

分析师：乔琪
登记编码：S0730520090001
qiaoqi@ccnew.com 021-50586985

游戏版号再破百，关注春节档表现

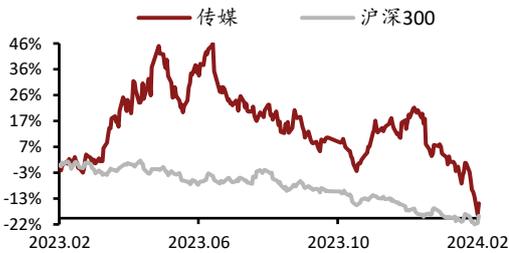
——传媒行业月报

证券研究报告-行业月报

强于大市(维持)

传媒相对沪深 300 指数表现

发布日期：2024 年 02 月 07 日



资料来源：聚源，中原证券

相关报告

《传媒行业月报：电影市场 550 亿元票房收官，游戏市场规模首超 3000 亿元》

2024-01-15

《传媒行业分析报告：2023 年票房近 550 亿元，2024 年元旦档再破同档期纪录》

2024-01-08

《传媒行业点评报告：《网络游戏管理办法(草案征求意见稿)》引关注，后续或有进一步完善空间》 2023-12-27

联系人：马崧琦

电话：021-50586973

地址：上海浦东新区世纪大道 1788 号 16 楼

邮编：200122

投资要点：

- **行情回顾：**1 月传媒板块下跌 15.61%，同期上证指数下跌 6.27%、沪深 300 下跌 6.29%、创业板指下跌 16.81%。细分子板块全部下跌，其中出版子板块跌幅最小，单月下跌 7.49%，动漫、信息搜索与聚合以及互联网广告营销单月下跌幅度均超过 20%

板块内 144 只个股中 9 只上涨，135 只下跌。单月涨幅最高的是中视传媒、新华传媒、中文传媒、中南传媒、凤凰传媒、中信出版、神州泰岳、中广天择、山东出版、中体产业；跌幅最高的有天威视讯、天龙集团、电声股份、遥望科技、龙韵股份、因赛集团、华立科技、力盛体育、每日互动、ST 富润。

- **投资建议：**

游戏：1 月 26 日国家新闻出版书发布了 115 款游戏版号，相比 12 月增加 10 款，已经连续两个月发放数量破百；2 月 2 日再次发放 32 款进口游戏版号。获得版号的游戏产品中不乏 DNF 手游等关注度较高的重磅产品。我们认为目前的版号发放情况一定程度已经表明了监管部门的缓和态度，自《网络游戏管理办法(草案征求意见稿)》发布后带来的游戏板块剧烈震荡目前仍未得到有效的修复，当前的市场情绪下，预计监管政策再次收紧的概率较小，游戏板块仍有比较好的估值修复和业绩增长的机会。从目前国内游戏行业的重点产品立项情况来看，包括《黑神话：悟空》、《燕云十六声》等大作的出现表明国内游戏厂商已经在高质量的游戏产品上加大投入，力求打开国内 3A 级别游戏市场的缺口，国内游戏产业在高质量产品的挖掘上仍有较大空间。建议关注游戏行业政策变化，重点关注游戏研发实力强以及海外收入存在增量空间的公司。

电影：春节档已有 8 部影片定档，涵盖多种影片类型，虽然缺乏类似《流浪地球 2》的大体量影片，但整体的影片阵容合家欢主基调明显，更适合春节假期阖家团圆的调性，有望为春节档票房提供支撑。从目前的预售情况来看，《飞驰人生 2》预售票房超 8600 万元、《热辣滚烫》预售票房超 8300 万元，《第二十条》预售票房超 7600 万元，构成第一梯队；《熊出没·逆转时空》预售票房超 5000 万元，构成第二梯队；《红毯先生》和《我们一起摇太阳》预售票房分别超 2200 万元和 1950 万元。此外，本次春节档也采取了较大规模的票补，观众能够以更低的价格观影，有望加速带动观众回流。建议关注电影产业链重点公司。

广告：CTR 数据显示 2023 年广告市场整体恢复情况较好，同比上

涨 6.0%，细分渠道中与线下客流关联度较高的电梯媒体、影院都实现两位数增长，机场、火车/高铁站、地铁和街道设施的刊例花费同比均由负转正。建议关注广告市场的修复性增长机会。

短剧：抖音发布精品微短剧“辰星计划”，并通过流量和现金的扶持精品微短剧，目前，长信传媒、柠萌影视、华策集团、完美世界等 37 家影视公司，新华社、新华网、央视频等超二十家媒体机构，已经与抖音达成合作意向。另外还推出了 2024 年春节档精品微短剧片单，推出 10 部由热门影视 IP 衍生的微短剧。我们认为，与影视、游戏等内容产业发展路径一致，短剧产业向内容精品化方向发展是高概率事件，其背后核心逻辑是在内容内卷化趋势下，用户阈值被不断抬高，更愿意为优质内容付出时间成本和经济成本。

VR/AR/MR：苹果 MR 头显设备 Vision Pro 发售后引发市场关注，通过 MR 硬件设备打破现实世界和数字技术的界限，为旅游、娱乐、教育、医疗、办公等多个领域带来全新的升级体验，建议关注 VR/AR/MR 原生内容的进展。

风险提示：宏观经济波动影响文娱消费；监管政策收紧超预期；市场竞争加剧；产出内容质量不及预期；项目制特点导致公司业绩波动；AI 技术应用效果不及预期；商誉减值风险

内容目录

1. 2月投资建议	4
1.1. 传媒板块投资观点	4
1.2. 重点关注公司估值表	5
2. 1月行情回顾	6
2.1. 行情回顾	6
2.2. 估值水平	7
3. 1月要闻	7
4. 行业月度数据	9
4.1. 电影市场	9
4.2. 影视剧市场	12
4.3. 综艺节目市场	12
4.4. 游戏市场	13
4.5. 广告市场	14
5. 风险提示	15

图表目录

图 1: 2024 年 1 月 A 股主要板块涨跌幅 (%)	6
图 2: 中信传媒板块行业 PE	7
图 3: 国内电影市场票房情况 (亿元)	9
图 4: 国内电影市场观影人次情况 (亿人)	9
图 5: 国内电影市场放映场次情况 (万场)	10
图 6: 国内电影市场平均票价情况 (元) (含服务费)	10
图 7: 国内电影市场上座率	10
图 8: 国内电影市场放映影片数	10
图 9: 国内游戏市场实际销售收入	13
图 10: 国内移动游戏市场实际销售收入	13
图 11: 2023 年中国手游收入 TOP30	14
图 12: 2023 年中国手游发行商收入 TOP30	14
图 13: 广告整体市场花费变化	15
图 14: 广告市场户外渠道投放同比变化	15
表 1: 重点关注公司估值表	5
表 2: 2024 年 1 月中信传媒行业二级与三级子板块涨跌幅	6
表 3: 2024 年 1 月传媒板块个股涨跌幅 TOP10	7
表 4: 2024 年 1 月影片票房情况	10
表 5: 2024 年 2 月部分上映电影档期	10
表 6: 2024 年 1 月院线数据 (不含服务费)	11
表 7: 2024 年 1 月影投数据 (不含服务费)	11
表 8: 2024 年 1 月电视剧/网剧热度排名	12
表 9: 2024 年 1 月电视综艺/网络综艺热度排名	12
表 10: 手机游戏排行榜 (2024 年 1 月 31 日)	14

1.2 投资建议

1.1. 传媒板块投资观点

游戏：1月26日国家新闻出版书发布了115款游戏版号，相比12月增加10款，已经连续两个月发放数量破百；2月2日再次发放32款进口游戏版号。获得版号的游戏产品中不乏DNF手游等关注度较高的重磅产品。我们认为目前的版号发放情况一定程度已经表明了监管部门的缓和态度，自《网络游戏管理办法（草案征求意见稿）》发布后带来的游戏板块剧烈震荡目前仍未得到有效的修复，当前的市场情绪下，预计监管政策再次收紧的概率较小，游戏板块仍有比较好的估值修复和业绩增长的机会。从目前国内游戏行业的重点产品立项情况来看，包括《黑神话：悟空》、《燕云十六声》等大作的出现表明国内游戏厂商已经在高质量的游戏产品上加大投入，力求打开国内3A级别游戏市场的缺口，国内游戏产业在高质量产品的挖掘上仍有较大空间。建议关注游戏行业政策变化，重点关注游戏研发实力强以及海外收入存在增量空间的公司。

电影：春节档已有8部影片定档，涵盖多种影片类型，虽然缺乏类似《流浪地球2》的大体量影片，但整体的影片阵容合家欢主基调明显，更适合春节假期阖家团圆的调性，有望为春节档票房提供支撑。从目前的预售情况来看，《飞驰人生2》预售票房超8600万元、《热辣滚烫》预售票房超8300万元，《第二十条》预售票房超7600万元，构成第一梯队；《熊出没·逆转时空》预售票房超5000万元，构成第二梯队；《红毯先生》和《我们一起摇太阳》预售票房分别超2200万元和1950万元。此外，本次春节档也采取了较大规模的票补，观众能够以更低的价格观影，有望加速带动观众回流。建议关注电影产业链重点公司。

广告：CTR数据显示2023年广告市场整体恢复情况较好，同比上涨6.0%，细分渠道中与线下客流关联度较高的电梯媒体、影院都实现两位数增长，机场、火车/高铁站、地铁和街道设施的刊例花费同比均由负转正。建议关注广告市场的修复性增长机会。

短剧：抖音发布精品微短剧“辰星计划”，并通过流量和现金的扶持精品微短剧，目前，长信传媒、柠萌影视、华策集团、完美世界等37家影视公司，新华社、新华网、央视频等超二十家媒体机构，已经与抖音达成合作意向。另外还推出了2024年春节档精品微短剧片单，推出10部由热门影视IP衍生的微短剧。我们认为，与影视、游戏等内容产业发展路径一致，短剧产业向内容精品化方向发展是高概率事件，其背后核心逻辑是在内容内卷化趋势下，用户阈值被不断抬高，更愿意为优质内容付出时间成本和经济成本。

VR/AR/MR：苹果MR头显设备Vision Pro发售后引发市场关注，通过MR硬件设备打破现实世界和数字技术的界限，为旅游、娱乐、教育、医疗、办公等多个领域带来全新的升级体验，建议关注VR/AR/MR原生内容的进展。

1.2. 重点关注公司估值表

表 1: 重点关注公司估值表

证券代码	证券简称	股价 (元) (2024.2.7)	EPS (元)		每股净资产 (23.9.30)	PE (倍)		PB	投资评级
			2023E	2024E		2023E	2024E		
002555.SZ	三七互娱	17.10	1.45	1.67	5.56	11.79	10.24	3.08	买入
002624.SZ	完美世界	10.20	0.42	0.66	4.68	24.29	15.45	2.18	增持
603444.SH	吉比特	191.93	17.20	20.28	58.41	11.16	9.46	3.29	增持
002517.SZ	恺英网络	10.83	0.69	0.88	2.33	15.70	12.31	4.65	买入
002739.SZ	万达电影	11.71	0.49	0.64	3.71	23.90	18.30	3.16	增持
300251.SZ	光线传媒	7.72	0.20	0.31	2.90	38.60	24.90	2.66	增持
600977.SH	中国电影	11.97	0.31	0.42	6.05	38.61	28.50	1.98	增持
002027.SZ	分众传媒	5.98	0.35	0.41	1.14	17.09	14.59	5.25	买入
301102.SZ	兆讯传媒	12.76	0.68	0.87	10.32	18.76	14.67	1.24	增持
300413.SZ	芒果超媒	22.79	1.13	1.33	10.88	20.17	17.14	2.09	买入
603466.SH	风语筑	11.02	0.51	0.69	3.96	21.61	15.97	2.78	买入

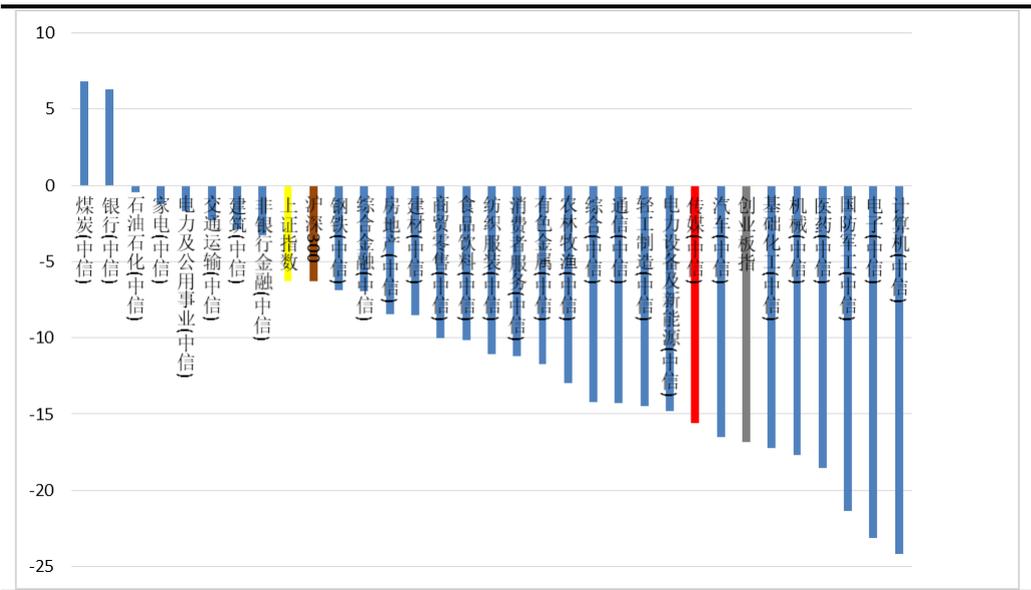
资料来源: Wind, 中原证券

2.1 月行情回顾

2.1.1. 行情回顾

1月传媒板块下跌15.61%，同期上证指数下跌6.27%、沪深300下跌6.29%、创业板指下跌16.81%。细分子板块全部下跌，其中出版子板块跌幅最小，单月下跌7.49%，动漫、信息搜索与聚合以及互联网广告营销单月下跌幅度均超过20%。

图1：2024年1月A股主要板块涨跌幅（%）



资料来源：Wind，中原证券

表2：2024年1月中信传媒行业二级与三级子板块涨跌幅

二级子板块	涨跌幅	三级子板块	涨跌幅（%）
媒体	-10.27%	出版	-7.49%
		广播电视	-14.76%
广告营销	-16.76%	互联网广告营销	-21.05%
		其他广告营销	-11.10%
文化娱乐	-16.88%	影视	-16.22%
		动漫	-23.15%
		游戏	-16.72%
		其他文化娱乐	-17.78%
互联网媒体	-18.87%	信息搜索与聚合	-22.22%
		互联网音视频	-13.65%

资料来源：Wind，中原证券

板块内144只个股中9只上涨，135只下跌。单月涨幅最高的是中视传媒、新华传媒、中文传媒、中南传媒、凤凰传媒、中信出版、神州泰岳、中广天择、山东出版、中体产业；跌幅最高的有天威视讯、天龙集团、电声股份、遥望科技、龙韵股份、因赛集团、华立科技、力盛体育、每日互动、ST富润。

表 3：2024 年 1 月传媒板块个股涨跌幅 TOP10

涨幅 TOP10	涨幅 (%)	跌幅 TOP10	跌幅 (%)
中视传媒	104.98%	天威视讯	-34.06%
新华传媒	15.88%	天龙集团	-34.00%
中文传媒	12.37%	电声股份	-33.30%
中南传媒	10.72%	遥望科技	-32.41%
凤凰传媒	10.10%	龙韵股份	-32.04%
中信出版	8.93%	因赛集团	-31.89%
神州泰岳	5.54%	华立科技	-30.60%
中广天择	4.17%	力盛体育	-30.11%
山东出版	3.41%	每日互动	-29.16%
中体产业	-0.90%	ST 富润	-28.88%

资料来源：Wind，中原证券

2.2. 估值水平

截止至 2024 年 1 月 31 日，中信传媒板块 PE (TTM，整体法，剔除负值) 为 21.12 倍，2019 年以来板块市盈率平均值为 25.02 倍，中位数为 24.59 倍，最大值为 42.74 倍，最小值为 16.46 倍。

图 2：中信传媒板块行业 PE


资料来源：Wind，中原证券

3.1 月要闻

国家数据局等部门印发《“数据要素×”三年行动计划（2024—2026 年）》的通知。通知提出，以科学数据支持大模型开发，深入挖掘各类科学数据和科技文献，通过细粒度知识抽取和多来源知识融合，构建科学知识资源底座，建设高质量语料库和基础科学数据集，支持开展人工智能大模型开发和训练。探索科研新范式，充分依托各类数据库与知识库，推进跨学科、

跨领域协同创新，以数据驱动发现新规律，创造新知识，加速科学研究范式变革。（来源：36氪）

1月13日，腾讯旗下游戏《王者荣耀》官方微博发文称，1月21日起，《王者荣耀》抖音直播将全面开放。这是腾讯和字节跳动因为《王者荣耀》直播侵权问题陷入纷争数年后的首次合作。（来源：证券时报）

1月18日，抖音在京举办精品微短剧“辰星计划”发布会，面向影视公司、媒体机构、MCN机构以及个人创作者，宣布将给予精品微短剧资金和流量扶持。此外，抖音2024春节档精品微短剧片单也在会上发布，10部精彩作品将在春节期间上线，包含《超越吧！阿娟》《天涯小娘惹》等多部热门“影视IP”衍生的微短剧。（来源：中国新闻网）

1月22日消息，融合了精灵捕捉、射击、生存建造等元素的开放世界新作《幻兽帕鲁》（Palworld）于上周末登陆 Steam、Xbox 和 PC Game Pass 平台，在短短几天内席卷了全球游戏界，在 Steam 平台上创下了多个纪录，成为当今最火爆的游戏之一。《幻兽帕鲁》在 Steam 平台一经推出，便势如破竹，据 SteamDB 统计，该游戏同时在线峰值超过了 150 万，当前在线 152 万 1755 人，而且还在增长中。这一数据表现已经超过了《DOTA2》（129.5 万）、《失落的方舟》（133 万）和《赛博朋克 2077》（105 万），仅次于免费游戏《绝地求生》（326 万）和《反恐精英 2》（182 万），成为 Steam 史上同时在线峰值第三高游戏。（来源：IT之家）

近日，国家广播电视总局科技司发布关于对《网络视听收视指标及计算方法》广播电视和网络视听行业标准报批稿进行公示的通知。根据《通知》，按照广播电视和网络视听行业标准制定程序要求和计划安排，国家广播电视总局组织相关单位编制《网络视听收视指标及计算方法》行业标准，现对已通过全国广播电影电视标准化技术委员会审查的报批稿予以公示。《网络视听收视指标及计算方法》对于用户有效性、有效触达、有效播放行为判定等均作出了具体的规定。（来源：财联社）

1月26日，国家新闻出版署公布了2024年1月份国产网络游戏审批信息。其中显示，共有115款游戏获批版号。本次审批数量超过此前，再次破百。去年12月，国家新闻出版署批准了105款国产游戏版号，是单次审批数量首次突破百款。（来源：中国新闻网）

2月2日消息，今晚（美国时间2日8点），苹果 Vision Pro 头显正式开售，起售价 3499 美元。苹果 Vision Pro 提供 256GB、512GB 和 1TB 三种版本，售价分别是 3499 美元（约合人民币 2.5 万元）、3699 美元（约合人民币 2.66 万元）、3899 美元（约合人民币 2.8 万元）。这款设备被苹果定义为“空间计算设备”，Vision Pro 也是苹果自 2015 年推出 Apple Watch 以来的首款新类别产品。配置方面，Vision Pro 搭载 M2 芯片+R1 芯片，整机包括 12 个摄像头、5 个传感器和 6 个麦克风，可插电全天使用，也支持外接电池，续航达 2 小时。（来源：快科技）

当地时间1月10日，GPT应用商店（GPT Store）正式上线。点进 ChatGPT 网页端，对话框更新了一项“探索 GPTs”。官方介绍，可以在这里发现、创建并使用 ChatGPT 的各种自

定义版本（统称为 GPT）。页面跟常见的应用商店类似，用户可以按编辑精选、流行趋势寻找 GPT，也可以按类别搜索 GPT。可以看到官方将应用场景细分为七大类：图像生成、写作、效率、研究和分析、编程、教育、生活方式。（来源：21 世纪经济报道）

据灯塔专业版数据，截至 2 月 5 日 18 时，距离 2024 年春节档还有 5 天，大年初一预售票房已突破 2.3 亿，高于去年同期，平均票价则是 50.2 元，远低于去年同期，《热辣滚烫》《飞驰人生 2》《第二十条》分别暂列票房前三名。截至目前，《热辣滚烫》《飞驰人生 2》《第二十条》分别以 5920 万、5905 万、5308 万暂列票房前三名，这三部影片竞争焦灼形成第一梯队，合计占大盘 74.3%；连续 7 年“征战”春节档的《熊出没·逆转时空》目前预售票房超 2700 万，远高于去年《熊出没·伴我“熊芯”》同期成绩，有望再创佳绩；《红毯先生》《我们一起摇太阳》虽然目前预售票房排名第五、第六，但都超过了 1500 万，表现同样不错。（来源：湖南日报）

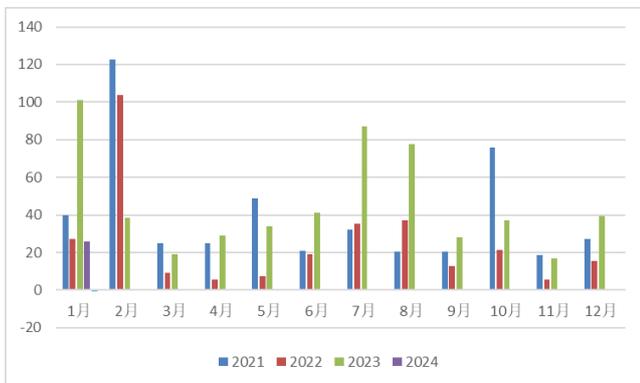
1 月 12 日快手在深圳举行短剧生态大会，快手副总裁、快手文娱业务负责人陈戈戈透露，截至 2023 年年底，快手星芒短剧上线总量近千部，播放量破亿作品达 326 部，破 3 亿作品有 68 部，破 10 亿超爆款作品有 4 部。此外，截至 2023 年年底，快手付费用户规模增长近 10 倍。（来源：证券时报）

4. 行业月度数据

4.1. 电影市场

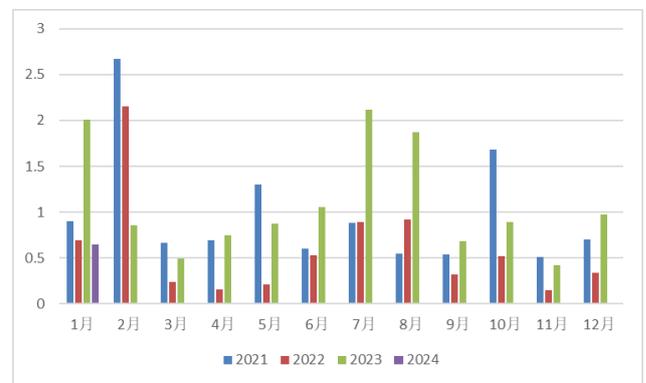
2024 年 1 月国内电影市场票房 25.83 亿元，同比减少 74.40%；观影人次 6528.51 万，同比减少 67.66%；平均票价 39.74 元，同比下降 20.85%；放映场次 1203.3 万场，同比增加 19.58%。2023 年春节假期自 1 月 21 日起至 1 月 27 日结束，在春节档加持下，2023 年 1 月电影市场的票房和观影人次基数较高，2024 年 1 月出现较大幅度下滑。

图 3：国内电影市场票房情况（亿元）



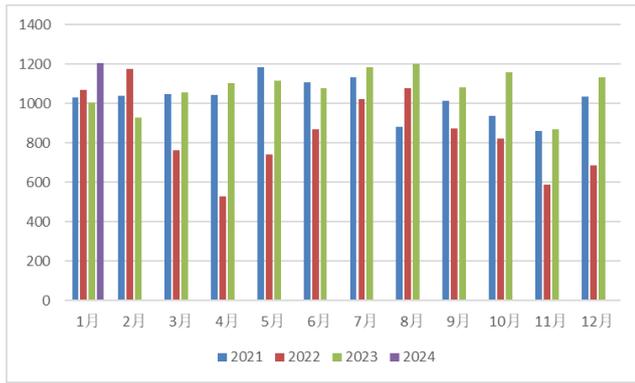
资料来源：灯塔专业版，中原证券

图 4：国内电影市场观影人次情况（亿人）



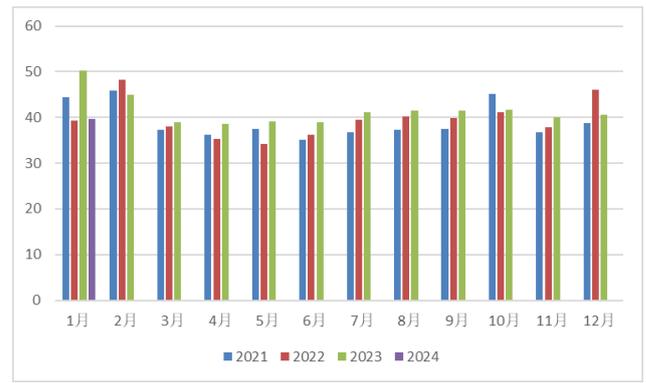
资料来源：灯塔专业版，中原证券

图 5：国内电影市场放映场次情况（万场）



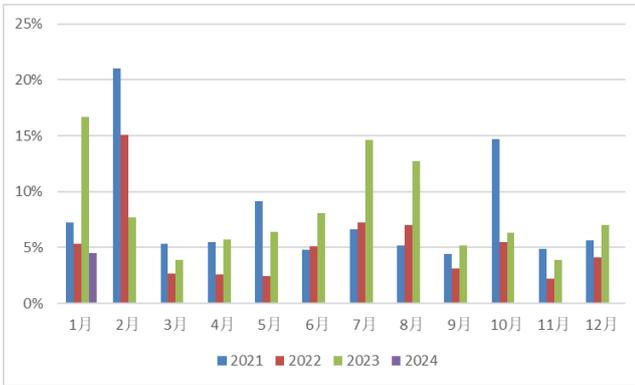
资料来源：灯塔专业版，中原证券

图 6：国内电影市场平均票价情况（元）（含服务费）



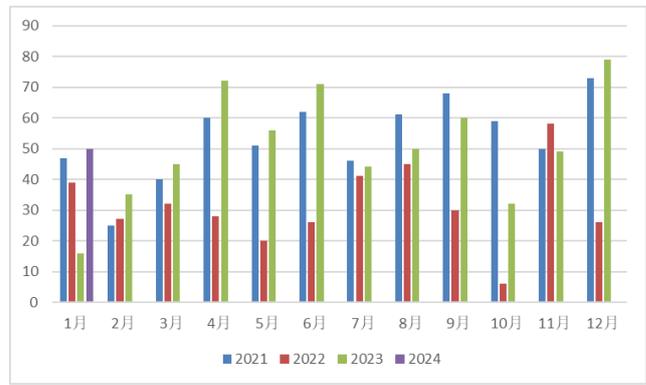
资料来源：灯塔专业版，中原证券

图 7：国内电影市场上座率



资料来源：灯塔专业版，中原证券

图 8：国内电影市场放映影片数



资料来源：灯塔专业版，中原证券

1 月票房排名前三的影片分别是《年会不能停!》、《金手指》、《潜行》，单月票房分别为 9.11 亿元、3.64 亿元、1.91 亿元，票房占比分别为 35.2%、14.1%、7.4%。

表 4：2024 年 1 月影片票房情况

影片	票房（万元）	票房占比	排片占比	累计票房	上映日期
年会不能停!	91066.14	35.2%	24.0%	12.48 亿元	2023-12-29
金手指	36435.17	14.1%	12.3%	5.59 亿元	2023-12-30
潜行	19133.25	7.4%	8.3%	3.86 亿元	2023-12-29
临时劫案	18401.45	7.1%	8.7%	2.22 亿元	2024-1-19
一闪一闪亮星星	14388.20	5.5%	7.5%	7.00 亿元	2023-12-30
三大队	13203.48	5.1%	4.8%	7.02 亿元	2023-12-15
海王 2：失落的王国	10918.61	4.2%	3.8%	4.58 亿元	2023-12-20
养蜂人	9772.62	3.7%	5.1%	1.09 亿元	2024-1-12

资料来源：猫眼专业版，中原证券

表 5：2024 年 2 月部分上映电影档期

首映日期	影片名称	类型	国家/地区	相关上市公司（参与出品或发行等）
2月10日	飞驰人生2	喜剧/剧情	中国	博纳影业/中国电影/横店影视
	熊出没·逆转时空	动画/喜剧/科幻	中国	横店影视/中国电影/万达电影
	热辣滚烫	喜剧/剧情	中国	中国电影/横店影视
	第二十条	喜剧/剧情/家庭	中国	光线传媒/中国电影/横店影视
	红毯先生	剧情/喜剧	中国	
	我们一起摇太阳	爱情/剧情/家庭	中国	中国电影/横店影视
	八戒之天蓬下界	神话/动画	中国	
	黄貔：天降财神猫	动画/喜剧	中国	
2月16日	破战	动作/悬疑	中国	
2月23日	阿盖尔：神秘特工	动作/惊悚	美国	中国电影
2月24日	还是觉得你最好2	喜剧/爱情	中国	
	西南东北客	剧情/喜剧/公路	中国	

资料来源：猫眼专业版，中原证券

2024年1月，珠海横琴万达电影院线票房4.24亿元，市场占有率18.23%，环比提升0.36pct；排名第二的中影数字院线票房2.11亿元，市场占有率9.07%，同比下滑0.09pct；排名第三的深圳市中影南方电影新干线票房1.98亿元，市场占有率8.51%，环比提升0.73pct。

表6：2024年1月院线数据（不含服务费）

院线	票房	市占率	人次（万人）	场均人次	平均票价（元）
珠海横琴万达电影院线	4.24 亿元	18.23%	1148.0	8.4	37.0
中影数字院线	2.11 亿元	9.07%	589.7	5.2	35.8
深圳市中影南方电影新干线	1.98 亿元	8.51%	557.2	5.9	35.7
上海联合电影院线	1.92 亿元	8.25%	482.7	6.8	39.9
广东大地电影院线	1.39 亿元	5.98%	412.0	4.8	33.8
广州金逸珠江电影院线	9554.6 万元	4.11%	266.3	6.7	35.9
江苏幸福蓝海院线	9076.2 万元	3.90%	265.5	5.1	34.2
横店影视	8749.9 万元	3.76%	274.2	4.5	31.9
北京华夏联合电影院线	7687.3 万元	3.30%	224.1	5.1	34.3
中影电影院线	7543.3 万元	3.24%	221.1	5.2	34.1
全国	23.26	(CR10) 68.36%	6529.5	5.4	35.6

资料来源：猫眼专业版，中原证券

2024年1月，万达影投票房3.90亿元，市场占有率16.77%，同比提升0.33pct；排名第二的横店影投票房7651.4万元，市场占有率3.29%，同比下滑0.24pct；排名第三的CGV影投票房6637.4万元，市场占有率2.85%，同比提升0.12pct。

表7：2024年1月影投数据（不含服务费）

院线	票房（万元）	市占率	人次（万人）	场均人次	平均票价（元）
万达影投	3.9 亿元	16.77%	1048.1	8.8	37.2
横店影投	7651.4	3.29%	242.0	4.6	31.6
CGV 影投	6637.4	2.85%	141.2	8.4	47.0
星轶影投	5869.0	2.52%	161.9	8.9	36.2
金逸影投	5802.3	2.49%	155.0	8.7	37.4
博纳影投	5510.5	2.37%	143.5	8.9	38.4

大地影投	5075.3	2.18%	138.5	9.7	36.6
中影影投	4925.7	2.12%	142.7	8.8	34.5
幸福蓝海影投	4195.6	1.80%	122.5	6.5	34.2
万影影投	4059.6	1.75%	93.9	15.1	43.3
全国	23.26 亿元	(CR10) 38.15%	6529.5	5.4	35.6

资料来源：猫眼专业版，中原证券

4.2. 影视剧市场

根据骨朵网络影视统计的 2024 年 1 月电视剧播映指数排行，排名前五的分别是《繁花》、《要久久爱》、《大江大河之岁月如歌》、《如果奔跑是我的人生》、《龙鸣少年》；网剧播映指数排名前五的分别是《祈今朝》、《仙剑四》、《我们的翻译官》、《你也有今天》、《黑土无言》。

表 8：2024 年 1 月电视剧/网剧热度排名

排名	电视剧	播放平台	网剧	播放平台
1	繁花	腾讯视频	祈今朝	腾讯视频
2	要久久爱	优酷	仙剑四	爱奇艺
3	大江大河之岁月如歌	腾讯视频/爱奇艺	我们的翻译官	芒果 TV/咪咕
4	如果奔跑是我的人生	爱奇艺	你也有今天	优酷
5	龙鸣少年	优酷	黑土无言	腾讯视频
6	狗剩快跑	爱奇艺	神隐	腾讯视频/芒果 TV
7	侦查英雄	腾讯视频/爱奇艺/优酷	三大队	爱奇艺
8	问苍茫	优酷/芒果 TV/咪咕	喜卷长乐城	腾讯视频
9	画眉	腾讯视频/优酷	脱轨	优酷
10	小城故事多	爱奇艺	阿麦从军	爱奇艺

资料来源：骨朵网络影视，中原证券

4.3. 综艺节目市场

根据骨朵网络影视统计的 2024 年 1 月电视综艺播映指数，排名前五的分别是《王牌对王牌 第八季》、《我想和你唱 第五季》、《声生不息·家年华》、《花儿与少年·丝路季》、《奔跑吧·生态篇》；网络综艺播映指数排名前五的分别是《这！就是街舞 第六季》、《offer 尽调局》、《势不可挡》、《爱的修学旅行》、《快乐老友记》。

表 9：2024 年 1 月电视综艺/网络综艺热度排名

排名	电视综艺	播放平台	网综	播放平台
1	王牌对王牌 第八季	腾讯视频/爱奇艺/优酷/咪咕	这！就是街舞 第六季	优酷
2	我想和你唱 第五季	芒果 TV	offer 尽调局	腾讯视频
3	声生不息·家年华	芒果 TV	势不可挡	爱奇艺
4	花儿与少年·丝路季	芒果 TV	爱的修学旅行	芒果 TV
5	奔跑吧·生态篇	腾讯视频/爱奇艺/优酷	快乐老友记	芒果 TV/咪咕
6	最强大脑 第十一季	腾讯视频/爱奇艺/优酷/Bilibili/咪咕	你好种地少年	爱奇艺
7	极限挑战宝藏行·和美乡村季	爱奇艺/优酷/腾讯视频	火星情报局 第六季	优酷

8	何不秉烛游	优酷	非正式会谈第八季	Bilibili
9	加康加年味 第二季	腾讯视频/爱奇艺/优酷	一路前行	腾讯视频/爱奇艺/Bilibili
10	友趣的日子	芒果TV	我们的美好生活	芒果TV

资料来源：骨朵网络影视，中原证券

4.4. 游戏市场

根据伽马数据发布《2023年中国游戏产业报告》显示，2023年国内游戏市场规模3029.64亿元，首次突破3000亿元大关，同比增长13.95%。其中移动游戏市场规模2268.6亿元，同比增加17.51%，客户端游戏市场规模662.83亿元，同比增加8.00%。

测算2023年下半年国内游戏市场规模1587.01亿元，同比增加34.38%，其中移动游戏市场规模1201.55亿元，同比增加45.50%，客户端游戏市场规模333.40亿元，同比增加8.84%。

图9：国内游戏市场实际销售收入



资料来源：伽马数据，中原证券

图10：国内移动游戏市场实际销售收入



资料来源：伽马数据，中原证券

根据 SensorTower 数据显示，2023 年中国出海手游在 App Store 和 Google Play 的总收入为 78 亿美元，相比 2022 年有所减少，但仍比 2019 年高出 23%，TOP30 出海发行商在海外市场总收入达到 109 亿美元，与 2022 年持平，占海外市场手游总收入的近 18%。2023 年中国手游发行商收入 TOP5 分别是米哈游、腾讯、三七互娱、莉莉丝和点点互动；《原神》（米哈游）、《PUBG MOBILE》（腾讯）、《崩坏：星穹铁道》、《使命召唤手游》（动视暴雪&腾讯）、《Puzzles&Survival》（三七互娱）排在 2023 年中国手游收入 TOP5。

图 11: 2023 年中国手游收入 TOP30

2023年中国手游收入TOP30 | 海外App Store + Google Play

排名	手游及发行商	排名	手游及发行商
1	原神 (米哈游)	16	Rise of Castles (IM30)
2	PUBG MOBILE (腾讯)	17	明日方舟 (鹰角网络 & 悠星网络 & 心动网络)
3	崩坏: 星穹铁道 (米哈游)	18	守望黎明 (IM30)
4	使命召唤手游 (动视暴雪 & 腾讯)	19	黑道风云 (发端游戏)
5	Puzzles & Survival (三七互娱)	20	偶像梦幻祭II Music (乐元素)
6	万国觉醒 (莉莉丝)	21	三国志: 战略版 (莉莉丝)
7	Whiteout Survival (点点互动)	22	MARVEL SNAP (朝夕光年)
8	Age of Origins (CameoGames)	23	暗黑破坏神: 不朽 (动视暴雪 & 网易)
9	口袋奇兵 (江娱互动)	24	战火与秩序 (CameoGames)
10	Mobile Legends: Bang Bang (沐瞳科技)	25	Call of Dragons (莉莉丝)
11	Last Fortress (IM30)	26	小小大帝国 (盛香互动)
12	王国纪元 (IGG)	27	The Grand Mafia (发端游戏)
13	Survivor.io (海彼游戏)	28	马赛克英雄 (MangoGame & Ujoy Games & 奇幻网络)
14	Project Makeover (Magic Tavern)	29	Yalla Ludo (Yalla Technology FZ.LLC)
15	荒野行动 (腾讯)	30	放置少女 (有爱互娱)

以上榜单来源于Sensor Tower 2023年期间中国大陆以外App Store及Google Play商店之手游收入估算。

Sensor Tower 全球领先的手游及应用情报平台 www.sensortower-china.com

资料来源: SensorTower, 中原证券

图 12: 2023 年中国手游发行商收入 TOP30

2023年中国手游发行商收入TOP30 | 海外App Store + Google Play

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	Mattel163
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

以上榜单来源于Sensor Tower 2023年期间中国大陆以外App Store及Google Play商店之手游收入估算。

Sensor Tower 全球领先的手游及应用情报平台 www.sensortower-china.com

资料来源: SensorTower, 中原证券

根据七麦数据统计的 2024 年 1 月 31 日 iOS 畅销榜游戏排行 TOP10 中,《王者荣耀》、《原神》、《金铲铲之战》、《穿越火线: 枪战王者》和《和平精英》排名前五。iOS 免费榜 TOP10 中,《斗罗大陆: 史莱克学院》、《元梦之星》、《蛋仔派对》、《王者荣耀》和《和平精英》排名前五。

表 10: 手机游戏排行榜 (2024 年 1 月 31 日)

排名	iOS 畅销榜		iOS 免费榜	
	游戏名称	厂商	游戏名称	厂商
1	王者荣耀	腾讯游戏	斗罗大陆: 史莱克学院	中手游
2	原神	米哈游	元梦之星	腾讯游戏
3	金铲铲之战	腾讯游戏	蛋仔派对	网易游戏
4	穿越火线: 枪战王者	腾讯游戏	王者荣耀	腾讯游戏
5	和平精英	腾讯游戏	和平精英	腾讯游戏
6	晶核	朝夕光年	金铲铲之战	腾讯游戏
7	逆水寒	网易游戏	贪吃蛇大作战	微派网络
8	梦幻西游	网易游戏	世界之外	网易游戏
9	英雄联盟手游	腾讯游戏	开心消消乐	乐元素
10	蛋仔派对	网易游戏	恋与深空	叠纸游戏

资料来源: 七麦数据, 中原证券

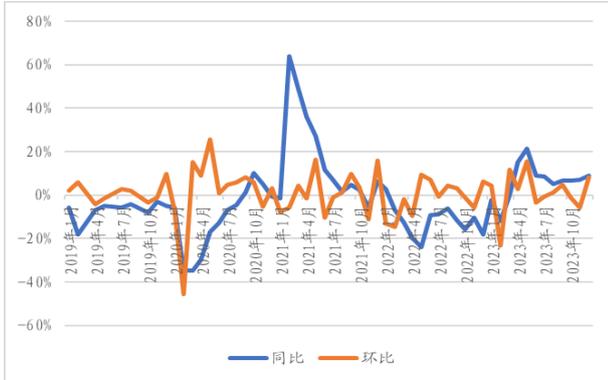
4.5. 广告市场

根据 CTR 公布数据显示, 2023 年全年广告市场同比上涨 6.0%, 其中电梯 LCD、电梯海报和影院视频广告都实现双位数增长, 分别增长 21.0%、16.5%、21.9%。机场、火车/高铁站、地铁和街道设施刊例花费同比均由负转正; 电视、广播、报纸的广告同比跌幅相比 2022 年均有不同程度收窄。

广告客户所处行业层面, 2023 年药品、饮料、娱乐及休闲、化妆品/浴室用品行业增投较

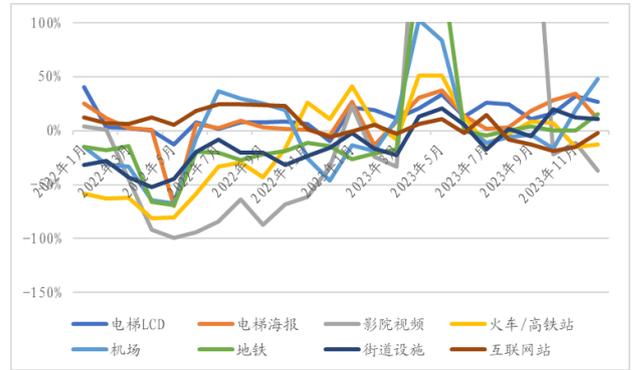
为活跃，刊例花费同比分别上涨 12.3%、15.7%、29.9%和 34.0%。食品和酒精类饮品投放量大，但广告投放略呈微跌。

图 13: 广告整体市场花费变化



资料来源: CTR, 中原证券

图 14: 广告市场户外渠道投放同比变化



资料来源: CTR, 中原证券

5. 风险提示

宏观经济波动影响文娱消费；监管政策收紧超预期；市场竞争加剧；产出内容质量不及预期；项目制特点导致公司业绩波动；AI 技术应用效果不及预期；商誉减值风险

行业投资评级

强于大市：未来 6 个月内行业指数相对沪深 300 涨幅 10% 以上；
同步大市：未来 6 个月内行业指数相对沪深 300 涨幅 -10% 至 10% 之间；
弱于大市：未来 6 个月内行业指数相对沪深 300 跌幅 10% 以上。

公司投资评级

买入：未来 6 个月内公司相对沪深 300 涨幅 15% 以上；
增持：未来 6 个月内公司相对沪深 300 涨幅 5% 至 15%；
谨慎增持：未来 6 个月内公司相对沪深 300 涨幅 -10% 至 5%；
减持：未来 6 个月内公司相对沪深 300 涨幅 -15% 至 -10%；
卖出：未来 6 个月内公司相对沪深 300 跌幅 15% 以上。

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分析师执业资格，本人任职符合监管机构相关合规要求。本人基于认真审慎的职业态度、专业严谨的研究方法与分析逻辑，独立、客观的制作本报告。本报告准确的反映了本人的研究观点，本人对报告内容和观点负责，保证报告信息来源合法合规。

重要声明

中原证券股份有限公司具备证券投资咨询业务资格。本报告由中原证券股份有限公司（以下简称“本公司”）制作并仅向本公司客户发布，本公司不会因任何机构或个人接收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告中的信息均来源于已公开的资料，本公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证，也不保证所含的信息不会发生任何变更。本报告中的推测、预测、评估、建议均为报告发布日的判断，本报告中的证券或投资标的价格、价值及投资带来的收益可能会波动，过往的业绩表现也不应当作为未来证券或投资标的表现的依据和担保。报告中的信息或所表达的意见并不构成所述证券买卖的出价或征价。本报告所含观点和建议并未考虑投资者的具体投资目标、财务状况以及特殊需求，任何时候不应视为对特定投资者关于特定证券或投资标的的推荐。

本报告具有专业性，仅供专业投资者和合格投资者参考。根据《证券期货投资者适当性管理办法》相关规定，本报告作为资讯类服务属于低风险（R1）等级，普通投资者应在投资顾问指导下谨慎使用。

本报告版权归本公司所有，未经本公司书面授权，任何机构、个人不得刊载、转发本报告或本报告任何部分，不得以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。未经授权的刊载、转发，本公司不承担任何刊载、转发责任。获得本公司书面授权的刊载、转发、引用，须在本公司允许的范围内使用，并注明报告出处、发布人、发布日期，提示使用本报告的风险。

若本公司客户（以下简称“该客户”）向第三方发送本报告，则由该客户独自为其发送行为负责，提醒通过该种途径获得本报告的投资者注意，本公司不对通过该种途径获得本报告所引起的任何损失承担任何责任。

特别声明

在合法合规的前提下，本公司及其所属关联机构可能会持有报告中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、财务顾问等各种服务。本公司资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告意见或者建议不一致的投资决策。投资者应当考虑到潜在的利益冲突，勿将本报告作为投资或者其他决定的唯一信赖依据。