

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

CES 展端侧 AI 引关注，春节假期将至 关注电影市场表现

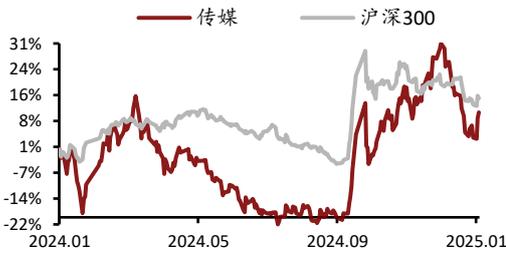
——传媒行业月报

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：2025 年 01 月 16 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：票房下滑超 20%，关注春节档表现》 2025-01-08

《传媒行业月报：国内游戏产业多项数据创新高，文化企业最新免税政策发布》 2024-12-16

《传媒行业年度策略：关注“复苏周期、出海、高股息”三大维度》 2024-11-28

联系人：李智

电话：0371-65585629

地址：郑州郑东新区商务外环路 10 号 18 楼

地址：上海浦东新区世纪大道 1788 号 T1 座 22 楼

投资要点：

- **行情回顾与估值表现：**2024 年 12 月传媒板块下跌 6.44%，同期上证指数和沪深 300 指数分别上涨 0.76% 和 0.47%，创业板下跌 3.71%，传媒板块分别跑输 7.20pct、6.91pct、2.73pct。在 12 月全行业涨跌幅排名中，传媒板块排名第 26。

2024 年 12 月板块的估值相比 11 月略有下滑，截至 12 月 31 日，中信传媒板块 PE (ttm，整体法，剔除负值) 为 23.31 倍，2019 年以来板块市盈率平均值为 24.48 倍，中位数为 23.93 倍，最大值为 42.74 倍，最小值为 16.46 倍，当前 PE 历史分位为 46.0%

- **投资建议：**CES 2025 国际消费电子展于 2025 年 1 月 7 日-1 月 10 日在拉斯维加斯举办，包括智能家电、智能驾驶、穿戴设备、陪伴玩具等硬件或产品发布，其中 AI 陪伴玩具、AI 智能眼镜等加载了 AI 功能的硬件热度较高。根据 IDC 研究，预计 2025 年全球 AI 眼镜市场出货量为 1280 万副，同比增长 26%，中国 AI 眼镜市场出货量 280 万副，同比增长 107%。另一方面 AI 模型能力提升、成本下降以及加载 AI 功能的终端设备放量增长，加快 AI 应用生态落地并提升商业化空间。建议持续关注 AI 模型的进展以及与玩具、眼镜等消费级终端的结合情况。

1 月 13 日，国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》，提出 6 个方面 18 项具体措施。其中提及要扩大特色优质产品供给，丰富文化娱乐产品，增加文娱综合体、电子竞技、游戏游艺等室内文化产品供给；推动文学、动漫、游戏、演艺、影视等 IP 相互转化。游戏板块具有科技+消费双重属性，市场需求稳固，政策态度转暖。建议持续关注游戏板块供需变化

春节假期日益临近，《唐探 1900》《哪吒之魔童闹海》《射雕英雄传：侠之大者》《封神第二部：战火西岐》《熊出没·重启未来》《蛟龙行动》6 部影片定档春节假期。春节档是全年中最重要的档期之一，能够在较短的时间内释放大量的票房能量，因此也吸引了较多优质国产影片定档，影片的整体品质处于全年较高水平。叠加多地的观影补贴能够覆盖春节档，有助于进一步降低观影成本，刺激观众流入影院，释放电影消费潜力。春节档票房如有超预期表现有利于推动影视板块的估值回升以及业绩修复。

此外建议持续关注能够带来长期稳定股东回报的低估值、高股息的国有出版公司。

建议关注恺英网络、吉比特、三七互娱、分众传媒、芒果超媒、中

原传媒、光线传媒。

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；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. 12月行情回顾	5
2.1. 行情回顾	5
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	12
4.5. 广告市场	15
5. 豫股专栏	15
5.1. 河南省传媒上市公司走势与公告	15
5.2. 河南省传媒产业要闻	16
6. 风险提示	16

图表目录

图 1: 2024 年 12 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)	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	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: 国内游戏用户规模	13
图 11: 国内移动游戏市场实际销售收入	13
图 12: 中国自主研发网络游戏海外市场收入	13
图 13: 游戏版号发放情况	14
图 14: 2024 年 11 月中国手游收入 TOP30	14
图 15: 2024 年 11 月中国手游发行商收入 TOP30	14
图 16: 2024 年 1-11 月分媒体广告花费同比变化	15
图 17: 2024 年 1-11 月广告市场整体 TOP10 行业花费变化	15
表 1: 2024 年 12 月中信传媒行业二级与三级子板块涨跌幅	6
表 2: 2024 年 12 月传媒板块个股涨跌幅 TOP10	6
表 3: 2024 年 12 月影片票房情况	10
表 4: 2025 年 1 月部分上映电影档期	10
表 5: 2024 年 12 月院线数据 (不含服务费)	11
表 6: 2024 年 12 月影投数据 (不含服务费)	11
表 7: 2024 年 12 月电视剧/网剧全网正片播放量	12
表 8: 2024 年 12 月电视综艺/网络综艺全网正片播放量市占率	12

表 9: 手机游戏排行榜 (2024 年 12 月 31 日) 14

1. 投资建议

CES 2025 国际消费电子展于 2025 年 1 月 7 日-1 月 10 日在拉斯维加斯举办,包括智能家电、智能驾驶、穿戴设备、陪伴玩具等硬件或产品发布,其中 AI 陪伴玩具、AI 智能眼镜等加载了 AI 功能的硬件热度较高。根据 IDC 研究,预计 2025 年全球 AI 眼镜市场出货量为 1280 万副,同比增长 26%,中国 AI 眼镜市场出货量 280 万副,同比增长 107%。另一方面 AI 模型能力提升、成本下降以及加载 AI 功能的终端设备放量增长,加快 AI 应用生态落地并提升商业化空间。建议持续关注 AI 模型的进展以及与玩具、眼镜等消费级终端的结合情况。

1 月 13 日,国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》,提出 6 个方面 18 项具体措施。其中提及要扩大特色优质产品供给,丰富文化娱乐产品,增加文娱综合体、电子竞技、游戏游艺等室内文化产品供给;推动文学、动漫、游戏、演艺、影视等 IP 相互转化。游戏板块具有科技+消费双重属性,市场需求稳固,政策态度转暖。建议持续关注游戏板块供需变化

春节假期日益临近,《唐探 1900》《哪吒之魔童闹海》《射雕英雄传:侠之大者》《封神第二部:战火西岐》《熊出没·重启未来》《蛟龙行动》6 部影片定档春节假期。春节档是全年中最重要的档期之一,能够在较短的时间内释放大量的票房能量,因此也吸引了较多优质国产影片定档,影片的整体品质处于全年较高水平。叠加多地的观影补贴能够覆盖春节档,有助于进一步降低观影成本,刺激观众流入影院,释放电影消费潜力。春节档票房如有超预期表现有利于推动影视板块的估值回升以及业绩修复。

此外建议持续关注能够带来长期稳定股东回报的低估值、高股息的国有出版公司。

建议关注恺英网络、吉比特、三七互娱、分众传媒、芒果超媒、中原传媒、光线传媒。

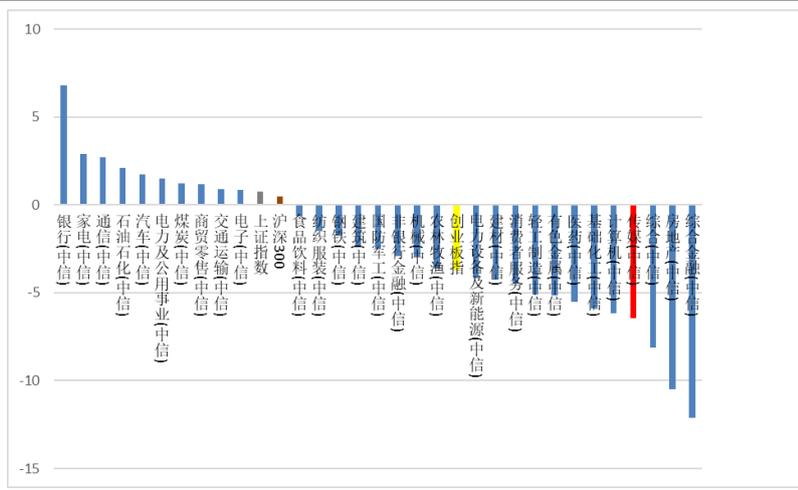
2. 12 月行情回顾

2.1. 行情回顾

2024 年 12 月传媒板块下跌 6.44%,同期上证指数和沪深 300 指数分别上涨 0.76%和 0.47%,创业板下跌 3.71%,传媒板块分别跑输 7.20pct、6.91pct、2.73pct。在 12 月全行业涨跌幅排名中,传媒板块排名第 26。

子板块全部呈现不同程度下跌,其中社交与互动媒体板块的下跌幅度达到 16.55%,出版、其他广告营销板块的下跌幅度相对较小,分别下跌 2.98%和 3.00%。

图 1: 2024 年 12 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 12 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	-4.60%	出版	-2.98%
		广播电视	-7.40%
广告营销	-7.21%	互联网广告营销	-9.80%
		其他广告营销	-3.69%
文化娱乐	-6.13%	影视	-5.75%
		动漫	-6.79%
		游戏	-6.12%
		其他文化娱乐	-7.25%
互联网媒体	-8.86%	信息搜索与聚合	-3.00%
		社交与互动媒体	-16.55%
		互联网音视频	-6.46%

资料来源: Wind, 中原证券研究所

板块内 142 只个股中 34 只上涨, 108 只下跌。单月涨幅最高的有视觉中国、中南传媒、*ST 文投、粤传媒、紫天科技、ST 华通、华扬联众、电声股份、长江传媒、凤凰传媒; 跌幅最高的有广博股份、生意宝、流金科技、华立科技、大晟文化、龙韵股份、旗天科技、璩升科技、天威视讯、天舟文化。

表 2: 2024 年 12 月传媒板块个股涨跌幅 TOP10

涨幅 TOP10	涨幅 (%)	跌幅 TOP10	跌幅 (%)
视觉中国	38.06%	广博股份	-39.11%
中南传媒	18.28%	生意宝	-38.59%
*ST 文投	18.19%	流金科技	-38.46%
粤传媒	17.86%	华立科技	-32.75%
紫天科技	17.81%	大晟文化	-29.04%
ST 华通	17.08%	龙韵股份	-25.97%
华扬联众	15.81%	旗天科技	-22.48%

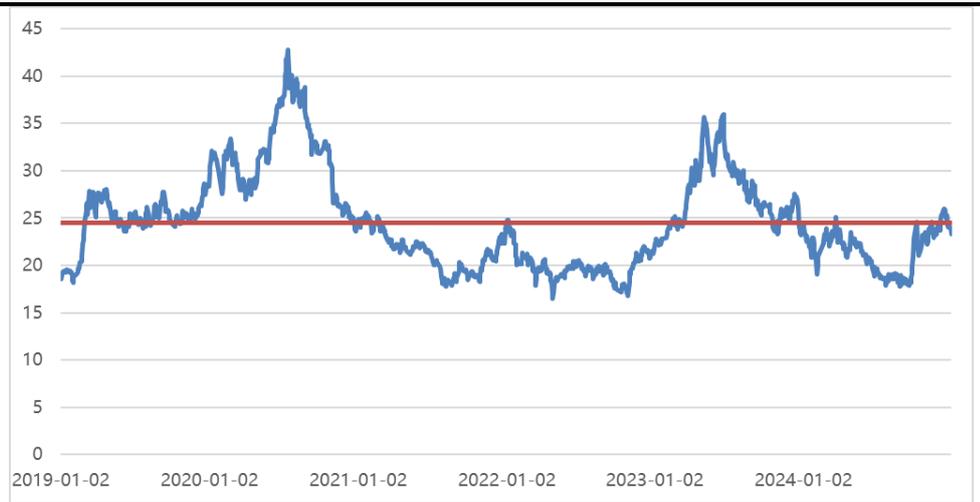
电声股份	13.18%	璿升科技	-22.39%
长江传媒	11.93%	天威视讯	-21.43%
凤凰传媒	10.22%	天舟文化	-21.09%

资料来源：Wind，中原证券研究所

2.2. 估值水平

2024年12月板块的估值相比11月略有下滑，截至12月31日，中信传媒板块PE (ttm, 整体法，剔除负值) 为23.31倍，2019年以来板块市盈率平均值为24.48倍，中位数为23.93倍，最大值为42.74倍，最小值为16.46倍，当前PE历史分位为46.0%。

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

2024年12月3日，腾讯混元大模型公布最新进展：正式上线视频生成能力，这是继文生文、文生图、3D生成之后的又一里程碑。与此同时，腾讯开源该视频生成大模型，参数量130亿，是当前最大的视频开源模型。“用户只需要输入一段描述，即可生成视频，”腾讯混元相关负责人透露，目前的生成视频支持中英文双语输入、多种视频尺寸以及多种视频清晰度。目前该模型已上线腾讯元宝APP，用户可在AI应用中的“AI视频”板块申请试用。企业客户通过腾讯云提供服务接入，目前API同步开放内测申请。（央广网）

财政部、税务总局和中央宣传部2024年12月11日对外发布《关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业税收政策的公告》提出，经营性文化事业单位转制为企业，可以享受过渡期税收优惠政策。具体包括，经营性文化事业单位于2022年12月31日前转制为企业的，自转制注册之日起至2027年12月31日免征企业所得税。由财政部门拨付事业经费的文化单位于2022年12月31日前转制为企业的，自转制注册之日起至2027年12月31日对其自用房产免征房产税。（人民网）

被称为“游戏界奥斯卡”的全球年度游戏大奖 The Game Awards (“TGA”), 于 2024 年 12 月 13 日在美国洛杉矶举办。《黑神话: 悟空》获四项提名, 并最终获得最佳动作游戏等两项大奖。另一款来自中国上海的国产 3A 游戏《Catly》获展示资格也引各方瞩目。这是继去年《黑神话: 悟空》获展示资格后, 又一款中国原创作品亮相 TGA。(人民网)

2024 年 12 月 12 日至 13 日, 2024 年度中国游戏产业年会在京举行, 中国音像与数字出版协会第一副理事长、游戏工委主任委员张毅君发布《2024 中国游戏产业报告》。报告显示, 2024 年, 国内游戏市场实际销售收入 3257.83 亿元, 同比增长 7.53%, 再创新高。2024 年, 国内游戏用户规模 6.74 亿人, 同比增长 0.94%, 亦为历史新高点。2024 年, 中国自主研发游戏国内市场实际销售收入 2607.36 亿元, 同比增长 1.70%, 增速有所放缓。2024 年, 中国自主研发游戏海外市场实际销售收入 185.57 亿美元, 同比增长 13.39%, 其规模已连续五年超过千亿元人民币, 并再创新高。(贝壳财经)

索尼集团 2024 年 12 月 19 日宣布, 将与日本内容巨头角川集团 (KADOKAWA) 开展资本和业务合作, 将投资近 500 亿日元 (约合 3.2 亿美元) 收购后者新股, 持股比例提高至 10% 左右, 成为角川集团最大股东。角川计划将 200 亿日元用于开发和收购新 IP, 297 亿日元用于加强全球分销。角川集团旗下拥有知名游戏开发商 FromSoftware, 还涉及出版、影像、Web 服务等业务, 拥有角川书店等知名品牌。(界面新闻)

2024 年 12 月 13 日, 《国务院关于修改和废止部分行政法规的决定》(中华人民共和国国务院令 第 797 号) 发布, 自 2025 年 1 月 20 日起施行。《决定》明确修改《广播电视管理条例》, 删去“设立电视剧制作单位审批”的相关条款。国家广播电视总局新闻发言人就此回答记者提问。(央视新闻)

国家新闻出版署公布了 2024 年 12 月份国产网络游戏审批信息, 共 122 款新游获批。其中包括 8 款移动兼客户端游戏、1 款客户端游戏、1 款 VR 游戏、1 款移动兼客户端兼 Switch 游戏、1 款移动兼客户端兼 PS5 游戏、1 款移动兼网页游戏, 其余 109 款均为移动游戏 (含 33 款休闲益智类移动游戏)。(财联社)

2024 年 12 月 26 日, 红果短剧发布消息称, 在接受广电主管部门约见后, 高度重视, 迅速响应, 坚决落实好主管部门关于微短剧管理的有关规定和指导要求, 进一步完善审核制度, 即日起对平台上所有剧集进行逐一排查, 对于发现的违规内容, 立即采取下线等措施。平台也将定期向公众发布治理公告, 接受社会各界的监督和建。 (新京报)

2024 年 12 月 31 日, 阿里云在官方公众号发文称, 本年度第三轮大模型降价, 通义千问视觉理解模型全线降价超 80%, 最低 0.0015 元/千 tokens。Qwen-VL-Plus 直降 81%, 输入价格仅为 0.0015 元/千 tokens, 创下全网最低价格; 更高性能的 Qwen-VL-Max 降至 0.003 元/千 tokens, 降幅达 85%。按照最新价格, 1 块钱可以最多处理大约 600 张 720P 图片, 或 1700 张 480P 图片。(贝壳财经)

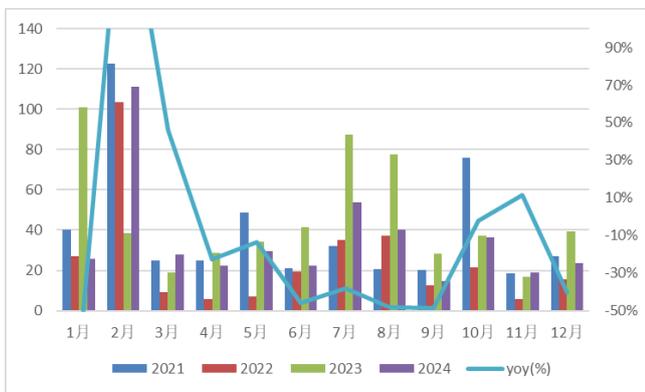
4. 行业月度数据

4.1. 电影市场

2024年12月国内电影市场票房23.50亿元，同比减少40.43%，环比增加25.20%；观影人次5858.3万，同比减少39.18%，环比增加22.92%；平均票价39.83元，同比下滑2.06%，环比提升1.86%；放映场次1150.7万场，同比增加1.59%，环比增加2.22%；上座率4.3%，同比下滑2.7pct，环比提升0.8pct。

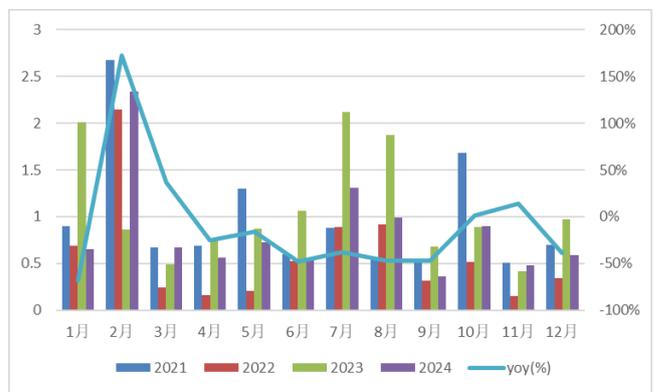
结合全年数据，2024年国内电影市场票房426.22亿元，同比减少22.13%，观影人次10.13亿，同比减少22.02%。

图3：国内电影市场票房情况（亿元）



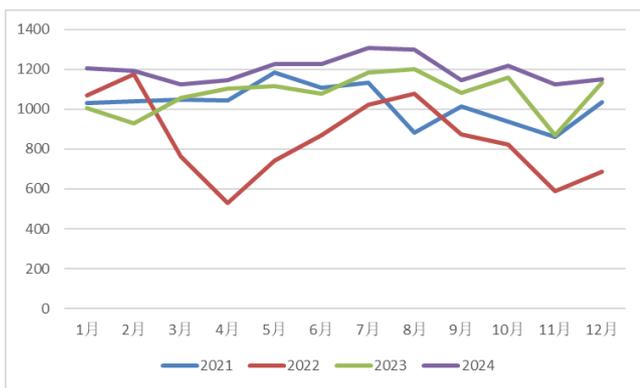
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

图4：国内电影市场观影人次情况（亿人）



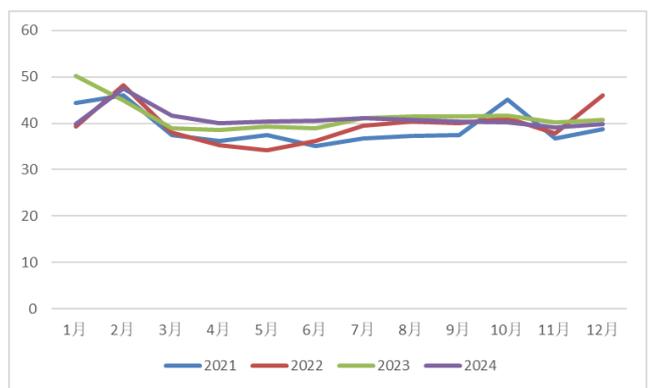
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

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

2024 年 12 月票房排名前四的影片分别是《小小的我》《好东西》《误杀 3》，单月票房分别为 3.72 亿元、3.71 亿元和 2.99 亿元，票房占比分别为 15.8%、15.8%、12.7%，排片占比分别为 4.8%、16.6%、4.3%。

表 3：2024 年 12 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
小小的我	37157.16	15.8%	4.8%	6.76 亿元	2024-12-27
好东西	37147.10	15.8%	16.6%	7.18 亿元	2024-11-22
误杀 3	29860.96	12.7%	4.3%	7.16 亿元	2024-12-28
误判	20828.91	8.8%	7.9%	2.43 亿元	2024-12-27
破·地狱	18066.42	7.6%	7.3%	2.01 亿元	2024-12-14
孤星计划	10205.33	4.3%	6.6%	1.02 亿元	2024-12-07
“骗骗喜欢你”	10165.75	4.3%	1.6%	3.10 亿元	2024-12-31
狮子王：木法沙传奇	8868.29	4.3%	1.6%	1.09 亿元	2024-12-20

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

表 4：2025 年 1 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、引进或发行等)
1 月 1 日	帕丁顿熊 3：秘鲁大冒险	喜剧/动画/冒险/家庭	英国	中国电影
1 月 3 日	火锅艺术家	喜剧	中国	中国电影
1 月 10 日	假爸爸	剧情/喜剧	中国	
	刺猬索尼克 3	喜剧/动作/动画	美国	中国电影
1 月 11 日	恶行之外	犯罪/剧情	中国香港	
	穿越时空的少女	爱情/动画	日本	中国电影
1 月 13 日	封神第一部 (重映)	神话/动作/史诗	中国	北京文化
1 月 17 日	去唱卡拉 OK 吧!	喜剧/剧情	中国	中国电影
	狗的审判	喜剧/动物	瑞士/法国	中国电影
1 月 18 日	真爱找麻烦	喜剧	中国	
	茉莉的冒险	剧情/家庭	中国	中国电影
1 月 29 日	唐探 1900	喜剧/动作/悬疑	中国	万达电影、中国电影、上海电影、金逸影视、华策影视、幸福蓝海

哪吒之魔童脑海	喜剧/剧情/动画	中国	光线传媒
射雕英雄传：侠之大者	武侠	中国	中国电影、横店影视
封神第二部：战火西岐	神话/史诗/战争/动作	中国	北京文化
熊出没·重启未来	动画/科幻/冒险/喜剧	中国	华强方特、横店影视、中国电影、万达电 影、芒果超媒、
蛟龙行动	剧情/动作/战争	中国	博纳影业、贵广网络

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

2024年12月，珠海横琴万达电影院线票房3.67亿元，市场占有率17.19%，环比下滑0.67pct，中影电影院线票房2.22亿元，市场占有率10.40%，环比提升0.17pct；深圳市中影南方电影新干线票房2.19亿元，市场占有率10.26%，环比提升0.56pct。

表 5：2024 年 12 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	3.67	17.19%	971.5	7.6	37.8
中影电影院线	2.22	10.40%	611.0	4.8	36.4
深圳市中影南方电影新干线	2.19	10.26%	598.9	6.5	36.6
上海联合电影院线	1.85	8.67%	464.3	6.9	39.9
横店影视	9733.9 万元	4.56%	281.9	4.7	34.5
广州金逸珠江电影院线	8692.1 万元	4.07%	242.2	6.9	35.9
江苏幸福蓝海院线	8522.3 万元	3.99%	242.1	5.0	35.2
广东大地电影院线	8278.1 万元	3.88%	242.1	3.5	34.2
北京华夏联合电影院线	7650.4 万元	3.58%	214.9	4.6	35.6
浙江时代电影院线	6861.7 万元	3.21%	194.5	4.3	35.3
全国	21.35 亿元	(CR10) 69.81%	5858.4	5.1	36.4

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

2024年12月，万达影投票房3.27亿元，市场占有率15.32%，环比下滑1.54pct；横店影投票房8790.7万元，市场占有率4.12%，环比提升0.63pct；CGV影投票房6634.0万元，市场占有率3.11%，环比下滑0.05pct。

表 6：2024 年 12 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	3.27 亿元	15.32%	856.8	8.0	38.2
横店影投	8790.7	4.12%	255.1	4.9	34.5
CGV 影投	6634.0	3.11%	156.4	11.4	42.4
星轶影投	5534.9	2.59%	152.3	8.8	36.3
博纳影投	4969.1	2.33%	133.2	8.9	37.3
金逸影投	4801.2	2.25%	131.3	8.7	36.6
中影影投	4631.4	2.17%	128.3	9.2	36.1
万影影投	4033.1	1.89%	95.2	16.0	42.4
幸福蓝海影投	3773.3	1.77%	107.6	6.8	35.1
百老汇影投	3131.4	1.47%	62.0	15.3	50.5
全国	21.35 亿元	(CR10) 37.00%	5858.4	5.1	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 2024 年 12 月全网正片播放量，电视剧排名前五的分别是《我是刑警》《清明上河图密码》《清明上河图密码》《好运家》《西北岁月》；网剧排名前五的分别是《猎罪图鉴 2》《九重紫》《蜀锦人家》《白夜破晓》《冬至》。

表 7：2024 年 12 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	我是刑警	16.76 亿	猎罪图鉴 2	12.82 亿
2	清明上河图密码	5.51 亿	九重紫	10.86 亿
3	婚内婚外	2.77 亿	蜀锦人家	7.30 亿
4	好运家	2.12 亿	白夜破晓	4.78 亿
5	西北岁月	1.81 亿	冬至	3.72 亿
6	深潜	1.36 亿	珠帘玉幕	2.37 亿
7	小型人家	1.33 亿	黑白森林	2.08 亿
8	大奉打更人	1.25 亿	永夜星河	1.85 亿
9	宿敌	5152.8 万	斗罗大陆之燃魂战	1.59 亿
10	好团圆	3913.3 万	不讨好的勇气	1.30 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 2024 年 12 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·茶马古道篇》《声生不息·大湾区季》《时光音乐会 第四季》《我家那小子·好好生活季》《芒果新生班·搭档季》；网络综艺排名前五的分别是《现在就出发 第二季》《你好，星期六 2024》《再见爱人 第四季》《团建不能停》《喜剧大会》。

表 8：2024 年 12 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	奔跑吧·茶马古道篇	5.80%	现在就出发 第二季	15.84%
2	声生不息·大湾区季	5.70%	你好，星期六 2024	6.16%
3	时光音乐会 第四季	3.76%	再见爱人 第四季	5.57%
4	我家那小子·好好生活季	2.59%	团建不能停	5.07%
5	芒果新生班·搭档季	2.58%	喜剧大会	4.58%
6	有歌 2024	2.49%	闪耀的恒星	4.37%
7	国医少年志	1.15%	女子推理社 第二季	3.48%
8	非常想组队	0.82%	你们说了算—里院来挑战	1.55%
9	动感地带芒果卡“无限 X” 巡回演唱会-广州站	0.56%	太阳市集	1.49%
10	金鸡啼晓	0.56%	桃花坞开放中 第三季	1.33%

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 年中国游戏产业报告》显示，2024 年中国游戏市场实际销售收入 3257.83 亿元，同比增长 7.53%；游戏用户规模 6.74 亿人，同比增长 0.94%；移动游戏市

场实际销售收入 2382.17 亿元，同比增长 5.01%；客户端游戏市场实际销售收入 679.81 亿元，同比增长 2.56%；电子竞技游戏市场实际销售收入 1429.45 亿元，同比增加 7.52%；中国自主研发游戏海外实际销售收入 185.57 亿美元，同比增长 13.39%，多项数据达到历史新高。

增长的主要原因：一方面游戏新品数量增加且出现爆款大作，二是多款长青产品运营平稳，三是小游戏增长势头强劲，四是多端发行与云游戏使用户消费更为便利。

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：国内游戏用户规模



资料来源：伽马数据，中原证券研究所

图 11：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

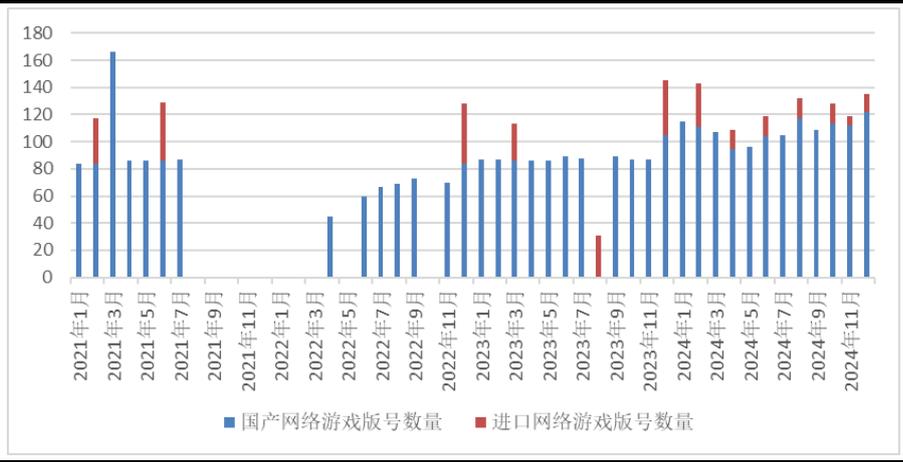
图 12：中国自主研发网络游戏海外市场收入



资料来源：伽马数据，中原证券研究所

2024 年 12 月共发放国产游戏版号 122 款，环比增加 10 款，进口游戏版号 13 款。2024 年共发放国产游戏版号 1306 款，同比增加 33.67%，发放进口游戏版号 111 款，同比增加 13.27%。

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 11 月中国手游收入 TOP30 中,《Whiteout Survival》《PUBG MOBILE》《使命召唤手游》《Gossip Harbor 绯闻港口》《Age of Origins》排名前五。

2024 年 11 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 18.7 亿美元, 占全球 TOP100 手游发行商收入 34.8%, 腾讯、网易、点点互动、米哈游、灵犀互娱排名前五。

图 14: 2024 年 11 月中国手游收入 TOP30

图 15: 2024 年 11 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 12 月 31 日 iOS 畅销榜游戏排行中,《恋与深空》《王者荣耀》《地下城与勇士》《无尽冬日》《逆水寒》排名前五。iOS 免费榜中,《问剑长生》《天启圣源》《王者荣耀》《和平精英》《开心消消乐》排名前五。

表 9: 手机游戏排行榜 (2024 年 12 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	恋与深空	叠纸游戏	问剑长生	雷霆游戏
2	王者荣耀	腾讯游戏	天启圣源	千千数运
3	地下城与勇士	腾讯游戏	王者荣耀	腾讯游戏
4	无尽冬日	点点互动	和平精英	腾讯游戏
5	逆水寒	网易游戏	开心消消乐	乐元素
6	梦幻西游	网易游戏	谁是大卧底	空岛科技
7	和平精英	腾讯游戏	三角洲行动	腾讯游戏
8	FGO	BiliBili	蛋仔派对	网易游戏
9	捕鱼大作战	途游在线	金铲铲之战	腾讯游戏
10	金铲铲之战	腾讯游戏	神庙逃亡2	创梦天地

资料来源：七麦数据，中原证券研究所

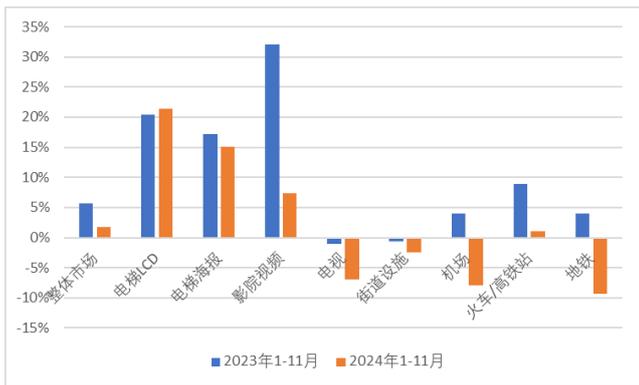
4.5. 广告市场

根据 CTR 数据显示，2024 年 1-11 月广告市场同比上涨 1.7%，11 月份广告市场刊例花费同比下跌 1.0%，环比下跌 6.1%。

分渠道来看，2024 年 1-11 月电梯 LCD、电梯海报继续保持双位数增长，同比分别增长 21.4% 和 15.1%，影院视频刊例花费同比增长 7.4%，火车/高铁站同比增长 1.0%；电视、街道设施、机场、地铁等渠道有不同程度的下降。

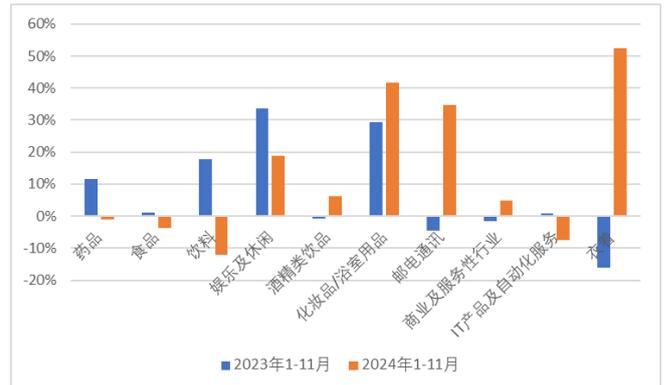
从具体的行业和品牌来看，2024 年 1-11 月广告市场的头部榜单中，娱乐及休闲、化妆品/浴室用品、邮电通讯、衣着行业广告刊例花费同比增长均达双位数；酒精类饮品、商业及服务性行业的广告投放也呈现个位数的同比上涨；药品、食品、饮料行业投放量大，持续位居榜单前列。

图 16：2024 年 1-11 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 1-11 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）2024 年 12 月上涨 3.09%，跑赢沪深 300 指数 2.62pct，跑赢上证指

数 2.32pct，跑赢创业板指 6.79pct。

公司 2024 年 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”，争取在 2027 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。