

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

春节档破同档期纪录，AI 文生视频迎重大突破

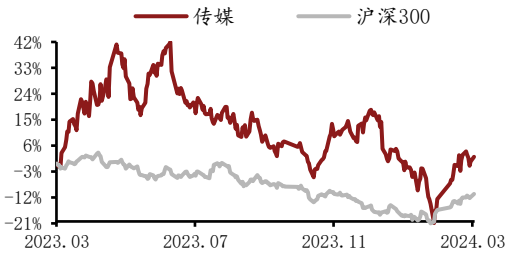
——传媒行业月报

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 03 月 12 日



资料来源：聚源，中原证券

相关报告

《传媒行业分析报告：OpenAI 发布 Sora，AI 视频技术巨大突破》 2024-03-01

《传媒行业专题研究：春节档数据创同期最高，内容端呈高集中度特征》 2024-02-21

《传媒行业月报：游戏版号再破百，关注春节档表现》 2024-02-07

联系人：马嶽琦

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：**2 月传媒板块上涨 14.25%，同期创业板指、沪深 300 指数以及上证指数分别上涨 14.85%、9.35%、8.13%，传媒板块排在 2 月全行业涨跌幅第五位。细分子板块中信息搜索与聚合、互联网音视频单月上漲幅度超 20%，游戏板块涨幅近 20%。

截止至 2024 年 2 月 29 日，中信传媒板块 PE (TTM，整体法，剔除负值) 为 22.74 倍，2019 年以来板块市盈率平均值为 24.98 倍，中位数为 24.56 倍，最大值为 42.74 倍，最小值为 16.46 倍。

- **投资建议：**

AI：OpenAI 推出文生视频模型 Sora，引发市场强烈关注。与同类竞品相比，Sora 的优势明显，生成的视频最高可达 60s，生成的视频内容能够包含多个角色、特定类型的运动以及精确的主题和背景细节等；同时 Sora 还能够在生成的单个视频中实现运镜、镜头切换等更加复杂的内容呈现并较为准确地保留角色和视觉风格，实现较高的一致性。此外伴随 Claude 3、Stable Video、Stable Diffusion 3、Genie 等 AI 模型及工具的迭代产品不断出现，AI 模型工具从探索阶段向实用性阶段过渡，这一过程中 AI 工具的应用场景也将得到大幅拓宽。从内容生产的角度来看，AI 工具在游戏、广告营销、影视、文学 IP 等多个内容产品领域都具有广泛的应用空间。一方面通过 AI 工具提升内容生产的效率，有效减少视频拍摄和制作环节所花费的时间和成本，缩短内容创作周期，未来的内容产业中，部分非核心内容的创作需求可能被 AI 模型替代；另一方面借助 AI 工具的力量能够降低内容创作的门槛，使更多的创作者参与到内容创作之中，提升内容产品的丰富性和创意性，同时非专业团队或内容创作者通过使用 AI 模型也能够创作出媲美专业团队的高质量内容产品，提高内容产品的下限。

游戏：版号政策端继续保持稳定性，2 月发放进口版号 32 款、国产游戏版号 111 款，国产游戏版号连续 3 个月发放数量过百，内容供给端压力略有放宽。1 月国内游戏行业市场规模同比增加 1.22%，延续 2023 年 5 月以来持续的同比正增长态势，同时在 2023 年 1 月的春节效应基础上继续保持正增长，需求端总体稳定。AI 模型介入游戏研发流程有望助力游戏产业降本增效，对游戏公司利润端带来贡献。

电影：2024 春节档票房与观影人次打破同档期记录，虽然假期时长是核心因素之一，但能够仍反映出目前国内电影市场需求端较为

稳定。行业端关注影片内容的定档进展以及放映端场均人次和上座率数据的变化。品质超预期的影视作品能够有效扩大非核心观众群体范围、提升核心观众的观影频次，驱动整体需求端回升；场均人次和上座率的回升代表观众观影意愿以及影院院线端盈利水平的变化。此外 AI 技术也将为影视行业制作带来较为显著的降本增效，尤其是在动画影视内容领域。由中央广播电视总台制作的中国首部文生视频 AI 动画片《千秋诗颂》于 2 月 26 日在 CCTV 开播。根据财联社的相关报道，《千秋诗颂》由央视听媒体大模型制作，其中美术设计、动效生成和后期成片等环节均有 AI 辅助制作。在同等预算条件下，如果按照传统动画制作流程计算，《千秋诗颂》至少需要 8 个月时间，依托大模型后，制作周期缩短至 4 个月。

广告：CTR 数据显示 2024 年 1 月广告市场花费同比上涨 3.7%，环比上涨 0.2%，其中梯媒渠道继续保持同比和环比的较高增长；在上年 1 月春节档影响下，影院视频渠道同比下滑幅度较大，但环比增长幅度也较为显著。广告投放客户中快消品客户继续保持一定的投放规模，来自食品、饮料、药品、酒精类饮品的行业客户投放环比有不同程度增长，家用电器行业客户以及个人用品行业客户投放分别同比增长 122.3%和 60.2%，增幅明显。

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；AI 生成内容存在伦理、道德和法律风险；商誉减值风险

内容目录

1. 3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. 2月行情回顾	6
2.1. 行情回顾	6
2.2. 估值水平	7
3. 2月行业要闻	7
4. 行业月度数据	10
4.1. 电影市场	10
4.2. 影视剧市场	13
4.3. 综艺节目市场	13
4.4. 游戏市场	14
4.5. 广告市场	15
5. 风险提示	16

图表目录

图 1: 2024 年 2 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)	10
图 4: 国内电影市场观影人次情况 (亿人)	10
图 5: 国内电影市场放映场次情况 (万场)	11
图 6: 国内电影市场平均票价情况 (元) (含服务费)	11
图 7: 国内电影市场上座率	11
图 8: 国内电影市场放映影片数	11
图 9: 国内游戏市场实际销售收入	14
图 10: 国内移动游戏市场实际销售收入	14
图 11: 游戏版号发放情况	14
图 12: 2024 年 2 月中国游戏厂商出海收入排行榜	15
图 13: 2024 年 2 月中国游戏厂商应用出海收入排行榜	15
图 14: 广告整体市场花费变化	16
图 15: 广告市场户外渠道投放同比变化	16
表 1: 重点关注公司估值表	5
表 2: 2024 年 2 月中信传媒行业二级与三级子板块涨跌幅	6
表 3: 2024 年 2 月传媒板块个股涨跌幅 TOP10	7
表 4: 2024 年 2 月影片票房情况	11
表 5: 2024 年 3 月部分上映电影档期	12
表 6: 2024 年 2 月院线数据 (不含服务费)	12
表 7: 2024 年 2 月影投数据 (不含服务费)	12
表 8: 2024 年 2 月电视剧/网剧热度排名	13
表 9: 2024 年 2 月电视综艺/网络综艺热度排名	13
表 10: 手机游戏排行榜 (2024 年 2 月 29 日)	15

1.3 投资建议

1.1. 传媒板块投资观点

AI: OpenAI 推出文生视频模型 Sora，引发市场强烈关注。与同类竞品相比，Sora 的优势明显，生成的视频最高可达 60s，生成的视频内容能够包含多个角色、特定类型的运动以及精确的主题和背景细节等；同时 Sora 还能够在生成的单个视频中实现运镜、镜头切换等更加复杂的内容呈现并较为准确地保留角色和视觉风格，实现较高的一致性。此外伴随 Claude 3、Stable Video、Stable Diffusion 3、Genie 等 AI 模型及工具的迭代产品不断出现，AI 模型工具从探索阶段向实用性阶段过渡，这一过程中 AI 工具的应用场景也将得到大幅拓宽。从内容生产的角度来看，AI 工具在游戏、广告营销、影视、文学 IP 等多个内容产品领域都具有广泛的应用空间。一方面通过 AI 工具提升内容生产的效率，有效减少视频拍摄和制作环节所花费的时间和成本，缩短内容创作周期，未来的内容产业中，部分非核心内容的创作需求可能被 AI 模型替代；另一方面借助 AI 工具的力量能够降低内容创作的门槛，使更多的创作者参与到内容创作之中，提升内容产品的丰富性和创意性，同时非专业团队或内容创作者通过使用 AI 模型也能够创作出媲美专业团队的高质量内容产品，提高内容产品的下限。

游戏: 版号政策端继续保持稳定性，2 月发放进口版号 32 款、国产游戏版号 111 款，国产游戏版号连续 3 个月发放数量过百，内容供给端压力略有放宽。1 月国内游戏行业市场规模同比增加 1.22%，延续 2023 年 5 月以来持续的同比正增长态势，同时在 2023 年 1 月的春节假期基础上继续保持正增长，需求端总体稳定。AI 模型介入游戏研发流程有望助力游戏产业降本增效，对游戏公司利润端带来贡献。

电影: 2024 春节档票房与观影人次打破同档期记录，虽然假期时长是核心因素之一，但能够仍反映出目前国内电影市场需求端较为稳定。行业端关注影片内容的定档进展以及放映端场均人次和上座率数据的变化。品质超预期的影视作品能够有效扩大非核心观众群体范围、提升核心观众的观影频次，驱动整体需求端回升；场均人次和上座率的回升代表观众观影意愿以及影院院线端盈利水平的变化。此外 AI 技术也将为影视行业制作带来较为显著的降本增效，尤其是在动画影视内容领域。由中央广播电视总台制作的中国首部文生视频 AI 动画片《千秋诗颂》于 2 月 26 日在 CCTV 开播。根据财联社的相关报道，《千秋诗颂》由央视听媒体大模型制作，其中美术设计、动效生成和后期成片等环节均有 AI 辅助制作。在同等预算条件下，如果按照传统动画制作流程计算，《千秋诗颂》至少需要 8 个月时间，依托大模型后，制作周期缩短至 4 个月。

广告: CTR 数据显示 2024 年 1 月广告市场花费同比上涨 3.7%，环比上涨 0.2%，其中梯媒渠道继续保持同比和环比的较高增长；在上年 1 月春节档影响下，影院视频渠道同比下滑幅度较大，但环比增长幅度也较为显著。广告投放客户中快消品客户继续保持一定的投放规模，来自食品、饮料、药品、酒精类饮品的行业客户投放环比有不同程度增长，家用电器行业客户以及个人用品行业客户投放分别同比增长 122.3%和 60.2%，增幅明显。

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) (2024.1.15)	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	18.99	1.45	1.67	5.56	13.10	11.37	3.41	买入
002624.SZ	完美世界	11.45	0.42	0.66	4.68	27.26	17.35	2.44	增持
603444.SH	吉比特	214.25	17.20	20.28	58.41	12.46	10.56	3.67	增持
002517.SZ	恺英网络	11.83	0.69	0.88	2.33	17.14	13.44	5.07	买入
002739.SZ	万达电影	13.08	0.49	0.64	3.71	26.69	20.44	3.53	增持
300251.SZ	光线传媒	9.35	0.20	0.31	2.90	46.75	30.16	3.23	增持
600977.SH	中国电影	12.07	0.31	0.42	6.05	38.94	28.74	1.99	增持
002027.SZ	分众传媒	6.49	0.35	0.41	1.14	18.54	15.83	5.67	买入
301102.SZ	兆讯传媒	15.24	0.68	0.87	10.32	22.41	17.52	1.48	增持
300413.SZ	芒果超媒	24.87	1.13	1.33	10.88	22.01	18.70	2.29	买入
603466.SH	风语筑	12.95	0.51	0.69	3.96	25.39	18.77	3.27	买入

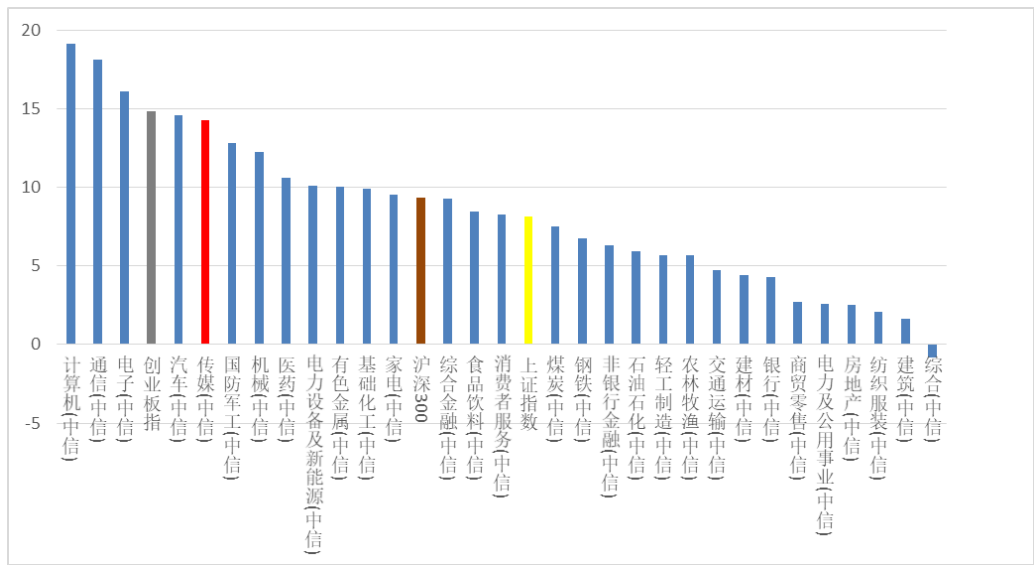
资料来源：Wind，中原证券

2.2 月行情回顾

2.1. 行情回顾

2月传媒板块上涨14.25%，同期创业板指、沪深300指数以及上证指数分别上涨14.85%、9.35%、8.13%，传媒板块排在2月全行业涨跌幅第五位。细分子板块中信息搜索与聚合、互联网音视频单月上涨幅度超20%，游戏板块涨幅近20%。

图1：2024年2月A股主要板块涨跌幅（%）



资料来源：Wind，中原证券

表2：2024年2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	9.80%	出版	11.04%
		广播电视	7.67%
广告营销	13.37%	互联网广告营销	16.71%
		其他广告营销	9.46%
文化娱乐	16.06%	影视	10.91%
		动漫	9.61%
		游戏	19.53%
		其他文化娱乐	3.57%
互联网媒体	20.24%	信息搜索与聚合	20.37%
		互联网音视频	20.06%

资料来源：Wind，中原证券

板块内144只个股中107只上涨，1只持平，36只下跌。单月涨幅最高的是因赛集团、国脉文化、中文在线、昆仑万维、华扬联众、恺英网络、省广集团、宣亚国际、焦点科技、捷成股份；跌幅最高的是中广天择、新华传媒、北巴传媒、中视传媒、*ST美盛、读者传媒、ST鼎龙、华闻集团、龙版传媒、金逸影视。

表 3：2024 年 2 月传媒板块个股涨跌幅 TOP10

涨幅 TOP10	涨幅 (%)	跌幅 TOP10	跌幅 (%)
因赛集团	78.21%	中广天择	-16.40%
国脉文化	54.33%	新华传媒	-13.71%
中文在线	52.51%	北巴传媒	-11.94%
昆仑万维	36.11%	中视传媒	-11.89%
华扬联众	31.48%	*ST 美盛	-11.54%
恺英网络	31.44%	读者传媒	-11.29%
省广集团	30.51%	ST 鼎龙	-11.16%
宣亚国际	28.18%	华闻集团	-10.99%
焦点科技	27.99%	龙版传媒	-10.67%
捷成股份	27.82%	金逸影视	-10.60%

资料来源：Wind，中原证券

2.2. 估值水平

截止至 2024 年 2 月 29 日，中信传媒板块 PE (TTM，整体法，剔除负值) 为 22.74 倍，2019 年以来板块市盈率平均值为 24.98 倍，中位数为 24.56 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. 2 月行业要闻

2 月 2 日，国家新闻出版署发布 2024 年进口网络游戏版号名单，共 32 款游戏获批。其中包括 3 款客户端游戏、1 款移动兼客户端游戏、3 款 Switch 游戏、1 款 Xbox 游戏、1 款 PS 游戏，其余 23 款为移动游戏。（来源：证券时报）

《恋与深空》发布消息立项 Vision Pro 版本，通过 Vision Pro 将虚拟场景与现实场景结合，

无疑是更适合乙女游戏的技术方式。通过苹果最新的 Vision Pro 头显不仅可以当你在游戏中喜爱的角色带到现实之中，在 MR 技术的加持下，甚至可以让重现在现实中的角色与物品和玩家们进行各种交互，乙女游戏的未来可能就在虚拟现实之中。（来源：游民星空）

米哈游官方宣布，《崩坏：星穹铁道》于 2 月 6 日登陆 Apple vision Pro。不过，由于 Apple vision Pro 只在美区发布，Apple Store 也只支持美国的 Apple ID，所以，vision Pro 版《崩坏：星穹铁道》为国际服。（来源：太平洋科技）

2 月 4 日消息，腾讯已完成对《白荆回廊》和《古剑奇谭》系列游戏开发商网元圣唐的股权收购，持股比例达到 87.36%，成为该公司最大股东。据知情人透露，腾讯在收购后承诺将维护网元圣唐核心研发团队的独立性，并继续保留网元和烛龙作为独立品牌。此外，腾讯还计划协助扩大古剑系列经典 IP 的影响力。未来，双方在游戏发行方面的合作预计将更加紧密。（来源：金融界）

2 月 4 日晚间消息，携程方面透露道，其在 Vision Pro 北美正式开售的同时宣布推出一款针对该设备研发的应用 Trip.Vision，这也是首个适配 Apple Vision Pro 的国内旅游服务类应用。携程方面表示，作为首批适配应用，该产品通过 Apple Vision Pro 强大的空间计算能力，为用户提供了高清晰度、强互动性的沉浸式风景展现。携程集团联合创始人，董事局主席梁建章表示，“我们要把旅游做得更有交互性、更有沉浸感、更有趣。可以利用虚拟现实，预览真宇宙，激发探索真宇宙的灵感和意愿。”（来源：新浪财经）

迪士尼行政总裁艾格(Bob Iger)披露，集团已经向大热游戏《要塞英雄》(Fortnite)开发商 Epic Games，投资 15 亿美元以换取持股。迪士尼没有提及入股 Epic Games 时对该公司的估值。艾格接受 CNBC 访问时表示，有关投资可能是迪士尼踏进游戏世界最重要的一步，相信此举可以吸引年轻一代的消费者注目。Epic Games 创办人兼行政总裁 Tim Sweeney 称，将与迪士尼合作研发新的游戏，把迪士尼的社群与《要塞英雄》的社群结合起来。（来源：金融界）

2 月 16 日，OpenAI 最新的 Sora 大模型发布，可以让用户仅通过输入一个句子，就可生成与好莱坞画面相媲美的视频，且长度最多可达 1 分钟。这震惊了科技界，OpenAI 的估值正大幅飙升。市场预计，在最新一轮由风投公司 Thrive Capital 牵头的融资中，OpenAI 的估值有望超过 800 亿美元；而去年年初 ChatGPT 刚发布不久后，OpenAI 的估值大约为 290 亿美元。（来源：第一财经）

记者 2 月 15 日从中国人民银行获悉，2024 年春节从除夕到大年初五，网联清算公司和中国银联共处理网络支付交易 153.8 亿笔，金额 7.74 万亿元，同比分别增长 15.8%和 10.1%。中国人民银行的数据显示，除夕至大年初五，网联清算公司和中国银联处理的全行业网络支付交易持续增长。其中，餐饮、住宿、旅游、零售、影视娱乐等消费场景尤其受到青睐，交易金额和笔数同比增长均超过 20%。（来源：新华社）

2 月 18 日，猫眼研究院发布《2024 春节档电影数据洞察报告》（以下简称《报告》），数据显示，今年春节档电影总票房达 80.16 亿元，总观影人次 1.63 亿，票房、观影人次及场次三项

关键数据创下中国影史新高。(来源：中国青年报)

国务院国资委近期召开“AI 赋能产业焕新”中央企业人工智能专题推进会。会议要求，中央企业要加快布局和发展智能产业；加快建设一批智能算力中心等。业内人士指出，中央企业加大力度投资发展人工智能产业，是增强核心功能的需要，也是提升核心竞争力的要求。通过在人工智能领域的投资和发展，中央企业可以推动整个产业结构的升级和优化。未来，中央企业在人工智能领域的投资可能会不断增加。(来源：光明网)

当地时间周三（2月21日），科技巨头谷歌发布了新一代开源模型“Gemma”，公司称其是轻量级中“最先进的”开放模型系列，超越了原本最强的 Mistral 7B。谷歌官网写道，Gemma 在拉丁语中意为“宝石”，以此命名的开放模型系列 Gemma 由 Google DeepMind 等团队开发，采用了与创建 Gemini 模型相同的研究和技术。目前，Gemma 系列有两种权重规模的模型，分别为“Gemma 2B”和“Gemma 7B”，即 20 亿参数和 70 亿参数，以满足开发人员的不同需求。在性能方面，官方页面显示，Gemma 7B 在 MMLU（大规模多任务语言理解）的得分率达到 64.3%。在同等规模中，原本最强 Mistral 7B 的得分率为 62.5%，Meta 的 Llama-2 7B 和 13B 也都与其有一定的差距。(来源：每日经济新闻)

2月23日消息，Stability AI 近日更新其产品页面，邀请用户测试文本到图像生成模型 Stable Diffusion 3。官方表示新版本大幅提高了处理复杂提示词、生成更高质量的图像和纠正拼写错误方面的能力。Stable Diffusion 3 目前并未公开测试，不过已经启动了早期预览计划，用户可以访问该页面提交相关信息，加入等待名单，从而在正式发布前测试该模型并提供反馈。Stability Diffusion 3 大幅提高了扩展性能，支持 8 亿到 80 亿个参数等不同规模，满足不同用户需求和硬件能力。(来源：IT之家)

2月26日，首部中国原创文生视频 AI 系列动画《千秋诗颂》于 CCTV-1 综合频道播出。据介绍，《千秋诗颂》聚焦国家统编语文教材的 200 多首诗歌，依托上海人工智能实验室和中央广播电视总台共同打造的央视听媒体大模型，借助人工智能技术，还原中国古诗词中的人物与场景。自 OpenAI 推出文生视频 Sora 模型以来，Sora 概念市场热度居高不下，带动相关概念个股连续多日强势上涨。业内人士分析，随着国内首部 AI 动画的开播，文生视频应用落地有望提速，将重塑影视行业制作流程，进一步推动影视动画制作、游戏开发、广告设计降本增效。(来源：证券时报)

OpenAI 和 Meta 之后，谷歌公布了世界模型领域相关进展。据谷歌官网，Genie 是根据互联网视频训练的基础世界模型，可以从合成图像、照片、草图生成多种动作可控的环境。随着谷歌入局，世界模型领域变得更加热闹，但谁能引领世界模型的风向，目前还难下定论。Sora 是否世界模型此前已引起争议，反对者认为其视频生成方式与世界模型的因果预测有很大不同。从 Sora 发布的视频看，高保真的同时，模拟物理规律似乎是弱点，目前也还难以看出交互能力。谷歌 Genie 则在交互性上下功夫，可推断出生成环境中的潜在动作，但在视频真实性和清晰度的层面，Genie 还未呈现出 Sora 般的水平。(来源：第一财经)

2月27日,国家新闻出版署发布2月份国产网络游戏审批信息,总计111款游戏拿到版号,一批被游戏行业寄予厚望且具有市场影响力的新作过审。在业内看来,本次名单呈现出四个特点:一是版号数量逐渐增加;二是中国首个3A游戏(高成本、高质量、高体量游戏)代表作品《黑神话:悟空》位列其中,精品游戏创作进一步被认可;三是中国首个女性向开放世界游戏《无限暖暖》拿到版号,且“支持三端”(移动端、客户端、主机端),有望进一步拓宽本就具有“强吸金力”属性的女性向市场;四是休闲益智类游戏大批量过审,或引发该赛道市场竞争加剧。(来源:证券日报)

在日本,图片和视频类的生成式人工智能已经越来越多地被应用在动画、设计以及广告等领域,并且不断有成熟的作品问世。随着全球人工智能技术的发展,日本也着力开发基于日语为学习数据的人工智能。预计2030年,日本生成式人工智能的市场规模将达到1万7774亿日元,约合人民币850亿元。(来源:每日经济新闻)

2月28日,“苹果取消电动汽车项目、加码生成AI”的相关消息引发关注。据财联社消息,知情人士透露,苹果取消电动汽车项目,将团队转向生成式人工智能,公司正逐步结束长达十年之久的电动汽车探索计划。(来源:正观新闻)

4. 行业月度数据

4.1. 电影市场

2024年2月国内电影市场票房111.59亿元,同比增加189.02%;观影人次2.37亿,同比增加175.58%;平均票价47.08元,同比增加4.88%。春节档是2月票房的大幅增长的主要原因。根据灯塔专业版数据,2024年春节档总票房80.25亿元,相比2023年春节档票房增加18.61%,创下春节档票房纪录;观影人次1.63亿,同比增加26.36%,相比2021年春节档也增加1.88%,同样打破此前纪录。

2024年1-2月国内电影市场总票房137.42亿元,同比减少1.51%,观影人次3.02亿,同比增加5.23%。

图3: 国内电影市场票房情况(亿元)

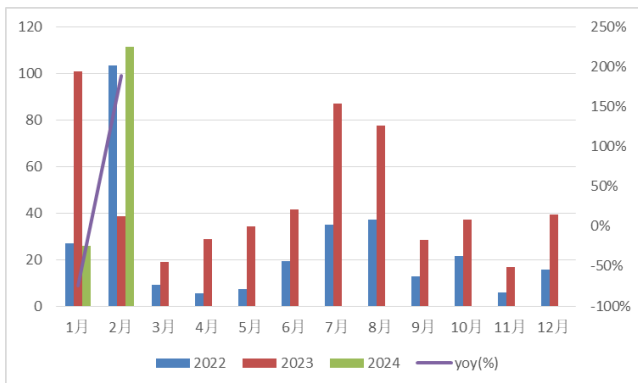
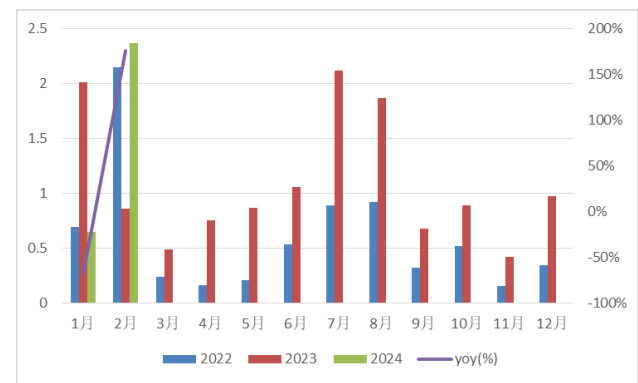


图4: 国内电影市场观影人次情况(亿人)

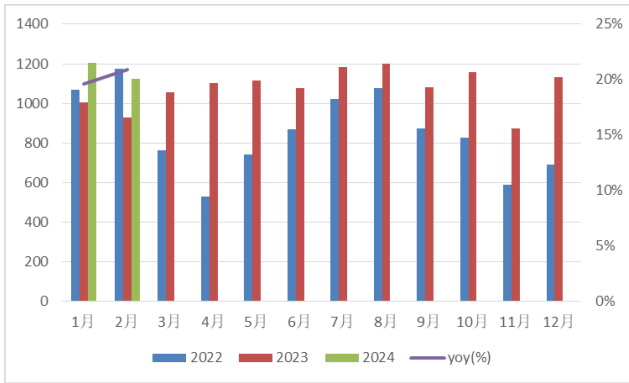


资料来源：灯塔专业版，中原证券

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）

图 6：国内电影市场平均票价情况（元）（含服务费）

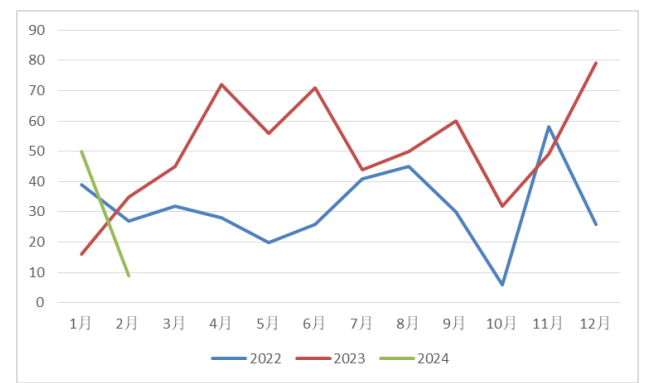
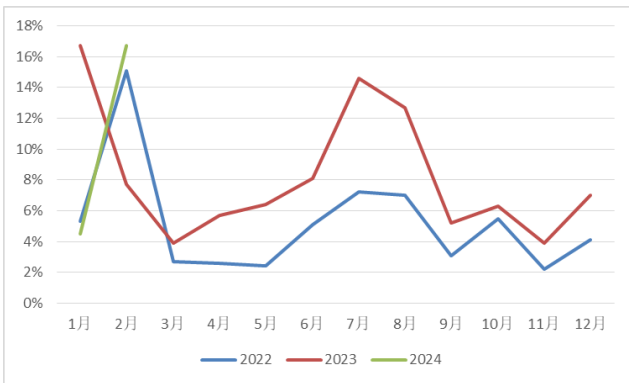


资料来源：灯塔专业版，中原证券

资料来源：灯塔专业版，中原证券

图 7：国内电影市场上座率

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

资料来源：灯塔专业版，中原证券

2 月票房排名前三的影片分别是《热辣滚烫》、《飞驰人生 2》、《第二十条》，单月票房分别为 33.39 亿元、31.47 亿元、21.60 亿元，票房占比分别为 30.0%、28.3%、19.4%。

表 4：2024 年 2 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
热辣滚烫	333921.13	30.0%	20.8%	34.42 亿元	2024-02-10
飞驰人生 2	314673.30	28.3%	20.4%	33.39 亿元	2024-02-10
第二十条	215985.78	19.4%	16.6%	23.82 亿元	2024-02-10
熊出没·逆转时空	183986.12	16.5%	10.8%	19.38 亿元	2024-02-10
年会不能停!	15014.89	1.3%	6.9%	12.92 亿元	2023-12-29
我们一起摇太阳	9336.38	0.8%	1.1%	9336.4 万元	2024-02-10
红毯先生	8412.11	0.7%	1.2%	8412.1 万元	2024-02-10
金手指	5338.69	0.4%	2.8%	5.74 亿元	2023-12-30

资料来源：猫眼专业版，中原证券

表 5：2024 年 3 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）
3 月 1 日	周处除三害	动作/犯罪/悬疑	中国台湾	中国电影
	蜘蛛夫人：超感觉醒	惊悚/动作	美国	中国电影
3 月 2 日	戏杀	悬疑/喜剧/剧情	中国	
3 月 8 日	沙丘 2	科幻/动作/冒险/剧情	美国	中国电影
	被我弄丢的你	爱情/剧情	中国	横店影视、中国电影
3 月 15 日	红毯先生	剧情/喜剧	中国	
	灿烂的她	剧情/家庭	中国	中国电影
3 月 22 日	功夫熊猫 4	动画/动作/冒险	美国	中国电影
3 月 29 日	哥斯拉大战金刚 2：帝国崛起	动作/冒险/科幻	美国	中国电影
	坠落的审判	剧情/家庭	法国	中国电影
3 月 30 日	我们一起摇太阳	爱情/剧情/家庭	中国	横店影视、中国电影

资料来源：猫眼专业版，中原证券

2024 年 2 月，珠海横琴万达电影院线票房 15.89 亿元，市场占有率 15.75%，环比下滑 2.48pct；排名第二的中影数字院线票房 9.03 亿元，市场占有率 8.95%，环比下滑 0.21pct；排名第三的广东大地电影院线票房 7.18 亿元，市场占有率 7.12%，环比提升 1.14pct。

表 6：2024 年 2 月院线数据（不含服务费）

院线	票房（亿元）	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	15.89	15.75%	3396.8	25.0	46.8
中影数字院线	9.03	8.95%	2099.0	18.7	43.1
广东大地电影院线	7.18	7.12%	1746.6	20.3	41.1
深圳市中影南方电影新干线	6.96	6.90%	1653.0	17.5	42.1
上海联合电影院线	6.62	6.56%	1431.4	21.0	46.3
横店影视	4.79	4.75%	1170.6	20.3	41.0
江苏幸福蓝海院线	4.26	4.22%	988.5	19.3	43.1
中影电影院线	3.53	3.50%	840.0	20.3	42.1
广州金逸珠江电影院线	3.51	3.48%	843.4	21.5	41.7
浙江时代电影院线	3.41	3.38%	825.2	17.6	41.4
全国	100.90	(CR10) 65.18%	2.34 亿	19.6	43.0

资料来源：猫眼专业版，中原证券

2024 年 2 月，万达影投票房 14.23 亿元，市场占有率 14.10%，环比下滑 2.67pct；排名第二的横店影投票房 4.08 亿元，市场占有率 4.04%，环比提升 0.75pct；排名第三的星轶影投票房 2.62 亿元，市场占有率 2.60%，环比提升 0.08pct。

表 7：2024 年 2 月影投数据（不含服务费）

院线	票房（亿元）	市占率	人次（万人）	场均人次	平均票价（元）
万达影投	14.23	14.10%	3017.7	25.3	47.2
横店影投	4.08	4.04%	1010.9	20.2	40.4
星轶影投	2.62	2.60%	525.5	27.9	49.9
CGV 影投	1.82	1.80%	356.3	23.2	51.4
金逸影投	1.79	1.77%	426.3	24.4	42.0
大地影投	1.71	1.69%	446.7	29.2	38.4

幸福蓝海影投	1.71	1.69%	398.7	22.7	42.9
中影影投	1.70	1.68%	402.2	25.9	42.5
博纳影投	1.47	1.46%	328.8	21.5	44.9
万影影投	9989.4 万元	0.99%	189.0	31.1	52.9
全国	100.90	(CR10) 31.84%	2.34 亿	19.6	43.0

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 2 月电视剧播映指数排行，排名前五的分别是《南来北往》、《大唐狄公案》、《要久久爱》、《烟火人家》、《欢乐家长群》；网剧播映指数排名前五的分别是《猎冰》、《在暴雪时分》、《大理寺少卿游》、《永安梦》、《紫川·光明三杰》。

表 8：2024 年 2 月电视剧/网剧热度排名

排名	电视剧	网剧
1	南来北往	猎冰
2	大唐狄公案	在暴雪时分
3	要久久爱	大理寺少卿游
4	烟火人家	永安梦
5	欢乐家长群	紫川·光明三杰
6	繁花	乡村爱情 16
7	大江大河之岁月如歌	祈今朝
8	狗剩快跑	飞驰人生热爱篇
9	江河日上	唐人街探案 2
10	如果奔跑是我的人生	仙剑四

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 2 月电视综艺播映指数，排名前五的分别是《无限超越班第二季》、《声生不息·家年华》、《全员加速中·对战季》、《最强大脑第十一季》、《你好，星期六 2024》；网络综艺播映指数排名前五的分别是《种地吧第 2 季》、《半熟恋人第 3 季》、《offer 尽调局》、《大侦探第九季》、《这！就是街舞 第六季》。

表 9：2024 年 2 月电视综艺/网络综艺热度排名

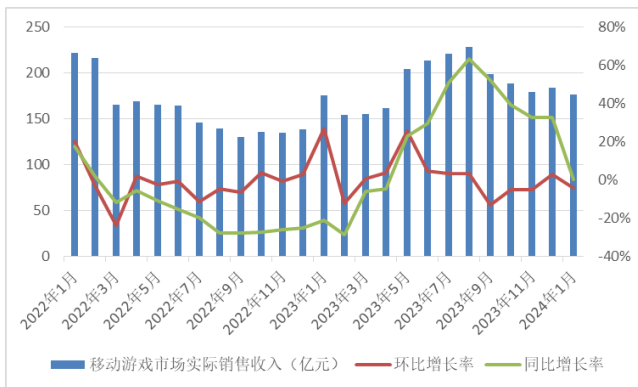
排名	电视综艺	网综
1	无限超越班第二季	种地吧第 2 季
2	声生不息·家年华	半熟恋人第 3 季
3	全员加速中·对战季	offer 尽调局
4	最强大脑 第十一季	大侦探第九季
5	你好，星期六 2024	这！就是街舞 第六季
6	王牌对王牌 第八季	炙爱之战
7	我想和你唱 第五季	名侦探学院 第七季
8	极限挑战宝藏行·和美乡村季	势不可挡
9	奔跑吧·生态篇	你好种地少年
10	17 号音乐仓库第二季	火星情报局第六季

资料来源：骨朵网络影视，中原证券

4.4. 游戏市场

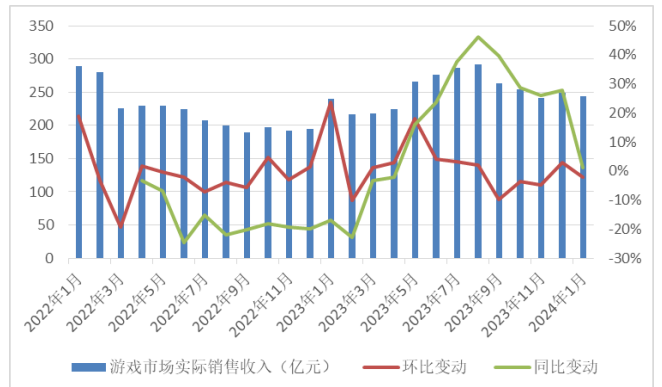
根据伽马数据发布《2024年1月中国游戏产业月度报告》显示，2024年1月中国游戏市场实际销售收入243.46亿元，同比上升1.22%，环比下降2.10%，移动游戏市场实际销售收入176.87亿元，同比上升0.39%，环比下降4.17%；客户端游戏实际销售收入56.00亿元，同比下降0.90%，环比上升1.95%。

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

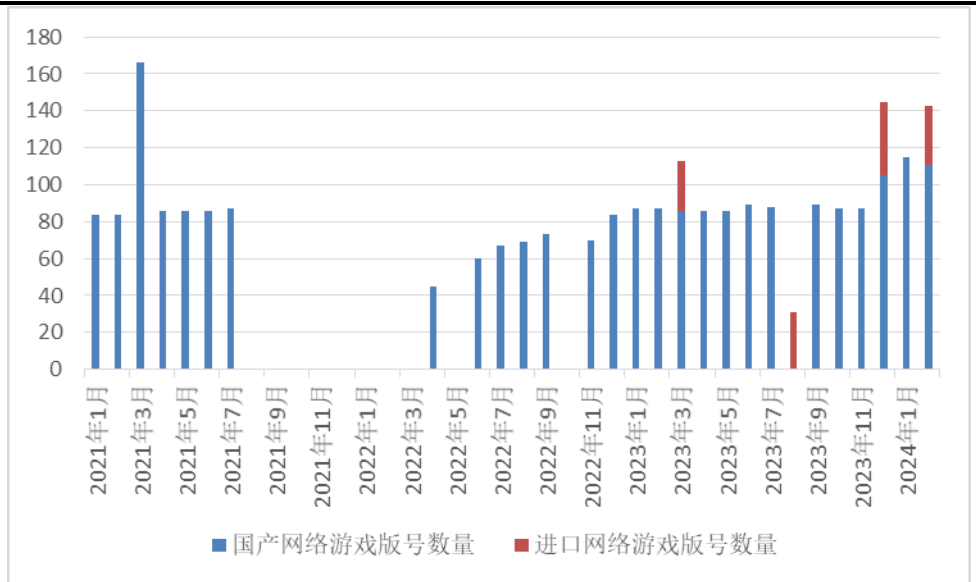
图10：国内移动游戏市场实际销售收入



资料来源：伽马数据，中原证券

2024年2月共发放国产游戏版号111款，环比减少4款，同比增加24款，连续3个月发放国产游戏版号数量过百；同时2月还发放进口游戏版号32款。

图11：游戏版号发放情况



资料来源：国家新闻出版署，中原证券

根据 data.ai 数据显示，2024年2月中国游戏厂商出海收入排行榜TOP5分别是点点互动、米哈游、Onfun、Joy Net Games、腾讯，点点互动和米哈游均实现1亿美元营收，环比分别增长1.5%和3.6%。30款中国手游海外市场收入8.2亿美元，环比基本持平，《Whiteout Survival》、《Last War: Survival Game》、《菇勇者传说》、《原神》、《崩坏：星穹铁道》排在前五。

图 12: 2024 年 2 月中国游戏厂商出海收入排行榜



资料来源: data.ai, 中原证券

图 13: 2024 年 2 月中国游戏厂商应用出海收入排行榜



资料来源: data.ai, 中原证券

根据七麦数据统计的 2024 年 2 月 29 日 iOS 畅销榜游戏排行 TOP10 中,《王者荣耀》、《崩坏: 星穹铁道》、《和平精英》、《英雄联盟手游》和《穿越火线: 枪战王者》排名前五。iOS 免费榜 TOP10 中,《二之国: 交错世界》、《王者荣耀》、《金铲铲之战》、《和平精英》和《开心消消乐》排名前五。

表 10: 手机游戏排行榜 (2024 年 2 月 29 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	二之国: 交错世界	腾讯游戏
2	崩坏: 星穹铁道	米哈游	王者荣耀	腾讯游戏
3	和平精英	腾讯游戏	金铲铲之战	腾讯游戏
4	英雄联盟手游	腾讯游戏	和平精英	腾讯游戏
5	穿越火线: 枪战王者	腾讯游戏	开心消消乐	乐元素
6	逆水寒	网易游戏	蛋仔派对	网易游戏
7	金铲铲之战	腾讯游戏	雷索纳斯	泪雨网络
8	捕鱼大作战	途游在线	腾讯欢乐麻将全集	腾讯游戏
9	梦幻西游	网易游戏	元梦之星	腾讯游戏
10	蛋仔派对	网易游戏	地铁跑酷	创梦天地

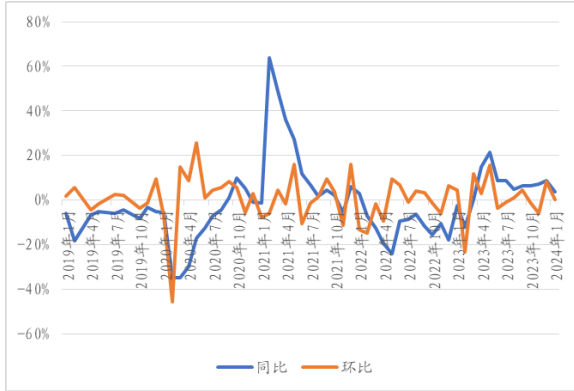
资料来源: 七麦数据, 中原证券

4.5. 广告市场

根据 CTR 数据显示, 2024 年 1 月广告市场花费同比上涨 3.7%, 环比上涨 0.2%, 其中电梯 LCD、电梯海报、影院视频、火车/高铁站、互联网站投放分别同比变动 28.0%、23.8%、-37.8%、-35.5%、-20.9%; 环比分别变动 21.0%、26.5%、22.7%、40.8%、-0.6%。

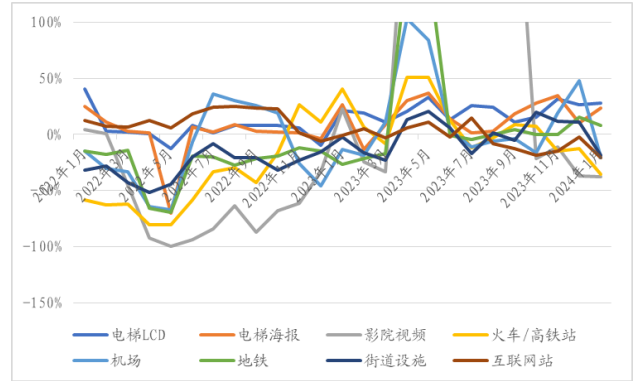
广告客户所处行业层面，1月食品、饮料、酒精类饮品等快消品行业依旧是广告市场的投放主力；家用电器、个人用品重现广告市场头部榜单，并大幅增投广告，同比分别上涨122.3%和60.2%；娱乐及休闲、商业及服务性行业广告花费同比上涨均超过50%。

图 14：广告整体市场花费变化



资料来源：CTR，中原证券

图 15：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。