

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

## 前三季度业绩承压，关注游戏、广告、出版板块

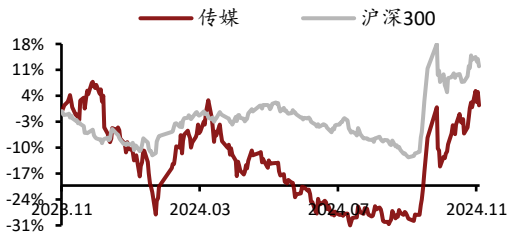
——传媒行业月报

### 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11月15日



资料来源：聚源，中原证券研究所

#### 相关报告

《传媒行业专题研究：前三季度业绩承压，关注后续修复空间》 2024-11-08

《传媒行业月报：重磅利好政策推动行情回升，关注广告营销、游戏等板块》 2024-10-09

《传媒行业月报：《黑神话：悟空》爆火，关注游戏板块估值修复》 2024-09-13

联系人：马焱琦

电话：021-50586973

地址：上海浦东新区世纪大道1788号22楼

邮编：200122

#### 投资要点：

- **行情回顾与估值表现：**10月传媒板块上涨5.30%，同期创业板指、上证指数、沪深300分别下跌0.49%、1.70%、3.16%，传媒板块分别跑赢5.79pct、7.00pct、8.46pct。传媒板块在10月全行业涨跌幅中排在第10名，交易额11513.60亿元，环比增加142.92%。

子板块中，互联网音视频、出版、动漫分别下跌2.05%、0.53%、0.13%，其余子板块全部上涨，互联网广告营销以及其他广告营销板块涨幅超过10%。

10月板块的估值与9月较为接近，截至10月31日，中信传媒板块PE(ttm，整体法，剔除负值)为22.91倍，2019年以来板块市盈率平均值为24.49倍，中位数为23.91倍，最大值为42.74倍，最小值为16.46倍，当前PE历史分位为44.6%。

- **投资建议：**由于外部经济环境、市场竞争格局、行业经营特点、税收政策变化等因素，传媒板块2024年前三季度的整体业绩承压，营业收入微幅增加，但利润端降幅超30%。同时各个细分子板也出现不同程度的业绩下滑。影视板块受2024年电影市场需求不振的影响，下滑幅度最大，营业收入同比下滑15.71%，归母净利润同比下滑86.69%；图书出版板块是受税收政策变化带来的影响，归母净利润同比下滑26.51%，但营业收入和税前利润的下滑幅度明显小于归母净利润下滑幅度；广播电视板块由于传统大屏电视业务需求的收缩，延续过往几年的下滑趋势并首次出现亏损；游戏板块和互联网媒体板块虽然利润也有不同程度下滑，但幅度相对较小，业绩表现相对稳定。

展望后续，结合近期政策端表现，政府对于提振国内居民消费的意愿较为强烈，通过货币、财政等各种政策的调整以达到减轻居民家庭负担、释放居民消费潜力、推动经济高质量发展的目的，电影、线下娱乐、游戏、图书等文化消费领域也有望受益。考虑到国内广告营销市场的景气度和经济、消费等数据具有较高的相关性，政策提振下消费和经济的稳定也有望有效带动广告市场的景气度回升。

基于目前的政策端的表现，建议关注能够受益于国内消费需求回升的游戏、广告等板块，长期关注具有高股息低风险特征的出版板块，从技术长期发展的角度，建议持续关注AI技术的变化以及最新的AI应用产品。

游戏板块目前市场需求稳定，2024Q3游戏市场整体销售收入规模创单季度新高，爆款产品带动游戏出海收入大幅增长。虽然市场竞

争激烈导致买量成本不断上行，影响游戏公司的利润率；但《黑神话：悟空》等高质量游戏上线引发的市场大量关注以及带来的商业转化能够坚定游戏产业精品化的发展理念，高品质游戏产品的将继续保持优秀的商业化能力，研发能力强的游戏公司长期投资价值仍存。在版号端，稳定的发放节奏仍旧保持，截至 10 月末，国家新闻出版署 2024 年发放国产游戏版号 10 批次共 1072 款，同比增加 36.56%，已经超过 2023 年全年发放的国产游戏版号数量，平均每批次发放国产游戏版号约 107 款，相比 2023 年平均每批次约 87 款的数量增加了 20 款左右。进口版号方面共发放 5 批次 91 款，同比增加 56.90%。

出版板块预计继续延续业绩稳健的节奏，税收政策变化不可避免给 2024 年板块的利润端带来影响，但预计自 2025 年起税收政策的影响将减小，高分红比例、高股息率的图书出版公司仍具有较好的长期关注价值；经济环境和消费需求改善前提下，广告市场也有望迎来顺周期的修复，带动广告营销板块盈利能力回升；影视板块建议观察电影定档和市场需求恢复情况。

建议关注恺英网络、吉比特、三七互娱、分众传媒、中原传媒。

**风险提示：**宏观经济变化影响文化消费需求；政策效果不及预期；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 技术进展及应用效果不及预期；

## 内容目录

1. 投资建议.....	5
2. 10月行情回顾.....	6
2.1. 行情回顾.....	6
2.2. 估值水平.....	7
3. 行业要闻.....	7
4. 行业月度数据.....	9
4.1. 电影市场.....	9
4.2. 影视剧市场.....	12
4.3. 综艺节目市场.....	12
4.4. 游戏市场.....	13
4.5. 广告市场.....	15
5. 豫股专栏.....	16
5.1. 河南省传媒上市公司走势与公告.....	16
5.2. 河南省传媒产业要闻.....	16
6. 风险提示.....	17

## 图表目录

图 1: 2024 年 10 月 A 股主要板块涨跌幅 (%).....	6
图 2: 中信传媒板块 PE.....	7
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).....	10
图 6: 国内电影市场平均票价情况 (元) (含服务费).....	10
图 7: 国内电影市场上座率.....	10
图 8: 国内电影市场放映影片数.....	10
图 9: 国内游戏市场实际销售收入.....	13
图 10: 国内移动游戏市场实际销售收入.....	13
图 11: 国内客户端游戏市场实际销售收入.....	14
图 12: 中国自主研发网络游戏海外市场收入.....	14
图 13: 游戏版号发放情况.....	14
图 14: 2024 年 9 月中国手游收入 TOP30.....	15
图 15: 2024 年 9 月中国手游发行商收入 TOP30.....	15
图 16: 2024 年 1-9 月分媒体广告花费同比变化.....	16
图 17: 2024 年 1-9 月广告市场整体 TOP10 行业花费变化.....	16
表 1: 2024 年 10 月中信传媒行业二级与三级子板块涨跌幅.....	6
表 2: 2024 年 10 月传媒板块个股涨跌幅 TOP10.....	7
表 3: 2024 年 10 月影片票房情况.....	10
表 4: 2024 年 11 月部分上映电影档期.....	11
表 5: 2024 年 10 月院线数据 (不含服务费).....	11
表 6: 2024 年 10 月影投数据 (不含服务费).....	12
表 7: 2024 年 10 月电视剧/网剧全网正片播放量.....	12
表 8: 2024 年 10 月电视综艺/网络综艺全网正片播放量市占率.....	13

---

表 9: 手机游戏排行榜 (2024 年 10 月 31 日) ..... 15

## 1. 投资建议

由于外部经济环境、市场竞争格局、行业经营特点、税收政策变化等因素，传媒板块 2024 年前三季度的整体业绩承压，营业收入微幅增加，但利润端降幅超 30%。同时各个细分子板也出现不同程度的业绩下滑。影视板块受 2024 年电影市场需求不振的影响，下滑幅度最大，营业收入同比下滑 15.71%，归母净利润同比下滑 86.69%；图书出版板块是受税收政策变化带来的影响，归母净利润同比下滑 26.51%，但营业收入和税前利润的下滑幅度明显小于归母净利润下滑幅度；广播电视板块由于传统大屏电视业务需求的收缩，延续过往几年的下滑趋势并首次出现亏损；游戏板块和互联网媒体板块虽然利润也有不同程度下滑，但幅度相对较小，业绩表现相对稳定。

展望后续，结合近期政策端表现，政府对于提振国内居民消费的意愿较为强烈，通过货币、财政等各种政策的调整以达到减轻居民家庭负担、释放居民消费潜力、推动经济高质量发展的目的，电影、线下娱乐、游戏、图书等文化消费领域也有望受益。考虑到国内广告营销市场的景气度和经济、消费等数据具有较高相关性，政策提振下消费和经济的稳定也有望有效带动广告市场的景气度回升。

基于目前的政策端的表现，建议关注能够受益于国内消费需求回升的游戏、广告等板块，长期关注具有高股息低风险特征的出版板块，从技术长期发展的角度，建议持续关注 AI 技术的变化以及最新的 AI 应用产品。

游戏板块目前市场需求稳定，2024Q3 游戏市场整体销售收入规模创单季度新高，爆款产品带动游戏出海收入大幅增长。虽然市场竞争激烈导致买量成本不断上行，影响游戏公司的利润率；但《黑神话：悟空》等高质量游戏上线引发的市场大量关注以及带来的商业转化能够坚定游戏产业精品化的发展理念，高品质游戏产品的将继续保持优秀的商业化能力，研发能力强的游戏公司长期投资价值仍存。在版号端，稳定的发放节奏仍旧保持，截至 10 月末，国家新闻出版署 2024 年发放国产游戏版号 10 批次共 1072 款，同比增加 36.56%，已经超过 2023 年全年发放的国产游戏版号数量，平均每批次发放国产游戏版号约 107 款，相比 2023 年平均每批次约 87 款的数量增加了 20 款左右。进口版号方面共发放 5 批次 91 款，同比增加 56.90%。

出版板块预计继续延续业绩稳健的节奏，税收政策变化不可避免给 2024 年板块的利润端带来影响，但预计自 2025 年起税收政策的影响将减小，高分红比例、高股息率的图书出版公司仍具有较好的长期关注价值；经济环境和消费需求改善前提下，广告市场也有望迎来顺周期的修复，带动广告营销板块盈利能力回升；影视板块建议观察电影定档和市场需求恢复情况。

建议关注恺英网络、吉比特、三七互娱、分众传媒、中原传媒。

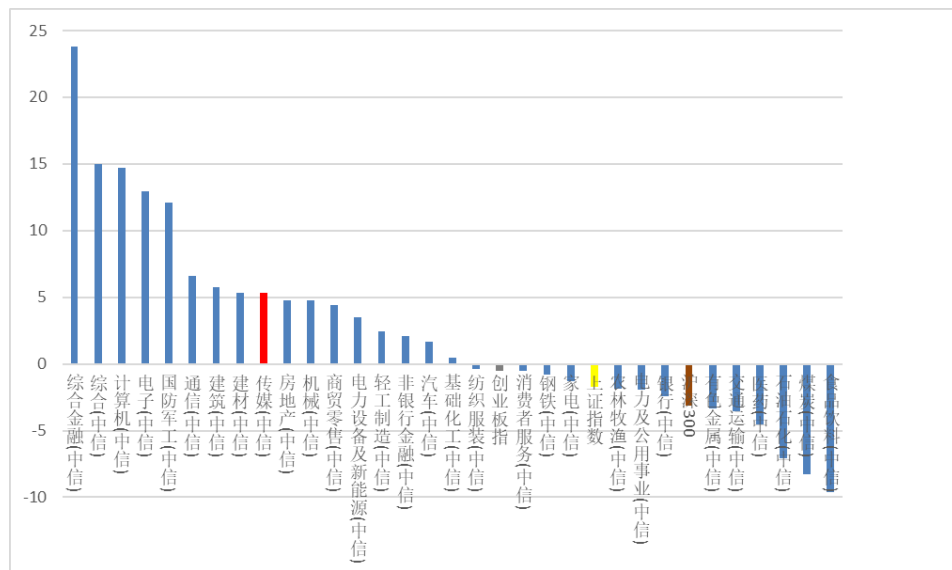
## 2. 10 月行情回顾

### 2.1. 行情回顾

10 月传媒板块上涨 5.30%，同期创业板指、上证指数、沪深 300 分别下跌 0.49%、1.70%、3.16%，传媒板块分别跑赢 5.79pct、7.00pct、8.46pct。传媒板块在 10 月全行业涨跌幅中排在第 10 名，交易额 11513.60 亿元，环比增加 142.92%。

子板块中，互联网音视频、出版、动漫分别下跌 2.05%、0.53%、0.13%，其余子板块全部上涨，互联网广告营销以及其他广告营销板块涨幅超过 10%。

图 1：2024 年 10 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 10 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	2.18%	出版	-0.53%
		广播电视	7.27%
广告营销	12.22%	互联网广告营销	13.28%
		其他广告营销	11.16%
文化娱乐	3.27%	影视	2.90%
		动漫	-0.13%
		游戏	3.82%
		其他文化娱乐	0.63%
互联网媒体	2.56%	信息搜索与聚合	0.40%
		社交与互动媒体	8.52%
		互联网音视频	-2.05%

资料来源：Wind，中原证券研究所

板块内 142 只个股中 91 只上涨，51 只下跌。单月涨幅最高的有天龙集团、流金科技、旗



天科技、电广传媒、思美传媒、中青宝、智度股份、华闻集团、因赛集团、新华传媒；跌幅最高的有无线传媒、中文传媒、紫天科技、山东出版、吉比特、凤凰传媒、浙版传媒、中原传媒、中南传媒、长江传媒。

**表 2：2024 年 10 月传媒板块个股涨跌幅 TOP10**

涨幅 TOP10	涨幅 (%)	跌幅 TOP10	跌幅 (%)
天龙集团	103.65%	无线传媒	-61.69%
流金科技	85.43%	中文传媒	-18.18%
旗天科技	60.88%	紫天科技	-17.72%
电广传媒	58.46%	山东出版	-17.54%
思美传媒	51.75%	吉比特	-16.50%
中青宝	50.03%	凤凰传媒	-16.07%
智度股份	49.43%	浙版传媒	-14.22%
华闻集团	43.52%	中原传媒	-13.13%
因赛集团	42.47%	中南传媒	-12.41%
新华传媒	42.14%	长江传媒	-11.51%

资料来源：Wind，中原证券研究所

## 2.2. 估值水平

10 月板块的估值与 9 月较为接近，截至 10 月 31 日，中信传媒板块 PE (ttm，整体法，剔除负值) 为 22.91 倍，2019 年以来板块市盈率平均值为 24.49 倍，中位数为 23.91 倍，最大值为 42.74 倍，最小值为 16.46 倍，当前 PE 历史分位为 44.6%。

**图 2：中信传媒板块 PE**


资料来源：Wind，中原证券研究所

## 3. 行业要闻

根据国家电影局统计，2024 年国庆档（2024 年 10 月 1 日至 7 日）全国电影票房为 21.04 亿元，观影人次为 5209 万，国产影片票房为 20.17 亿元，占比为 95.87%。国庆档票房前 5

名影片分别为：《志愿军：存亡之战》8.05 亿元、《浴火之路》3.59 亿元、《749 局》3.56 亿元、《熊猫计划》2.15 亿元、《危机航线》1.7 亿元。（环球时报）

10 月 5 日，游戏《黑神话：悟空》取景地之一，位于山西省的应县木塔景区发布喜报称，截至 10 月 4 日下午 15:43，应县木塔景区游客人数突破 200 万人次，较 2023 年同期增长 148.49%。其中山西省外游客占比超过 87%。可见的是，今年国庆，“午睡第一大省”山西在游戏《黑神话：悟空》的持续影响下，迎来客流量高峰。携程数据显示，国庆前三天，山西省旅游订单预订量较中秋假期增长 63%，预订金额增长 171%。其中，临汾、大同、晋城旅游订单预订量比中秋假期增长超 100%，预订金额增长超 200%，太原、忻州、运城、长治旅游订单预订量比中秋假期增长超 60%，预订金额增长超 150%。（澎湃新闻）

10 月 10 日，根据国家税务总局杭州市税务局日前在官网发布的一篇新闻稿，9 月 25 日—9 月 29 日，第三届全球数字贸易博览会在杭州举行。《黑神话：悟空》游戏开发方杭州游科互动科技有限公司财务负责人说，2023 年，游科享受研发费用加计扣除 2800 余万元。“我们估算了一下，《黑神话：悟空》开发总成本达 3 亿元以上。为了帮助公司及时、正确地享受税收优惠，杭州市税务部门与公司建立了长效沟通机制，就高新技术企业申报、规范归集研发费用等为我们精准辅导。”（界面新闻）

伽马数据今日公布《2024 年 7—9 月中国游戏产业季度报告》，报告显示，该季度中国游戏市场实际销售收入 917.66 亿元，环比增长 22.96%，同比增长 8.95%，创历史新高。报告指出，移动、单机及主机游戏为三季度游戏市场作出主要增长贡献。其中单机、主机市场受《黑神话：悟空》的销量提振影响较大，带来数十亿元增量。囊括暑期档在内的三季度报告，能够反映游戏市场走势，一直备受业内关注。今年三季度，多款重点产品上线，加上暴雪旗下部分游戏在国内市场重启以及《黑神话：悟空》的爆火，对市场表现带来积极影响。（证券时报）

近日，英伟达悄然开源了其最新的超强大模型——Nemotron-70B。一经发布，该模型便迅速在 AI 社区引发轰动，其性能在多个基准测试中超越了包括 GPT-4、GPT-4 Turbo 以及 Claude 3.5 Sonnet 在内的 140 多个开闭源模型，仅次于 OpenAI 的最新模型 o1。（新浪新闻）

10 月 11 日至 13 日，首届中国广播电视精品创作大会在北京首创郎园 Station 举行。本届大会聚焦“书写伟大时代 精品奉献人民”主题，展现广播电视精品创作的丰硕成果与时代精神，推动全国广播电视行业深入实施“新时代精品工程”和实现高质量发展，不断丰富广大人民群众精神文化生活。（新京报）

10 月 23 日消息，OpenAI 的有力竞争者 Anthropic 发布了 Claude 3.5 的重大更新，其中最引人注目的就是 Claude 3.5 Sonnet 模型，可以像人类一样操控电脑。Claude 3.5 Sonnet 模型的升级，使得 AI 可以模拟人类与计算机的交互方式，包括移动光标、点击屏幕以及通过虚拟键盘输入信息。这一功能的实现，得益于 Anthropic 推出的一个 API，它允许 Claude 感知并与计算机界面进行交互，开发者可以通过集成这一 API，将用户的指令翻译成计算机可以执行的指令。（快科技）



10月25日，国家新闻出版署网站公布了2024年10月份国产网络游戏审批信息，共113款国产网络游戏获得版号。与此同时，进口网络游戏版号同步更新，15款进口网络游戏获得版号，其中包括腾讯的重点产品《胜利女神：新的希望》《爆裂小队》等。（证券时报）

10月28日，中国(横店)国际影片交易会暨第二十六届全国影片推介会在浙江东阳横店开幕。活动展示了最新的影视作品、技术及市场趋势，搭建了汇集国内外影视制作、发行的产品服务渠道和交流洽谈的合作平台，并邀请来自全国各地的行业内专家学者，为中国电影的发展建言献策。2024年推介会，万达、中影、横店等全国49条院线、超70家影投公司及各发行方、制片方代表共800多名电影人参会，百余部新片在会上亮相，涵盖动作、悬疑、战争、科幻等各类题材，以期为接下来的贺岁档、春节档及2025年的电影市场再添一把火。（金台资讯）

10月30日，国家统计局发布数据显示，据对全国7.8万家规模以上文化及相关产业企业（以下简称“文化企业”）调查，2024年前三季度，文化企业实现营业收入99668亿元，按可比口径计算，比上年同期增长5.9%。其中，文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入41616亿元，比上年同期增长10.0%，快于全部规模以上文化企业4.1个百分点。（中国经济网）

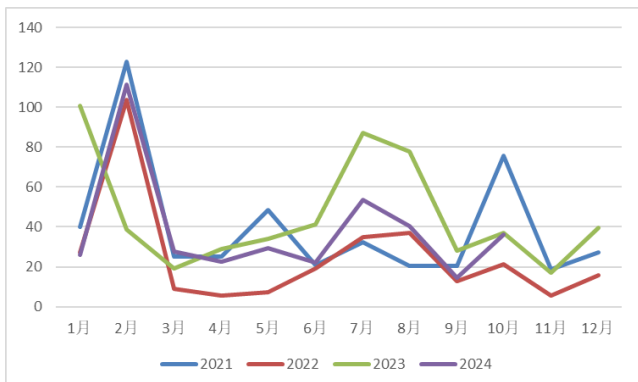
## 4. 行业月度数据

### 4.1. 电影市场

2024年10月国内电影市场票房36.25亿元，同比减少2.13%，环比增加148.97%；观影人次0.9亿，同比增加1.12%，环比增加150.00%；平均票价40.28元，同比下滑3.22%，环比下滑0.41%；放映场次1218.7万场，同比增加5.33%，环比增加6.55%；上座率6.1%，同比下滑0.2pct，环比提升3.5pct。

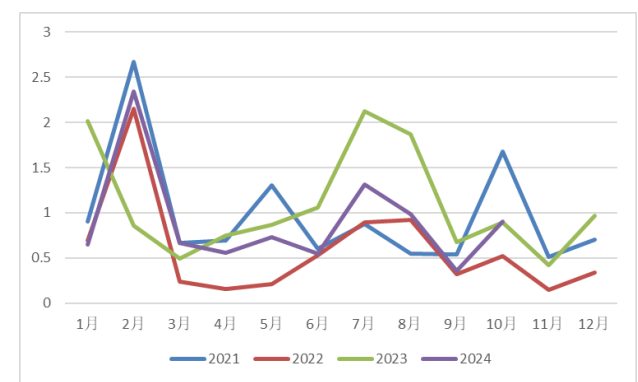
2024年1-10月国内电影市场票房383.95亿元，同比减少22.13%，观影人次9.06亿，同比减少21.90%。

图3：国内电影市场票房情况（亿元）



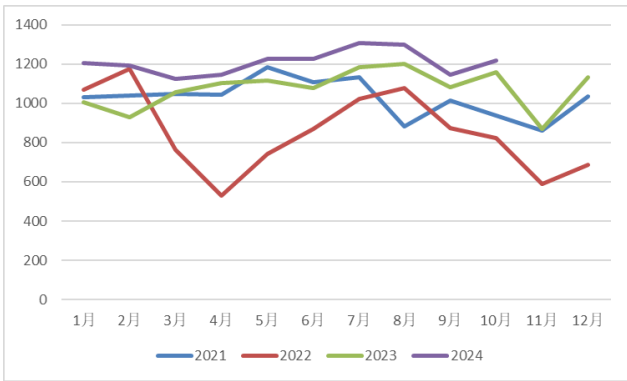
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

图4：国内电影市场观影人次情况（亿人）



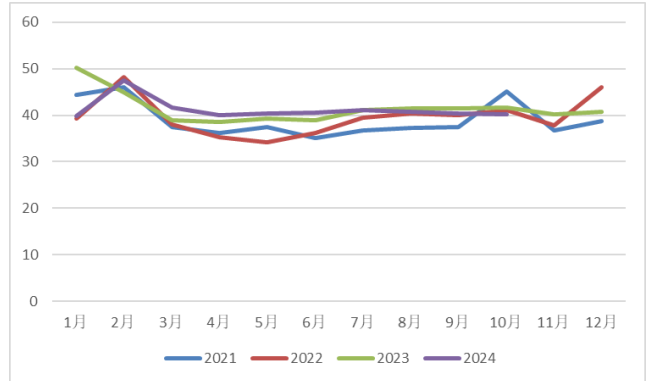
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

图 5：国内电影市场放映场次情况（万场）



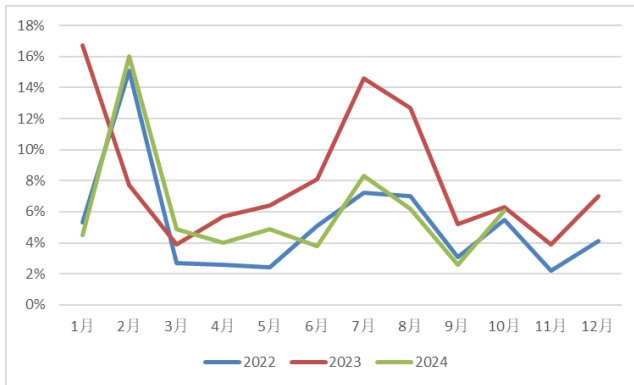
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

图 6：国内电影市场平均票价情况（元）（含服务费）



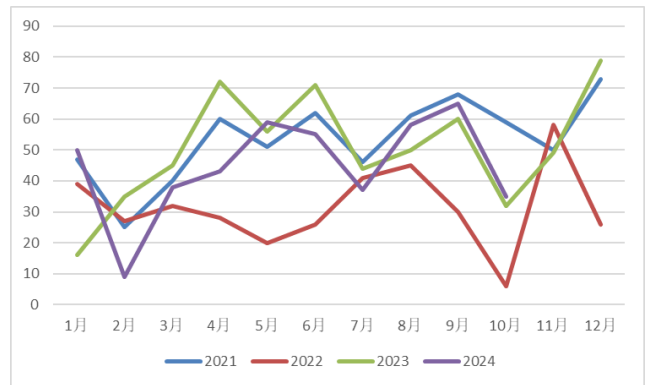
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

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

10月票房排名前四的影片分别是《志愿军：存亡之战》《浴火之路》《毒液：最后一舞》《749局》，单月票房分别为 11.15 亿元、4.61 亿元、4.00 亿元、3.75 亿元，票房占比分别为 30.7%、12.7%、11.0%、10.3%，排片占比分别为 20.9%、12.4%、9.9%、6.5%。

表 3：2024 年 10 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
志愿军：存亡之战	111531.83	30.7%	20.9%	11.89 亿元	2024-9-30
浴火之路	46106.24	12.7%	12.4%	4.61 亿元	2024-10-01
毒液：最后一舞	39995.69	11.0%	9.9%	6.06 亿元	2024-10-23
749 局	37520.02	10.3%	6.5%	3.75 亿元	2024-10-01
熊猫计划	29630.00	8.1%	10.9%	3.03 亿元	2024-10-01
危机航线	27726.04	7.6%	9.6%	3.00 亿元	2024-09-30
乔妍的心事	10623.52	2.9%	3.9%	1.48 亿元	2024-10-26
变形金刚：起源	8499.14	2.3%	2.5%	1.51 亿元	2024-9-27

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

表 4：2024 年 11 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）
11 月 1 日	焚城	灾难/剧情	中国	中国电影
	哈利·波特与火焰杯（重映）	悬疑/奇幻/冒险/家庭	美国	中国电影
	爱你很久很久	爱情/青春/喜剧	中国	中国电影
	这个杀手不太冷	剧情/动作/悬疑	法国	中国电影
	老枪	剧情/犯罪	中国	博纳影业
11 月 2 日	爱情神话（重映）	爱情/剧情	中国	上海电影
11 月 8 日	哈利·波特与凤凰社（重映）	奇幻/冒险	美国	中国电影
	红色一号：冬日行动	动作/喜剧/奇幻	美国	中国电影
11 月 9 日	那个不为人知的故事	爱情/剧情	中国	横店影视、万达电影、中国电影
	火影忍者剧场版：忍者之路	动画/奇幻/冒险	日本	中国电影
11 月 15 日	胜券在握	剧情	中国	中国电影、光线传媒
	我谈的那场恋爱	爱情/喜剧	中国	中国电影
	哈利·波特与混血王子（重映）	奇幻/冒险/家庭/悬疑	美国	中国电影
	海上钢琴师	剧情/音乐	意大利	中国电影
11 月 16 日	戴假发的人	犯罪/悬疑/剧情	中国	中国电影
11 月 22 日	角斗士 2	动作/剧情/冒险	美国、英国	中国电影
	好东西	剧情/爱情	中国	上海电影、中国电影
	金钱堡垒	犯罪/剧情	中国	文投控股
	哈利·波特与死亡圣器（上）（重映）	奇幻/冒险	美国	中国电影
	蜡笔小新：我们的恐龙日记	喜剧/动画	日本	中国电影
11 月 29 日	海洋奇缘 2	冒险/喜剧/动画	美国	中国电影
	哈利·波特与死亡圣器（下）（重映）	冒险/魔幻/奇幻/悬疑	美国	中国电影
11 月 30 日	不想和你有遗憾	剧情	中国	
	热血燃烧	动作/犯罪/剧情	中国	

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

2024 年 10 月，珠海横琴万达电影院线票房 5.74 亿元，市场占有率 17.47%，环比下滑 0.61pct；中影电影院线票房 3.33 亿元，市场占有率 10.14%，环比提升 2.05pct；深圳市中影南方电影新干线票房 2.88 亿元，市场占有率 10.14%，环比提升 0.84pct。

表 5：2024 年 10 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	5.74	17.47%	1490.3	11.0	38.6
中影电影院线	3.33	10.14%	922.6	7.1	36.2
深圳市中影南方电影新干线	2.88	8.77%	773.8	7.9	37.3
上海联合电影院线	2.71	8.25%	687.6	9.7	39.5
广东大地电影院线	1.55	4.72%	448.2	6.0	34.6
江苏幸福蓝海院线	1.49	4.54%	421.0	8.0	35.6
横店影视	1.39	4.23%	406.0	6.6	34.4
广州金逸珠江电影院线	1.21	3.68%	333.5	8.8	36.6
浙江时代电影院线	1.16	3.53%	331.3	6.8	35.1
北京华夏联合电影院线	1.09	3.32%	307.4	6.5	35.5

全国 32.85 亿元 (CR10) 68.65% 8989.6 7.4 36.5

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

2024 年 10 月，万达影投票房 5.37 亿元，市场占有率 16.35%，环比下滑 0.52pct；横店影投票房 1.23 亿元，市场占有率 3.74%，环比下滑 0.25pct；CGV 迎头票房 9220.2 万元，市场占有率 2.81%，环比下滑 0.33pct。

**表 6：2024 年 10 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	5.37 亿元	16.35%	1381.0	11.2	38.9
横店影投	1.23 亿元	3.74%	361.0	6.7	34.2
CGV 影投	9220.2	2.81%	214.4	14.2	43.0
星轶影投	8757.7	2.67%	238.4	13.1	36.7
博纳影投	6692.1	2.04%	177.5	11.0	37.7
中影影投	6546.2	1.99%	179.5	12.1	36.5
金逸影投	6531.0	1.99%	174.9	10.6	37.3
幸福蓝海影投	6127.3	1.87%	171.1	9.9	35.8
万影影投	5065.7	1.54%	119.1	18.3	42.5
UME 影投	3760.5	1.14%	94.6	9.6	39.8
<b>全国</b>	<b>32.85 亿元</b>	<b>(CR10) 36.13%</b>	<b>8989.6</b>	<b>7.4</b>	<b>36.5</b>

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 10 月全网正片播放量，电视剧排名前五的分别是《锦绣安宁》《暗夜与黎明》《人民警察》《凡人歌》《雪迷宫》；网剧排名前五的分别是《七夜雪》《春花焰》《黑色月光》《流水迢迢》《半熟男女》。

**表 7：2024 年 10 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	锦绣安宁	8.28 亿	七夜雪	4.44 亿
2	暗夜与黎明	4.04 亿	春花焰	4.28 亿
3	人民警察	3.53 亿	黑色月光	3.87 亿
4	凡人歌	2.71 亿	流水迢迢	3.28 亿
5	雪迷宫	2.53 亿	半熟男女	3.10 亿
6	迎风的青春	1.39 亿	舍不得星星	2.96 亿
7	上甘岭	1.32 亿	漠风吟	1.70 亿
8	日光之城	9910.0 万	大梦归离	1.35 亿
9	山花烂漫时	9721.4 万	二十一天	1.33 亿
10	孤舟	7033.0 万	再见，怦然心动	1.28 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 10 月全网正片播放市占率，电视综艺排名前五的分别是《时光音乐会 第四季》《下一战歌手》《中餐厅 第八季》《音乐缘计划》《芒果新生班·搭档季》；网络综

艺排名前五的分别是《披荆斩棘 第四季》《心动的信号 第七季》《花儿与少年 第六季》《喜剧之王单口季》《脱口秀和 Ta 的朋友们》。

表 8：2024 年 10 月电视综艺/网络综艺全网正片播放量市占率

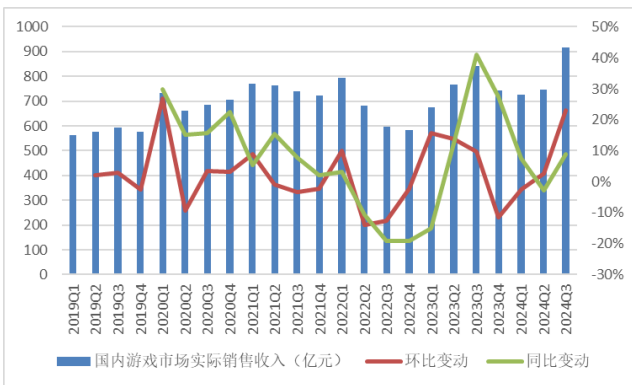
排名	综艺	播放量市占率	网络综艺	播放量市占率
1	时光音乐会 第四季	2.22%	披荆斩棘 第四季	11.34%%
2	下一战歌手	1.75%	心动的信号 第七季	11.34%
3	中餐厅 第八季	1.15%	花儿与少年 第六季	8.32%
4	音乐缘计划	1.10%	喜剧之王单口季	5.78%
5	芒果新生班·搭档季	1.09%	脱口秀和 Ta 的朋友们	5.52%
6	寒暑假 暑假篇	0.90%	战至巅峰 第三季	4.98%
7	嗨放派 第三季	0.87%	你好，星期六 2024	4.89%
8	花儿绽放	0.84%	令人心动的 offer 第六季	3.86%
9	有歌 2024	0.75%	现在就出发 第二季	3.17%
10	国医少年志	0.58%	盲盒旅行局	2.70%

资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

#### 4.4. 游戏市场

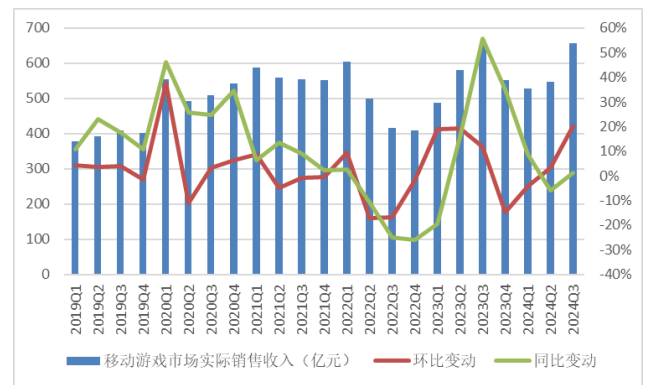
根据伽马数据发布《2024 年 7—9 月中国游戏产业季度报告》显示，2024 年第三季度中国游戏市场实际销售收入 917.66 亿元，环比增长 22.96%，同比增长 8.95%，创历史新高；中国移动游戏市场实际销售收入达 656.58 亿元，环比增长 20.20%，同比增长 1.21%；中国自主研发游戏国内市场实际销售收入 722.10 亿元，环比增长 23.69%，同比增长 0.23%；中国自主研发游戏海外市场实际销售收入为 51.69 亿美元，环比增长 15.40%，同比增长 20.75%。

图 9：国内游戏市场实际销售收入



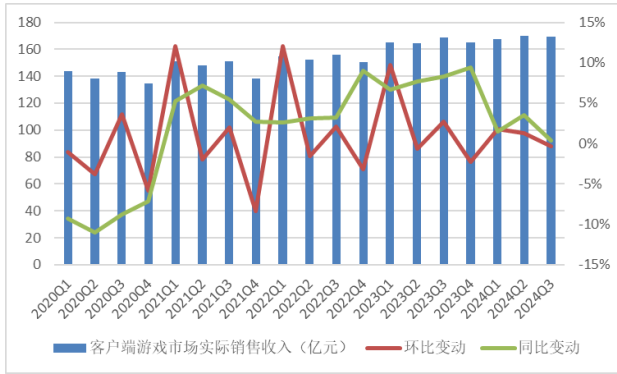
资料来源：伽马数据，中原证券研究所

图 10：国内移动游戏市场实际销售收入



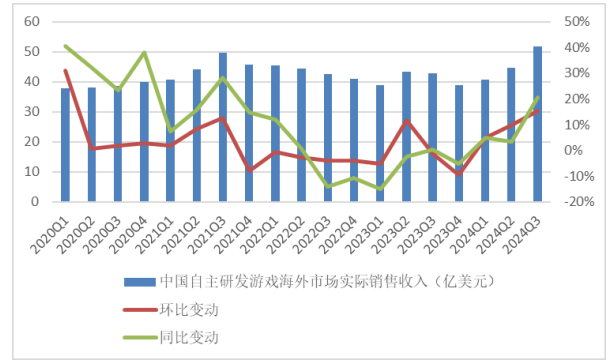
资料来源：伽马数据，中原证券研究所

图 11: 国内客户端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

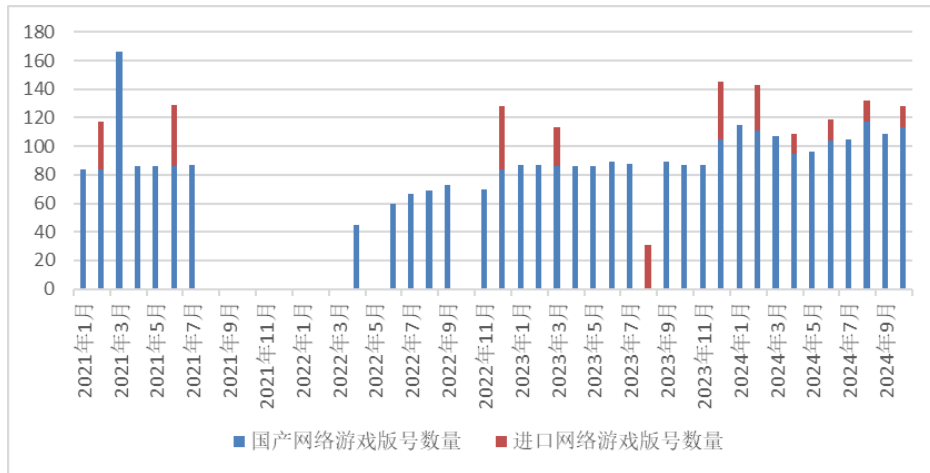
图 12: 中国自主研发网络游戏海外市场收入



资料来源: 伽马数据, 中原证券研究所

2024 年 10 月共发放国产游戏版号 113 款, 环比增加 4 款, 进口游戏版号 15 款。截至 10 月末, 2024 年共发放国产游戏版号 1072 款, 同比增加 36.56%, 发放进口游戏版号 91 款, 同比增加 56.90%。

图 13: 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 9 月中国手游收入 TOP30 中, 《Whiteout Survival》《崩坏: 星穹铁道》《PUBG MOBILE》《原神》《使命召唤手游》排名前五。

9 月共 35 个中国厂商入围全球手游发行商收入榜 TOP100, 合计吸金 19.1 亿美元, 占全球 TOP100 手游发行商收入 36.0%, 腾讯、网易、米哈游、点点互动、莉莉丝排在前五。



图 14: 2024 年 9 月中国手游收入 TOP30



图 15: 2024 年 9 月中国手游发行商收入 TOP30



资料来源: SensorTower, 中原证券研究所

资料来源: SensorTower, 中原证券研究所

根据七麦数据统计的 2024 年 10 月 31 日 iOS 畅销榜游戏排行中,《王者荣耀》《和平精英》《地下城与勇士: 起源》《无尽冬日》《炉石传说》排名前五。iOS 免费榜中,《沙威玛传奇》《王者荣耀》《三角洲行动》《金铲铲之战》《开心消消乐》排名前五。

表 9: 手机游戏排行榜 (2024 年 10 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	王者荣耀	腾讯游戏	沙威玛传奇	
2	和平精英	腾讯游戏	王者荣耀	腾讯游戏
3	地下城与勇士: 起源	腾讯游戏	三角洲行动	腾讯游戏
4	无尽冬日	青笛科技	金铲铲之战	腾讯游戏
5	炉石传说	暴雪/网易	开心消消乐	乐元素
6	金铲铲之战	腾讯游戏	和平精英	腾讯游戏
7	恋与深空	叠纸网络	无尽冬日	青笛科技
8	捕鱼大作战	途游在线	排球少年: 新的征程	儒意景秀
9	逆水寒	网易游戏	途游斗地主	途游在线
10	梦幻西游	网易游戏	看谁能通关	

资料来源: 七麦数据, 中原证券研究所

### 4.5. 广告市场

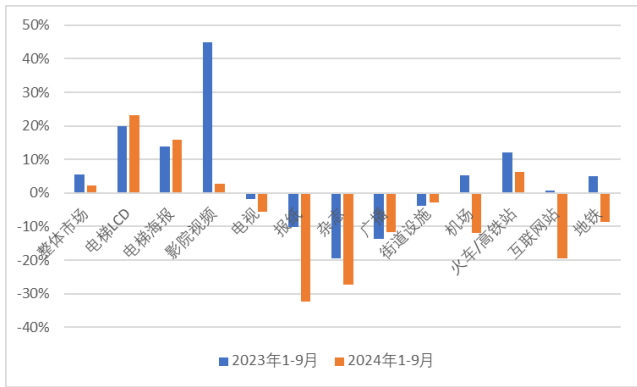
根据 CTR 数据显示, 2024 年 1-9 月广告市场同比上涨 2.3%。9 月份的广告市场刊例花费同比下跌 3.5%, 是连续三个月广告刊例花费上涨后首次呈现跌幅; 月度花费环比下跌 4.1%。

分渠道来看, 2024 年 1-9 月电梯 LCD 和电梯海报广告有双位数的同比增长, 分别同比增长 23.1%和 15.9%, 火车/高铁站、影院视频刊例花费同比也呈现小幅同比增长 6.3%和 2.8%; 其他广告渠道花费均有不同程度的缩减。从 9 月的月度表现看, 街道设施、机场、电梯 LCD、电梯海报、影院视频五个广告渠道的投放均呈现同比增长, 其他渠道的广告花费均有不

同程度的缩减；从环比角度看，报纸、杂志、机场、火车/高铁站、地铁、电梯海报刊例花费呈现环比增长。

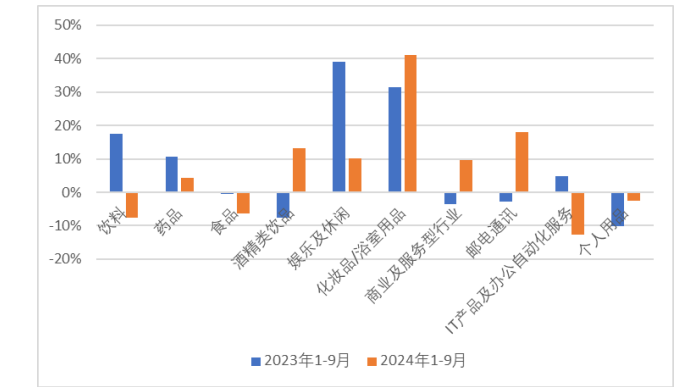
从具体的行业及品牌表现看，2024年1-9月广告市场头部榜单中，酒精类饮品、娱乐及休闲、化妆品/浴室用品、邮电通讯行业的刊例花费均有双位数的同比增长；饮料和食品行业的投放量持续位居榜单前列，但广告投放呈现缩减。

图 16：2024 年 1-9 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 17：2024 年 1-9 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. 豫股专栏

### 5.1. 河南省传媒上市公司走势与公告

中原传媒(000719)10月下跌 13.13%，跑输上证指数 11.44pct，跑输沪深 300 指数 9.98pct，跑输创业板指 12.65pct。

公司 10 月 30 日发布 2024 年前三季度报告，2024 年前三季度实现营业收入 66.99 亿元，同比增加 1.02%，归母净利润 5.08 亿元，同比减少 25.87%，扣非后归母净利润 4.89 亿元，同比减少 26.37%。

### 5.2. 河南省传媒产业要闻

“短剧重地”郑州再传大动作。近日，郑州广播电视台、捷成华视网聚（常州）文化传媒有限公司战略合作伙伴签约仪式在郑州举行。双方将联合河南省十八家地市级城市广电媒体，共建“河南省广电制播平台”，在内容生产、版权交易、微短剧出海、广电+AI、开发与应用等领域开展深度合作，引导优秀内容的制作与传播。近年来，郑州市凭借多方优势，在微短剧领域火爆出圈，快速崛起，已成为全国短剧“三大重地”之一。据郑州市政府办公室发布的《关于郑州市加快推进网络微短剧产业高质量发展扶持政策的意见》，郑州市致力于打造成为最具影响力的中国“微短剧创作之都”，2024年全市微短剧市场规模达到 100 亿元。（证券时报网）

10月22日，河南省人民政府新闻办公室召开“黄河流域生态保护和高质量发展”系列新闻发布会（第六场），河南省文化和旅游厅党组成员、副厅长李延庆就上述问题回答记者提问。“黄河文化旅游带是河南文旅最亮眼的黄金带、最旺盛的流量带。”李延庆介绍，河南在编制和实施“十四五”文化旅游融合发展规划过程中，明确提出聚焦黄河文化旅游带建设，把传统业态转型升级、优势业态直道冲刺、新兴业态抢滩登陆贯通起来。同时，协调召开全省文旅文创发展大会、旅游发展大会，分别从融资、用地、交旅融合等方面出台系列政策，沿黄各地市也就文化遗产保护、特色旅游发展颁布若干法规，为加快建设黄河文化旅游带提供良好发展环境。（大河财立方）

## 6. 风险提示

宏观经济变化影响文化消费需求；政策效果不及预期；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技术进展及应用效果不及预期

### 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。