挥其独特的优势和影响力，助力推动电子竞技和城市文化深度融合，带动“电竞+文旅”的发展的同时，也将进一步扩大赛事的国际影响力）；**青瓷游戏 6633**（《刃心2》“问心测试”于1月4日-1月8日开启）。

图表 10: 重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2024-01-05 股价	EPS			PE			投资评级
			2022	2023E	2024E	2022	2023E	2024E	
300133.SZ	华策影视	5.76	0.21	0.27	0.32	27.20	21.33	18.00	买入
300413.SZ	芒果超媒	24.16	0.98	1.18	1.40	24.77	20.47	17.26	买入
002605.SZ	姚记科技	21.69	0.86	1.46	1.80	25.29	14.86	12.05	买入
603096.SH	新经典	19.75	0.84	1.02	1.26	23.43	19.36	15.67	买入
300058.SZ	蓝色光标	6.80	-0.87	0.23	0.28	-7.79	29.57	24.29	买入
603466.SH	风语筑	14.15	0.11	0.53	0.69	128.17	26.70	20.51	买入
603103.SH	横店影视	17.30	-0.50	0.46	0.57	-34.57	37.61	30.35	买入
600986.SH	浙文互联	5.18	0.06	0.18	0.22	84.78	28.78	23.55	买入
600633.SH	浙数文化	10.97	0.39	0.51	0.57	28.35	21.51	19.25	买入
603258.SH	电魂网络	22.92	0.82	1.18	1.41	28.02	19.42	16.26	买入
603444.SH	吉比特	232.70	20.33	17.66	20.68	11.45	13.18	11.25	买入
300788.SZ	中信出版	28.01	0.66	1.01	1.27	42.24	27.73	22.06	买入
001330.SZ	博纳影业	7.23	-0.05	0.22	0.36	-137.71	32.86	20.08	买入
002291.SZ	遥望科技	8.76	-0.29	0.71	0.94	-30.11	12.34	9.32	买入
301052.SZ	果麦文化	43.53	0.57	1.09	1.50	76.85	39.94	29.02	买入
002858.SZ	力盛体育	17.35	-0.48	0.48	0.70	-36.32	36.15	24.79	买入
002739.SZ	万达电影	13.24	-0.88	0.56	0.56	-15.00	23.86	23.86	未评级
300251.SZ	光线传媒	8.00	-0.24	0.22	0.22	-32.92	35.83	35.83	未评级
300860.SZ	锋尚文化	52.71	0.11	2.73	2.73	492.16	19.33	19.33	未评级
300896.SZ	爱美客	271.39	5.84	8.79	8.79	46.47	30.89	30.89	未评级
2400.HK	心动公司	8.79	-1.17	0.41	0.78	-7.51	21.18	11.33	未评级
2100.HK	百奥家庭互	0.23	0.00	0.03	0.05	61.35	8.67	5.18	未评级
6633.HK	青瓷游戏	3.89	0.07	0.46	0.75	55.51	8.50	5.20	未评级
0772.HK	阅文集团	25.46	0.59	1.10	1.28	43.15	23.23	19.89	未评级
3738.HK	阜博集团	2.11	0.02	0.04	0.08	120.62	51.76	28.05	未评级
9992.HK	泡泡玛特	17.31	0.35	0.75	0.99	49.47	23.05	17.56	未评级
0700.HK	腾讯控股	267.13	19.34	14.26	17.49	13.81	18.73	15.27	未评级
9626.HK	哔哩哔哩-W	82.51	-18.99	-11.18	-4.73	-4.34	-7.38	-17.44	未评级
1024.HK	快手-W	46.03	-3.22	0.89	2.36	-14.30	51.78	19.50	未评级
3690.HK	美团-W	71.08	-1.09	2.09	3.87	-65.21	34.04	18.39	未评级
2331.HK	李宁	17.22	1.54	1.46	1.73	11.16	11.83	9.98	未评级
2020.HK	安踏体育	64.13	2.76	3.41	4.08	23.24	18.79	15.71	未评级
IQ.O	爱奇艺	33.49	-0.02	0.30	0.46	-1,674.61	110.94	73.00	未评级

资料来源: Wind, 华鑫证券研究 (注: 港元对人民币汇率取 1 港元=0.9142 元人民币; 美元对人民币汇率取 1 美元=7.1412 元人民币; 表中股价均为人民币元; “未评级”盈利预测取自万得一致预期)

5、风险提示

- (1) 产业政策变化风险
- (2) 推荐公司业绩不及预期的风险
- (3) 行业竞争风险
- (4) 编播政策变化风险
- (5) 影视作品进展不及预期以及未获备案风险
- (6) 疫情波动的风险
- (7) 宏观经济波动的风险

■ 传媒新消费组介绍

朱珠：会计学士、商科硕士，拥有实业经验，wind 第八届金牌分析师，2021 年 11 月加盟华鑫证券研究所，主要覆盖传媒互联网新消费等。

于越：理学学士、金融硕士，拥有实业经验，2021 年 11 月加盟华鑫证券研究所，主要覆盖传媒游戏互联网板块等。

■ 证券分析师承诺

本报告署名分析师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，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了本人的研究观点。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而直接或间接收到任何形式的补偿。

■ 证券投资评级说明

股票投资评级说明：

	投资建议	预测个股相对同期证券市场代表性指数涨幅
1	买入	> 20%
2	增持	10% — 20%
3	中性	-10% — 10%
4	卖出	< -10%

行业投资评级说明：

	投资建议	行业指数相对同期证券市场代表性指数涨幅
1	推荐	> 10%
2	中性	-10% — 10%
3	回避	< -10%

以报告日后的 12 个月内，预测个股或行业指数相对于相关证券市场主要指数的涨跌幅为标准。

相关证券市场代表性指数说明：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；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以道琼斯指数为基准。

■ 免责条款

华鑫证券有限责任公司（以下简称“华鑫证券”）具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。本报告由华鑫证券制作，仅供华鑫证券的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告中的信息均来源于公开资料，华鑫证券研究部门及相关研究人员力求准确可靠，但对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。我们已力求报告内容客观、公正，但报告中的信息与所表达的观点不构成所述证券买卖的出价或询价的依据，该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时结合各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就财务、法律、商业、税收等方面咨询专业顾问的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，华鑫证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。本公司或关联机构可能会持有报告中所提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等服务。本公司在知晓范围内依法合规地履行披露。

本报告中的资料、意见、预测均只反映报告初次发布时的判断，可能会随时调整。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。在不同时期，华鑫证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。华鑫证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。

本报告版权仅为华鑫证券所有，未经华鑫证券书面授权，任何机构和个人不得以任何形式刊载、翻版、复制、发布、转发或引用本报告的任何部分。若华鑫证券以外的机构向其客户发放本报告，则由该机构独自为此发送行为负责，华鑫证券对此等行为不承担任何责任。本报告同时不构成华鑫证券向发送本报告的机构之客户提供的投资建议。如未经华鑫证券授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。华鑫证券将保留随时追究其法律责任的权利。请投资者慎重使用未经授权刊载或者转发的华鑫证券研究报告。