

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

暑期文化娱乐消费旺季将至，关注电影、游戏定档进展

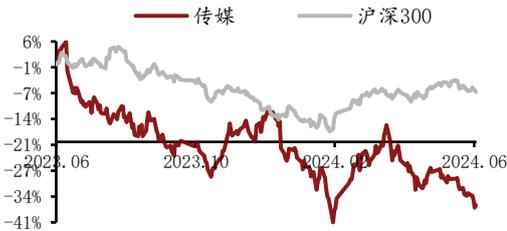
——传媒行业月报

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06月12日



资料来源：聚源，中原证券研究所

相关报告

《传媒行业月报：2024Q1 业绩表现分化，关注 AI 更新以及降价效应》 2024-05-22

《传媒行业专题研究：2023 年业绩修复明显，2024Q1 细分板块变化致整体略承压》 2024-05-17

《传媒行业月报：清明假期电影市场高景气度，关注年报与一季报变化》 2024-04-18

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：

- **行情回顾与估值表现：**5 月传媒板块下跌 7.52%，同期上证指数、沪深 300 以及创业板分别下跌 0.58%、0.68%、2.87%，与基准指数相比，传媒板块在 5 月的下跌幅度相对更大，排在全行业涨跌幅第 30 位。

子板块全部下跌，其中社交互动与媒体下跌 12.73%、互联网广告营销下跌 10.68%、信息搜索与聚合下跌 10.00%，互联网影音视频、出版、其他文化娱乐下跌幅度相对较小，5 月分别下跌 2.45%、3.67%、4.01%。

5 月板块整体估值继续回落，截止至 2024 年 5 月 31 日，中心传媒板块 PE (ttm, 整体法, 剔除负值) 为 21.18 倍, 2019 年以来板块市盈率平均值为 21.18 倍, 中位数为 24.33 倍, 最大值为 42.74 倍, 最小值为 16.46 倍, 当前 PE 历史分位为 28%。

- **投资建议：**

游戏：6 月 5 日国家新闻出版署发放 2024 年以来第三批进口游戏版号，截至目前，2024 年共发放国产游戏版号 5 批共 524 款，发放进口游戏版号 3 批共 61 款，相比 2023 年同期分别增加 92 款和 34 款，游戏版号供给稳定。近期，《地下城与勇士：起源》连续霸榜 iOS 畅销榜，国产 3A 游戏《黑神话：悟空》开启预售，玩家情绪高涨，开启预售后登顶 steam 和 wegame 热销榜，实体版预约人数超百万，预计将于 8 月 20 日上线；此外暑期还有《燕云十六声》《绝区零》《永劫无间手游》等游戏预计将陆续上线，预计行业景气度将继续保持，叠加当前头部游戏公司估值处于低位，建议布局游戏板块，关注游戏公司版号获取情况以及上线进展。

影视：端午假期票房 3.83 亿元，相比 2023 年端午档期有较大差距，表现低于预期。随着高考结束以及学生放假，线下文化娱乐消费将保持旺盛需求，建议关注电影市场暑期档表现，近期暑期档已经确定定档的影片有《排球少年!! 垃圾场决战》《狗阵》《头脑特工队 2》《云边有个小卖部》《神偷奶爸 4》《白蛇：浮生》等影片，建议关注《哪吒之魔童闹海》《解密》《抓娃娃》等影片的定档情况。

图书出版：国有图书出版公司业绩表现稳健，虽然短期受税收优惠政策到期影响拖累 2024Q1 利润，但如果以税前营业利润为口径，板块的利润波动幅度不大，核心主业依旧稳定。同时 2023 年图书出版板块分红规模同比增加 19.06%，保持较大幅度的增长。

建议关注图书出版板块低估值、低风险、高股息方向。

AI: 国内外厂商的大模型继续保持一定的更新节奏，腾讯混元大模型 App 腾讯元宝上线、快手上线对标 Sora 的温升视频大模型可灵，苹果在 WWDC24 上公布 Apple Intelligence，将为 iPhone、Mac 等硬件设备引入 AI 功能。在成本端，国产多个大模型先后宣布 API 价格下降，有望助力 AI 在应用层面渗透率提升。

建议关注个股：恺英网络、三七互娱、完美世界、吉比特、万达电影、光线传媒、中国电影、分众传媒、芒果超媒、兆讯传媒。

风险提示: 宏观经济波动影响文化消费需求；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；

内容目录

1. 投资建议.....	4
2. 5月行情回顾.....	4
2.1. 行情回顾.....	4
2.2. 估值水平.....	6
3. 5月行业要闻.....	6
4. 行业月度数据.....	8
4.1. 电影市场.....	8
4.2. 影视剧市场.....	11
4.3. 综艺节目市场.....	12
4.4. 游戏市场.....	12
4.5. 广告市场.....	14
5. 风险提示.....	15

图表目录

图 1: 2024 年 5 月 A 股主要板块涨跌幅 (%).....	5
图 2: 中信传媒板块行业 PE.....	6
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).....	9
图 6: 国内电影市场平均票价情况 (元) (含服务费).....	9
图 7: 国内电影市场上座率.....	9
图 8: 国内电影市场放映影片数.....	9
图 9: 国内游戏市场实际销售收入.....	12
图 10: 国内移动游戏市场实际销售收入.....	12
图 11: 游戏版号发放情况.....	13
图 12: 2024 年 4 月中国手游收入 TOP30.....	13
图 13: 2024 年 4 月中国手游发行商收入 TOP30.....	13
图 14: 2024 年 1-4 月分媒体广告花费同比变化.....	14
图 15: 2024 年 1-4 月广告市场整体 TOP10 行业花费变化.....	14
表 1: 2024 年 5 月中信传媒行业二级与三级子板块涨跌幅.....	5
表 2: 2024 年 5 月传媒板块个股涨跌幅 TOP10.....	5
表 3: 2024 年 5 月影片票房情况.....	10
表 4: 2024 年 6 月部分上映电影档期.....	10
表 5: 2024 年 5 月院线数据 (不含服务费).....	10
表 6: 2024 年 5 月影投数据 (不含服务费).....	11
表 7: 2024 年 5 月电视剧/网剧热度排名.....	11
表 8: 2024 年 5 月电视综艺/网络综艺热度排名.....	12
表 9: 手机游戏排行榜 (2024 年 5 月 31 日).....	14

1. 投资建议

游戏：6月5日国家新闻出版署发放2024年以来第三批进口游戏版号，截至目前，2024年共发放国产游戏版号5批共524款，发放进口游戏版号3批共61款，相比2023年同期分别增加92款和34款，游戏版号供给稳定。近期，《地下城与勇士：起源》连续霸榜iOS畅销榜，国产3A游戏《黑神话：悟空》开启预售，玩家情绪高涨，开启预售后登顶steam和wegame热销榜，实体版预约人数超百万，预计将于8月20日上线；此外暑期还有《燕云十六声》《绝区零》《永劫无间手游》等游戏预计将陆续上线，预计行业景气度将继续保持，叠加当前头部游戏公司估值处于低位，建议布局游戏板块，关注游戏公司版号获取情况以及上线进展。

影视：端午假期票房3.83亿元，相比2023年端午档期有较大差距，表现低于预期。随着高考结束以及学生放假，线下文化娱乐消费将保持旺盛需求，建议关注电影市场暑期档表现，近期暑期档已经确定定档的影片有《排球少年!! 垃圾场决战》《狗阵》《头脑特工队2》《云边有个小卖部》《神偷奶爸4》《白蛇：浮生》等影片，建议关注《哪吒之魔童闹海》《解密》《抓娃娃》等影片的定档情况。

图书出版：国有图书出版公司业绩表现稳健，虽然短期受税收优惠政策到期影响拖累板块2024Q1利润，但如果以税前营业利润为口径，板块的利润波动幅度不大，核心主业依旧稳定。同时2023年图书出版板块分红规模同比增加19.06%，保持较大幅度的增长。建议关注图书出版板块低估值、低风险、高股息方向。

AI：国内外厂商的大模型继续保持一定的更新节奏，腾讯混元大模型App腾讯元宝上线、快手上线对标Sora的温升视频大模型可灵，苹果在WWDC24上公布Apple Intelligence，将为iphone、Mac等硬件设备引入AI功能。在成本端，国产多个大模型先后宣布API价格下降，有望助力AI在应用层面渗透率提升。

建议关注个股：恺英网络、三七互娱、完美世界、吉比特、万达电影、光线传媒、中国电影、分众传媒、芒果超媒、兆讯传媒。

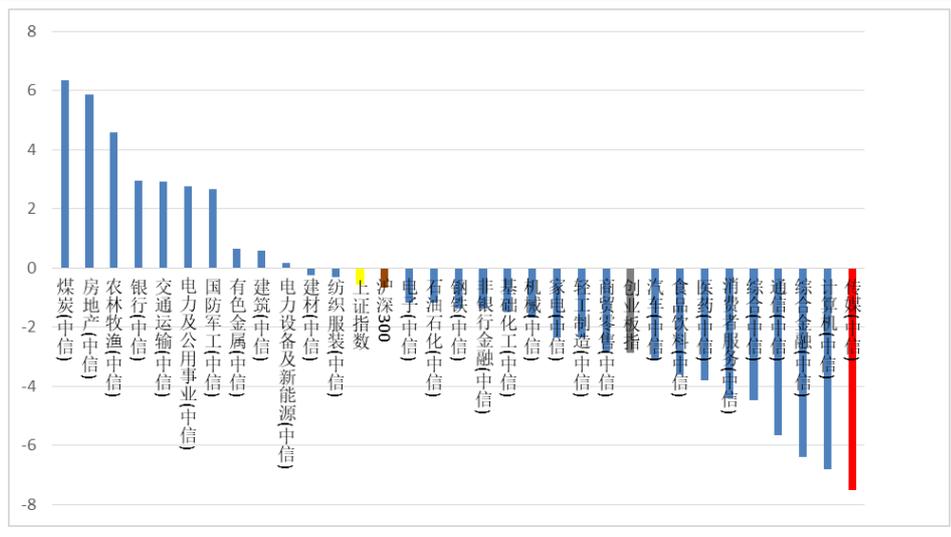
2. 5月行情回顾

2.1. 行情回顾

5月传媒板块下跌7.52%，同期上证指数、沪深300以及创业板分别下跌0.58%、0.68%、2.87%，与基准指数相比，传媒板块在5月的下跌幅度相对更大，排在全行业涨跌幅第30位。

子板块全部下跌，其中社交互动与媒体下跌12.73%、互联网广告营销下跌10.68%、信息搜索与聚合下跌10.00%，互联网音视频、出版、其他文化娱乐下跌幅度相对较小，分别下跌2.45%、3.67%、4.01%。

图 1：2024 年 5 月 A 股主要板块涨跌幅（%）



资料来源：Wind，中原证券研究所

表 1：2024 年 5 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	-4.66%	出版	-3.67%
		广播电视	-6.50%
广告营销	-7.55%	互联网广告营销	-10.68%
		其他广告营销	-4.16%
文化娱乐	-8.63%	影视	-9.97%
		动漫	-6.92%
		游戏	-8.59%
		其他文化娱乐	-4.01%
互联网媒体	-8.81%	信息搜索与聚合	-10.00%
		社交与互动媒体	-12.73%
		互联网音视频	-2.45%

资料来源：Wind，中原证券研究所

板块内 143 只个股中 20 只上涨，123 只下跌。单月涨幅最高的有山东出版、*ST 明诚、*ST 文投、中南传媒、贵广网络、新华文轩、中文传媒、迅游科技、凤凰传媒、三六五网；跌幅最高的有紫天科技、ST 鼎龙、华闻集团、佳云科技、因赛集团、慈文传媒、天娱数科、流金科技、中广天择、吉视传媒。

表 2：2024 年 5 月传媒板块个股涨跌幅 TOP10

涨幅 TOP10	涨幅 (%)	跌幅 TOP10	跌幅 (%)
山东出版	23.11%	紫天科技	-45.33%
*ST 明诚	12.58%	ST 鼎龙	-32.69%
*ST 文投	9.20%	华闻集团	-32.56%
中南传媒	7.18%	佳云科技	-22.73%
贵广网络	6.60%	因赛集团	-22.49%
新华文轩	5.99%	慈文传媒	-21.33%

中文传媒	5.79%	天娱数科	-20.28%
迅游科技	5.58%	流金科技	-20.25%
凤凰传媒	5.20%	中广天择	-19.45%
三六五网	4.71%	吉视传媒	-18.98%

资料来源：Wind，中原证券研究所

2.2. 估值水平

5月板块整体估值继续回落，截止至2024年5月31日，中心传媒板块PE(ttm，整体法，剔除负值)为21.18倍，2019年以来板块市盈率平均值为21.18倍，中位数为24.33倍，最大值为42.74倍，最小值为16.46倍，当前PE历史分位为28%。

图 2：中信传媒板块行业 PE



资料来源：Wind，中原证券研究所

3. 5月行业要闻

财联社5月6日电，据国家电影局统计，2024年五一假期(2024年5月1日至5月5日)全国电影票房为15.27亿元，观影人次为3777万，均超过去年同期。假期票房前5名影片分别为：《维和防暴队》4.06亿元，《末路狂花钱》3.92亿元，《九龙城寨之围城》2.55亿元，《间谍过家家代号：白》1.96亿元，《哈尔的移动城堡》1.03亿元。截至2024年5月5日，全年总票房为201.24亿元，国产影片份额为83.76%。(财联社)

《经济参考报》5月9日刊发文章《一季度广告产业实现较强增长 市场信心持续回升》。文章称，广告是经济发展的晴雨表，广告产业发展情况很大程度上反映消费市场活力和企业投资信心。5月8日，记者获悉，市场监管总局对857家从事广告业务的头部事业单位和规模以上企业开展的统计调查显示，一季度上述头部企事业单位共实现广告业务收入2740.6亿元，同比增长13.6%。其中，事业单位广告业务收入78.5亿元，同比增长3.1%。规模以上企业广

告业务收入 2662.2 亿元，同比增长 14.0%。（新华社）

5 月 15 日，戛纳电影节中国馆活动上，中宣部电影局常务副局长毛羽表示，将加大中国电影市场引进外片的力度：“我们将秉承开放包容的胸怀，优化电影引进政策、鼓励支持引进业务、广泛引进国别更多元、类型更丰富，让中国观众能够看到全世界最好的电影。”（搜狐娱乐）

北京时间 5 月 14 日凌晨，Open AI 公布了最新的 GPT-4o 人工智能模型，其中“o”代表“Omnimodel”（全能模型）。据悉，GPT-4o 提供了 GPT-4 同水平的智能，并改进了文本、视觉和音频方面的能力，现在这款模型能够以这三者任意组合的形式进行输入和输出，交互方式更多样、更自然。（每日经济新闻）

当地时间 14 日，科技巨头谷歌公司召开了一年一度的 I/O 开发者大会。人工智能，也就是 AI 成为绝对主角。谷歌不仅展示了其再度升级的 AI 大模型双子座的各种新功能，还宣布将在其搜索引擎中添加“AI 概览”功能。此外值得一提的是，谷歌在发布会上公布了其实时 AI 助手的演示视频，其功能仿佛与 OpenAI 一天前的 GPT-4o 针锋相对。（中国经济网）

文化和旅游部办公厅、中央网信办秘书局、国家发展改革委办公厅、工业和信息化部办公厅、国家数据局综合司印发《智慧旅游创新发展行动计划》。其中提出，培育丰富智慧旅游产品。鼓励和支持文博场馆、考古遗址公园、旅游景区、旅游度假区、旅游休闲街区、主题公园、演艺场所、夜间文化和旅游消费集聚区等，运用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、拓展现实（XR）、混合现实（MR）、元宇宙、裸眼 3D、全息投影、数字光影、智能感知等技术和设备建设智慧旅游沉浸式体验新空间，培育文化和旅游消费新场景。促进电子竞技、动漫游戏等线上数字场景与线下旅游场景融合发展。鼓励数字文创等智慧旅游产品出海，提升国际传播力和影响力。（每日经济新闻）

5 月 20 日晚间，国家新闻出版署公布了 2024 年 5 月份国产网络游戏审批信息，共 96 款新游获批。包括 6 款移动兼客户端游戏，其余 90 款均为移动游戏（含 39 款休闲益智类移动游戏）。今年未到年中，游戏版号发放数量已超过 500 款，发放频率也较去年进一步趋于稳定。截至目前，今年已有 570 款游戏获批（含 46 款进口游戏）。机构人士预计今年版号发放总量超过去年。（财联社）

近期，国内多家大模型厂商纷纷宣布降价策略，推动大模型从“以分计价”的定价模式向更“以厘计价”新时代迈进。5 月 21 日，阿里云通义千问的主力模型 Qwen-Long 的 API 输入价格从 0.02 元/千 Tokens 降至 0.0005 元/千 Tokens，降幅达 97%。这意味着，1 元可以买 200 万 Tokens。同日，百度智能云也宣布其文心大模型的两大主力模型 ERNIE Speed 和 ERNIE Lite 全面免费。此前，字节跳动、智谱 AI 等厂商也纷纷推出了各自的降价方案。“豆包主力模型的推理输入定价只有 0.0008 元/千 Tokens，0.8 厘就能处理 1500 多个汉字，比行业便宜 99.3%。”火山引擎总裁谭待 5 月 15 日公开表示。（21 世纪经济报道）

5 月 28 日，中国互联网协会发布《未成年人网络游戏服务消费管理要求》团体标准（征求意见稿）。这是游戏行业首个未成年人消费管理和退费规范。针对广受关注的未成年人游戏退费

问题，该标准指出，网络游戏服务提供者、监护人等过错方应当根据各自过错情况分别承担相应的责任，有过错的一方应当赔偿对方由此所受到的经济损失，各方都有过错的，监护人、网络游戏服务提供者应承担各自责任。对于退费的比例，该标准也明确游戏方和监护人的责任比例。（极目新闻）

财联社5月31日电，上海市经济和信息化委员会等七部门印发《上海市推动工业领域大规模设备更新和创新产品扩大应用的专项行动》。其中提到，元宇宙应用场景建设。聚焦人工智能大模型、空间计算、云端渲染、数字人、图形图像引擎等领域，推动一批创新产品研发应用。围绕工业、文商旅、教育、医疗健康、协同办公等重点行业应用需求，形成一批城市信息模型、建筑信息建模、数字孪生、数字沙盘仿真、空间计算、扩展现实等行业级解决方案。加快工业互联网、物联网、5G、千兆光网等新型网络基础设施规模化部署。开展元宇宙应用场景“揭榜挂帅”，力争到2027年年均向社会开放20个应用场景。（财联社）

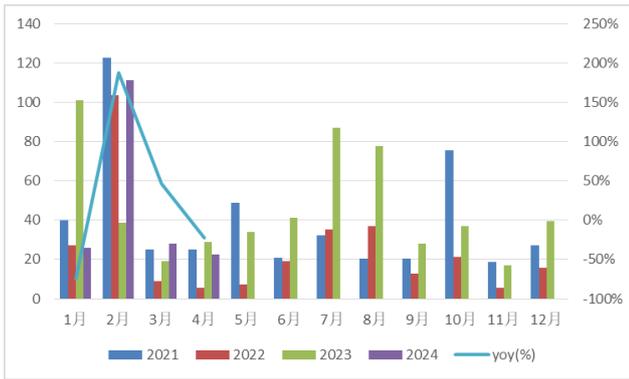
国家发展改革委、住房城乡建设部、文化和旅游部、国家电影局、广电总局、国家文物局24日联合对外发布《推动文化和旅游领域设备更新实施方案》。方案提出，力争到2027年，引导推动全国文化和旅游领域更新一批设施设备，保持相关投资规模持续稳定增长，全面提升服务质量，推动文化和旅游高质量发展。方案部署了8方面行动：一是实施观光游览设施更新提升行动，更新升级游客运载设备、旅游观光设备。二是实施游乐设施更新提升行动。三是实施演艺设备更新提升行动。四是实施智慧文旅改造提升行动，更新升级智能管理服务设备、沉浸式体验设备。五是实施文物保护利用能力提升行动，加快替换博物馆老旧设备，更新升级文物勘察、科研和展示设备。六是实施电影产业高新促进行动，推动电影拍摄水平提质升级，提高电影制作整体水平，推进电影放映技术自主创新。七是实施高清超高清设备更新提升行动，提升超高清频道制播和传输覆盖能力，加快内容制播传输发射设备升级。八是实施历史文化名城和街区保护行动，更新升级保护管理和监测设备。（光明网）

4. 行业月度数据

4.1. 电影市场

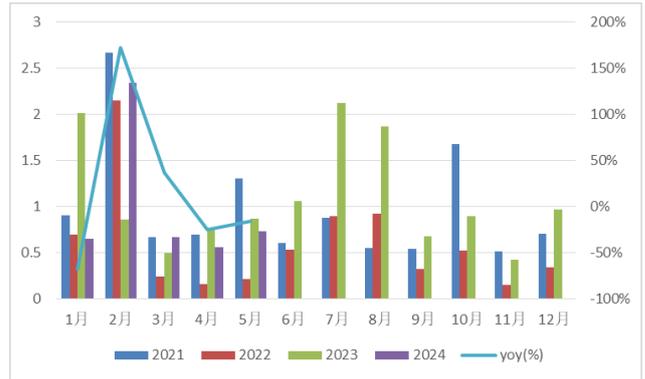
2024年5月国内电影市场票房29.49亿元，同比减少13.52%，环比增加31.71%；观影人次0.73亿，同比减少16.09%，环比增加30.36%；平均票价40.40元，同比增加3.07%，环比增加1.04%；放映场次1226.4万场，同比增加9.83%，环比增加7.15%；上座率4.9%，同比下滑1.5pct，环比提升0.9pct。1-5月国内电影市场票房216.73亿元，同比减少2.18%，观影人次4.95亿，同比减少0.60%。

图 3：国内电影市场票房情况（亿元）



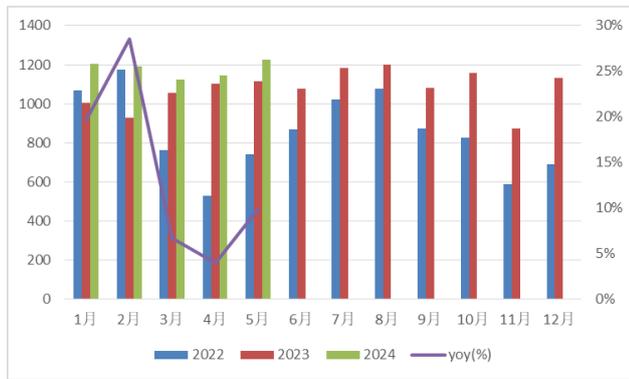
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

图 4：国内电影市场观影人次情况（亿人）



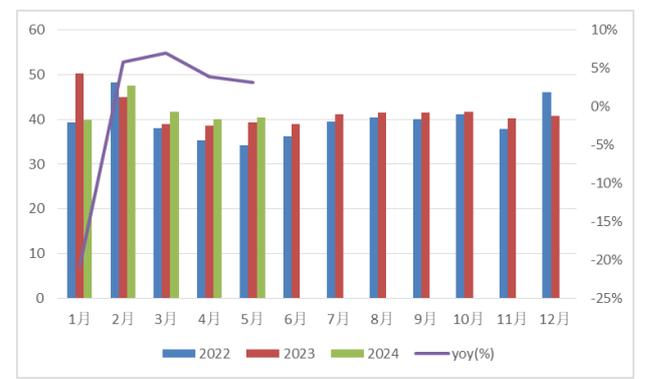
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

图 5：国内电影市场放映场次情况（万场）



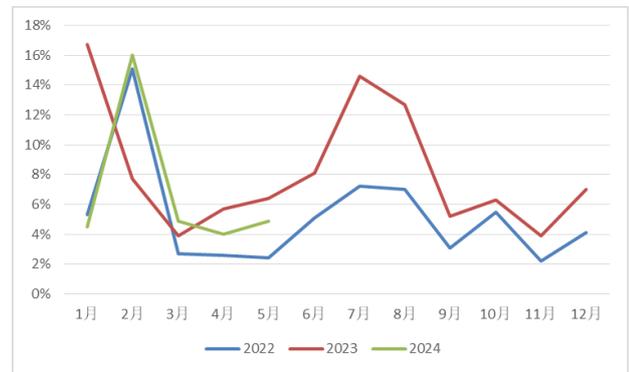
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

图 6：国内电影市场平均票价情况（元）（含服务费）



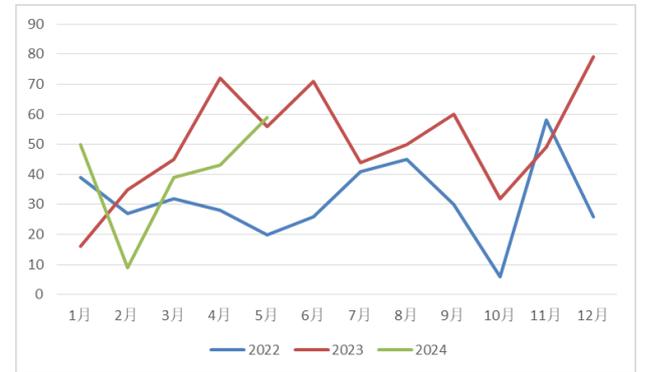
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

图 7：国内电影市场上座率



资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

图 8：国内电影市场放映影片数



资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

5 月票房排名前三的影片分别是《末路狂花钱》、《九龙城寨之围寨》、《维和防暴队》，单月票房分别为 7.26 亿元、5.595108 亿元，票房占比分别为 24.6%、18.9%、17.2%，排片占比分别为 19.1%、14.8%、12.3%。

表 3：2024 年 5 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
末路狂花钱	72582.48	24.6%	19.1%	7.78 亿元	2024-5-1
九龙城寨之围城	55874.83	18.9%	14.8%	6.77 亿元	2024-5-1
维和防暴队	50761.92	17.2%	12.3%	5.10 亿元	2024-5-1
间谍过家家 代号：白	25015.10	8.4%	7.0%	2.91 亿元	2024-4-30
猩球崛起：新世界	19270.15	6.5%	9.0%	2.08 亿元	2024-5-10
哈尔的移动城堡	14413.19	4.8%	4.3%	1.66 亿元	2024-4-30
彷徨之刃	8577.13	2.9%	5.5%	8954.3 万元	2024-5-17
猪猪侠大电影·星际行动	5338.65	1.8%	2.0%	5446.5 万元	2024-5-1

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

表 4：2024 年 6 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)
6 月 1 日	加菲猫家族	动画/冒险/喜剧	美国	中国电影
6 月 7 日	疯狂的麦克斯：狂暴女神	动作/冒险	美国	中国电影
	美国内战	剧情/战争	美国	中国电影
6 月 8 日	扫黑·决不放弃	犯罪/喜剧	中国	光线传媒
	我才不要和你做朋友呢	喜剧/青春	中国	万达电影、横店影视
	谈判专家	剧情	中国	横店影视、中国电影
	走走停停	剧情/家庭/喜剧	中国	中国电影
	机器人之梦	动画/家庭	中国	中国电影
6 月 15 日	排球少年!! 垃圾场决战	动画/运动	日本	中国电影
	狗阵	剧情	中国	华谊兄弟、博纳影业
	绝密任务	动作/犯罪/战争	中国	
	爸爸是外星人	家庭/喜剧/剧情	中国	
6 月 21 日	头脑特工队 2	动画/喜剧/家庭	美国	
	沙漏	青春/爱情	中国	
6 月 22 日	云边有个小卖部	剧情	中国	北京文化
	绝地战警：生死与共	动作/喜剧	美国	中国电影
6 月 28 日	来福大酒店	剧情/家庭	中国	华谊兄弟
	寂静之地：入侵日	惊悚/灾难/剧情	美国	中国电影

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

2024 年 5 月，珠海横琴万达电影院线票房 4.82 亿元，市场占有率 18.06%，环比提升 0.31pct；深圳市中影南方电影新干线票房 2.47 亿元，市场占有率 9.25%，环比提升 0.20pct；中影数字院线票房 2.36 亿元，市场占有率 8.84%，环比下滑 0.06pct。

表 5：2024 年 5 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	4.82 亿元	18.06%	1263	9.1	38.2
深圳市中影南方电影新干线	2.47 亿元	9.25%	665.1	6.8	37.2
中影数字院线	2.36 亿元	8.84%	651.9	5.7	36.3
上海联合电影院线	1.99 亿元	7.46%	502.4	7.1	39.6

广东大地电影院线	1.55 亿元	5.81%	453.8	5.3	34.3
江苏幸福蓝海院线	1.10 亿元	4.12%	311.6	5.9	35.5
横店影视	1.09 亿元	4.08%	320.8	5.1	34.2
广州金逸珠江电影院线	1.04 亿元	3.90%	287.4	7.5	36.5
浙江时代电影院线	8895 万元	3.33%	251.3	5.3	35.4
中影电影院线	8707 万元	3.26%	244.9	5.7	35.6
全国	26.69 亿元	(CR10) 68.12%	7297.4	6.0	36.6

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

2024 年 5 月，万达影投票房 4.37 亿元，市场占有率 16.37%，环比提升 0.21pct；横店影投票房 9657.2 万元，市场占有率 3.62%，环比下滑 0.11pct；星轶影投票房 6824.9 万元，市场占有率 2.56%，环比提升 0.07pct。

表 6：2024 年 5 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	4.37 亿元	16.37%	1137.3	9.4	38.5
横店影投	9657.2	3.62%	284.0	5.1	34.0
星轶影投	6824.9	2.56%	185.2	10.2	36.9
CGV 影投	6660.6	2.50%	148.0	9.3	45.0
金逸影投	5752.8	2.16%	153.4	9.2	37.5
中影影投	5531.5	2.07%	152.2	9.2	36.4
博纳影投	5120.7	1.92%	133.3	8.4	38.4
幸福蓝海影投	4646.2	1.74%	129.8	7.2	35.8
大地影投	4106.0	1.54%	118.6	9.3	34.6
万影影投	3854.6	1.44%	87.8	14.1	43.9
全国	26.69 亿元	(CR10) 35.91%	7297.4	6.0	36.6

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

4.2. 影视剧市场

根据骨朵网络影视统计的 2024 年 5 月电视剧播映指数排行，排名前五的分别是《庆余年第二季》、《哈尔滨一九四四》、《另一种蓝》、《我的阿勒泰》、《老家伙》；网剧播映指数排名前五的分别是《妖狐小红娘月红篇》、《新生》、《家族荣耀之继承者》、《不可告人》、《请和这样的我恋爱吧》。

表 7：2024 年 5 月电视剧/网剧热度排名

排名	电视剧	网剧
1	庆余年第二季	妖狐小红娘月红篇
2	哈尔滨一九四四	新生
3	另一种蓝	家族荣耀之继承者
4	我的阿勒泰	不可告人
5	老家伙	请和这样的我恋爱吧
6	微暗之火	破茧 2
7	春色寄情人	天行健
8	城中之城	生活在别处的我
9	承欢记	与凤行

资料来源：骨朵网络影视，中原证券研究所

4.3. 综艺节目市场

根据骨朵网络影视统计的 2024 年 5 月电视综艺播映指数，排名前五的分别是《奔跑吧第十二季》、《歌手 2024》、《极限挑战第十季》、《天赐的声音第五季》、《青春环游记 第五季》；网络综艺播映指数排名前五的分别是《哈哈哈哈哈第 4 季》、《开始推理吧 第二季》、《五十公里桃花坞第 4 季》、《种地吧第 2 季》、《乘风 2024》。

表 8：2024 年 5 月电视综艺/网络综艺热度排名

排名	电视综艺	网综
1	奔跑吧第十二季	哈哈哈哈哈第 4 季
2	歌手 2024	开始推理吧 第二季
3	极限挑战第十季	五十公里桃花坞第 4 季
4	天赐的声音第五季	种地吧第 2 季
5	青春环游记 第五季	乘风 2024
6	我们仨	这是我的岛
7	你好，星期六 2024	盒子里的猫
8	无限超越班 第二季	说唱梦工厂
9	彩色的荣耀·受益人大会 第 2 季	新说唱 2024
10	我和春天约在清溪	灿烂的花园

资料来源：骨朵网络影视，中原证券研究所

4.4. 游戏市场

根据伽马数据发布《2024 年中国游戏产业 4 月月度报告》显示，2024 年 4 月中国游戏市场收入 224.32 亿元，环比下降 4.21%，同比下降 0.27%，其中移动游戏市场实际销售收入 159.05 亿元，环比下降 6.18%，同比下降 1.93%，客户端游戏市场实际销售收入 56.42 亿元，环比增长 2.06%，同比增长 1.47%。

1-4 月国内游戏市场销售收入 950.70 亿元，同比增加 5.63%，移动游戏市场销售收入 688.00 亿元，同比增加 5.99%。

图 9：国内游戏市场实际销售收入



资料来源：伽马数据，中原证券研究所

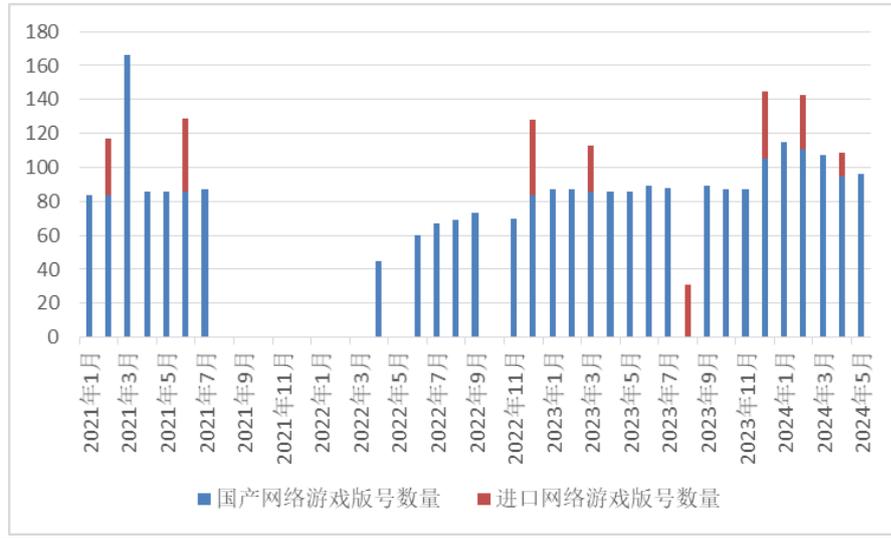
图 10：国内移动游戏市场实际销售收入



资料来源：伽马数据，中原证券研究所

2024年5月共发放国产游戏版号96款，环比增加1款，截至5月31日，2024年共发放游戏版号570款（含进口游戏），同比增加24.18%。

图 11：游戏版号发放情况



资料来源：国家新闻出版署，中原证券研究所

根据 SensorTower 数据显示，2024年4月中国手游收入 TOP30 中，《Last War:Survival Game》、《Whiteout Survival》、《菇勇者传说》、《崩坏：星穹铁道》、《PUBG MOBILE》排名前五。

4月共39个中国厂商入围全球手游发行商收入 TOP100，合计吸金20.7亿美元，占全球 TOP100 手游发行商收入的40.2%，腾讯、网易、米哈游、FirstFun、点点互动排在前五。

图 12：2024年4月中国手游收入 TOP30



资料来源：SensorTower，中原证券研究所

图 13：2024年4月中国手游发行商收入 TOP30



资料来源：SensorTower，中原证券研究所

根据七麦数据统计的2024年5月31日iOS畅销榜游戏排行TOP10中，《地下城与勇士》、《王者荣耀》、《金铲铲之战》、《和平精英》和《出发吧麦芬》排名前五。iOS免费榜TOP10

中,《地下城与勇士》、《光之守望》、《金铲铲之战》、《王者荣耀》和《无尽冬日》排名前五。

表 9: 手机游戏排行榜 (2024 年 5 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	地下城与勇士	腾讯游戏	地下城与勇士	腾讯游戏
2	王者荣耀	腾讯游戏	光之守望	小恶魔游戏
3	金铲铲之战	腾讯游戏	金铲铲之战	腾讯游戏
4	和平精英	网易游戏	王者荣耀	腾讯游戏
5	出发吧麦芬	心动网络	无尽冬日	点点互动
6	梦幻西游	网易游戏	植物大战僵尸 2	EA
7	崩坏: 星穹铁道	米哈游	欢乐钓鱼大师	Ark Game
8	逆水寒	网易游戏	和平精英	腾讯游戏
9	捕鱼大作战	途游游戏	山河旅探	奥秘游戏
10	三国志·战略版	灵犀互娱	开心消消乐	乐元素

资料来源: 七麦数据, 中原证券研究所

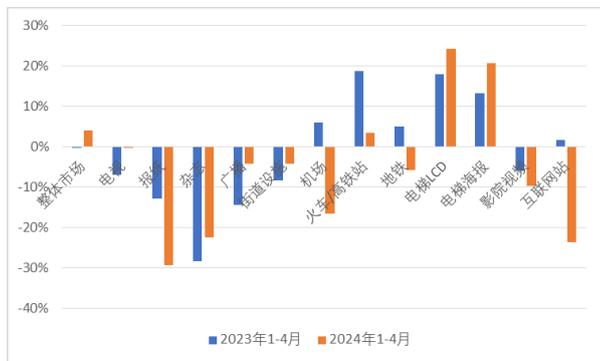
4.5. 广告市场

根据 CTR 数据显示, 2024 年 1-4 月广告市场花费同比上涨 4.0%, 4 月广告市场刊例花费同比下滑 0.4%, 环比提升 1.3%。

分渠道看, 电梯 LCD、影院视频、火车/高铁站、电梯海报在 1-4 月投放花费同比分别增加 27.0%、26.5%、16.9%、9.7%, 增长较为明显, 其他渠道的广告花费有不同程度同比减少。从环比角度看, 除了电梯 LCD、电梯海报、火车/高铁站、互联网站的广告花费环比分别上涨 14.8%、6.0%、1.7%、4.4%, 其余广告渠道环比均有所减。

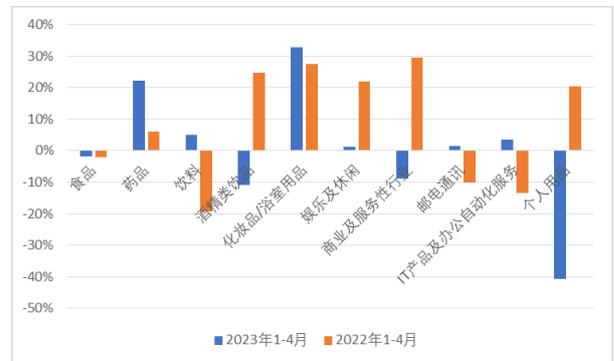
2024 年 1-4 月广告市场头部榜单中, 酒精类饮品、化妆品/浴室用品、娱乐及休闲等行业广告刊例花费同比均超 20%, 药品行业增长 6.0%, 但投放量居前列的食品和饮料行业投放同比缩减。

图 14: 2024 年 1-4 月分媒体广告花费同比变化



资料来源: CTR, 中原证券研究所

图 15: 2024 年 1-4 月广告市场整体 TOP10 行业花费变化



资料来源: CTR, 中原证券研究所

5. 风险提示

宏观经济波动影响文化消费需求；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

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。