

行业月度点评

传媒

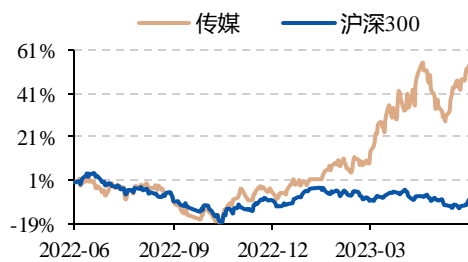
2023年06月19日

评级

同步大市

评级变动：维持

行业涨跌幅比较



%	1M	3M	12M
传媒	10.00	41.68	56.87
沪深300	-0.89	-0.59	-7.36

何晨

分析师

执业证书编号:S0530513080001
hechen@hncasing.com

曹俊杰

分析师

执业证书编号:S0530522050001
caojunjie@hncasing.com

相关报告

- 1 传媒行业 2023 年 5 月报：AI 行情回落，关注基本面优质个股 2023-05-17
- 2 游戏行业深度：供需双改善，AI 赋能游戏板块价值重估 2023-05-08
- 3 传媒行业 2023 年 4 月报：国内 AI 大模型相继发布，财报季关注基本面优质个股 2023-04-18

技术迭代、大模型持续升级，关注细分优质个股

重点股票	2022A		2023E		2024E		评级
	EPS (元)	PE (倍)	EPS (元)	PE (倍)	EPS (元)	PE (倍)	
芒果超媒	0.98	39.22	1.23	31.25	1.38	27.86	买入
分众传媒	0.19	39.42	0.31	24.16	0.39	19.21	买入
吉比特	20.33	25.99	23.18	22.80	25.19	20.98	买入
完美世界	0.71	26.76	0.81	23.46	0.92	20.65	买入
三七互娱	1.33	26.08	1.51	22.97	1.63	21.28	买入
中南传媒	0.78	16.96	0.9	14.70	0.99	13.36	买入
万达电影	0.05	251.40	-0.7	-17.96	0.5	25.14	增持

资料来源：iFinD，财信证券

投资要点：

- **市场回顾：**2023 年 5 月 16 日-2023 年 6 月 15 日，传媒(申万)指数上涨 8.32%，跑赢 WIND 全 A 8.21pct，涨跌幅居申万 31 个子行业中第 2 名
- **估值方面：**截至 2023 年 6 月 15 日，传媒(申万)板块 PE(TTM，中值)为 58.17 倍(前值 57.02 倍)，位于 2010 年以来的前 24.69%分位。
- **行业跟踪：1)电影：尚未回至疫情前水平。**5 月我国电影票房 34.10 亿元(含服务费)，较 2021 年 5 月减少 29.92%；其中，观影人次 0.87 亿次，较 2021 年 5 月减少 33.26%；平均票价(含服务费) 39.3 元，较 2021 年 5 月增长 5.08%；平均上座率 6%，较 2021 年 5 月下滑 3pct。**2)游戏：4 月大盘同比降幅继续收窄。**4 月中国游戏市场规模 224.94 亿元，环比上升 2.96%、同比下降 2.16%(已连续两月收窄至个位数)；手游市场规模 162.18 亿元，环比上升 4.03%、同比下降 4.37%；自研游戏海外收入 13.24 亿美元，环比增长 3.35%，同比下降 13.80%，降幅较上月收窄 1.47pct。**3)广告：4 月同比继续修复：**1-4 月广告市场同比微跌 0.2%(去年同期为-8.9%)。单 4 月广告市场同比增长 15.1%(3 月为 0.2%)，环比增长 2.9%(3 月为 11.7%)，其中，电梯 LCD、电梯海报同比分别增长 20.9%、30.2%，环比分别增长 6.7%和 19.3%。**4)重要动态：**掌阅科技“阅爱聊”首发上线内测；视觉中国“AI 灵感绘图”上线；科大讯飞推出星火语伴 APP 和星火教师助手；英伟达宣布为游戏提供定制化 AI 模型代工服务；百川智能发布中英文大模型；360 发布 AI 智脑 4.0 及数字人广场，并宣布接入 360 全端产品。
- **投资建议：**国内外大环境边际好转：国常会稳经济预期升温、美联储暂停加息、美官员访华等，以广告位代表的顺周期板块有望迎来修复，关注分众传媒、芒果超媒，高股息的国有出版企业中南传媒，以及暑期档来临带来增量的万达电影、光线传媒。此外，经济复苏预期好转下，后续 AI 行情或将走弱，但大模型的持续升级也进一步增强应用端的确定性。关注 AI 结合顺畅、新品业绩增量确定、估值仍较低位的游戏板块，吉比特、三七互娱、完美世界；维持行业“同步大市”评级。
- **风险提示：**政策监管风险；竞争加剧；产品表现及技术落地不及预期。

内容目录

1 市场回顾	3
1.1 整体情况	3
1.2 子板块情况	4
1.3 个股情况	4
1.4 行业估值	5
2 行业数据	5
2.1 电影	5
2.2 游戏	7
2.3 广告	9
3 重点动态	10
3.1 公司动态	10
3.2 行业动态	11
4 风险提示	13

图表目录

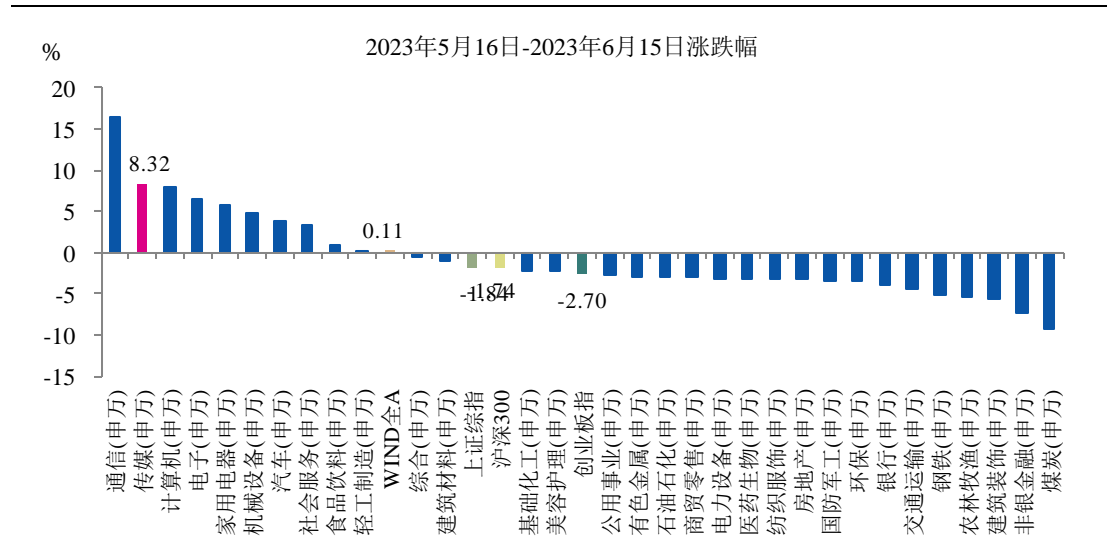
图 1: 2023 年 5 月 16 日-2023 年 6 月 15 日申万一级子行业涨跌幅	3
图 2: 2023 年初-2023 年 6 月 15 日申万一级子行业涨跌幅	3
图 3: 2023 年 5 月 16 日-2023 年 6 月 15 日申万传媒子板块涨跌幅	4
图 4: 2023 年 5 月 16 日-2023 年 6 月 15 日传媒（申万）个股涨跌幅前十名	4
图 5: 2023 年 5 月 16 日-2023 年 6 月 15 日传媒（申万）个股涨跌幅分布情况	4
图 6: 申万传媒行业 PE（TTM，中值）	5
图 7: 申万传媒行业 PB（MRQ，中值）	5
图 8: 2014 年-2023 年 5 月电影票房（含服务费）	5
图 9: 2014 年-2023 年 5 月观影人次	5
图 10: 2014 年-2023 年 5 月平均票价（含服务费）	6
图 11: 2014 年-2023 年 5 月上座率情况	6
图 12: 2016 年-2023 年各线城市票房占比	6
图 13: 2016 年-2023 年各线城市观影人次占比	6
图 14: 2023 年 5 月中国手游收入 top30	8
图 15: 2023 年 5 月中国手游发行商收入 top30	8
图 16: 国产游戏版号下发情况	8
图 17: 2017-2023 年 1-4 月整体广告市场花费同比变化	9
图 18: 2022 年 1 月-2023 年 4 月整体广告市场花费	9
图 19: 电梯 LCD 和电梯海报广告花费同比增速	9
图 20: 电梯 LCD 和电梯海报广告花费环比增速	9
图 21: 互联网站广告花费同比和环比增速	10
图 22: 影院视频、火车/高铁等渠道广告花费同比增速	10
表 1: 2023 年 5 月 top10 院线票房及观影人次市占率	7
表 2: 2023 年 5 月 top10 影投票房及观影人次市占率	7

1 市场回顾

1.1 整体情况

2023年5月16日-2023年6月15日,传媒(申万)指数上涨8.32%,相对上证综指、沪深300、创业板指、WIND全A分别变化10.06pct、10.16pct、11.02pct和8.21pct,涨跌幅居申万31个子行业中第2名。(以申万行业(2021)为标准,选取其140只传媒行业标的)

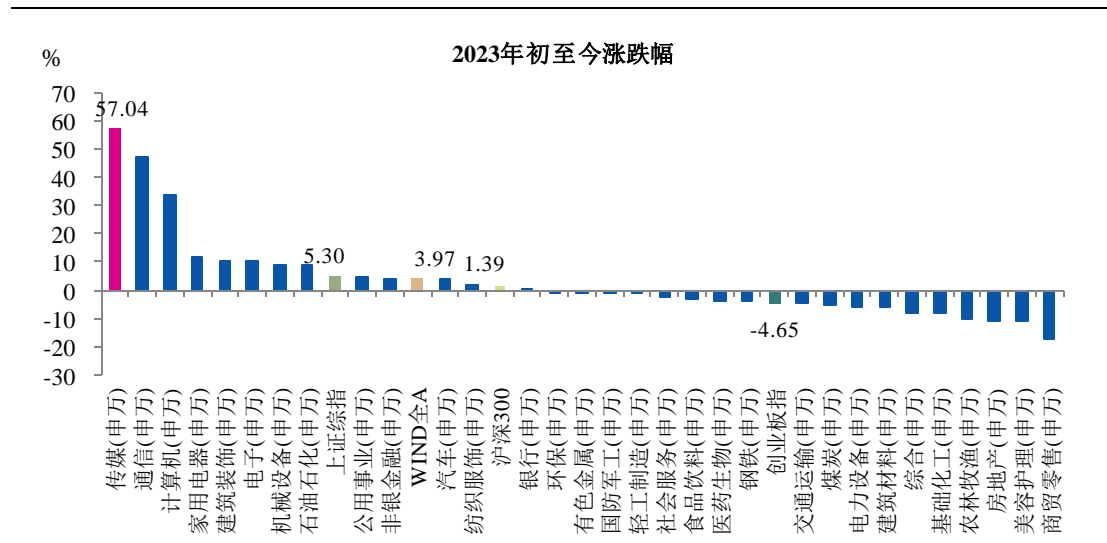
图1: 2023年5月16日-2023年6月15日申万一级子行业涨跌幅



资料来源: wind, 财信证券

2023年初至6月15日,传媒(申万)指数上涨57.04%,相对上证综指、沪深300、创业板指、WIND全A分别变化51.74pct、55.65pct、61.69pct和53.07pct,涨跌幅居申万31个子行业中第1名。

图2: 2023年初-2023年6月15日申万一级子行业涨跌幅

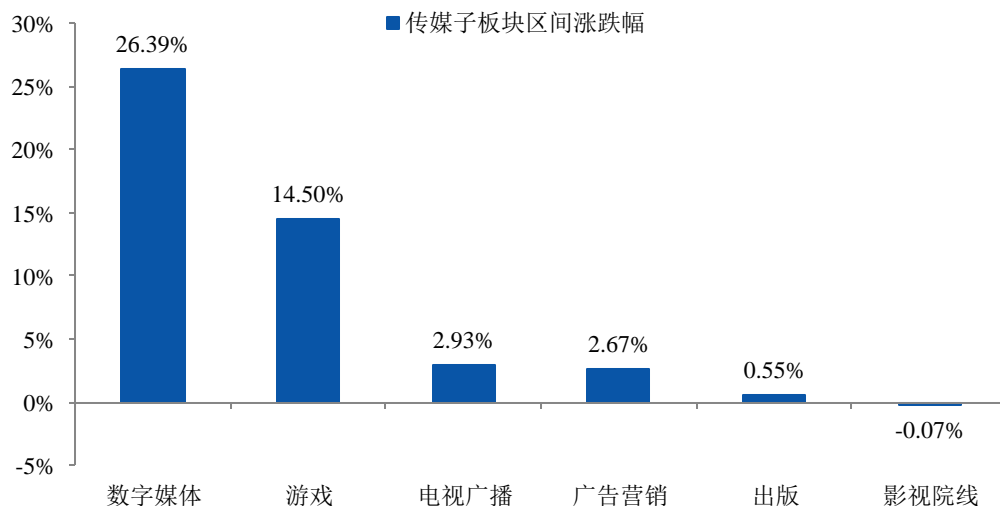


资料来源: wind, 财信证券

1.2 子板块情况

2023年5月16日-2023年6月15日，数字媒体、游戏、电视广播、广告营销、出版、影视院线的涨跌幅分别为26.39%、14.50%、2.93%、2.67%、0.55%和-0.07%。（我们以SW传媒（2021）分类为标准，选取其六个二级子行业作为统计样本）。

图3：2023年5月16日-2023年6月15日申万传媒子板块涨跌幅

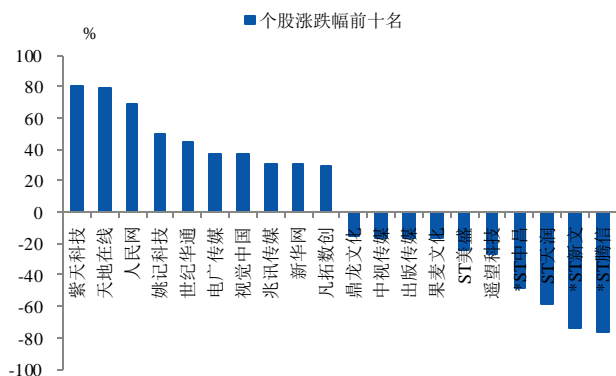


资料来源：wind，财信证券

1.3 个股情况

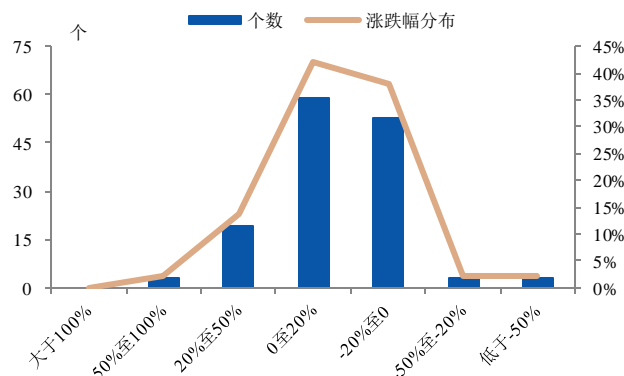
2023年5月16日-2023年6月15日，以SW传媒（2021）分类为标准，选取其140个标的作为统计样本，140只传媒个股中有81只上涨。涨跌幅位于前五位的分别是紫天科技（80.94%）、天地在线（78.45%）、人民网（68.96%）、姚记科技（49.33%）和世纪华通（44.51%）；涨跌幅位于后五位的分别是*ST腾信（-75.76%）、*ST新文（-73.33%）、ST天润（-59%）、*ST中昌（-48.89%）和遥望科技（-26.65%）。

图4：2023年5月16日-2023年6月15日传媒（申万）个股涨跌幅前十名



资料来源：wind，财信证券

图5：2023年5月16日-2023年6月15日传媒（申万）个股涨跌幅分布情况

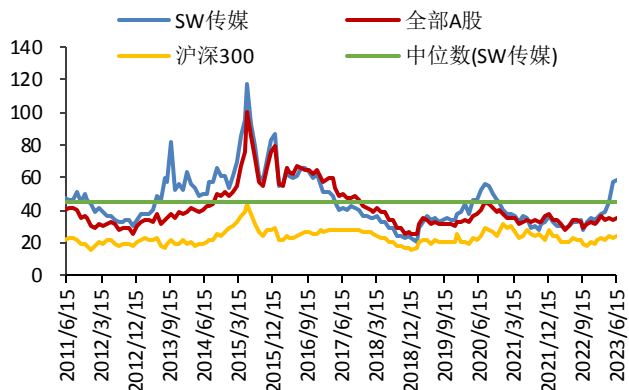


资料来源：wind，财信证券

1.4 行业估值

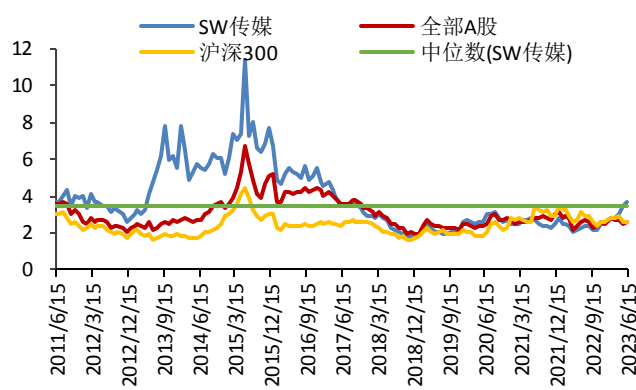
截至 2023 年 6 月 15 日, 传媒(申万)板块 PE(TTM, 中值)为 58.17 倍(前值 57.02 倍), 位于 2010 年以来的前 24.69%分位, 相对沪深 300 的比值为 2.42 倍; PB(MRQ, 中值)为 3.66 倍(前值 3.50 倍), 位于 2010 年以来的前 45.06%分位, 相对沪深 300 的比值为 1.42 倍。

图 6: 申万传媒行业 PE(TTM, 中值)



资料来源: wind, 财信证券

图 7: 申万传媒行业 PB(MRQ, 中值)



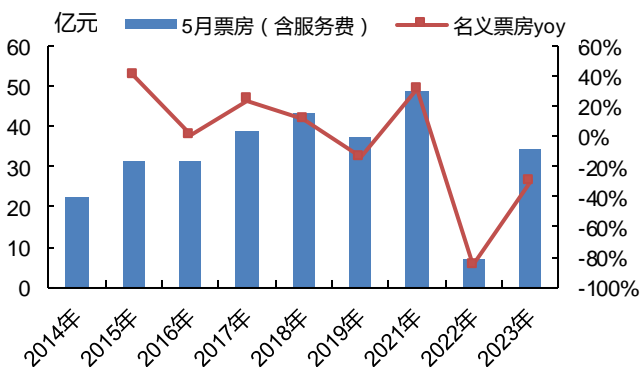
资料来源: wind, 财信证券

2 行业数据

2.1 电影

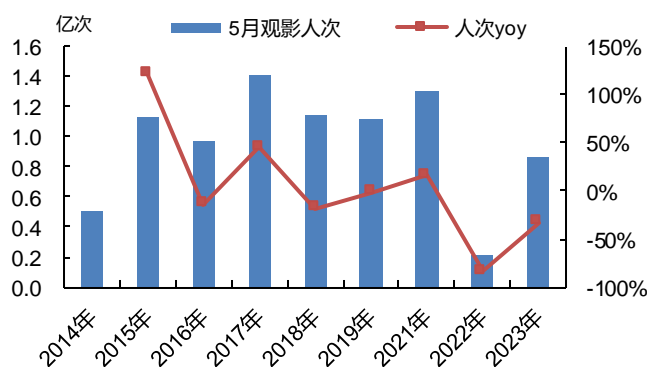
5 月全国票房同比去年有所修复, 但观影人次尚未恢复至疫前水平。根据灯塔专业版数据, 2023 年 5 月我国电影票房 34.10 亿元(含服务费), 考虑可比口径, 较 2021 年 5 月减少 29.92%; 其中, 观影人次 0.87 亿次, 较 2021 年 5 月减少 33.26%; 平均票价(含服务费) 39.3 元, 较 2021 年 5 月增长 5.08%; 平均上座率 6%, 较 2021 年 5 月下滑 3pct。票房排名前五的影片分别为《人生路不熟》(8.20 亿元)、《速度与激情 10》(8.09 亿元)、《银河护卫队 3》(5.68 亿元)、《长空之王》(5.36 亿元)和《这么多年》(1.69 亿元)。

图 8: 2014 年-2023 年 5 月电影票房(含服务费)



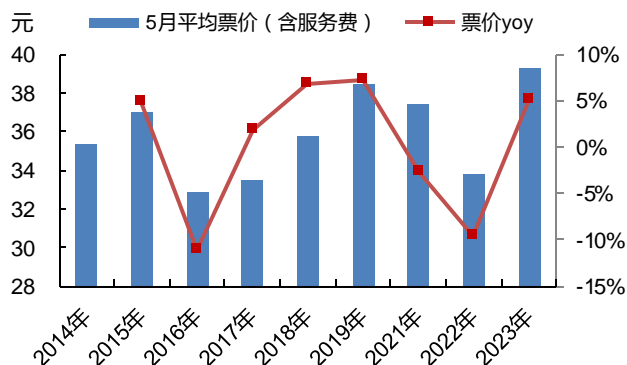
资料来源: 灯塔专业版, 财信证券

图 9: 2014 年-2023 年 5 月观影人次



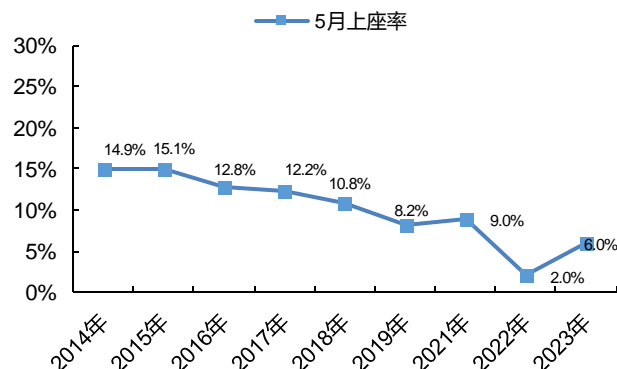
资料来源: 灯塔专业版, 财信证券

图 10：2014 年-2023 年 5 月平均票价（含服务费）



资料来源：灯塔专业版，财信证券

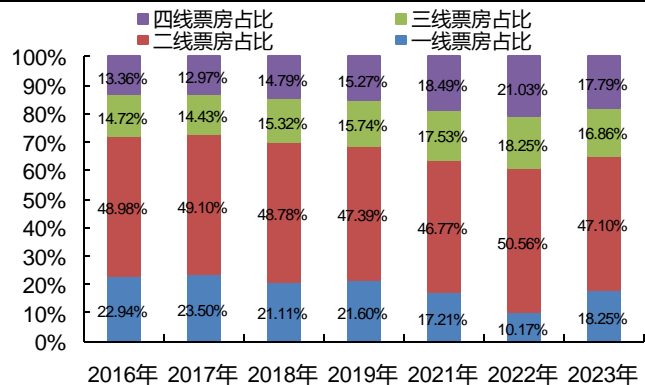
图 11：2014 年-2023 年 5 月上座率情况



资料来源：艺恩数据，财信证券

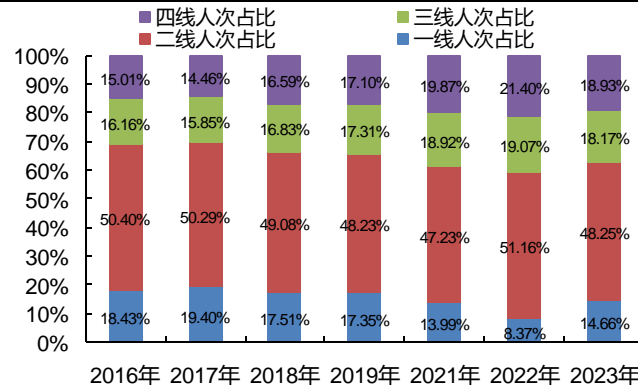
从地域分布看，一二线城市票房占比较 2021 年同期有所提升。一线、二线、三线、四线城市票房收入占比分别为 18.25%、47.10%、16.86%、17.79%，较 2021 年 4 月分别变化 1.04pct、0.32pct、-0.66pct、-0.69pct；观影人次占比分别为 14.66%、48.25%、18.17%、18.93%，较 2021 年 4 月分别增加 0.67pct、1.02pct、-0.75pct、-0.94pct。

图 12：2016 年-2023 年各线城市票房占比



资料来源：灯塔专业版，财信证券

图 13：2016 年-2023 年各线城市观影人次占比



资料来源：灯塔专业版，财信证券

院线集中度较 2021 年同期有提升，龙头市场份额提升明显。根据艺恩数据显示，1) 院线端，万达院线票房和人次市占率分别为 19.24% 和 17.63%，较 2021 年 5 月分别提升 2.8pct 和 2.88pct。CR3、CR5 和 CR10 院线票房的集中度分别为 36.33%、50.33% 和 69.51%，较 2021 年 5 月分别提升 2.96pct、1.89pct 和 1.31pct。2) 影投端，万达影投票房和人次市占率分别为 17.90% 和 16.25%，较 2021 年 5 月分别提升 0.05pct 和 0.30pct。CR3、CR5 和 CR10 影投票房的集中度分别为 24.61%、29.63% 和 39.29%，较 2021 年 5 月分别变化 0.44pct、-0.07pct 和 1.01pct。

表 1：2023 年 5 月 top10 院线票房及观影人次市占率

排名	院线	分账票房 (亿元)	票房市占率	观影人次 (万)	人次市占率	平均票价	上座率
1	万达	6.57	19.24%	1530.99	17.63%	43.0	8.6%
2	上海联合	2.93	8.60%	661.65	7.62%	44.0	7.3%
3	中影数字	2.90	8.49%	754.28	8.69%	38.0	6.1%
4	中影南方	2.63	7.72%	681.99	7.85%	39.0	7.0%
5	大地	2.14	6.28%	581.39	6.70%	37.0	5.8%
6	幸福蓝海	1.52	4.44%	393.79	4.54%	39.0	6.5%
7	金逸	1.46	4.27%	367.68	4.23%	40.0	6.5%
8	横店	1.38	4.04%	370.76	4.27%	37.0	4.8%
9	中影星美	1.16	3.40%	309.25	3.56%	37.0	6.5%
10	华夏联合	1.03	3.02%	273.02	3.14%	38.0	5.9%

资料来源：艺恩数据，财信证券

表 2：2023 年 5 月 top10 影投票房及观影人次市占率

排名	院线	分账票房 (亿元)	票房市占率	观影人次 (万)	人次市占率	平均票价	上座率
1	万达	6.11	17.90%	1410.74	16.25%	43.0	8.8%
2	横店	1.21	3.55%	325.68	3.75%	37.0	4.8%
3	CGV	1.08	3.16%	212.40	2.45%	51.0	8.0%
4	金逸	0.87	2.55%	206.78	2.38%	42.0	7.2%
5	大地	0.84	2.47%	211.00	2.43%	40.0	7.2%
6	上海星轶	0.80	2.34%	197.85	2.28%	40.0	7.6%
7	博纳	0.79	2.33%	183.73	2.12%	43.0	8.2%
8	中影	0.70	2.05%	186.08	2.14%	38.0	7.8%
9	幸福蓝海	0.53	1.54%	133.31	1.54%	39.0	6.9%
10	百老汇	0.48	1.40%	78.44	0.90%	61.0	10.8%

资料来源：艺恩数据，财信证券

2.2 游戏

出海情况：根据 Data.ai 公开披露，米哈游的《崩坏：星穹铁道》、《原神》、腾讯的《胜利女神：妮姬》、《PUBG MOBILE》、莉莉丝的《万国觉醒》、分列 5 月中国游戏厂商应用出海收入榜单前五名。三七互娱旗下《Puzzles&Survival》、《小小蚁国》分列榜单第 6 名（较上月下降 3 名）和 25 名（较上月上升 2 名）。

厂商方面，米哈游、腾讯、莉莉丝、三七互娱和点点互动分列 5 月中国游戏厂商出海收入榜单前五名。

图 14：2023 年 5 月中国手游收入 top30



资料来源：Data.ai，财信证券

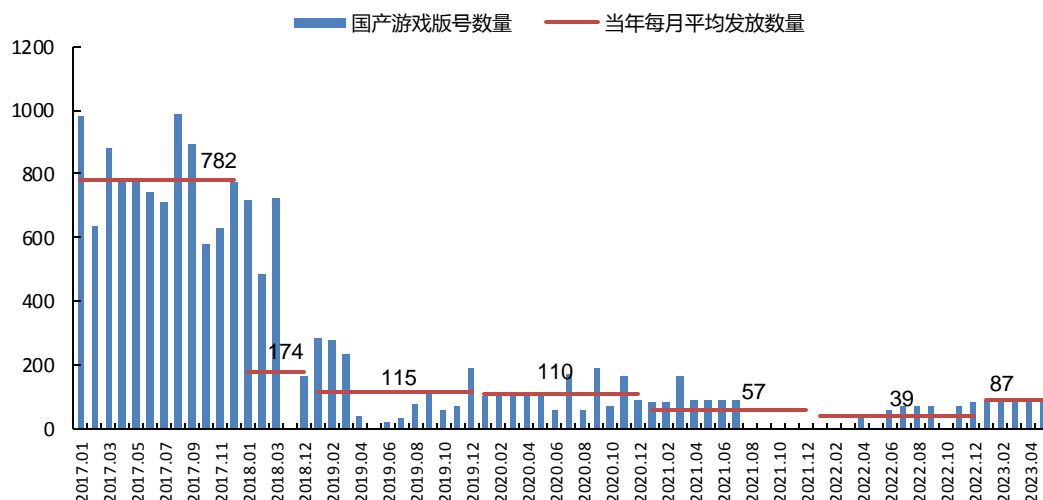
图 15：2023 年 5 月中国手游发行商收入 top30



资料来源：Data.ai，财信证券

版号情况：5 月 22 日晚，国家新闻出版署下发 86 款国产游戏版号，其中移动 65 款、移动（休闲益智）14 款、移动/客户端 4 款、移动/客户端/主机 1 款、端游 2 款。重点厂商及产品主要有三七互娱的《失落之门：序章》、吉比特的《勇者与装备》、恺英网络的《永恒觉醒》、电魂网络的《大领主传说》，此外还有腾讯的《王牌战士 2》、网易的《七日世界》、B 站的《依露希尔：星晓》等。

图 16：国产游戏版号下发情况



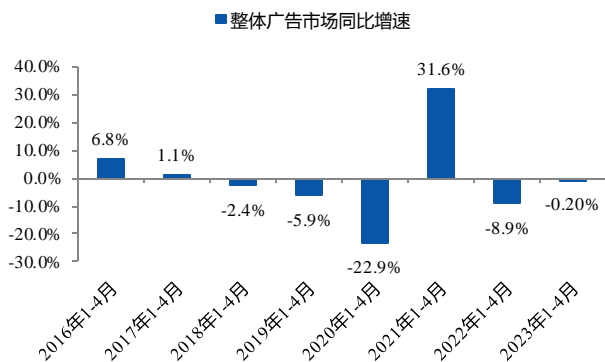
资料来源：国家新闻出版署，财信证券

2.3 广告

根据 CTR 6 月 2 日披露, 2023 年 1-4 月广告市场同比微跌 0.2%, 较去年同期 (-8.9%) 跌幅有所收窄。其中, 4 月广告市场花费同比增长 15.1% (3 月为 0.2%), 环比增长 2.9% (3 月为 11.7%)。分广告渠道看, 主要线下广告渠道花费同比均有不同程度增长, 如电梯 LCD、电梯海报、影院视频、火车/高铁站、机场、地铁、街道设施等渠道花费同比增速分别为 20.9%、30.2%、233.9%、51%、102.8%、151.7%, 互联网站花费同比增长 6%。从环比来看, 电梯 LCD、电梯海报、互联网站等表现延续良好, 环比增速分别为 6.7%、19.3%、0.5%。

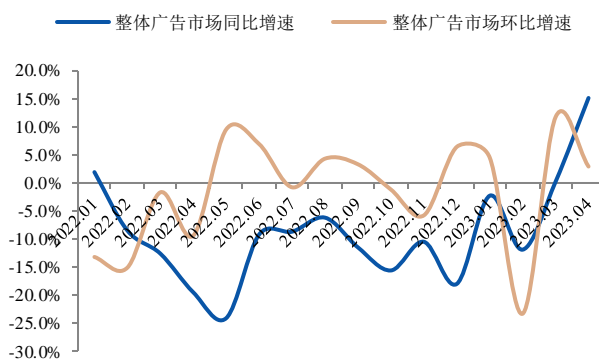
分客户来看, 2023 年 1-4 月广告市场头部行业榜单中, 同比呈现正增长的行业占比达七成。其中, 食品和饮料行业的广告投放量持续位居前列, 药品、化妆品/浴室用品和交通行业的广告花费上涨较显著, 同比分别增长 22.2%、32.9%和 16.6%。

图 17: 2017-2023 年 1-4 月整体广告市场花费同比变化



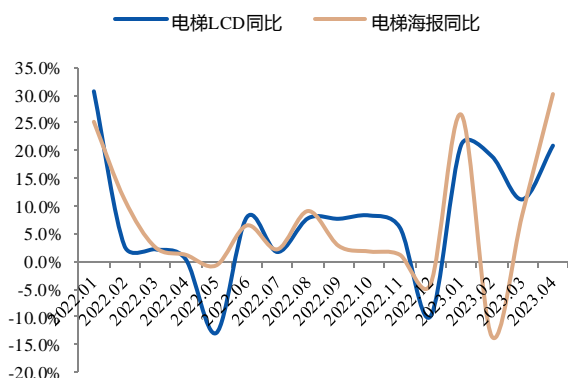
资料来源: CTR, 财信证券

图 18: 2022 年 1 月-2023 年 4 月整体广告市场花费



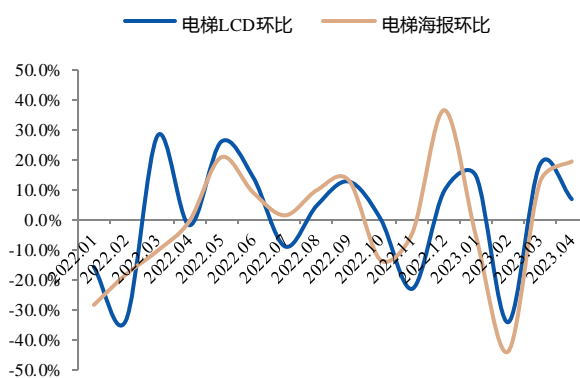
资料来源: CTR, 财信证券

图 19: 电梯 LCD 和电梯海报广告花费同比增速



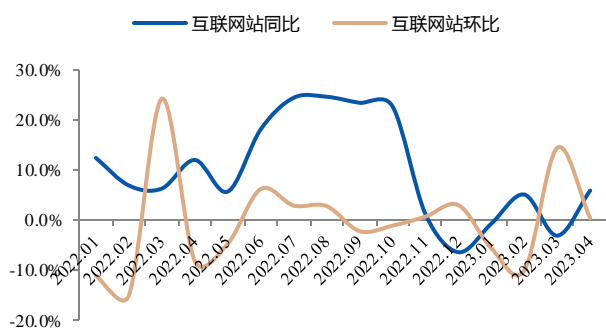
资料来源: CTR, 财信证券

图 20: 电梯 LCD 和电梯海报广告花费环比增速



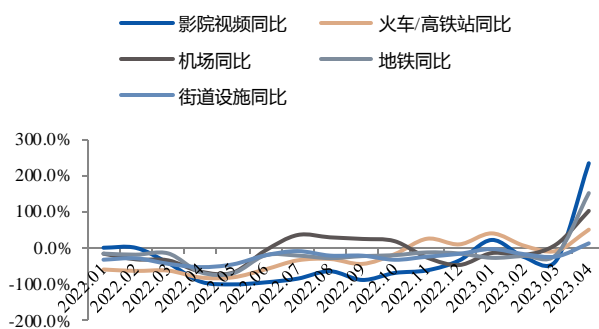
资料来源: CTR, 财信证券

图 21：互联网站广告花费同比和环比增速



资料来源：CTR，财信证券

图 22：影院视频、火车/高铁等渠道广告花费同比增速



资料来源：CTR，财信证券

3 重点动态

3.1 公司动态

1) 中公教育 (002607.SZ)：联合新华网推出全三维数智人及职业教育行业大模型

根据钛媒体消息，中公教育与新华网联合推出三维数智人及职业教育行业大模型。中公教育表示，基于 AI 技术和自然语言处理技术开发而成的三维数智人，“一位老师就能完成 1000 位老师的工作”，能有效扩大名师的教学覆盖范围，并大幅提升效率、降低成本；公司高峰时期在职人员超过六万人，人工智能对盈利能力的提升空间巨大。

2) 视觉中国 (000681.SZ)：AI 灵感绘图上线

公司官方公众号消息称，继 AI 智能搜索、AI 创意工具应用产品上线后，视觉中国旗下网站 vcg.com 再次上线 AIGC 新功能——AI 灵感绘图（即文字生成图像）。用户不仅可在图片库浏览、下载精品原创内容，还可以通过 AI 灵感绘图功能生成高质量、精美的图片内容，从而获得更多的灵感创意。本次上线的 AI 灵感绘图功能可以根据文字生成摄影、卡通、3D、插画四种不同风格的图片素材，匹配不同的使用场景，这将大大提高用户工作效率，提升创意体验。

3) 掌阅科技 (603533.SH)：阅爱聊产品首发上线内测

公司宣布，旗下首款 AI 产品“阅爱聊”封闭内测。据公司介绍，“阅爱聊”是一款以生成式人工智能驱动小说 IP 对话交互，依托 AI 大模型赋能数字阅读场景，背靠掌阅科技海量数据内容优势，聚焦阅读过程中的“聊书”、“聊人”两个场景，为用户提供创新体验的阅读交互方式。该产品支持交互式体验，不仅可为用户生成内容，还可以和用户进行互动，用户也可以随时修改、编辑或者保存生成的内容。

4) 昆仑万维 (300418.SZ)：控股子公司拟发行股份收购 Singularity AI (100%控股奇点智源) 全部股权

公司发布公告，旗下控股子公司司 Star Group 拟发行股份收购 Singularity AI (100%

控股奇点智源)全部股权。经评估, Singularity AI 整体作价 1.6 亿美元, 交易完成后 Singularity AI 的股东或其指定关联方将获得 Star Group 25% 股权; 公司全资子公司昆仑集团有限公司计划对 Star Group 增资 4 亿美元, 全力打造全球领先的 AGI 平台。

Singularity AI 主要聚焦于自然语言大型预训练模型及开发者 API, 主要产品及服务包括通用开发者 API、聊天机器人和知识抽取。核心团队成员拥有丰富的人工智能和计算机科学领域专业知识以及深厚的相关工程经验积累, 早在 2020 年 10 月便已启动中文类 GPT-3 模型研发; 2021 年 3 月完成 140 亿参数中文类 GPT-3 模型训练, 同年 6 月对外发布 140 亿参数中文类 GPT-3 API; 目前其与公司联合推出的对标 ChatGPT 的双千亿级大语言模型“天工”3.5, 已于 2023 年 4 月 17 日开启邀请测试。

本次交易能够有效帮助公司完善在 AI 领域的业务布局, 形成 AI 大模型、AI 搜索、AI 游戏、AI 音乐、AI 动漫、AI 社交的全方位业务矩阵, 并为 StarArk 在 AI 音乐和 AI 游戏产品的研发及商业化落地提供更多助力。同时, 更好的集中资源, 全力推动公司 AGI 与 AIGC 业务板块的快速崛起, 为公司长期发展注入强劲动力。

风险提示: 技术研发进展不及预期; 应用实践不及预期; 行业竞争加剧; 行业政策变化风险: AIGC 大规模投入带来的财务不利影响。

3.2 行业动态

1) 英伟达宣布为游戏提供定制化 AI 模型代工服务

5 月 29 日, 英伟达官网宣布将提供定制 AI 模型代工服务——Avatar Cloud Engine (ACE) for Games, 可开发在云端和 PC 上运行的 AI 模型。开发者可以使用该服务在其软件和游戏中搭建和部署定制化的语音、对话和动画 AI 模型。英伟达称, 该服务通过 AI 驱动的自然语言交互为非玩家角色 (NPC) 带来智能, 从而改变游戏。

2) 教育部等十八部门联合印发《关于加强新时代中小学科学教育工作的意见》

5 月 29 日, 教育部等十八部门联合印发《关于加强新时代中小学科学教育工作的意见》, 旨在适应科技发展和产业变革需要, 为中小學生提供更加优质的科学教育。《意见》要求, 要改进学校教学与服务。强化实验教学, 将教辅书纳入监管体系; 探索利用人工智能、虚拟现实等技术手段改进和强化实验教学, 弥补优质教育教学资源不足的状况; 用好社会大课堂, 鼓励高校和科研院所主动对接中小学, 引领科学教育发展; 推进中高考内容改革, 坚持素养立意, 强化实验考查, 提高学生动手操作和实验能力。

3) 深圳市发布《深圳市加快推动人工智能高质量发展高水平应用行动方案(2023-2024 年)》

5 月 31 日, 深圳市印发《深圳市加快推动人工智能高质量发展高水平应用行动方案(2023-2024 年)》, 重点提出: 一是, 强化智能算力集群供给。整合深圳市算力资源, 建设城市级算力统筹调度平台, 实现“算力一网化、统筹一体化、调度一站式”, 全市可统筹

的公共智能算力及相关网络带宽保持国内领先水平；打造大湾区智能算力枢纽；加快实施“智能算力网络关键技术体系研究及验证”项目；建设企业级智能算力平台；联合香港企业、科研机构、高校等，打造深港人工智能算力赋能中心。二是，增强关键核心技术与产品创新能力。聚焦通用大模型、智能算力芯片、智能传感器、智能机器人、智能网联汽车等领域，实施人工智能科技重大专项扶持计划，重点支持打造基于国内外芯片和算法的开源通用大模型；支持重点企业持续研发和迭代商用通用大模型；开展通用型具身智能机器人的研发和应用。

4) 国务院常务会议：讨论并原则通过《中华人民共和国学前教育法（草案）》

国务院总理李强6月2日主持召开国务院常务会议，会议讨论并原则通过《中华人民共和国学前教育法（草案）》，决定将草案提请全国人大常委会审议。会议指出，学前教育是终身教育的起点，是重要的社会公益事业，关系亿万儿童健康成长，强化法治保障十分重要；要统筹当前和长远，根据新型城镇化进程和学龄人口变动趋势，科学规划学前教育资源配置，既有效满足需求，也避免造成资源浪费。要加强财政投入保障，提高对学前教育投入比重，加大对农村地区、民族地区倾斜力度，增加学前学位供给，促进学前教育事业普及普惠、安全优质发展。

5) 360智脑：通过中国信通院可信AIGC大语言模型功能评估，发布AI智脑4.0及数字人广场

6月12日，360智脑的360GPT-S2-V8型号产品获得了中国信息通信研究院可信AIGC大语言模型基础能力”评估报告，报告显示必选项目评估内容均通过。据悉，360智脑是国内首个通过中国信通院该项权威评估的大模型产品。中国信通院测试报告必选项目共10项，具体包括生成与创作、多轮对话、代码能力、逻辑与推理、知识问答、阅读理解、文本分类、翻译、文本改写、多模态(文本生成图像)。

6月13日，根据《科创板日报》，360智脑4.0于今日亮相，并宣布接入360全端产品，包括360安全卫士、360安全浏览器、360搜索等。周鸿祎称，360智脑已具备跨模态生成能力，拥有文字、图像、语音、视频处理能力，可以应用于文生图、图生图、文生视频等场景。同时，360AI数字人广场发布，提供200多个角色，包括数字名人、数字员工等类别。360智脑内测版本已经支持与诸葛亮、孙悟空、爱因斯坦等数字名人对话

6) 国家发改委等部门：支持符合条件的产教融合型企业上市融资

国家发改委等部门印发《职业教育产教融合赋能提升行动实施方案(2023—2025年)》，其中提出，加大金融政策扶持力度。国家发展改革委加大向金融机构推荐职业教育产教融合中长期贷款项目的力度；鼓励银行机构按照“风险可控、商业可持续性”原则支持产教融合项目和产教融合型企业发展；引导保险机构开发产教融合相关保险产品；支持符合条件的产教融合型企业上市融资；支持符合条件的企业发行社会领域产业专项债券，重点用于实训基地建设。

7) 百川智能发布中英文大模型：采用开源模式，可免费商用

根据《科创板日报》，搜狗创始人王小川创立的百川智能公司，宣布推出了 70 亿参数量的开源中英文预训练大模型——baichuan-7B。目前 baichuan-7B 大模型已在 Hugging Face、Github 以及 Model Scope 平台发布。百川智能方面称，为了验证模型的各项能力，baichuan-7B 在 C-Eval、AGIEval 和 Gaokao 三个最具影响力的中文评估基准进行了综合评估，并且均获得了优异成绩，它已经成为同等参数规模下中文表现最优秀的原生预训练模型。baichuan-7B 代码采用 Apache-2.0 协议，模型权重采用了免费商用协议，只需进行简单登记即可免费商用。

8) 4 月游戏市场报告：整体市场规模环比上升 2.96%，同比降幅收窄至-2.16%

根据伽马数据 5 月 25 日披露，4 月中国游戏市场实际销售收入 224.94 亿元，环比上升 2.96%，同比下降 2.16%，自 3 月起的同比降幅已连续两月收窄至个位数。其中，手游市场实际销售收入 162.18 亿元，环比上升 4.03%，同比下降 4.37%，主要系《崩坏：星穹铁道》（预估首月流水超 12 亿元）及《原始征途》等新品表现较优；端游市场实际销售收入达 55.61 亿元，环比增长 0.20%，同比增长 12.60%，主要系《英雄联盟》等头部产品流水稳定增长及《地下城与勇士》付费活动表现较佳。海外方面，4 月中国自主研发游戏海外市场实际销售收入为 13.24 亿美元，环比增长 3.35%，同比下降 13.80%，较上月降幅有所收窄，主要系《万龙觉醒》、《众神派对》、《偶像梦幻祭!!Music》及《和平经营》等多款头部及新品表现较优，驱动市场增长。

4 风险提示

政策监管风险；竞争加剧；产品表现及技术落地不及预期。

评级系统说明

以报告发布日后的 6—12 个月内，所评股票/行业涨跌幅相对于同期市场指数的涨跌幅度为基准。

类别	投资评级	评级说明
股票投资评级	买入	投资收益率超越沪深 300 指数 15% 以上
	增持	投资收益率相对沪深 300 指数变动幅度为 5%—15%
	持有	投资收益率相对沪深 300 指数变动幅度为-10%—5%
	卖出	投资收益率落后沪深 300 指数 10% 以上
行业投资评级	领先大市	行业指数涨跌幅超越沪深 300 指数 5% 以上
	同步大市	行业指数涨跌幅相对沪深 300 指数变动幅度为-5%—5%
	落后大市	行业指数涨跌幅落后沪深 300 指数 5% 以上

免责声明

本公司具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格，作者具有中国证券业协会注册分析师执业资格或相当的专业胜任能力。

本报告仅供财信证券股份有限公司客户及员工使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司当然客户。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发送，概不构成任何广告。

本报告信息来源于公开资料，本公司对该信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本公司对已发报告无更新义务，若报告中所含信息发生变化，本公司可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本报告中所指投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司及本公司员工或者关联机构不承诺投资者一定获利，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。投资者务必注意，其据此作出的任何投资决策与本公司及本公司员工或者关联机构无关。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代自己的判断。在决定投资前，如有需要，投资者务必向专业人士咨询并谨慎决策。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人（包括本公司客户及员工）不得以任何形式复制、发表、引用或传播。

本报告由财信证券研究发展中心对许可范围内人员统一发送，任何人不得在公众媒体或其它渠道对外公开发布。任何机构和个人（包括本公司内部客户及员工）对外散发本报告的，则该机构和个人独自为此发送行为负责，本公司保留对该机构和个人追究相应法律责任的权利。

财信证券研究发展中心

网址：stock.hnchasing.com

地址：湖南省长沙市芙蓉中路二段 80 号顺天国际财富中心 28 层

邮编：410005

电话：0731-84403360

传真：0731-84403438