

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

# DeepSeek R1 引强烈关注，《哪吒 2》 大幅抬高票房天花板

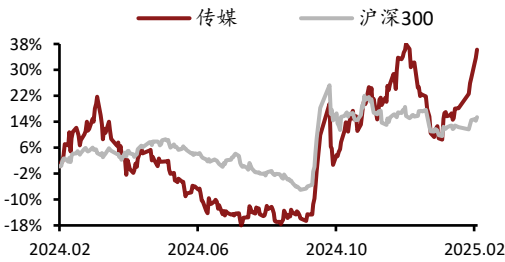
——传媒行业月报

## 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 02 月 13 日



资料来源：聚源，中原证券研究所

### 相关报告

《传媒行业分析报告：春节档量价齐升刷新纪录，《哪吒 2》抬高国内票房天花板》  
2025-02-09

《传媒行业月报：CES 展端侧 AI 引关注，春节假期将至关注电影市场表现》 2025-01-16

《传媒行业专题研究：票房下滑超 20%，关注春节档表现》 2025-01-08

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：**2025 年 1 月传媒板块上涨 0.20%，同期沪深 300、上证指数、创业板指分别下跌 2.99%、3.02%、3.63%，传媒板块分别跑赢 3.19pct、3.22pct、3.83pct。在 1 月全行业涨跌幅排名中，传媒板块排在第 4 名。

2025 年 1 月板块的估值相比 2024 年 12 月基本持平。截至 1 月 27 日，中信传媒板块 PE (ttm, 整体法, 剔除负值) 为 23.51 倍, 2019 年以来板块市盈率平均值为 24.46 倍, 中位数为 23.90 倍, 最大值为 42.74 倍, 最小值为 16.46 倍, 当前 PE 历史分位为 47.9%。

- **投资建议：**春节档电影市场以 95.10 亿元票房收官，观影人次和票房均刷新同档期记录。增长核心动力来自于优质影片的出现，动画电影《哪吒之魔童闹海》火爆出圈，不仅打破国内电影市场票房纪录，还大幅抬高天花板，目前票房已近百亿元，也说明电影市场强供给驱动的特征比较显著。爆款内容带动电影院客流量大幅增加，不仅带来放映业务的增长，卖品、映前广告等高毛利的非票业务也受带动，改善影院方的收入结构和盈利能力。考虑到电影行业的核心矛盾依然是优质内容的稀缺性，建议持续关注国内外影片的立项、制作、定档、引进情况。

DeepSeek R1 模型引发市场强烈关注，相比竞品模型，DeepSeek R1 在深度思考、推理能力、训练成本、处理速度等方面的优势明显，推动访问使用量急速上升，已成为目前最快突破 3000 万日活用户的应用程序。高性能+低成本的特点能够使更多中小企业快速部署 AI，推动 AI 技术普惠化。同时采用开源的技术路线也能够进一步助力技术升级，推动模型整体能力的提升。DeepSeek R1 的出现有望加速推动 AI 应用的涌现和规模扩张。建议继续关注 AI 应用端的变化。

2024 年的国产 3A 单机买断制游戏《黑神话：悟空》以及 2025 年动画电影《哪吒之魔童闹海》作为国产优质文化内容的标杆性产品在海外传播方面实现突破，增强中华优秀传统文化海外影响力，彰显中国文化软实力。现象级作品的出现意味着国内游戏、影视产业在人才培养、技术研发、内容创作理念等方面已取得长足进步，未来有望继续产出更多优质文化内容产品并实现海外输出，也符合国家建设文化强国的政策导向。除此之外，《黑神话：悟空》《哪吒之魔童闹海》等产品在 IP 联名、衍生品方面也实现了较大的突破，手办模型、品牌联动、盲盒玩偶、官方设定集等衍生产品热销，显示了消费者对于优质 IP 的认同以及为 IP 衍生品付费的意愿，IP 衍生市场

存在巨大的潜力。另一方面，通过 IP 授权、联动等方式不仅为版权方带来了内容消费之外的收入来源，也有利于巩固内容 IP 的长期影响力，强化内容 IP 形象。建议持续关注 IP 产业链。

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、万达电影、中国电影。

**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. 1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.....	8
4.1. 电影市场.....	8
4.2. 影视剧市场.....	11
4.3. 综艺节目市场.....	11
4.4. 游戏市场.....	12
4.5. 广告市场.....	14
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.....	15
6. 风险提示.....	16

## 图表目录

图 1: 2025 年 1 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.....	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: 国内游戏用户规模.....	12
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.....	13
图 14: 2025 年 1 月中国手游收入 TOP30.....	14
图 15: 2025 年 1 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: 2025 年 1 月中信传媒行业二级与三级子板块涨跌幅.....	6
表 2: 2025 年 1 月传媒板块个股涨跌幅 TOP10.....	6
表 3: 2025 年 1 月影片票房情况.....	10
表 4: 2025 年 2 月部分上映电影档期.....	10
表 5: 2025 年 1 月院线数据 (不含服务费).....	10
表 6: 2025 年 1 月影投数据 (不含服务费).....	11
表 7: 2025 年 1 月电视剧/网剧全网正片播放量.....	11
表 8: 2025 年 1 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 (2025 年 1 月 31 日) ..... 14

## 1. 投资建议

春节档电影市场以 95.10 亿元票房收官，观影人次和票房均刷新同档期记录。增长核心动力来自于优质影片的出现，动画电影《哪吒之魔童闹海》火爆出圈，不仅打破国内电影市场票房纪录，还大幅抬高天花板，目前票房已近百亿元，也说明电影市场强供给驱动的特征比较显著。爆款内容带动电影院客流量大幅增加，不仅带来放映业务的增长，卖品、映前广告等高毛利的非票业务也受带动，改善影院方的收入结构和盈利能力。考虑到电影行业的核心矛盾依然是优质内容的稀缺性，建议持续关注国内外影片的立项、制作、定档、引进情况。

DeepSeek R1 模型引发市场强烈关注，相比竞品模型，DeepSeek R1 在深度思考、推理能力、训练成本、处理速度等方面的优势明显，推动访问使用量急速上升，已成为目前最快突破 3000 万日活用户的应用程序。高性能+低成本的特点能够使更多中小企业快速部署 AI，推动 AI 技术普惠化。同时采用开源的技术路线也能够进一步助力技术升级，推动模型整体能力的提升。DeepSeek R1 的出现有望加速推动 AI 应用的涌现和规模扩张。建议继续关注 AI 应用端的变化。

2024 年的国产 3A 单机买断制游戏《黑神话：悟空》以及 2025 年动画电影《哪吒之魔童闹海》作为国产优质文化内容的标杆性产品在海外传播方面实现突破，增强中华优秀传统文化海外影响力，彰显中国文化软实力。现象级作品的出现意味着国内游戏、影视产业在人才培养、技术研发、内容创作理念等方面已取得长足进步，未来有望继续产出更多优质文化内容产品并实现海外输出，也符合国家建设文化强国的政策导向。除此之外，《黑神话：悟空》《哪吒之魔童闹海》等产品在 IP 联名、衍生品方面也实现了较大的突破，手办模型、品牌联动、盲盒玩偶、官方设定集等衍生产品热销，显示了消费者对于优质 IP 的认同以及为 IP 衍生品付费的意愿，IP 衍生市场存在巨大的潜力。另一方面，通过 IP 授权、联动等方式不仅为版权方带来了内容消费之外的收入来源，也有利于巩固内容 IP 的长期影响力，强化内容 IP 形象。建议持续关注 IP 产业链。

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、万达电影、中国电影。

## 2. 1 月行情回顾

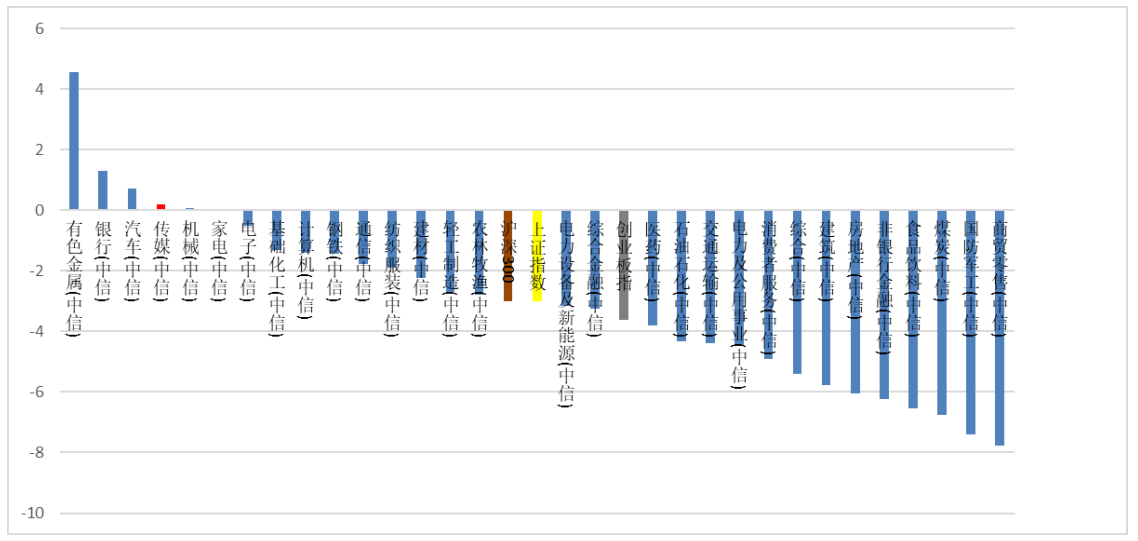
### 2.1. 行情回顾

2025 年 1 月传媒板块上涨 0.20%，同期沪深 300、上证指数、创业板指分别下跌 2.99%、3.02%、3.63%，传媒板块分别跑赢 3.19pct、3.22pct、3.83pct。在 1 月全行业涨跌幅排名中，传媒板块排在第 4 名。

子板块表现分化，各有涨跌。1 月 DeepSeek 主题的火热对相关个股和子板块涨跌幅影响

较大, 动漫板块涨幅 12.83%, 信息搜索与聚合板块涨幅 8.93%, 互联网广告营销板块涨幅 6.53%; 社交与互动媒体、广播电视、出版分别下跌 4.13%、3.73%、2.13%。

图 1: 2025 年 1 月 A 股主要板块涨跌幅 (%)



资料来源: Wind, 中原证券研究所

表 1: 2025 年 1 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	-2.70%	出版	-2.13%
		广播电视	-3.71%
广告营销	1.68%	互联网广告营销	6.53%
		其他广告营销	-4.47%
文化娱乐	-0.08%	影视	-0.75%
		动漫	12.83%
		游戏	-0.20%
		其他文化娱乐	-0.51%
互联网媒体	2.76%	信息搜索与聚合	8.93%
		社交与互动媒体	-4.13%
		互联网音视频	2.17%

资料来源: Wind, 中原证券研究所

板块 142 只个股中 61 只上涨, 1 只持平, 80 只下跌。单月涨幅最高的有每日互动、世纪天鸿、引力传媒、焦点科技、龙韵股份、利欧股份、易点天下、视觉中国、广西广电、天娱数科; 跌幅最高的有\*ST 富润、返利科技、紫天科技、华扬联众、湖北广电、大晟文化、三人行、华闻集团、旗天科技、无线传媒。

表 2: 2025 年 1 月传媒板块个股涨跌幅 TOP10

涨幅 TOP10	涨幅 (%)	跌幅 TOP10	跌幅 (%)
每日互动	64.95%	*ST 富润	-27.01%
世纪天鸿	28.74%	返利科技	-22.53%
引力传媒	23.03%	紫天科技	-19.81%

焦点科技	22.07%	华扬联众	-18.62%
龙韵股份	19.27%	湖北广电	-15.22%
利欧股份	17.79%	大晟文化	-15.18%
易点天下	16.28%	三人行	-13.11%
视觉中国	16.13%	华闻集团	-11.94%
广西广电	15.62%	旗天科技	-10.70%
天娱数科	13.59%	无线传媒	-10.57%

资料来源：Wind，中原证券研究所

## 2.2. 估值水平

2025年1月板块的估值相比2024年12月基本持平。截至1月27日，中信传媒板块PE（ttm，整体法，剔除负值）为23.51倍，2019年以来板块市盈率平均值为24.46倍，中位数为23.90倍，最大值为42.74倍，最小值为16.46倍，当前PE历史分位为47.9%。

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

1月3日至4日，2025年全国广播电视工作会议在京召开。会议对2025年广播电视和网络视听重点工作作出部署。其中包括，实施广播电视和网络视听精品创作工程，完善总体规划、政策措施、体制机制，加强扶持引导，推动形成更多精品、更广传播、更优环境。实施广播电视融合发展工程，围绕“特色鲜明、技术先进、安全可靠”的基本要求，建设包含基础设施网、内容服务网、监测监管网“三张网”的新型广电网络，完成剩余8个省的“一省一网”整合，推动生成式人工智能创新融合应用和5G NR发展。巩固深化拓展电视“套娃”收费和操作复杂治理，推动一个遥控器和电视机机顶盒一体化规模部署，实现治本目标。（证券时报）

当地时间1月6日晚间，美国拉斯维加斯，英伟达CEO黄仁勋在国际消费类电子产品展览会（CES 2025）上发表开幕式主题演讲。在这场近一个半小时的演讲中，黄仁勋发布了新

一代 GeForce RTX50 系列显卡、宣布公司将与丰田汽车共同开发下一代自动驾驶汽车，并推出了一些新的 AI 模型。（澎湃新闻）

2025 年 1 月，在此前密集出台相关领域政策基础上，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》（以下简称《若干措施》），从激发消费活力、满足特色需求、扩大优质供给、培育消费场景、创新产业政策、优化消费环境等六大方面提出 18 条具体措施，深化“文旅+百业”“百业+文旅”，以扩大规模、做大总量为基础，以突出增量、提升质量为目标，促进文化和旅游消费提质升级、进一步提振行业信心。（新华社）

从 2025 年 1 月 13 日起，大量定位在美国的用户涌入小红书平台，并且发帖自称“TikTok 难民”。截至发稿，该话题下的内容已经有超过 5800 万浏览、166 万讨论。不少“TikTok 难民”表示，此举是为了应对 TikTok 可能被禁的情况。美国政府要求 TikTok 母公司字节跳动在 1 月 19 日之前剥离 TikTok，否则将关闭该应用。TikTok 在美国大约拥有 1.7 亿用户。这一波天降流量，带动小红书在 1 月 14 日登上 App Store 美区的免费排行榜第一。紧随其后的，是字节跳动推出的“海外版小红书”Lemon8。（新浪财经）

为贯彻落实中央办公厅、国务院办公厅《关于强化知识产权保护的意见》工作部署，营造健康有序的春节观影环境，护航电影产业高质量发展，国家版权局、国家电影局、公安部、文化和旅游部相关部门于近日联合部署开展院线电影版权保护专项工作。据了解，院线电影版权保护工作聚焦事前防范、事中监管、事后处置三个关键环节，通过加强重点作品预警保护、积极开展宣传引导、加大线上线下监测监管、依法查处院线电影盗录传播案件，进一步维护良好的电影市场版权秩序。（法制日报）

1 月 21 日，国家新闻出版署官网公布了 2025 年 1 月国产网络游戏和进口网络游戏版号名单。本次发布的名单中，共 136 款游戏获批，包含 123 款国产游戏和 13 款进口游戏。其中，123 款国产游戏中，单平台游戏包括 58 款移动端游戏，52 款移动-休闲益智游戏，3 款客户端游戏。跨平台游戏中，则有 8 款移动、客户端双端游戏，2 款移动、网页双端游戏。13 款进口游戏中，包括 8 款移动端游戏、2 款客户端游戏、3 款移动、客户双端游戏。（证券时报网）

据国家电影局统计，2025 年春节档票房为 95.10 亿元，观影人次为 1.87 亿，同比分别增长 18.64% 和 14.68%。春节档上映的六部新片票房分别为：《哪吒之魔童闹海》48.39 亿元，《唐探 1900》22.78 亿元，《封神第二部：战火西岐》9.98 亿元，《射雕英雄传：侠之大者》5.92 亿元，《熊出没·重启未来》5.09 亿元，《蛟龙行动》2.74 亿元。截至 2 月 5 日 9:00，2025 年电影总票房为 116.34 亿元，观影人次为 2.40 亿。（光明网）

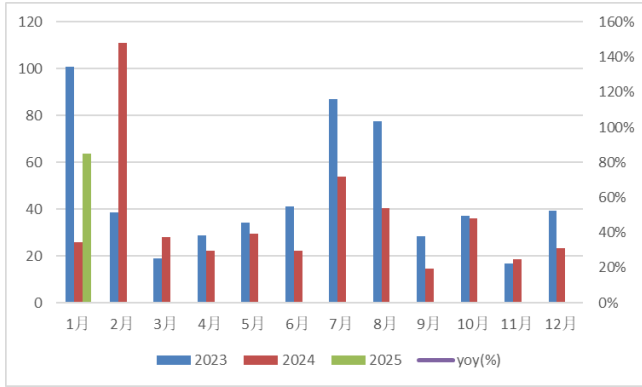
## 4. 行业月度数据

### 4.1. 电影市场

2025 年 1 月国内电影市场票房 63.70 亿元，同比增加 146.61%，环比增加 171.06%；观

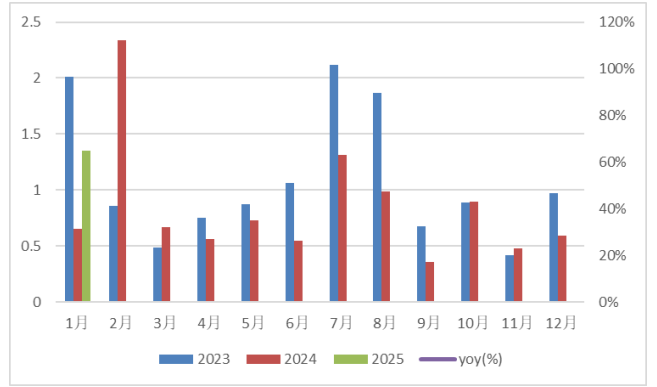
影人次 1.35 亿, 同比增加 107.69%, 环比增加 128.81%; 平均票价 47.19 元, 同比增加 18.74%, 环比增加 18.48%; 放映场次 1243.3 万场, 同比增加 3.32%, 环比增加 8.05%; 上座率 9.1%, 同比提升 4.6pct, 环比提升 4.8pct。

图 3: 国内电影市场票房情况 (亿元)



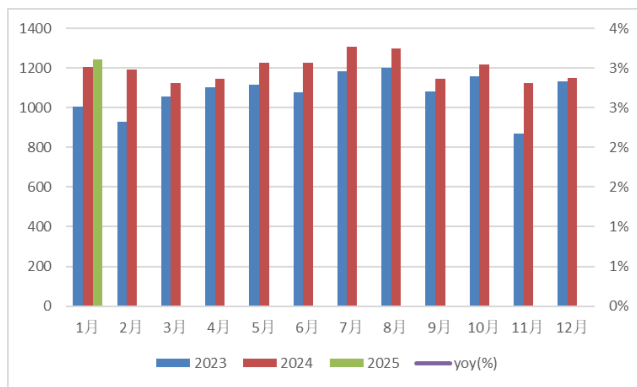
资料来源: 灯塔专业版, 中原证券研究所

图 4: 国内电影市场观影人次情况 (亿人)



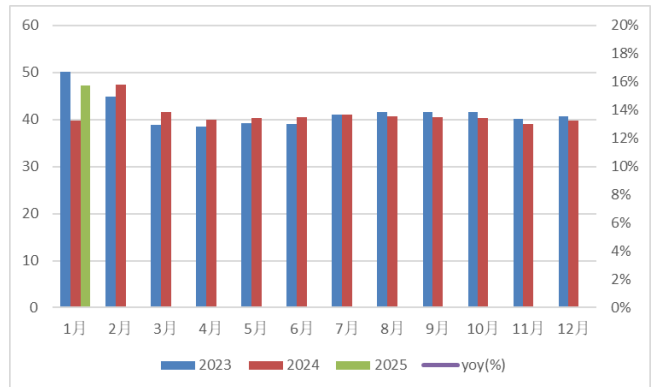
资料来源: 灯塔专业版, 中原证券研究所

图 5: 国内电影市场放映场次情况 (万场)



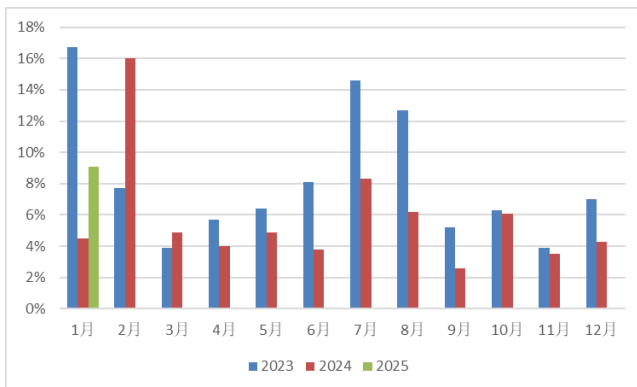
资料来源: 灯塔专业版, 中原证券研究所

图 6: 国内电影市场平均票价情况 (元) (含服务费)



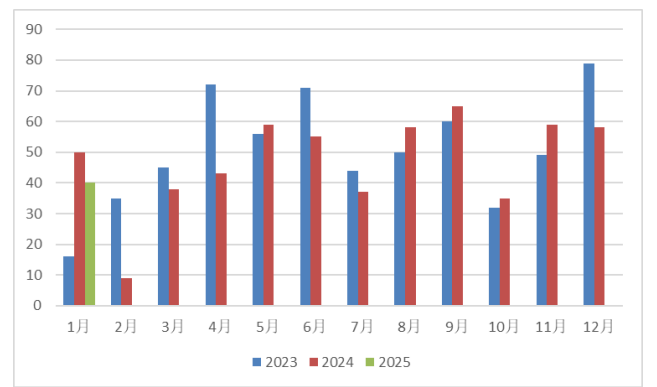
资料来源: 灯塔专业版, 中原证券研究所

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

2025年1月票房排名前三的影片分别是《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》《封神第二部：战火西岐》，单月票房分别为15.87亿元、12.22亿元和7.37亿元，票房占比分别为24.9%、19.1%、11.5%，排片占比分别为3.1%、2.9%、2.2%。

**表 3：2025 年 1 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
哪吒之魔童闹海	158710.89	24.9%	3.1%	92.70 亿元	2025-01-29
唐探 1900	122231.19	19.1%	2.9%	29.37 亿元	2025-01-29
封神第二部：战火西岐	73707.42	11.5%	2.2%	11.28 亿元	2025-01-29
误杀 3	63141.71	9.9%	21.8%	9.31 亿元	2024-12-28
射雕英雄传：侠之大者	47606.15	7.4%	1.4%	6.32 亿元	2025-01-29
小小的我	39381.40	6.1%	16.3%	7.65 亿元	2024-12-27
“骗骗”喜欢你	34225.66	5.3%	14.6%	4.44 亿元	2024-12-31
熊出没·重启未来	30224.00	4.7%	1.1%	6.80 亿元	2025-01-29

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

**表 4：2025 年 2 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)
2月14日	美国队长 4	科幻/动作/冒险	美国	中国电影
	花样年华	剧情/爱情	中国香港	中国电影
	星际变种	科幻/恐怖	中国	
	消失的我	科幻/悬疑/惊悚	中国	
2月21日	你的颜色	动画/音乐/青春	日本	中国电影
2月22日	诡才之道	奇幻/喜剧	中国台湾	中国电影
2月28日	猫猫的奇幻漂流	动画/奇幻/冒险	拉脱维亚、法国、比利时	

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

2025年1月，珠海横琴万达电影院线票房9.20亿元，市场占有率16.10%，环比下滑1.09pct；中影电影院线票房6.04亿元，市场占有率10.57%，环比提升0.17pct；深圳市中影南方电影新干线票房4.35亿元，市场占有率7.61%，环比下滑2.64pct。

**表 5：2025 年 1 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	9.20	16.10%	1989.8	14.5	46.2
中影电影院线	6.04	10.57%	1432.8	10.4	42.2
深圳市中影南方电影新干线	4.35	7.61%	1054.6	10.6	41.3
上海联合电影院线	4.21	7.37%	934.1	12.9	45.2
横店影视	2.71	4.74%	696.4	11.1	39.0
广东大地电影院线	2.71	4.74%	667.4	9.2	40.7
江苏幸福蓝海院线	2.71	4.74%	640.4	12.0	42.3
浙江时代电影院线	2.13	3.73%	526.0	10.4	40.6
北京华夏联合电影院线	2.03	3.55%	504.3	9.8	40.4
广州金逸珠江电影院线	2.02	3.54%	491.1	12.9	41.1

全国 57.13 亿元 (CR10) 66.71% 1.35 亿 10.9 42.2

资料来源：猫眼专业版，中原证券研究所

2025 年 1 月，万达影投票房 8.03 亿元，市场占有率 14.06%，环比下滑 1.26pct；横店影投票房 2.36 亿元，市场占有率 4.13%，环比提升 0.01pct；星轶影投票房 1.64 亿元，市场占有率 2.87%，环比提升 0.28pct。

表 6：2025 年 1 月影投数据（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）
万达影投	8.03	14.06%	1712.8	14.9	46.9
横店影投	2.36	4.13%	615.4	11.2	38.4
星轶影投	1.64	2.87%	331.8	16.9	49.5
CGV 影投	1.24	2.17%	251.7	17.6	49.5
幸福蓝海影投	1.03	1.80%	246.5	14.4	41.8
金逸影投	1.00	1.75%	243.9	15.0	41.2
博纳影投	9876.3 万元	1.73%	232.3	14.4	42.5
中影影投	9785.8 万元	1.71%	238.3	15.8	41.1
万影影投	7251.1 万元	1.27%	143.1	22.2	50.7
UME 影投	5906.0 万元	1.03%	130.3	12.7	45.3
<b>全国</b>	<b>57.13 亿元</b>	<b>(CR10) 32.53%</b>	<b>1.35 亿</b>	<b>10.9</b>	<b>42.2</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 2025 年 1 月全网正片播放量，电视剧排名前五的分别是《大奉打更人》《国色芳华》《驻站》《真心英雄》《我是刑警》；网剧排名前五的分别是《白月梵星》《漂白》《千朵桃花一世开》《冬至》《猎罪图鉴 2》。

表 7：2025 年 1 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	大奉打更人	12.43 亿	白月梵星	9.80 亿
2	国色芳华	11.32 亿	漂白	7.10 亿
3	驻站	5.77 亿	千朵桃花一世开	5.00 亿
4	真心英雄	3.40 亿	冬至	4.86 亿
5	我是刑警	3.31 亿	猎罪图鉴 2	4.65 亿
6	清明上河图密码	3.00 亿	蔷薇风暴	4.53 亿
7	奔跑吧，医生	1.30 亿	九重紫	3.39 亿
8	锦囊妙录	1.01 亿	风中的火焰	2.83 亿
9	五福临门	5683.5 万	异人之下决战！碧游村	1.94 亿
10	小巷人家	5601.3 万	乡村爱情 17	1.76 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 2025 年 1 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》《你好，星期六 2025》《2024 腾讯视频星光大赏》

《快乐再出发·山海季》；网络综艺排名前五的分别是《现在就出发 第二季》《一路繁花》《团建不能停》《斗笑社 第三季》《女子推理社》。

表 8：2025 年 1 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	6.70%	现在就出发 第二季	7.47%
2	声生不息·大湾区季	5.33%	一路繁花	5.85%
3	你好，星期六 2025	5.13%	团建不能停	3.90%
4	2024 腾讯视频星光大赏	4.74%	斗笑社 第三季	3.71%
5	快乐再出发·山海季	4.10%	女子推理社	3.69%
6	我家那小子·好好生活季	3.59%	闪耀的恒星	3.15%
7	湖南卫视芒果 TV2024-2025 跨年晚会	1.85%	火星情报局 第七季	2.86%
8	非常敢想队	1.59%	太阳市集	2.35%
9	奔跑吧 第十二季	0.91%	名侦探的假期	2.16%
10	有歌 2024	0.89%	喜剧大会	2.03%

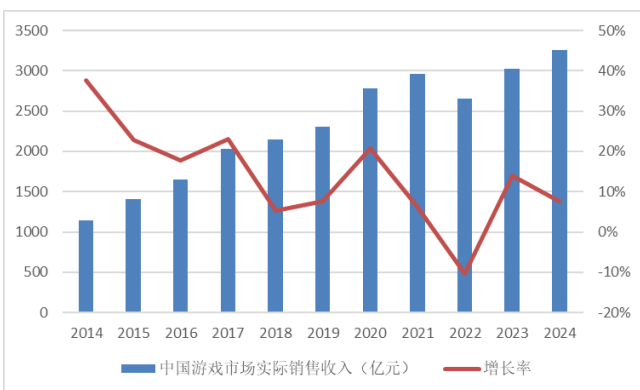
资料来源：灯塔专业版，中原证券研究所

#### 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。

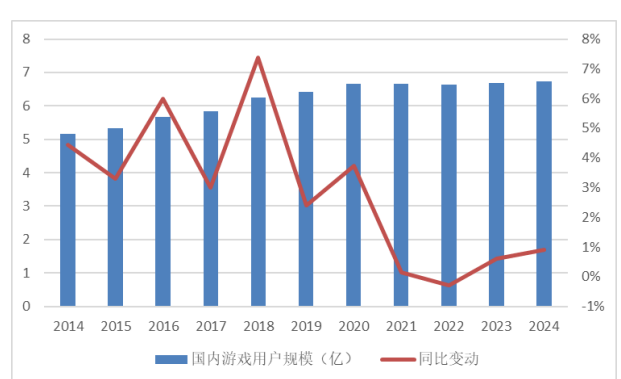
增长的主要原因：一方面游戏新品数量增加且出现爆款大作，二是多款长青产品运营平稳，三是小游戏增长势头强劲，四是多端发行与云游戏使用户消费更为便利。

图 9：国内游戏市场实际销售收入



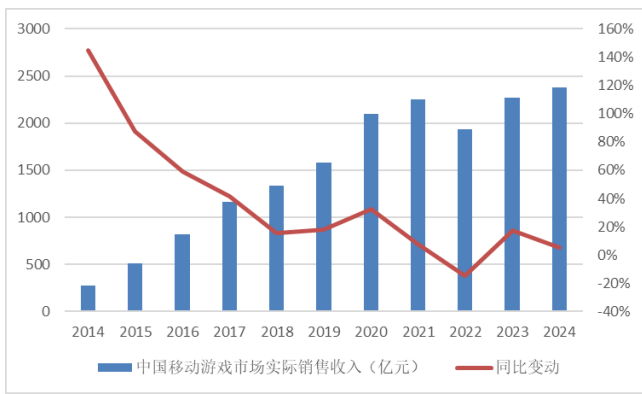
资料来源：伽马数据，中原证券研究所

图 10：国内游戏用户规模



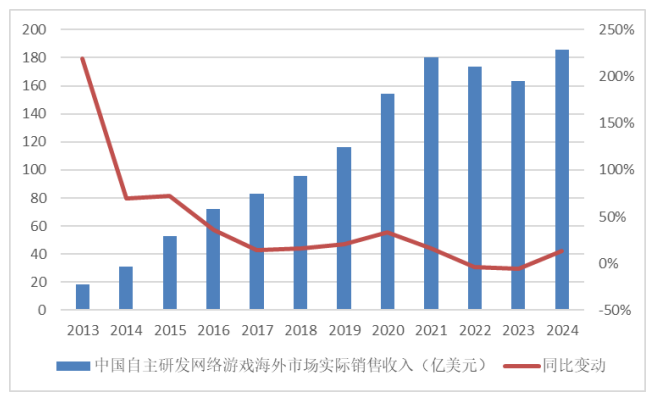
资料来源：伽马数据，中原证券研究所

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

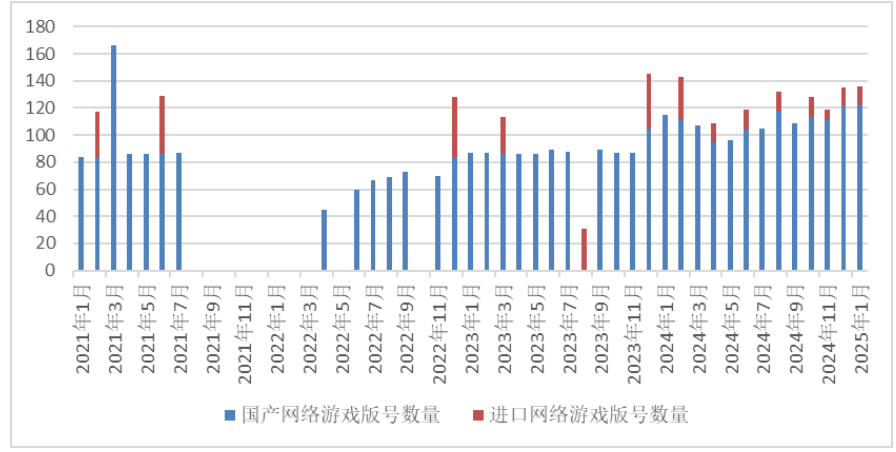
图 12: 中国自主研发网络游戏海外市场收入



资料来源: 伽马数据, 中原证券研究所

2025 年 1 月共发放国产游戏版号 123 款, 同比增加 8 款, 环比增加 1 款; 发放进口游戏版号 13 款。

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, 2025 年 1 月中国手游收入 TOP30 中,《Whiteout Survival》《原神》《PUBG MOBILE》《使命召唤手游》《崩坏: 星穹铁道》排名前五。

2025 年 1 月共 34 个中国厂商入围全球手游发行商收入榜 TOP100, 合计吸金 23.3 亿美元, 占全球 TOP100 手游发行商收入 39.2%, 腾讯、网易、点点互动、米哈游、海彼游戏排名前五。

图 14: 2025 年 1 月中国手游收入 TOP30



图 15: 2025 年 1 月中国手游发行商收入 TOP30



根据七麦数据统计的 2025 年 1 月 31 日 iOS 畅销榜游戏排行中,《王者荣耀》《和平精英》《金铲铲之战》《穿越火线-枪战王者》《无尽冬日》排名前五。iOS 免费榜中,《蛋仔派对》《王者荣耀》《和平精英》《开心消消乐》《金铲铲之战》排名前五。

表 9: 手机游戏排行榜 (2025 年 1 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	蛋仔派对	网易游戏
2	和平精英	腾讯游戏	王者荣耀	腾讯游戏
3	金铲铲之战	腾讯游戏	和平精英	腾讯游戏
4	穿越火线-枪战王者	腾讯游戏	开心消消乐	乐元素
5	无尽冬日	点点互动	金铲铲之战	腾讯游戏
6	蛋仔派对	网易游戏	欢乐麻将	腾讯游戏
7	英雄联盟手游	腾讯游戏	三角洲行动	腾讯游戏
8	QQ 飞车	腾讯游戏	我的世界: 移动版	网易游戏
9	地下城与勇士: 起源	腾讯游戏	贪吃蛇大作战	微派网络
10	第五人格	网易游戏	决胜巅峰	沐瞳科技

资料来源: 七麦数据, 中原证券研究所

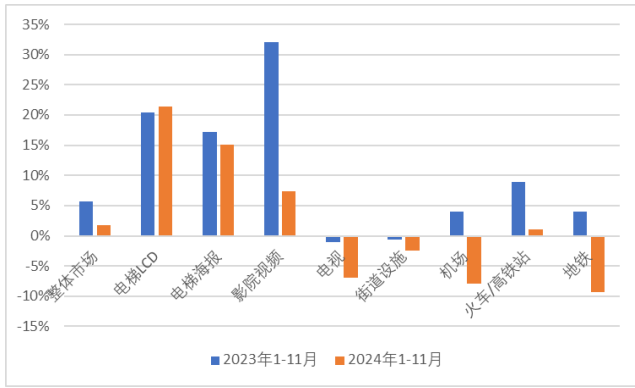
### 4.5. 广告市场

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 14%, 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。

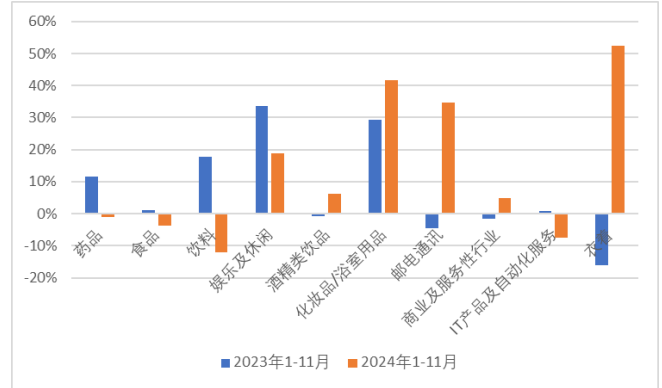
从具体的行业和品牌来看，2024年1-11月广告市场的头部榜单中，娱乐及休闲、化妆品/浴室用品、邮电通讯、衣着行业广告刊例花费同比增长均达双位数；酒精类饮品、商业及服务性行业的广告投放也呈现个位数的同比上涨；药品、食品、饮料行业投放量大，持续位居榜单前列。

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）2025年1月下跌0.44%，跑赢沪深300指数2.55pct，跑赢上证指数2.58pct，跑赢创业板指3.19pct。

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

1月9日，由河南省文化和旅游厅、河南省社会科学界联合会指导，河南省文化产业协会主办的2024河南文化产业盛典在郑州举行。盛典以“新质引领 融合焕新”为主题，聚焦新质生产力背景下的文旅产业融合与创新升级，会上隆重发布2024“诗与远方”河南文旅产业年度榜单。（正观新闻）

近日，由河南省文化和旅游厅、河南省社会科学界联合会指导，河南省文化产业协会主办的2024河南文化产业盛典在郑州举行。活动现场，河南省社会科学院课题组、河南省文化和旅游智库、河南省文化产业协会联合发布了《2024年度河南省文化和旅游产业发展报告》。河南省社会科学院文学研究所研究员宋朝丽对《报告》进行解读，从全国及河南层面介绍文旅产业发展情况，围绕重视流量经济、重视情绪价值、重视沉浸式体验三个方面介绍了河南文旅出圈的“流量密码”。（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。