

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

世界人工智能大会落幕，关注 AI 应用落地进展

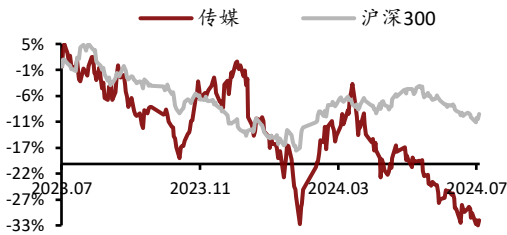
——传媒行业月报

证券研究报告-行业月报

同步大市(维持)

传媒相对沪深 300 指数表现

发布日期：2024 年 07 月 12 日



资料来源：聚源，中原证券研究所

相关报告

《传媒行业半年度策略：举 AI 为利矛，以红利作坚盾》 2024-06-28

《传媒行业月报：暑期文化娱乐消费旺季将至，关注电影、游戏定档进展》 2024-06-12

《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

联系人：马焱琦

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：**6 月传媒指数下跌 8.04%，同期沪深 300 指数、上证指数和创业板指分别下跌 3.30%、3.87%、6.74%。与基准指数相比，传媒指数在 6 月的下跌幅度更大，排在全行业涨跌幅第 18 位。

子板块全部下跌，其他广告营销和出版两个子板块下跌幅度相对较小，分别下跌 1.91%和 2.87%，影视、其他文化娱乐、游戏、动漫、互联网广告营销下跌幅度均超 10%。

6 月板块整体估值继续回落，截止至 2024 年 6 月 28 日，中信传媒板块 PE (ttm，整体法，剔除负值) 为 19.41 倍，2019 年以来板块市盈率平均值为 24.80 倍，中位数为 24.23 倍，最大值为 42.74 倍，最小值为 16.46 倍，当前 PE 历史分位为 12%。

- **投资建议：**

建议关注 AI 应用以及高分红两条投资主线。

AI：2024 世界人工智能大会于 7 月 4 日-7 月 6 日在上海召开，大会中多家公司发布了旗下的全新模型或已有模型的最新版本。从内容生产和技术应用的角度，目前生成式 AI 模型已经从文生文、文生图开始逐渐向文生视频、文生音乐等领域拓展，生成式 AI 的内容模态趋于多元化，也进一步拓宽了 AI 技术的应用场景范围。模型能力的持续提升不仅为专业的创作者提供了效率更高的内容生产工具，也为普通的用户提供了更加低门槛的内容创作捷径。一方面通过 AI 工具提升内容生产的效率，有效减少内容创作的时间和成本，缩短创作周期；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。对于游戏、影视、广告等内容型产业，通过 AI 技术的加持有望实现长期的降本增效以及内容创新。

此外，国内外多个大模型先后宣布下调 AI 模型的输入或输出价格，其背后固然存在行业同质化竞争因素导致大模型厂商需要通过打价格战的方式来吸引更多的用户抢占行业生态，但同时规模效应和技术进步推动的 AI 模型训练和推理成本不断降低也是大模型价格下降的深层原因之一。AI 使用成本的下降有利于降低开发者尤其是中小开发者的成本压力，吸引更多的开发者投身于 AI 应用端的研究并且将更复杂的场景接入大模型，进而带动 AI 应用端的多样化和创新性。建议持续关注目前 AI 领域大模型应用的发布和落地进展。

高分红：在政策的提倡和引导下，未来上市公司将更加重视投资者回报，进一步推动分红力度提高，提升股息率水平，也为高分红的公司带来更多的关注。在市场风险偏好较低时，高分红公司的市场表现较为稳定，通过资本利得和现金分红所带来的长期投资收益较好。

建议关注国有出版企业，整体业绩稳定、经营性现金流量表现好、财务压力小、现金资产多、分红意愿高、估值相对较低。从长期的角度，在政策的指引下有望进一步提升分红质量，增强投资者回报。从分红和股息的角度出发，建议关注国有出版公司中高分红比例、高股息率的公司。此外分众传媒、吉比特等其他板块中基本面良好、分红比例和股息率较高的公司同样值得关注。

建议关注：三七互娱、吉比特、恺英网络、分众传媒、万达电影、光线传媒、芒果超媒。

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. 6月行情回顾.....	4
2.1. 行情回顾.....	4
2.2. 估值水平.....	6
3. 6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.....	10
4.3. 综艺节目市场.....	11
4.4. 游戏市场.....	11
4.5. 广告市场.....	13
4.6. AI产品.....	14
5. 风险提示.....	14

图表目录

图 1: 2024 年 6 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).....	8
图 4: 国内电影市场观影人次情况 (亿人).....	8
图 5: 国内电影市场放映场次情况 (万场).....	8
图 6: 国内电影市场平均票价情况 (元) (含服务费).....	8
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.....	12
图 12: 2024 年 5 月中国手游收入 TOP30.....	13
图 13: 2024 年 5 月中国手游发行商收入 TOP30.....	13
图 14: 2024 年 1-5 月分媒体广告花费同比变化.....	14
图 15: 2024 年 1-5 月广告市场整体 TOP10 行业花费变化.....	14
图 16: 2024 年 6 月 AI 产品榜全球总榜.....	14
图 17: 2024 年 6 月 AI 产品榜国内总榜.....	14

表 1: 2024 年 6 月中信传媒行业二级与三级子板块涨跌幅.....	5
表 2: 2024 年 6 月传媒板块个股涨跌幅 TOP10.....	5
表 3: 2024 年 6 月影片票房情况.....	9
表 4: 2024 年 7 月部分上映电影档期.....	9
表 5: 2024 年 6 月院线数据 (不含服务费).....	10
表 6: 2024 年 6 月影投数据 (不含服务费).....	10
表 7: 2024 年 6 月电视剧/网剧全网正片播放量.....	11
表 8: 2024 年 6 月电视综艺/网络综艺全网正片播放量市占率.....	11
表 9: 手机游戏排行榜 (2024 年 6 月 30 日).....	13

1. 投资建议

建议关注 AI 应用以及高分红两条投资主线。

AI：2024 世界人工智能大会于 7 月 4 日-7 月 6 日在上海召开，大会中多家公司发布了旗下的全新模型或已有模型的最新版本。从内容生产和技术应用的角度，目前生成式 AI 模型已经从文生文、文生图开始逐渐向文生视频、文生音乐等领域拓展，生成式 AI 的内容模态趋于多元化，也进一步拓宽了 AI 技术的应用场景范围。模型能力的持续提升不仅为专业的创作者提供了效率更高的内容生产工具，也为普通的用户提供了更加低门槛的内容创作捷径。一方面通过 AI 工具提升内容生产的效率，有效减少内容创作的时间和成本，缩短创作周期；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。对于游戏、影视、广告等内容型产业，通过 AI 技术的加持有望实现长期的降本增效以及内容创新。

此外，国内外多个大模型先后宣布下调 AI 模型的输入或输出价格，其背后固然存在行业同质化竞争因素导致大模型厂商需要通过打价格战的方式来吸引更多的用户抢占行业生态，但同时规模效应和技术进步推动的 AI 模型训练和推理成本不断降低也是大模型价格下降的深层原因之一。AI 使用成本的下降有利于降低开发者尤其是中小开发者的成本压力，吸引更多的开发者加入 AI 生态应用的研发并且将更复杂的场景接入大模型，进而带动 AI 应用端的多样化和创新性。建议持续关注目前 AI 领域大模型应用的发布和落地进展。

高分红：在政策的提倡和引导下，未来上市公司将更加重视投资者回报，进一步推动分红力度提高，提升股息率水平，也为高分红的公司带来更多的关注。在市场风险偏好较低时，高分红公司的市场表现较为稳定，通过资本利得和现金分红所带来的长期投资收益较好。

建议关注国有出版企业，整体业绩稳定、经营性现金流量表现好、财务压力小、现金资产多、分红意愿高、估值相对较低。从长期的角度，在政策的指引下有望进一步提升分红质量，增强投资者回报。从分红和股息的角度出发，建议关注国有出版公司中高分红比例、高股息率的公司。此外分众传媒、吉比特等其他板块中基本面良好、分红比例和股息率较高的公司同样值得关注。

建议关注：三七互娱、吉比特、恺英网络、分众传媒、万达电影、光线传媒、芒果超媒。

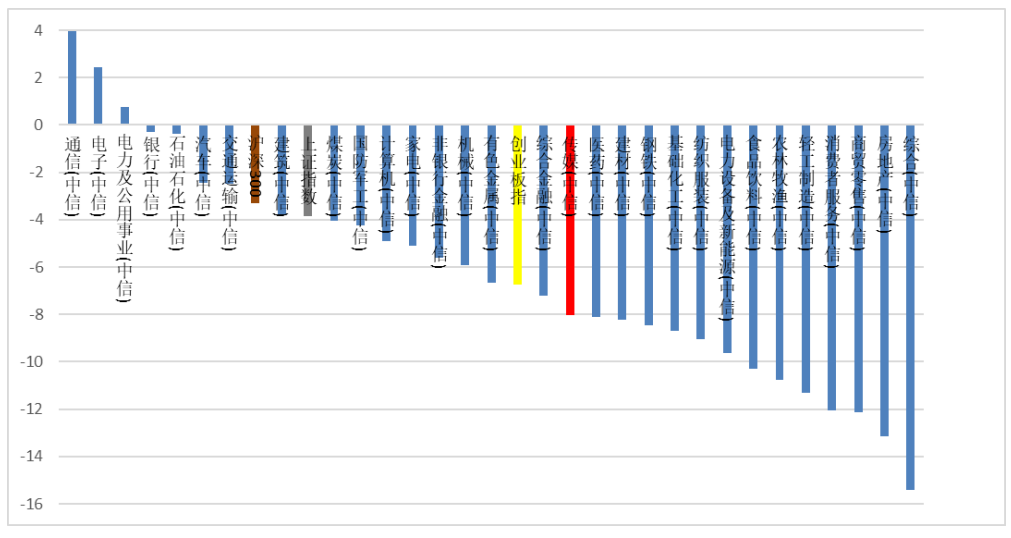
2. 6 月行情回顾

2.1. 行情回顾

6 月传媒指数下跌 8.04%，同期沪深 300 指数、上证指数和创业板指分别下跌 3.30%、3.87%、6.74%。与基准指数相比，传媒指数在 6 月的下跌幅度更大，排在全行业涨跌幅第 18 位。

子板块全部下跌，其他广告营销和出版两个子板块下跌幅度相对较小，分别下跌 1.91%和 2.87%，影视、其他文化娱乐、游戏、动漫、互联网广告营销下跌幅度均超 10%。

图 1: 2024 年 6 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 6 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	-4.90%	出版	-2.87%
		广播电视	-8.75%
广告营销	-6.01%	互联网广告营销	-10.05%
		其他广告营销	-1.91%
文化娱乐	-10.92%	影视	-11.44%
		动漫	-10.89%
		游戏	-10.67%
		其他文化娱乐	-11.07%
互联网媒体	-8.26%	信息搜索与聚合	-8.06%
		社交与互动媒体	-7.45%
		互联网音视频	-9.41%

资料来源: Wind, 中原证券研究所

板块内 143 只个股中 14 只上涨, 129 只下跌。单月涨幅最高的有华闻集团、因赛集团、旗天科技、荣信文化、华扬联众、长江传媒、流金科技、紫天科技、凤凰传媒、中文在线; 跌幅最高的有联建光电、凯撒文化、思美传媒、上海电影、ST 广网、慈文传媒、ST 鼎龙、名臣健康、佳云科技、吉视传媒。

表 2: 2024 年 6 月传媒板块个股涨跌幅 TOP10

涨幅 TOP10	涨幅 (%)	跌幅 TOP10	跌幅 (%)
华闻集团	37.93%	联建光电	-29.10%
因赛集团	15.71%	凯撒文化	-24.10%
旗天科技	12.00%	思美传媒	-23.33%
荣信文化	11.72%	上海电影	-23.12%
华扬联众	10.89%	ST 广网	-20.47%
长江传媒	7.11%	慈文传媒	-20.37%

流金科技	4.58%	ST 鼎龙	-20.00%
紫天科技	2.97%	名臣健康	-18.92%
凤凰传媒	2.14%	佳云科技	-18.14%
中文在线	1.79%	吉视传媒	-18.02%

资料来源: Wind, 中原证券研究所

2.2. 估值水平

6月板块整体估值继续回落,截止至2024年6月28日,中信传媒板块PE(ttm,整体法,剔除负值)为19.41倍,2019年以来板块市盈率平均值为24.80倍,中位数为24.23倍,最大值为42.74倍,最小值为16.46倍,当前PE历史分位为12%。

图 2: 中信传媒板块行业 PE



资料来源: Wind, 中原证券研究所

3. 6月行业要闻

今年6月6日,我国5G迎来发牌五周年重要时间节点。工信部将联合业界举办“移动通信高质量发展论坛”,系统总结我国移动通信,特别是5G产业引领数字经济高质量发展的成果和经验,激励全行业持续巩固提升领先地位和竞争优势。证券时报·e公司记者获悉,论坛期间将发布主管部门支持5G发展政策并进行权威解读。同时,将举办启动仪式:携手开启5G-A新时代。(证券时报)

6月5日,国家新闻出版署更新2024年进口网络游戏审批信息,6月5日共新增15款游戏。其中,《宝可梦 走吧!皮卡丘》《超级马力欧三维世界和狂怒世界》《战魔机甲》三款Switch游戏过审,《黑色沙漠》端游过审。(每日经济新闻)

北京时间6月11日凌晨,苹果WWDC2024开发者大会启动。苹果AI大模型Apple Intelligence正式亮相。会上,苹果正式宣布与OpenAI达成合作。据介绍,GPT-4o模型将被整合进Siri中,用户无需创建账户,就可免费使用这个模型的大部分功能。这项功能将会支持iOS 18、iPadOS 18和macOS等多终端系统,但目前仅有部分设备支持,如iPhone 15 Pro

系列、搭载 M1 及之后发布芯片的终端。(央广网)

当地时间 6 月 12 日, AI 初创公司 Luma AI 发布视频生成模型 Dream Machine, 该视频生成模型支持文生视频和图生视频模式, 目前可免费试用。从 Luma AI 官方放出的视频看, Dream Machine 生成视频的质量颇高。例如, 眼部特写可看清眼球中变幻的色彩, 老虎在雪地中行走动作自然, 脸部特写光影斑驳、镜头移动自然, 人物动作衔接流畅。已有网友在社交平台上放出用 Dream Machine 制作的视频, 画面看上去颇为真实, 例如, 北极熊在野外行走时毛发自然, 沙漠中的汽车扬起沙粒。(第一财经)

6 月 19 日下午, 腾讯旗下游戏《地下城与勇士: 起源》运营团队在官网发布公告, 称因合约到期, 6 月 20 日起, DNF 手游将不再上架部分安卓平台的应用商店。(第一财经)

6 月 21 日可灵正式推出图生视频功能, 支持将任意静态图像转化为生动的 5 秒精彩视频, 搭配创作者输入的不同文本, 可生成多种多样的运动效果。可灵还同步发布了业内领先的视频续写功能, 支持对已生成的视频一键续写和连续多次续写, 单次可让视频延续约 5 秒, 最长可生成约 3 分钟视频, 进一步展现了该模型强大的想象力和可控性。(证券时报网)

国家发展改革委、农业农村部、商务部、文化和旅游部、市场监管总局日前联合印发《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》, 要求围绕居民吃穿住用行等传统消费和服务消费, 培育餐饮、文旅体育、购物、大宗商品、健康养老托育、社区等六大消费新场景, 培育和壮大消费新增长点。具体包括发展餐饮消费细分领域、深化旅游业态融合创新、推动购物消费多元融合发展等 17 项重点任务。(证券时报)

近日, OpenAI 表示将终止对中国开发者提供 API 服务。虽然 OpenAI 从未正式向中国用户提供过服务, 但这依旧引起了国产大模型厂商对用户的“收割”: 不仅推出用户“零成本迁移计划”, 还趁机降了一波价。(中国商报)

6 月 25 日, 界面新闻获悉, 哔哩哔哩在上海电视节的微短剧大会上发布了精品微短剧领域的内容规划和扶持计划。今年, B 站计划推出近 20 部优质的精品微短剧作品, 涵盖社会、文化、校园、悬疑、喜剧、文旅、历史、现实主义等内容题材。(界面新闻)

6 月 25 日消息, 国家新闻出版总署今日公布 2024 年 6 月份国产网络游戏审批信息, 共 104 款游戏获得版号。(金融界)

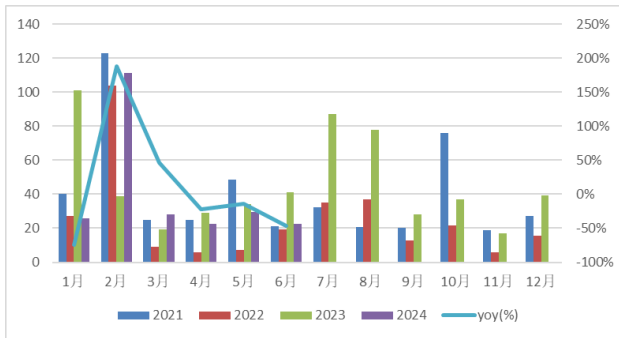
根据 OpenAI 周四(6 月 27 日)发布的新闻稿, 该公司新推出了一个基于 GPT-4 的模型——CriticGPT, 用于捕获 ChatGPT 代码输出中的错误。CriticGPT 的作用相当于让人们用 GPT-4 来查找 GPT-4 的错误。该模型可以对 ChatGPT 响应结果做出批评评论, 从而帮助人工智能训练师在“基于人类反馈的强化学习 (RLHF)”过程中发现的错误, 为人工智能训练师提供明确的人工智能帮助。(财联社)

4. 行业月度数据

4.1. 电影市场

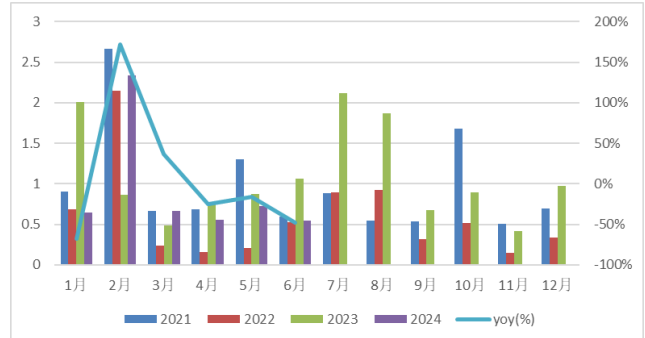
2024年6月国内电影市场票房22.31亿元，同比减少46.03%，环比减少24.35%；观影人次0.55亿，同比减少48.11%，环比减少24.66%；平均票价40.56元，同比增加4.01%，环比增加0.41%；放映场次1225.4万场，同比增加13.78%，环比减少0.08%；上座率3.8%，同比下滑4.3pct，环比下滑1.1pct。2024上半年国内电影市场票房239.04亿元，同比减少9.08%，观影人次5.50亿，同比减少8.94%。

图3：国内电影市场票房情况（亿元）



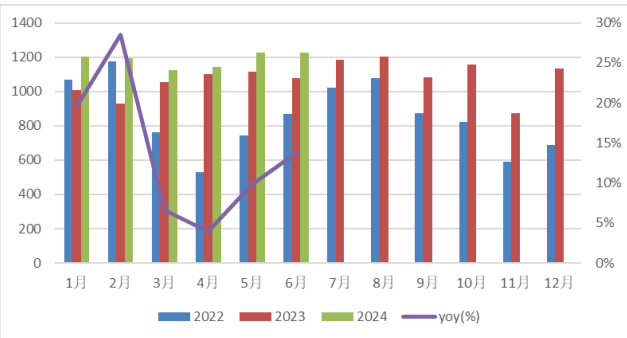
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

图4：国内电影市场观影人次情况（亿人）



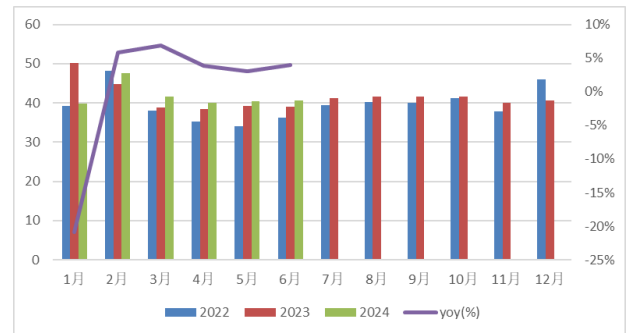
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

图5：国内电影市场放映场次情况（万场）



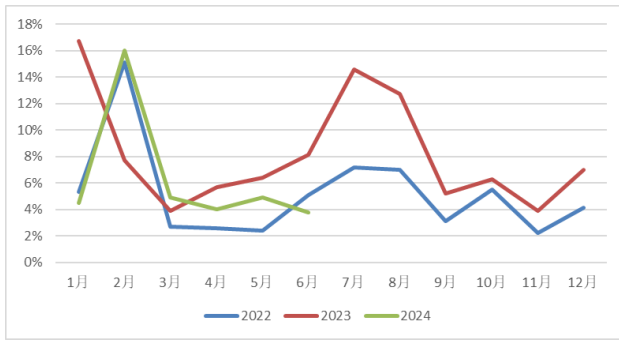
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

图6：国内电影市场平均票价情况（元）（含服务费）



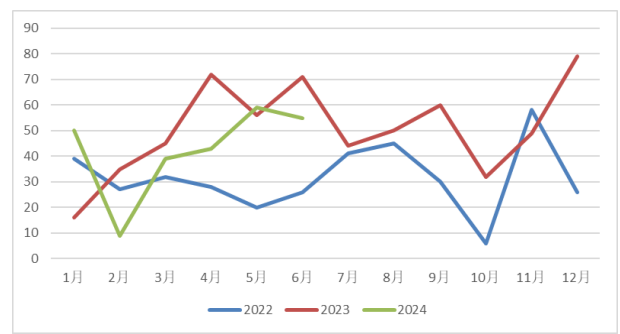
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

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

6 月票房排名前三的影片分别是《云边有个小卖部》、《我才不要和你做朋友呢》、《扫黑·决不放弃》，单月票房分别为 3.59 亿元、1.96 亿元、1.85 亿元，票房占比分别为 16.1%、8.7%、8.3%，排片占比分别为 8.5%、9.8%、9.4%。

表 3：2024 年 6 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
云边有个小卖部	35936.45	16.1%	8.5%	4.65 亿元	2024-6-22
我才不要和你做朋友呢	19581.79	8.7%	9.8%	2.03 亿元	2024-6-8
扫黑·决不放弃	18563.80	8.3%	9.4%	1.91 亿元	2024-6-8
加菲猫家族	17501.92	7.8%	7.8%	1.82 亿元	2024-6-1
头脑特工队 2	17380.94	7.7%	5.0%	2.72 亿元	2024-6-21
谈判专家	14105.21	6.3%	6.4%	1.56 亿元	2024-6-8
排球少年!! 垃圾场决战	11769.47	5.2%	7.7%	1.24 亿元	2024-6-15
哆啦 A 梦：大雄的地球交响乐	11676.08	5.2%	5.5%	1.30 亿元	2024-5-31

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

表 4：2024 年 7 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)
7 月 3 日	默杀	犯罪/悬疑/剧情	中国	万达电影、中国电影、横店影视
7 月 5 日	欢迎来到我身边	爱情/奇幻/喜剧	中国	中国电影、横店影视
7 月 6 日	伞少女	动画/奇幻	中国	
7 月 10 日	传说	剧情/动作/奇幻/冒险	中国	博纳影业
7 月 12 日	神偷奶爸 4	喜剧/动作/动画	美国	中国电影
	落凡尘	动画	中国	
7 月 13 日	二郎神之深海蛟龙	动画	中国	横店影视
7 月 16 日	抓娃娃	喜剧/剧情	中国	万达电影、中国电影、横店影视
7 月 26 日	死侍与金刚狼	喜剧/动作/科幻	美国	中国电影
	蓝色禁区：凇	动画/运动	日本	
	异人之下	动作/奇幻/青春	中国	万达电影、横店影视

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

2024年6月,珠海横琴万达电影院线票房3.46亿元,市场占有率17.16%,环比下滑0.90pct;上海联合电影院线票房1.87亿元,市场占有率9.28%,环比提升1.82pct;深圳市中影南方电影新干线票房1.83亿元,市场占有率9.08%,环比下滑0.17pct。

表 5: 2024 年 6 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	3.46 亿元	17.16%	933.0	6.8	37.1
上海联合电影院线	1.87 亿元	9.28%	440.1	6.2	42.5
深圳市中影南方电影新干线	1.83 亿元	9.08%	494.5	5.1	37.1
中影数字院线	1.80 亿元	8.93%	497.9	4.3	36.3
广东大地电影院线	1.14 亿元	5.65%	336.1	3.9	34.0
江苏幸福蓝海院线	8170.2 万元	4.05%	233.7	4.4	35.0
横店影视	8034.8 万元	3.99%	236.5	3.8	34.0
广州金逸珠江电影院线	7695.6 万元	3.82%	211.5	5.5	36.4
北京华夏联合电影院线	6605.0 万元	3.28%	186.7	4.1	35.4
中影电影院线	6493.8 万元	3.22%	185.4	4.3	35.0
全国	20.16 亿元	(CR10) 68.45%	5533.2	4.5	36.4

资料来源:猫眼专业版,中原证券研究所

2024年6月,万达影投票房3.14亿元,市场占有率15.58%,环比下滑0.79pct;横店影投票房7069.0万元,市场占有率3.51%,环比下滑0.11pct;CGV影投票房5641.6万元,市场占有率2.80%,环比提升0.30pct。

表 6: 2024 年 6 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	3.14 亿元	15.58%	842.4	7.0	37.3
横店影投	7069.0	3.51%	209.0	3.9	33.8
CGV 影投	5641.6	2.80%	130.8	8.1	43.1
星轶影投	5240.4	2.60%	146.3	7.9	35.8
金逸影投	4311.0	2.14%	115.0	6.9	37.5
博纳影投	4133.1	2.05%	109.1	6.8	37.9
中影影投	4102.7	2.04%	114.8	7.1	35.7
幸福蓝海影投	3625.8	1.80%	102.8	5.8	35.3
万影影投	3343.1	1.66%	80.1	12.5	41.7
百老汇影投	3103.2	1.54%	56.9	11.7	54.6
全国	20.16 亿元	(CR10) 35.70%	5533.2	4.5	36.4

资料来源:猫眼专业版,中原证券研究所

4.2. 影视剧市场

根据灯塔专业版统计的6月全网正片播放量,电视剧排名前五的分别是《庆余年第二季》《玫瑰的故事》《海天雄鹰》《时光正好》《特别行动》;网剧排名前五的分别是《墨雨云间》《妖狐小红娘月红篇》《看不见影子的少年》《家族荣耀之继承者》《破茧2》。

表 7：2024 年 6 月电视剧/网剧全网正片播放量

排名	电视剧	播放量	网剧	播放量
1	庆余年第二季	10.51 亿	墨雨云间	26.46 亿
2	玫瑰的故事	10.42 亿	妖狐小红娘月红篇	4.09 亿
3	海天雄鹰	6.36 亿	看不见影子的少年	3.10 亿
4	时光正好	3.24 亿	家族荣耀之继承者	2.75 亿
5	特别行动	1.43 亿	破茧 2	2.59 亿
6	但愿人长久	1.27 亿	颜心记	2.40 亿
7	哈尔滨一九四四	9372.8 万	度年华	2.29 亿
8	我的阿勒泰	8957.4 万	金庸武侠世界·铁血丹心	2.18 亿
9	城中之城	8072.8 万	惜花芷	1.75 亿
10	老家伙	7708.0 万	新一年又一年	1.51 亿

资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

4.3. 综艺节目市场

根据灯塔专业版统计的 6 月全网正片播放市占率，电视综艺排名前五的分别是《奔跑吧 第十二季》《歌手 2024》《灿烂的花园》《旅行任意门》《天赐的声音 第五季》；网络综艺排名前五的分别是《乘风 2024》《五十公里桃花坞第四季》《开始推理吧第二季》《花儿与少年·好友记》《魔方新世纪》。

表 8：2024 年 6 月电视综艺/网络综艺全网正片播放量市占率

排名	综艺	播放量	网络综艺	播放量
1	奔跑吧 第十二季	6.10%	乘风 2024	11.67%
2	歌手 2024	5.80%	五十公里桃花坞第四季	7.11%
3	灿烂的花园	2.01%	开始推理吧 第二季	6.26%
4	旅行任意门	1.97%	花儿与少年·好友记	5.87%
5	天赐的声音 第五季	1.39%	魔方新世界	5.56%
6	极限挑战 第十季	1.27%	怦然心动 20 岁 第四季	5.25%
7	我们仨	1.19%	这是我的岛	4.21%
8	城市捉迷藏	1.11%	哈哈哈哈哈 第四季	3.84%
9	青春环游记 第五季	0.96%	说唱梦工厂	3.73%
10	非常敢想队	0.57%	势均力敌的我们	3.26%

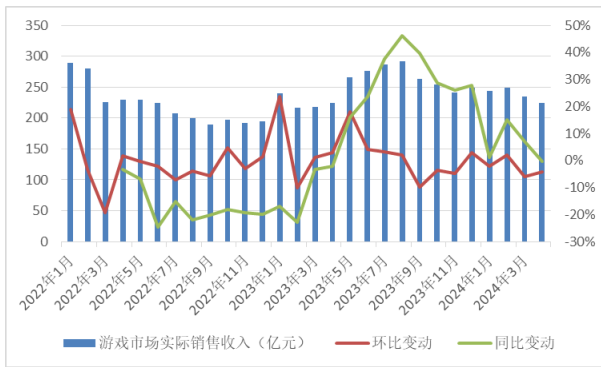
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

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%。

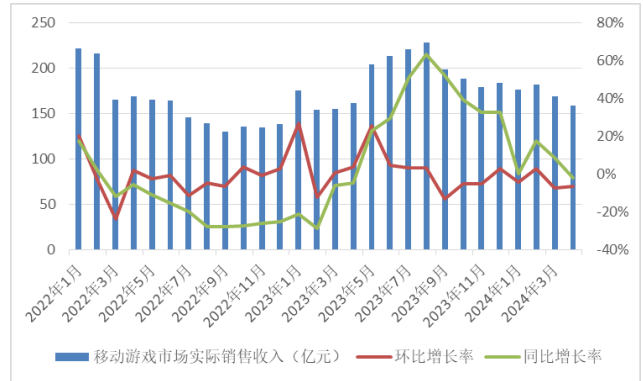
1-4 月国内游戏市场销售收入 950.70 亿元，同比增加 5.63%，移动游戏市场销售收入 688.00 亿元，同比增加 5.99%。

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

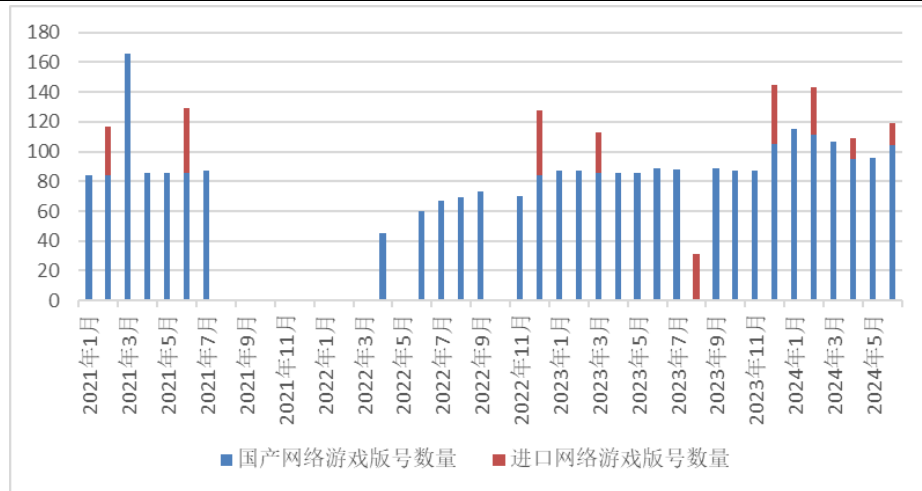
图 10：国内移动游戏市场实际销售收入



资料来源：伽马数据，中原证券研究所

2024 年 6 月共发放国产游戏版号 104 款，进口游戏版号 15 款。截至 6 月 30 日，2024 年共发放国产游戏版号 628 款，同比增加 20.54%；发放进口游戏版号 61 款，同比增加 125.93%。

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 5 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。

5 月共 40 个中国厂商入围全球手游发行商收入榜 TOP100，合计吸金 21.1 亿美元，占全球 TOP100 手游发行商收入 39.7%，腾讯、网易、米哈游、FirstFun、点点互动排在前五。

图 12: 2024 年 5 月中国手游收入 TOP30



资料来源: SensorTower, 中原证券研究所

图 13: 2024 年 5 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 6 月 30 日 iOS 畅销榜游戏排行 TOP10 中,《王者荣耀》《地下城与勇士: 起源》《逆水寒》《和平精英》和《三国: 谋定天下》排名前五。iOS 免费榜 TOP10 中,《王者荣耀》《和平精英》《梦想家园》《蛋仔派对》和《开心消消乐》排名前五。

表 9: 手机游戏排行榜 (2024 年 6 月 30 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	王者荣耀	腾讯游戏
2	地下城与勇士: 起源	腾讯游戏	和平精英	腾讯游戏
3	逆水寒	网易游戏	梦想家园	泡泡玛特
4	和平精英	腾讯游戏	蛋仔派对	网易游戏
5	三国: 谋定天下	哔哩哔哩	开心消消乐	乐元素
6	英雄联盟手游	腾讯游戏	萤火突击	网易游戏
7	鸣潮	库洛游戏	金铲铲之战	腾讯游戏
8	金铲铲之战	腾讯游戏	光之守望	奇迹绿洲
9	第五人格	网易游戏	我的世界	网易游戏
10	出发吧麦芬	心动公司	第五人格	网易游戏

资料来源: 七麦数据, 中原证券研究所

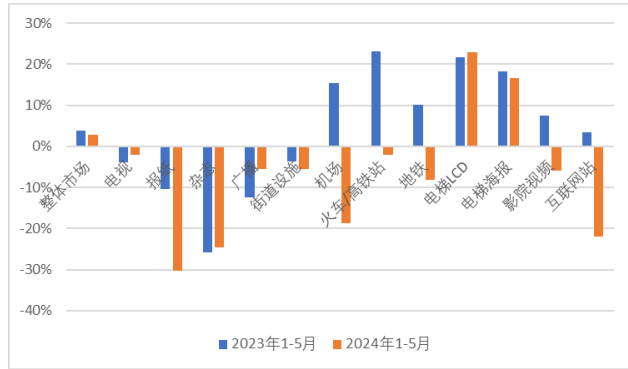
4.5. 广告市场

根据 CTR 数据显示, 2024 年 1-5 月广告市场花费同比上涨 2.9%, 其中 5 月广告市场花费同比减少 1.2%, 环比增加 14.6%。

分渠道看, 1-5 月电梯 LCD、电梯海报同比分别增加 22.9%和 16.6%, 其他渠道广告花费均有不同程度的同比减少。5 月 LCD 梯和影院视频同比上涨 18.9%, 电梯海报上涨 3.4%, 其他广告渠道的刊例花费有不同程度的同比减少。

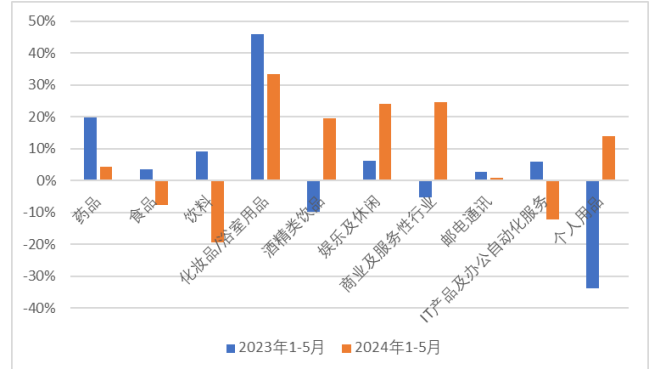
1-5月广告市场头部榜单中，化妆品/浴室用品、酒精类饮品、酒精类饮品、娱乐及休闲、商业及服务性行业、个人用品行业的广告增投较为明显，均实现两位数的同比上涨幅度，投放量较大的食品和饮料行业的广告投放有所缩减。

图 14: 2024 年 1-5 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 1-5 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

4.6. AI 产品

根据 AI 产品榜的统计, AI 产品全球总榜中, ChatGPT、New Bing、Canva Text to Image、Character AI、Gemini 的访问量排名前五; 国内总榜中, 百度文库 AI 功能、360AI 搜索、天工 AI、Kimi、百度文心一言的访问量排名前五。

图 16: 2024 年 6 月 AI 产品榜全球总榜

全球排名	产品名 AI产品榜	分类 aicpb.com	6月上榜访问量	6月上榜变化
1	ChatGPT	AI ChatBots	2.95B	14.87%
2	New Bing	AI Search Engine	1.36B	-5.67%
3	Canva Text to Image	AI Design Tool	584.28M	-12.82%
4	Character AI	AI Character Generator	356.38M	13.83%
5	Gemini	AI ChatBots	352.31M	-19.06%
6	DeepL	AI Translate Tools	266.15M	-8.41%
7	Notion AI	AI Writer Generator	161.95M	-5.16%
8	Shop	E-COMMERCE	104.98M	-4.55%
9	Jambot	Productivity	92.77M	-2.93%
10	Salesforce AI	AI Customer Support	88.29M	-1.65%

资料来源: AI 产品榜, 中原证券研究所

图 17: 2024 年 6 月 AI 产品榜国内总榜

国内排名	产品名 AI产品榜	分类 aicpb.com	6月上榜访问量	6月上榜变化
1	百度文库 AI 功能	AI Writer Generator	60.63M	-7.60%
2	360AI搜索	AI Search Engine	51.34M	0.71%
3	天工AI (昆仑万维)	AI ChatBots	27.24M	59.37%
4	Kimi (月之暗面)	AI ChatBots	23.21M	0.80%
5	百度文心一言	AI ChatBots	16.76M	-6.58%
6	秘塔AI搜索	AI Search Engine	10.96M	-26.71%
7	阿里通义千问	AI ChatBots	8.2M	0.73%
8	抖音豆包	AI ChatBots	6.31M	18.11%
9	AIppt.cn	AI Presentation Maker	5.5M	12.93%
10	C知道	AI Search Engine	5.24M	-22.05%

资料来源: AI 产品榜, 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。