

# 关注 Vision Pro 应用生态进展及春节档影片表现

## --1月行业月报

### 核心观点:

- 最新观点** 1) 影视: 市场格局稳定, 延续回暖态势, 网剧市场指数、综艺市场指数同比上涨。根据灯塔专业版数据, 全国1月票房25.42亿元(含服务费), 同比下跌74.81%, 环比下跌35.58%。《年会不能停!》《金手指》《潜行》分别以8.13亿元、3.27亿元及1.71亿元的单月票房位列三甲, 共计贡献57%的票房。需求端, 1月放映场次1165.6万场, 同比上涨69.07%, 环比上涨2.90%; 上座率4.6%, 同比上涨12.20%。供给端, 1月上映影片数50部, 同比上涨117.39%, 环比下降36.71%, 较上月供给数量明显增加。放映端, 中影数字、上海联合、中影南方居院线分账票房前三, 合计贡献26.22%的票房。万达、横店、CGV居影投分账票房前三, 合计贡献21.81%的票房。 **苹果 vision pro 预售火热, MR 产品迎来新突破:** 2024年1月19日, 苹果首款MR头显设备 Apple Vision Pro 在美国市场率先开启预售, 据外媒 9to5Mac, 截止1月底, 苹果已经在美国售出了超过20万台的 Vision Pro, 初步计算销售额已超过50亿元。我们认为苹果 Vision Pro 的发布将为MR市场带来广阔的增长空间, 有望实现更多应用场景的突破。 **抖音精品微短剧“辰星计划”启动:** 抖音在京举办了“辰星计划”发布会, 宣布将面向影视公司、媒体机构、MCN机构、个人创作者等各方, 推出最高500万现金和1亿流量扶持的方案。 2) 游戏: **游戏市场整体增长, 供给稳定。**伽马数据显示, 2023年, 国内游戏市场实际销售收入为3029.64亿元, 同比增长13.95%, 首次突破3000亿元关口。游戏用户规模达6.68亿人, 同比增长0.61%, 为历史新高点。 3) 营销: **大盘同比持续上涨, 细分渠道波动调整。**根据CTR发布的《2023年1-11月广告市场投放整体分析》: 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** 影视院线: 春节档即将临近, 建议重视影视院线板块: 1) 储备充足, 优质内容待映的光线传媒(300251.SZ)、博纳影业(001330.SZ); 2) 受益于需求回暖的院线龙头万达电影(002739.SZ); 3) 在线票务服务受益于市场复苏, 影片出品、宣发能力突出的猫眼娱乐(1896.HK)等。 **出版行业:** 出版公司大多拥有丰富的电子化图文资源, 不仅可以作为国内外大模型训练的重要数据集, 发挥出版公司在版权和IP上的资源优势, 叠加央企市值管理或将纳入考核, 出版公司有望迎来价值重估。当前头部公司处于估值低点位置且基于历史数据看分红率和股息率稳定可观, 具备较高的投资性价比。建议关注出版央企龙头: 中国科传(601858.SH)、中国出版(601949.SH)、中信出版(300788.SZ)等。此外, 苹果 Vision Pro 已正式发售, 我们看好后续MR内容生态发展, 建议重视未来MR的落地应用两个大方向: 1) 视觉相关: MR能带来更沉浸的3D视觉冲击, 重构文旅、演艺、教育、营销领域的视觉体验。建议关注: 华策影视(300133.SZ)等; 2) 交互相关: 主要包括游戏、派对、社交场景。建议关注: 恒信东方(300081.SZ)、恺英网络(002517.SZ)等。
- 风险提示** 市场竞争加剧的风险, 政策及监管环境的风险, 游戏用户流失的风险, MR生态发展不及预期的风险, AI应用推进不及预期的风险, 作品内容审查或审核的风险等。

## 传媒互联网行业

### 推荐

维持评级

### 分析师

岳铮

☎: 010-8092-7630

✉: yuezheng-yj@chinastock.com.cn

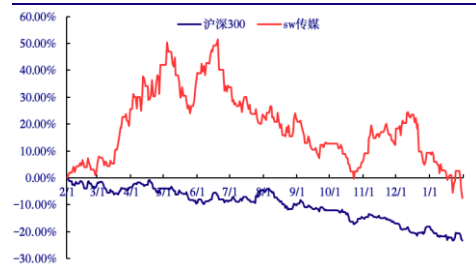
分析师登记编码: S0130522030006

### 研究助理 祁天睿

☎: 010-8092-7603

✉: qitianrui\_yj@chinastock.com.cn

### 相对沪深300表现图



资料来源: Wind, 中国银河证券研究院

### 相关研究

- 【银河传媒互联网】12月行业月报-关注苹果MR发售及春节档影片定档进展
- 【银河传媒互联网】11月行业月报-文生视频领域产品Pika获关注, AI应用落地加速
- 【银河传媒互联网】10月行业月报-“短剧+游戏”爆款出圈, 关注重点手游后续上线表现
- 【银河传媒互联网】9月行业月报-影视板块持续复苏, 版本号发放助推新产品周期
- 【银河传媒互联网】8月行业月报-最强暑期档验证复苏, 进口版号发放助推新产品周期
- 【银河传媒互联网】7月行业动态报告-电影市场迎暑期旺季, 游戏行业供需双振
- 【银河传媒互联网】6月行业动态报告-票房持续同环比增长, 看好暑期档票房表现
- 【银河传媒互联网】5月行业动态报告-游戏行业规模持续增长, 关注新游上线表现
- 【银河传媒互联网】4月行业动态报告-4月票房大幅回升, 板块持续回暖
- 【银河传媒互联网】3月行业动态报告-AIGC渗透游戏产业链, 商业化探索快速落地
- 【银河传媒互联网】2月行业动态报告-“数字中国”重磅规划出台, 关注传媒细分赛道机会

## 目 录

一、市场行情回顾.....	3
(一) 市场动态月监测.....	3
(二) 行业估值水平.....	5
二、重点子行业数据跟踪.....	6
(一) 影视行业：市场格局稳定，延续回暖态势.....	6
(二) 游戏行业：游戏市场整体增长，供给稳定.....	14
(三) 营销行业：大盘同比持续上涨，细分渠道波动调整.....	26
(四) 数据要素：政策逐渐明晰，加速释放数据要素价值.....	31
三、投资建议.....	34
四、风险提示.....	34

## 一、市场行情回顾

### (一) 市场动态月监测

2024年1月创业板指下跌16.81%，报1573.37点；上证综指下跌6.2652%，报2788.55点；传媒行业指数下跌15.47%。

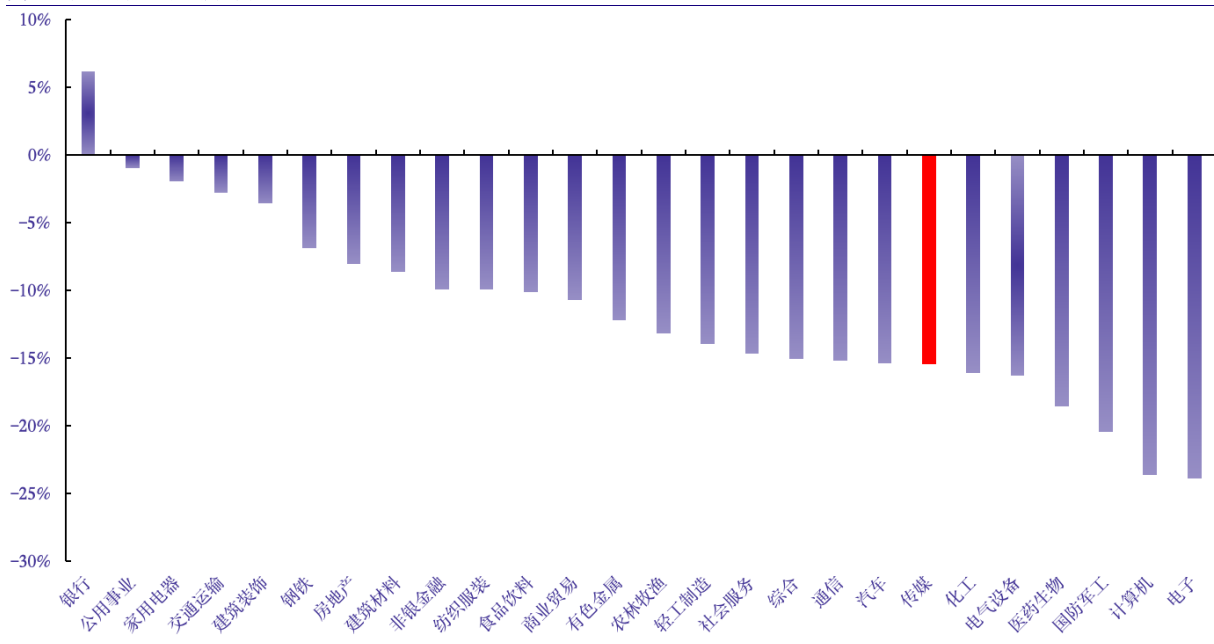
表1：2024年1月A股指数行情回顾（年初至今涨跌幅为截止报告发布日期前最后一个交易日）

证券代码	证券简称	最新股价	本月涨幅(%)	年初至今涨跌幅(%)
801760.SI	传媒(SW)	532.97	-15.4673	-17.5387
000300.SH	沪深300	3,215.35	-6.2883	-7.3295
399006.SZ	创业板指	1,573.37	-16.8130	-18.0289
000001.SH	上证综指	2,788.55	-6.2652	-8.2282
399001.SZ	深圳成指	8,212.84	-13.7731	-15.4222

资料来源：Wind，中国银河证券研究院

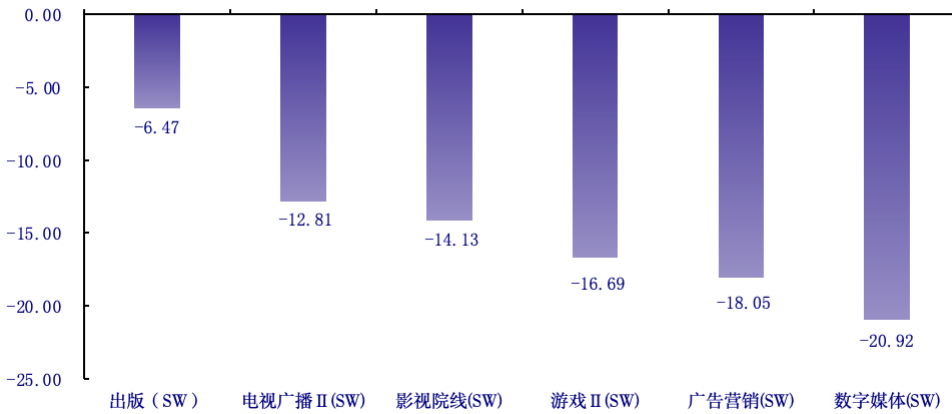
在各个行业中，1月传媒板块下跌15.47%，在SW26个一级子行业中涨跌幅排名第二。分子行业来看，本月传媒行业子行业均呈下跌态势：出版下跌6.47%，电视广播下跌12.81%，影视院线下跌14.13%，游戏下跌16.69%，广告营销下跌18.05%，数字媒体下跌20.92%。

图1：市场各行业板块月涨跌幅



资料来源：Wind，中国银河证券研究院

图2: 传媒子行业月涨跌幅(%)



资料来源: Wind, 中国银河证券研究院

表2: 上月个股涨跌幅前十榜单

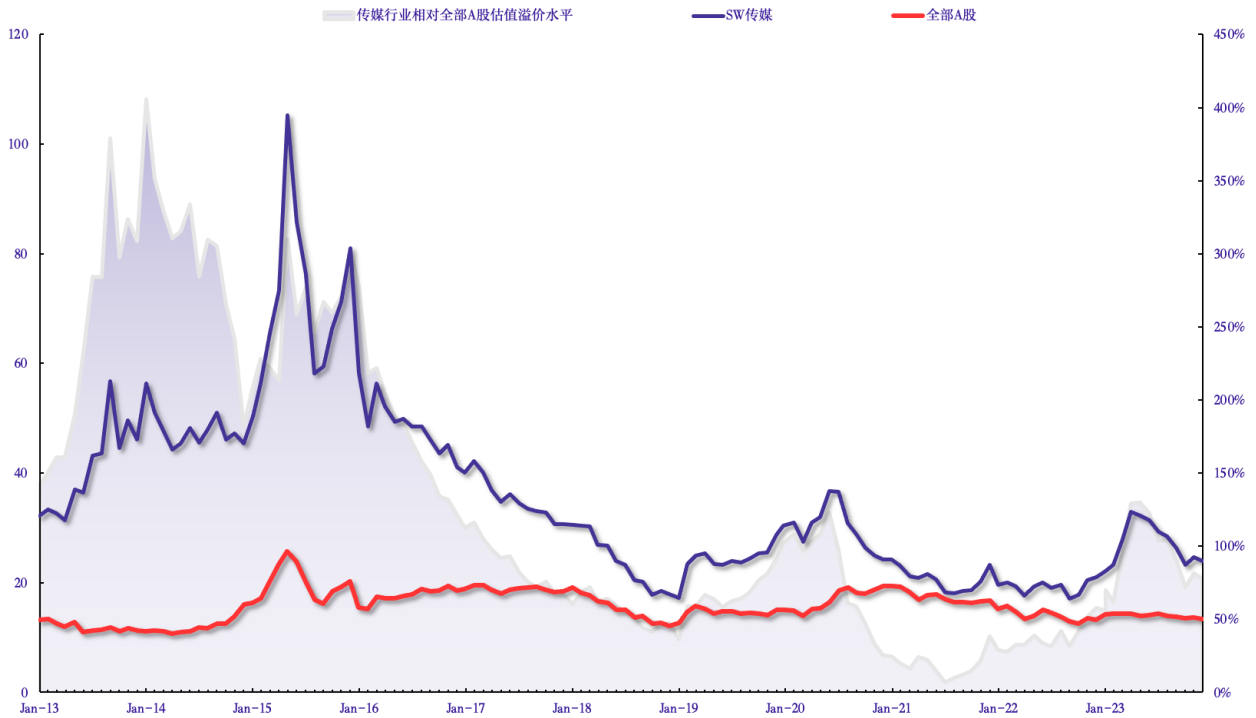
涨幅前十			跌幅前十		
代码	代码名称	月涨跌幅(%)	代码	代码名称	月涨跌幅(%)
600088.SH	中视传媒	104.98	301313.SZ	凡拓数创	-36.94
600825.SH	新华传媒	15.88	002238.SZ	天威视讯	-34.06
600373.SH	中文传媒	12.37	300063.SZ	天龙集团	-34.00
601098.SH	中南传媒	10.72	300805.SZ	电声股份	-33.30
601928.SH	凤凰传媒	10.10	002291.SZ	遥望科技	-32.41
300788.SZ	中信出版	8.93	603729.SH	龙韵股份	-32.04
300002.SZ	神州泰岳	5.54	300781.SZ	因赛集团	-31.89
603721.SH	中广天择	4.17	301299.SZ	卓创资讯	-28.79
601019.SH	山东出版	3.41	002095.SZ	生意宝	-27.68
605577.SH	龙版传媒	-1.59	002995.SZ	天地在线	-27.34

资料来源: Wind, 中国银河证券研究院整理

## （二）行业估值水平

传媒板块绝对估值处于低位。截至 1 月 31 日，传媒行业滚动市盈率为 21.09 倍（TMM 整体法，剔除负值），全部 A 股 12.41 倍，分别较 13 年以来的历史均值低 40.19% 和低 20.72%。行业估值溢价率方面，目前传媒股的估值溢价率较历史平均水平低 58.85 个百分点。当前值为 69.86%，历史均值为 128.72%。

图3：传媒股估值及溢价分析



资料来源：Wind，中国银河证券研究院

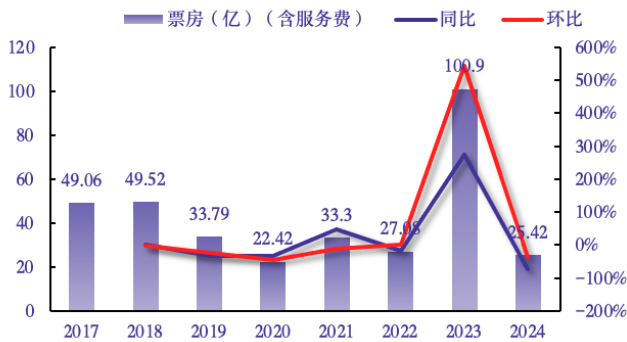
## 二、重点子行业数据跟踪

### (一) 影视行业：市场格局稳定，延续回暖态势

#### 1. 票房同环比下降，市场波动调整

24年1月全国电影票房同环比呈现下降趋势。根据灯塔专业版数据，全国1月票房25.42亿元（含服务费），同比下跌74.81%，环比下跌35.58%。《年会不能停！》《金手指》《潜行》分别以8.13亿元、3.27亿元及1.71亿元的单月票房位列三甲，共计贡献57%的票房，头部效应明显。

图4：17-24年1月票房（亿元，含服务费）



资料来源：灯塔专业版，中国银河证券研究院

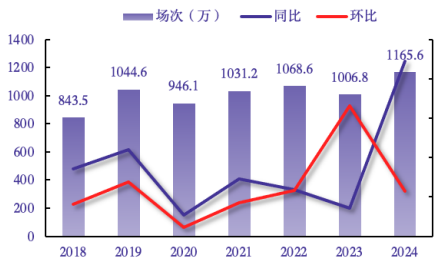
图5：23年1月-24年1月票房（亿元，含服务费）



资料来源：灯塔专业版，中国银河证券研究院

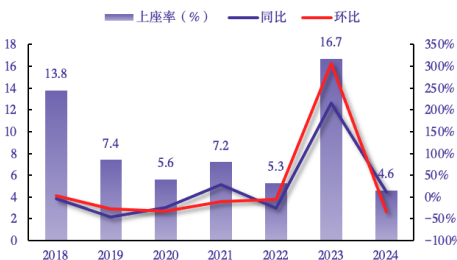
需求端，1月场次、人次、上座率同比均明显上涨，需求端延续回暖态势。据灯塔专业版，1月放映场次1165.6万场，同比上涨69.07%，环比上涨2.90%；上座率4.6%，同比上涨12.20%，环比下降34.29%；观影人次0.64亿，同比上涨88.24%，环比下降34.02%。相较于疫情时期，市场需求增长幅度较大，电影市场延续回暖态势。

图6：18-24年1月场次（单位：万）



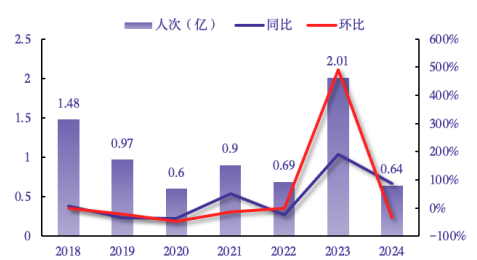
资料来源：灯塔专业版，中国银河证券研究院

图7：18-24年1月上座率（单位：%）



资料来源：灯塔专业版，中国银河证券研究院

图8：18-24年1月人次（单位：亿）



资料来源：灯塔专业版，中国银河证券研究院

供给端，1月供给端复苏明显，影片数量增长明显，类型丰富，优质影片的长尾效应显著。据灯塔专业版，1月上映影片数50部，同比上涨117.39%，环比下降36.71%，较上月供给数量明显增加。影片类型多元，涵盖喜剧、动作、悬疑、犯罪等多个类别，且优质影片持续发力。截至2024年1月31日，2月预计上映12部新片，主要集中在春节档：大年初一（2月10日）当天有8部影片上映。

**表3：2024年1月票房前十电影（票房不含服务费）**

影片名	单月票房(万)	票房占比	平均票价	场均人次	淘票票评分
年会不能停!	81,293.90	35.10%	35.0	8	9.40
金手指	32,667.10	14.10%	36.0	6	8.60
潜行	17,094.30	7.40%	35.0	5	9.00
临时劫案	16,502.20	7.10%	34.0	5	8.90
一闪一闪亮星星	12,772.00	5.50%	35.0	4	8.50
三大队	11,950.50	5.20%	38.0	5	9.50
海王 2:失落的王国	9,594.10	4.10%	35.0	6	9.00
养蜂人	8,727.60	3.80%	36.0	4	8.80
动物园里有什么?	8,169.30	3.50%	34.0	3	8.60
非诚勿扰 3	5,028.20	2.20%	37.0	4	9.00

资料来源：艺恩数据，灯塔专业版，中国银河证券研究院

**表4：2024年2月上映日历（截至2024年1月31日）**

上映日期	影片名称	影片类型	导演	主演
2024/2/10	热辣滚烫	喜剧/剧情	贾玲	贾玲、雷佳音、张小斐
2024/2/10	熊出没·逆转时空	动画/喜剧/科幻	林汇达	熊大、张伟、熊二
2024/2/10	飞驰人生 2	喜剧/剧情	韩寒	沈腾、范丞丞、尹正
2024/2/10	第二十条	喜剧/剧情/家庭	张艺谋	雷佳音、马丽、赵丽颖
2024/2/10	红毯先生	剧情/喜剧	宁浩	刘德华、单立文、瑞玛席单
2024/2/10	我们一起摇太阳	剧情/爱情/家庭	韩延	彭昱畅、李庚希
2024/2/10	八戒之天蓬下界	神话/动画	何冉昊	张磊、季冠霖、赵明洲
2024/2/10	黄貔：天降财神猫	动画/喜剧	白丁、关杨	李盟、闫楠、王梓
2024/2/16	破战	剧情/动作/悬疑	彭发	吴镇宇、任达华
2024/2/23	阿盖尔：神秘特工	动作/惊悚	马修·沃恩	亨利·卡维尔、布莱丝·达拉斯·霍华德
2024/2/24	还是觉得你最好 2	喜剧/爱情	陈咏燊	邓丽欣、张继聪、王菀之
2024/2/24	西南东北客	剧情/喜剧/警匪	郭彤	郝劭文、姜超、甘婷婷

资料来源：灯塔专业版，中国银河证券研究院

**放映端，中影、万达稳居龙头，格局稳定，头部效应显著。**据灯塔专业版，中影数字、上海联合、中影南方居院线分账票房前三，合计贡献 26.22% 的票房。万达、横店、CGV 居影投分账票房前三，合计贡献 21.81% 的票房，其中万达以 3.67 亿元的分账票房断层领先。

图9：2024年1月院线分账票房前十

排名	院线	分账票房（亿元）
1	中影数字	2.11
2	上海联合	1.98
3	中影南方	1.91
4	大地电影	1.39
5	金逸珠江	0.96
6	幸福蓝海	0.93
7	横店影视	0.87
8	华夏联合	0.77
9	时代电影	0.68
10	太平洋电影	0.55

资料来源：灯塔专业版，中国银河证券研究院

图10：2024年1月影投分账票房前十

排名	影投	分账票房（亿元）
1	万达	3.67
2	横店	0.7
3	CGV	0.62
4	金逸	0.54
5	博纳	0.53
6	大地	0.51
7	星轶	0.5
8	中影	0.46
9	万影影业	0.41
10	幸福蓝海	0.36

资料来源：灯塔专业版，中国银河证券研究院



## 2.网剧市场指数、综艺市场指数同比上涨

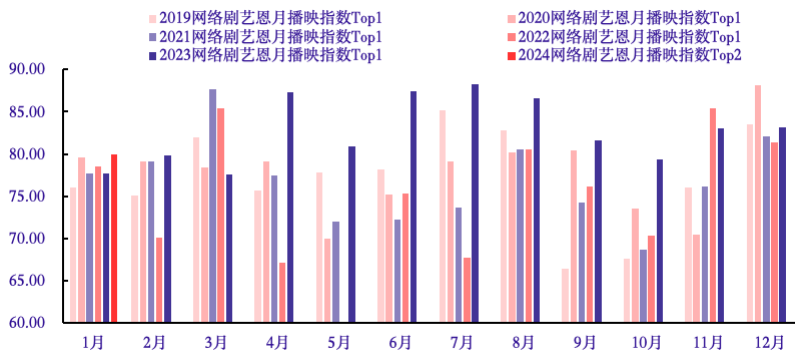
**网络剧：**24年1月Top1网络剧艺恩月播映指数为79.90，同比增长2.83%，环比下跌3.97%。24年1月4日上映的《你也有今天》1月艺恩播映指数72.0、播放市占率12%，23年12月11日上映的《神隐》播映指数72.8、播放市占率10%，24年1月18日上映的《祈今朝》播映指数75.8，播放市占率3.9%，三者为1月网剧播放量指数前三。在1月播放量指数Top10中，腾讯、爱奇艺、优酷分别占据7/2/1部的独播权。

表5：2024年1月网络剧播放量指数前十

名次	电视剧	播放平台	上线日期	播映指数
1	你也有今天	优酷	2024/1/4	72.00
2	神隐	腾讯	2023/12/11	72.80
3	祈今朝	腾讯	2024/1/18	75.80
4	仙剑四	爱奇艺	2024/1/17	77.20
5	黑土无言	腾讯	2024/1/10	65.00
6	三大队	爱奇艺	2023/12/21	64.90
7	甜甜的陷阱	腾讯	2024/1/29	51.30
8	我知道我爱你	腾讯	2023/12/25	56.30
9	喜卷长乐城	腾讯	2024/1/30	41.00
10	很想很想你	腾讯	2023/11/30	63.80

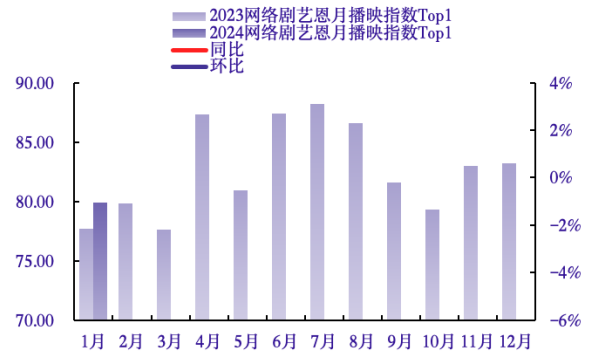
资料来源：艺恩数据，中国银河证券研究院

图11：19-24年网络剧月度播映指数Top1变化情况



资料来源：艺恩数据，中国银河证券研究院

图12：23、24年（1月）网络剧月度播映指数Top1



资料来源：艺恩数据，中国银河证券研究院

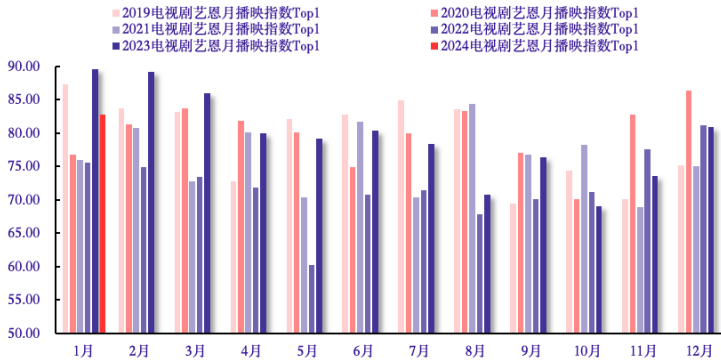
**电视剧：**24年1月，电视剧Top1月度播映指数为82.80，同比下降7.49%，环比上涨2.35%。《繁花》《大江大河之岁月如歌》《繁花[沪语版]》为电视剧艺恩播映指数前三，Top10电视剧播映平均指数为71.79，较上月有所上涨。高质量好剧热度不减，《狂飙》《三体》的播映指数持续保持前十。在1月播映指数Top1中，腾讯、爱奇艺、优酷、芒果TV分别占据3/3/1/1的独播权。此外，23年12月电视剧备案总数为49部，环比下降20.97%。

表6: 2024年1月电视剧月播映指数前十

名次	电视剧	播放平台	上线日期	播映指数
1	繁花	腾讯	2023/12/27	82.80
2	大江大河之岁月如歌	多平台播放	2024/1/8	76.80
3	繁花[沪语版]	腾讯	2023/12/27	75.70
4	如果奔跑是我的人生	爱奇艺	2024/1/11	72.60
5	我们的翻译官	芒果TV	2024/1/8	69.20
6	狂飙	爱奇艺	2023/1/14	69.20
7	鸣龙少年	优酷	2023/12/10	69.10
8	三体	腾讯	2023/1/15	67.90
9	狗剩快跑	爱奇艺	2024/1/25	67.40
10	侦查英雄	多平台播放	2024/1/9	67.20

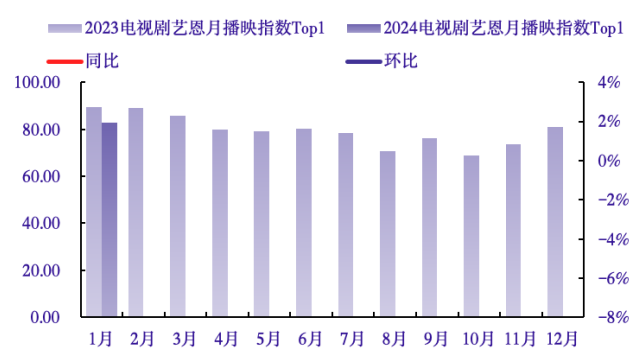
资料来源: 艺恩数据, 中国银河证券研究院

图13: 19-24年电视剧月度播映指数 Top1 变化情况



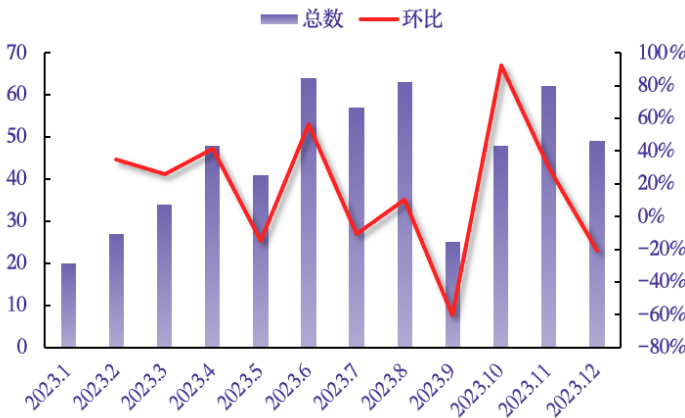
资料来源: 艺恩数据, 中国银河证券研究院

图14: 23、24年(1月)电视剧月度播映指数 Top1



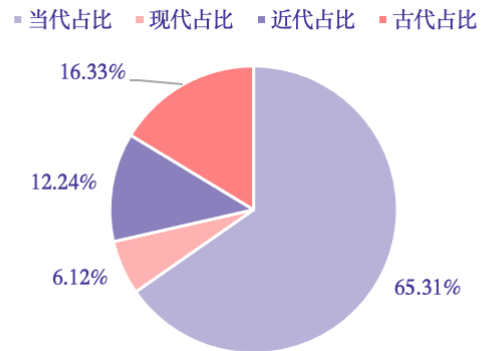
资料来源: 艺恩数据, 中国银河证券研究院

图15: 23年12月电视剧备案总量



资料来源: 国家广播电视总局, 中国银河证券研究院

图16: 23年12月备案电视剧类型占比



资料来源: 国家广播电视总局, 中国银河证券研究院

综艺节目: 24年1月, 综艺艺恩月播映指数 Top1 为 77.5, 同比上涨 16.37%, 环比上涨 1.97%。  
2023年10月25日上映的《花儿与少年丝路季第五季》播映指数为 77.5, 连续四月位居第一, 12月2

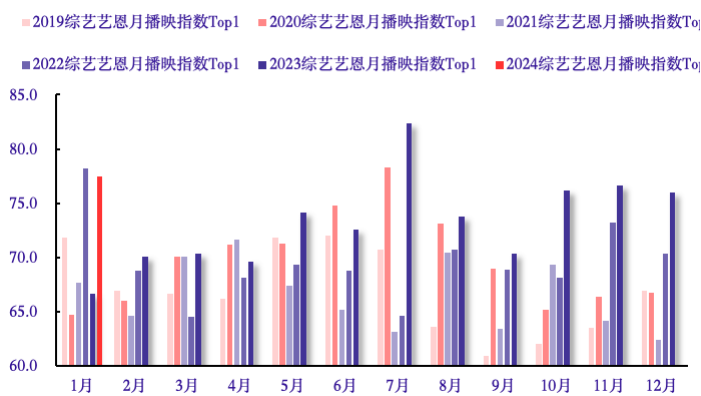
日上映的《声生不息家年华》播映指数 75.8，23 年 2 月 4 日上映的《种地吧》播映指数 72.8，三者为 12 月综艺艺恩月播放量指数 Top10 前三。

表7：2024 年 1 月综艺月播映指数前十

排名	节目名称	播放平台	上线日期	播映指数
1	花儿与少年丝路季第五季	芒果	2023/10/25	77.5
2	声生不息家年华	芒果	2023/12/2	75.8
3	种地吧	爱奇艺	2023/2/4	72.8
4	这！就是街舞第六季	优酷	2023/11/4	71.5
5	王牌对王牌第八季	多平台播放	2023/10/20	71.2
6	奔跑吧第七季	多平台播放	2023/4/14	69.3
7	微博之夜 2023	多平台播放	2024/1/13	69.1
8	你好星期六 2024	芒果	2024/1/6	66.6
9	声生不息·家年华 舞台纯享版	芒果	2023/12/2	65.1
10	快乐老友记	芒果	2023/11/8	64.6

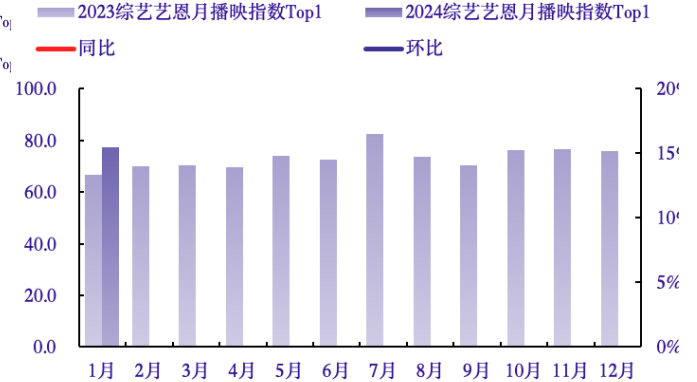
资料来源：艺恩数据，中国银河证券研究院

图17：19-24 年综艺月度播映指数 Top1 变化情况



资料来源：艺恩数据，中国银河证券研究院

图18：23、24 年综艺月度播映指数 Top1



资料来源：艺恩数据，中国银河证券研究院

### 3. 苹果 vision pro 预售火热，MR 产品迎来新突破

2024 年 1 月 19 日，苹果首款 MR 头显设备 Apple Vision Pro 在美国市场率先开启预售，2 月 2 日正式发售，目前预售情况火爆。根据苹果官网信息，256GB 版本售价为 3499 美元（约人民币 2.5 万元）；512GB 版本售价为 3699 美元（约人民币 2.67 万元），1TB 版本售价为 3899 美元（约人民币 2.8 万元）。据外媒 9to5Mac，截止 1 月底，苹果已经在美国售出了超过 20 万台的 Vision Pro，初步计算销售额已超过 50 亿元。

与 VR 技术相比，MR 技术能够更广泛地适用更丰富多元的社交场景。Vision Pro 作为 MR 领域的最新技术代表，舍弃了传统 VR 设备所需要的手柄，让用户通过手势、眼球运动和语音命令等方式进行虚拟和现实的交互，提升在虚拟空间中的综合体验。Vision Pro 的芯片/光学/显示/交互等多环节采用顶级配置，其内屏使用了 4K 分辨率、像素密度达 3000PPI 以上的 Micro OLED 屏幕，同时，Vision Pro 也是首款使用 Micro OLED 实现双目 8K 效果的产品。

表8: Vision Pro 部分硬件参数及核心功能

产品名	Apple Vision Pro
形态	MR 一体机（电池外置）
光学	3P Pancake
分辨率	（内屏）双屏 3200 万像素，单眼 4K；外屏分辨率不详
屏幕	2*1.42 英寸定制 Micro OLED 内屏+1*OLED 柔性外屏
交互	1*物理按键+1*旋钮，眼球追踪、手势识别、语音交互
芯片	主处理苹果 M2，协处理芯片 R1
系统	VisionOS
全彩 VST	支持
传感器	12*Cameras、5*Sensors（其中 1*LIDAR、2*结构光深度传感、2*IR 红外传感）
IPD	自动 IPD 调节
屈光调节	定制磁吸屈光模块
音频	空间音频（音频射线追踪技术）
电池	外置电池，MagSafe 接口，续航 2 小时
其他	EyeSight 反向透视、眼动追踪、面部追踪、虹膜识别
售价	3499 美元

资料来源：VR 陀螺，中国银河证券研究院

在 MR 的落地和应用上，我们认为苹果 Vision Pro 的发布将为 MR 市场带来广阔的增长空间，有望实现更多应用场景的突破，未来 MR 的落地应用主要看两个大方向：

1) 视觉相关：MR 能带来更沉浸的 3D 视觉冲击，带来更加优质、丰富的内容供给，重构文旅、演艺、教育、营销领域的视觉体验。这些行业本质上是为用户提供视觉服务，MR 的应用有助于用户能够以更加沉浸、更加真实的视角观看展示，从而提高展示的效果，相关的文旅、演艺、营销、教育等行业有望出现更加高效的展示新形态。

2) 交互相关：主要包括游戏、派对、社交场景。此类场景可以以现实内容为媒介，通过完全或部分再现现实的方式引导用户上手体验（如私人聊天室类的应用）；亦可以利用 MR 的独特优势给予用户独有的身临其境的交互体验（如运动类游戏）。此外，游戏类应用的爆款效应强、空间大。MR 将提升娱乐体验带来新的内容创新从而拉动消费需求天花板进一步抬升，带动 MR 整体生态的发展。

#### 4. 抖音精品微短剧“辰星计划”启动，推动微短剧内容提质升级

近期，抖音在京举办了“辰星计划”发布会，宣布将面向影视公司、媒体机构、MCN 机构、个人创作者等各方，推出最高 500 万现金和 1 亿流量扶持的方案。抖音副总裁陈都焯介绍，抖音希望从打造内容标杆、做好平台建设、加大行业扶持三管齐下，形成一整套微短剧精品化支持体系，联动全行业明确内容标准、树立内容标杆，让更多优质微短剧作品发光。

同时，抖音公布了 2024 春节档精品微短剧片单，甄选了《超越吧！阿娟》《隐蔽的世界之秋蝉》《天涯小娘惹》等 10 部微短剧，类型涵盖现实、古装、科幻、动画等题材，并与优秀传统文化融合，其中不乏热门 IP 和影视衍生作品，受到广泛关注。

图19：抖音 2024 春节档精品微短剧片单



图20：抖音“辰星计划”



资料来源：抖音，中国银河证券研究院

资料来源：抖音，中国银河证券研究院

短剧市场用户群体庞大，消费需求旺盛。去年春节档，伴随《二十九》《大唐来的苏无名》《女神酒店》等在内的抖音短剧联合发力，最终春节期间抖音微短剧播放量超 150 亿，显示出抖音平台旺盛的短剧消费需求。此次春节档，抖音抓住短剧市场发展机遇，有望用“好立意+好故事”，打造精品化短剧，塑造优质内容，推动短剧市场的长远健康发展。

表9：近期上线部分短剧

播出日期	片名	平台	看点
2024/1/20	我在大宋开酒吧	快手	明星阵容
2024/1/28	超能坐班族	快手	明星阵容
2024 春节档	超越吧！阿娟	抖音	影视衍生剧
2024 春节档	天涯小娘惹	抖音	影视改编剧
2024 春节档	少爷和我	爱奇艺	衍生短剧
2023 春节档	观复猫	抖音	动画制作
2023 春节档	隐蔽的世界之秋蝉	抖音	谍战短剧

资料来源：艺恩数据，中国银河证券研究院

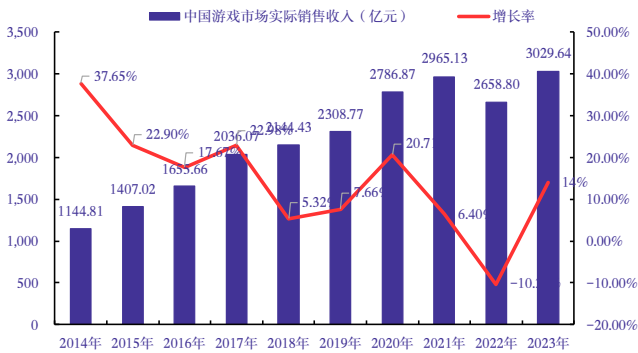
## (二) 游戏行业：游戏市场整体增长，供给稳定

### 1. 游戏市场整体增长，持续开拓海外市场

伽马数据显示，2023年，国内游戏市场实际销售收入为3029.64亿元，同比增长13.95%，首次突破3000亿元关口。游戏用户规模达6.68亿人，同比增长0.61%，为历史新高点。2023年，我国自主研发游戏国内市场实际销售收入2563.75亿元，同比增长了15.29%，自主研发游戏今年在海外实际销售收入为163.66亿美元，规模连续四年超千亿元人民币。

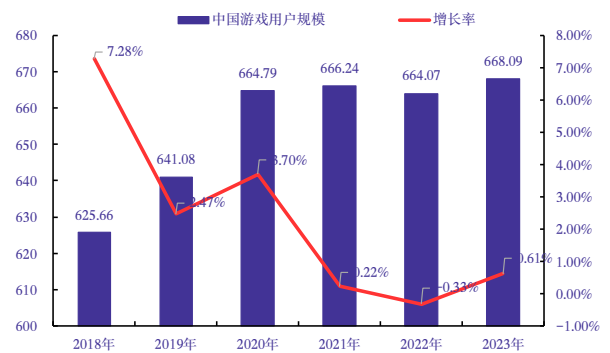
收入同比增长的原因有：疫情的负面影响减弱，用户消费意愿和消费能力有所提升；游戏新品集中面市且爆款不断；多端并发助益收入增长。

图21：2014年-2023年中国游戏市场实际销售收入（单位：亿元）



资料来源：伽马数据，中国银河证券研究院

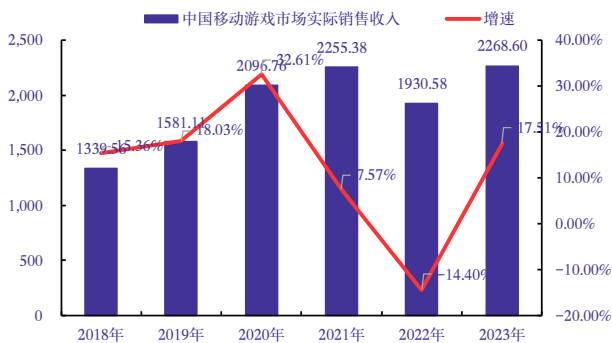
图22：2018年-2023年中国游戏用户规模（百万）



资料来源：伽马数据，中国银河证券研究院

从细分市场来看，移动及客户端游戏市场均呈现增长趋势，同比增幅明显。移动端方面，移动端游戏收入同比增幅明显，2023年中国移动游戏市场实际销售收入为2268.60亿元，增长17.51%，增速明显。客户端方面，游戏收入持续增长，2023年我国客户端游戏市场实际销售收入为662.83亿元，同比增长8.00%。

图23：2018年-2023年中国移动游戏市场实际销售收入（亿元）



资料来源：伽马数据，中国银河证券研究院

图24：2018年-2023年中国客户端游戏市场实际销售收入（亿元）

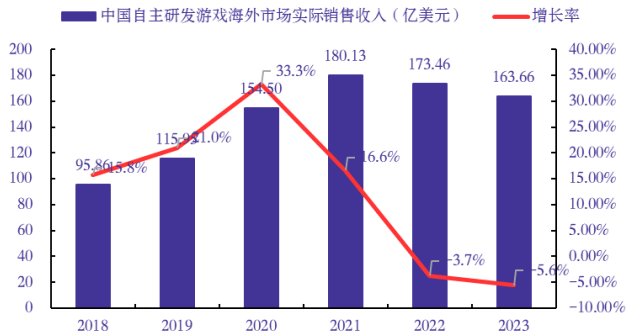


资料来源：伽马数据，中国银河证券研究院

海外市场方面，根据伽马数据发布的《中国游戏出海支付研究报告》，2023年中国自主研发游戏在海外实际销售收入为163.66亿美元，维持在千亿级别，但产值规模呈现下降趋势，同比降低5.6%。据SensorTower数据，TOP30中国出海手游在App Store和Google Play的总收入为78亿美元，TOP30出海发行商2023年海外总收入达到109亿美元，与2022年持平，占海外市场手游总收入的近18%，盈利能力保持稳定。凭借《崩坏：星穹铁道》在全球市场的亮眼表现，米哈游2023年海外收入提升14%，创历史新高，稳坐出海手游发行商收入冠军。2023年，《原神》仍是米哈游旗下收入最高请务必阅读正文最后的中国银河证券股份有限公司免责声明。

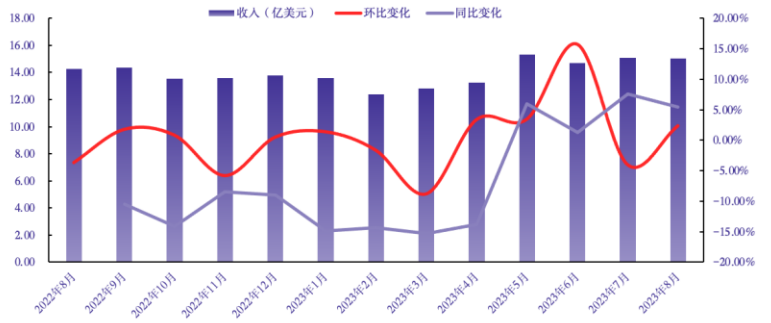
的手游,《崩坏:星穹铁道》已贡献了近40%的海外总收入。得益于二次元射击RPG手游《胜利女神:妮姬》在日本等海外市场突出的表现,加上《黎明觉醒:生机》和《合金弹头:觉醒》等海外版的上线,以及《和平精英》稳定的市场表现,2023年腾讯手游海外收入增长13%,蝉联出海手游发行商收入榜亚军。

图25: 2018-2023年中国自主研发游戏海外市场实际销售收入



资料来源: 伽马数据, 中国银河证券研究院

图26: 2023年8月中国自研游戏海外收入 (亿元)



资料来源: 伽马数据, 中国银河证券研究院

Sensor Tower 商店情报平台显示,2023年12月共37个中国厂商入围全球手游发行商收入榜TOP100,合计吸金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。榜单中,收入环比增长超过10%的厂商还有三七互娱、IM30、IGG、Tap4Fun、竞技世界和Mattel163。

表10: 2023年中国手游发行商全球AppStore和GooglePlay收入榜

排名	厂商	排名	厂商
1	米哈游	16	麦吉太文
2	腾讯	17	朝夕光年
3	三七互娱	18	Tap4Fun
4	莉莉丝	19	星合互娱
5	点点互动	20	乐元素
6	IM30	21	柠檬微趣
7	壳木游戏	22	4399游戏
8	悠星网络	23	智明星通
9	网易	24	Mattel 163
10	IGG	25	雅乐科技
11	沐瞳科技	26	有爱互娱
12	江娱互动	27	易幻网络
13	海彼游戏	28	露珠游戏
14	友塔游戏	29	益世界
15	灵犀互娱	30	游族网络

资料来源: SensorTower, 中国银河证券研究院

表11: 2023年12月中国手游发行商全球 AppStore 和 GooglePlay 收入榜

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	Mattel 163
15	江娱互动	30	游卡网络

资料来源: SensorTower, 中国银河证券研究院

表12: 12月中国 AppStore 手游收入排行榜

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

资料来源: SensorTower, 中国银河证券研究院



## 2. 《幻兽帕鲁》现象级爆火

1月19日，开放世界游戏《幻兽帕鲁》在 Steam 和 Xbox 平台发售，成为 Steam 上爆火的现象级游戏，其在线人数峰值便突破 200 万，跻身 Steam 历史排行榜第二位，仅次于《绝地求生》的 325 万。根据 TGA 创始人 Geoff Keighley 预测，仅 5 天，该游戏收入就达到 1.89 亿美元（约合人民币 13.5 亿元）。1月31日，游戏开发商表示，《幻兽帕鲁》玩家数量超过了 1900 万。

《幻兽帕鲁》是一款开放世界游戏，在游戏中，玩家可以在广阔的世界中收集神奇的生物“帕鲁”，派它们进行战斗、建造、做农活，工业生产等。《幻兽帕鲁》核心玩法融合了“收集养成”和“生存建造”，游戏上线后讨论度极高且广受好评：据 Steam 统计，目前《幻兽帕鲁》收获的逾 20 万条评测中，好评率高达 94.17%。

图27：《幻兽帕鲁》游戏截图



资料来源：《幻兽帕鲁》，中国银河证券研究院

图28：Steam 游戏在线数据峰值历史榜单

Most played games					
Compare — Click the plus button to add to comparison					
Show 100 entries. Hold Shift to sort multiple columns. Search:					
#	SteamDB info	Name ↑↓	Current ↑↓	24h Peak ↑↓	All-Time Peak ↑↓
1.		PUBG: BATTLEGROUNDS	451,607	503,575	3,257,248
2.		Palworld	1,987,112	1,999,272	2,018,905
3.		Counter-Strike 2	930,597	959,501	1,818,773
4.		Lost Ark	47,064	47,064	1,325,305
5.		Dota 2	646,738	647,564	1,295,114

资料来源：Steam，中国银河证券研究院

除《幻兽帕鲁》外，其游戏开发商 Pocketpair 还开发过一款 AI 绘画游戏《AI: ArtImpostor》。随着技术成熟，2024 年众多游戏公司重点布局 AI 领域，未来 AI 有望重塑游戏生产方式，孕育新的内容形式，对游戏行业持续产生影响。随着 24 年新游戏陆续上线，玩家长期积累的消费意愿集中释放，有望进一步拉升游戏市场消费水平，带来市场增量空间。

### 3.巨量引擎游戏大会召开，抖音小游戏投入超 50 亿+资源

2024 年 1 月 17 日，巨量引擎 2024 · OEDG 游戏大会在广州举办，会上提出小游戏、云游戏有望成为破局存量市场的新机会。为促进游戏业务发展，在小游戏方面，巨量引擎宣布抖音平台将投入超过 50 亿 + 的资源，提供达人补贴、运营补贴、立项扶持、广告赠款等支持，从完善能力、完备投放、政策激励三方面推动抖音小游戏发展。

- ◆ **能力完善：**面向新用户开拓，通过全场景流量分发+多样互动形式完善推广能力，激发用户兴趣，获取潜在用户。同时持续完善复访能力，延长用户 LTV。目前抖音小游戏已提供多种开发组件，包括信息流游戏卡、侧边栏等。
- ◆ **投放完备：**2024 年，抖音小游戏相关投放产品将持续升级迭代，包括稳固首日 ROI、探索更多的高价值人群和强调自然流量价值的全域投放能力。同时，在增长上同样强调带动商业化流量+自然流量+召回复访的全域协同增长，帮助厂商获得更多自然流量，激活回访，并降低付费成本、提升首日 ROI。
- ◆ **政策扶持：**在激励政策牵引上，抖音也针对 IAP 推出了专项福利政策“领航计划”，在不同阶段提供指导、资源、广告金补贴等支持，帮助厂商更好的长线经营，带动爆款游戏孵化。

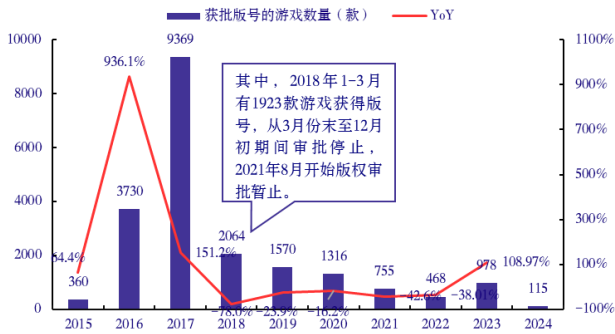
小游戏赛道在过去一年市场规模与用户活跃度上增长强劲，其更低的研发和营销成本，契合了近两年行业主旋律降本增效。游戏与 APP 游戏在激活用户的重叠度小于 23%、付费用户重叠度小于 11%，是名副其实的破圈用户群。且巨量引擎认为，抖音游戏内容供给仍在大幅度增长，其预估在 2024 年，小游戏赛道规模预计同比增长 40%~50%。我们认为，抖音对小游戏和云游戏投入资源能为各大游戏厂商参与相关游戏布局提供良好生态环境，抖音小游戏平台覆盖了许多轻度游戏的新玩家，结合抖音的内容场景也增加了破圈的可能性，让打造爆款更有可能；这也让入局厂商的速度进一步加快，供给与投放呈现快速增长的态势，用户增长潜力被进一步激发。看好小游戏为游戏市场贡献新增长点。

#### 4. 1月国产游戏版号发放，释放监管积极信号

1月26日，国家新闻出版署公布了1月国产游戏审批信息，共115款游戏获批。其中，有100款游戏获得了移动端版号，4款游戏获得了客户端版号，1款游戏获得了主机端版号，8款游戏获得了移动端-客户端双端版号，1款游戏获得主机-客户端双端版号，1款游戏获得了移动-客户端-网页三端版号。

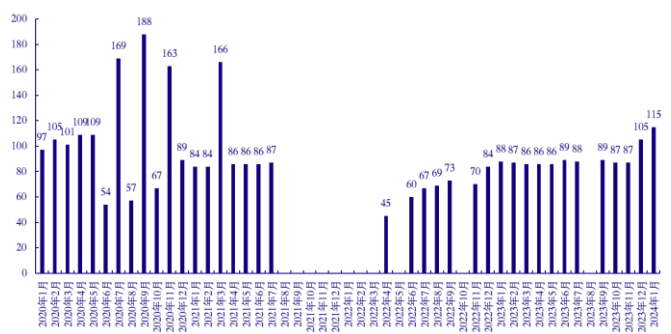
**版号数量连续破百，供给端持续向好。**从数量上来看，本次通过审批的国产游戏共115款，较12月的105款相比有所上升，创自2022年4月版号恢复发放以来单月版号发放数量新高，且连续两个月版号发放数量超过100款。我们认为，近期版号发放数量的稳中有升是监管层对行业持续释放的积极信号，2024年版号稳定发放有望延续，将推动行业供给端持续向好。

图29：2015-2024年1月国产游戏获批版号数量及同比增速



资料来源：国家新闻出版署，中国银河证券研究院

图30：2020年至今每月国产游戏版号发放数量（款）



资料来源：国家新闻出版署，中国银河证券研究院

从产品归属方面来看，腾讯旗下《热血美职篮》获批，三七互娱旗下《客人请留步》、吉比特旗下《纪元变异》（主机端）、中青宝旗下《魔导战争》《全民企业家》、掌趣科技旗下《梦境守卫》、心动公司旗下《伊瑟·重启日》、冰川网络旗下《悠星大陆》、世纪华通旗下《无尽冬日》、游族网络旗下《我的三体：2277》、汤姆猫旗下《神王角斗》、莉莉丝旗下《万龙觉醒》、鹰角网络旗下《泡姆泡姆》（客户端、主机端双端）等游戏获批。

《网络游戏管理办法》（征求意见稿）发布后，监管部门多次释放积极信号，目前整体监管趋势未有明显收紧。我们认为在监管大环境基本稳定的情况下，版号发放整体趋势的向好将持续优化供给端，游戏新产品周期正逐步开启，各家游戏公司盈利端将逐步企稳，游戏大盘将呈现回暖趋势。长期来看，监管政策的补位有利于行业长期的健康良性发展，且AIGC等技术对游戏全产业链具有降本增效，提升用户交互体验，突破付费意愿上限的效果。随着AI创意工具相关技术不断升级，内容生产力迎来更新迭代，或将进一步助力游戏产业发展。

表13：2024年1月国产游戏版号获批情况

序号	名称	申报类别	出版单位	运营单位	文号	出版物号	涉及重点公司
1	萌猫生活	移动	上海商国网络科技发展有限公司	上海启炬科技有限公司	国新出审〔2024〕144号	ISBN 978-7-498-13015-0	
2	布丁精灵大冒险	移动-休闲益智	黑龙江科学技术出版社有限公司	南京蓝讯五迈信息技术有限公司	国新出审〔2024〕145号	ISBN 978-7-498-13016-7	
3	桌球之王	移动	方圆电子音像出版社有限责任公司	广州霸玩信息科技有限公司	国新出审〔2024〕146号	ISBN 978-7-498-13017-4	

4	钓鱼大神	移动-休闲益智	上海乐蜀网络科技有限公司	长沙指色网络科技有限公司	国新出审〔2024〕147号	ISBN 978-7-498-13018-1
5	疯狂桌球	移动-休闲益智	江西高校出版社有限责任公司	深圳市神龙科技有限公司	国新出审〔2024〕148号	ISBN 978-7-498-13019-8
6	剑侠向前冲	移动-休闲益智	杭州润趣科技有限公司	南阳嘉翔软件有限公司	国新出审〔2024〕149号	ISBN 978-7-498-13020-4
7	足球经营大师	移动	杭州美盛游戏技术开发有限公司	广州丰天豫科技有限公司	国新出审〔2024〕150号	ISBN 978-7-498-13021-1
8	诸国争霸	移动	江苏凤凰电子音像出版社有限公司	南京凤侠网络科技有限公司	国新出审〔2024〕151号	ISBN 978-7-498-13022-8
9	魔力佣兵团	移动	广州盈正信息技术有限公司	浙江裙黑网络科技有限公司	国新出审〔2024〕152号	ISBN 978-7-498-13023-5
10	钓鱼英雄	移动	江苏凤凰数字传媒有限公司	广州格斗之星科技有限公司	国新出审〔2024〕153号	ISBN 978-7-498-13024-2
11	元气合合	移动-休闲益智	华东师范大学电子音像出版社有限公司	轩克科技(上海)有限公司	国新出审〔2024〕154号	ISBN 978-7-498-13025-9
12	封魔大陆	移动	辽宁电子出版社有限责任公司	绍兴快飞网络科技有限公司	国新出审〔2024〕155号	ISBN 978-7-498-13026-6
13	荣耀堡垒	移动-休闲益智	炫彩互动网络科技有限公司	重庆邦邦科技有限公司	国新出审〔2024〕156号	ISBN 978-7-498-13027-3
14	八荒旅途	移动	杭州渡口网络科技有限公司	厦门任势网络科技有限公司	国新出审〔2024〕157号	ISBN 978-7-498-13028-0
15	森林与家园	移动-休闲益智	上海同济大学电子音像出版社有限公司	上海水晶葡萄网络科技有限公司	国新出审〔2024〕158号	ISBN 978-7-498-13029-7
16	最强猎人	移动-休闲益智	杭州美盛游戏技术开发有限公司	北京盈云科技文化有限公司	国新出审〔2024〕159号	ISBN 978-7-498-13030-3
17	妙趣萌萌消	移动-休闲益智	上海商国网络科技发展有限公司	上海亿柠网络科技有限公司	国新出审〔2024〕160号	ISBN 978-7-498-13031-0
18	水银疗养院	移动、客户端	海南省电子音像出版社有限公司	海南超诺星科技有限公司	国新出审〔2024〕161号	ISBN 978-7-498-13032-7
19	寻物大侦探	移动-休闲益智	江苏凤凰电子音像出版社有限公司	西安点扣软件科技有限公司	国新出审〔2024〕162号	ISBN 978-7-498-13033-4
20	欢乐钓鱼大师	移动-休闲益智	上海双盟网络科技有限公司	奇迹互动(北京)科技有限公司	国新出审〔2024〕163号	ISBN 978-7-498-13034-1
21	火力向前	移动-休闲益智	杭州紫府网络科技有限公司	北京赛诺斯科技发展有限公司	国新出审〔2024〕164号	ISBN 978-7-498-13035-8
22	重生之最强输出	移动	广州盈正信息技术有限公司	苏州风之力网络科技有限公司	国新出审〔2024〕165号	ISBN 978-7-498-13036-5
23	雷霆坦克	移动-休闲益智	吉林音像出版社有限责任公司	苏州灵爽信息科技有限公司	国新出审〔2024〕166号	ISBN 978-7-498-13037-2
24	堡垒行动	移动-休闲益智	华中科技大学电子音像出版社	武汉游戏群科技有限公司	国新出审〔2024〕167号	ISBN 978-7-498-13038-9
25	雷鸣行动	客户端	浙江无端科技股份有限公司	浙江无端科技股份有限公司	国新出审〔2024〕168号	ISBN 978-7-498-13039-6

26	梦境护卫队	移动	成都超级梦网络技术股份有限公司	广州诗悦网络科技有限公司	国新出审〔2024〕169号	ISBN 978-7-498-13040-2	
27	小小首富 2	移动-休闲益智	广州盈正信息技术有限公司	珠海市烛墨科技有限公司	国新出审〔2024〕170号	ISBN 978-7-498-13041-9	
28	梦境守卫	移动	海南动网先锋网络科技有限公司	海南动网先锋网络科技有限公司	国新出审〔2024〕171号	ISBN 978-7-498-13042-6	掌趣科技
29	紫禁十二时辰	移动	福建电子音像出版社有限责任公司	厦门寻乐网络科技有限公司	国新出审〔2024〕172号	ISBN 978-7-498-13043-3	
30	漂移飞车传奇	移动-休闲益智	海南省电子音像出版社有限公司	海南闪电互娱网络信息科技有限公司	国新出审〔2024〕173号	ISBN 978-7-498-13044-0	
31	奇兵布阵	移动	湖北省扬子江影音有限责任公司	深圳市奇迅新游科技股份有限公司	国新出审〔2024〕174号	ISBN 978-7-498-13045-7	
32	酷喵大作战	移动-休闲益智	上海商国网络科技发展有限公司	上海乐钻科技有限公司	国新出审〔2024〕175号	ISBN 978-7-498-13046-4	
33	大家乐智力竞技消除赛	移动-休闲益智	杭州紫府网络科技有限公司	短竞科技（成都）有限公司	国新出审〔2024〕176号	ISBN 978-7-498-13047-1	
34	趣味足球大作战	移动-休闲益智	杭州群游科技有限公司	厦门简创网络科技有限公司	国新出审〔2024〕177号	ISBN 978-7-498-13048-8	
35	海岛文明	移动	上海科学技术文献出版社有限公司	上海常游网络科技有限公司	国新出审〔2024〕178号	ISBN 978-7-498-13049-5	
36	香城	移动	重庆华龙网集团股份有限公司	海南帆堡互娱科技有限公司	国新出审〔2024〕179号	ISBN 978-7-498-13050-1	
37	少年大文豪	移动-休闲益智	杭州哲信信息技术有限公司	海南维纳奇通科技有限公司	国新出审〔2024〕180号	ISBN 978-7-498-13051-8	
38	山海异兽图	移动-休闲益智	江苏凤凰电子音像出版社有限公司	南京魔度互娱信息技术有限公司	国新出审〔2024〕181号	ISBN 978-7-498-13052-5	
39	涂色达人	移动-休闲益智	杭州润趣科技有限公司	上海海之水网络科技有限公司	国新出审〔2024〕182号	ISBN 978-7-498-13053-2	
40	合合大厨	移动-休闲益智	三辰影库音像出版社有限公司	大乐至简科技（北京）有限公司	国新出审〔2024〕183号	ISBN 978-7-498-13054-9	
41	成语小夫子	移动-休闲益智	上海同济大学电子音像出版社有限公司	上海星翼网络信息技术有限公司	国新出审〔2024〕184号	ISBN 978-7-498-13055-6	
42	火与剑	移动	湖北省扬子江影音有限责任公司	海南好玩互动娱乐有限公司	国新出审〔2024〕185号	ISBN 978-7-498-13056-3	
43	重生世界	移动	方圆电子音像出版社有限责任公司	北京雷兔科技有限公司	国新出审〔2024〕186号	ISBN 978-7-498-13057-0	
44	脑洞猜猜	移动-休闲益智	上海双盟网络科技有限公司	广州指上科技有限公司	国新出审〔2024〕187号	ISBN 978-7-498-13058-7	
45	冲吧小精灵	移动-休闲益智	黑龙江龙华数字出版股份有限公司	武汉福多多信息技术有限公司	国新出审〔2024〕188号	ISBN 978-7-498-13059-4	
46	幸福甜品屋	移动-休闲益智	吉林音像出版社有限责任公司	海南元年科技有限公司	国新出审〔2024〕189号	ISBN 978-7-498-13060-0	
47	超级匹配王	移动-休闲益智	上海晨路信息科技有限公司	上海世博文化传播有限公司	国新出审〔2024〕190号	ISBN 978-7-498-13061-7	

48	机关城堡大冒险	移动-休闲益智	杭州紫府网络科技有限公司	深圳市掌上方舟科技有限公司	国新出审〔2024〕191号	ISBN 978-7-498-13062-4	
49	万龙觉醒	移动、客户端	上海科学技术文献出版社有限公司	上海莉莉丝网络科技有限公司	国新出审〔2024〕192号	ISBN 978-7-498-13063-1	莉莉丝
50	魔导战争	移动	深圳中青宝互动网络股份有限公司	深圳市苏摩科技有限公司	国新出审〔2024〕193号	ISBN 978-7-498-13064-8	中青宝
51	小镇铸造师	移动	波克科技集团有限公司	世熠网络科技(上海)有限公司	国新出审〔2024〕194号	ISBN 978-7-498-13065-5	
52	侠客风云传前传	移动	辽宁电子出版社有限责任公司	杭州风侠网络科技有限公司	国新出审〔2024〕195号	ISBN 978-7-498-13066-2	
53	卡米亚计划	移动、客户端	广州四三九九信息科技有限公司	海南数字之光网络科技有限公司	国新出审〔2024〕196号	ISBN 978-7-498-13067-9	
54	台球世界	移动-休闲益智	宁波东海岸电子音像出版社有限公司	杭州铭先互联科技有限公司	国新出审〔2024〕197号	ISBN 978-7-498-13068-6	
55	假未来	移动	上海晨路信息科技有限公司	上海森它一网络科技有限公司	国新出审〔2024〕198号	ISBN 978-7-498-13069-3	
56	小镇英雄团	移动	方圆电子音像出版社有限责任公司	四川普赖斯科技发展有限公司	国新出审〔2024〕199号	ISBN 978-7-498-13070-9	
57	纪元变异	游戏机(PS)游戏	厦门雷霆互动网络有限公司	深圳雷霆信息技术有限公司	国新出审〔2024〕200号	ISBN 978-7-498-13071-6	吉比特
58	龙息：神寂	移动、客户端	浙江出版集团数字传媒有限公司	上海傲爵数码科技有限公司	国新出审〔2024〕201号	ISBN 978-7-498-13072-3	
59	第六区	移动	北京联合出版有限责任公司	北京指上缤纷科技股份有限公司	国新出审〔2024〕202号	ISBN 978-7-498-13073-0	
60	贪吃小英雄	移动-休闲益智	华东师范大学电子音像出版社有限公司	上海坚豆网络科技有限公司	国新出审〔2024〕203号	ISBN 978-7-498-13074-7	
61	漂移王者	移动-休闲益智	杭州润趣科技有限公司	海南乐否互动网络科技有限公司	国新出审〔2024〕204号	ISBN 978-7-498-13075-4	
62	无尽冬日	移动	上海科学技术文献出版社有限公司	上海青笛科技有限公司	国新出审〔2024〕205号	ISBN 978-7-498-13076-1	世纪华通
63	破晓的曙光	移动	重庆华龙网集团股份有限公司	安徽九娱网络技术有限公司	国新出审〔2024〕206号	ISBN 978-7-498-13077-8	
64	小小梦幻旅程	移动-休闲益智	杭州哲信信息技术有限公司	北京辰兴互娱网络科技有限公司	国新出审〔2024〕207号	ISBN 978-7-498-13078-5	
65	运动之森	客户端	江苏凤凰数字传媒有限公司	苏州运智互动科技有限公司	国新出审〔2024〕208号	ISBN 978-7-498-13079-2	
66	热血美职篮	移动	海南省电子音像出版社有限公司	海南腾讯互动娱乐有限公司	国新出审〔2024〕209号	ISBN 978-7-498-13080-8	腾讯控股
67	龙场大冒险	移动	杭州烈焰网络技术有限公司	北京贝塔科技有限公司	国新出审〔2024〕210号	ISBN 978-7-498-13081-5	
68	悠星大陆	移动、客户端	深圳冰川网络股份有限公司	深圳冰川网络股份有限公司	国新出审〔2024〕211号	ISBN 978-7-498-13082-2	冰川网络

69	蜀门世界	移动	上海云螭网络科技有限公司	上海云螭数码科技有限公司	国新出审〔2024〕 212号	ISBN 978-7-498-13083-9	
70	全民企业家	移动	深圳中青宝互动网络股份有限公司	深圳市蜂玩科技有限公司	国新出审〔2024〕 213号	ISBN 978-7-498-13084-6	中青宝
71	城堡攻防战	移动-休闲益智	上海双盟网络科技有限公司	广州杰游网络科技有限公司	国新出审〔2024〕 214号	ISBN 978-7-498-13085-3	
72	人大大乐斗	移动-休闲益智	杭州群游科技有限公司	北京浩游网讯科技有限公司	国新出审〔2024〕 215号	ISBN 978-7-498-13086-0	
73	宿命绘卷	移动	上海商国网络科技发展有限公司	上海派柯斯网络科技有限公司	国新出审〔2024〕 216号	ISBN 978-7-498-13087-7	
74	飞碟炮手	移动-休闲益智	杭州烈焰网络技术有限公司	上海威逗网络科技有限公司	国新出审〔2024〕 217号	ISBN 978-7-498-13088-4	
75	异尘之旅	移动	方圆电子音像出版社有限责任公司	深圳市浩信科技有限公司	国新出审〔2024〕 218号	ISBN 978-7-498-13089-1	
76	物华弥新	移动	四川数字出版传媒有限公司	成都龙渊网络科技有限公司	国新出审〔2024〕 219号	ISBN 978-7-498-13090-7	
77	动物爱挑战	移动-休闲益智	杭州乐港科技有限公司	北京光耀大地科技有限公司	国新出审〔2024〕 220号	ISBN 978-7-498-13091-4	
78	爆战联盟	移动	湖北省扬子江影音有限责任公司	福州柯基网络科技有限公司	国新出审〔2024〕 221号	ISBN 978-7-498-13092-1	
79	开心点点消	移动-休闲益智	上海双盟网络科技有限公司	上海游双网络科技有限公司	国新出审〔2024〕 222号	ISBN 978-7-498-13093-8	
80	大侠飞剑	移动	广州盈正信息技术有限公司	海南昆磐网络技术有限公司	国新出审〔2024〕 223号	ISBN 978-7-498-13094-5	
81	暴走嘍嘍侠	移动-休闲益智	杭州乐港科技有限公司	海南神乐网络科技有限公司	国新出审〔2024〕 224号	ISBN 978-7-498-13095-2	
82	烽火千旗	客户端	上海晨路信息科技有限公司	上海日矢科技有限公司	国新出审〔2024〕 225号	ISBN 978-7-498-13096-9	
83	要塞纪元	移动	湖北省扬子江影音有限责任公司	成都鲸秋科技有限公司	国新出审〔2024〕 226号	ISBN 978-7-498-13097-6	
84	英勇之地	网页、移动、客户端	厦门大学电子出版社有限责任公司	厦门御长风网络科技有限公司	国新出审〔2024〕 227号	ISBN 978-7-498-13098-3	
85	勇者的命运	移动-休闲益智	杭州渡口网络科技有限公司	合肥常春藤移动科技有限公司	国新出审〔2024〕 228号	ISBN 978-7-498-13099-0	
86	王者迷阵	移动-休闲益智	杭州群游科技有限公司	上海久宜网络科技有限公司	国新出审〔2024〕 229号	ISBN 978-7-498-13100-3	
87	异星飞行	移动-休闲益智	安徽新华电子音像出版社	南京罗布网络科技有限公司	国新出审〔2024〕 230号	ISBN 978-7-498-13101-0	
88	动物闯关大冒险	移动-休闲益智	炫彩互动网络科技有限公司	南京标节网络科技有限公司	国新出审〔2024〕 231号	ISBN 978-7-498-13102-7	
89	我的三体：2277	移动、客户端	上海游族信息技术有限公司	上海游族信息技术有限公司	国新出审〔2024〕 232号	ISBN 978-7-498-13103-4	游族网络

90	每天数独	移动-休闲益智	黑龙江科学技术出版社有限公司	北京鸣虫科技有限公司	国新出审〔2024〕233号	ISBN 978-7-498-13104-1	
91	星球冲击	移动-休闲益智	上海科学技术文献出版社有限公司	上海邮塔网络科技有限公司	国新出审〔2024〕234号	ISBN 978-7-498-13105-8	
92	奥特曼系列：对决	移动	辽宁电子出版社有限责任公司	上海友型网络科技有限公司	国新出审〔2024〕235号	ISBN 978-7-498-13106-5	
93	烧脑开宝箱	移动-休闲益智	杭州乐港科技有限公司	北京掌上易游科技有限公司	国新出审〔2024〕236号	ISBN 978-7-498-13107-2	
94	客人请留步	移动	三七互娱（上海）科技有限公司	上海硬通网络科技有限公司	国新出审〔2024〕237号	ISBN 978-7-498-13108-9	三七互娱
95	遇见龙 2	移动	成都电子科大出版社有限责任公司	北京卓越晨星科技有限公司	国新出审〔2024〕238号	ISBN 978-7-498-13109-6	
96	恐龙大暴走	移动-休闲益智	杭州美盛游戏技术开发有限公司	成都力比科技有限公司	国新出审〔2024〕239号	ISBN 978-7-498-13110-2	
97	恐龙别嚣张	移动-休闲益智	黑龙江龙华数字出版股份有限公司	成都千墨科技有限公司	国新出审〔2024〕240号	ISBN 978-7-498-13111-9	
98	兵来箭挡	移动-休闲益智	黑龙江龙华数字出版股份有限公司	北京爱视游科技文化有限公司	国新出审〔2024〕241号	ISBN 978-7-498-13112-6	
99	荣耀之争	移动	辽宁电子出版社有限责任公司	苏州信大思维软件技术有限公司	国新出审〔2024〕242号	ISBN 978-7-498-13113-3	
100	铸仙之境	移动	成都电子科大出版社有限责任公司	成都幻爵科技有限公司	国新出审〔2024〕243号	ISBN 978-7-498-13114-0	
101	小小飞行员	移动-休闲益智	海南省电子音像出版社有限公司	海南瑞宏网络科技有限公司	国新出审〔2024〕244号	ISBN 978-7-498-13115-7	
102	神王角斗	移动-休闲益智	杭州哲信信息技术有限公司	广州金科文化科技有限公司	国新出审〔2024〕245号	ISBN 978-7-498-13116-4	汤姆猫
103	原零守望	移动、客户端	浙江出版集团数字传媒有限公司	上海竹子互联网信息服务有限公司	国新出审〔2024〕246号	ISBN 978-7-498-13117-1	
104	异星守护者	客户端	广州多益网络股份有限公司	成都利为网络科技有限公司	国新出审〔2024〕247号	ISBN 978-7-498-13118-8	
105	甜心射手	移动-休闲益智	宁波东海岸电子音像出版社有限公司	深圳市禅游科技股份有限公司	国新出审〔2024〕248号	ISBN 978-7-498-13119-5	
106	狂想建造家	移动	深圳中青宝互动网络股份有限公司	深圳市比格互动科技有限公司	国新出审〔2024〕249号	ISBN 978-7-498-13120-1	中青宝
107	泡姆泡姆	客户端、游戏机（PS4、PS5）游戏	上海文艺音像电子出版社有限公司	上海鹰角塔罗斯网络科技有限公司	国新出审〔2024〕250号	ISBN 978-7-498-13121-8	鹰角网络
108	旋风跑车	移动-休闲益智	吉林音像出版社有限责任公司	杭州惟科信息技术有限公司	国新出审〔2024〕251号	ISBN 978-7-498-13122-5	
109	刺激滑雪场	移动-休闲益智	黑龙江龙华数字出版股份有限公司	北京创想乐地科技有限公司	国新出审〔2024〕252号	ISBN 978-7-498-13123-2	
110	孤堡英雄	移动-休闲益智	杭州乐港科技有限公司	宿州手游互联信息技术有限公司	国新出审〔2024〕253号	ISBN 978-7-498-13124-9	



111	排球少年：新的征程	移动	北京目标在线科技有限 公司	北京目标在线科技有 限公司	国新出审〔2024〕 254号	ISBN 978-7-498-13125-6	
112	超能车神	移动-休闲 益智	杭州紫府网络科技有限 公司	盐城昌兴科技有限公 司	国新出审〔2024〕 255号	ISBN 978-7-498-13126-3	
113	界限王者	移动-休闲 益智	上海晨路信息科技股份 有限公司	上海霸者网络科技有 限公司	国新出审〔2024〕 256号	ISBN 978-7-498-13127-0	
114	指尖沙场	移动-休闲 益智	杭州浮云网络科技有限 公司	杭州游猫网络科技有 限公司	国新出审〔2024〕 257号	ISBN 978-7-498-13128-7	
115	伊瑟·重启日	移动、客 户端	宁波东海岸电子音像出 版社有限公司	上海隐志网络科技有 限公司	国新出审〔2024〕 258号	ISBN 978-7-498-13129-4	心动公司

资料来源：国家新闻出版署，中国银河证券研究院

### (三) 营销行业：大盘同比持续上涨，细分渠道波动调整

#### 1. 行业大盘点评：延续同比上涨态势，表现稳定

根据 CTR 发布的《2023 年 1-11 月广告市场投放整体分析》：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%。

从行业（大类）的广告花费变化看，2023 年 1-11 月广告市场头部行业中，娱乐及休闲、化妆品/浴室用品两个行业的表现较突出，花费同比分别上涨 33.6%和 29.4%；饮料、药品、IT 产品及办公自动化服务行业也呈现广告投放正增长，同比分别上涨 17.8%、11.7%和 0.8%。

图31：18-23 年 1-11 月同期广告市场整体花费同比变化

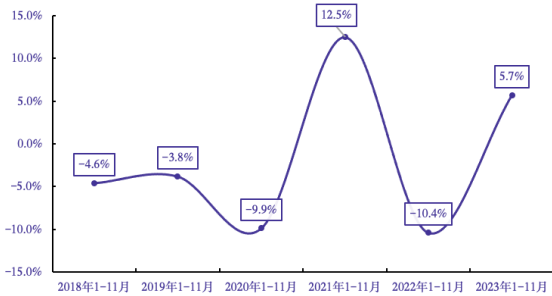
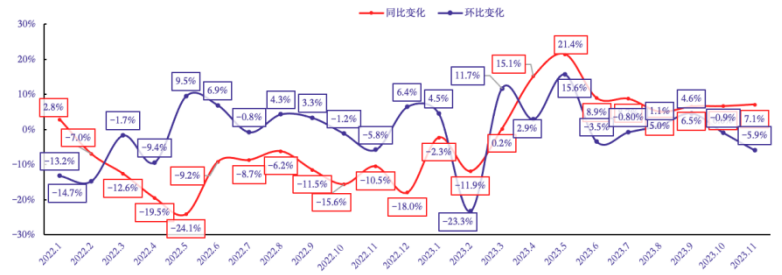


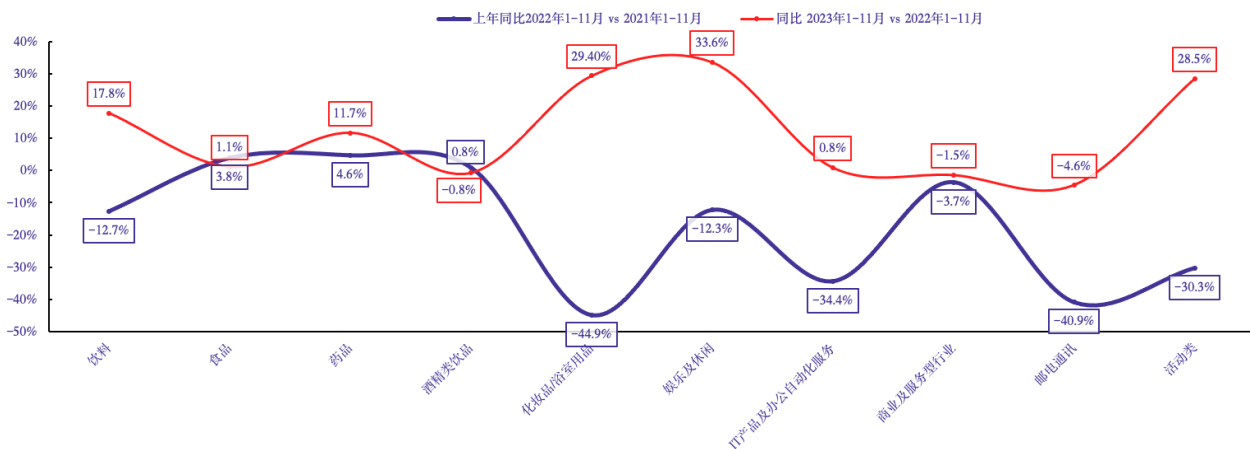
图32：22 年 1 月-23 年 11 月分月广告花费变化



资料来源：CTR，中国银河证券研究院

资料来源：CTR，中国银河证券研究院

图33：2023 年 1-11 月广告市场整体 TOP10 行业（大类）广告花费同比变化

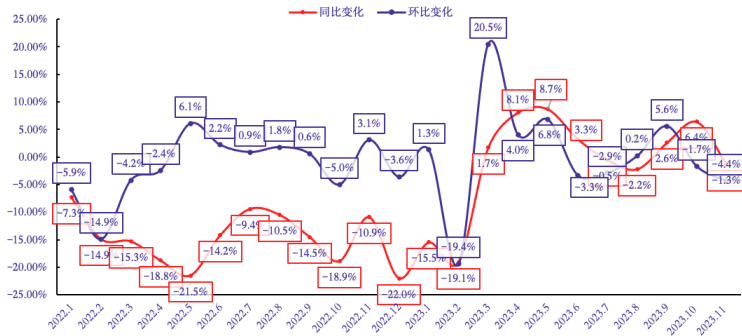


资料来源：CTR，中国银河证券研究院

## 2. 三大细分渠道：处于波动调整阶段

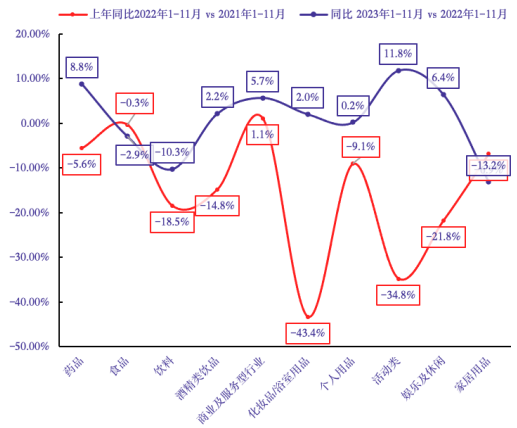
**电视：**2023年11月电视广告花费同比下跌1.3%，环比下跌4.4%。2023年1-11月电视整体的头部行业中，大部分行业呈现同比正增长。2023年1-11月电视广告Top10行业中，同比增幅Top3的行业分别为活动类、药品、娱乐及休闲，同比增幅分别为11.8%、8.8%和6.4%；同比跌幅Top3的行业为家居用品、饮料及食品，跌幅分别为-13.2%、-10.3%和-2.9%。

图34：22年1月-23年11月电视广告月度花费同比变化



资料来源：CTR，中国银河证券研究院

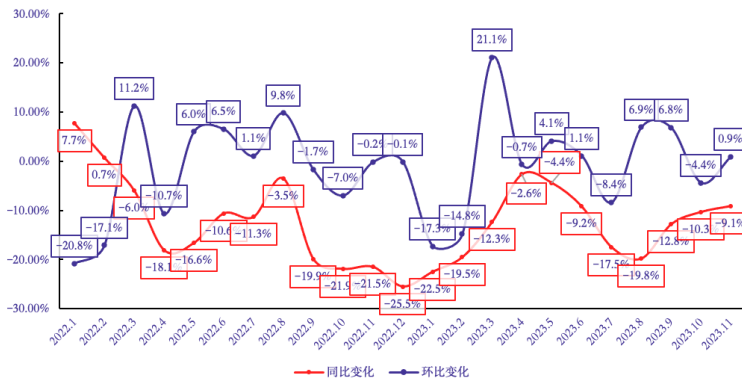
图35：2023年1-11月电视广告TOP10行业(大类)广告花费同比变化



资料来源：CTR，中国银河证券研究院

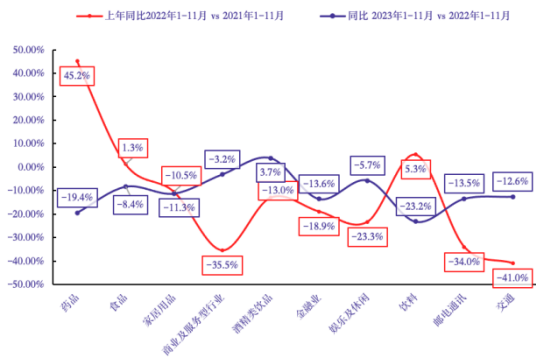
**广播：**2023年1-11月广播广告刊例花费同比下跌9.1%，环比上涨0.9%。从月度投放观察，2023年11月广播广告花费同比下跌9.1%，较上月跌幅缩小11.65个百分点，环比在10月下跌后，又重拾上涨趋势。2023年1-11月广播广告Top10行业中，仅酒精类饮品实现同比正增长，涨幅为3.7%；同比跌幅Top3的行业为饮料、药品及金融业，分别同比下跌23.2%、19.4%及13.6%。

图36：22年1月-23年11月广播广告月度花费同比变化



资料来源：CTR，中国银河证券研究院

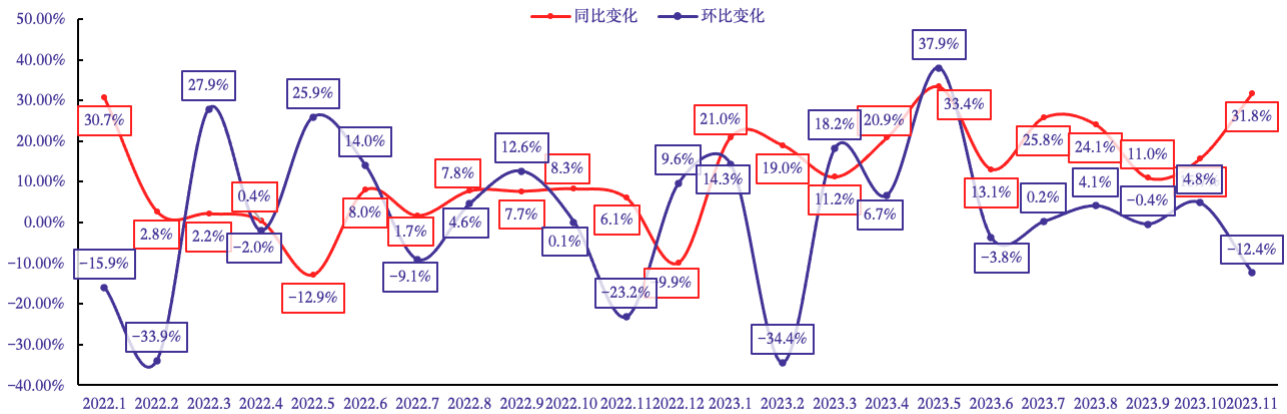
图37：2023年1-11月广播广告TOP10行业(大类)广告花费同比变化



资料来源：CTR，中国银河证券研究院

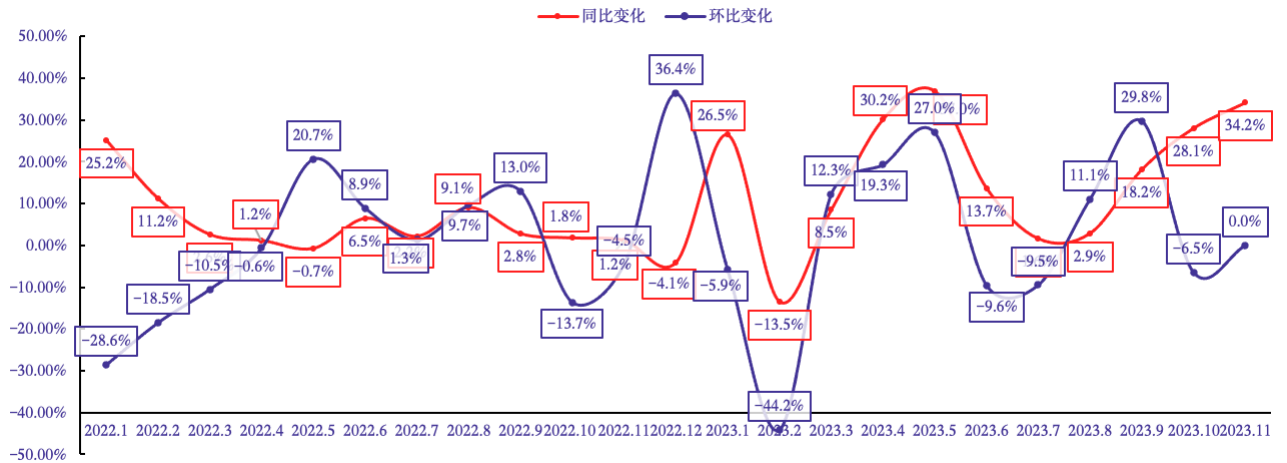
**户外：**分广告渠道看，电梯LCD和电梯海报月度花费同比增长31.8%和34.2%，保持较高的增长速度；影院视频同比下跌11.2%；火车/高铁站同比下跌15.1%，较上月由正转负；机场的刊例花费同比同比上涨18.9%，较上月同比由负转正，增长明显；地铁同比微增0.2%，较上月基本保持稳定；街边设施广告月度花费同比增长11.9%，保持了较好的增长态势。

图38：23年1-11月电梯LCD广告月度花费同比



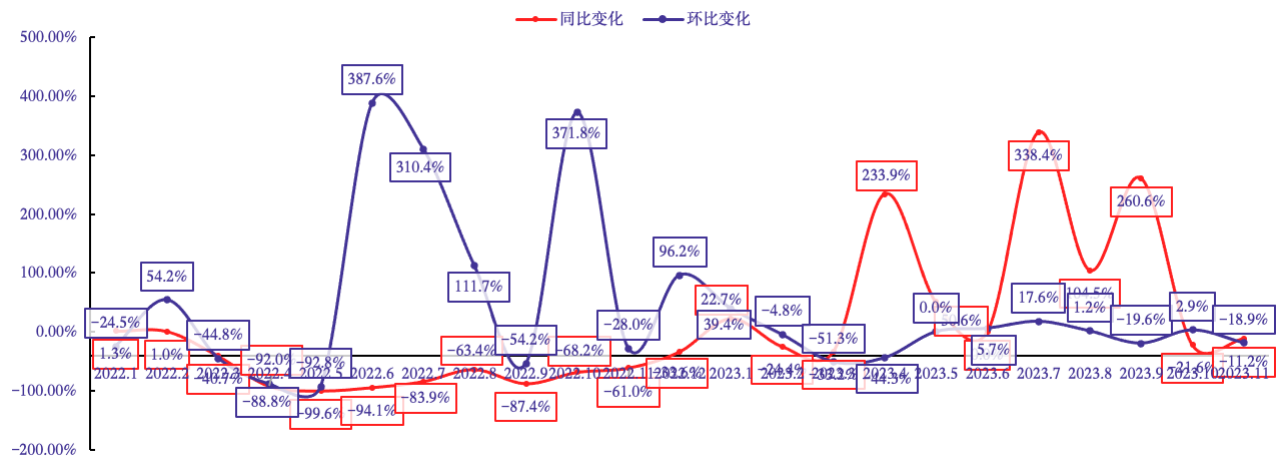
资料来源：CTR，中国银河证券研究院

图39：23年1-11月电梯海报广告月度花费同比



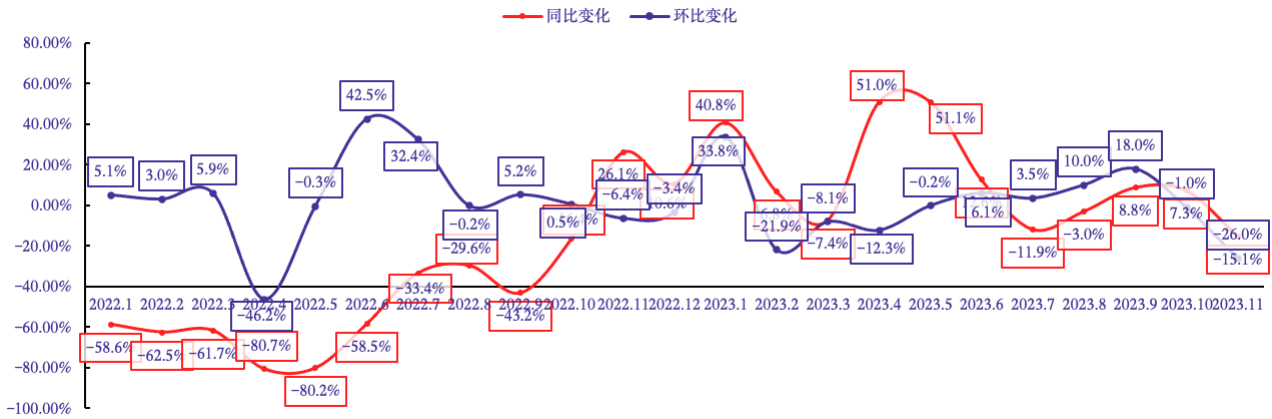
资料来源：CTR，中国银河证券研究院

图40：23年1-11月影院视频广告月度花费同比



资料来源：CTR，中国银河证券研究院

图41：23年1-11月火车/高铁站广告月度花费同比



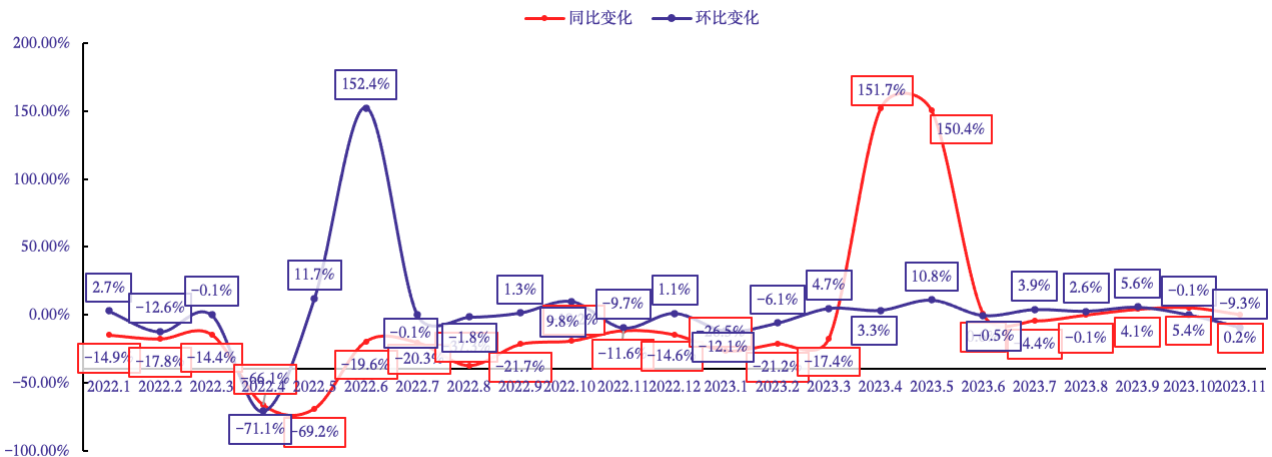
资料来源：CTR，中国银河证券研究院

图42：23年1-11月机场广告月度花费同比



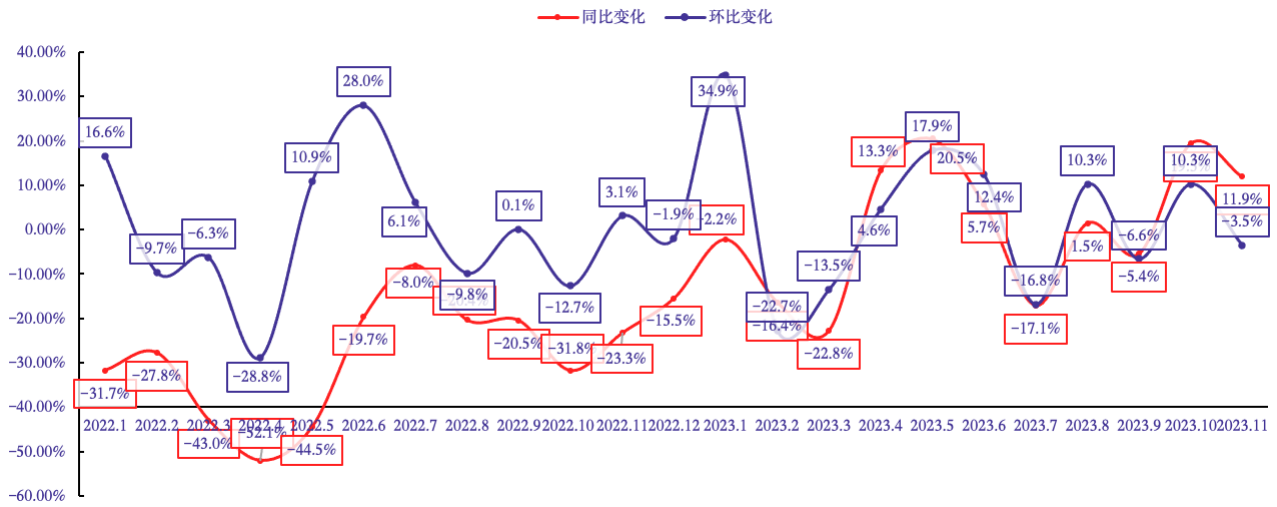
资料来源：CTR，中国银河证券研究院

图43：23年1-11月地铁广告月度花费同比



资料来源：CTR，中国银河证券研究院

图44：23年1-11月街道设施广告月度花费同比



资料来源：CTR，中国银河证券研究院

## （四）数据要素：政策逐渐明晰，加速释放数据要素价值

### 1. Open AI 合作出版媒体，开创“AI+内容版权”新模式

在国务院新闻办公室近期举行的发布会上，国务院国资委表示将进一步研究将市值管理纳入中央企业负责人业绩考核，引导中央企业负责人更加关注、更加重视所控股上市公司的市场表现。1月29日，国资委召开中央企业、地方国资委考核分配工作会议，会议指出，2024年将全面推开上市公司市值管理考核。随着对数据来源的审查日益严格，结合国内国央企市值管理政策相关进展，在生成式AI时代，央国企教育出版公司或有机会迎来价值重估。

表14：国央企出版公司相关情况（截止2024年2月2日，预测数据来自Wind一致预测（180天））

企业性质	代码	公司名称	静态股息率	分红率	市值（亿元）	PE（2023E）
央企	603000.SH	人民网	0.76%	50.80%	226.67	-
	600977.SH	中国电影	-	56.33%	212.65	27.39
	601858.SH	中国科传	1.21%	34.57%	189.64	34.70
	601949.SH	中国出版	1.46%	30.16%	136.51	14.25
	603888.SH	新华网	0.92%	53.27%	102.40	35.36
	600037.SH	歌华有线	1.09%	41.46%	91.16	-
	600640.SH	国脉文化	-	60.76%	81.08	83.59
	600158.SH	中体产业	0.05%	34.19%	70.72	104.24
	600088.SH	中视传媒	-	55.67%	103.64	-
	300788.SZ	中信出版	1.18%	37.08%	54.67	27.29
地方国企	600373.SH	中文传媒	5.47%	36.91%	187.68	9.25
	601098.SH	中南传媒	5.47%	57.00%	202.23	12.01
	601928.SH	凤凰传媒	5.24%	50.66%	245.07	10.85
	601921.SH	浙版传媒	4.94%	54.53%	155.56	10.20
	601019.SH	山东出版	4.15%	43.78%	191.99	10.65
	600757.SH	长江传媒	4.64%	37.24%	82.89	-
	000719.SZ	中原传媒	4.19%	30.10%	90.66	8.38
	601811.SH	新华文轩	2.76%	40.06%	150.78	9.72
	601900.SH	南方传媒	4.22%	34.29%	98.64	8.60
	600229.SH	城市传媒	3.10%	43.97%	41.61	11.72
	601801.SH	皖新传媒	2.90%	36.31%	123.93	12.75
	600551.SH	时代出版	2.53%	27.33%	52.74	-
	603230.SH	内蒙新华	1.03%	15.31%	54.73	-
	605577.SH	龙版传媒	0.53%	10.14%	86.49	16.47
	603999.SH	读者传媒	0.77%	30.99%	32.43	-
	601999.SH	出版传媒	0.67%	23.90%	32.72	-

资料来源：Wind，中国银河证券研究院

Open AI 此前表示，将向出版巨头 Axel Springer 支付费用，让其在公司的人工智能产品中使用其新闻内容，双方将新闻业与人工智能技术深度融合。该协议是出版业与人工智能领域的一次跨界合作，在规范 AI 数字内容发展的同时，或有利于推动出版产业的数字化变革。据相关报道，OpenAI 的知识产权和内容主管 Tom Rubin 在接受媒体采访时也证实，OpenAI 正在积极与传媒行业接触。

## 2. 相关政策加速落地，推动市场规范发展

近日，各省数据局机构迎来改组挂牌潮，推动数据要素市场规范发展。2024年1月10日，江苏省数据局率先正式挂牌，此后四川、内蒙古、上海等多地数据局机构相继挂牌亮相，向社会释放加快规范数据要素治理、统筹发展数字资源的积极信号。据不完全统计，目前已有北京、上海、广东、浙江、山东、安徽、贵州、广西、甘肃、海南、新疆等十几个省市区设立了大数据管理机构，此举既是积极响应中央层面数据治理政策，也体现地方政府主动适应数字经济发展、提升治理能力。

24年1月，国家数据局会同17个部门联合印发《“数据要素×”三年行动计划（2024—2026年）》，旨在充分发挥数据要素乘数效应，赋能经济社会发展，着力解决数据供给质量不高、流通机制不畅、应用潜力释放不够等问题。行动计划的发布有利于发挥我国超大规模市场、海量数据资源、丰富应用场景等多重优势，培育基于数据要素的新产品和服务，开辟经济增长新空间。

表15：中国数据要素相关政策发展历程

日期	事件
2019年11月	党的十九届四中全会发布《中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定》，首次将“数据”列为生产要素，提出了“健全劳动、资本、土地、知识、技术、管理、数据等生产要素由市场评价贡献、按贡献决定报酬的机制”。
2020年3月	《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》将数据作为与土地、劳动力、资本、技术等传统要素并列的第五大生产要素，把数据作为一种新型生产要素写入国家政策文件中，提出要加快培育数据要素市场。
2020年5月	《中共中央国务院关于新时代加快完善社会主义市场经济体制的意见》提出，进一步加快培育发展数据要素市场，建立数据资源清单管理机制，完善数据权属界定、开放共享、交易流通等标准和措施，发挥社会数据资源价值。推进数字政府建设，加强数据有序共享，依法保护个人信息。
2020年9月	《国务院办公厅关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》提出，安全有序推进数据商用；在健全安全保障体系的基础上，依法加强信息数据资源服务和监管；探索数据流通规则制度，有效破除数据壁垒和“孤岛”。
2021年1月	《建设高标准市场体系行动方案》提到，要加快培育发展数据要素市场，建立数据资源产权、交易流通、跨境传输和安全等基础制度和标准规范，推动数据资源开发利用，积极参与数字领域国际规则和标准制定。
2021年3月	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》提出，要对完善数据要素产权性质、建立数据资源产权相关基础制度和标准规范、培育数据交易平台和市场主体等作出战略部署。
2021年11月	《“十四五”大数据产业发展规划》提到，要建立数据价值体系，提升要素配置作用，加快数据要素化，培育数据驱动的产融合作、协同创新等新模式，推动要素数据化，促进数据驱动的传统生产要素合理配置。
2022年1月	《要素市场化配置综合改革试点总体方案》提出，建立健全数据流通交易规则。探索“原始数据不出域、数据可用不可见”的交易范式；探索建立数据用途和用量控制制度；规范培育数据交易市场主体。
2022年1月	《“十四五”数字经济发展规划》提出，充分发挥数据要素作用。强化高质量数据要素供给，加快数据要素市场化流通，创新数据要素开发利用机制。
2022年12月	《中共中央、国务院关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》（又称数据二十条），构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见。
2023年12月	2023年12月15日，国家数据局公布了《“数据要素×”三年行动计划（2024—2026年）（征求意见稿）》，就数据要素×的12个领域做出原则性部署。
2023年12月	国务院新闻办公室于2023年12月26日举行国务院政策例行吹风会，工业和信息化部产业政策与法规司司长黎烈军在会上表示，加快数据要素市场培育，释放数据要素价值，实施算力基础设施高质量发展行动计划，培育数据产业经营主体，构建产业发展良好生态。
2024年1月	为深入贯彻党的二十大和中央经济工作会议精神，落实《中共中央 国务院关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》，充分发挥数据要素乘数效应，赋能经济社会发展，国家数据局会同有关部门制定了《“数据要素×”三年行动计划（2024—2026年）》。

资料来源：国家数据局、国务院等相关政府网站，中国银河证券研究院

请务必阅读正文最后的中国银河证券股份有限公司免责声明。

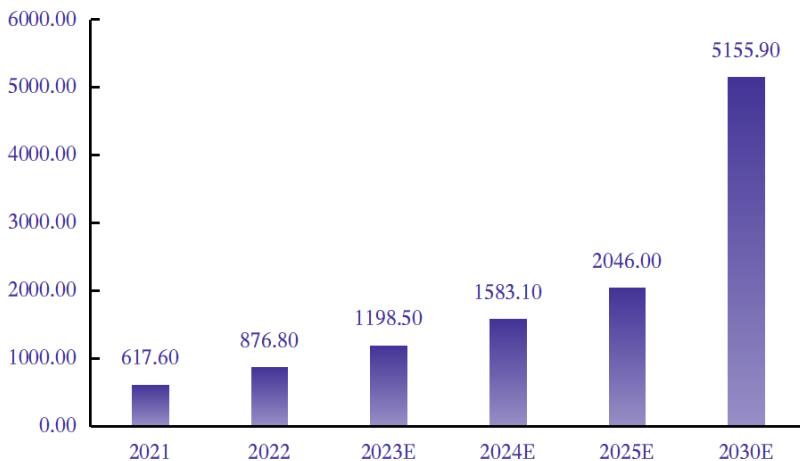


在三年行动计划、数据二十条等政策的指引下，数据要素行业有望实现加速发展，数据价值有望快速释放。相关政策密集出台，数据市场保持高活跃度，交易所、数据商、第三方专业服务机构等多方探索商业化机制，数据要素顶层设计将持续完善，加快破解数据资源化中的基础难题，释放数据要素基础价值，数据要素市场化将进一步加速。建议持续关注后续政策落地以及相关投资机会，主要包括三大类企业：1) 数据生产型企业；2) 平台服务型企业；3) 背书服务型企业。

在政策催化下，数据要素市场有望迎来高速发展。我国数字经济规模已连续 11 年显著高于同期 GDP 名义增速，数字经济占 GDP 比重相当于第二产业占国民经济的比重，达到 41.5%。发展数据要素系列政策的出台进一步激发了数据要素的创新活力，推动数据要素市场快速发展，数据交易迎来了新一轮发展浪潮。

根据中国数据交易市场研究分析报告，中国数据交易行业市场规模由 2021 年的 617.6 亿元增长至 2022 年的 876.8 亿元，年增长率约为 42.0%，2023 年数据要素流通市场规模将达到 1198.5 亿元。考虑到行业发展阶段及政策环境等利好因素，未来中国数据交易行业仍有可观的市场增长空间，预计未来 3-5 年内，中国数据交易市场仍旧能够保持较高速的增长。到 2025 年中国数据行业市场规模有望达到 2046.0 亿元，到 2030 年中国数据行业市场规模有望达到 5155.9 亿元，2025-2030 年复合增长率约为 20.3%。未来十年中国数据交易市场规模年复合增长率远高于全球数据交易市场 CAGR 水平。

图45：2022-2030 年数据要素流通市场规模（亿元）



资料来源：中国数据交易市场研究分析报告，中国银河证券研究院

### 三、投资建议

**出版行业：**出版公司教材教辅产品具有稳定基本盘且大多拥有丰富的电子化图文资源，不仅可以作为国内外大模型训练的重要数据集，同时出版行业公司在版权和 IP 上的资源优势也有望助力其作为海内外 AI 大模型研发的重点助力，叠加央企市值管理或将纳入考核，出版公司有望迎来价值重估。当前头部公司处于估值低点位置且基于历史数据看分红率和股息率稳定可观，当前时点具备极高的投资性价比。建议关注出版央企龙头：中国科传(601858.SH)、中国出版(601949.SH)、中信出版(300788.SZ)等。

**影视院线：**春节档即将临近，建议重视影视院线板块：1) 储备充足，优质内容待映的光线传媒(300251.SZ)、博纳影业(001330.SZ)；2) 受益于需求回暖的院线龙头万达电影(002739.SZ)；3) 业务覆盖电影制作发行播映全产业链同时受益于进口片供给修复的中国电影(600977.SH)；4) 在线票务服务受益于市场复苏，影片出品、宣发能力突出的猫眼娱乐(1896.HK)等。

**游戏行业：**《网络游戏管理办法》(征求意见稿)发布后，监管部门多次释放积极信号，整体监管趋势未有明显收紧。我们认为在监管大环境基本稳定的情况下，版号发放整体趋势的向好将持续优化供给端，游戏新产品周期正逐步开启，各家游戏公司盈利端将逐步企稳，游戏大盘呈现回暖趋势。长期来看，AIGC 等技术对游戏全产业链具有降本增效，提升用户交互体验，突破付费意愿上限的效果，将推动游戏市场规模进一步增长。建议关注研发实力强、研发投入大、储备丰富的游戏公司：腾讯控股(0700.HK)、网易(9999.HK)、吉比特(603444.SH)、恺英网络(002517.SZ)、三七互娱(002555.SZ)、完美世界(002624.SZ)等公司。此外，苹果 Vision Pro 已正式发售，我们看好后续 MR 内容生态发展，建议重视未来 MR 的落地应用两个大方向：1) 视觉相关：MR 能带来更沉浸的 3D 视觉冲击，重构文旅、演艺、教育、营销领域的视觉体验。建议关注：华策影视(300133.SZ)等；2) 交互相关：主要包括游戏、派对、社交场景。建议关注：恒信东方(300081.SZ)、恺英网络(002517.SZ)等。

### 四、风险提示

市场竞争加剧的风险，政策及监管环境的风险，游戏用户流失的风险，MR 生态发展不及预期的风险，AI 应用推进不及预期的风险，作品内容审查或审核的风险等。

## 图表目录

图 1: 市场各行业板块月涨跌幅 .....	3
图 2: 传媒子行业月涨跌幅 (%) .....	4
图 3: 传媒股估值及溢价分析 .....	5
图 4: 17-24 年 1 月票房 (亿元, 含服务费) .....	6
图 5: 23 年 1 月-24 年 1 月票房 (亿元, 含服务费) .....	6
图 6: 18-24 年 1 月场次 (单位: 万) .....	6
图 7: 18-24 年 1 月上座率 (单位: %) .....	6
图 8: 18-24 年 1 月人次 (单位: 亿) .....	6
图 9: 2024 年 1 月院线分账票房前十 .....	8
图 10: 2024 年 1 月影投分账票房前十 .....	8
图 11: 19-24 年网络剧月度播映指数 Top1 变化情况 .....	9
图 12: 23、24 年 (1 月) 网络剧月度播映指数 Top1 .....	9
图 13: 19-24 年电视剧月度播映指数 Top1 变化情况 .....	10
图 14: 23、24 年 (1 月) 电视剧月度播映指数 Top1 .....	10
图 15: 23 年 12 月电视剧备案总量 .....	10
图 16: 23 年 12 月备案电视剧类型占比 .....	10
图 17: 19-24 年综艺月度播映指数 Top1 变化情况 .....	11
图 18: 23、24 年综艺月度播映指数 Top1 .....	11
图 19: 抖音 2024 春节档精品微短剧片单 .....	13
图 20: 抖音“辰星计划” .....	13
图 21: 2014 年-2023 年中国游戏市场实际销售收入 (单位: 亿元) .....	14
图 22: 2018 年-2023 年中国游戏用户规模 (百万) .....	14
图 23: 2018 年-2023 年中国移动游戏市场实际销售收入 (亿元) .....	14
图 24: 2018 年-2023 年中国客户端游戏市场实际销售收入 (亿元) .....	14
图 25: 2018-2023 年中国自主研发游戏海外市场实际销售收入 .....	15
图 26: 2023 年 8 月中国自研游戏海外收入 (亿元) .....	15
图 27: 《幻兽帕鲁》游戏截图 .....	17
图 28: Steam 游戏在线数据峰值历史榜单 .....	17
图 29: 2015-2024 年 1 月国产游戏获批版号数量及同比增速 .....	19
图 30: 2020 年至今每月国产游戏版号发放数量 (款) .....	19
图 31: 18-23 年 1-11 月同期广告市场整体花费同比变化 .....	26
图 32: 22 年 1 月-23 年 11 月分月广告花费变化 .....	26
图 33: 2023 年 1-11 月广告市场整体 TOP10 行业 (大类) 广告花费同比变化 .....	26
图 34: 22 年 1 月-23 年 11 月电视广告月度花费同比变化 .....	27
图 35: 2023 年 1-11 月电视广告 TOP10 行业 (大类) 广告花费同比变化 .....	27
图 36: 22 年 1 月-23 年 11 月广播广告月度花费同比变化 .....	27
图 37: 2023 年 1-11 月广播广告 TOP10 行业 (大类) 广告花费同比变化 .....	27
图 38: 23 年 1-11 月电梯 LCD 广告月度花费同比 .....	28
图 39: 23 年 1-11 月电梯海报广告月度花费同比 .....	28
图 40: 23 年 1-11 月影院视频广告月度花费同比 .....	28
图 41: 23 年 1-11 月火车/高铁站广告月度花费同比 .....	29
图 42: 23 年 1-11 月机场广告月度花费同比 .....	29
图 43: 23 年 1-11 月地铁广告月度花费同比 .....	29
图 44: 23 年 1-11 月街道设施广告月度花费同比 .....	30
图 45: 2022-2030 年数据要素流通市场规模 (亿元) .....	33

## 表格目录

表 1: 2024 年 1 月 A 股指数行情回顾（年初至今涨跌幅为截止报告发布日期前最后一个交易日）	3
表 2: 上月个股涨跌幅前十榜单	4
表 3: 2024 年 1 月票房前十电影（票房不含服务费）	7
表 4: 2024 年 2 月上映日历（截至 2024 年 1 月 31 日）	7
表 5: 2024 年 1 月网络剧播放量指数前十	9
表 6: 2024 年 1 月电视剧月播映指数前十	10
表 7: 2024 年 1 月综艺月播映指数前十	11
表 8: Vision Pro 部分硬件参数及核心功能	12
表 9: 近期上线部分短剧	13
表 10: 2023 年中国手游发行商全球 AppStore 和 GooglePlay 收入榜	15
表 11: 2023 年 12 月中国手游发行商全球 AppStore 和 GooglePlay 收入榜	16
表 12: 12 月中国 AppStore 手游收入排行榜	16
表 13: 2024 年 1 月国产游戏版号获批情况	19
表 14: 国央企出版公司相关情况（截止 2024 年 2 月 2 日，预测数据来自 Wind 一致预测（180 天））	31
表 15: 中国数据要素相关政策发展历程	32

## 分析师承诺及简介

本人承诺以勤勉的执业态度，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。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也将不会与本报告的具体推荐或观点直接或间接相关。

**岳铮，传媒互联网行业分析师。约翰霍普金斯大学硕士，于 2020 年加入银河证券研究院。**

## 免责声明

本报告由中国银河证券股份有限公司（以下简称银河证券）向其客户提供。银河证券无需因接收人收到本报告而视其为客户。若您并非银河证券客户中的专业投资者，为保证服务质量、控制投资风险、应首先联系银河证券机构销售部门或客户经理，完成投资者适当性匹配，并充分了解该项服务的性质、特点、使用的注意事项以及若不当使用可能带来的风险或损失。

本报告所载的全部内容只提供给客户做参考之用，并不构成对客户投资咨询建议，并非作为买卖、认购证券或其它金融工具的邀请或保证。客户不应单纯依靠本报告而取代自我独立判断。银河证券认为本报告资料来源是可靠的，所载内容及观点客观公正，但不担保其准确性或完整性。本报告所载内容反映的是银河证券在最初发表本报告日期当日的判断，银河证券可发出其它与本报告所载内容不一致或有不同结论的报告，但银河证券没有义务和责任去及时更新本报告涉及的内容并通知客户。银河证券不对因客户使用本报告而导致的损失负任何责任。

本报告可能附带其它网站的地址或超级链接，对于可能涉及的银河证券网站以外的地址或超级链接，银河证券不对其内容负责。链接网站的内容不构成本报告的任何部分，客户需自行承担浏览这些网站的费用或风险。

银河证券在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或进行证券交易，或向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务在内的服务或业务支持。银河证券可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

银河证券已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格。除非另有说明，所有本报告的版权属于银河证券。未经银河证券书面授权许可，任何机构或个人不得以任何形式转发、转载、翻版或传播本报告。特提醒公众投资者慎重使用未经授权刊载或者转发的本公司证券研究报告。

本报告版权归银河证券所有并保留最终解释权。

## 评级标准

评级标准	评级	说明
评级标准为报告发布日后的 6 到 12 个月行业指数（或公司股价）相对市场表现，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，北交所市场以北证 50 指数为基准，香港市场以摩根士丹利中国指数为基准。	行业评级	推荐：相对基准指数涨幅 10% 以上
		中性：相对基准指数涨幅在 -5% ~ 10% 之间
		回避：相对基准指数跌幅 5% 以上
公司评级	推荐：相对基准指数涨幅 20% 以上	
	谨慎推荐：相对基准指数涨幅在 5% ~ 20% 之间	
	中性：相对基准指数涨幅在 -5% ~ 5% 之间	
	回避：相对基准指数跌幅 5% 以上	

## 联系

### 中国银河证券股份有限公司 研究院

深圳市福田区金田路 3088 号中洲大厦 20 层

上海浦东新区富城路 99 号震旦大厦 31 层

北京市丰台区西营街 8 号院 1 号楼青海金融大厦

公司网址：www.chinastock.com.cn

### 机构请致电：

深广地区：程曦 0755-83471683 chengxi\_yj@chinastock.com.cn

苏一耘 0755-83479312 suyiyun\_yj@chinastock.com.cn

上海地区：陆韵如 021-60387901 luyunru\_yj@chinastock.com.cn

李洋洋 021-20252671 liyangyang\_yj@chinastock.com.cn

北京地区：田薇 010-80927721 tianwei@chinastock.com.cn

唐嫚玲 010-80927722 tangmanling\_bj@chinastock.com.cn