



传媒

优于大市（维持）

证券分析师

马笑

资格编号：S0120522100002

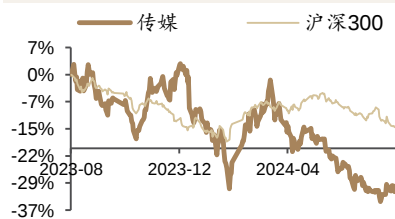
邮箱：maxiao@tebon.com.cn

研究助理

王梅卿

邮箱：wangmq@tebon.com.cn

市场表现



资料来源：聚源数据，德邦研究所

相关研究

- 1.《国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》，内需驱动传媒基本面改善》，2024.8.6
- 2.《传媒互联网行业周报：国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》，2024 年第四批进口游戏版号发放》，2024.8.5
- 3.《传媒互联网行业周报：2024 年 Chinajoy 顺利闭幕，智谱发布清影视频创作智能体》，2024.7.30
- 4.《传媒互联网行业周报：泡泡玛特预告 H1 高增，关注 ChinaJoy 下周举办带来的投资机会》，2024.7.21
- 5.《传媒互联网行业 6 月报：AI 视频有望迎来爆发；电影暑期档热度逐步提升》，2024.7.17

传媒互联网行业 7 月报：AI 创新成果涌现，政策推动传媒消费内需增长

投资要点：

- **行情概述：**2024 年 7 月，传媒行业指数（SW）涨幅为-1.36%，沪深 300 涨幅为-0.57%，创业板指涨幅为 0.28%，上证综指涨幅为-0.97%。各传媒子板块中，媒体增长-0.47%，广告营销增长 0.46%，文化娱乐增长-1.27%，互联网媒体增长-2.71%。2024 年 7 月，港股互联网板块涨幅为-0.62%，恒生科技涨幅为-1.06%，恒生指数涨幅为-2.11%。港股互联网板块相较恒生科技指数跑赢 0.44%。
- **数据跟踪：**1) **游戏：**24H1 国内游戏市场收入 1472.67 亿元，游戏用户规模创新高。根据伽马数据，2024 年 1-6 月，中国游戏市场规模为 1472.67 亿元，同比增长 2.08%，增长趋势较为平稳。24H1，中国游戏用户规模为 6.74 亿人，同比增长 0.88%，再创新高。2024 年上半年，游戏产业作为我国数字经济的有机组成部分，坚持走高质量发展之路，积极承担稳定预期、稳定增长的重要职责，服务于国家促发展稳就业的战略布局，为国民经济保持回升向好态势作出了应有贡献。具体而言，2024 年 1-6 月，中国移动游戏市场实际销售收入 1075.17 亿元，同比增长 0.76%。2024 年 1-6 月，中国客户端游戏市场实际销售收入为 337.63 亿元，同比增长 2.49%。2) **电影：**7 月全国票房 53.77 亿元，同比减少 38%。根据猫眼专业版，2024 年 7 月全国票房 53.77 亿元，观影总人次 1.3 亿，总场次 1306.7 万，平均票价 41.1 元。根据 iFind，7 月总票房环比增加 141%，同比减少 38%。票房前三分别为《抓娃娃》24.21 亿，《默杀》12.64 亿、《神偷奶爸 4》3.05 亿。
- **投资组合：**腾讯控股、网易、恺英网络、上海电影、三七互娱、神州泰岳、吉比特、姚记科技、汤姆猫、快手、芒果超媒、皖新传媒、百度集团、美团、分众传媒等。
- **投资主题：**收并购，游戏，AI 和 VR，教育，短剧，影视动漫，广告等。
- **受益标的：**港股海外公司腾讯控股、网易、美团、哔哩哔哩、快手、拼多多、爱奇艺、移卡、阅文集团、美图公司、猫眼娱乐、泡泡玛特、云音乐、祖龙娱乐、中手游、心动公司、东方甄选、巨星传奇等；A 股主要有青木科技、慈文传媒、掌阅科技、三人行、万达电影、浙数文化、电广传媒，南方传媒，中文传媒、电魂网络、冰川网络、中文在线、昆仑万维、万兴科技、游族网络、力盛体育、遥望科技、东方时尚、浙文互联、兆讯传媒、风语筑、视觉中国、创业黑马等。
- **投资建议：**AI 进击 MR 成长 IP 裂变，看好结构增长和出海市场等机会。我们认为行业的整体加配机会已现良机，基于以下三点理由：1) 预计今年基本面逐步修复；2) ARVR 和 AIGC 赛道成长预期非常明显，当下正是布局时机；3) 政策支持数字经济、文化产业和平台经济发展。《扩大内需战略规划纲要》强调文化、体育、互联网+社会服务、共享经济、新个体经济领域对于促进消费发展的重要性，结合二十大关于繁荣文化产业、网络强国、数字强国的表述，以及中央经济会议支持平台经济在引领发展、创造就业和国际竞争中发挥作用，看好未来发展。
- **风险提示：**技术发展不及预期、商誉风险、监管政策变化等。

内容目录

1. 行情回顾.....	4
1.1. A股传媒板块.....	4
1.2. 港股互联网板块	5
2. 月度数据跟踪	5
2.1. 游戏市场：24H1 国内游戏市场收入 1472.67 亿元，游戏用户规模创新高	5
2.2. 电影：7 月全国票房 53.77 亿元，同比减少 38%.....	6
3. 本月重点事件点评合集	7
3.1.1. WAIC 2024 圆满落幕，阿里、华为、猿辅导等厂商展台爆火	7
3.1.2. “青木科技”发布公告变更名称“青木科技”，斩获“全域经营生态伙伴奖”等多个阿里妈妈未来商业奖奖项	7
3.1.3. 关注百度萝卜快跑产业链投资机会	8
3.1.4. 快手将开源文生图大模型可图	8
3.1.5. 泡泡玛特发布预增公告，海外扩张+品类突破，24H1 有望业绩高增	9
3.1.6. 关注 ChinaJoy 举办带来的投资机会	9
3.1.7. 2024 年 ChinaJoy 顺利闭幕	10
3.1.8. 智谱发布清影视频创作智能体	10
3.1.9. 国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》	10
3.1.10. 2024 年第四批进口游戏版号发放	11
4. 风险提示	11

图表目录

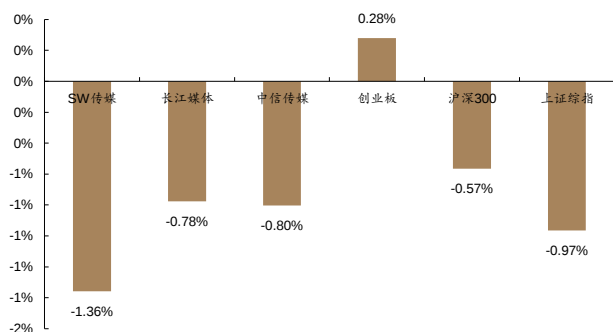
图 1：传媒板块与创业板、沪深 300、上证指数比较（2024/07）	4
图 2：传媒各子板块月涨跌幅比较（2024/07）	4
图 3：传媒与其他板块月涨跌幅比较（2024/07）	4
图 4：港股互联网板块与恒生科技、恒生指数比较（2024/07）	5
图 5：1-6 月中国市场实际销售收入及增长率.....	6
图 6：24H1 中国移动游戏市场实际销售收入 1075.17 亿元.....	6
图 7：24H1 中国客户端游戏市场实际销售收入为 337.63 亿元.....	6
图 8：近一年全国电影票房收入（截至 2024/07）	7
图 9：近一年全国电影票房人次（截至 2024/07）	7
表 1：A 股传媒板块月涨跌幅前十个股（2024/07）	4
表 2：H 股传媒板块月涨跌幅前十个股（2024/07）	5

1. 行情回顾

1.1. A股传媒板块

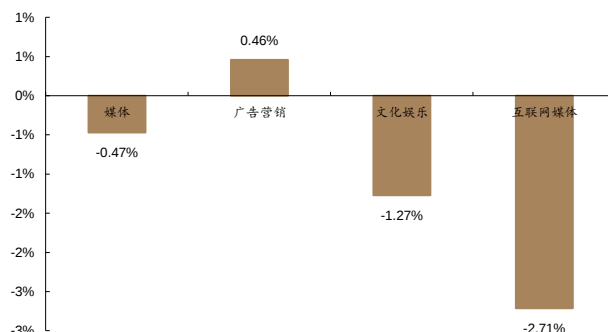
2024年7月，传媒行业指数（SW）涨幅为-1.36%，沪深300涨幅为-0.57%，创业板指涨幅为0.28%，上证综指涨幅为-0.97%。各传媒子板块中，媒体增长-0.47%，广告营销增长0.46%，文化娱乐增长-1.27%，互联网媒体增长-2.71%。

图 1：传媒板块与创业板、沪深 300、上证指数比较（2024/07）



资料来源：iFind，德邦研究所

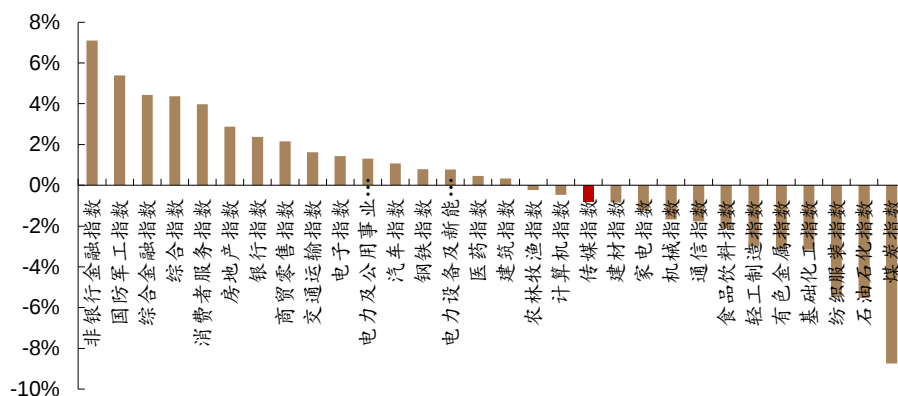
图 2：传媒各子板块月涨跌幅比较（2024/07）



资料来源：iFind，德邦研究所

注：各子版块口径均为中信行业类

图 3：传媒与其他板块月涨跌幅比较（2024/07）



资料来源：iFind，德邦研究所

注：各版块口径均为中信行业类

表 1：A股传媒板块月涨跌幅前十个股（2024/07）

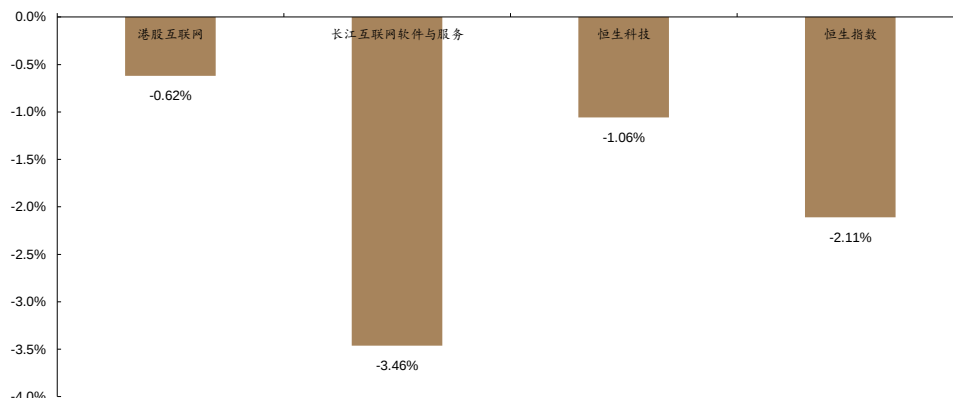
涨幅前十 (%)			跌幅前十 (%)		
300061.SZ	旗天科技	94.42%	600831.SH	ST 广网	-24.25%
300805.SZ	电声股份	26.11%	001330.SZ	博纳影业	-16.82%
300242.SZ	佳云科技	23.35%	300051.SZ	捷升科技	-13.67%
601929.SH	吉视传媒	20.88%	600373.SH	中文传媒	-12.20%
300280.SZ	紫天科技	16.21%	002605.SZ	姚记科技	-12.00%
300533.SZ	冰川网络	14.99%	603466.SH	风语筑	-11.59%
002995.SZ	天地在线	13.48%	002878.SZ	元隆雅图	-10.26%
300528.SZ	幸福蓝海	12.90%	301231.SZ	荣信文化	-9.27%
300031.SZ	宝通科技	12.73%	301025.SZ	读客文化	-9.11%
300063.SZ	天龙集团	12.07%	600892.SH	大晟文化	-8.91%

资料来源：iFind，德邦研究所

1.2. 港股互联网板块

2024 年 7 月，港股互联网板块涨幅为-0.62%，恒生科技涨幅为-1.06%，恒生指数涨幅为-2.11%。港股互联网板块相较恒生科技指数跑赢 0.44%。

图 4：港股互联网板块与恒生科技、恒生指数比较（2024/07）



资料来源：iFind，德邦研究所

表 2：H 股传媒板块月涨跌幅前十个股（2024/07）

涨幅前十 (%)			跌幅前十 (%)		
2400.HK	心动公司	21.94%	1675.HK	亚信科技	-30.96%
9988.HK	阿里巴巴-SW	9.65%	0268.HK	金蝶国际	-14.34%
1686.HK	新意网集团	8.27%	1797.HK	东方甄选	-13.95%
0241.HK	阿里健康	5.75%	0780.HK	同程旅行	-12.36%
9888.HK	百度集团-SW	2.87%	2013.HK	微盟集团	-11.59%
6618.HK	京东健康	2.35%	0909.HK	明源云	-10.84%
1810.HK	小米集团-W	2.18%	9961.HK	携程集团-S	-9.82%
0772.HK	阅文集团	0.80%	0020.HK	商汤-W	-8.33%
9618.HK	京东集团-SW	0.68%	0354.HK	中国软件国际	-7.30%
1833.HK	平安好医生	-0.35%	2158.HK	医渡科技	-6.28%

资料来源：iFind，德邦研究所

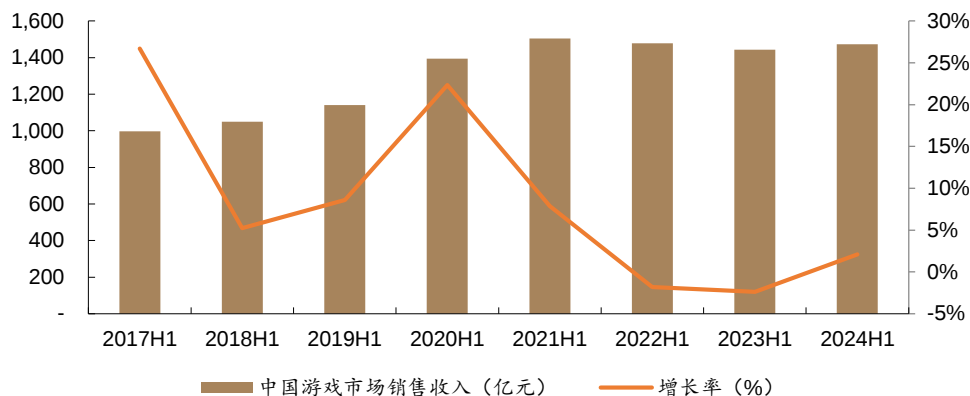
2. 月度数据跟踪

2.1. 游戏市场：24H1 国内游戏市场收入 1472.67 亿元，游戏用户规模创新高

根据伽马数据，2024 年 1-6 月，中国游戏市场规模为 1472.67 亿元，同比增长 2.08%，增长趋势较为平稳。24H1，中国游戏用户规模为 6.74 亿人，同比增长 0.88%，再创新高。

2024 年上半年，游戏产业作为我国数字经济的有机组成部分，坚持走高质量发展之路，积极承担稳定预期、稳定增长的重要职责，服务于国家促发展稳就业的战略布局，为国民经济保持回升向好态势作出了应有贡献。

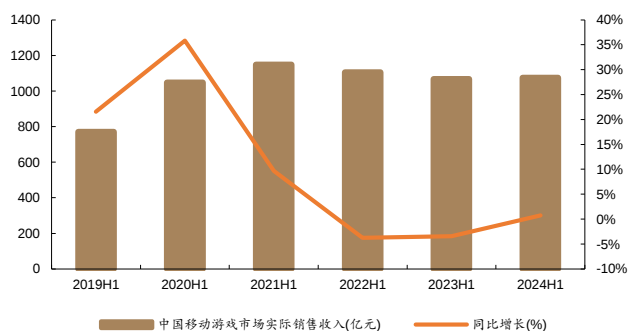
图 5：1-6 月中国市场实际销售收入及增长率



资料来源：中国游戏产业研究院，伽马数据，德邦研究所

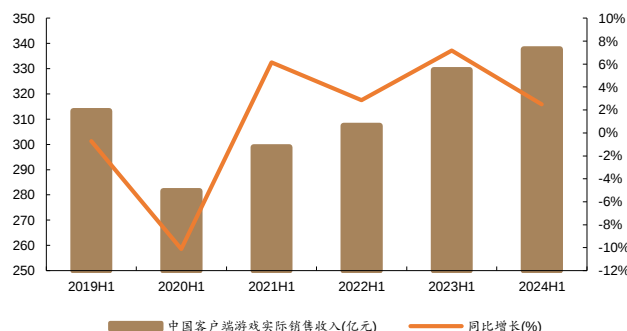
具体而言，2024 年 1-6 月，中国移动游戏市场实际销售收入 1075.17 亿元，同比增长 0.76%。2024 年 1-6 月，中国客户端游戏市场实际销售收入为 337.63 亿元，同比增长 2.49%。

图 6：24H1 中国移动游戏市场实际销售收入 1075.17 亿元



资料来源：中国游戏产业研究院，伽马数据，德邦研究所

图 7：24H1 中国客户端游戏市场实际销售收入为 337.63 亿元

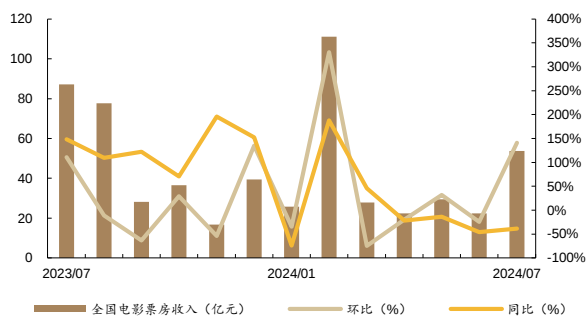


资料来源：中国游戏产业研究院，伽马数据，德邦研究所

2.2. 电影：7 月全国票房 53.77 亿元，同比减少 38%

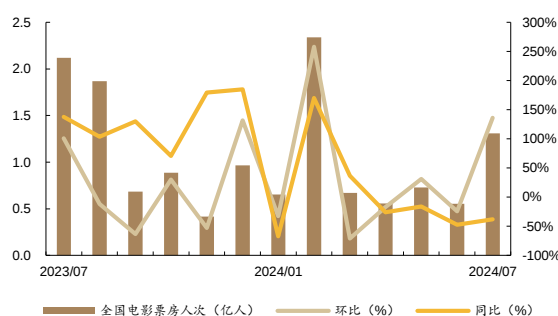
根据猫眼专业版，2024 年 7 月全国票房 53.77 亿元，观影总人次 1.3 亿，总场次 1306.7 万，平均票价 41.1 元。根据 iFind，7 月总票房环比增加 141%，同比减少 38%。票房前三分别为《抓娃娃》24.21 亿，《默杀》12.64 亿、《神偷奶爸 4》3.05 亿。

图 8：近一年全国电影票房收入（截至 2024/07）



资料来源：iFind，德邦研究所

图 9：近一年全国电影票房人次（截至 2024/07）



资料来源：iFind，德邦研究所

3. 本月重点事件点评合集

3.1.1. WAIC 2024 圆满落幕，阿里、华为、猿辅导等厂商展台爆火

7 月 4 日，WAIC 在上海世博展馆开幕。除了马斯克、姚期智、李彦宏等 AI 大咖在主论坛上发言之外，今年还有 500 余家企业参展，创下 WAIC 历史之最。

阿里巴巴集团展示了通义大模型、AI 助力复原 1924 巴黎奥运影像、阿里云与蚂蚁集团的 AI 安全合作、通义 APP 体验、AI 在云服务和企业应用的创新、小蛮驴自动驾驶等 AI 相关的产品创新。华为展示了包括但不限于盘古大模型 5.0、昇腾 AI 云服务与 GaussDB 数据库、HarmonyOS NEXT、智能汽车解决方案、AI+鸿蒙原生智能和数字人民币穿戴支付等人工智能领域的最新成果。兴趣社交社区平台 Soul 的“狼人觉醒”游戏中，AI 扮演角色和人类玩家互相博弈。猿力科技自研的 AI 大模型多语言智能批改技术能够根据上传的作业，系统界面能够实时出现批改结果，并提供智能解析和视频讲解等等……

除此之外，今年的 WAIC 还有特斯拉电动皮卡 Cybertruck 和二代人形机器人 Optimus 亮相、阿里巴巴在 eVTOL 领域的研发成果“飞越者 eVTOL”及其智能调度系统等产品的展示等。

建议关注 AI 相关及有望受益标的：1) AI 技术工具及应用场景公司：【万达电影，中文在线，电广传媒，万兴科技，美图公司，青木科技，值得买】等。2) IP 类及动漫动画影视类素材和创意内容产出公司：【华策影视，中文在线，汤姆猫，上海电影，光线传媒，奥飞娱乐，百纳千成，果麦文化，荣信文化】等。3) AI 视频广告营销电商素材等有望率先落地：【青木科技，因赛集团，浙文互联，蓝色光标，天下秀】等。4) AI+IP 传媒国央企：【上海电影，芒果超媒，中国电影，浙文影业】等。5) AI+游戏：【恺英网络，巨人网络，神州泰岳，盛天网络，掌趣科技，三七互娱，世纪华通，名臣健康，冰川网络】等。

3.1.2. “青木科技”发布公告变更名称“青木科技”，斩获“全域经营生态伙伴奖”等多个阿里妈妈未来商业奖奖项

7 月 5 日，青木科技发布“关于变更公司名称、证券简称、注册资本及修订《公司章程》暨完成工商变更登记”的公告。公司中文名称由“青木数字技术股

份有限公司”变更为“青木科技股份有限公司”，证券简称由“青木科技”变更为“青木科技”。公司英文名称由“Qingmu Digital Technology Co., Ltd.”变更为“QINGMU TEC CO., LTD.”。公司证券代码保持不变，仍为“301110”。公司英文简称保持不变，仍为“QINGMU”。公司注册资本由 66,666,667 元变更为 93,105,333 元。（证券简称启用日期：2024 年 7 月 8 日）

此前，于 7 月 2 日阿里妈妈在杭州举办的“AI 创变·智营未来”2024 阿里妈妈未来商业奖颁奖盛典上，青木科技（Qingmu Technology）斩获 2024 年阿里妈妈 AI 创变·全域经营生态伙伴奖、AI 创变·破局增长人群突围奖/直播突围奖/新锐突围奖四大奖项。

3.1.3. 关注百度萝卜快跑产业链投资机会

7 月，百度旗下的无人出租车“萝卜快跑”引发了广泛关注，一度登上微博热搜。2024 年 5 月，百度 Apollo Day 2024 发布了全球首个支持 L4 级别自动驾驶的大模型 Apollo ADFM，并推出了价格 20 万元的萝卜快跑第六代无人车。百度从 2013 年开始布局自动驾驶，并在 2017 年推出了全球首个自动驾驶开放平台 Apollo。2021 年 8 月，百度发布“萝卜快跑”，面向大众提供商业运营和多元化增值服务。截至目前，萝卜快跑已经累计提供了超过 600 万次的出行服务，测试里程超过 1 亿公里。我们持续看好百度萝卜及无人驾驶在技术迭代、商业化、安全、市场反响、政策支持等方面的积极进展。

建议关注互联网出行平台、无人驾驶技术及 Robotaxi 产业链相关标的：【百度集团、如祺出行等】。

3.1.4. 快手将开源文生图大模型可图

7 月 6 日，快手高级副总裁、主站业务与社区科学负责人盖坤（于越）在世界人工智能大会（WAIC）上宣布，快手旗下的文生图大模型可图（Kolors）将全面开源。可图（Kolors）支持中英文双语，生成效果比肩 Midjourney-v6 水平，支持长达 256 字符的文本输入，具备英文和中文写字能力。目前，可图（Kolors）已在 Huggingface 平台和 GitHub 上线，包括模型权重和完整代码，供个人开发者免费使用。可图不仅能够助力复杂语义理解，其训练策略优化还能展现摄影级美感。目前，可图文生图大模型的能力已经广泛落地到快手的下游业务中，包括 AI 玩评、主站魔表、快影等多个场景。快手在今年 5 月 31 日完成可图大模型的对外开放，支持文生图和图生图两类功能，已上线多种风格。目前可图大模型的各项功能已经集成至可灵 AI 中，普通用户可以通过可灵 AI 官方网站和可图大模型微信小程序免费使用各项功能。

建议关注 AI 相关及有望受益标的：1) AI 技术工具及应用场景公司：【快手，万达电影，中文在线，电广传媒，万兴科技，美图公司，青木科技，值得买】等。2) IP 类及动漫动画影视类素材和创意内容产出公司：【华策影视，中文在线，汤姆猫，上海电影，光线传媒，奥飞娱乐，百纳千成，果麦文化，荣信文化】等。3) AI 视频广告营销电商素材等有望率先落地：【青木科技，因赛集团，浙文互联，蓝色光标，天下秀】等。4) AI+IP 传媒国央企：【上海电影，芒果超媒，中广天择，中国电影，浙文影业】等。5) AI+游戏：【恺英网络，巨人网

络，神州泰岳，盛天网络，掌趣科技，三七互娱，世纪华通，名臣健康，冰川网络】等。

3.1.5. 泡泡玛特发布预增公告，海外扩张+品类突破，24H1 有望业绩高增

24H1 收入同比增长不低于 55%，利润同比增长不低于 90% 以上。公司发布正面盈利预告，预计 24H1 收入同比增长不低于 55%，24H1 利润（不包括金融工具的公允价值变动损益）同比增长不低于 90%。收入端及利润端大幅增长主要系（1）产品品类丰富、IP 认可度提升，中国港澳台地区及海外收入高速增长；（2）优化产品成本，加强费用控制，规模效应凸显。

海外扩张：门店数量快速增长，IP 全球影响力提升。1) 23 年底中国港澳台地区和海外门店数 80 家，泡泡玛特预计 24 年底中国港澳台地区和海外门店数量将达 130-140 家；23 年中国港澳台地区及海外收入 10.66 亿元，占营收比重 16.9%，泡泡玛特预计 24 年中国港澳台地区及海外收入增速预计在 100% 以上。从区域划分看，泡泡玛特加固东南亚版图的同时进军欧美市场，目前在东南亚地区（泰国、印尼）等地方大热，同时在法国巴黎、意大利米兰年内也有开店计划。（2）IP LABUBU、CRYBABY、小野 Hirono 在泰国市场热度持续提升，7 月 5 日 LABUBU 首个 IP 主题店在泰国曼谷 MEGA BANGNA 商场正式开业，当日 LABUBU 主题店营业额突破 1000 万元。

品类突破：非盲盒产品定价更高，受众群体扩容，成长空间广阔。（1）非盲盒产品：2022 年至今，公司相继推出自有 IP 的毛绒玩具、萌粒瓶子以及积木产品。毛绒玩具中，23 年 10 月推出的 LABUBU 广受欢迎；萌粒瓶子以消费者购买空瓶，限时挑选装瓶的量贩式售卖，每瓶售价 259-599 元不等；积木新品 The Monster 森林秘密基地系列拼搭积木于 6 月 13 日首发，该系列含 5 个场景，单独售价在 199-399 元区间，整套售价为 1335 元。（2）新 IP：扩品类之外，公司也在积极培育新的 IP。

建议关注相关标的：【泡泡玛特】。

3.1.6. 关注 ChinaJoy 举办带来的投资机会

2024 年第二十一届 ChinaJoy 展会以“初心‘游’在，精彩无限”为主题，将于 7 月 26 日至 7 月 29 日如期举办。其中 BTOC 参展企业近 300 家，展区面积超过 11 万平方米；BTOB 展区参展企业接近 400 家，展区面积超过 2 万平方米。作为当今全球数字娱乐领域最具知名度与影响力的年度盛会之一，ChinaJoy 涵盖游戏、动漫、互联网影视、互联网音乐、网络文学、电子竞技、潮流玩具、智能娱乐软件及硬件等数字娱乐多领域，2019 年参展人数高达 36.47 万（人次），全景呈现以新科技为动力的数字娱乐产业发展盛况，全面展现全球数字娱乐产业最新发展成果。

建议关注游戏、动漫、互联网影视、互联网音乐等相关产业链标的，港股方面【腾讯控股、网易、美团、哔哩哔哩、快手、阅文集团、美图公司、猫眼娱乐、泡泡玛特、云音乐、祖龙娱乐、中手游、心动公司】；A 股方面【恺英网络、上海电影、神州泰岳、吉比特、姚记科技、汤姆猫、芒果超媒、皖新传媒】。

3.1.7. 2024 年 Chinajoy 顺利闭幕

7 月 26 日，第二十一届中国国际数码互动娱乐展览会（ChinaJoy）在上海新国际博览中心开幕。腾讯、网易、世纪华通、PlayStation、育碧等中外厂商将携众多新游戏产品集体亮相。腾讯游戏打造硬核高燃的“酷鹅俱乐部”，网易游戏带来新游《燕云十六声》《七日世界》《漫威终极逆转》；世纪华通《无尽冬日》《菲菲奇旅记》等将亮相；巨人网络携《王者征途》《乱炖英雄》等新作品参展；鹰角网络新游《明日方舟：终末地》将首次在线下展会开放试玩；西山居将呈现《解限机》《剑网 3：无界》；哔哩哔哩带来最新上线的手游《物华弥新》《三国：谋定天下》等。7 月 25 日发布的《2024 年 1-6 月中国游戏产业报告》显示：今年上半年，国内游戏市场实际销售收入规模为 1472.67 亿元，同比增长 2.08%；同期，我国游戏用户规模为 6.74 亿，同比增长 0.88%，再创历史新高。

建议关注相关标的：建议关注游戏、动漫、互联网影视、互联网音乐等相关产业链标的，港股方面【腾讯控股、网易、美团、哔哩哔哩、快手、阅文集团、美图公司、猫眼娱乐、泡泡玛特、云音乐、祖龙娱乐、中手游、心动公司】；A 股方面【恺英网络、上海电影、神州泰岳、吉比特、姚记科技、汤姆猫、芒果超媒、皖新传媒】。

3.1.8. 智谱发布清影视频创作智能体

清影是智谱清言产品打造的视频创作智能体。核心功能包括文生视频、图生视频两大功能同步上线，6s 视频生成速度最快只需 30s，清晰度 1440x960。

背后模型底座的视频生成模型是 CogVideoX，DiT 架构，它能将文本、时间、空间三个维度融合起来，通过优化，CogVideoX 相比前代（CogVideo）推理速度提升了 6 倍。自研 3D VAE，将原视频空间压缩至 2% 大小，大大减少了视频扩散生成模型的训练成本及训练难度。应用：广告制作、电影剪辑、短视频制作等领域。

商业化路径是免费版+付费版相结合（5 元：解锁 24 小时的高速权益；199 元：解锁一年的高速权益）。合作伙伴包括 bilibili 和华策影视，bilibili 作为合作伙伴也参与了清影的技术研发过程，并致力于探索未来可能的应用场景。华策影视参与了模型共建。

建议关注：建议关注 AI 相关及有望受益标的：1) AI 技术工具及应用场景公司：【万达电影，中文在线，电广传媒，万兴科技，美图公司，青木科技，值得买】等。2) IP 类及动漫动画影视类素材和创意内容产出公司：【华策影视，中文在线，汤姆猫，上海电影，光线传媒，奥飞娱乐，百纳千成，果麦文化，荣信文化】等。3) AI 视频广告营销电商素材等有望率先落地：【青木科技，因赛集团，浙文互联，蓝色光标，天下秀】等。4) AI+IP 传媒国央企：【上海电影，芒果超媒，中国电影，浙文影业】等。5) AI+游戏：【恺英网络，巨人网络，神州泰岳，盛天网络，掌趣科技，三七互娱，世纪华通，名臣健康，冰川网络】等。

3.1.9. 国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》

为优化和扩大服务供给，释放服务消费潜力，《意见》提出 6 方面 20 项重点任务。1) 文旅融合：深入开展全国文化和旅游消费促进活动，持续实施“百城百区”文化和旅游消费行动计划；加强非物质文化遗产保护传承，开发具有地域和民族特色的文化创意重点项目；扩大文化演出市场供给，提高审批效率，增加演出场次。2) 文化娱乐：丰富影片供给，支持以分线发行等差异化模式发行影片，促进电影关联消费；提升网络文学、网络表演、网络游戏、广播电视和网络视听质量，深化电视层层收费和操作复杂治理，加快超高清电视发展，鼓励沉浸体验、剧本娱乐、数字艺术、线上演播等新业态发展。3) 出版服务：推动高等院校、科研机构、社会组织开放优质教育资源，满足社会大众多元化、个性化学习需求；推动社会培训机构面向公众需求提高服务质量；指导学校按照有关规定通过购买服务等方式引进具有相应资质的第三方机构提供非学科类优质公益课后服务；鼓励与国际知名高等院校在华开展高水平合作办学。4) 数字经济消费：发展数字教育等新模式；支持电子竞技、社交电商、直播电商等发展；加快建设和升级信息消费体验中心，推出一批新型信息消费项目。

建议关注游戏、动漫、互联网影视、互联网音乐等相关产业链标的，港股方面【腾讯控股、网易、美团、哔哩哔哩、快手、阅文集团、美图公司、猫眼娱乐、泡泡玛特、云音乐、祖龙娱乐、中手游、心动公司】；A 股方面【恺英网络、上海电影、神州泰岳、吉比特、姚记科技、汤姆猫、芒果超媒、皖新传媒】。

3.1.10. 2024 年第四批进口游戏版号发放

国家新闻出版署发布 2024 年第四批进口游戏版号，合计 15 款产品获批，年内累计发放 75 款。重点产品包括：腾讯《彩虹六号》《最终幻想 14 水晶世界》《纸片马力欧：折纸国王》；网易《漫威争锋》《漫威终极逆转》；盛天网络：《真·三国无双天下》；吉比特：《开罗全能经营家》。

港股方面建议关注：【腾讯、网易、心动公司、BILIBILI】；A 股方面建议关注：【巨人网络、汤姆猫、恺英网络、三七互娱、游族网络、完美世界、盛天网络】等。

4. 风险提示

技术发展不及预期、商誉风险、监管政策变化等。

信息披露

分析师与研究助理简介

马笑，华中科技大学硕士，2022 年加入德邦证券，传媒互联网&海外首席分析师，行业全覆盖。7 年多二级研究经验，2 年产业战略/投资/咨询经验。曾任新时代证券 TMT 组长，传媒互联网/计算机首席分析师，此前担任过管理咨询顾问/战略研究员/投资经理等岗位。2018 年东方财富百佳分析师传媒团队第一名；2020 年 wind 金牌分析师；2023 年界面荣耀分析师传媒第一名；2023 年 21 世纪金牌分析师传媒互联网第 5 名，港股与海外第 5 名。

王梅卿，2022 年加入德邦证券研究所传媒互联网组。

分析师声明

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告所采用的数据和信息均来自市场公开信息，本人不保证该等信息的准确性或完整性。分析逻辑基于作者的职业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

投资评级说明

1. 投资评级的比较和评级标准： 以报告发布后的 6 个月内的市场表现为比较标准，报告发布日后 6 个月内的公司股价（或行业指数）的涨跌幅相对同期市场基准指数的涨跌幅； 2. 市场基准指数的比较标准： A 股市场以上证综指或深证成指为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以标普 500 或纳斯达克综合指数为基准。	类 别	评 级	说 明
	股票投资评级	买入	相对强于市场表现 20%以上；
		增持	相对强于市场表现 5%~20%；
		中性	相对市场表现在-5%~+5%之间波动；
		减持	相对弱于市场表现 5%以下。
	行业投资评级	优于大市	预期行业整体回报高于基准指数整体水平 10%以上；
		中性	预期行业整体回报介于基准指数整体水平-10%与 10%之间；
		弱于大市	预期行业整体回报低于基准指数整体水平 10%以下。

法律声明

本报告仅供德邦证券股份有限公司（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。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。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。

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，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。

市场有风险，投资需谨慎。本报告所载的信息、材料及结论只提供特定客户作参考，不构成投资建议，也没有考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况。在法律许可的情况下，德邦证券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并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

本报告仅向特定客户传送，未经德邦证券研究所书面授权，本研究报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。如欲引用或转载本文内容，务必联络德邦证券研究所并获得许可，并需注明出处为德邦证券研究所，且不得对本文进行有悖原意的引用和删改。

根据中国证监会核发的经营证券业务许可，德邦证券股份有限公司的经营范围包括证券投资咨询业务。