

Vision Pro 预售开启，春节影片陆续定档

——传媒互联网行业双周报（2024.1.1-2024.1.15）

报告要点：

● 市场表现

近双周涨跌情况（2024.1.1-2024.1.15，下同）：传媒行业（申万）下跌 5.96%，排名子行业第 27 名，同期沪深 300 跌 4.38%，上证指数跌 2.98%，创业板指跌 7.71%。

● 重点板块跟踪

人工智能：关注 AI 硬件、模型及应用持续迭代升级。近双周，OpenAI 上线 GPT Store 并推出 ChatGPT Team 服务，谷歌 Bard 将 Bard 高级版付费服务，英伟达发布数字人，并与 Getty 合作推出图像生成工具，Pika 推出付费订阅模式，苹果 Vision Pro 预售开启。国内方面，美图、小冰大模型通过备案，百川智能发布角色大模型，应用端多成果发布，钉钉、夸克上线 AI 助手，阿里巴巴国际站推出 AI 外贸产品，科大讯飞发布数字员工，联想首次提出智能终端 AI OS，并计划于年内发布。后续重点催化方面，国外市场，2024 上半年 WAICF、英伟达 GTC AI 大会、微软 GDC 等人工智能前沿会议的召开有望进一步推动行业发展，年内英伟达、英特尔、三星等大厂的 AI 软硬件产品也将陆续面世；国内市场，讯飞宣布今年上半年星火大模型全面对标 GPT-4，多事件催化下内容生态有望持续完善，积极关注下游应用催化以及国内映射。

游戏：未来双周，恺英网络《仙剑奇侠传：新的开始》、吉比特《神州千食舫》和完美世界《一拳超人：世界》（海外）将上线，供给端产品周期表现稳定。前期草案影响逐步消化落地，同时各家游戏公司进行回购稳定市场信心，目前板块估值处于低位，建议积极关注板块估值修复机会。

影视：2024 年首个双周国内总票房 15.92 亿元，票房分布集中在头部影片，票房冠军《年会不能停！》票房 5.61 亿元，占比总票房 35.2%。春节档影片供给持续扩充，已有 6 部影片定档。优质内容供给有望带动票房增长，叠加 AI 多模态发展催化，积极关注院线板块机会。

广告营销：2023 年 1-11 月广告市场同比上涨 5.7%，11 月广告市场花费同比上涨 7.1%；月度花费环比下跌 5.9%。

● 投资建议

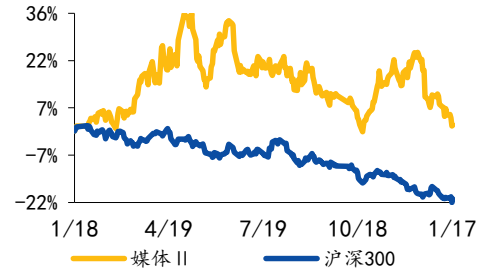
看好 AI 技术升级、MR 硬件迭代主线下新应用的落地，细分领域关注数据要素以及小游戏、短剧等新渠道和新内容形式带来的增量机会，维持行业“推荐”评级。积极关注吉比特、完美世界、恺英网络、姚记科技、宝通科技、浙数文化、神州泰岳、巨人网络、盛天网络、昆仑万维、掌趣科技、视觉中国、芒果超媒、锋尚文化、中文在线、横店影视、光线传媒、中国电影、上海电影、行动教育等。

● 风险提示

产品表现不及预期风险、人工智能技术发展不及预期风险、宏观经济不及预期风险、政策监管趋严风险、行业竞争加剧风险。

推荐|维持

过去一年市场行情



资料来源：Wind

相关研究报告

《国元证券行业研究-传媒行业双周报：元旦档票房创新高，文心一言用户破亿》2024.01.04

《国元证券行业研究-2024 年传媒互联网行业策略报告：新技术引领行业，关注 AI+应用创新》2023.12.27

报告作者

分析师 李典
执业证书编号 S0020516080001
电话 021-51097188-1866
邮箱 lidian@gyzq.com.cn

分析师 路璐
执业证书编号 S0020519080002
电话 021-51097188
邮箱 lulu@gyzq.com.cn

附表：重点公司盈利预测

| 公司代码 | 公司名称 | 投资评级 | 昨收盘 (元) | 总市值 (百万元) | EPS | | | PE | | |
|---------|------|------|------------|--------------|-------|-------|-------|---------|--------|-------|
| | | | | | 2022A | 2023E | 2024E | 2022A | 2023E | 2024E |
| 603444 | 吉比特 | 买入 | 204.39 | 14724.48 | 20.33 | 17.20 | 20.73 | 13.16 | 11.88 | 9.86 |
| 002624 | 完美世界 | 买入 | 10.57 | 20505.47 | 0.72 | 0.47 | 0.66 | 18.50 | 22.49 | 16.02 |
| 002517 | 恺英网络 | 买入 | 10.22 | 21998.73 | 0.49 | 0.70 | 0.87 | 24.80 | 14.60 | 11.75 |
| 002605 | 姚记科技 | 买入 | 20.13 | 8295.59 | 0.86 | 1.74 | 2.16 | 30.76 | 11.57 | 9.32 |
| 300031 | 宝通科技 | 买入 | 16.50 | 6806.63 | -0.96 | 0.80 | 1.24 | -23.67 | 20.63 | 13.31 |
| 600633 | 浙数文化 | 买入 | 10.02 | 12682.62 | 0.39 | 0.69 | 0.72 | 31.69 | 14.52 | 13.92 |
| 300002 | 神州泰岳 | 买入 | 9.30 | 18238.16 | 0.28 | 0.38 | 0.48 | 34.43 | 24.47 | 19.38 |
| 002558 | 巨人网络 | 买入 | 10.25 | 20228.81 | 0.46 | 0.66 | 0.76 | 30.09 | 15.53 | 13.49 |
| 300494 | 盛天网络 | 买入 | 13.75 | 6734.18 | 0.82 | 0.43 | 0.60 | 23.24 | 31.98 | 22.92 |
| 300418 | 昆仑万维 | 增持 | 35.19 | 42756.10 | 0.97 | 0.61 | 0.74 | 41.96 | 57.69 | 47.55 |
| 300315 | 掌趣科技 | 增持 | 4.64 | 12731.74 | 0.04 | 0.07 | 0.15 | 150.75 | 66.29 | 30.93 |
| 000681 | 视觉中国 | 增持 | 12.99 | 9100.50 | 0.14 | 0.23 | 0.28 | 113.42 | 56.48 | 46.39 |
| 300860 | 锋尚文化 | 增持 | 47.32 | 6490.78 | 0.11 | 2.22 | 3.65 | 476.36 | 21.32 | 12.96 |
| 300770 | 新媒股份 | 增持 | 35.05 | 8098.59 | 3.02 | 3.16 | 3.37 | 13.78 | 11.09 | 10.40 |
| 605098 | 行动教育 | 买入 | 39.03 | 4608.61 | 0.94 | 1.90 | 2.30 | 41.18 | 20.54 | 16.97 |
| 300413 | 芒果超媒 | 买入 | 21.73 | 40650.76 | 0.98 | 1.24 | 1.47 | 28.27 | 17.52 | 14.78 |
| 603103 | 横店影视 | 买入 | 16.93 | 10737.01 | -0.50 | 0.42 | 0.58 | -39.38 | 40.31 | 29.19 |
| 300251 | 光线传媒 | 买入 | 8.13 | 23850.24 | -0.24 | 0.21 | 0.32 | -34.38 | 38.71 | 25.41 |
| 600977 | 中国电影 | 买入 | 11.62 | 21694.54 | -0.12 | 0.35 | 0.46 | -109.04 | 33.20 | 25.26 |
| 601595 | 上海电影 | 买入 | 22.15 | 9927.63 | -0.75 | 0.34 | 0.49 | -36.39 | 65.15 | 45.20 |
| 300058 | 蓝色光标 | 买入 | 6.94 | 17263.52 | -0.87 | 0.17 | 0.26 | -9.57 | 40.82 | 26.69 |
| 300182 | 捷成股份 | 买入 | 4.50 | 11987.22 | 0.20 | 0.26 | 0.32 | 28.27 | 17.31 | 14.06 |
| 000676 | 智度股份 | 买入 | 7.98 | 10186.53 | -0.32 | 0.20 | 0.26 | -27.44 | 39.90 | 30.69 |
| 301171 | 易点天下 | 买入 | 17.78 | 8390.13 | 0.62 | 0.56 | 0.69 | 35.23 | 31.75 | 25.77 |
| 300364 | 中文在线 | 买入 | 21.76 | 15883.49 | -0.49 | 0.17 | 0.24 | -54.62 | 128.00 | 90.67 |
| 601900 | 南方传媒 | 买入 | 11.80 | 10571.34 | 1.06 | 1.25 | 1.47 | 14.39 | 9.44 | 8.03 |
| 601801 | 皖新传媒 | 买入 | 6.68 | 13287.89 | 0.36 | 0.51 | 0.59 | 20.89 | 13.10 | 11.32 |
| 603230 | 内蒙新华 | 买入 | 14.04 | 4963.46 | 0.76 | 0.80 | 0.85 | 21.75 | 17.55 | 16.52 |
| 1024.HK | 快手-W | 买入 | 43.05 | 188050.16 | -1.34 | 2.01 | 2.91 | -37.26 | 21.42 | 14.79 |
| 2400.HK | 心动公司 | 买入 | 8.19 | 3934.91 | -1.15 | 0.41 | 0.77 | -8.90 | 19.98 | 10.64 |

资料来源：Wind，国元证券研究所 注：收盘价和总市值截至1月18日

目 录

| | |
|--|----|
| 1.市场整体行情及细分板块表现回顾..... | 5 |
| 1.1 市场表现 | 5 |
| 1.2 行业动态 | 6 |
| 2.人工智能：GPT Store 正式上线，微软将新增 Copilot 键..... | 7 |
| 2.1 市场表现 | 7 |
| 2.2 行业动态（政策/模型/应用） | 7 |
| 2.3 人工智能产品访问量 | 12 |
| 2.4 后续行业重点关注事件..... | 13 |
| 3.游戏：头部产品表现稳健，高质量新游供给充足..... | 15 |
| 3.1 重点产品表现 | 15 |
| 3.2 新游进展 | 23 |
| 3.3 重点游戏厂商储备产品情况 | 24 |
| 4.影视：近双周票房同比高增，春节档影片陆续定档 | 29 |
| 5.广告营销：2023 年 11 月广告市场花费同比上涨 7.1%..... | 31 |
| 6.重点公司公告 | 33 |
| 7.投资建议..... | 33 |
| 8.风险提示..... | 33 |

图表目录

| | |
|---|----|
| 图 1：市场指数双周涨跌幅（%） | 5 |
| 图 2：传媒细分行业双周涨跌幅（%） | 5 |
| 图 3：近双周申万一级行业涨跌幅（%） | 5 |
| 图 4：近双周人工智能指数和市场指数区间涨跌幅对比 | 7 |
| 图 5：2024 年以来人工智能指数和市场指数涨跌幅对比..... | 7 |
| 图 6：重点厂商微信小游戏排名变化 | 19 |
| 图 7：《凡人修仙传：人界篇》ios 游戏畅销榜排名 | 19 |
| 图 8：《霸业》ios 游戏畅销榜排名 | 20 |
| 图 9：《Puzzles & Survival》ios 游戏畅销榜排名（美国） | 20 |
| 图 10：《问道》ios 游戏畅销榜排名 | 20 |
| 图 11：《一念逍遥》ios 游戏畅销榜排名 | 21 |
| 图 12：《幻塔》ios 游戏畅销榜排名 | 21 |
| 图 13：《梦幻新诛仙》ios 游戏畅销榜排名 | 22 |
| 图 14：《天龙八部 2》ios 游戏畅销榜排名..... | 22 |
| 图 15：《新倚天屠龙记》ios 游戏畅销榜排名（中国香港） | 22 |
| 图 16：《石器时代：觉醒》ios 游戏畅销榜排名..... | 23 |
| 图 17：近双周票房数据及去年同期对比（亿元） | 29 |
| 图 18：近双周放映场次对比 | 29 |
| 图 19：近双周人均票价对比（元） | 29 |

| | |
|--|----|
| 图 20: 23 年 1-11 月广告花费同比变化 (%) | 31 |
| 图 21: 广告花费月度同比及环比变化 (%) | 31 |
| 图 22: 2023 年 1-11 月广告渠道花费同比变化 (%) | 31 |
| 图 23: 按品类 (大类) 区分广告花费同比变化 (%) | 32 |
| | |
| 表 1: 2023 年 12 月全球 AI 产品访问量前十榜单 | 12 |
| 表 2: 2023 年 12 月国内 AI 产品访问量前十榜单 | 13 |
| 表 3: 人工智能催化时间线 | 13 |
| 表 4: iOS 游戏畅销榜 TOP30 排名变动 | 15 |
| 表 5: 2023 年 12 月中国手游发行商全球收入 TOP30 (App Store+Google Play) | 16 |
| 表 6: 2023 年 12 月中国 AppStore 手游收入 TOP20 | 17 |
| 表 7: 2023 年 12 月中国手游发行商出海收入 TOP30 (海外 App Store+Google Play) | 17 |
| 表 8: 2023 年 12 月中国出海手机游戏收入 TOP20 (海外 App Store+Google Play) | 18 |
| 表 9: 周度微信小游戏畅销榜 TOP10 | 18 |
| 表 10: 未来双周上线新游 | 23 |
| 表 11: 三七互娱主要储备产品 | 24 |
| 表 12: 吉比特主要储备产品 | 25 |
| 表 13: 完美世界主要储备产品 | 25 |
| 表 14: 恺英网络主要储备产品 | 26 |
| 表 15: 腾讯游戏主要储备产品 | 27 |
| 表 16: 网易游戏主要储备产品 | 28 |
| 表 17: 近双周票房 TOP5 影片 | 30 |
| 表 18: 春节档定档影片 | 30 |
| 表 19: 广告花费品牌榜单 | 32 |
| 表 20: 重点公司公告 | 33 |

1. 市场整体行情及细分板块表现回顾

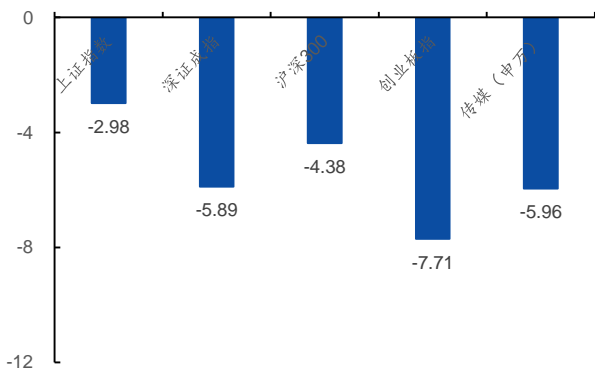
1.1 市场表现

近双周涨跌情况 (2024.1.1-2024.1.15, 下同): 传媒行业 (申万) 下跌 5.96%, 排名子行业第 27 名, 同期沪深 300 跌 4.38%, 上证指数跌 2.98%, 创业板指跌 7.71%。

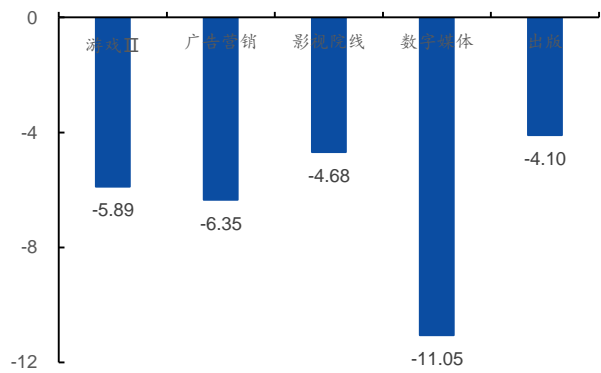
细分行业来看, 按照申万行业分类, 近双周, 不同子行业均呈现不同程度跌幅, 出版跌 4.10%, 影视院线跌 4.68%, 游戏 II 跌 5.89%, 广告营销跌 6.35%, 数字媒体跌 11.05%。

图 1: 市场指数双周涨跌幅 (%)

图 2: 传媒细分行业双周涨跌幅 (%)

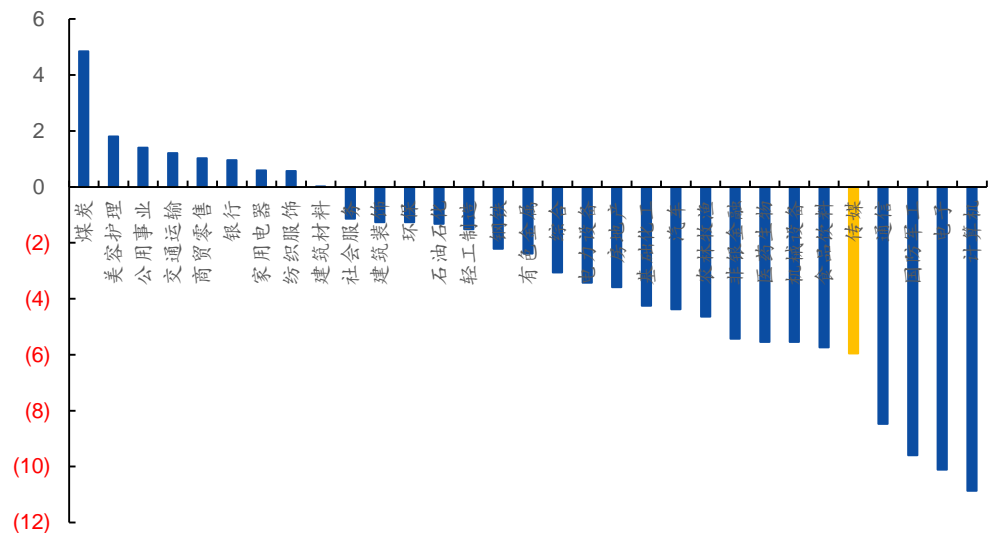


资料来源: wind, 国元证券研究所



资料来源: wind, 国元证券研究所

图 3: 近双周申万一级行业涨跌幅 (%)



资料来源: wind, 国元证券研究所

1.2 行业动态

1. OpenAI 正式发布 GPT Store

2023 年 11 月，OpenAI 首届开发者大会上，GPTs 首次公开亮相。两个月后，1 月 10 日，OpenAI 已正式推出了 GPT 商店（GPT Store），并推出了团队版 ChatGPT（ChatGPT Team）。GPT 商店面向 Plus、企业版和团队版用户开放，用户可以通过社区排行榜查看流行的 GPT。除了整体热门榜单外，还有 DALL-E（绘画）、写作、效率、研究、编程、教育和生活方式七个类别的细分榜单。OpenAI 透露，上线两个月以来，GPT 已超过 300 万个。今年第一季度，OpenAI 将启动 GPT 创建者收入计划，根据用户对 GPT 的参与度提供报酬。团队版 ChatGPT 提供对 GPT-4、DALL-E 3 等高级模型的访问，并为团队协作提供专门的工作区和管理工具，收费标准为每用户 25 美元/月（按年收费）或 30 美元/月（按月收费）。

2. OpenAI 推出 ChatGPT Team 服务，ChatGPT Enterprise 已有 15 万名用户

OpenAI 首席运营官 Brad Lightcap 在接受彭博社采访时表示，ChatGPT Enterprise 目前已有 15 万名用户，260 家公司企业在“积极使用”。1 月 11 日开始，OpenAI 面向员工数量少于 150 人的小型企业团队，推出 ChatGPT Team 订阅计划，每人每月为 25/30 美元。OpenAI 目前已经为 ChatGPT 提供两个付费计划，一个是面向个人用户的 ChatGPT Plus，另一个是面向大型企业的 ChatGPT Enterprise。新推出的 ChatGPT Team 订阅计划和现有订阅计划相似，支持用户访问 GPT-4 和 DALL-E 3 等高级模型，甚至高级数据分析等工具，同时为团队提供了专门的协作工作区和用于团队管理的管理员工具。ChatGPT Team 按年计费时，每位用户每月费用为 25 美元；按月计费时，每位用户每月费用为 30 美元。

3. 快手短剧 2023 年日均 DAU 达 2.7 亿，短剧创作者规模突破 10 万

1 月 12 日，快手短剧主办、天猫独家冠名的第四届金剧奖在深圳落幕。会上，快手副总裁、快手文娱业务负责人陈弋弋提到，截至 2023 年 12 月，快手星芒短剧上线总量近千部，播放量破亿作品达 326 部，破 3 亿作品有 68 部，破 10 亿超爆款项目有 4 部；受众规模方面，2023 年快手短剧日均 DAU 达 2.7 亿，每日观看 10 集以上的重度微短剧用户数达 9400 万，同比增长 52.6%；创作者生态方面，截至 2023 年年底，快手平台上短剧创作者规模已超 10 万。2024 年快手短剧招商方面，计划上线 200 余部短剧。其中，与天猫合作的三部明星短剧《我在大宋开酒吧》《鸳鸯断》《超能坐班族》将在春节寒假档与观众见面，集合尹正、郭晓婷、李纯、张晓龙、斓曦等明星阵容。在监管、制作、平台方多方努力下，短剧行业正向着精品时代迈进，有利于行业整体高质量发展。

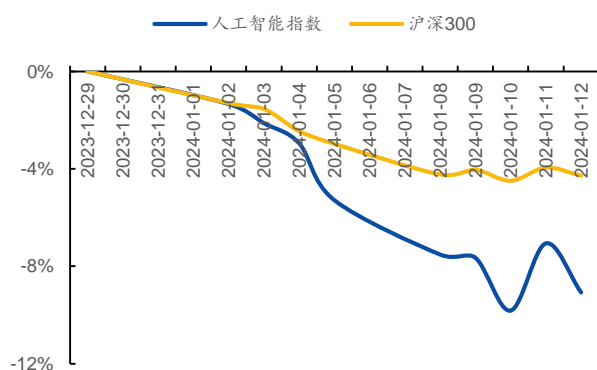
2.人工智能：GPT Store 正式上线，微软将新增 Copilot 键

2.1 市场表现

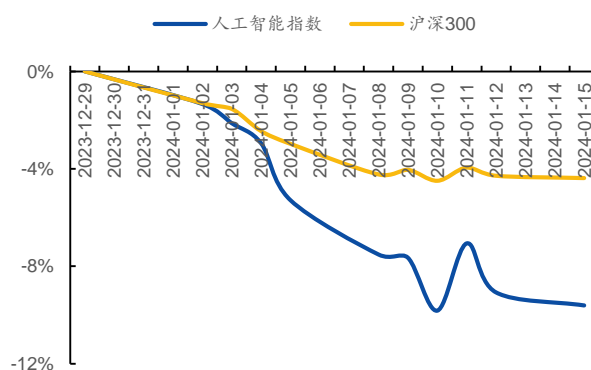
1月1日-1月15日，wind人工智能指数（884201.WI）收跌9.60%，沪深300指数收跌4.38%，跑输指数表现5.23pct。截至2024年1月15日，本年度人工智能指数（884201.WI）累计跌9.60%，沪深300累计跌4.38%，跑输沪深300市场指数5.23pct。

图 4：近双周人工智能指数和市场指数区间涨跌幅对比

图 5：2024 年以来人工智能指数和市场指数涨跌幅对比



资料来源：wind，国元证券研究所



资料来源：wind，国元证券研究所

2.2 行业动态（政策/模型/应用）

（一）政策：国家数据局等部门印发“数据要素”x 三年行动计划

1. 国家数据局等部门印发“数据要素”x 三年行动计划

1月4日，国家数据局等17部门发布了关于印发《“数据要素×”三年行动计划（2024—2026年）》的通知。根据该计划，到2026年底，将打造300个以上示范性强、显示度高、带动性广的典型应用场景，实现数据产业年均增速超过20%。在交通运输领域，计划挖掘数据复用价值，加强AI工具的应用。在科技创新领域，将以科学数据支持大模型开发，建设高质量语料库和基础科学数据集，以支持AI大模型的开发和训练。此外，计划提升数据供给水平，在科研、文化、交通运输等领域，推动科研机构、龙头企业等开展行业共性数据资源库建设，打造高质量的AI大模型训练数据集。（源自：国家数据局官方公众号）

（二）模型：美图、小冰大模型备案通过，百川智能发布角色大模型

1. 美图 AI 视觉大模型 MiracleVision 通过备案并开放

1月2日，美图公司自研AI视觉大模型MiracleVision(奇想智能)通过《生成式人工智能服务管理暂行办法》备案，将面向公众开放。美图AI视觉大模型MiracleVision(奇想智能)于2023年6月内测，为美图秀秀、美颜相机、Wink、美图设计室、WHEE、美图云修等知名影像与设计产品提供AI模型能力的同时，也帮助美图公司搭建起由底层、中间层和应用层构建的人工智能产品生态。自面世以来，MiracleVision(奇想

智能)持续迭代,目前已升级至 4.0 版本,除全面应用于美图旗下产品,还在逐步助力电商、广告、游戏、动漫、影视五大行业。(源自:美图公司官方公众号)

2. 小冰公司宣布获得大模型备案

1月4日,小冰公司宣布,已于2023年12月成功获得“小冰大模型”国内备案,小冰已实现不同参数规模和用途的自研大模型产品落地,部分完成新范式商业化验证。1月4日起结束静默期,宣布将一系列测试产品转为正式发布,如小冰克隆人、歌手克隆人分支、小冰数字员工等。基于与小爱同学、OPPO等合作伙伴的深入合作,小冰同学将逐步启动在第三方平台“召唤小冰”技能的大模型切换。同时,小冰公司将于近期进一步公布在海外的成果与2024年计划。(源自:IT之家)

3. OpenAI 拟向传媒公司支付数百万美元年费用于大模型训练

1月4日,据The Information报道,有两名与OpenAI谈判的高管近日透露,OpenAI已经向一些媒体公司开出了每年100万-500万美元的价格,以获得将新闻内容用于训练自家大语言模型的授权许可。目前OpenAI正在与十几家出版商进行谈判,希望达成类似于此前与新闻出版巨头Axel Springer达成的协议。OpenAI表示,该公司尊重内容创作者和所有者的权利,并正在努力确保创作者们受益于AI技术和新的收入模式。(源自:IT之家)

4. 百川智能发布角色大模型 Baichuan-NPC

1月9日,百川智能发布角色大模型Baichuan-NPC,深度优化了“角色知识”和“对话能力”,使模型能够更好的理解上下文对话语义,更加符合人物性格地进行对话和行动,让角色栩栩如生。此外,对于游戏领域AI角色开发成本高、周期长、自由度差、API不稳定等诸多不足,百川智能推出了“角色创建平台+搜索增强知识库”的定制化解决方案。通过这一方案,游戏厂商无需编写任何代码,只需通过简单的文字描述,便可以快速构建出自己需要的角色,实现低成本、高效率的角色定制。(源自:百川大模型公众号)

5. 中国电信开源星辰语义大模型 TeleChat-7B 版本

近日,中国电信开源星辰语义大模型TeleChat-7B版本,并开放了1T清洗数据集。此外,中国电信还将在1月20日开源12B版本模型,以吸引更多开发者共建开源大模型生态。星辰语义大模型是由中电信人工智能科技有限公司研发训练的大语言模型,采用1.5万亿Tokens中英文语料进行训练。该模型提出了缓解多轮幻觉的解决方案,通过关键信息注意力增强、知识图谱强化、多轮知识强化、知识溯源能力四大技术,将AI大模型的幻觉率降低了40%,有助于大模型变得更有“人味”,理解问题语境。在中国电信内部和对外企事业单位客户的业务中,星辰语义大模型应用于行文写作、代码编程、网络故障分析、经营分析、企业经营分析、政务公开咨询、民生诉求接待等场景,并取得了良好的效果。此外,该模型已与华为昇腾AI基础软硬件完成适配,在模型开发上取得了一定成果。(源自:ITSoul)

(三) 应用: GPT Store 上线, 谷歌将推出 Bard 高级版付费服务

1. 商汤元萝卜光翼灯发布

1月3日,商汤科技旗下元萝卜品牌推出了一款AI光翼灯新品,售价1699元。该

灯的主体采用流线型水滴设计，配有两个可折叠的“光翼”，采用 ABS 外壳 + 金属骨架材质，搭载 105° 可调节双轴支架。元萝卜光翼灯拥有多项 AI 功能，支持 AI 自动调光、智能离座感应、App 和按键控制、AI 纠正坐姿、AI 语音提醒、AI 伴读、AI 聚光灯、AI 光随书动等。（源自：商汤科技官方公众号）

2. 网易有道发布全新教育 AI 模型及 AI 应用

1 月 3 日，“POWERED BY 子曰”——有道子曰教育大模型创新成果发布会在北京举行。会上，网易有道发布了子曰教育大模型的 2.0 升级和虚拟人口语教练 Hi Echo 的 2.0 升级，同时推出了有道速读、全新的 AI 家庭教师应用小 P 老师以及新一代 AI 学习机 X10。据介绍，小 P 老师可以回答语文、数学、英语、生物、历史等 10 个学科的问题，支持拍照、语音和文本输入，并将首次应用于学习机 X10。新一代 AI 学习机 X10 首创了学习机、学练机和学生专属电脑三合一模式，覆盖全学科和学段，提供墨水屏模式模拟纸质学习场景，内置编程软件、WPS 等应用。学习机内置的小 P 老师、Hi Echo 等应用终身免费且持续升级。（源自：网易有道公众号）

3. 阿里云通义千问 App 上线“通义舞王”

近日，阿里云旗下的通义千问 App 上线一项免费的新功能“通义舞王”：用户在按照提示要求上传照片后，经过十几分钟的等待，即可自动生成舞蹈视频。用户使用人物全身照片生成的舞蹈视频号称能够保留原始形象的面部表情、身材比例、服装乃至背景等特征。（源自：IT 之家）

4. 微软宣布 Win11 PC 键盘将新增 Copilot 键，可一键直达 AI 助手

1 月 4 日，微软宣布新款笔记本电脑和 PC 将搭载全新 Copilot 键，用户只需按下该键，就能直达微软强大的 AI 助手 Windows Copilot。Copilot 键的推出标志着 Windows PC 键盘近三十年来的首次重大变化，它将使人们能够更轻松地参与人工智能转型。Copilot 键与 Windows 键将一起成为 PC 键盘的核心部分，按下时，新键将调用 Windows 中的 Copilot 体验，让 Copilot 无缝参与您的日常工作。（源自：Microsoft 资讯）

5. 谷歌将推出 Bard 高级版付费服务，同 ChatGPT Plus 竞争

1 月 4 日，消息称谷歌计划推出其 AI 语言模型 Bard 的高级付费版本——Bard Advanced，类似 ChatGPT Plus 付费订阅服务。Bard Advanced 将在现有免费版本的基础上提供一系列额外功能和提升，主要包括信息获取的广度、回应质量的提升以及 Bard Advanced 用户将享受更快的响应速度和优先队列位置。免费版 Bard 预计将继续保留，谷歌计划提供限时免费试用，让用户在付费之前体验 Bard Advanced 的强大之处。（源自：IT 之家）

6. MiniMax Assistants API 上线

1 月 5 日，MiniMax 推出国内首个 Assistants API。MiniMax Assistants API 是基于大语言模型构建的、具备多种工具链能力支持的有状态 API；和 Chat completion API 相比，最大的区别是交互的维度从单轮对话，变成了更完整的一个事件、一次行为。目前，MiniMax Assistants API 已进入内测阶段，已有少量头部客户接入业务场景使用。（源自：MiniMax 官方公众号）

7. 腾讯广告发布一站式 AI 广告创意平台妙思

1月5日，腾讯广告发布了一站式 AI 广告创意平台腾讯广告妙思，该平台是以腾讯混元大模型为基础的一站式 AI 广告创意平台，为广告主提供文生成图、图生成图、商品背景合成、妙思衍生、特定风格 LORA 等不同场景的创意工具。（源自：腾讯广告公众号）

8. Pika 推出付费订阅模式

1月7日，Pika AI 视频创作工具发布了订阅计划，分为免费的基础模式、每月 10 美元的标准模式和每月 60 美元的专业模式。基础版每月提供 300 积分，支持高清分辨率；标准版每月提供 1050 积分，支持高清分辨率，提供无水印视频；专业版每月提供 3000 积分，无限 Chill 生成，积分不会过期。据介绍，快速视频生成每秒需要 5 积分，基线视频长度为 3 秒，因此每生成一个视频需要 15 积分。此外，扩展视频消耗的资源较少，每秒只需 1 积分。专业版用户的积分耗尽后，将从快速生成模式切换到速度较慢的 Chill 生成模式，无次数限制；专业版用户也可以购买更多积分，价格为每积分 0.01 美元。（源自：ITSoul）

9. 英伟达推出 AI 数字人业务 ACE

1月8日，英伟达在 CES 2024 上宣布推出适用于 NVIDIA Audio2Face (A2F) 和 NVIDIA Riva 自动语音识别 (ASR) 的 ACE Production Microservices。NVIDIA ACE 是一套可帮助开发者利用生成式 AI 创建虚拟数字人物的技术，普通的非玩家角色 (NPC) 可以在 ACE 的驱动下成为能够发起对话或引导玩家找到新任务的动态交互式角色。同时，英伟达宣布与多家游戏公司合作，米哈游、网易游戏、腾讯游戏、育碧等都将采用 NVIDIA ACE。（源自：英伟达）

10. Getty 与英伟达合作推出图像生成工具

1月8日，Getty Images 在 CES 2024 上发布了图像生成服务 Generative AI by iStock。该服务基于 Getty 的专有图像数据库进行训练，使用英伟达 AI 模型代工厂 NVIDIA Picasso 为基础，为设计师和企业提供文本到图像生成功能，并为生成的图像提供法律保护和使用权。Getty 还将很快推出 API (应用程序接口)，提供图像修复等功能。开发人员可以将新的 API 与创意应用程序无缝集成，以将人物和物体添加到图像中、替换特定元素以及用各种宽高比扩展图像。（源自：Getty 官网）

11. 小度推出小度学习机 K16，具备 20 多项 AI 能力

1月9日，小度推出了新的学习机产品——小度学习机 K16，官方首发价为 2299 元。K16 搭载了小度新一代多模式精准学习功能，以及基于百度文心大模型独创的“AI 互动大语文体系”等共 20 项人工智能功能。目前，该产品已在小度官方商城和各电商平台开始预售。

12. 钉钉发布 AI 超级助理

1月9日，在钉钉 2024 年度产品发布会 - 我的超级助理活动上，我们看到了理想中的 AI Agent。会上，用户数量已达 7 亿的国民级办公软件钉钉发布了全新 7.5 版本，并推出有机会对标 GPTs 的智能化产品——AI 助理，让每个人、每家企业定制个性化、专属超级助理。大会现场，钉钉展示了直接在其平台上创建并使用 AI

Agent 的「多面手」能力 —— 一切都在自然语言对话窗口中完成。AI 助理可以完成钉钉系统功能设置，并预置了安排日程、处理待办、工作概览、消息摘要、请假审批、创作与文案润色、智能绘图等 30 多个功能，全方位提升个人工作效率。（源自：机器之心）

13. 夸克 App 上线 “AI 学习助手”

近日，夸克 App 推出了一款名为“AI 学习助手”的全新大模型应用，该应用基于自研大模型的强大参数和数据精调能力。在部分搜索学习内容的结果页中，该应用通过智能化的解题思路和讲解方式，进一步提升大学生在自学场景中的效率和质量。据悉，夸克“AI 学习助手”采用夸克宝宝的虚拟形象进行题目讲解，基于大语言模型和视觉技术，AI 智能讲解能够给用户 提供“考点分析”、“详解步骤”、“答案总结”等详细内容。目前，夸克“AI 学习助手”率先上线在部分搜索英语内容的场景中，覆盖选择题、填空题、阅读题等常考题型，用户可以通过拍照搜索的方式进行体验。未来，该应用还将加入数学等主流学科。（源自：机器之心）

14. 科大讯飞发布数字员工产品

1 月 9 日，科大讯飞举办了星火大模型数字员工新品发布会，推出了全新的数字员工产品。这些数字员工产品基于星火大模型的多模态、逻辑推理和自然语言理解能力，适用于企业管理、营销、办公等不同场景。讯飞发布了智能评标、智能合同、生成式智慧驾驶舱、内容运营等多种数字员工产品。据介绍，讯飞开放平台已经开放了 647 项人工智能能力，自 6 月 9 日以来，星火小助手的创建数量已经突破了 51000 款。（源自：科大讯飞公众号）

15. OpenAI 正式上线 GPT Store

1 月 11 日，OpenAI 已正式推出了 GPT 商店(GPT Store)，并推出了团队版 ChatGPT (ChatGPT Team)。GPT 商店面向 Plus、企业版和团队版用户开放，用户可以通过社区排行榜查看流行的 GPT。除了整体热门榜单外，还有 DALL-E (绘画)、写作、效率、研究、编程、教育和生活方式七个类别的细分榜单。OpenAI 透露，上线两个月以来，GPT 已超过 300 万个。今年第一季度，OpenAI 将启动 GPT 创建者收入计划，根据用户对 GPT 的参与度提供报酬。团队版 ChatGPT 提供对 GPT-4、DALL-E 3 等高级模型的访问，并为团队协作提供专门的工作区和管理工具，收费标准为每用户 25 美元/月（按年收费）或 30 美元/月（按月收费）。（源自：OpenAI 官网）

16. 谷歌云推出生成式 AI 文档解析工具

1 月 11 日，谷歌云推出了生成式 AI 驱动 的文档 AI 自定义提取器，并已全面开放给用户使用。用户可以通过 API 和谷歌云控制台来使用该自定义提取器。这个提取器是基于谷歌的基础模型构建的，能够快速、高精度地解析结构化和非结构化文档中的数据。（源自：谷歌云）

17. 阿里巴巴国际站 AI 外贸产品亮相，AI 采购助手将上线新功能

1 月 12 日，在美国 CES 展上，阿里巴巴国际站的 AI 外贸产品亮相，并提供了 PC 试用版。此次亮相的 AI 外贸产品是“采购助理”，旨在为海外买家提供采购帮助，实时响应咨询并提供即刻解答。数百位参与内测的海外买家表示，这将大幅降低他们参

与跨境采购的门槛，帮助他们高效便捷地匹配到更精准的货源。未来，AI 采购助手还将陆续上线寻源 Agent、AI 跟单等功能，推进 AI 在海外买家端的应用落地，可能吸引大批 B 端专业采购买家在线上寻源采购。（源自：环球网）

18. 联想刘军首次提出智能终端 AI OS，年内将正式发布

1 月 12 日，在 2024 年的国际消费电子展上，联想集团中国区总裁刘军在接受媒体采访时透露，联想正在致力于打造“智能终端 AI OS”，该操作系统将围绕多端产品展开，并计划在今年正式发布。这一“智能终端 AI OS”将在 AI 技术的驱动下，内嵌个人 Agent、个人大模型、本地知识库和应用接口，从而形成下一代 AI 操作系统。刘军认为，AI 技术的突破将在 PC、手机、AIoT 等所有智能终端产品领域掀起第三次技术革命浪潮，重塑终端体验及产业生态，类似于“小型化和图形化”、“网络化和移动化”给 PC 产业带来的两次技术变革。（源自：通信产业网）

2.3 人工智能产品访问量

ChatGPT 居全球访问量第一，两款产品月度访问量突破十亿。据 Alhackathon 根据 Similarweb 及 Sensortower 数据统计，2023 年 12 月，全球访问量前十 AI 相关 app 中，ChatGPT 排名第一，访问量达 16.5 亿次，12 月访问量环比下降 8.09%；除了 ChatGPT 外，New Bing 12 月的访问量也突破 10 亿次，月访问量达 13.4 亿次。

表 1：2023 年 12 月全球 AI 产品访问量前十榜单

| 排名 | 产品名 | 类别 | 12 月访问量 | 12 月变化 |
|----|---------------------|------------------------|---------|---------|
| 1 | ChatGPT | AI ChatBots | 1.65B | -8.09% |
| 2 | New Bing | AI Search Engine | 1.34B | +3.08% |
| 3 | Canva Text to Image | AI Design Tool | 512.53M | -12.81% |
| 4 | Google Bard | AI ChatBots | 349.39M | +27.22% |
| 5 | DeepL | AI Translate Tools | 243.74M | -6.86% |
| 6 | Character AI | AI Character Generator | 204.87M | +11.31% |
| 7 | Notion AI | AI Writer Generator | 145.91M | -5.05% |
| 8 | Shop | E-COMMERCE | 112.43M | +3.26% |
| 9 | Q-Chat | AI Tools for Education | 111.53M | -22.53% |
| 10 | Jambot | Productivity | 78.22M | -12.04% |

资料来源：similarweb, sensortower, Alhackathon 公众号，国元证券研究所 注：访问量统计包含 web 及 app 端

国内 AI 产品方面，百度文心一言居 12 月访问量第一名，月度访问量达 1600 万次，环比提升 18.37%，第二名讯飞星火月度访问量为 293 万次，环比下降 12.27%，liblib.ai 12 月度访问量 228 万次，环比提升 758.94%。在国内访问量前十的应用中，有三款 AI 对话式应用、五款设计和图文生成类应用、一款思维导图应用 (ProcessOn) 和一款模型训练和部署应用 (火山方舟)。

表 2：2023 年 12 月国内 AI 产品访问量前十榜单

| 排名 | 产品名 | 类别 | 12 月访问量 | 12 月变化 |
|----|-----------|-----------------------------|---------|----------|
| 1 | 百度文心一言 | AI ChatBots | 16M | +18.37% |
| 2 | 讯飞星火 | AI ChatBots | 2.93M | -12.27% |
| 3 | 美图设计室 | AI Image Generator | 2.81M | +59.12% |
| 4 | 稿定 AI | AI Design Tool | 2.67M | +2.28% |
| 5 | liblib.ai | AI Image Generator | 2.28M | +758.94% |
| 6 | 火山方舟 | Model Training & Deployment | 2.14M | +12.36% |
| 7 | ProcessOn | AI Mind Map Generator | 2.03M | -2.54% |
| 8 | 阿里通义千问 | AI ChatBots | 2.03M | +38.41% |
| 9 | AiPPT.cn | AI Presentation Maker | 1.92M | +66.96% |
| 10 | 墨刀 AI | AI Design Tool | 1.76M | -16.34% |

资料来源：similarweb, sensortower, Alhackathon 公众号，国元证券研究所 注：访问量统计包含 web 及 app 端

2.4 后续行业重点关注事件

人工智能竞争日趋激烈，国内外技术新成果落地催化行业成长。现阶段，人工智能大模型的国内外竞争逐渐激烈，AI 大模型相继迭代升级。近双周，OpenAI 上线 GPT Store 并推出 ChatGPT Team 服务，谷歌 Bard 将 Bard 高级版付费服务，英伟达发布数字人，并与 Getty 合作推出图像生成工具，Pika 推出付费订阅模式。国内方面，美图、小冰大模型通过备案，百川智能发布角色大模型，应用端多成果发布，钉钉、夸克上线 AI 助手，阿里巴巴国际站推出 AI 外贸产品，科大讯飞发布数字员工，联想首次提出智能终端 AI OS，并计划于年内发布。国内外应用方面均有革新产品发布，人工智能发展持续推进，模型性能提升、硬件端迭代、模型生态的完善将继续推动产业发展。

2024 年开始，国内外人工智能行业催化事件加速落地，人工智能领域有望迎来全新的竞争态势。国外，GitHub 宣布于 2024 年 2 月推出 Copilot Enterprise 功能。2024 年，国外厂商在 AI 硬件领域预计将有较大进展，上半年，WAICF、英伟达 GTC AI 大会、微软 GDC 等人工智能前沿会议的召开有望进一步推动行业发展，联想 AI PC 预计 24 年 9 月后上市，年内将推出联想 AI OS，英伟达下一代 Blackwell-GPU 也有望于 24 年至 25 年推出。国内方面，讯飞星火大模型也将于 2024 年上半年实现全面对标 GPT-4。多事件催化下，人工智能领域有望在技术和应用上迎来多项新成果。

表 3：人工智能催化时间线

| 时间 | 催化事件 |
|--------------------|------------------------------|
| 2024 年 2 月 | GitHub 推出 Copilot Enterprise |
| 2024 年 2 月 8-10 日 | WAICF 大会 |
| 2024 年 3 月 18-21 日 | NVIDIA GTC AI 大会 |
| 2024 年 3 月 18-22 日 | 微软 GDC 大会 |
| 2024 年 4 月 8-9 日 | “Intel Vision 2024” |
| 2024Q2 | 英伟达 H200 上市 |
| 2024 年 6 月 | 苹果 WWDC2024 |
| 2024 年上半年 | 讯飞星火全面对标 GPT-4 |

| | |
|-----------------|------------------------------|
| 2024 年上半年 | 联想发布个人 Agent、个人大模型嵌入的 AI PC。 |
| 2024 年 9 月后 | 联想 AI PC 上市 |
| 2024 年 | 三星推出 GalaxyAI |
| 2024 年 | 联想推出智能终端 AI OS |
| 2024 年末-2025 年初 | Nvidia 下一代 Blackwell-GPU 上市 |
| 2025 年前 | 英特尔目标为超 100 万台 PC 提供 AI 特性 |

资料来源：各公司官网，IT之家，和讯，CNBC，GitHub Blog，TechWeb，国元证券研究所

3.游戏：头部产品表现稳健，高质量新游供给充足

3.1 重点产品表现

畅销榜头部产品表现稳定，腾网游戏占据排行榜前列。腾讯《王者荣耀》、《和平精英》、《英雄联盟手游》，网易《逆水寒》、《梦幻西游》、《蛋仔派对》等产品名居前列。截至2024年1月14日，腾讯、网易分别有5、3款产品位列iOS端畅销榜前十，腾网前十占比高达80%。

表 4：iOS 游戏畅销榜 TOP30 排名变动

| 排名 | 2024. 1. 14 | 2024. 1. 7 | 2023. 12. 31 |
|----|----------------------|----------------------|----------------------------|
| 1 | 王者荣耀 | 王者荣耀 | 和平精英 |
| 2 | 金铲铲之战 | 和平精英 | 王者荣耀 |
| 3 | 和平精英 | 穿越火线：枪战王者 | 逆水寒 |
| 4 | 穿越火线：枪战王者 | 金铲铲之战 | 崩坏：星穹铁道 |
| 5 | 逆水寒 | 火影忍者 | 蛋仔派对 |
| 6 | 原神 | 逆水寒 | 元梦之星 |
| 7 | 梦幻西游 | 梦幻西游 | 梦幻西游 |
| 8 | 火影忍者 | 捕鱼大作战-街机打鱼游戏王者 | 火影忍者 |
| 9 | 捕鱼大作战-街机打鱼游戏王者 | 部落冲突 (COC) | 冲呀！饼干人：王国 |
| 10 | QQ 炫舞-美衣搭配以舞交友 | 三国志·战略版 | 咸鱼之王 |
| 11 | 蛋仔派对 | 英雄联盟手游 | 捕鱼大作战-街机打鱼游戏王者 |
| 12 | 白荆回廊 | 蛋仔派对 | 三国志·战略版 |
| 13 | 英雄联盟手游 | 元梦之星 | 幻唐志：逍遥外传 |
| 14 | 元梦之星 | 原神 | 金铲铲之战 |
| 15 | 三国志·战略版 | 交错战线 | 英雄联盟手游 |
| 16 | 开心消消乐® | QQ 飞车-6 周年 | 原神 |
| 17 | QQ 飞车-6 周年 | 崩坏：星穹铁道 | 开心消消乐® |
| 18 | JJ 斗地主-专业棋牌合集 | 开心消消乐® | JJ 斗地主-专业棋牌合集 |
| 19 | 崩坏：星穹铁道 | JJ 斗地主-专业棋牌合集 | 三国杀 |
| 20 | 重返未来：1999 | 冲呀！饼干人：王国 | 指尖四川麻将-主播最爱麻将 |
| 21 | 途游休闲捕鱼-次世代千炮 3D 捕鱼游戏 | 咸鱼之王 | Fate/Grand Order (命运-冠位指定) |
| 22 | 三国杀 | 使命召唤手游 | 途游休闲捕鱼-次世代千炮 3D 捕鱼游戏 |
| 23 | 指尖四川麻将-主播最爱麻将 | 指尖四川麻将-主播最爱麻将 | QQ 飞车-6 周年 |
| 24 | 咸鱼之王 | 问道 | 率土之滨 |
| 25 | 率土之滨 | 率土之滨 | 长安幻想-送周年宠 |
| 26 | 冲呀！饼干人：王国 | 途游休闲捕鱼-次世代千炮 3D 捕鱼游戏 | 穿越火线：枪战王者 |
| 27 | 欢乐斗地主-腾讯官方 | FC 足球世界-新世代引擎 | 使命召唤手游 |
| 28 | 问道 | 晶核 | 暗区突围 |
| 29 | 晶核 | QQ 炫舞-美衣搭配以舞交友 | 晶核 |
| 30 | 长安幻想 | 欢乐斗地主-腾讯官方 | FC 足球世界-新世代引擎 |

资料来源：七麦数据，国元证券研究所 注：■为网易出品游戏，■为腾讯出品游戏。

厂商及产品方面，根据 SensorTower 数据，2023 年 12 月共 37 个中国厂商入围全球手游发行商收入榜 TOP100，合计收入 19.5 亿美元，占本期全球 TOP100 手游发行商收入 36%。2023 年 12 月，腾讯旗下《和平精英》、《英雄联盟手游》、《穿越火线》等多款经典手游收入大幅增长，加上《元梦之星》在 12 月中旬正式上线，使得腾讯移动游戏本期收入环比上涨 13%，是全年收入最高的月份。圣诞节期间，冰雪题材末日生存手游《寒霜启示录》人气火爆，日流水和活跃用户均迎来新高，并成功跻身 12 月出海手游收入榜第 2 名，发行商点点互动月收入环比再度增长 10%，稳居榜单第 4 名。

表 5：2023 年 12 月中国手游发行商全球收入 TOP30（App Store+Google Play）

| 排名 | 厂商 | 排名 | 厂商 |
|----|------|----|--------------|
| 1 | 腾讯 | 16 | 悠星网络 |
| 2 | 网易 | 17 | 乐元素 |
| 3 | 米哈游 | 18 | 麦吉太文 |
| 4 | 点点互动 | 19 | 友塔游戏 |
| 5 | 三七互娱 | 20 | 4399 游戏 |
| 6 | 莉莉丝 | 21 | 柠檬微趣 |
| 7 | 灵犀互娱 | 22 | Tap4Fun |
| 8 | 壳木游戏 | 23 | FirstFun |
| 9 | IM30 | 24 | 星合互娱 |
| 10 | 途游游戏 | 25 | 雷霆游戏 |
| 11 | 沐瞳科技 | 26 | 竞技世界 |
| 12 | 朝夕光年 | 27 | Hortor Games |
| 13 | IGG | 28 | 易幻网络 |
| 14 | 海彼游戏 | 29 | Mattel163 |
| 15 | 江娱互动 | 30 | 游卡网络 |

资料来源：Sensor Tower，国元证券研究所

国内 Apple Store 端头部产品表现稳定，2023 年 12 月前三名分别为《王者荣耀》、《和平精英》和《逆水寒》，与上月保持一致，4-5 名分别为腾讯的《英雄联盟手游》和网易的《梦幻西游》。除此之外，12 月表现强劲的还有《崩坏：星穹铁道》、《率土之滨》和《开心消消乐》。《崩坏：星穹铁道》凭借新角色和丰富的内容，使得游戏在中国 iOS 市场的收入近乎翻倍，重回榜单第 6 名。《率土之滨》于 12 月 22 日推出冬至活动以及限定 5 星武将，当天游戏日流水达到全年第 2 峰值，月收入环比激增 25%，回归榜单第 15 名。

表 6：2023 年 12 月中国 AppStore 手游收入 TOP20

| 排名 | 手游 | 发行商 | 排名变动 | 排名 | 手游 | 发行商 | 排名变动 |
|----|---------|-----|------|----|---------|--------------|------|
| 1 | 王者荣耀 | 腾讯 | - | 11 | 三国志·战略版 | 灵犀互娱 | ▼ |
| 2 | 和平精英 | 腾讯 | - | 12 | 蛋仔派对 | 网易 | ▼ |
| 3 | 逆水寒 | 网易 | - | 13 | JJ 斗地主 | 竞技世界 | ▲ |
| 4 | 英雄联盟手游 | 腾讯 | ▲ | 14 | 火影忍者 | 腾讯 | ▲ |
| 5 | 梦幻西游 | 网易 | ▲ | 15 | 率土之滨 | 网易 | ▲ |
| 6 | 崩坏：星穹铁道 | 米哈游 | ▲ | 16 | 开心消消乐® | 乐元素 | ▲ |
| 7 | 原神 | 米哈游 | ▼ | 17 | 咸鱼之王 | Hortor Games | ▲ |
| 8 | 金铲铲之战 | 腾讯 | ▼ | 18 | QQ 飞车 | 腾讯 | ▲ |
| 9 | 捕鱼大作战 | 途游 | - | 19 | 穿越火线 | 腾讯 | ▲ |
| 10 | 元梦之星 | 腾讯 | ※ | 20 | 部落冲突 | 腾讯 | ▲ |

资料来源：Sensor Tower，国元证券研究所 注：※为新上榜游戏

游戏厂商出海方面：腾讯重回出海发行商收入排行榜榜首，点点互动、米哈游分别排名第 2、3 位，以上三家也是本月海外营收成功超过 1 亿美元的中国游戏发行商。IM30 旗下《Rise of Empire》以及《Last Shelter》通过在圣诞节假期美国市场的收入增长，帮助发行商排名上升 3 位到第 7，其他 SLG 大厂包括 IGG、友塔游戏、Topwar Studio 以及灵犀互娱同样迎来收入与排名提升。

表 7：2023 年 12 月中国手游发行商出海收入 TOP30（海外 App Store+Google Play）

| 排名 | 厂商 | 排名 | 厂商 |
|----|---------------|----|----------|
| 1 | 腾讯 | 16 | Onefun |
| 2 | 点点互动 | 17 | 宝通科技 |
| 3 | 米哈游 | 18 | MicroFun |
| 4 | 三七互娱 | 19 | Tap4Fun |
| 5 | 莉莉丝 | 20 | 星合互娱 |
| 6 | 壳木游戏 | 21 | 灵犀互娱 |
| 7 | IM30 | 22 | 乐元素 |
| 8 | 沐瞳科技 | 23 | ONEMT |
| 9 | 网易 | 24 | 4399 |
| 10 | IGG | 25 | 智明星通 |
| 11 | Habby | 26 | 冰川网络 |
| 12 | 悠星网络 | 27 | 紫龙游戏 |
| 13 | 友塔游戏 | 28 | SP-Game |
| 14 | Topwar Studio | 29 | 英雄游戏 |
| 15 | 字节跳动 | 30 | 中手游 |

资料来源：Dataai，国元证券研究所

表 8：2023 年 12 月中国出海手机游戏收入 TOP20（海外 App Store+Google Play）

| 序号 | 手游 | 发行商 | 排名变动 | 序号 | 手游 | 发行商 | 排名变动 |
|----|---------------------|---------------|------|----|-----------|--------|------|
| 1 | 寒霜启示录 | 点点互动 | ▲ | 11 | 王国纪元 | IGG | ▲ |
| 2 | PUBG MOBILE | 腾讯 | ▲ | 12 | 荒野行动国际版 | 网易 | - |
| 3 | 原神 | 米哈游 | ▼ | 13 | 最终之战生存 | Onefun | ▲ |
| 4 | 崩坏：星穹铁道 | 米哈游 | ▲ | 14 | 幸存者 io 游戏 | Habby | ▲ |
| 5 | Puzzles & Survivals | 三七互娱 | ▲ | 15 | 三国志战略版 | 灵犀互娱 | ▲ |
| 6 | 起源时代 | 壳木游戏 | ▼ | 16 | 帝国崛起 | IM30 | ▲ |
| 7 | 胜利女神：妮姬 | 腾讯 | ▼ | 17 | 七号堡垒 | IM30 | - |
| 8 | 万国觉醒 | 莉莉丝 | ▲ | 18 | 巅峰极速 | 网易 | ▼ |
| 9 | 无尽对决 | 沐瞳科技 | ▼ | 19 | 龙与纷争 | 莉莉丝 | ▼ |
| 10 | 口袋奇兵 | Topwar Studio | ▲ | 20 | 守望黎明国际服 | IM30 | ▲ |

资料来源：Dataai，国元证券研究所

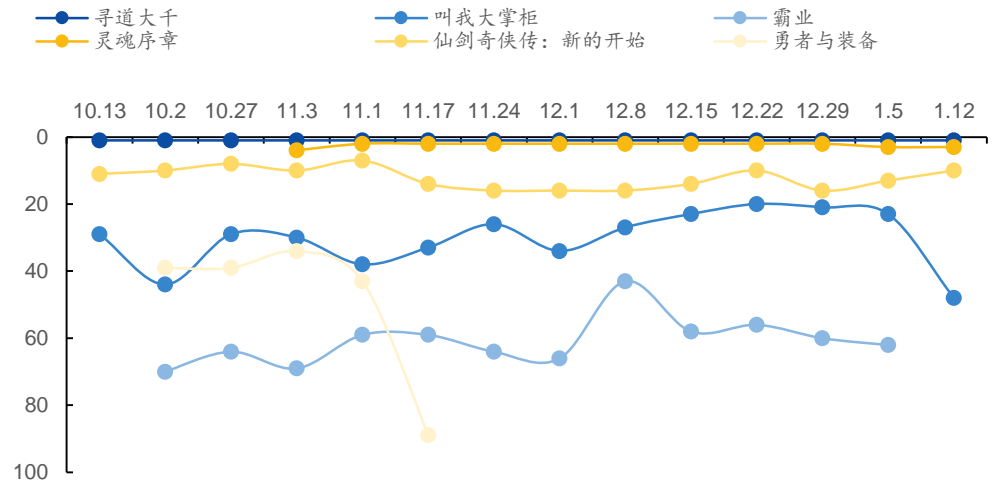
微信小游戏端头部产品排名稳定，重点厂商产品排名呈现上升趋势。微信小游戏畅销榜排名周度变化较小，三七互娱出品的《寻道大千》《灵魂序章》分别蝉联榜单第 1 和第 3，《咸鱼之王》近双周排名稳定在第 2。三七互娱《叫我大掌柜》进入 12 月后排名略有下降。恺英网络的《仙剑奇侠传：新的开始》进入 2024 年后排名回升至 10 名左右。

表 9：周度微信小游戏畅销榜 TOP10

| 排名 | 1.12 | 1.5 | 12.29 |
|----|------------|---------|--------|
| 1 | 寻道大千 | 寻道大千 | 寻道大千 |
| 2 | 咸鱼之王 | 咸鱼之王 | 灵魂序章 |
| 3 | 灵魂序章 | 灵魂序章 | 冒险大作战 |
| 4 | 跃动小子 | 跃动小子 | 咸鱼之王 |
| 5 | 冒险大作战 | 次神：光之觉醒 | 次神光之觉醒 |
| 6 | 侠客梦 | 青云诀之伏魔 | 悦动小子 |
| 7 | 次神：光之觉醒 | 口袋奇兵 | 青龙诀之伏魔 |
| 8 | 三国吧兄弟 | 冒险大作战 | 国王指意 |
| 9 | 青云诀之伏魔 | 三国吧兄弟 | 侠客梦 |
| 10 | 仙剑奇侠传之新的开始 | 道天录 | 小鸡舰队出击 |

资料来源：微信小游戏，国元证券研究所；注：排名选取每周五下午 17：00 时点的排名

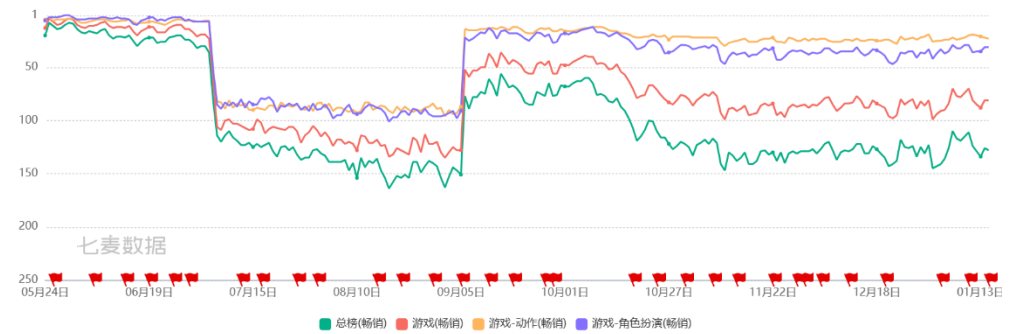
图 6：重点厂商微信小游戏排名变化



资料来源：微信小游戏，国元证券研究所；注：排名选取每周五下午 17:00 左右时点的排名

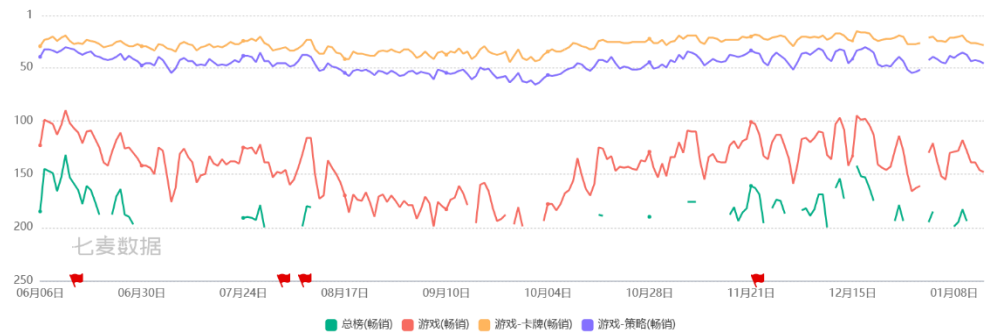
国内重点游戏厂商及产品方面，截止 2024 年 1 月 15 日，三七互娱的《凡人修仙传：人界篇》在去年 5 月刚上线维持在总榜 50 名以内，9 月新活动开启后，总榜排名稳定在 50-100 名区间，10 月后略有下滑，细分动作和角色扮演畅销榜在 50 名以内；《霸业》排名比较稳定，在卡牌和策略细分品类畅销榜排名 50 名左右。海外成熟产品《Puzzles & Survival》在美国市场的角色扮演和策略细分榜单稳定在头部，游戏畅销榜排名维持在 40 名以内，2024 年开年更新新版本后排名略有提升。

图 7：《凡人修仙传：人界篇》ios 游戏畅销榜排名



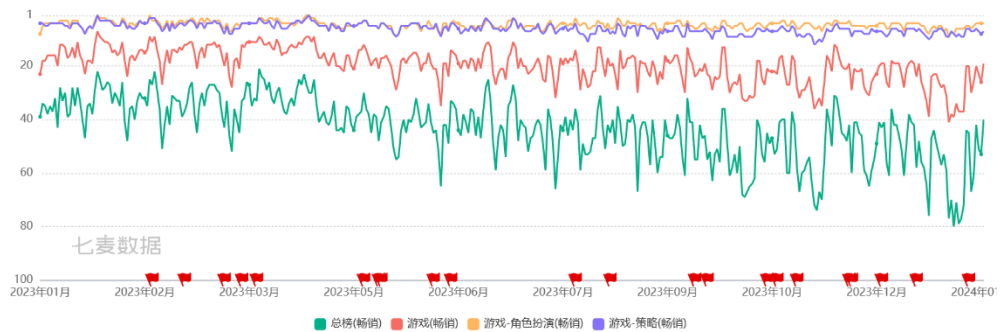
资料来源：七麦数据，国元证券研究所

图 8:《霸业》ios 游戏畅销榜排名



资料来源：七麦数据，国元证券研究所

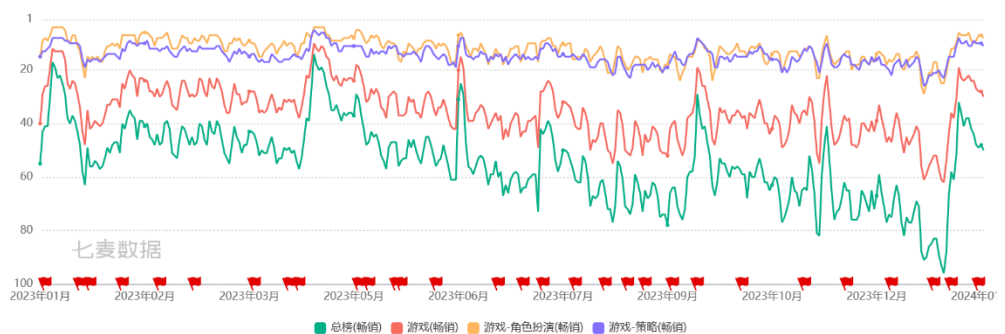
图 9:《Puzzles & Survival》ios 游戏畅销榜排名（美国）



资料来源：七麦数据，国元证券研究所

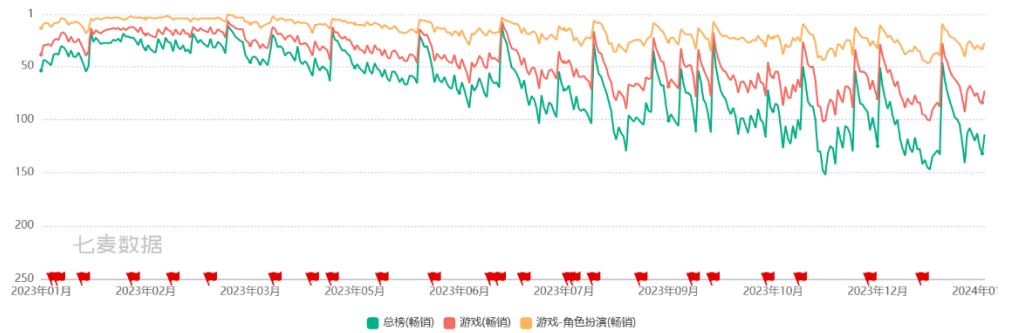
吉比特核心产品《问道》表现较为稳定，在角色扮演和策略细分榜单位列前 20，游戏总榜也维持在 40 名上下，2023 年底至 2024 年初，新活动推出带动游戏排名明显提升，游戏畅销榜提升至 20 名左右；《一念逍遥》排名波动幅度较 23 年初变大，整体排名受版本更新影响明显。

图 10:《问道》ios 游戏畅销榜排名



资料来源：七麦数据，国元证券研究所

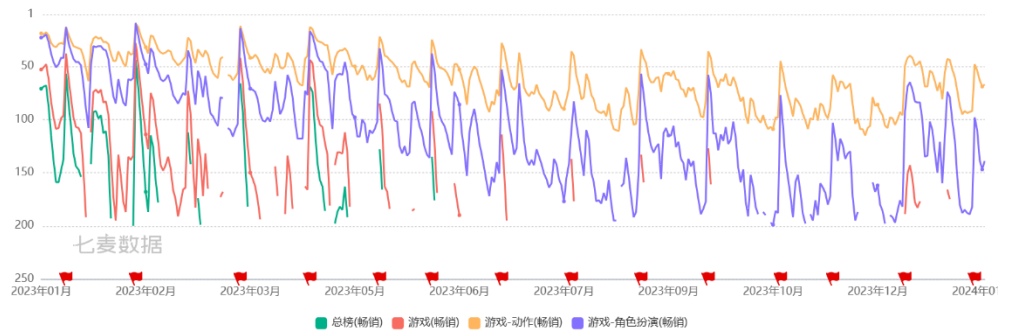
图 11: 《一念逍遥》ios 游戏畅销榜排名



资料来源：七麦数据，国元证券研究所

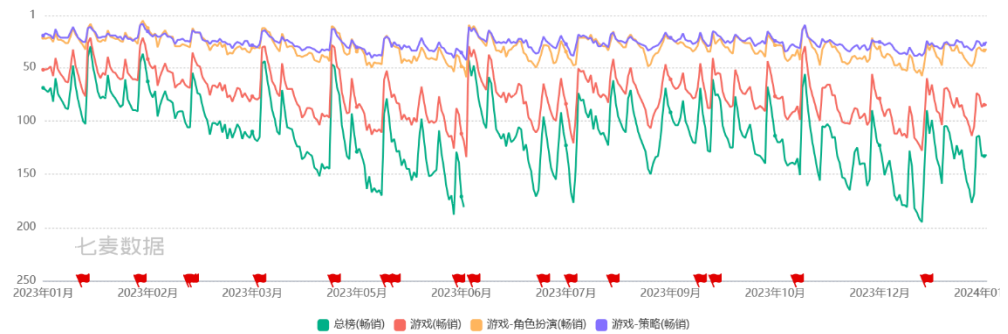
完美世界方面，成熟游戏《幻塔》和《梦幻新诛仙》持续发力，《幻塔》在总榜及细分品类畅销榜总体稳定，伴随不同版本更新排名有所提升，《梦幻新诛仙》排名维持得更为稳定，在角色扮演和策略两个细分品类畅销榜稳定 50 名以内。2023 年上线新游《天龙八部 2》表现随上线时间推进排名的波动有所增加，2023 年 11 月后排名波动幅度减小。

图 12: 《幻塔》ios 游戏畅销榜排名



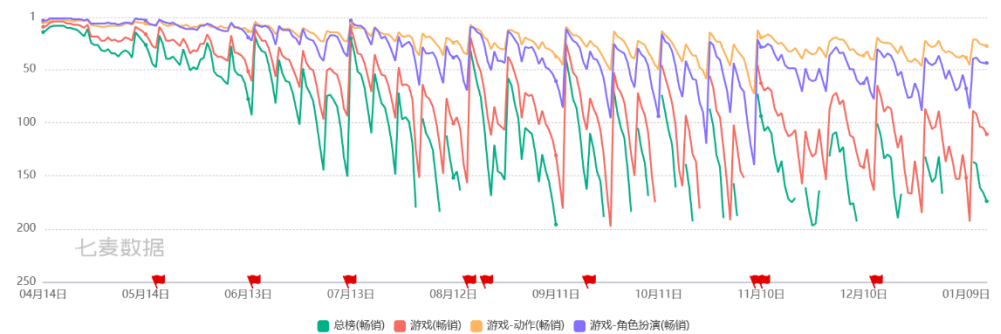
资料来源：七麦数据，国元证券研究所

图 13:《梦幻新诛仙》ios 游戏畅销榜排名



资料来源：七麦数据，国元证券研究所

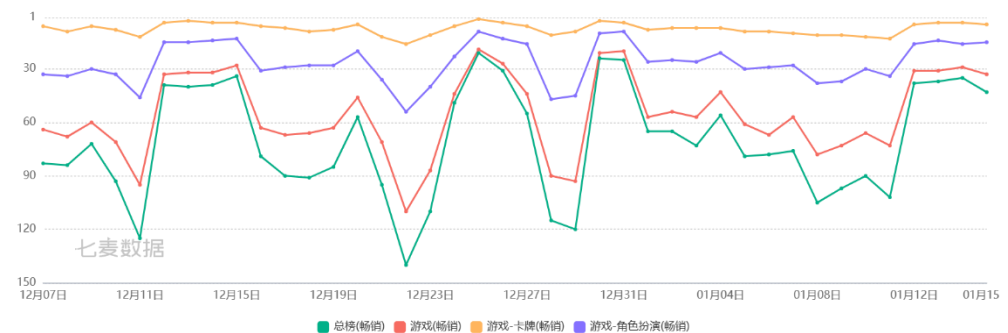
图 14:《天龙八部 2》ios 游戏畅销榜排名



资料来源：七麦数据，国元证券研究所

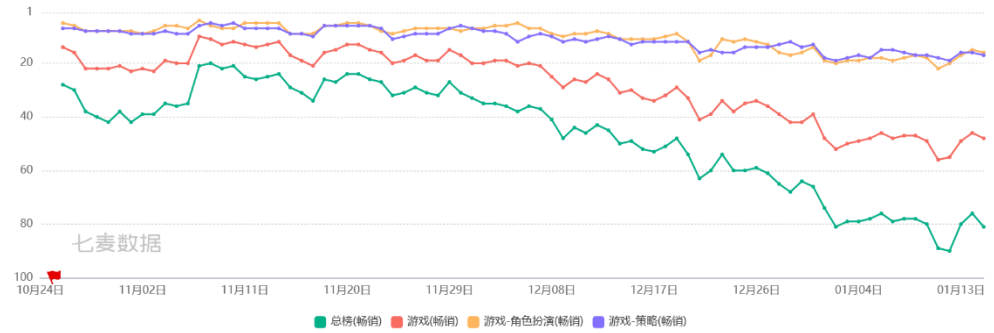
恺英网络成熟游戏运营稳健，《新倚天屠龙记》于 11 月 7 日上线海外版本，在中国香港地区卡牌游戏畅销榜排名前十。经典 IP 新游《石器时代：觉醒》上线后在 IOS 端畅销榜排名靠前，角色扮演和策略类排名前 20，表现较为优秀。

图 15:《新倚天屠龙记》ios 游戏畅销榜排名（中国香港）



资料来源：七麦数据，国元证券研究所

图 16: 《石器时代: 觉醒》ios 游戏畅销榜排名



资料来源: 七麦数据, 国元证券研究所

3.2 新游进展

未来双周重点上线游戏表现及待上线游戏进度: 恺英网络自研《仙剑奇侠传: 新的开始》将于 1.26 上线; 吉比特代理《神州千食舫》定档 1.30; 完美世界自研《一拳超人: 世界》或将于 1.31 上线海外。2024 年 1 月下半月游戏供给充足, 重点产品陆续上线, 为游戏市场维持持续增长提供支撑。

表 10: 未来双周上线新游

| 游戏 | 类型 | 研发商 | 发行商 | 上线时间 |
|-------------|------------|--------|----------------|---------------------|
| 忆游十三道 | 仙侠/放置/角色扮演 | 掌游趣玩 | | 2024. 1. 16 |
| 龙与家园: 时光 | 沙盘/建造/MMO | 广州虎牙信息 | | 2024. 1. 18 |
| 机甲战队 | 射击/机甲 | 乐逗游戏 | Pixonix LLC | 2024. 1. 18 |
| 恋与深空 | 乙女/养成 | 叠纸游戏 | 叠纸游戏 | 2024. 1. 18 |
| 众神派对 | 策略/卡牌 | 莉莉丝 | | 2024. 1. 18 |
| 无间梦境-纸嫁衣 6 | 解谜/剧情 | 星驰互娱 | HeartBeat Plus | 2024. 1. 19 |
| 果宝无双 | 格斗/冒险 | 四三九九网络 | | 2024. 1. 23 |
| 冒险岛: 联盟的意志 | 冒险/复古/社交 | 冒险岛工作室 | 冒险岛工作室 | 2024. 1. 23 |
| 刃心 2 | 动作/放置 | 青瓷数码 | 黑脉游戏 | 2024. 1. 25 |
| 锦鱼图 | 剧情/解谜 | 四三九九网络 | 游亚科技 | 2024. 1. 25 |
| 仙剑奇侠传: 新的开始 | 仙侠/剧情 | 恺英网络 | 恺英网络 | 2023. 1. 26 |
| 神州千食舫 | 养成/中国风 | 北京魂宇科技 | 吉比特 | 2024. 1. 30 |
| 一拳超人: 世界 | 动作/卡通 | 完美世界 | 完美世界 | 2024. 1. 31 (海外) |

资料来源: 游资网、Gamelook、好快游爆, 国元证券研究所

3.3 重点游戏厂商储备产品情况

表 11: 三七互娱主要储备产品

| 序号 | 游戏名称 | 客户端 | 游戏类型 | 自研/代理 | 版本号 | 上线地区 |
|----|-------------------|-----|---------------------|-------|-----|------|
| 1 | 代号龙骑士 | 移动 | 日式 Q 版 MMORPG | 代理 | 否 | 境内 |
| 2 | 洪荒异兽录 | 移动 | 修仙题材 MMORPG | 代理 | 是 | 境内 |
| 3 | 离火之境 | 移动 | 东方玄幻 MMORPG | 代理 | 是 | 境内 |
| 4 | 万乘之国 | 移动 | 多文明题材 SLG | 代理 | 是 | 境内 |
| 5 | 故土与新世界 | 移动 | 魔幻 Q 版 SLG | 代理 | 是 | 境内 |
| 6 | 代号二次元 ZQ | 移动 | 东方玄幻卡牌 | 代理 | 否 | 境内 |
| 7 | 金牌合伙人 | 移动 | 商业题材模拟经营 | 代理 | 是 | 境内 |
| 8 | Mecha Domination | 移动 | 巨兽题材 SLG | 代理 | 否 | 境外 |
| 9 | Bugtopia | 移动 | 昆虫题材 SLG | 代理 | 否 | 境外 |
| 10 | Yes Your Highness | 移动 | 中世纪题材模拟经营 | 代理 | 否 | 境外 |
| 11 | 代号琉璃 | 移动 | 古风题材模拟经营 | 代理 | 否 | 境外 |
| 12 | 代号休闲 | 移动 | 现代度假村休闲游戏 | 代理 | 否 | 境外 |
| 13 | 失落之门: 序章 | 移动 | 西方魔幻 MMORPG | 自研 | 是 | 全球 |
| 14 | 空之勇者 | 移动 | Q 版 3D 异世界冒险 MMORPG | 自研 | 是 | 全球 |
| 15 | 代号斗罗 MMO | 移动 | 国漫东方玄幻 MMORPG | 自研 | 否 | 全球 |
| 16 | 代号战歌 M | 移动 | 西方魔幻 MMORPG | 自研 | 否 | 全球 |
| 17 | 代号正奇 SLG | 移动 | 写实三国 SLG | 自研 | 否 | 全球 |
| 18 | 代号休闲 SLG | 移动 | Q 版战争 SLG | 自研 | 否 | 全球 |
| 19 | 代号 G2N | 移动 | 写实欧洲中世纪 SLG | 自研 | 否 | 全球 |
| 20 | 龙与爱丽丝 | 移动 | 神话题材卡牌 | 自研 | 是 | 全球 |
| 21 | 代号 RR | 移动 | Q 版西方魔幻 | 自研 | 否 | 全球 |
| 22 | 代号小游戏 A | 移动 | Q 版东方玄幻 | 自研 | 否 | 全球 |
| 23 | 代号小游戏 B | 移动 | Q 版东方玄幻 | 自研 | 否 | 全球 |
| 24 | 代号小游戏 C | 移动 | 写实西方魔幻 | 自研 | 否 | 全球 |
| 25 | 曙光计划 | 移动 | 未来科技 MMORPG | 代理 | 是 | 全球 |
| 26 | 诸神黄昏: 征服 | 移动 | 西方魔幻 MMORPG | 代理 | 是 | 全球 |
| 27 | 平行轨迹 | 移动 | 未来都市 MMORPG | 代理 | 是 | 全球 |
| 28 | 原野传说: 史前万年 | 移动 | 史前文明 SLG | 代理 | 是 | 全球 |
| 29 | 失落星环 | 移动 | 星际题材卡牌 | 代理 | 是 | 全球 |

资料来源: 公司公告, 好快爆游, 国元证券研究所

表 12: 吉比特主要储备产品

| 序号 | 游戏名称 | 客户端 | 游戏类型 | 自研/代理 | 版本号 | 上线地区 | 预计上线时间 |
|----|-------------------|-----|---------------|-------|-----|-----------|-------------|
| | 勇者与装备 (代号) | | | | | | |
| 1 | BUG) | 移动 | 西幻题材放置类 | 自研 | 是 | 全球 | |
| | Outpost: Infinity | | | | | | |
| 2 | Siege (重装前哨) | 客户端 | 第一人称射击类端游 | 自研 | 否 | 港澳台及海外地区 | 2024Q1 |
| 3 | 超喵星计划 | 移动 | 3D 捏猫抽卡养成类 | 自研 | 是 | - | 2024 年上半年 |
| 4 | 最强城堡 | 移动 | 策略塔防类 | 自研 | 是 | 全球 | 未确定 |
| 5 | 原点 (代号) | 移动 | 西幻题材放置卡牌 | 自研 | 否 | 全球 | 未确定 |
| | | | | | | 中国大陆及港澳台、 | |
| 6 | M88 (代号) | 移动 | 魔幻题材放置养成类 | 自研 | 否 | 日韩地区 | 2024 年 (境外) |
| | | | | | | 中国大陆及港澳台、 | |
| 7 | M72 (代号) | 移动 | 放置挂机修仙游戏 | 自研 | 否 | 东南亚地区 | 未确定 |
| 8 | M11 (代号) | 移动 | 西幻题材放置挂机 | 自研 | 否 | 全球 | 未确定 |
| 9 | Beast Planet | 移动 | 异兽题材生存策略 | 代理 | 否 | 海外地区 | 未确定 |
| | | | | | | 中国大陆及港澳台地 | |
| 10 | Project S (代号) | 移动 | Roguelike、SLG | 代理 | 否 | 区 | 未确定 |
| | | | | | | 中国大陆及港澳 | |
| 11 | 神州千食舫 | 移动 | 模拟经营类 | 代理 | 是 | 台、东南亚地区 | 2024. 1. 30 |

资料来源: 公司公告, 国元证券研究所 注:《神州千食舫》将于双周内上线

表 13: 完美世界主要储备产品

| 序号 | 游戏名称 | 客户端 | 游戏类型 | 自研/代理 | 版本号 |
|----|-------------------|--------|------|-------|-----|
| 1 | 一拳超人: 世界 | 移动 | RPG | 自研 | 是 |
| 2 | 女神异闻录: 夜幕魅影 | 移动 | JRPG | 自研 | 是 |
| 3 | 乖离性百万亚瑟王: 环 | 移动 | 策略卡牌 | 自研 | 否 |
| 4 | 淡墨水云乡 | 移动 | 模拟经营 | 自研 | 是 |
| 5 | 神魔大陆 2 | 移动 | 西方魔幻 | 自研 | 是 |
| 6 | 诛仙 2 | 移动、客户端 | MMO | 自研 | 是 |
| 7 | Perfect New World | 客户端 | MMO | 自研 | 否 |
| 8 | 诛仙世界 | 客户端 | MMO | 自研 | 是 |

资料来源: 公司公告, 公司公众号, 国元证券研究所 注:《一拳超人: 世界》将于双周内在海外上线

表 14：恺英网络主要储备产品

| 序号 | 游戏名称 | 客户端 | 游戏类型 | 版号 | 预计上线时间 |
|----|---------------------|--------|----------|----|-----------------|
| 1 | 仙剑奇侠传：新的开始 | 移动 | MMORPG | 是 | 2024. 1. 26 |
| 2 | VR 游戏 | 移动 | VR/机甲 | 是 | |
| 3 | 龙腾传奇 | 移动 | RPG | 是 | |
| 4 | 妖怪正传 2 | 移动 | RPG/卡牌 | 是 | 2023Q4 或 2024Q1 |
| 5 | 归隐山居图 | 移动 | 卡牌/休闲 | 是 | |
| 6 | Rogue Planet | 移动 | 卡牌/休闲/放置 | | |
| 7 | 临仙 | 移动 | 竞技/养成 | 是 | 2024H1 |
| 8 | 代号：信长 | 移动 | SLG | | |
| 9 | 山海浮梦录 | 移动 | 卡牌 | 是 | |
| 10 | 演灭 Evotinction | 主机/客户端 | 战术/模拟 | | 2024 年 Q1 |
| 11 | 代号：转生史莱姆 | | | | |
| 12 | 代号：XW | 移动 | 养成/竞技 | | |
| 13 | 古怪的小鸡 | 移动、网页 | | 是 | |
| 14 | 死神 bleach 千年血战篇手游 | 移动 | | | |
| 15 | 奥特曼 | 移动 | 动作、3D | | |
| 16 | Aquaman | | | | |
| 17 | 蒸汽堡垒 | | | | |
| 18 | Magic Funfair | 移动 | 三消、休闲 | | |
| 19 | Space Nation Online | | Web3、NFT | | 2024 年 Q3-Q4 |
| 20 | 代号：福音 | 全端 | 二次元、动作 | | 2025 年 |
| 21 | 斗罗大陆·诛邪传说 | 移动 | RPG | 是 | |
| 22 | 代号：盗墓 | 移动 | ARPG | | |

资料来源：公司公众号，国元证券研究所 注：《仙剑奇侠传：新的开始》将于双周内上线

表 15：腾讯游戏主要储备产品

| 序号 | 游戏名称 | 客户端 | 游戏类型 | 代理/自研 | 版本号 | 预计上线时间 |
|----|---------------------|--------|----------|-------|-----|--------|
| 1 | 代号：破晓 | 移动 | 动作 | 自研 | 是 | |
| 2 | 二之国：交错世界 | 移动 | MMORPG | 代理 | 是 | |
| 3 | EA SPORTS FC | 移动 | 体育、足球 | 代理 | 否 | 2024 年 |
| 4 | 舞动极光 | TV/移动 | 体感 | 自研 | | |
| 5 | 大航海时代：海上霸主 | 移动 | SLG | 代理 | 是 | |
| 6 | 创造吧！我们的星球 | 移动 | 开放世界、沙盒 | 代理 | 是 | |
| 7 | 王者荣耀：世界 | | 开放世界 | | 否 | |
| 8 | 无畏契约 | 移动 | 战术、射击 | 代理 | 是 | |
| 9 | 三角洲行动 | 客户端 移动 | 战术、射击、生存 | 自研 | 是 | 2024 年 |
| 10 | 怪物猎人 | 移动 | | | | |
| 11 | 刺客信条 | 移动 | | | | |
| 12 | 航海王 | 移动 | | | | |
| 13 | 夜莺 | 客户端 | 生存、开放世界 | | 否 | |
| 14 | Last Sentinel-最后的哨兵 | 客户端 | 开放世界 | 自研 | | |
| 15 | 全境封锁：曙光 | 移动 | 射击 | | 是 | 2024 年 |
| 16 | 塔瑞斯世界 | 移动 | MMORPG | 代理 | 否 | |

资料来源：2023 腾讯游戏发布会，国元证券研究所

表 16：网易游戏主要储备产品

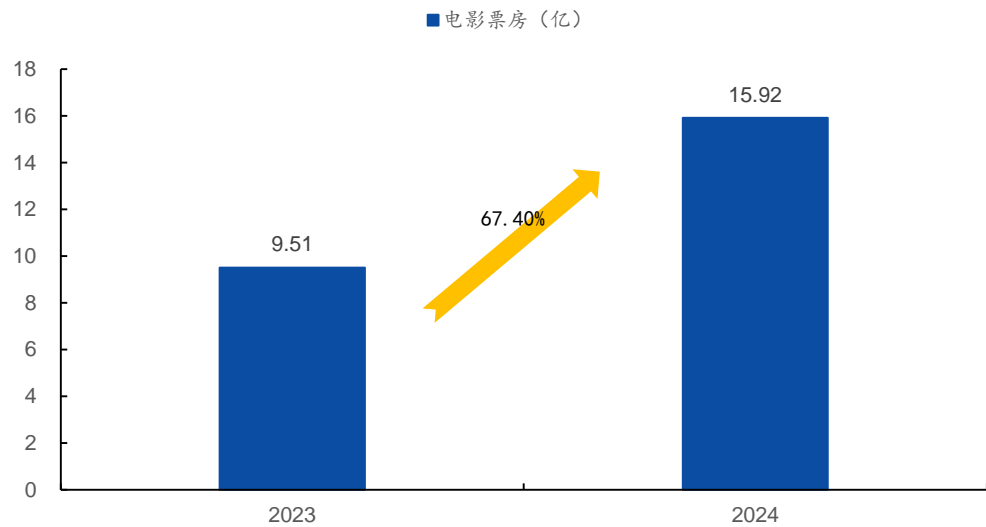
| 序号 | 游戏名称 | 客户端 | 游戏类型 | 代理/自研 | 版号 |
|----|---------------------------|--------|---------------|-------|----|
| 1 | 射雕-武侠大世界 | 移动 | MMORPG | 自研 | 是 |
| 2 | 九畿：歧风之旅 | 移动 | RPG | 自研 | 是 |
| 3 | 突袭：暗影传说 | 移动 | 西方魔幻 RPG | 代理 | 是 |
| 4 | 零号任务 | 移动 | 追猎 | 自研 | 是 |
| 5 | 代号：无限大 | 移动 | 二次元/开放世界 | 自研 | 否 |
| 6 | 幻想生活 | 移动 | RPG | 代理 | 有 |
| 7 | 劲乐团：全民派对 | 移动 | 音游 | 代理 | 有 |
| 8 | 七日世界 | 移动、客户端 | 开放世界/生存 | 自研 | 有 |
| 9 | 燕云十六声 | 移动、客户端 | 开放世界/武侠 | 自研 | 有 |
| 10 | 指环王：纷争 | 移动 | SLG | 合研 | 有 |
| 11 | 世界之外 | 移动 | 无限流言情 | 自研 | 是 |
| 12 | 代号：ATLAS | 移动 | 开放世界/沙盒/射击 | 自研 | 否 |
| 13 | 永劫无间手游 | 移动 | 多人动作竞技 | 自研 | 否 |
| 14 | 暂时叫它：天字七六 | 移动 | 箱庭/二次元/动作 RPG | 自研 | 否 |
| 15 | 萤火突击 | 移动 | 生存夺金 | 自研 | 否 |
| 16 | 阴阳百鬼物语 GO | 移动 | AR 手游 | 自研 | 否 |
| 17 | Frostpunk: Beyond the Ice | 移动 | SLG | 合研 | 否 |
| 18 | Project: BloodStrike | 移动 | 大逃杀/射击 | 自研 | 否 |
| 19 | 代号 56 | 移动/客户端 | FPS | 自研 | 否 |
| 20 | 龙之灵域 | 移动 | 魔幻/MMO | 自研 | 是 |

资料来源：网易 520 发布会，国元证券研究所

4. 影视：近双周票房同比高增，春节档影片陆续定档

2024 年首个双周（2024.1.1-2024.1.15，下同）国内总票房 15.92 亿元，优质供片质量提振观影情绪。伴随线下活动逐渐复苏，影视院线市场逐步回暖，2023 年元旦档总票房为 15.36 亿元，同比增长 176.55%，较 2019 年同期增加 50.44%，创历史新高。伴随春节假期临近，线下人流的活跃带动电影市场整体回暖，目前已有 6 部影片定档春节档，包含关注度较高的《热辣滚烫》、《第二十条》等优质影片的供应有望提振整体观影情绪，电影票房有望迎来新的增长。

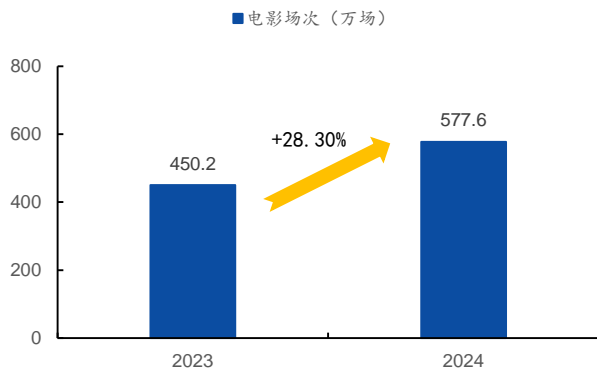
图 17：近双周票房数据及去年同期对比（亿元）



资料来源：猫眼专业版，国元证券研究所

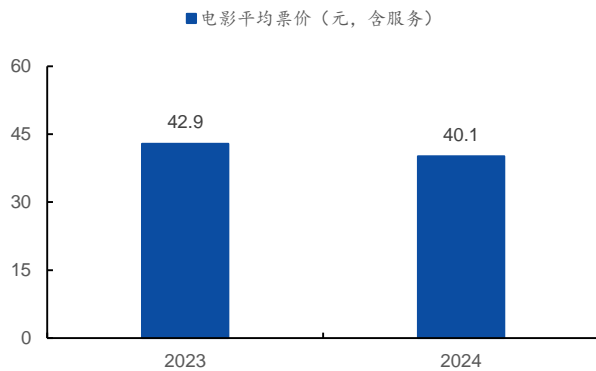
近双周放映场次较去年同期增加 28.30%，人均票价略有下降。近双周国内院线总上映场次 577.6 万场，较去年同期提升 28.30%，期间人均票价为 40.1 元，较去年 42.9 元略降 2.8 元。

图 18：近双周放映场次对比



资料来源：猫眼专业版，国元证券研究所

图 19：近双周人均票价对比（元）



资料来源：猫眼专业版，国元证券研究所

近双周整体票房分布集中在头部影片，票房冠军《年会不能停!》票房 5.61 亿元，占比双周总票房 35.2%，第二三名分别为《金手指》(票房 2.56 亿元，占比 16.0%)、《潜行》(票房 1.57 亿元，占比 9.8%)。

表 17: 近双周票房 TOP5 影片

| 排名 | 电影名 | 双周总票房 (亿元) | 双周占比 (%) | 上映日期 | 观影人次 (万人) |
|----|---------|------------|----------|------------|-----------|
| 1 | 年会不能停! | 5.61 | 35.2% | 2023.12.29 | 1412.7 |
| 2 | 金手指 | 2.56 | 16.0% | 2023.12.30 | 627.7 |
| 3 | 潜行 | 1.57 | 9.8% | 2023.12.29 | 402.7 |
| 4 | 一闪一闪亮星星 | 1.28 | 8.0% | 2023.12.30 | 326.9 |
| 5 | 三大队 | 0.95 | 5.9% | 2023.12.15 | 225.7 |

资料来源: 国元证券研究所 注: 票房中包含服务费

春节档影片供给持续扩充, 已有 6 部影片定档。截至 1 月 18 日, 有 6 部影片定档春节档, 贾玲导演的《热辣滚烫》、张艺谋导演的《第二十条》和韩寒导演的《飞驰人生 2》在近双周内相继官宣定档。供给端看, 春节档作为年内最火热的档期之一, 影片供给持续扩充, 现阶段已定档影片猫眼想看人数均过万, 期待在优质供给下的春节档票房表现。

表 18: 春节档定档影片

| 影片名 | 类型 | 出品方 | 导演-主演 | 上映时间 |
|----------|----------|--|----------------|-----------|
| 热辣滚烫 | 喜剧/剧情 | 新丽传媒集团、中国电影股份、阿里巴巴影业(北京)、天津阅文影视文化传媒、三亚市文艺小红文化传媒有限公司、北京骑小马文化传媒、上海腾讯企鹅影视文化传播 | 贾玲-贾玲、雷佳音、张小斐 | 2024.2.10 |
| 第二十条 | 剧情/喜剧/家庭 | 北京光线影业 | 张艺谋-雷佳音、马丽、赵丽颖 | 2024.2.10 |
| 熊出没·逆转时空 | 动画/喜剧/科幻 | 华强方特(深圳)动漫、浙江横店影视、中国电影股份、天津猫眼微影文化传媒、万达电影股份、霍尔果斯联瑞木马影视传媒、上海儒意影视制作 | 林汇达-张秉君、张伟、谭笑 | 2024.2.10 |
| 飞驰人生 2 | 喜剧/剧情 | 上海亭东影业、上海淘票票影视文化、天津猫眼微影文化传媒、北京博纳影业集团、中国电影股份、浙江开心麻花影业、浙江横店影视、上海电影(集团)、上海儒意影视制作 | 韩寒-沈腾、范丞丞、尹正 | 2024.2.10 |
| 红毯先生 | 剧情/喜剧 | 上海欢十喜文化、欢喜传媒集团、北京欢喜首映文化、坏猴子(上海)文化传播、北京欢十喜文化传媒、欢欢喜喜(天津)文化投资、台州欢喜文化投资、海南如日方升影视文化传播、梦造者娱乐、上海笨小孩影视文化传媒 | 宁浩-刘德华、单立文、玛席丹 | 2024.2.10 |
| 我们一起摇太阳 | 爱情/剧情/家庭 | | 韩延-彭昱畅、李庚希、徐帆 | 2024.2.10 |

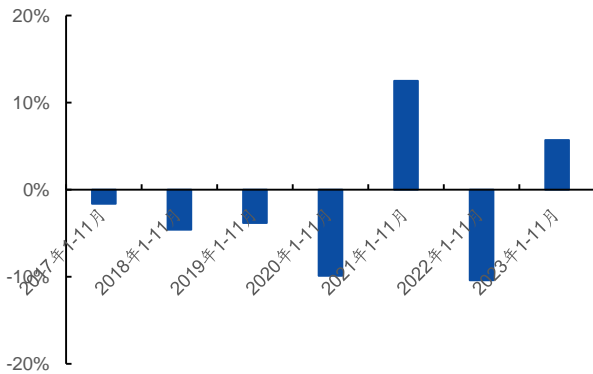
资料来源: 猫眼专业版, 国元证券研究所

5.广告营销：2023 年 11 月广告市场花费同比上涨 7.1%

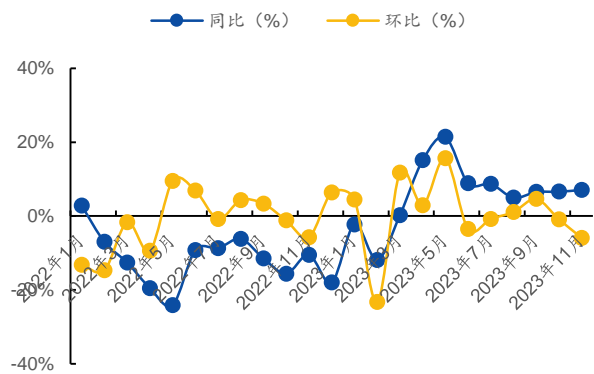
2023 年 1-11 月广告市场同比上涨 5.7%，11 月广告市场花费同比上涨 7.1%；月度花费环比下跌 5.9%。2023 年 3 月开始，市场整体广告花费规模同比均呈现正增长，说明广告主的投放意愿较 2022 年改善相对明显。

图 20：23 年 1-11 月广告花费同比变化 (%)

图 21：广告花费月度同比及环比变化 (%)



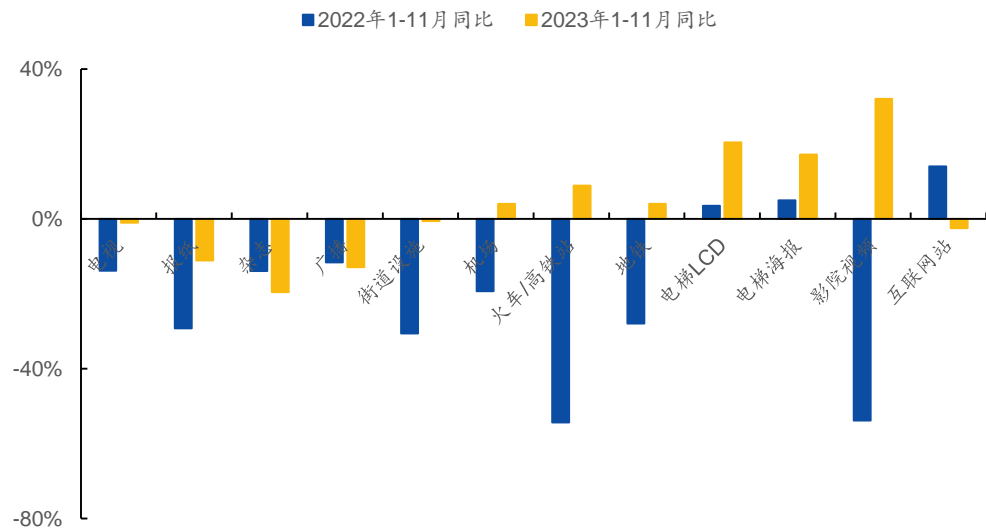
资料来源：CTR，国元证券研究所



资料来源：CTR，国元证券研究所

分广告渠道看，影视视频渠道回复态势明显。2023 年 1-11 月，影院视频、电梯 LCD 和电梯海报月度花费同比分别上涨 32.0%、20.4%和 17.2%；机场、地铁和火车/高铁站广告呈现个位数的增长；电视和互联网站月度花费分别微跌 1.0%和 2.5%。

图 22：2023 年 1-11 月广告渠道花费同比变化 (%)

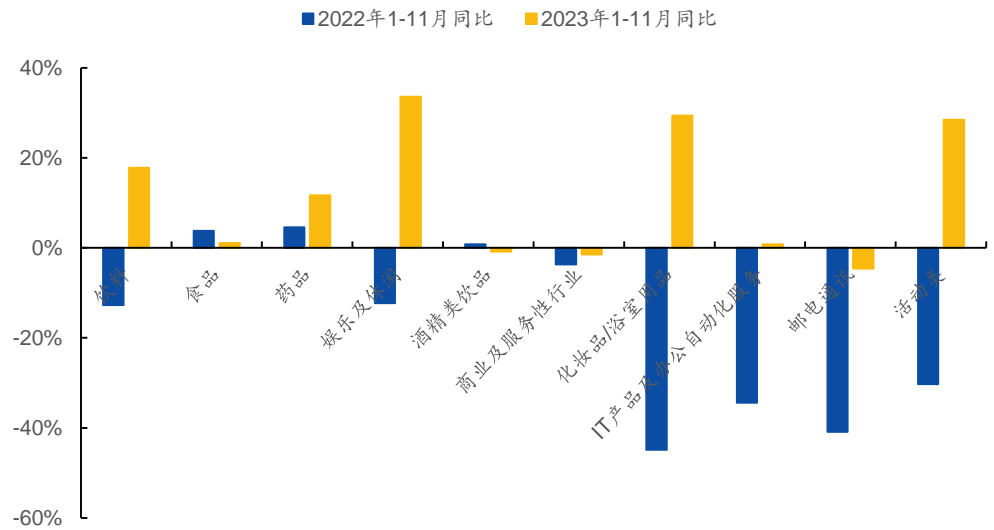


资料来源：CTR，国元证券研究所

2023 年 1-11 月，饮料、食品、酒精类饮品等快消品行业保持着较大的投放体量，广告花费同比分别为 17.8%、1.1%和-0.8%。娱乐及休闲、化妆品/浴室用品、活动类、IT 产品及办公自动化服务行业重现正增长，同比分别上涨 33.6%、29.4%、28.5%、

0.8%。

图 23: 按品类(大类)区分广告花费同比变化(%)



资料来源: CTR, 国元证券研究所

从广告花费品牌榜单看, 前 20 名中, 饮料行业品牌较多, 排名前三的品牌分别为伊利、农夫山泉、陈李济, 1-11 月广告花费分别同比+1.1%/+670.5%/-3.2%, 前 20 名的品牌中, 小猿新上榜, 德佑及外星人 1-11 月广告花费同比去年增长 10 倍以上。

表 19: 广告花费品牌榜单

| 排名 | 品牌 | 1-11 月同比变化 | 排名 | 品牌 | 1-11 月同比变化 |
|----|------|------------|----|------|------------|
| 1 | 伊利 | 1.1% | 11 | 超视立 | 62.8% |
| 2 | 农夫山泉 | 670.5% | 12 | 同溢堂 | -4.4% |
| 3 | 陈李济 | -3.2% | 13 | 蒙牛 | -36.6% |
| 4 | 易开得 | 306.8% | 14 | 曹清华 | 47.9% |
| 5 | 飞鹤 | 135.0% | 15 | 蒙奇 | -1.5% |
| 6 | 养无极 | 67.8% | 16 | 变通 | 328.5% |
| 7 | 小猿 | New | 17 | 天草 | -0.8% |
| 8 | 君乐宝 | -30.9% | 18 | 妙可蓝多 | -51.9% |
| 9 | 汤臣倍健 | 36.5% | 19 | 蔓迪 | 116.6% |
| 10 | 德佑 | >1000% | 20 | 外星人 | >1000% |

资料来源: CTR, 国元证券研究所

6.重点公司公告

表 20：重点公司公告

| 证券代码 | 公司简称 | 事件类型 | 事件日期 | 事件摘要 |
|-----------|------|------|----------|--|
| 300002.SZ | 神州泰岳 | 业绩预告 | 20240110 | 公司发布 2023 年度业绩预增公告。2023 年, 预计实现归属于上市公司股东的净利润为 8.3 亿元-9.3 亿元, 较上年同期增长 53.17% - 71.62%; 实现扣除非经常性损益后的净利润 7.7 亿元-8.7 亿元, 比上年同期增长: 73.03% - 95.51%。 |

资料来源: Wind, 国元证券研究所

7.投资建议

人工智能板块方面, 算力及模型工具持续迭代升级, AI 多模态模型不断突破, OpenAI 正式发布 GPT Store, 以及苹果 Vision Pro 预售开启, 有望催化内容生态持续完善, 积极关注下游应用催化以及国内映射。

游戏板块方面, 1 月恺英网络《仙剑奇侠传: 新的开始》、吉比特《神州千食舫》、完美世界《一拳超人: 世界》(海外) 等多款产品陆续上线, 供给端产品周期表现稳定。前期草案影响逐步消化落地, 主流媒体发声预期回暖, 同时各家游戏公司进行回购稳定市场信心, 目前板块估值处于低位, 建议积极关注板块估值修复机会。

影视板块方面, 元旦档创下同档期票房新高, 春节档目前重点影片包括《热辣滚烫》、《第二十条》、《飞驰人生 2》等 6 部陆续定档, 优质内容供给有望带动票房增长, 叠加 AI 多模态发展催化, 积极关注院线板块机会。

看好 AI 技术升级、MR 硬件迭代主线下新应用的落地, 细分领域关注数据要素以及小游戏、短剧等新渠道和新内容形式带来的增量机会, 维持行业“推荐”评级。积极关注吉比特、完美世界、恺英网络、姚记科技、宝通科技、浙数文化、神州泰岳、巨人网络、盛天网络、昆仑万维、掌趣科技、视觉中国、芒果超媒、锋尚文化、中文在线、横店影视、光线传媒、中国电影、上海电影、行动教育等。

8.风险提示

产品表现不及预期风险、宏观经济不及预期风险、政策监管趋严风险、行业竞争加剧风险。

投资评级说明:

| (1) 公司评级定义 | | (2) 行业评级定义 | |
|------------|---------------------------------|------------|--------------------------------|
| 买入 | 预计未来 6 个月内, 股价涨跌幅优于上证指数 20%以上 | 推荐 | 预计未来 6 个月内, 行业指数表现优于市场指数 10%以上 |
| 增持 | 预计未来 6 个月内, 股价涨跌幅优于上证指数 5-20%之间 | 中性 | 预计未来 6 个月内, 行业指数表现介于市场指数±10%之间 |
| 持有 | 预计未来 6 个月内, 股价涨跌幅介于上证指数±5%之间 | 回避 | 预计未来 6 个月内, 行业指数表现劣于市场指数 10%以上 |
| 卖出 | 预计未来 6 个月内, 股价涨跌幅劣于上证指数 5%以上 | | |

分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力, 以勤勉的职业态度, 独立、客观地出具本报告。本人承诺报告所采用的数据均来自合规渠道, 分析逻辑基于作者的职业操守和专业能力, 本报告清晰准确地反映了本人的研究观点并通过合理判断得出结论, 结论不受任何第三方的授意、影响。

证券投资咨询业务的说明

根据中国证监会颁发的《经营证券业务许可证》(Z23834000), 国元证券股份有限公司具备中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。证券投资咨询业务是指取得监管部门颁发的相关资格的机构及其咨询人员为证券投资者或客户提供证券投资的相关信息、分析、预测或建议, 并直接或间接收取服务费用的活动。证券研究报告是证券投资咨询业务的一种基本形式, 指证券公司、证券投资咨询机构对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析, 形成证券估值、投资评级等投资分析意见, 制作证券研究报告, 并向客户发布的行为。

一般性声明

本报告由国元证券股份有限公司(以下简称“本公司”)在中国境内(香港、澳门、台湾除外)发布, 仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。若国元证券以外的金融机构或任何第三方机构发送本报告, 则由该金融机构或第三方机构独自为此发送行为负责。本报告不构成国元证券向发送本报告的金融机构或第三方机构之客户提供的投资建议, 国元证券及其员工亦不为上述金融机构或第三方机构之客户因使用本报告或报告载述的内容引起的直接或间接损失承担任何责任。本报告是基于本公司认为可靠的已公开信息, 但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。本报告所载的信息、资料、分析工具、意见及推测只提供给客户作参考之用, 并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的投资建议或要约邀请。本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。在不同时期, 本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。本公司建议客户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。在法律许可的情况下, 本公司及其所属关联机构可能会持有本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投资银行业务服务或其他服务。

免责条款

本报告是为特定客户和其他专业人士提供的参考资料。文中所有内容均代表个人观点。本公司力求报告内容的准确可靠, 但并不对报告内容及所引用资料的准确性和完整性作出任何承诺和保证。本公司不会承担因使用本报告而产生的法律责任。本报告版权归国元证券所有, 未经授权不得复印、转发或向特定读者群以外的人士传阅, 如需引用或转载本报告, 务必与本公司研究所联系。 网址: www.gyzq.com.cn

国元证券研究所

| 合肥 | 上海 |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| 地址: 安徽省合肥市梅山路 18 号安徽国际金融中心 A 座国元证券 | 地址: 上海市浦东新区民生路 1199 号证大五道口广场 16 楼国元证券 |
| 邮编: 230000 | 邮编: 200135 |
| 传真: (0551) 62207952 | 传真: (021) 68869125 |
| | 电话: (021) 51097188 |