

## 超配（维持）

## 传媒行业双周报（2024/7/1-2024/7/14）

美团与分众传媒达成合作，推动低线城市梯媒覆盖

2024年7月14日

投资要点：

陈伟光

SAC 执业证书编号：

S0340520060001

电话：0769-22119430

邮箱：

chenweiguang@dgzq.com.cn

罗炜斌

SAC 执业证书编号：

S0340521020001

电话：0769-22110619

邮箱：

luoweibin@dgzq.com.cn

研究助理：卢芷心

SAC 执业证书编号：

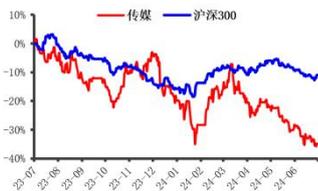
S0340122100007

电话：0769-22119297

邮箱：

luzhixin@dgzq.com.cn

## 申万传媒行业指数走势



资料来源：iFinD，东莞证券研究所

## 相关报告

- **行情回顾及估值：**申万传媒板块近2周（2024/7/1-2024/7/12）累计下跌3.52%，跑输沪深300指数3.83个百分点，涨幅在31个申万一级行业中位列第30位；申万传媒板块7月累计下跌3.52%，跑输沪深300指数3.83个百分点；申万传媒板块今年累计下跌24.10%，跑输沪深300指数25.31个百分点。截至2024年7月12日，据同花顺数据显示，SW传媒板块PE TTM（剔除负值）为19.60倍，低于近1年平均值20.77%。
- **二级子板块近2周涨跌幅：**申万传媒板块的6个二级子板块近2周（2024/7/1-2024/7/12）全面下跌，跌幅由低到高依次为：SW电视广播（-0.94%）>SW广告营销（-1.73%）>SW游戏（-3.78%）>SW数字媒体（-3.94%）>SW出版（-4.99%）>SW影视院线（-5.86%）。
- **重点产业新闻：**（1）蚂蚁集团发布大模型密算平台“隐语Cloud”；（2）商汤科技发布“日日新5o”；（3）2024年1-5月广告市场花费同比上涨2.9%；（4）分众传媒与美团达成合作，冲击下沉梯媒市场；（5）2023年中国网络文学市场营收规模达383.0亿元，同比增长20.52%；（6）快手电商618收官，泛货架GMV同比增长75%。
- **周观点：**AI方面，2024世界人工智能大会于7月4-6日召开，众多模型厂商亮相并发布最新AI模型，其中，商汤科技发布国内首个所见即所得模型“日日新5o”，可基于声音、文本、图像和视频等跨模态信息，实现实时的流式多模态交互，有望持续赋能游戏NPC、AI陪伴产品等多样化应用场景。**广告营销方面**，2024年1-5月，电梯LCD和电梯海报渠道广告投放花费同比分别实现22.9%和16.6%的增长。此外，美团与分众传媒近期达成合作，计划将在低线城市的每个单一城市铺设500个以上的视频梯媒点位，共同推进电梯媒体的覆盖。我们认为，随着城镇化进程的迅速推进和社区建设不断完善，中国电梯保有量稳步增长，电梯媒体作为重要的广告营销渠道，在下沉市场仍有广阔发展潜力。建议关注AI应用与电梯传媒两条投资主线，相关标的包括恺英网络（002517.SZ）、分众传媒（002027.SZ）等。
- **风险提示：**政策监管趋严，AI技术发展不及预期，行业竞争加剧等。

本报告的风险等级为中高风险。

本报告的信息均来自已公开信息，关于信息的准确性与完整性，建议投资者谨慎判断，据此入市，风险自担。

请务必阅读末页声明。

## 目录

1、传媒行业行情回顾	3
2、板块估值情况	5
3、产业新闻	6
4、公司公告	7
5、行业数据	7
5.1 电影	7
5.2 游戏	8
5.3 剧集	10
6、周观点	10
7、风险提示	11

## 插图目录

图 1：申万传媒行业 2022 年初至今行情走势（单位：%）（截至 2024 年 7 月 12 日）	3
图 2：申万传媒板块近 1 年 PE TTM（单位：倍）（截至 2024 年 7 月 12 日）	5
图 3：2024 年 6 月电影票房情况	7
图 4：2024 年 4 月中国游戏市场实际销售收入	8

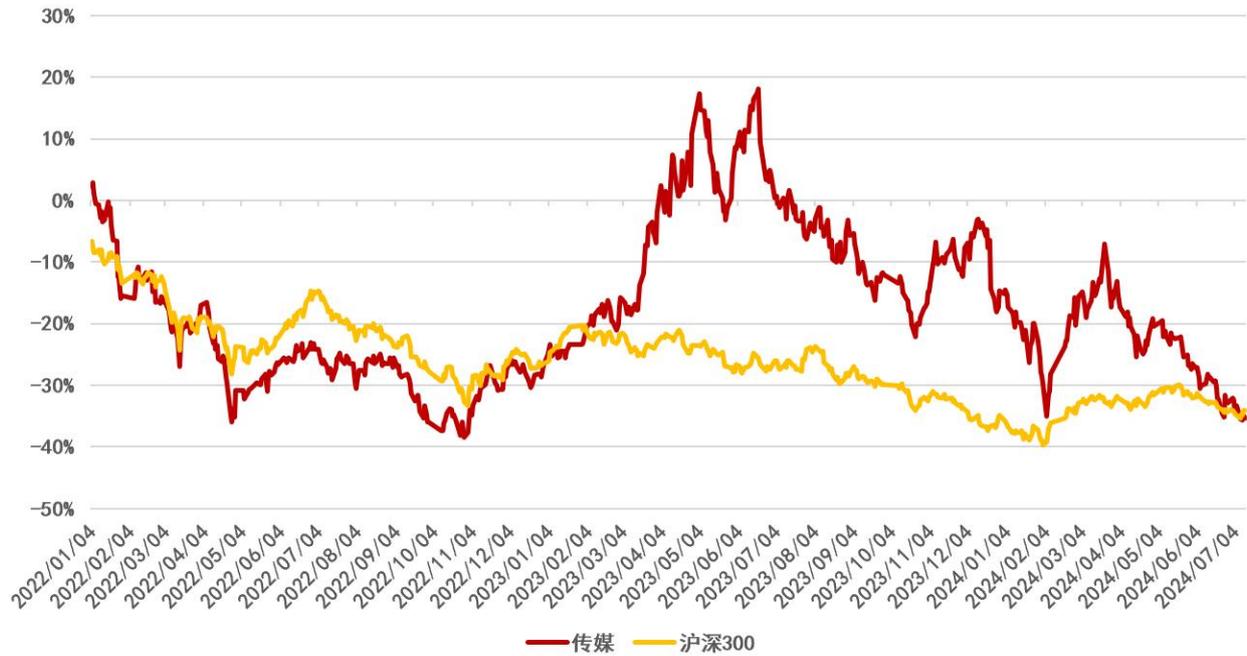
## 表格目录

表 1：申万 31 个行业涨跌幅情况（单位：%）（截至 2024 年 7 月 12 日）	3
表 2：申万传媒子板块涨跌幅情况（单位：%）（截至 2024 年 7 月 12 日）	4
表 3：申万传媒板块涨幅前十的公司（单位：%）（截至 2024 年 7 月 12 日）	4
表 4：申万传媒板块跌幅前十的公司（单位：%）（截至 2024 年 7 月 12 日）	5
表 5：申万传媒板块及子板块估值情况（截至 2024 年 7 月 12 日）	6
表 6：6 月票房 TOP10 影片榜单	8
表 7：2024 年 6 月中国手游发行商收入 TOP30	9
表 8：2024 年 5 月全球热门移动游戏收入 TOP10	9
表 9：6 月全网正片播放市占率 TOP10 榜单	10
表 10：建议关注标的理由	10

## 1、传媒行业行情回顾

申万传媒板块近 2 周 (2024/7/1-2024/7/12) 累计下跌 3.52%，跑输沪深 300 指数 3.83 个百分点，涨幅在 31 个申万一级行业中位列第 30 位；申万传媒板块 7 月累计下跌 3.52%，跑输沪深 300 指数 3.83 个百分点；申万传媒板块今年累计下跌 24.10%，跑输沪深 300 指数 25.31 个百分点。

图 1：申万传媒行业 2022 年初至今行情走势 (单位：%) (截至 2024 年 7 月 12 日)



资料来源：iFinD，东莞证券研究所

表 1：申万 31 个行业涨跌幅情况 (单位：%) (截至 2024 年 7 月 12 日)

序号	代码	名称	双周涨跌幅	本月至今涨跌幅	年初至今涨跌幅
1	801050.SL	有色金属(申万)	3.65	3.65	6.47
2	801080.SL	电子(申万)	2.98	2.98	-6.36
3	801880.SL	汽车(申万)	2.78	2.78	-0.60
4	801200.SL	商贸零售(申万)	2.68	2.68	-22.57
5	801180.SL	房地产(申万)	1.93	1.93	-18.91
6	801040.SL	钢铁(申万)	1.84	1.84	-8.93
7	801230.SL	综合(申万)	1.82	1.82	-32.13
8	801770.SL	通信(申万)	1.54	1.54	5.23
9	801780.SL	银行(申万)	0.69	0.69	17.83
10	801160.SL	公用事业(申万)	0.60	0.60	12.44
11	801210.SL	社会服务(申万)	0.53	0.53	-23.65
12	801030.SL	基础化工(申万)	0.19	0.19	-12.02
13	801150.SL	医药生物(申万)	0.03	0.03	-21.07
14	801790.SL	非银金融(申万)	-0.01	-0.01	-8.58
15	801970.SL	环保(申万)	-0.05	-0.05	-15.39
16	801960.SL	石油石化(申万)	-0.30	-0.30	7.58

17	801980.SL	美容护理(申万)	-0.42	-0.42	-14.63
18	801120.SL	食品饮料(申万)	-0.50	-0.50	-15.53
19	801710.SL	建筑材料(申万)	-0.56	-0.56	-14.17
20	801110.SL	家用电器(申万)	-1.18	-1.18	7.20
21	801170.SL	交通运输(申万)	-1.62	-1.62	1.67
22	801730.SL	电力设备(申万)	-1.63	-1.63	-16.93
23	801010.SL	农林牧渔(申万)	-1.78	-1.78	-14.90
24	801140.SL	轻工制造(申万)	-1.82	-1.82	-21.26
25	801890.SL	机械设备(申万)	-2.52	-2.52	-15.22
26	801720.SL	建筑装饰(申万)	-2.60	-2.60	-10.55
27	801740.SL	国防军工(申万)	-2.63	-2.63	-12.40
28	801750.SL	计算机(申万)	-2.66	-2.66	-26.88
29	801130.SL	纺织服饰(申万)	-2.82	-2.82	-19.00
30	<b>801760.SL</b>	<b>传媒(申万)</b>	<b>-3.52</b>	<b>-3.52</b>	<b>-24.10</b>
31	801950.SL	煤炭(申万)	-7.11	-7.11	4.00

资料来源：iFinD、东莞证券研究所

申万传媒板块的6个二级子板块近2周（2024/7/1-2024/7/12）全面下跌，跌幅由低到高依次为：SW 电视广播（-0.94%）>SW 广告营销（-1.73%）>SW 游戏（-3.78%）>SW 数字媒体（-3.94%）>SW 出版（-4.99%）>SW 影视院线（-5.86%）。

表 2：申万传媒子板块涨跌幅情况（单位：%）（截至 2024 年 7 月 12 日）

序号	代码	名称	双周涨跌幅	本月至今涨跌幅	年初至今涨跌幅
1	801995.SL	电视广播II	-0.94	-0.94	-22.94
2	801765.SL	广告营销	-1.73	-1.73	-24.48
3	801764.SL	游戏II	-3.78	-3.78	-28.14
4	801767.SL	数字媒体	-3.94	-3.94	-27.16
5	801769.SL	出版	-4.99	-4.99	-11.80
6	801766.SL	影视院线	-5.86	-5.86	-23.21

资料来源：iFinD、东莞证券研究所

从近两周表现上看，申万传媒板块涨幅前三个股为吉视传媒、佳云科技和宝通科技三家公司，涨幅分别为 17.58%、14.37%和 11.69%；跌幅前三个股为风语筑、ST 广网和旗天科技三家公司，跌幅分别为 16.16%、14.55%和 13.17%。

表 3：申万传媒板块涨幅前十的公司（单位：%）（截至 2024 年 7 月 12 日）

近两周涨幅前十			月涨幅前十			年涨幅前十		
代码	名称	双周涨跌幅	代码	名称	本月涨跌幅	代码	名称	本年涨跌幅
601929.SH	吉视传媒	17.58	601929.SH	吉视传媒	17.58	601019.SH	山东出版	23.13
300242.SZ	佳云科技	14.37	300242.SZ	佳云科技	14.37	601928.SH	凤凰传媒	22.74
300031.SZ	宝通科技	11.69	300031.SZ	宝通科技	11.69	601098.SH	中南传媒	21.21
300805.SZ	电声股份	9.49	300805.SZ	电声股份	9.49	600088.SH	中视传媒	15.97
002995.SZ	天地在线	6.89	002995.SZ	天地在线	6.89	600757.SH	长江传媒	14.61
002264.SZ	新华都	3.91	002264.SZ	新华都	3.91	600373.SH	中文传媒	12.90
300295.SZ	三六五网	3.01	300295.SZ	三六五网	3.01	300781.SZ	因赛集团	12.90

301052.SZ	果麦文化	2.44	301052.SZ	果麦文化	2.44	000719.SZ	中原传媒	4.73
300071.SZ	福石控股	1.93	300071.SZ	福石控股	1.93	601921.SH	浙版传媒	2.34
300770.SZ	新媒股份	1.26	300770.SZ	新媒股份	1.26	002027.SZ	分众传媒	1.17

资料来源: iFinD、东莞证券研究所

表 4: 申万传媒板块跌幅前十的公司 (单位: %) (截至 2024 年 7 月 12 日)

近两周跌幅前十			月跌幅前十			年跌幅前十		
代码	名称	双周涨跌幅	代码	名称	本月涨跌幅	代码	名称	本年涨跌幅
603466.SH	风语筑	-16.16	603466.SH	风语筑	-16.16	300280.SZ	紫天科技	-64.90
600831.SH	ST 广网	-14.55	600831.SH	ST 广网	-14.55	603729.SH	龙韵股份	-62.36
300061.SZ	旗天科技	-13.17	300061.SZ	旗天科技	-13.17	600831.SH	ST 广网	-56.30
001330.SZ	博纳影业	-12.94	001330.SZ	博纳影业	-12.94	002291.SZ	遥望科技	-54.90
603825.SH	华扬联众	-12.08	603825.SH	华扬联众	-12.08	600358.SH	国旅联合	-53.44
603444.SH	吉比特	-11.07	603444.SH	吉比特	-11.07	300242.SZ	佳云科技	-51.65
002605.SZ	姚记科技	-10.87	002605.SZ	姚记科技	-10.87	002238.SZ	天威视讯	-51.46
300251.SZ	光线传媒	-9.39	300251.SZ	光线传媒	-9.39	300533.SZ	冰川网络	-50.22
600088.SH	中视传媒	-9.04	600088.SH	中视传媒	-9.04	002354.SZ	天娱数科	-49.64
605168.SH	三人行	-8.70	605168.SH	三人行	-8.70	603466.SH	风语筑	-49.51

资料来源: iFinD、东莞证券研究所

## 2、板块估值情况

截至 2024 年 7 月 12 日, 据同花顺数据显示, SW 传媒板块 PE TTM (剔除负值) 为 19.60 倍, 低于近 1 年平均值 20.77%; 子板块方面, SW 游戏板块 PE TTM 为 21.13 倍, SW 广告营销板块 PE TTM 为 24.55 倍, SW 影视院线板块 PE TTM 为 38.00 倍, SW 数字媒体板块 PE TTM 为 21.05 倍, SW 出版板块 PE TTM 为 12.63 倍, SW 电视广播板块 PE TTM 为 26.60 倍。

图 2: 申万传媒板块近 1 年 PE TTM (单位: 倍) (截至 2024 年 7 月 12 日)



资料来源: iFinD、东莞证券研究所

表 5：申万传媒板块及子板块估值情况（截至 2024 年 7 月 12 日）

代码	板块名称	截止日 估值 (倍)	近一年平 均值(倍)	近一年最 大值(倍)	近一年最 小值(倍)	当前估值距近 一年平均值差 距	当前估值距近 一年最大值差 距	当前估值距近 一年最小值差 距
801760.SL	传媒（申万）	19.60	24.74	33.07	19.26	-20.77%	-40.72%	1.78%
801764.SL	游戏	21.13	26.64	40.62	19.81	-20.69%	-47.99%	6.65%
801765.SL	广告营销	24.55	29.66	41.28	22.25	-17.25%	-40.54%	10.35%
801766.SL	影视院线	38.00	48.40	68.73	37.72	-21.48%	-44.70%	0.74%
801767.SL	数字媒体	21.05	42.66	59.86	20.70	-50.65%	-64.83%	1.66%
801769.SL	出版	12.63	15.12	20.47	12.63	-16.50%	-38.33%	0.00%
801995.SL	电视广播	26.60	32.30	46.10	23.82	-17.64%	-42.30%	11.68%

资料来源：iFinD、东莞证券研究所

### 3、产业新闻

- 2024 世界人工智能大会上，蚂蚁集团发布大模型密算平台“隐语 Cloud”，旨在通过软硬件结合的可信隐私计算技术，在大模型托管和大模型推理等环节实现数据密态流转，保护模型资产、数据安全和用户隐私。（来源：腾讯网）
- 商汤科技发布国内首个所见即所得模型“日日新 5o”。据商汤科技介绍，通过整合跨模态信息，基于声音、文本、图像和视频等多种形式，国内首个所见即所得模型“日日新 5o”带来一种全新的 AI 交互模式，即实时的流式多模态交互。（来源：新京报）
- 2024 年 1-5 月广告市场同比上涨 2.9%。月度观察可见，5 月份广告市场花费同比微跌 1.2%；月度花费环比上涨 14.6%，较上月涨幅扩大 13 个百分点。分广告渠道看，电梯 LCD 和影院视频广告均呈现 18.9% 的同比上涨；电梯海报广告月度花费上涨 3.4%；其他广告渠道的刊例花费有不同程度的同比减少。（来源：CTR 媒介动量）
- 分众传媒宣布与美团达成意向合作，加速推进低线城市电梯视频媒体的开发及运营，此次合作将为以本地生活服务为代表的中小广告客户提供服务，分众传媒表示通过合作双方能够在下沉市场打通线上线下的营销渠道，提高各自在低线城市的渗透率。（来源：蓝鲸财经）
- 第七届中国“网络文学+”大会在北京亦创国际会展中心正式开幕，会上正式发布了《2023 年中国网络文学发展报告》。报告显示，2023 年中国网络文学市场营收规模达到 383.0 亿元，同比增长 20.52%。其中，广告收入占比首次超过订阅收入占比，成为我国网络文学市场营收的主要力量。截至 2023 年底，我国网络文学作品累计规模已达 3786.46 万部，同比增长了 9.47%，网络文学用户规模突破 5 亿，达 5.5 亿，较 2022 年增长 5200 万人。（来源：财联社）
- 快手电商数据显示，在 5 月 20 日-6 月 30 日的大促全周期，平台动销商家数同比增长 25%，中小商家 GMV 同比增长 31%。同时，泛货架 GMV 同比增长 75%，泛货架买家

数同比增长 59%；搜索 GMV 同比增长 110%，搜索买家数同比增长 63%；短视频挂车 GMV 同比增长 69%。（来源：财联社）

## 4、公司公告

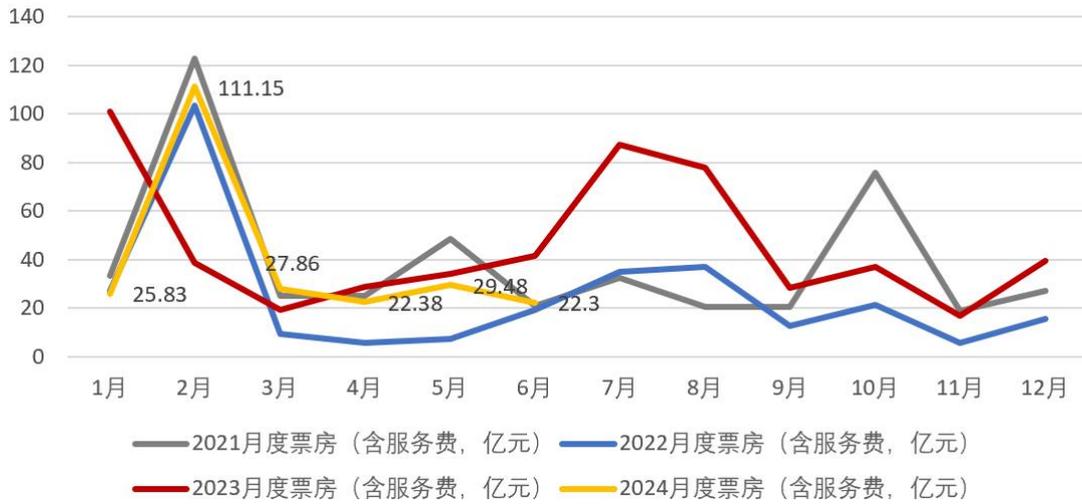
- 7月2日，电声股份发布2023年年度权益分派实施公告，以公司现有总股本423,230,000股为基数，向全体股东每10股派发现金股利人民币0.40元（含税），合计派发现金股利16,929,200.00元，不送红股，不进行资本公积金转增股本，剩余未分配利润结转以后年度。
- 7月5日，宝通科技发布2024年半年度业绩预告，预计上半年归属于上市公司股东的净利润为17,067.25万元-20,724.52万元，同比增长40%-70%；预计扣非后归母净利润为1.8亿元至2.2亿元，同比增长61.41%-93.55%。
- 7月9日，凯撒文化公布2024年半年度业绩预告，预计上半年净利亏损4,000万元-5,200万元，上年同期亏损9,661.03万元。自2023年第4季度以来，公司新上线的游戏表现良好，贡献较高的流水收入，致本报告期营业收入较大幅度增长，同时本期公司优化内部管理，在努力确保收入增长的情况下，通过多种措施有效控制营业总成本，因此，本期业绩亏损较上期明显减少。
- 7月10日，东方明珠发布2023年年度权益分派实施公告，以公司总股本3,361,899,817股为基数，每股派发现金红利0.18元（含税），共计派发现金红利605,141,967.06元。
- 7月10日，博纳影业发布2024年半年度业绩预告，预计上半年度净亏损10,800万元-15,300万元，上年同期为亏损26,476.86万元。公司电影业务较去年同期有所提升，但由于上半年全国电影票房不及去年同期，影院方面租金和折旧等固定成本较高，导致电影院业务亏损较去年同期有所增加。
- 7月12日，兆讯传媒发布2023年年度权益分派实施公告，公司现有总股本290,000,000股为基数，向全体股东每10股派1.40元人民币现金（含税）。同时，以资本公积金向全体股东每10股转增4.00股。

## 5、行业数据

### 5.1 电影

**6月票房情况：**据猫眼专业版显示，内地电影市场2024年6月总票房为22.30亿元（含服务费，下同），同比下降46.04%，环比下降24.36%。6月内地市场票房前三的影片是《云边有个小卖部》（3.59亿元）、《我才不要和你做朋友呢》（1.96亿元）、《扫黑·决不放弃》（1.86亿元）。

图3：2024年6月电影票房情况



资料来源：猫眼专业版 APP，东莞证券研究所

表 6：6 月票房 TOP10 影片榜单

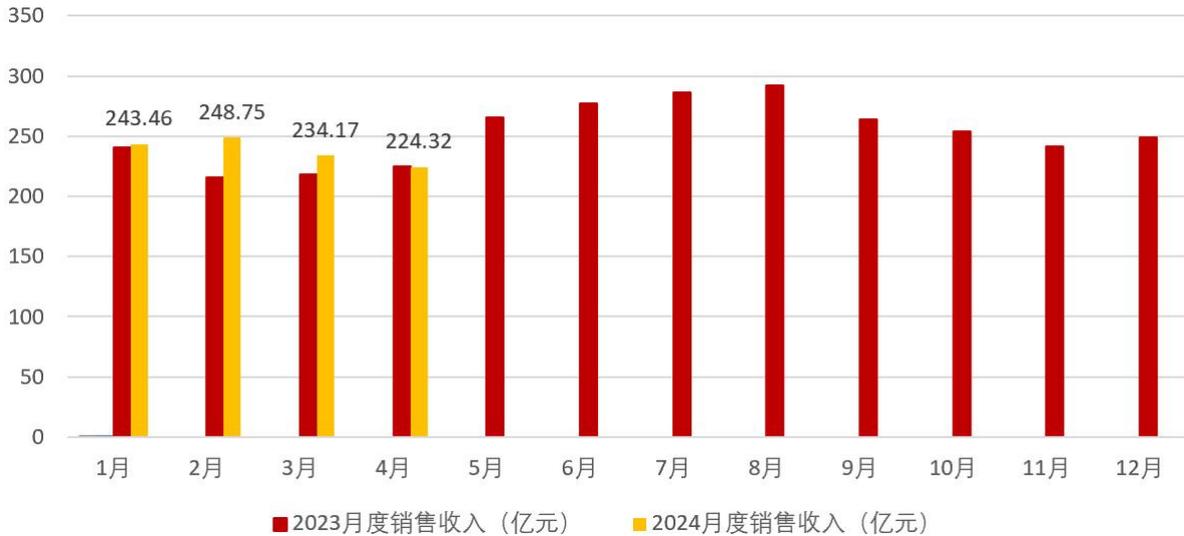
排名	影片名	上映时间	票房 (万元)	票房占比 (%)
1	云边有个小卖部	2024-06-22	35936.45	16.1%
2	我才不要和你做朋友呢	2024-06-08	19581.79	8.7%
3	扫黑·决不放弃	2024-06-08	18563.80	8.3%
4	加菲猫家族	2024-06-01	17501.92	7.8%
5	头脑特工队 2	2024-06-21	17380.95	7.7%
6	谈判专家	2024-06-08	14105.21	6.3%
7	排球少年!! 垃圾场决战	2024-06-15	11769.47	5.2%
8	哆啦 A 梦：大雄的地球交响乐	2024-05-31	11676.08	5.2%
9	走走停停	2024-06-08	10991.88	4.5%
10	海关战线	2024-06-28	7439.63	3.3%

资料来源：猫眼专业版 APP，东莞证券研究所

## 5.2 游戏

根据伽马数据公告,2024 年 4 月中国游戏市场实际销售收入 224.32 亿元,同比下降 0.28%,环比下降 4.21%。

图 4：2024 年 4 月中国游戏市场实际销售收入



资料来源：伽马数据，东莞证券研究所

根据 Sensor Tower 发布数据，6 月中国手游发行商全球收入前五位依次为腾讯、网易、米哈游、点点互动和三七互娱。其中，库洛游戏旗下 RPG 新游《鸣潮》于 6 月 28 日推出全新版本「往岁乘霄醒惊蛰」，迎来 5 月上线后的第 2 个流水峰值，带动库洛游戏收入环比增长 106%，6 月中国手游发行商收入排行榜排名较上月大幅前进 11 位，位列第 7 位。

表 7：2024 年 6 月中国手游发行商收入 TOP30

排名	发行商	排名	发行商	排名	发行商
1	腾讯	11	柠檬微趣	21	悠星网络
2	网易	12	心动网络	22	乐元素
3	米哈游	13	沐瞳科技	23	友塔游戏
4	点点互动	14	途游游戏	24	盛昌网络
5	三七互娱	15	IGG	25	朝夕光年
6	莉莉丝	16	灵犀互娱	26	露珠游戏
7	库洛游戏	17	叠纸网络	27	星合互娱
8	Joy Net	18	海彼游戏	28	Mattel163
9	哔哩哔哩	19	麦吉太文	29	雷霆游戏
10	壳木游戏	20	江娱互动	30	Tap4Fun

资料来源：Sensor Tower，东莞证券研究所

表 8：2024 年 5 月全球热门移动游戏收入 TOP10

收入榜		收入增长榜	
排名	游戏名称	排名	游戏名称
1	MONOPOLY GO!	1	Dungeon and Figher: Origin
2	Honor of Kings	2	Solo Leveling:Arise
3	Royal Match	3	Wuthering Waves
4	Roblox	4	Arknights
5	Last War:Survival Game	5	出发吧麦芬

6	Candy Crush Saga	6	Gakuen Idolmaster
7	Brawl Stars	7	EA SPORTS FC:UEFA EURO 2024
8	Dungeon and Figher: Origin	8	Royal Match
9	PUBG Moblie	9	向僵尸开炮-尸潮来袭
10	Coin Master	10	One Piece Treasure Cruise

资料来源：Sensor Tower，东莞证券研究所

### 5.3 剧集

据灯塔专业版显示，内地剧集6月全网正片播放市占率前三分别为《墨雨云间》（25.25%）、《庆余年 第二季》（10.03%）、《玫瑰的故事》（9.95%）。其中，全网正片播放市占率月冠《墨雨云间》由优酷平台播出。

表 9：6月全网正片播放市占率 TOP10 榜单

排名	剧名	上线时间	市占率（%）	播放平台
1	墨雨云间	2023-06-02	25.25%	优酷
2	庆余年 第二季	2023-05-16	10.03%	腾讯
3	玫瑰的故事	2023-06-08	9.95%	腾讯
4	海天雄鹰	2023-06-11	6.07%	优酷、腾讯
5	狐妖小红娘 月红篇	2023-05-23	3.91%	爱奇艺
6	时光正好	2023-06-03	3.09%	爱奇艺、芒果TV
7	看不见影子的少年	2023-06-06	2.96%	爱奇艺
8	家族荣耀之继承者	2023-05-13	2.63%	优酷
9	破茧 2	2023-05-21	2.48%	优酷
10	颜心记	2023-06-21	2.29%	爱奇艺

资料来源：灯塔专业版 APP，东莞证券研究所

## 6、周观点

**AI 方面**，2024 世界人工智能大会于 7 月 4-6 日召开，众多模型厂商亮相并发布最新 AI 模型，其中，商汤科技发布国内首个所见即所得模型“日日新 5o”，可基于声音、文本、图像和视频等跨模态信息，实现实时的流式多模态交互，有望持续赋能游戏 NPC、AI 陪伴产品等多样化应用场景。**广告营销方面**，2024 年 1-5 月，电梯 LCD 和电梯海报渠道广告投放花费同比分别实现 22.9%和 16.6%的增长。此外，美团与分众传媒近期达成合作，计划将在低线城市的每个单一城市铺设 500 个以上的视频梯媒点位，共同推进电梯媒体的覆盖。我们认为，随着城镇化进程的迅速推进和社区建设不断完善，中国电梯保有量稳步增长，电梯媒体作为重要的广告营销渠道，在下沉市场仍有广阔发展潜力。建议关注 AI 应用与电梯传媒两条投资主线，相关标的包括有恺英网络（002517.SZ）、分众传媒（002027.SZ）等。

表 10：建议关注标的理由

代码	名称	建议关注标的理由
002555.SZ	三七互娱	公司基于“研运一体”模式和“精品化、多元化、全球化”战略，游戏发行能力不断提

		升，并能敏锐应对市场变化。公司积极推进国际化布局，采取多元化产品策略，同时结合 IP 联动、深度融合中华文化等策略不断拉长产品生命周期，推动海外业务稳健发展。同时，大力拓展 AI 领域部署，打造整套融合 AI 与大数据技术的数智化产品矩阵，持续赋能游戏业务的发展，实现降本增效。
300002.SZ	神州泰岳	公司是游戏出海头部厂商，目前主营业务为游戏业务+计算机业务。游戏业务方面，深耕精品 SLG 类游戏的研发、面向全球市场的游戏发行与运营。计算机业务主要包括 ICT 运维、AI 大数据、物联网通信等。公司积极推动 AI 的快速落地，2016 年公司收购鼎富智能，运用其自有的 NLP 系列技术，推出人工智能催收解决方案“泰岳小催”平台，并将继续升级为“泰岳智呼”，在智能催收之外开辟智能电销业务线，软件业务有望带来更多利润空间。
002517.SZ	恺英网络	公司专注于手游、页游研发、运营与发行，积极拓展海外市场。以研发、发行以及投资+IP 三大业务体系为支撑，凭借强大的 IP 获取与打造能力，推出多款热门游戏，如《全民奇迹 MU》《蓝月传奇》等。旗下的 XY.COM 游戏平台累计推出百余款精品游戏，为玩家提供多元化娱乐体验。产品线方面，公司不断优化传奇系列 IP 的长线运营，同时，积极布局其他品类游戏，新游储备丰富，有望打造新的利润增长点。
002624.SZ	完美世界	公司是游戏行业头部企业，公司储备产品丰富，多端游戏《一拳超人：世界》23 年 12 月获批版号，多款产品周期开启，有望累积更多业绩基础。公司组织架构上将游戏项目中心分拆为「硬核工作室」和「青云工作室」，两大工作室独立运行，对游戏项目实施更加扁平化管理，以提高资源使用效率，提升项目产出。此外，公司持续投入研发，2023 年成立 AI 中心，不断推出新技术和玩法，提高游戏的品质和用户体验。

资料来源：东莞证券研究所

## 7、风险提示

**（1）政策监管风险：**传媒行业由于属于内容产业，具有一定意识形态属性，我国对传媒行业的监督管理较为严格，若行业监管政策趋严，会对传媒行业及行业内公司的发展产生较大影响。

**（2）AI 技术发展不及预期：**目前 AIGC 技术仍处于探索和发展期，技术发展路径存在不确定性，若部分关键 AI 技术遇到瓶颈，可能会使其在传媒领域的落地进度不及预期。

**（3）市场竞争加剧风险：**AI 对传媒带来革命性创新，传媒领域竞争者增多，企业将面临更大的市场竞争，对业绩影响具有不确定风险。

**东莞证券研究报告评级体系：**

公司投资评级	
买入	预计未来 6 个月内，股价表现强于市场指数 15%以上
增持	预计未来 6 个月内，股价表现强于市场指数 5%-15%之间
持有	预计未来 6 个月内，股价表现介于市场指数±5%之间
减持	预计未来 6 个月内，股价表现弱于市场指数 5%以上
无评级	因无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，导致无法给出明确的投资评级；股票不在常规研究覆盖范围之内
行业投资评级	
超配	预计未来 6 个月内，行业指数表现强于市场指数 10%以上
标配	预计未来 6 个月内，行业指数表现介于市场指数±10%之间
低配	预计未来 6 个月内，行业指数表现弱于市场指数 10%以上

说明：本评级体系的“市场指数”，A股参照标的为沪深 300 指数；新三板参照标的为三板成指。

证券研究报告风险等级及适当性匹配关系	
低风险	宏观经济及政策、财经资讯、国债等方面的研究报告
中低风险	债券、货币市场基金、债券基金等方面的研究报告
中风险	主板股票及基金、可转债等方面的研究报告，市场策略研究报告
中高风险	创业板、科创板、北京证券交易所、新三板（含退市整理期）等板块的股票、基金、可转债等方面的研究报告，港股股票、基金研究报告以及非上市公司的研究报告
高风险	期货、期权等衍生品方面的研究报告

投资者与证券研究报告的适当性匹配关系：“保守型”投资者仅适合使用“低风险”级别的研报，“谨慎型”投资者仅适合使用风险级别不高于“中低风险”的研报，“稳健型”投资者仅适合使用风险级别不高于“中风险”的研报，“积极型”投资者仅适合使用风险级别不高于“中高风险”的研报，“激进型”投资者适合使用我司各类风险级别的研报。

**证券分析师承诺：**

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，以勤勉的职业态度，独立、客观地在所知情的范围内出具本报告。本报告清晰地反映了本人的研究观点，不受本公司相关业务部门、证券发行人、上市公司、基金管理公司、资产管理公司等利益相关者的干涉和影响。本人保证与本报告所指的证券或投资标的无任何利害关系，没有利用发布本报告为自身及其利益相关者谋取不当利益，或者在发布证券研究报告前泄露证券研究报告的内容和观点。

**声明：**

东莞证券股份有限公司为全国综合性综合类证券公司，具备证券投资咨询业务资格。

本报告仅供东莞证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告所载资料及观点均为合规合法来源且被本公司认为可靠，但本公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，可随时更改。本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可跌可升。本公司可发出其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告，亦可因使用不同假设和标准、采用不同观点和分析方法而与本公司其他业务部门或单位所给出的意见不同或者相反。在任何情况下，本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并不构成对任何人的投资建议。投资者需自主作出投资决策并自行承担投资风险，据此报告做出的任何投资决策与本公司和作者无关。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。本公司及其所属关联机构在法律许可的情况下可能会持有本报告中提及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、经纪、资产管理等服务。本报告版权归东莞证券股份有限公司及相关内容提供方所有，未经本公司事先书面许可，任何人不得以任何形式翻版、复制、刊登。如引用、刊发，需注明本报告的机构来源、作者和发布日期，并提示使用本报告的风险，不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权刊载或者转发本证券研究报告的，应当承担相应的法律责任。

**东莞证券股份有限公司研究所**

广东省东莞市可园南路 1 号金源中心 24 楼

邮政编码：523000

电话：（0769）22115843

网址：www.dgzq.com.cn