

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

暑期档表现优异，关注基本面改善

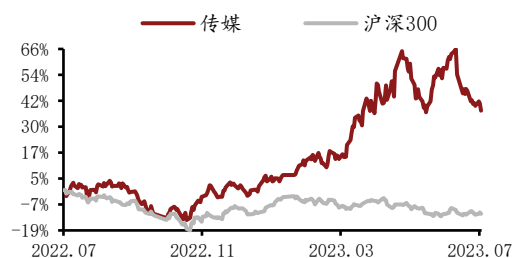
——传媒行业月报

证券研究报告-行业月报

强于大市(维持)

传媒相对沪深 300 指数表现

发布日期：2023 年 07 月 13 日



资料来源：Wind, 中原证券

相关报告

《传媒行业点评报告：暑期票房超 70 亿元，重磅影片蓄势待发》 2023-07-11

《传媒行业半年度策略：基本面逐渐好转，AI 带来内容生产变革》 2023-06-16

《传媒行业月报：5 月板块略有震荡，关注 VR/AR/MR 更新进展》 2023-06-05

联系人：马嶷琦

电话：021-50586973

地址：上海浦东新区世纪大道 1788 号 16 楼

邮编：200122

投资要点：

- **行情回顾：**6 月传媒板块下跌 1.73%，同期沪深 300、创业板指分别上涨 1.16% 和 0.98%，上证指数下跌 0.08%，传媒板块排在一级行业单月涨跌幅第 27 名。细分子板块中信息搜索与聚合、互联网音视频单月上涨幅度最高，分别达到 16.05% 和 12.27%，其次是动漫子版块，单月涨幅为 9.27%；互联网广告营销、出版以及其他文化娱乐单月下跌幅度相对较大，分别下跌 7.06%、6.13% 和 5.50%。

截止至 2023 年 6 月 30 日，中信传媒板块 PE (TTM，整体法，剔除负值) 为 31.49 倍，自 2018 年以来传媒板块市盈率平均值为 24.99 倍，中位数为 24.37 倍，当前估值处于历史分位的 85.8%。

- **重点数据跟踪：**1) 2023 年 6 月国内电影市场票房 41.33 亿元，同比增长 115.3%；观影人次 1.06 亿，同比增长 100.0%。1-6 月国内电影市场总票房 262.89 亿元，同比增长 53.02%；观影人次 6.04 亿，同比增长 51.76%；2) 游戏市场：4 月国内游戏市场实际销售收入 224.94 亿元，环比增加 2.96%，同比下降 2.16%，移动游戏市场实际销售收入 162.18 亿元，环比上升 4.03%，同比下降 4.37%。1-4 月国内游戏市场实际销售收入 900.03 亿元，同比减少 12.16%，移动游戏市场实际销售收入 649.12 亿元，同比减少 16.12%；3) 广告市场：5 月广告市场花费同比增长 21.4%，环比增长 15.6%。细分渠道中，电梯 LCD 和电梯海报 5 月投放分别同比增长 33.4% 和 37.0%，影院视频投放同比增幅超 1000%，火车/高铁投放同比增长 51.1%。1-5 月广告市场头部榜单中，食品、饮料、酒精类饮品、化妆品/浴室用品等快速消费品行业仍是投放主力。

- **投资建议：**前期较大涨幅下，6 月传媒板块延续调整，但我们坚持“AI+”将成为传媒板块中长期的重点主线之一，AI 技术将为内容的生产模式以及内容产品的形态带来较大的改变。当前的生成式人工智能技术已经在文生文、文生图方面得到初步应用，部分公司也表示将 AI 作为重要的生产力工具纳入日常工作流程之中，利用 AI 大模型或垂类专有模型提升公司的生产和运营效率，未来生成式人工智能技术的进步和迭代也有望在更加复杂的模式下实现内容的生成并提升生成内容的质量、稳定性和一致性，也将进一步扩大 AI 技术的应用普及范围。短期来看，当前的生成式 AI 虽然能够一定程度上提升公司的整体效率，但考虑目前仍处于早起的技术投入阶段，短期降本效果可能不明显，中长期或存在更多的成本优化空间。

另一条主线建议继续关注细分领域的基本面以及业绩改善情况。

2022 年 Q2 部分细分领域受当时的经营环境影响较大，市场规模和业绩均处于低点；在基数效应下，市场规模可能会呈现较大幅度的同比增长，属正常现象，同时关注同比以及环比改善的情况可能更具参考价值。目前来看，广告市场、电影市场、游戏市场以及图书市场的市场规模在 Q2 都呈现了一定的修复迹象，Q3 有望进一步回升。

风险提示：宏观经济波动影响文娱消费；监管政策收紧超预期；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 技术应用效果不及预期

内容目录

1. 7月投资建议	5
1.1. 行业观点	5
1.2. 重点关注公司估值表	6
2. 6月行情回顾	7
2.1. 行情回顾	7
2.2. 估值水平	8
3. 6月要闻	8
4. 行业月度数据	10
4.1. 电影市场	10
4.2. 影视剧市场	13
4.3. 综艺节目市场	13
4.4. 游戏市场	14
4.5. VR/AR 市场	15
4.6. 广告市场	16
5. 风险提示	17

图表目录

图 1: 2023 年 6 月 A 股主要板块涨跌幅	7
图 2: 中信传媒板块行业 PE	8
图 3: 国内电影市场票房情况 (亿元)	11
图 4: 国内电影市场观影人次情况 (亿人)	11
图 5: 国内电影市场放映场次情况 (万场)	11
图 6: 国内电影市场平均票价情况 (元) (含服务费)	11
图 7: 国内电影市场上座率	11
图 8: 国内电影市场放映影片数	11
图 9: 国内游戏市场实际销售收入	14
图 10: 国内移动游戏市场实际销售收入	14
图 11: 2023 年 6 月中国手游发行商收入 TOP30	15
图 12: 2023 年 6 月中国手游收入 TOP30	15
图 13: Steam 平台 VR 设备渗透率	16
图 14: Steam 平台 VR 设备活跃品牌	16
图 15: VR 应用平台内容数量	16
图 16: 广告整体市场花费变化	17
图 17: 广告市场户外渠道投放同比变化	17
表 1: 重点关注公司估值表	6
表 2: 2023 年 6 月中信传媒行业二级与三级子板块涨跌幅	7
表 3: 2023 年 6 月传媒板块个股涨跌幅 TOP10	8
表 4: 2023 年 6 月影片票房情况	12
表 5: 7 月部分上映电影档期	12
表 6: 2023 年 6 月院线数据 (不含服务费)	12
表 7: 2023 年 6 月影投数据 (不含服务费)	13
表 8: 2023 年 6 月电视剧/网剧热度排名	13
表 9: 2023 年 6 月电视综艺/网络综艺热度排名	14

表 10：手机游戏排行榜（2023 年 6 月 30 日）	15
-------------------------------------	----

1.7 投资建议

1.1. 行业观点

● 传媒板块投资观点

前期较大涨幅下，6月传媒板块延续调整，但我们坚持“AI+”将成为传媒板块中长期的重点主线之一，AI技术将为内容的生产模式以及内容产品的形态带来较大的改变。当前的生成式人工智能技术已经在文生文、文生图方面得到初步应用，部分公司也表示将AI作为重要的生产力工具纳入日常工作流程之中，利用AI大模型或垂类专有模型提升公司的生产和运营效率，未来生成式人工智能技术的进步和迭代也有望在更加复杂的模态下实现内容的生成并提升生成内容的质量、稳定性和一致性，也将进一步扩大AI技术的应用普及范围。短期来看，当前的生成式AI虽然能够一定程度上提升公司的整体效率，但考虑目前仍处于早起的技术投入阶段，短期降本效果可能不明显，中长期或存在更多的成本优化空间。

另一条主线建议继续关注细分领域的基本面以及业绩改善情况。2022年Q2部分细分领域受当时的经营环境影响较大，市场规模和业绩均处于低点；在基数效应下，市场规模可能会呈现较大幅度的同比增长，属正常现象，同时关注同比以及环比改善的情况可能更具参考价值。目前来看，广告市场、电影市场、游戏市场以及图书市场的市场规模在Q2都呈现了一定的修复迹象，Q3有望进一步回升。

● 电影板块

根据灯塔专业版，2023年6月国内电影市场票房41.33亿元，同比增长115.3%，1-6月总票房262.89亿元，同比增长53.02%，基数效应下，3-6月电影市场票房均有较大幅度增长，万达电影以及中国电影的中半年度业绩预告显示，2023H1均较大程度实现扭亏为盈，电影板块上市公司迎来业绩大幅回升。进入7月，电影市场延续优异表现，2023年7月1日-10日票房已超30亿元，相比2018年和2019年同期分别增加了27.7%和94.0%，后续还有更多重磅影片将陆续上映，暑期档剩余时间仍有比较大的票房释放潜力，进一步夯实全年票房的增长动力。预计全年票房将落于486.5亿元-547.3亿元之间。建议关注受益于电影市场整体回暖的院线公司以及暑期将有影片上映的影视内容公司，建议关注：万达电影、中国电影、光线传媒。

● 游戏板块

进入2023年后，随着版号政策的恢复以及新游戏上线节奏回归正常，伽马数据显示国内游戏市场3月与4月的同比降幅明显收窄，环比也实现正增长。随着Q2末以及Q3初重量级新游产品的密集发布，市场规模有望继续回升，政策端的稳定为行业供给端的修复提供基础，更多新游戏的上线将带动玩家的体验需求，为游戏公司打开了业绩增量空间。

在AI技术的应用上，游戏行业的项目研发等过程涉及较多的文字、代码、图像、音视频、3D等元素，生成式AI技术在较多的环节都能够参与辅助游戏研发，提升研发效率、缩短研发周期。此外，游戏产业不断追求创新，与AI技术深度融合后也为游戏产品带来了智能

NPC 等新的创意玩法，未来预计将有更多融合 AI 技术的游戏产品落地，带来与以往不同的游戏体验，提升用户的粘性和付费意愿。建议关注三七互娱、吉比特、完美世界、恺英网络。

● 广告板块

根据 CTR 数据，在 2022 年同期的基数效应下，3-5 月广告市场投放花费同比增幅不断扩大，在环比方面也保持持续的正增长，广告市场投放需求缓慢回升。1-5 月国内广告市场同比增长 3.9%，其中食品、饮料、酒精类饮品、化妆品/浴室用品等快速消费品行业仍是投放主力，并持续增投。虽然短期仍需面临一定的外部环境压力，但部分渠道的投放同比和环比同比增长的趋势仍较为明显。5 月电梯 LCD 渠道投放同比增长 33.4%，环比增长 37.9%；电梯海报渠道投放同比增长 37.0%，环比增长 27.0%；影院渠道投放同比增长超 1000%，环比增长 50.6%，为相关公司带来业绩弹性。建议关注分众传媒、兆讯传媒。

● 图书出版

2022 年在疫情影响下，图书的销售受到冲击，随着外部环境的变化，图书市场景气度或改善，开卷数据表示 2023H1 图书市场的同比降幅相比 Q1 收窄了 4.14pct。在生成式 AI 的加持下，AI 能够辅助图书策划及出版企业实现文字内容的生成、图书封面插图及装帧设计、校对、有声书自动转化等功能，加速图书内容 IP 的塑造、提升图书内容 IP 价值、降低图书出版发行企业的生产和运营成本。近期，在 2023 年世界人工智能大会中，中信出版展示了一套由 AI 完成翻译、封面设计、内文插图的科幻小说；果麦文化也发布关于签订《AI 文字校对软件开发合作协议》的公告，委托星图比特为公司开发 AI 文本校对中的 SaaS 软件和算法系统，负责完成 AI 文本校对软件的设计开发、移交、培训服务工作。从行业头部公司的动向来看，AI 已经开始在图书产品的制作发行流程之中承担部分工作，提高图书产品的质量、生产效率和推广效果。建议关注：荣信文化。

1.2. 重点关注公司估值表

表 1：重点关注公司估值表

证券代码	证券简称	股价（元） (2023.7.12)	EPS（元）		每股净资产 (23AQ1)	PE（倍）		PB（23AQ1）	投资评级
			2023E	2024E		2023E	2024E		
002555.SZ	三七互娱	28.93	1.47	1.71	5.85	19.68	16.92	4.94	买入
002624.SZ	完美世界	15.30	0.83	0.98	4.83	18.43	15.61	3.17	买入
603444.SH	吉比特	429.50	23.36	25.44	59.60	18.39	16.88	7.21	买入
002517.SZ	恺英网络	14.74	0.62	0.79	2.22	23.77	18.66	6.63	买入
300418.SZ	昆仑万维	37.26	1.12	1.29	10.77	33.27	28.88	3.46	增持
002739.SZ	万达电影	13.91	0.40	0.55	3.37	34.78	25.29	4.13	增持
300251.SZ	光线传媒	8.17	0.24	0.31	2.86	34.04	26.35	2.85	增持
600977.SH	中国电影	14.70	0.42	0.55	5.89	35.00	26.73	2.50	增持
002027.SZ	分众传媒	7.08	0.32	0.39	1.24	22.13	18.15	5.72	买入
301102.SZ	兆讯传媒	26.79	1.45	1.90	6	18.48	14.10	1.80	增持
301231.SZ	荣信文化	31.20	0.41	0.48	11.00	76.10	65.00	2.84	增持
300413.SZ	芒果超媒	32.66	1.18	1.45	10.36	27.68	22.52	3.15	买入

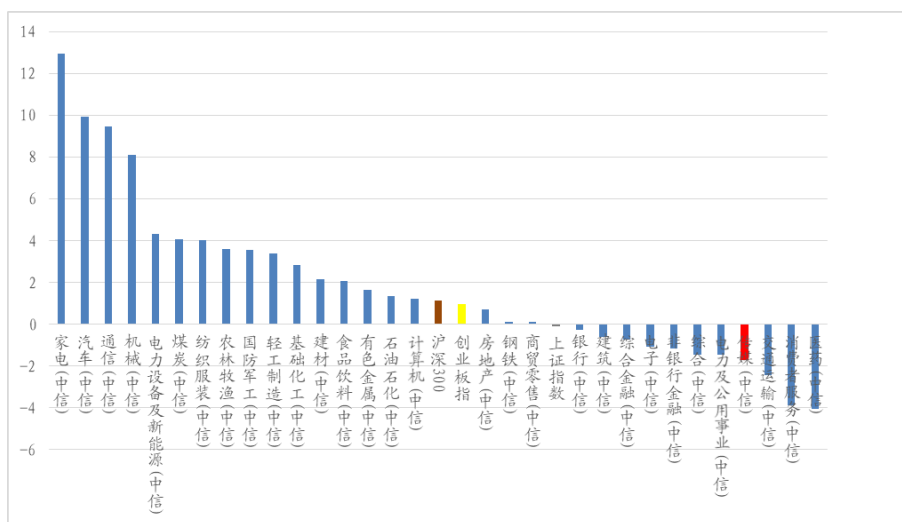
资料来源：Wind，中原证券

2.6 月行情回顾

2.1. 行情回顾

6月传媒板块下跌1.73%，同期沪深300、创业板指分别上涨1.16%和0.98%，上证指数下跌0.08%，传媒板块排在一级行业单月涨跌幅第27名。细分子板块中信息搜索与聚合、互联网音视频单月上涨幅度最高，分别达到16.05%和12.27%，其次是动漫子版块，单月涨幅为9.27%；互联网广告营销、出版以及其他文化娱乐单月下跌幅度相对较大，分别下跌7.06%、6.13%和5.50%。

图 1: 2023 年 6 月 A 股主要板块涨跌幅



资料来源：Wind，中原证券

表 2：2023 年 6 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	-5.31%	出版	-6.13%
		广播电视	-3.66%
广告营销	-2.02%	互联网广告营销	-7.06%
		其他广告营销	4.83%
文化娱乐	-2.03%	影视	0.21%
		动漫	9.27%
		游戏	-2.71%
		其他文化娱乐	-5.50%
互联网媒体	14.42%	信息搜索与聚合	16.05%
		互联网影音视频	12.27%

资料来源：Wind，中原证券

板块 148 只个股中 54 只上涨，94 只下跌。单月涨幅最高的有人民网、掌趣科技、*ST 明诚、北京文化、天地在线、盛通股份、浙数文化、大晟文化、世纪华通、迅游科技；跌幅最高

的有*ST 天润、昆仑万维、海看股份、果麦文化、遥望科技、世纪天鸿、南方传媒、返利科技、恺英网络、凤凰传媒。

表 3：2023 年 6 月传媒板块个股涨跌幅 TOP10

涨幅 TOP10	涨幅 (%)	跌幅 TOP10	跌幅 (%)
人民网	52.08%	*ST 天润	-32.79%
掌趣科技	38.05%	昆仑万维	-29.79%
*ST 明诚	33.73%	海看股份	-26.10%
北京文化	33.44%	果麦文化	-24.20%
天地在线	32.47%	遥望科技	-23.53%
盛通股份	31.54%	世纪天鸿	-18.71%
浙数文化	25.14%	南方传媒	-17.43%
大晟文化	23.32%	返利科技	-15.46%
世纪华通	22.03%	恺英网络	-15.19%
迅游科技	21.39%	凤凰传媒	-14.09%

资料来源：Wind，中原证券

2.2. 估值水平

截止至 2023 年 6 月 30 日，中信传媒板块 PE（TTM，整体法，剔除负值）为 31.49 倍，自 2018 年以来传媒板块市盈率平均值为 24.99 倍，中位数为 24.37 倍，当前估值处于历史分位的 85.8%。

图 2：中信传媒板块行业 PE



资料来源：Wind，中原证券

3. 6 月要闻

天眼查 App 显示，近日，作业帮关联公司小船出海教育科技有限公司（北京）有限公司申请注册多个“瀚海大模型”“银河大模型”“光帆大模型”等商标，国际分类涉及网站服务、广告销售、科学仪器等，当前商标状态均为申请中。据 36 氪此前报道，作业帮正在内测基于中国市场的教育大模型，包含多个教育应用场景，涉及工具类 APP、智能硬件、图书等业务。（来源：金

融界)

北京时间6月6日凌晨,在WWDC23开发者大会上,苹果公司发布了十余款软硬件设备,其中作为压轴登场的,是首款增强现实产品 Vision Pro。苹果公司首席执行官库克称, Vision Pro 是一个全新的增强现实平台,一个革命性的新产品。(来源:证券日报)

据灯塔专业版实时数据,截至7月10日,2023年暑期档中国内地电影总票房(含预售)突破70亿元人民币。其中,国产悬疑片《消失的她》以近31亿元的成绩居首,国产剧情片《八角笼中》位列第二,第三名是进口大片《变形金刚:超能勇士崛起》。(来源:第一财经)

今年3月,腾讯SSV数字文化实验室、腾讯PCG ARC Lab,和四川省文物考古研究院合作,成立了联合团队,利用腾讯的AI智能计算分析、计算机视觉等技术,基于专业文献,开始了首个试点文物模拟拼接工作。6月10日,在四川省考古院的文物考古专家指导下,工作取得阶段性的成果,三星堆出土的“铜兽驮跪坐人顶尊铜像”已顺利完成模拟拼接。(来源:新浪财经)

6月10日上午,第二十五届上海国际电影节开幕论坛“光影连接中国与世界”举行。光线传媒董事长王长田在论坛上表示,技术将对电影的两个方面带来改变。第一是AI将推动电影制作、尤其是动画电影等制作方面的改变。他预测,AI有可能让动画电影的整个制作周期效率提升30%，“也就是说原来我们计划每年上映3部动画电影,现在有机会做到4部。”第二是VR会对未来电影放映方式带来改变。“未来,你买了一张电影票,你可以选择到电影院去观看,你也可以选择在自己的VR上看,在家里能够看到和电影院相媲美的效果。”(来源:每日经济新闻)

近日,第二十五届上海国际电影节落下帷幕,电影节期间共展映影片1490场,其中80场进行了映后或映前观众见面会,观影人次超过42万。本届电影节,包括入围金爵奖五个单元的17部中国影片在内,共展映75部中国影片,“一带一路”电影周共展映来自49个国家的115位导演的111部新作品,让中国观众大饱眼福。(来源:每日经济新闻)

上海市科学技术委员会近日印发《上海市“元宇宙”关键技术攻关行动方案(2023—2025年)》的通知,主攻方向是针对“元宇宙”沉浸式、开放式、永续实时、以人为中心等跨界复合的技术特性,围绕“元宇宙”内容、存算、传输和终端等技术层面,结合国内外产业发展情况和本市研发基础,聚焦沉浸式技术、Web3技术两大主攻方向,在沉浸影音、沉浸计算、新型显示、感知交互与区块链等关键技术领域打造新高地。(来源:证券时报)

OpenAI 公布(对 ChatGPT 的)更新内容,包括更多可控制的 API 模型、功能调用能力、更长的上下文和更低的价格。此外,嵌入模型成本降低了75%。(来源:财联社)

据彭博6月14日消息,欧盟议会投票禁止实时远程生物识别技术,这一禁令意味着不能在公共场合实时扫描人脸。欧洲议会投票决定对生成式人工智能增加更多安全控制措施,OpenAI、谷歌需要对 GPT-4 等工具进行评估。报道称,该 AI 法案的草案于周三通过,为议会、欧盟成员国和欧盟委员会于周三晚些时候开始的所谓“三方”谈判铺平了道路。(来源:界面新闻)

闻)

当地时间 6 月 14 日, 欧洲议会投票通过了关于《人工智能法案》的谈判授权草案, 该草案旨在确保人工智能系统受到监督。(来源: 每日经济新闻)

记者 15 日从中国国家市场监督管理总局获悉, 近日国家市场监管总局印发《盲盒经营行为规范指引(试行)》(下称《指引》), 为盲盒经营划出红线, 推动盲盒经营者加强合规治理。其中要求盲盒经营者不得向未满 8 周岁未成年人销售盲盒、采取有效措施防止未成年人沉迷。(来源: 中国新闻网)

国家互联网信息办公室发布深度合成服务算法备案信息的公告,《互联网信息服务深度合成管理规定》第十九条明确规定, 具有舆论属性或者社会动员能力的深度合成服务提供者, 应当按照《互联网信息服务算法推荐管理规定》履行备案和变更、注销备案手续。深度合成服务技术支持者应当参照履行备案和变更、注销备案手续。请尚未履行备案手续的深度合成服务提供者和技术支持者尽快申请备案。(来源: 证券时报)

2023 年 6 月国产游戏版号正式出炉。6 月 21 日, 国家新闻出版署官网显示, 共 89 款游戏获得游戏版号。记者统计发现, 此次获得版号的国产网络游戏中有 1 款客户端游, 6 款客户端游和移动手游双平台, 其余均为手游。而其中网易的《燕云十六声》、中青宝的《召唤骑士团》、游族的《绯色回响》等获批。(来源: 新京报)

6 月 27 日, 全球最大的游戏开发引擎、实时 3D 互动内容创作和运营平台 Unity 宣布推出两款 AI 产品: Unity Muse 和 Unity Sentis。Unity Muse 是一个在创作过程中提供 AI 驱动协助的广阔平台; 而 Unity Sentis 允许您在游戏构建中嵌入神经网络, 以实现以前难以想象的实时体验。(来源: 澎湃新闻)

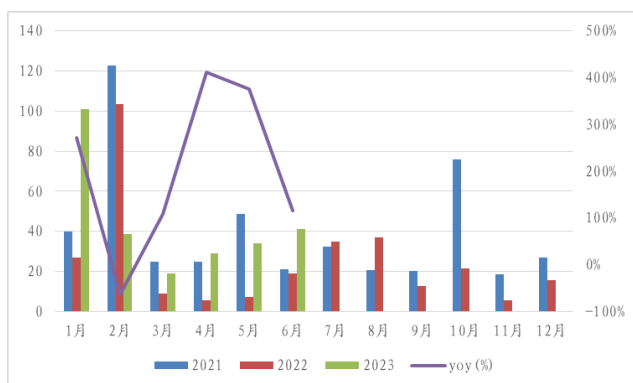
中国青年报客户端北京 6 月 29 日电 (中青报·中青网记者 何春中)“目前, 我们已经研究起草了《移动互联网未成年人模式建设指南》, 正在征求有关方面意见, 将适时向社会公开。”今天下午, 中央网信办、国家网信办副主任牛一兵在国务院新闻办举行的发布会上说, 今年, 将全面升级移动互联网“青少年模式”为“未成年人模式”, 推动模式覆盖范围由 APP 扩大到移动智能终端、应用商店, 实现软硬件联动, 筑牢未成年人网络保护的“三重防线”。(来源: 中国青年网)

4. 行业月度数据

4.1. 电影市场

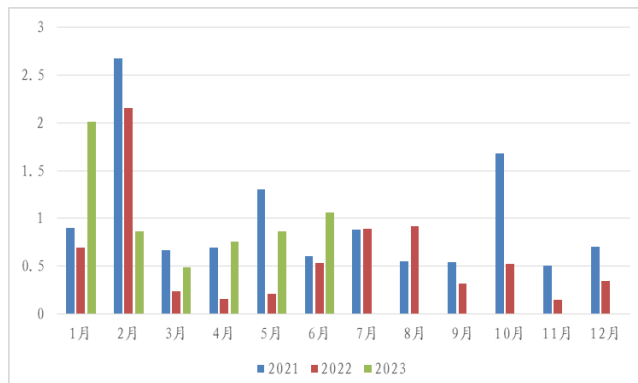
2023 年 6 月国内电影市场票房 41.33 亿元, 同比增长 115.3%; 观影人次 1.06 亿, 同比增长 100.0%; 平均票价 38.99 元, 同比增长 7.6%。1-6 月国内电影市场总票房 262.89 亿元, 同比增长 53.02%; 观影人次 6.04 亿, 同比增长 51.76%, 相比 2019 年同期分别减少了 16.09% 和 25.43%。

图 3：国内电影市场票房情况（亿元）



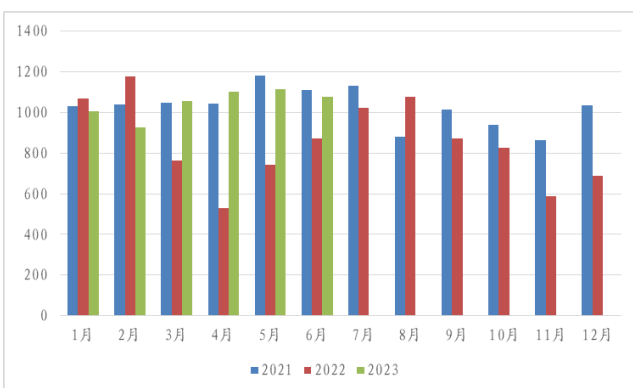
资料来源：灯塔专业版，中原证券

图 4：国内电影市场观影人次情况（亿人）



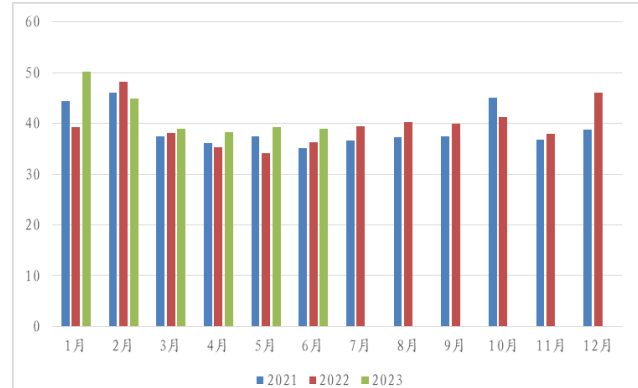
资料来源：灯塔专业版，中原证券

图 5：国内电影市场放映场次情况（万场）



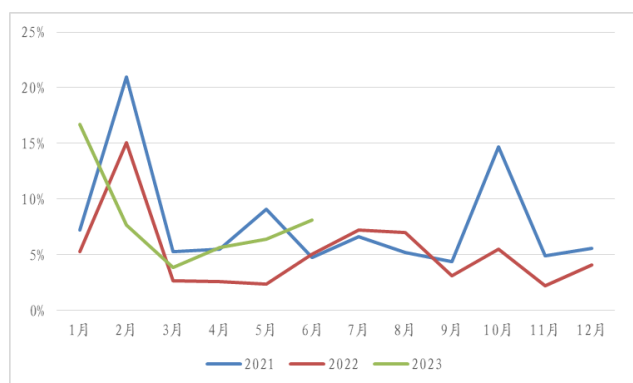
资料来源：灯塔专业版，中原证券

图 6：国内电影市场平均票价情况（元）（含服务费）



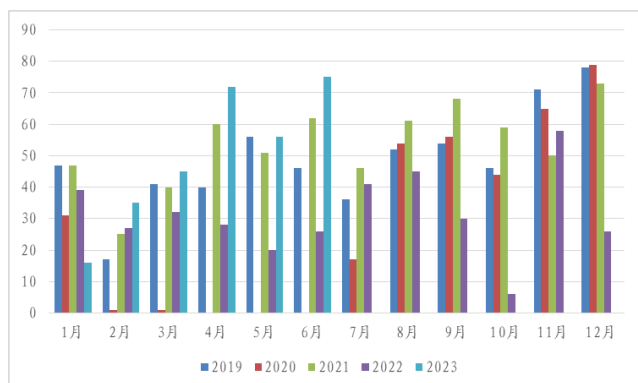
资料来源：灯塔专业版，中原证券

图 7：国内电影市场上座率



资料来源：灯塔专业版，中原证券

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

6 月票房排名前三的影片分别是《消失的她》（上海电影参与出品）、《变形金刚：超能勇士崛起》（中国电影发行）、《蜘蛛侠：纵横宇宙》（索尼影业发行），单月票房分别为 17.02 亿元、5.95 亿元和 3.40 亿元，票房占比分别为 41.1%、14.3%、8.2%。

表 4：2023 年 6 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
消失的她	170197.91	41.1%	14.0%	31.90 亿元	2023-06-22
变形金刚：超能勇士崛起	59464.75	14.3%	16.9%	6.44 亿元	2023-06-09
蜘蛛侠：纵横宇宙	33967.63	8.2%	12.0%	3.54 亿元	2023-06-02
我爱你！	26795.49	6.4%	5.8%	4.10 亿元	2023-06-21
闪电侠	17833.55	4.3%	6.3%	1.84 亿元	2023-06-16
速度与激情 10	17221.97	4.1%	7.8%	9.83 亿元	2023-05-17
人生路不熟	14518.19	3.5%	6.1%	11.84 亿元	2023-04-28
八角笼中	13778.43	3.3%	1.9%	10.52 亿元	2023-07-06

资料来源：猫眼专业版，中原证券

表 5：7 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）
7 月 6 日	八角笼中	剧情	中国	中国电影
	扫毒 3：人在天涯	动作/犯罪/剧情	中国	横店影视、中国电影
7 月 8 日	长安三万里	历史/动画	中国	中国电影
	超级飞侠	动画/冒险/喜剧/科幻	中国	奥飞娱乐
7 月 14 日	茶啊二中	动画/奇幻/喜剧	中国	光线传媒
	碟中谍 7：致命清算（上）	动作/惊悚/冒险	美国	中国电影
7 月 20 日	封神第一部	神话/动作/史诗	中国	北京文化
7 月 21 日	超能一家人	喜剧/奇幻/家庭	中国	中国电影、横店影视
	芭比	喜剧/冒险/奇幻	美国	中国电影
7 月 28 日	热烈	青春/励志/剧情	中国	中国电影、横店影视、万达电影

资料来源：猫眼专业版，中原证券

在院线方面，2023 年 6 月，珠海横琴万达电影院线票房 6.38 亿元，市场占有率 17.20%，环比下滑 0.97pct；排名第二的上海联合电影院线市场票房 3.46 亿元，市场占有率 9.33%，环比提升 0.70pct；排名第三的中影数字院线票房 3.20 亿元，市场占有率 8.63%，环比下滑 0.16pct。

表 6：2023 年 6 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	6.38	17.20%	1770.1	14.8	36.0
上海联合电影院线	3.46	9.33%	846.6	13.2	40.9
中影数字院线	3.20	8.63%	914.3	9.2	35.1
深圳市中影南方电影新干线	2.90	7.82%	830.7	10.2	35.0
广东大地电影院线	2.29	6.17%	705.2	8.6	32.5
江苏幸福蓝海院线	1.61	4.34%	472.0	10.1	34.2
广州金逸珠江电影院线	1.53	4.12%	437.5	11.6	35.2
横店影视	1.45	3.91%	449.4	8.2	32.3
中影电影院线	1.26	3.40%	373.2	9.9	34.0
浙江时代电影院线	1.16	3.13%	343.5	8.9	33.9
全国	37.10 亿元	(CR10) 68.03%	1.06 亿	9.8	35.1

资料来源：猫眼专业版，中原证券

影投方面,2023年6月,万达影投票房5.97亿元,市场占有率16.09%,环比下滑1.03pct;排名第二的横店影投票房1.26亿元,市场占有率3.40%,环比下滑0.05pct;排名第三的CGV影投票房1.15亿元,市场占有率3.10%,环比下滑0.04pct。

表 7: 2023 年 6 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	5.97 亿元	16.09%	1650.2	15.3	36.2
横店影投	1.26 亿元	3.40%	393.2	8.3	32.0
CGV 影投	1.15 亿元	3.10%	261.6	17.0	44.1
金逸影投	8902.2	2.40%	242.8	13.9	36.7
星轶影投	8559.0	2.31%	239.6	14.9	35.7
博纳影投	8460.3	2.28%	216.5	14.1	39.1
大地影投	8251.2	2.22%	250.9	12.4	32.9
中影影投	7882.8	2.12%	226.8	14.7	34.8
幸福蓝海影投	7452.1	2.01%	215.8	12.1	34.5
百老汇影投	5678.9	1.53%	102.3	22.4	55.5
全国	37.10 亿元	(CR10) 37.46%	1.06 亿	9.8	35.1

资料来源:猫眼专业版,中原证券

4.2. 影视剧市场

根据骨朵网络影视统计的 2023 年 6 月电视剧播映指数排行,排名前五的分别是《梦中的那片海》、《公诉》、《照亮你》、《熟年》、《后浪》;网剧播映指数排名前五的分别是《偷偷藏不住》、《长风渡》、《华戎》、《闪耀的她》、《雪鹰领主》。

表 8: 2023 年 6 月电视剧/网剧热度排名

排名	电视剧	播放平台	网剧	播放平台
1	梦中的那片海	腾讯视频	偷偷藏不住	优酷
2	公诉	腾讯视频/爱奇艺	长风渡	爱奇艺
3	照亮你	腾讯视频	华戎	爱奇艺
4	熟年	爱奇艺	闪耀的她	腾讯视频
5	后浪	优酷	雪鹰领主	腾讯视频
6	南洋女儿情	爱奇艺	暮色心约	腾讯视频
7	追光的日子	优酷	护心	优酷
8	繁花似锦	优酷	三分野	腾讯视频
9	白色城堡	芒果 TV/咪咕	微雨燕双飞	优酷
10	淬火丹心	爱奇艺/优酷/搜狐视频/乐视	当我飞奔向你	优酷

资料来源:骨朵网络影视,中原证券

4.3. 综艺节目市场

根据艺恩数据统计的 2023 年 6 月电视综艺播映指数,排名前五的分别是《奔跑吧第 7 季》、《极限挑战第 9 季》、《向往的生活第七季》、《青春环游记第 4 季》、《天赐的声音第 4 季》;网络综艺播映指数排名前五的分别是《乘风 2023》、《全员加速中》、《五十公里桃花坞第 3 季》、

《萌探探案第三季》、《中国说唱巅峰对决 2023》

表 9：2023 年 6 月电视综艺/网络综艺热度排名

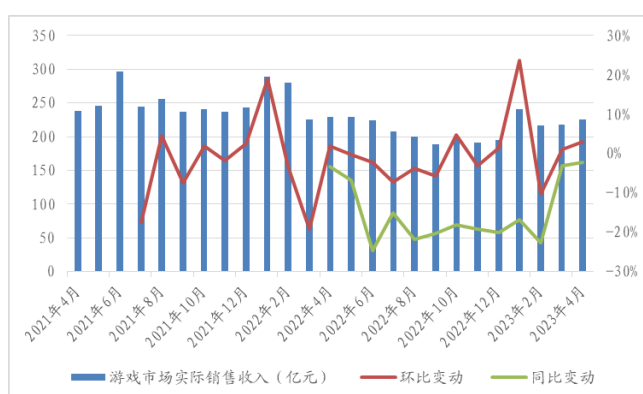
排名	电视综艺	播放平台	网综	播放平台
1	奔跑吧第 7 季	腾讯视频/爱奇艺/优酷	乘风 2023	芒果 TV/咪咕
2	极限挑战第 9 季	腾讯视频/爱奇艺/优酷	全员加速中	芒果 TV/咪咕
3	向往的生活第七季	芒果 TV	五十公里桃花坞第 3 季	腾讯视频
4	青春环游记第 4 季	腾讯视频/爱奇艺/优酷/咪咕	萌探探案第三季	爱奇艺
5	天赐的声音第 4 季	腾讯视频/爱奇艺/优酷/咪咕	中国说唱巅峰对决 2023	爱奇艺
6	野挺有趣	腾讯视频/爱奇艺/优酷	怦然心动 20 岁第三季	优酷
7	快乐的大人	芒果 TV	朋友请吃饭	优酷
8	你好星期六	芒果 TV/咪咕	漂亮的战斗	爱奇艺
9	斯文江南第二季	腾讯视频/爱奇艺/优酷	是好友的周末	优酷
10	经典咏流传·正青春	腾讯视频/央视频	密室大逃脱第五季	芒果 TV

资料来源：骨朵网络影视，中原证券

4.4. 游戏市场

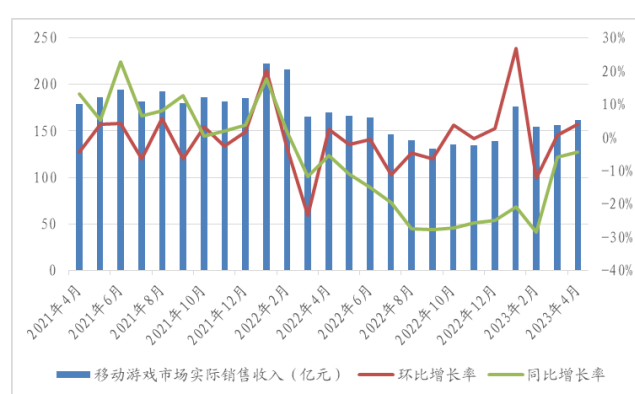
根据伽马数据发布《2023 年 4 月游戏产业报告》显示，4 月国内游戏市场实际销售收入 224.94 亿元，环比增加 2.96%，同比下降 2.16%，移动游戏市场实际销售收入 162.18 亿元，环比上升 4.03%，同比下降 4.37%。1-4 月国内游戏市场实际销售收入 900.03 亿元，同比减少 12.16%，移动游戏市场实际销售收入 649.12 亿元，同比减少 16.12%。进入 2023 年后，随着版号政策的恢复以及新游戏上线节奏回归正常，国内游戏市场的同比降幅逐月收窄，呈现逐渐修复态势。

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

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

根据 SensorTower 数据显示，2023 年 6 月共 49 个中国厂商入围全球手游发行商收入榜 TOP100，合计吸金 18.9 亿美元，占当期全球 TOP100 手游发行商收入 38.6%。2023 年 6 月中国手游发行商收入 TOP30 中，腾讯、网易、三七互娱、莉莉丝排名前五；《崩坏：星穹铁道》（米哈游）、《PUBG MOBILE》（腾讯）、《原神》（米哈游）、《使命召唤手游》（动视暴雪&腾讯）、《Puzzles&Survival》（三七互娱）排在 2023 年 6 月中国手游收入 TOP5。

图 11：2023 年 6 月中国手游发行商收入 TOP30

2023年6月中国手游发行商收入TOP30 | 全球 App Store + Google Play

1	腾讯	16	乐元素
2	米哈游	17	友塔游戏
3	网易	18	沐瞳科技
4	三七互娱	19	麦吉太文
5	莉莉丝	20	雷霆游戏
6	灵犀互娱	21	Tap4Fun
7	点点互动	22	冰川网络
8	IM30	23	紫龙游戏
9	途游游戏	24	Hortor Games
10	壳壳游戏	25	诗悦网络
11	江娱互动	26	完美世界
12	IGG	27	柠檬微趣
13	悠星网络	28	智明星通
14	海彼游戏	29	星合互娱
15	朝夕光年	30	ONEMT

以上榜单来源于Sensor Tower 2023年6月全球App Store及Google Play商店之手游收入估算。

SensorTower 全球领先的手游及应用情报平台

www.sensortower-china.com

资料来源：SensorTower，中原证券

图 12：2023 年 6 月中国手游收入 TOP30

2023年6月中国手游收入TOP30 | 海外App Store + Google Play

手游及发行商	
1	崩坏：星穹铁道
2	PUBG MOBILE
3	原神
4	使命召唤手游
5	Puzzles & Survival
6	万国觉醒
7	口袋奇兵
8	Age of Origins
9	Whiteout Survival
10	王国纪元
11	Last Fortress
12	Mobile Legends: Bang Bang
13	Survivor! io
14	暗黑破坏神：不朽
15	Project Makeover
16	Call of Dragons
17	Rise of Empires
18	明日方舟
19	三国志·战略版
20	黑道风云
21	小小蚁国
22	荒野行动
23	守望黎明
24	偶像梦幻祭!! Music
25	战火与秩序
26	MARVEL SNAP
27	The Grand Mafia
28	碧蓝航线
29	三国志幻想大陆
30	Yalla Ludo

以上榜单来源于Sensor Tower 2023年6月期间中国大陸以外App Store及Google Play商店之手游收入估算。

SensorTower 全球领先的手游及应用情报平台

www.sensortower-china.com

资料来源：SensorTower，中原证券

根据七麦数据统计的 2023 年 6 月 30 日 iOS 畅销榜游戏排行 TOP10 中，《王者荣耀》、《和平精英》、《逆水寒》、《崩坏：星穹铁道》和《巅峰极速》排名前五。iOS 免费榜 TOP10 中，《逆水寒》、《巅峰极速》、《王者荣耀》、《蛋仔派对》和《和平精英》排名前五。

表 10：手机游戏排行榜（2023 年 6 月 30 日）

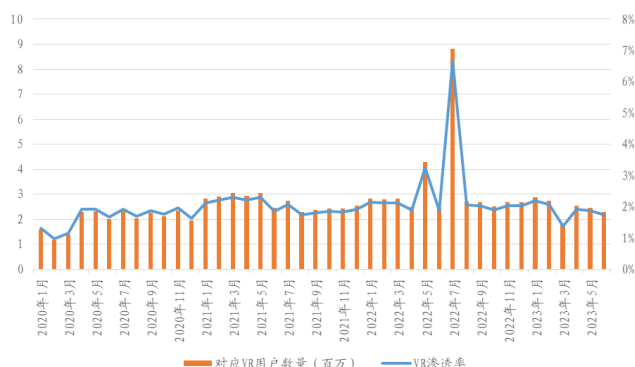
排名	iOS 畅销榜		iOS 免费榜	
	游戏名称	厂商	游戏名称	厂商
1	王者荣耀	腾讯游戏	逆水寒	网易游戏
2	和平精英	腾讯游戏	巅峰极速	网易游戏
3	逆水寒	网易游戏	王者荣耀	腾讯游戏
4	崩坏：星穹铁道	米哈游	蛋仔派对	网易游戏
5	巅峰极速	网易游戏	和平精英	腾讯游戏
6	长安幻想	梦趣游戏	新石器时代	鹿游网络
7	英雄联盟手游	腾讯游戏	凡人修仙传	三七互娱
8	神武 4	多益网络	金铲铲之战	腾讯游戏
9	金铲铲之战	腾讯游戏	老六爱找茬	
10	梦幻西游	网易游戏	开心消消乐	乐元素

资料来源：七麦数据，中原证券

4.5. VR/AR 市场

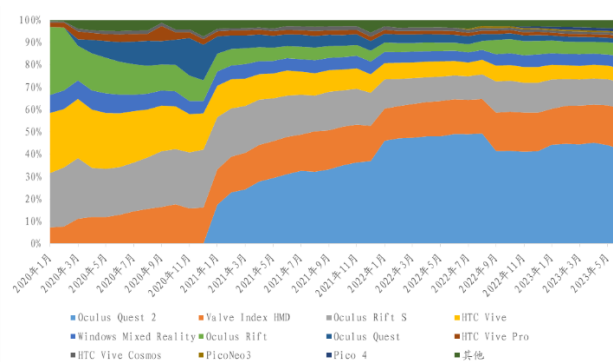
根据 Steam 公布数据显示，2023 年 6 月 SteamVR 活跃玩家渗透率 1.73%，环比下滑 0.14pct，根据 steam 平台公布的 2021 年 1.32 亿平均 MAU 测算，SteamVR 在 6 月的 MAU 约为 228 万。活跃设备前三分别为 Oculus Quest2、Valve Index HMD、Oculus Rift S，渗透率分别为 42.05%、18.38%、11.78%，环比分别变动-2pct、0.55pct、0.12pct。

图 13: Steam 平台 VR 设备渗透率



资料来源: Steam, 青亭网, 中原证券

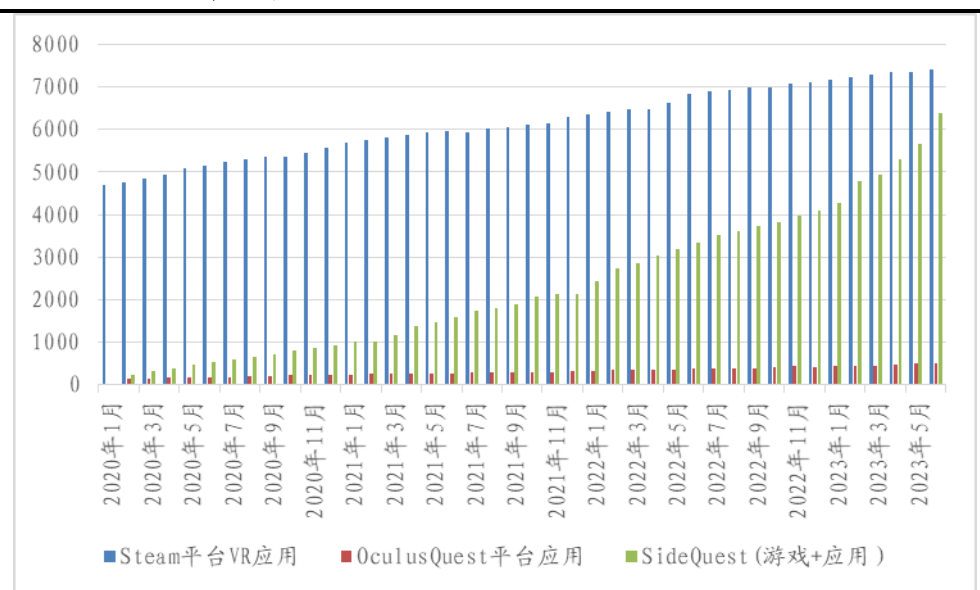
图 14: Steam 平台 VR 设备活跃品牌



资料来源: Steam, 青亭网, 中原证券

截止至 2023 年 6 月底, Steam 平台 VR 应用 7406 款, 环比增加 46 款; Oculus Rift 平台应用 1340 款, 环比减少 9 款; Oculus Quest 平台应用 505 款, 环比增加 10 款; SideQuest 平台内容 (游戏+应用) 6388 款, 环比增加 719 款, 其中付费应用 1431 款, 环比增加 54 款。各 VR 平台的内容数量在稳步增加中。

图 15: VR 应用平台内容数量

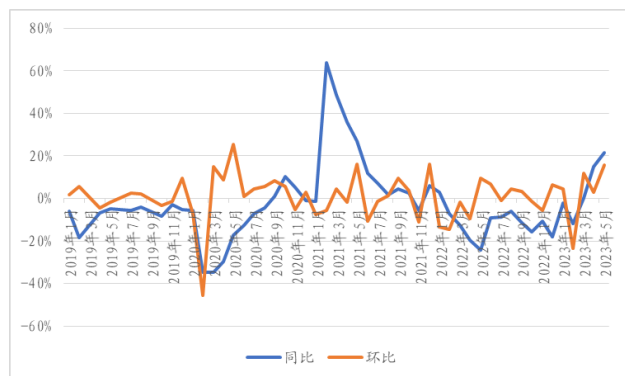


资料来源: 青亭网, 中原证券

4.6. 广告市场

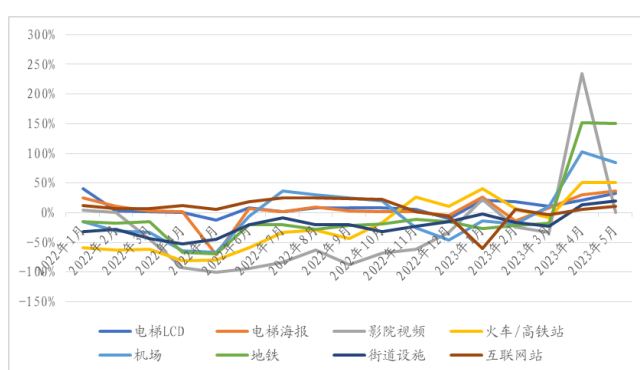
根据 CTR 数据显示, 5 月广告市场花费同比增长 21.4%, 环比增长 15.6%。受基数效应影响, 自 3 月开始, 国内广告市场的投放花费同比增幅逐月提升, 环比也保持正增长, 广告市场投放需求正在逐步修复。细分渠道中, 电梯 LCD 和电梯海报 5 月投放分别同比增长 33.4% 和 37.0%, 影院视频投放同比增幅超 1000%, 火车/高铁投放同比增长 51.1%。1-5 月广告市场头部榜单中, 食品、饮料、酒精类饮品、化妆品/浴室用品等快速消费品行业仍是投放主力, 并持续增投。

图 16：广告整体市场花费变化



资料来源：CTR，中原证券

图 17：广告市场户外渠道投放同比变化



资料来源：CTR，中原证券

5. 风险提示

宏观经济波动影响文娱消费；监管政策收紧超预期；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 技术应用效果不及预期；政策限制 AI 类产品的使用

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%；

观望：未来 6 个月内公司相对沪深 300 涨幅-5% 至 5%；

卖出：未来 6 个月内公司相对沪深 300 跌幅 5% 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。