

关注 Vision Pro 应用生态进展及春节档影片表现

--1 月行业月报

核心观点:

- 最新观点** 1) 影视: 市场格局稳定, 延续回暖态势, 网剧市场指数、综艺市场指数同比上涨。根据灯塔专业版数据, 全国 1 月票房 25.42 亿元 (含服务费), 同比下跌 74.81%, 环比下跌 35.58%。《年会不能停!》《金手指》《潜行》分别以 8.13 亿元、3.27 亿元及 1.71 亿元的单月票房位列三甲, 共计贡献 57% 的票房。需求端, 1 月放映场次 1165.6 万场, 同比上涨 69.07%, 环比上涨 2.90%; 上座率 4.6%, 同比上涨 12.20%。供给端, 1 月上映影片数 50 部, 同比上涨 117.39%, 环比下降 36.71%, 较上月供给数量明显增加。放映端, 中影数字、上海联合、中影南方居院线分账票房前三, 合计贡献 26.22% 的票房。万达、横店、CGV 居影投分账票房前三, 合计贡献 21.81% 的票房。 **苹果 vision pro 预售火热, MR 产品迎来新突破**: 2024 年 1 月 19 日, 苹果首款 MR 头显设备 Apple Vision Pro 在美国市场率先开启预售, 据外媒 9to5Mac, 截止 1 月底, 苹果已经在美国售出了超过 20 万台的 Vision Pro, 初步计算销售额已超过 50 亿元。我们认为苹果 Vision Pro 的发布将为 MR 市场带来广阔的增长空间, 有望实现更多应用场景的突破。 **抖音精品微短剧“辰星计划”启动**: 抖音在京举办了“辰星计划”发布会, 宣布将面向影视公司、媒体机构、MCN 机构、个人创作者等各方, 推出最高 500 万现金和 1 亿流量扶持的方案。 2) 游戏: **游戏市场整体增长, 供给稳定**。伽马数据显示, 2023 年, 国内游戏市场实际销售收入为 3029.64 亿元, 同比增长 13.95%, 首次突破 3000 亿元关口。游戏用户规模达 6.68 亿人, 同比增长 0.61%, 为历史新高点。 3) 营销: **大盘同比持续上涨, 细分渠道波动调整**。根据 CTR 发布的《2023 年 1-11 月广告市场投放整体分析》: 2023 年 1-11 月广告市场同比上涨 5.7%, 11 月广告市场花费同比上涨 7.1%; 月度花费环比下跌 5.9%。
- 投资建议** 影视院线: 春节档即将临近, 建议重视影视院线板块: 1) 储备充足, 优质内容待映的光线传媒 (300251.SZ)、博纳影业 (001330.SZ); 2) 受益于需求回暖的院线龙头万达电影 (002739.SZ); 3) 在线票务服务受益于市场复苏, 影片出品、宣发能力突出的猫眼娱乐 (1896.HK) 等。 **出版行业**: 出版公司大多拥有丰富的电子化图文资源, 不仅可以作为国内外大模型训练的重要数据集, 发挥出版公司在版权和 IP 上的资源优势, 叠加央企市值管理或将纳入考核, 出版公司有望迎来价值重估。当前头部公司处于估值低点位置且基于历史数据看分红率和股息率稳定可观, 具备较高的投资性价比。建议关注出版央企龙头: 中国科传 (601858.SH)、中国出版 (601949.SH)、中信出版 (300788.SZ) 等。此外, 苹果 Vision Pro 已正式发售, 我们看好后续 MR 内容生态发展, 建议重视未来 MR 的落地应用两个大方向: 1) 视觉相关: MR 能带来更沉浸的 3D 视觉冲击, 重构文旅、演艺、教育、营销领域的视觉体验。建议关注: 华策影视 (300133.SZ) 等; 2) 交互相关: 主要包括游戏、派对、社交场景。建议关注: 恒信东方 (300081.SZ)、恺英网络 (002517.SZ) 等。
- 风险提示** 市场竞争加剧的风险, 政策及监管环境的风险, 游戏用户流失的风险, MR 生态发展不及预期的风险, AI 应用推进不及预期的风险, 作品内容审查或审核的风险等。

传媒互联网行业

推荐

维持评级

分析师

岳铮

☎: 010-8092-7630

✉: yuezheng_yj@chinastock.com.cn

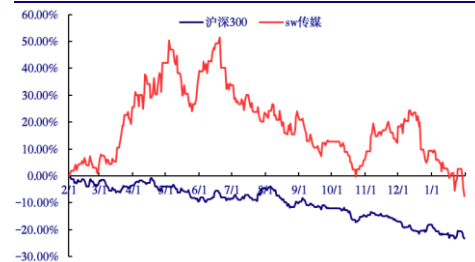
分析师登记编码: S0130522030006

研究助理 祁天睿

☎: 010-8092-7603

✉: qitianrui_yj@chinastock.com.cn

相对沪深 300 表现图



资料来源: Wind, 中国银河证券研究院

相关研究

【银河传媒互联网】12 月行业月报_关注苹果 MR 发售及春节档影片定档进展

【银河传媒互联网】11 月行业月报_文生视频领域产品 Pika 获关注, AI 应用落地加速

【银河传媒互联网】10 月行业月报_“短剧+游戏”爆款出圈, 关注重点手游后续上线表现

【银河传媒互联网】9 月行业月报_影视板块持续复苏, 版号助推新产品周期

【银河传媒互联网】8 月行业月报_最强暑期档验证复苏, 进口版号发放助推新产品周期

【银河传媒互联网】7 月行业动态报告_电影市场迎暑期旺季, 游戏行业供需双振

【银河传媒互联网】6 月行业动态报告_票房持续同环比增长, 看好暑期档票房表现

【银河传媒互联网】5 月行业动态报告_游戏行业规模持续增长, 关注新游上线表现

【银河传媒互联网】4 月行业动态报告_4 月票房大幅回升, 板块持续回暖

【银河传媒互联网】3 月行业动态报告_AIGC 渗透游戏产业链, 商业化探索快速落地

【银河传媒互联网】2 月行业动态报告_“数字中国”重磅规划出台, 关注传媒细分赛道机会

目 录

一、市场行情回顾.....	3
（一）市场动态月监测.....	3
（二）行业估值水平.....	5
二、重点子行业数据跟踪.....	6
（一）影视行业：市场格局稳定，延续回暖态势.....	6
（二）游戏行业：游戏市场整体增长，供给稳定.....	14
（三）营销行业：大盘同比持续上涨，细分渠道波动调整.....	26
（四）数据要素：政策逐渐明晰，加速释放数据要素价值.....	31
三、投资建议.....	34
四、风险提示.....	34

一、市场行情回顾

(一) 市场动态月监测

2024 年 1 月创业板指下跌 16.81%，报 1573.37 点；上证综指下跌 6.2652%，报 2788.55 点；传媒行业指数下跌 15.47%。

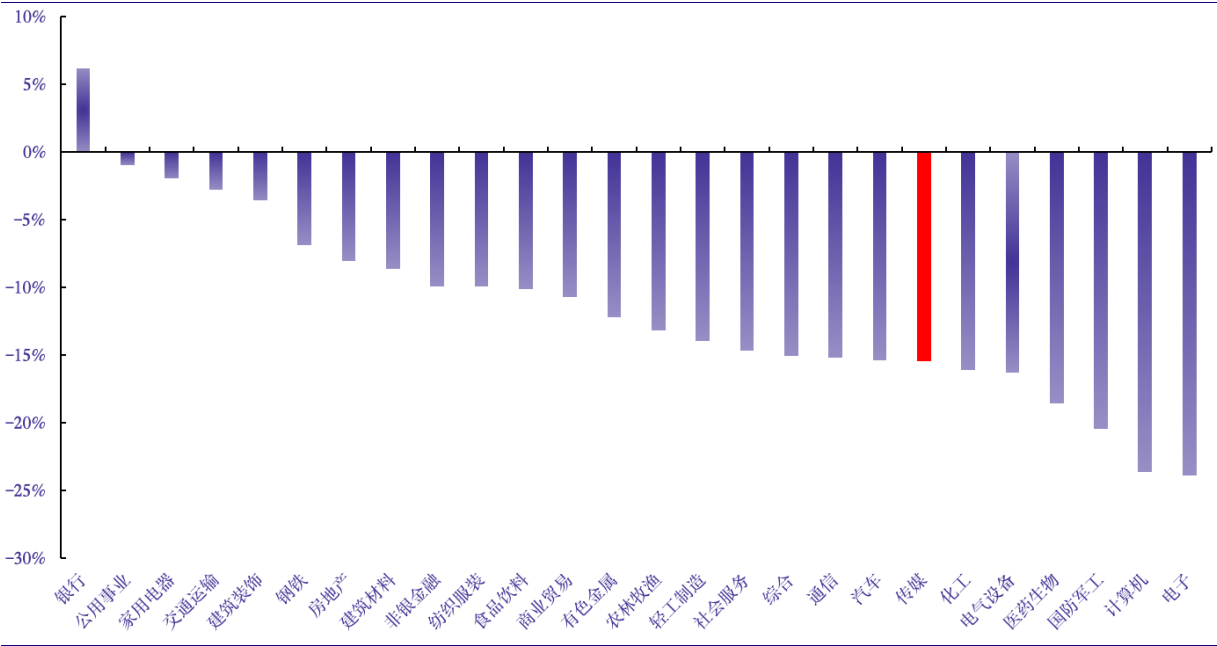
表1：2024 年 1 月 A 股指数行情回顾（年初至今涨跌幅为截止报告发布日期前最后一个交易日）

证券代码	证券简称	最新股价	本月涨幅(%)	年初至今涨跌幅(%)
801760.SI	传媒(SW)	532.97	-15.4673	-17.5387
000300.SH	沪深 300	3,215.35	-6.2883	-7.3295
399006.SZ	创业板指	1,573.37	-16.8130	-18.0289
000001.SH	上证综指	2,788.55	-6.2652	-8.2282
399001.SZ	深圳成指	8,212.84	-13.7731	-15.4222

资料来源：Wind，中国银河证券研究院

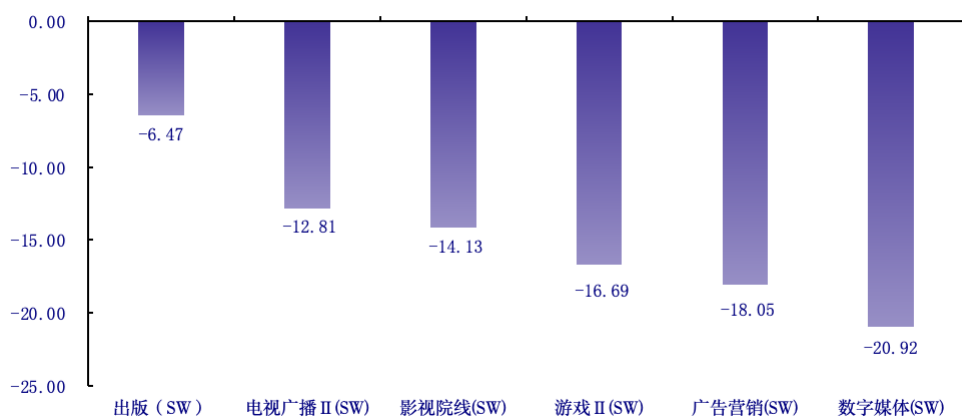
在各个行业中，1 月传媒板块下跌 15.47%，在 SW26 个一级子行业中涨跌幅排名第二十。分子行业来看，本月传媒行业子行业均呈下跌态势：出版下跌 6.47%，电视广播下跌 12.81，影视院线下跌 14.13%，游戏下跌 16.69%，广告营销下跌 18.05%，数字媒体下跌 20.92%。

图1：市场各行业板块月涨跌幅



资料来源：Wind，中国银河证券研究院

图2：传媒子行业月涨跌幅（%）



资料来源：Wind，中国银河证券研究院

表2：上月个股涨跌幅前十榜单

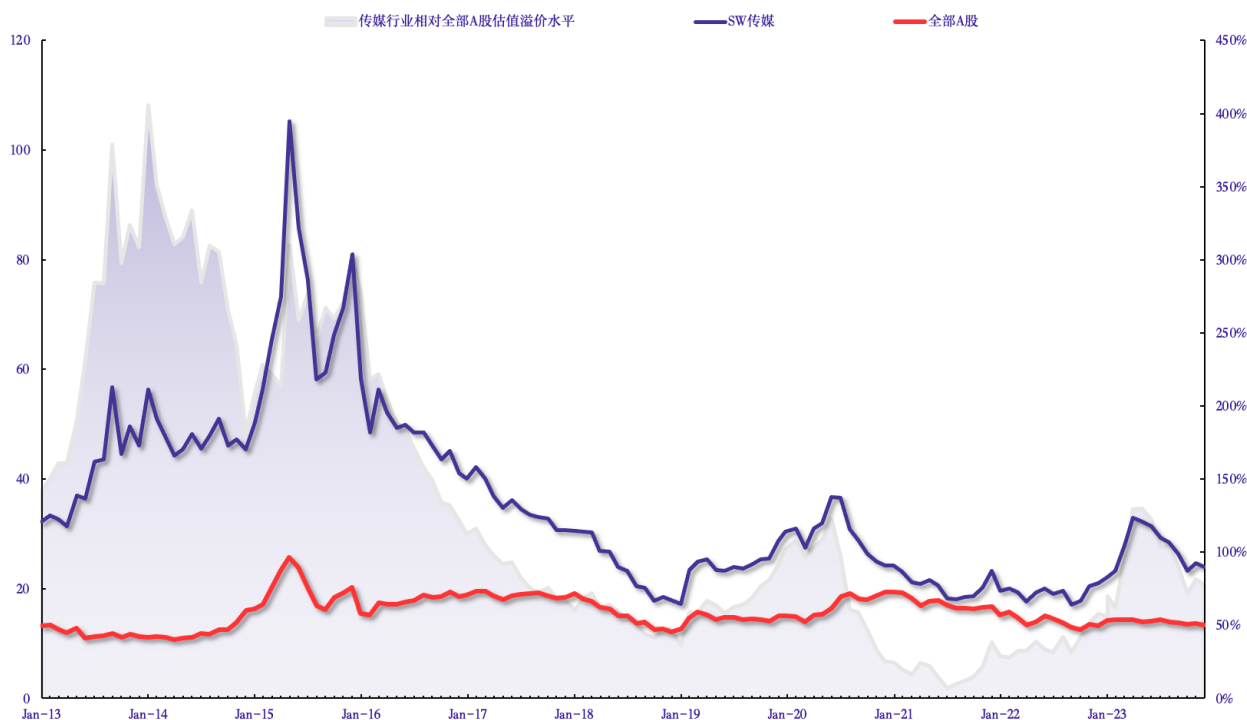
涨幅前十			跌幅前十		
代码	代码名称	月涨跌幅 (%)	代码	代码名称	月涨跌幅 (%)
600088.SH	中视传媒	104.98	301313.SZ	凡拓数创	-36.94
600825.SH	新华传媒	15.88	002238.SZ	天威视讯	-34.06
600373.SH	中文传媒	12.37	300063.SZ	天龙集团	-34.00
601098.SH	中南传媒	10.72	300805.SZ	电声股份	-33.30
601928.SH	凤凰传媒	10.10	002291.SZ	遥望科技	-32.41
300788.SZ	中信出版	8.93	603729.SH	龙韵股份	-32.04
300002.SZ	神州泰岳	5.54	300781.SZ	因赛集团	-31.89
603721.SH	中广天择	4.17	301299.SZ	卓创资讯	-28.79
601019.SH	山东出版	3.41	002095.SZ	生意宝	-27.68
605577.SH	龙版传媒	-1.59	002995.SZ	天地在线	-27.34

资料来源：Wind，中国银河证券研究院整理

（二）行业估值水平

传媒板块绝对估值处于低位。截至 1 月 31 日，传媒行业滚动市盈率为 21.09 倍（TTM 整体法，剔除负值），全部 A 股 12.41 倍，分别较 13 年以来的历史均值低 40.19%和低 20.72%。行业估值溢价率方面，目前传媒股的估值溢价率较历史平均水平低 58.85 个百分点。当前值为 69.86%，历史均值为 128.72%。

图3：传媒股估值及溢价分析



资料来源：Wind，中国银河证券研究院

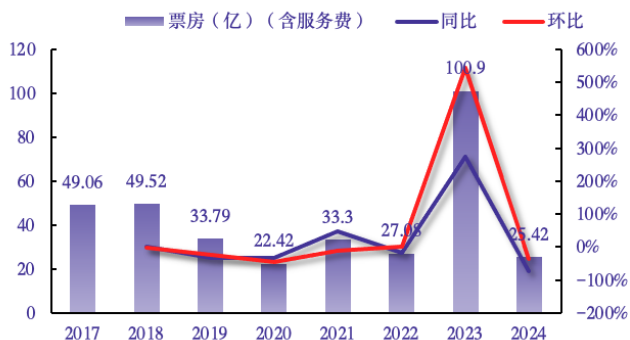
二、重点子行业数据跟踪

（一）影视行业：市场格局稳定，延续回暖态势

1. 票房同环比下降，市场波动调整

24 年 1 月全国电影票房同环比呈现下降趋势。根据灯塔专业版数据，全国 1 月票房 25.42 亿元（含服务费），同比下跌 74.81%，环比下跌 35.58%。《年会不能停！》《金手指》《潜行》分别以 8.13 亿元、3.27 亿元及 1.71 亿元的单月票房位列三甲，共计贡献 57% 的票房，头部效应明显。

图4：17-24 年 1 月票房（亿元，含服务费）



资料来源：灯塔专业版，中国银河证券研究院

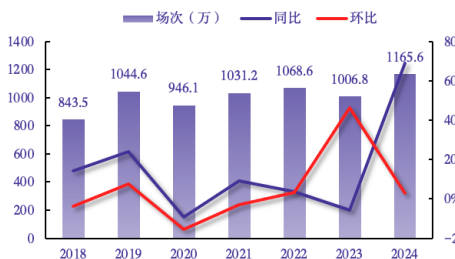
图5：23 年 1 月-24 年 1 月票房（亿元，含服务费）



资料来源：灯塔专业版，中国银河证券研究院

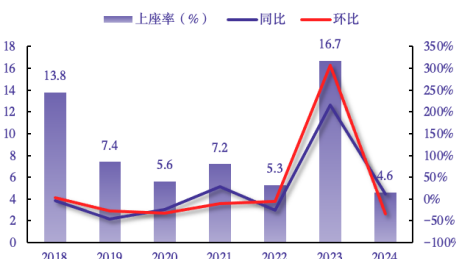
需求端，1 月场次、人次、上座率同比均明显上涨，需求端延续回暖态势。据灯塔专业版，1 月放映场次 1165.6 万场，同比上涨 69.07%，环比上涨 2.90%；上座率 4.6%，同比上涨 12.20%，环比下降 34.29%；观影人次 0.64 亿，同比上涨 88.24%，环比下降 34.02%。相较于疫情时期，市场需求增长幅度较大，电影市场延续回暖态势。

图6：18-24 年 1 月场次（单位：万）



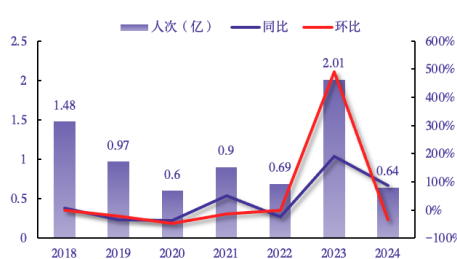
资料来源：灯塔专业版，中国银河证券研究院

图7：18-24 年 1 月上座率（单位：%）



资料来源：灯塔专业版，中国银河证券研究院

图8：18-24 年 1 月人次（单位：亿）



资料来源：灯塔专业版，中国银河证券研究院

供给端，1 月供给端复苏明显，影片数量增长明显，类型丰富，优质影片的长尾效应显著。据灯塔专业版，1 月上映影片数 50 部，同比上涨 117.39%，环比下降 36.71%，较上月供给数量明显增加。影片类型多元，涵盖喜剧、动作、悬疑、犯罪等多个类别，且优质影片持续发力。截至 2024 年 1 月 31 日，2 月预计上映 12 部新片，主要集中在春节档：大年初一（2 月 10 日）当天有 8 部影片上映。

表3：2024 年 1 月票房前十电影（票房不含服务费）

影片名	单月票房(万)	票房占比	平均票价	场均人次	淘票票评分
年会不能停！	81,293.90	35.10%	35.0	8	9.40
金手指	32,667.10	14.10%	36.0	6	8.60
潜行	17,094.30	7.40%	35.0	5	9.00
临时劫案	16,502.20	7.10%	34.0	5	8.90
一闪一闪亮星星	12,772.00	5.50%	35.0	4	8.50
三大队	11,950.50	5.20%	38.0	5	9.50
海王 2:失落的王国	9,594.10	4.10%	35.0	6	9.00
养蜂人	8,727.60	3.80%	36.0	4	8.80
动物园里有什么？	8,169.30	3.50%	34.0	3	8.60
非诚勿扰 3	5,028.20	2.20%	37.0	4	9.00

资料来源：艺恩数据，灯塔专业版，中国银河证券研究院

表4：2024 年 2 月上映日历（截至 2024 年 1 月 31 日）

上映日期	影片名称	影片类型	导演	主演
2024/2/10	热辣滚烫	喜剧/剧情	贾玲	贾玲、雷佳音、张小斐
2024/2/10	熊出没·逆转时空	动画/喜剧/科幻	林汇达	熊大、张伟、熊二
2024/2/10	飞驰人生 2	喜剧/剧情	韩寒	沈腾、范丞丞、尹正
2024/2/10	第二十条	喜剧/剧情/家庭	张艺谋	雷佳音、马丽、赵丽颖
2024/2/10	红毯先生	剧情/喜剧	宁浩	刘德华、单立文、瑞玛席单
2024/2/10	我们一起摇太阳	剧情/爱情/家庭	韩延	彭昱畅、李庚希
2024/2/10	八戒之天蓬下界	神话/动画	何冉昊	张磊、季冠霖、赵明洲
2024/2/10	黄貔：天降财神猫	动画/喜剧	白丁、关杨	李盟、闫楠、王梓
2024/2/16	破战	剧情/动作/悬疑	彭发	吴镇宇、任达华
2024/2/23	阿盖尔：神秘特工	动作/惊悚	马修·沃恩	亨利·卡维尔、布莱丝·达拉斯·霍华德
2024/2/24	还是觉得你最好 2	喜剧/爱情	陈咏燊	邓丽欣、张继聪、王菀之
2024/2/24	西南东北客	剧情/喜剧/警匪	郭彤	郝劭文、姜超、甘婷婷

资料来源：灯塔专业版，中国银河证券研究院

放映端，中影、万达稳居龙头，格局稳定，头部效应显著。据灯塔专业版，中影数字、上海联合、中影南方居院线分账票房前三，合计贡献 26.22% 的票房。万达、横店、CGV 居影投分账票房前三，合计贡献 21.81% 的票房，其中万达以 3.67 亿元的分账票房断层领先。

图9：2024 年 1 月院线分账票房前十

排名	院线	分账票房（亿元）
1	中影数字	2.11
2	上海联合	1.98
3	中影南方	1.91
4	大地电影	1.39
5	金逸珠江	0.96
6	幸福蓝海	0.93
7	横店影视	0.87
8	华夏联合	0.77
9	时代电影	0.68
10	太平洋电影	0.55

资料来源：灯塔专业版，中国银河证券研究院

图10：2024 年 1 月影投分账票房前十

排名	影投	分账票房（亿元）
1	万达	3.67
2	横店	0.7
3	CGV	0.62
4	金逸	0.54
5	博纳	0.53
6	大地	0.51
7	星轶	0.5
8	中影	0.46
9	万影影业	0.41
10	幸福蓝海	0.36

资料来源：灯塔专业版，中国银河证券研究院

2.网剧市场指数、综艺市场指数同比上涨

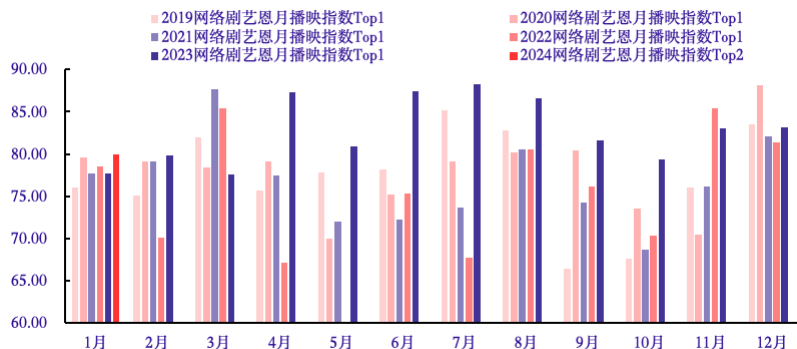
网络剧：24 年 1 月 Top1 网络剧艺恩月播映指数为 79.90，同比增长 2.83%，环比下跌 3.97%。24 年 1 月 4 日上映的《你也有今天》1 月艺恩播映指数 72.0、播放市占率 12%，23 年 12 月 11 日上映的《神隐》播映指数 72.8、播放市占率 10%，24 年 1 月 18 日上映的《祈今朝》播映指数 75.8，播放市占率 3.9%，三者为 1 月网剧播放量指数前三。在 1 月播放量指数 Top10 中，腾讯、爱奇艺、优酷分别占据 7/2/1 部的独播权。

表5：2024 年 1 月网络剧播放量指数前十

名次	电视剧	播放平台	上线日期	播映指数
1	你也有今天	优酷	2024/1/4	72.00
2	神隐	腾讯	2023/12/11	72.80
3	祈今朝	腾讯	2024/1/18	75.80
4	仙剑四	爱奇艺	2024/1/17	77.20
5	黑土无言	腾讯	2024/1/10	65.00
6	三大队	爱奇艺	2023/12/21	64.90
7	甜甜的陷阱	腾讯	2024/1/29	51.30
8	我知道我爱你	腾讯	2023/12/25	56.30
9	喜卷长城城	腾讯	2024/1/30	41.00
10	很想很想你	腾讯	2023/11/30	63.80

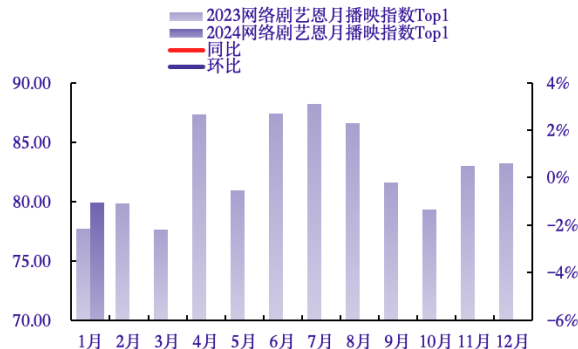
资料来源：艺恩数据，中国银河证券研究院

图11：19-24 年网络剧月度播映指数 Top1 变化情况



资料来源：艺恩数据，中国银河证券研究院

图12：23、24 年（1 月）网络剧月度播映指数 Top1



资料来源：艺恩数据，中国银河证券研究院

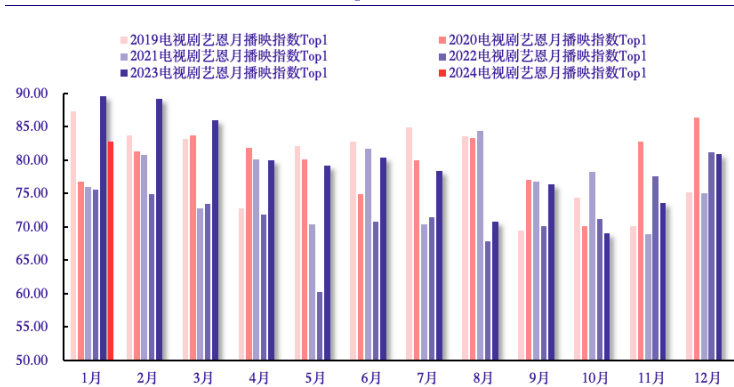
电视剧：24 年 1 月，电视剧 Top1 月度播映指数为 82.80，同比下降 7.49%，环比上涨 2.35%。《繁花》《大江大河之岁月如歌》《繁花[沪语版]》为电视剧艺恩播映指数前三，Top10 电视剧播映平均指数为 71.79，较上月有所上涨。高质量好剧热度不减，《狂飙》《三体》的播映指数持续保持前十。在 1 月播映指数 Top1 中，腾讯、爱奇艺、优酷、芒果 TV 分别占据 3/3/1/1 的独播权。此外，23 年 12 月电视剧备案总数为 49 部，环比下降 20.97%。

表6：2024 年 1 月电视剧月播映指数前十

名次	电视剧	播放平台	上线日期	播映指数
1	繁花	腾讯	2023/12/27	82.80
2	大江大河之岁月如歌	多平台播放	2024/1/8	76.80
3	繁花[沪语版]	腾讯	2023/12/27	75.70
4	如果奔跑是我的人生	爱奇艺	2024/1/11	72.60
5	我们的翻译官	芒果 TV	2024/1/8	69.20
6	狂飙	爱奇艺	2023/1/14	69.20
7	鸣龙少年	优酷	2023/12/10	69.10
8	三体	腾讯	2023/1/15	67.90
9	狗剩快跑	爱奇艺	2024/1/25	67.40
10	侦查英雄	多平台播放	2024/1/9	67.20

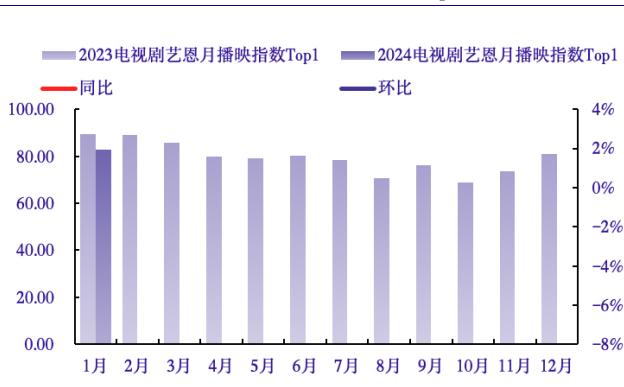
资料来源：艺恩数据，中国银河证券研究院

图13：19-24 年电视剧月度播映指数 Top1 变化情况



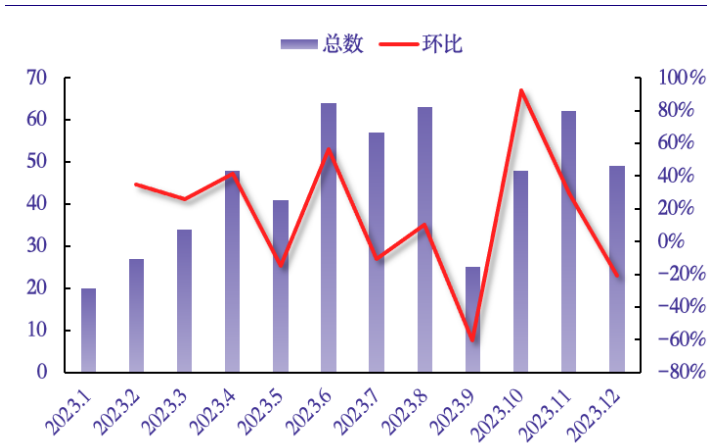
资料来源：艺恩数据，中国银河证券研究院

图14：23、24 年（1 月）电视剧月度播映指数 Top1



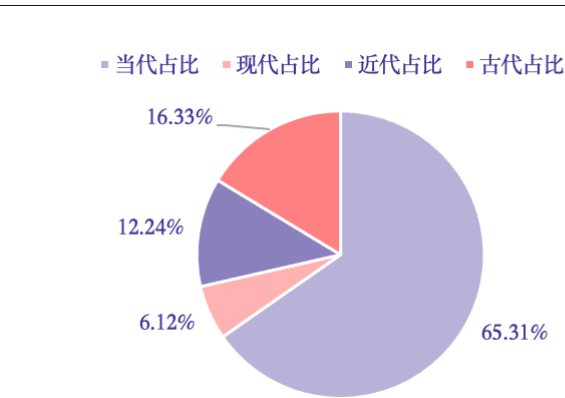
资料来源：艺恩数据，中国银河证券研究院

图15：23 年 12 月电视剧备案总量



资料来源：国家广播电视总局，中国银河证券研究院

图16：23 年 12 月备案电视剧类型占比



资料来源：国家广播电视总局，中国银河证券研究院

综艺节目：24 年 1 月，综艺艺恩月播映指数 Top1 为 77.5，同比上涨 16.37%，环比上涨 1.97%。
2023 年 10 月 25 日上映的《花儿与少年丝路季第五季》播映指数为 77.5，连续四月位居第一，12 月 2

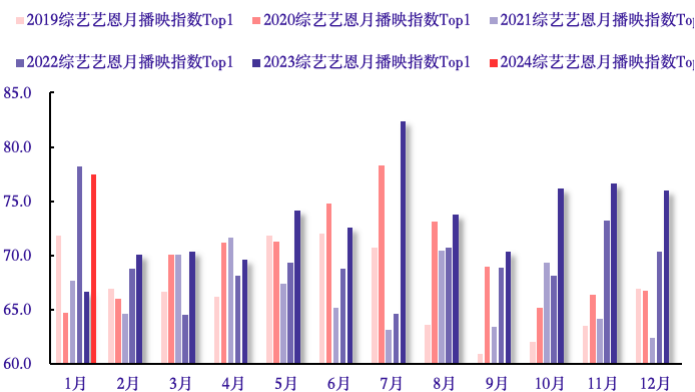
日上映的《声生不息家年华》播映指数 75.8，23 年 2 月 4 日上映的《种地吧》播映指数 72.8，三者为 12 月综艺艺恩月播放量指数 Top10 前三。

表7：2024 年 1 月综艺月播映指数前十

排名	节目名称	播放平台	上线日期	播映指数
1	花儿与少年丝路季第五季	芒果	2023/10/25	77.5
2	声生不息家年华	芒果	2023/12/2	75.8
3	种地吧	爱奇艺	2023/2/4	72.8
4	这！就是街舞第六季	优酷	2023/11/4	71.5
5	王牌对王牌第八季	多平台播放	2023/10/20	71.2
6	奔跑吧第七季	多平台播放	2023/4/14	69.3
7	微博之夜 2023	多平台播放	2024/1/13	69.1
8	你好星期六 2024	芒果	2024/1/6	66.6
9	声生不息·家年华 舞台纯享版	芒果	2023/12/2	65.1
10	快乐老友记	芒果	2023/11/8	64.6

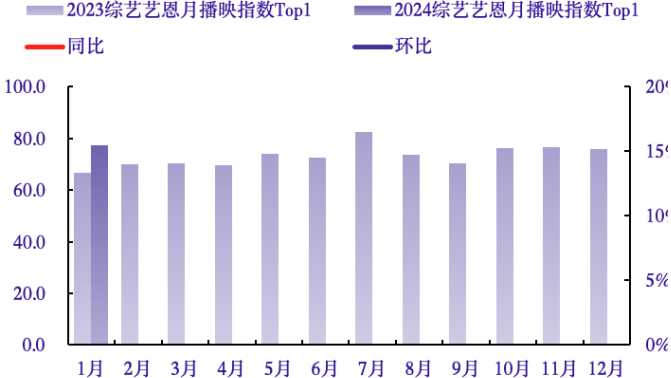
资料来源：艺恩数据，中国银河证券研究院

图17：19~24 年综艺月度播映指数 Top1 变化情况



资料来源：艺恩数据，中国银河证券研究院

图18：23、24 年综艺月度播映指数 Top1



资料来源：艺恩数据，中国银河证券研究院

3.苹果 vision pro 预售火热，MR 产品迎来新突破

2024 年 1 月 19 日，苹果首款 MR 头显设备 Apple Vision Pro 在美国市场率先开启预售，2 月 2 日正式发售，目前预售情况火爆。根据苹果官网信息，256GB 版本售价为 3499 美元（约人民币 2.5 万元）；512GB 版本售价为 3699 美元（约人民币 2.67 万元），1TB 版本售价为 3899 美元（约人民币 2.8 万元）。据外媒 9to5Mac，截止 1 月底，苹果已经在美国售出了超过 20 万台的 Vision Pro，初步计算销售额已超过 50 亿元。

与 VR 技术相比，MR 技术能够更广泛地适用更丰富多元的社交场景。Vision Pro 作为 MR 领域的最新技术代表，舍弃了传统 VR 设备所需要的手柄，让用户通过手势、眼球运动和语音命令等方式进行虚拟和现实的交互，提升在虚拟空间中的综合体验。Vision Pro 的芯片/光学/显示/交互等多环节采用顶级配置，其内屏使用了 4K 分辨率、像素密度达 3000PPI 以上的 Micro OLED 屏幕，同时，Vision Pro 也是首款使用 Micro OLED 实现双目 8K 效果的产品。

表8：Vision Pro 部分硬件参数及核心功能

产品名	Apple Vision Pro
形态	MR 一体机（电池外置）
光学	3P Pancake
分辨率	（内屏）双屏 3200 万像素，单眼 4K；外屏分辨率不详
屏幕	2*1.42 英寸定制 Micro OLED 内屏+1*OLED 柔性外屏
交互	1*物理按键+1*旋钮，眼球追踪、手势识别、语音交互
芯片	主处理苹果 M2，协处理芯片 R1
系统	VisionOS
全彩 VST	支持
传感器	12*Cameras、5*Sensors（其中 1*LIDAR、2*结构光深度传感、2*IR 红外传感）
IPD	自动 IPD 调节
屈光调节	定制磁吸屈光模块
音频	空间音频（音频射线追踪技术）
电池	外置电池，MagSafe 接口，续航 2 小时
其他	EyeSight 反向透视、眼动追踪、面部追踪、虹膜识别
售价	3499 美元

资料来源：VR 陀螺，中国银河证券研究院

在 MR 的落地和应用上，我们认为苹果 Vision Pro 的发布将为 MR 市场带来广阔的增长空间，有望实现更多应用场景的突破，未来 MR 的落地应用主要看两个大方向：

1）视觉相关：MR 能带来更沉浸的 3D 视觉冲击，带来更加优质、丰富的内容供给，重构文旅、演艺、教育、营销领域的视觉体验。这些行业本质上是为用户提供视觉服务，MR 的应用有助于用户能够以更加沉浸、更加真实的视角观看展示，从而提高展示的效果，相关的文旅、演艺、营销、教育等行业有望出现更加高效的展示新形态。

2）交互相关：主要包括游戏、派对、社交场景。此类场景可以以现实内容为媒介，通过完全或部分再现现实的方式引导用户上手体验（如私人聊天室类的应用）；亦可以利用 MR 的独特优势给予用户独有的身临其境的交互体验（如运动类游戏）。此外，游戏类应用的爆款效应强、空间大。MR 将提升娱乐体验带来新的内容创新从而拉动消费需求天花板进一步抬升，带动 MR 整体生态的发展。

4.抖音精品微短剧“辰星计划”启动，推动微短剧内容提质升级

近期，抖音在京举办了“辰星计划”发布会，宣布将面向影视公司、媒体机构、MCN 机构、个人创作者等各方，推出最高 500 万现金和 1 亿流量扶持的方案。抖音副总裁陈都烨介绍，抖音希望从打造内容标杆、做好平台建设、加大行业扶持三管齐下，形成一整套微短剧精品化支持体系，联动全行业明确内容标准、树立内容标杆，让更多优质微短剧作品发光。

同时，抖音公布了 2024 春节档精品微短剧片单，甄选了《超越吧！阿娟》《隐蔽的世界之秋蝉》《天涯小娘惹》等 10 部微短剧，类型涵盖现实、古装、科幻、动画等题材，并与优秀传统文化融合，其中不乏热门 IP 和影视衍生作品，受到广泛关注。

图19：抖音 2024 春节档精品微短剧片单



资料来源：抖音，中国银河证券研究院

图20：抖音“辰星计划”



资料来源：抖音，中国银河证券研究院

短剧市场用户群体庞大，消费需求旺盛。去年春节档，伴随《二十九》《大唐来的苏无名》《女神酒店》等在内的抖音短剧联合发力，最终春节期间抖音微短剧播放量超 150 亿，显示出抖音平台旺盛的短剧消费需求。此次春节档，抖音抓住短剧市场发展机遇，有望用“好立意+好故事”，打造精品化短剧，塑造优质内容，推动短剧市场的长远健康发展。

表9：近期上线部分短剧

播出日期	片名	平台	看点
2024/1/20	我在大宋开酒吧	快手	明星阵容
2024/1/28	超能坐班族	快手	明星阵容
2024 春节档	超越吧！阿娟	抖音	影视衍生剧
2024 春节档	天涯小娘惹	抖音	影视改编剧
2024 春节档	少爷和我	爱奇艺	衍生短剧
2023 春节档	观复猫	抖音	动画制作
2023 春节档	隐蔽的世界之秋蝉	抖音	谍战短剧

资料来源：艺恩数据，中国银河证券研究院

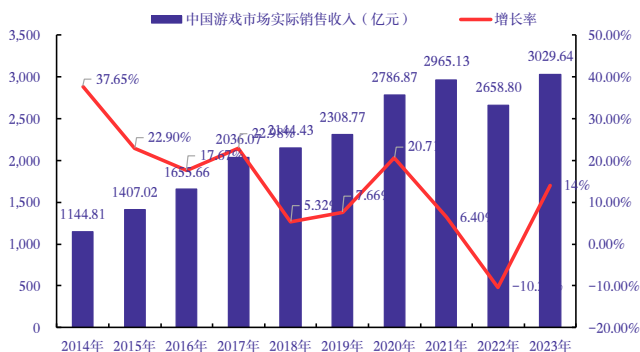
（二）游戏行业：游戏市场整体增长，供给稳定

1. 游戏市场整体增长，持续开拓海外市场

伽马数据显示，2023 年，国内游戏市场实际销售收入为 3029.64 亿元，同比增长 13.95%，首次突破 3000 亿元关口。游戏用户规模达 6.68 亿人，同比增长 0.61%，为历史高点。2023 年，我国自主研发游戏国内市场实际销售收入 2563.75 亿元，同比增长了 15.29%，自主研发游戏今年在海外市场实际销售收入为 163.66 亿美元，规模连续四年超千亿人民币。

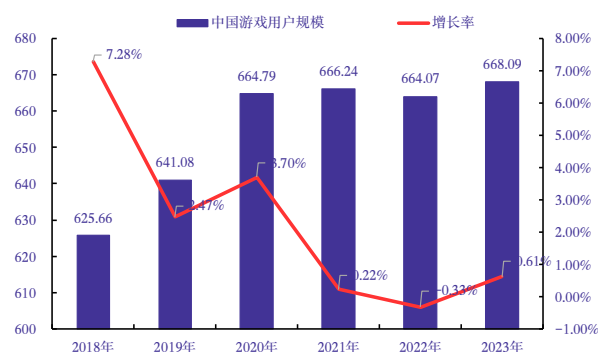
收入同比增长的原因有：疫情的负面影响减弱，用户消费意愿和消费能力有所提升；游戏新品集中面市且爆款不断；多端并发助益收入增长。

图21：2014 年-2023 年中国游戏市场实际销售收入（单位：亿元）



资料来源：伽马数据，中国银河证券研究院

图22：2018 年-2023 年中国游戏用户规模（百万）



资料来源：伽马数据，中国银河证券研究院

从细分市场来看，移动及客户端游戏市场均呈现增长趋势，同比增幅明显。移动端方面，移动游戏收入同比增幅明显，2023 年中国移动游戏市场实际销售收入为 2268.60 亿元，增长 17.51%，增速明显。客户端方面，游戏收入持续增长，2023 年我国客户端游戏市场实际销售收入为 662.83 亿元，同比增长 8.00%。

图23：2018 年-2023 年中国移动游戏市场实际销售收入（亿元）



资料来源：伽马数据，中国银河证券研究院

图24：2018 年-2023 年中国客户端游戏市场实际销售收入（亿元）



资料来源：伽马数据，中国银河证券研究院

海外市场方面，根据伽马数据发布的《中国游戏出海支付研究报告》，2023 年中国自主研发游戏在海外实际销售收入为 163.66 亿美元，维持在千亿级别，但产值规模呈现下降趋势，同比降低 5.6%。据 SensorTower 数据，TOP30 中国出海手游在 App Store 和 Google Play 的总收入为 78 亿美元，TOP30 出海发行商 2023 年海外总收入达到 109 亿美元，与 2022 年持平，占海外市场手游总收入的近 18%，盈利能力保持稳定。凭借《崩坏：星穹铁道》在全球市场的亮眼表现，米哈游 2023 年海外收入提升 14%，创历史新高，稳坐出海手游发行商收入冠军。2023 年，《原神》仍是米哈游旗下收入最高

请务必阅读正文最后的中国银河证券股份有限公司免责声明。

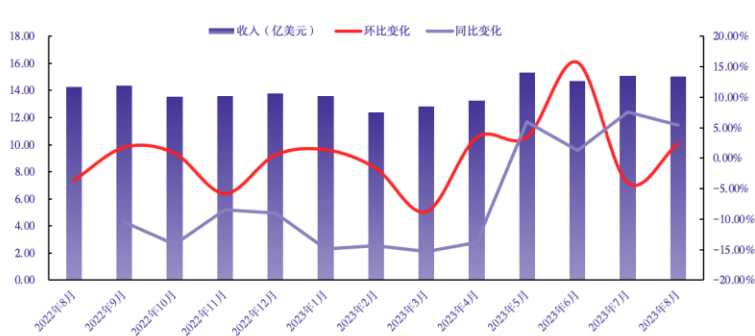
的手游,《崩坏:星穹铁道》已贡献了近40%的海外总收入。得益于二次元射击RPG手游《胜利女神:妮姬》在日本等海外市场突出的表现,加上《黎明觉醒:生机》和《合金弹头:觉醒》等海外版的上线,以及《和平精英》稳定的市场表现,2023年腾讯手游海外收入增长13%,蝉联出海手游发行商收入榜亚军。

图25: 2018-2023年中国自主研发游戏海外市场实际销售收入



资料来源: 伽马数据, 中国银河证券研究院

图26: 2023年8月中国自研游戏海外收入(亿元)



资料来源: 伽马数据, 中国银河证券研究院

Sensor Tower 商店情报平台显示,2023年12月共37个中国厂商入围全球手游发行商收入榜TOP100,合计吸金19.5亿美元,占本期全球TOP100手游发行商收入36%。2023年12月,腾讯旗下《和平精英》、《英雄联盟手游》、《穿越火线》等多款经典手游收入大幅增长,加上《元梦之星》在12月中旬正式上线,使得腾讯移动游戏本期收入环比上涨13%,是全年收入最高的月份。榜单中,收入环比增长超过10%的厂商还有三七互娱、IM30、IGG、Tap4Fun、竞技世界和 Mattel163。

表10: 2023年中国手游发行商全球 AppStore 和 GooglePlay 收入榜

排名	厂商	排名	厂商
1	米哈游	16	麦吉太文
2	腾讯	17	朝夕光年
3	三七互娱	18	Tap4Fun
4	莉莉丝	19	星合互娱
5	点点互动	20	乐元素
6	IM30	21	柠檬微趣
7	壳木游戏	22	4399 游戏
8	悠星网络	23	智明星通
9	网易	24	Mattel 163
10	IGG	25	雅乐科技
11	沐瞳科技	26	有爱互娱
12	江娱互动	27	易幻网络
13	海彼游戏	28	露珠游戏
14	友塔游戏	29	益世界
15	灵犀互娱	30	游族网络

资料来源: SensorTower, 中国银河证券研究院

表11: 2023 年 12 月中国手游发行商全球 AppStore 和 GooglePlay 收入榜

排名	厂商	排名	厂商
1	腾讯	16	悠星网络
2	网易	17	乐元素
3	米哈游	18	麦吉太文
4	点点互动	19	友塔游戏
5	三七互娱	20	4399 游戏
6	莉莉丝	21	柠檬微趣
7	灵犀互娱	22	Tap4Fun
8	壳木游戏	23	FirstFun
9	IM30	24	星合互娱
10	途游游戏	25	雷霆游戏
11	沐瞳科技	26	竞技世界
12	朝夕光年	27	Hortor Games
13	IGG	28	易幻网络
14	海彼游戏	29	Mattel 163
15	江娱互动	30	游卡网络

资料来源: SensorTower, 中国银河证券研究院

表12: 12 月中国 AppStore 手游收入排行榜

排名	手游	发行商
1	王者荣耀	腾讯
2	和平精英	腾讯
3	逆水寒	网易
4	英雄联盟手游	腾讯
5	梦幻西游	网易
6	崩坏: 星穹铁道	米哈游
7	原神	米哈游
8	金铲铲之战	腾讯
9	捕鱼大作战	途游
10	元梦之星	腾讯
11	三国志·战略版	灵犀互娱
12	蛋仔派对	网易
13	JJ 斗地主	竞技世界
14	火影忍者	腾讯
15	率土之滨	网易
16	开心消消乐	乐元素
17	咸鱼之王	Hortor Games
18	QQ 飞车	腾讯
19	穿越火线	腾讯
20	部落冲突	腾讯

资料来源: SensorTower, 中国银河证券研究院

2. 《幻兽帕鲁》现象级爆火

1月19日，开放世界游戏《幻兽帕鲁》在 Steam 和 Xbox 平台发售，成为 Steam 上爆火的现象级游戏，其在线人数峰值便突破 200 万，跻身 Steam 历史排行榜第二位，仅次于《绝地求生》的 325 万。根据 TGA 创始人 Geoff Keighley 预测，仅 5 天，该游戏收入就达到 1.89 亿美元（约合人民币 13.5 亿元）。1月31日，游戏开发商表示，《幻兽帕鲁》玩家数量超过了 1900 万。

《幻兽帕鲁》是一款开放世界游戏，在游戏中，玩家可以在广阔的世界中收集神奇的生物“帕鲁”，派它们进行战斗、建造、做农活，工业生产等。《幻兽帕鲁》核心玩法融合了“收集养成”和“生存建造”，游戏上线后讨论度极高且广受好评：据 Steam 统计，目前《幻兽帕鲁》收获的逾 20 万条评测中，好评率高达 94.17%。

图27：《幻兽帕鲁》游戏截图



资料来源：《幻兽帕鲁》，中国银河证券研究院

图28：Steam 游戏在线数据峰值历史榜单

Most played games					
Show 100 entries. Hold Shift to sort multiple columns.		Search:			
#	SteamDB info	Name	Current	24h Peak	All-Time Peak
1.		PUBG: BATTLEGROUNDS	451,607	503,575	3,257,248
2.		Palworld	1,987,112	1,999,272	2,018,905
3.		Counter-Strike 2	930,597	959,501	1,818,773
4.		Lost Ark	47,064	47,064	1,325,305
5.		Dota 2	646,738	647,564	1,295,114

资料来源：Steam，中国银河证券研究院

除《幻兽帕鲁》外，其游戏开发商 Pocketpair 还开发过一款 AI 绘画游戏《AI: ArtImpostor》。随着技术成熟，2024 年众多游戏公司重点布局 AI 领域，未来 AI 有望重塑游戏生产方式，孕育新的内容形式，对游戏行业持续产生影响。随着 24 年新游戏陆续上线，玩家长期积累的消费意愿集中释放，有望进一步拉升游戏市场消费水平，带来市场增量空间。

3.巨量引擎游戏大会召开，抖音小游戏投入超 50 亿+资源

2024 年 1 月 17 日，巨量引擎 2024 · OEDG 游戏大会在广州举办，会上提出小游戏、云游戏有望成为破局存量市场的新机会。为促进游戏业务发展，在小游戏方面，巨量引擎宣布抖音平台将投入超过 50 亿 + 的资源，提供达人补贴、运营补贴、立项扶持、广告赠款等支持，从完善能力、完备投放、政策激励三方面推动抖音小游戏发展。

- ◆ **能力完善：**面向新用户开拓，通过全场景流量分发+多样互动形式完善推广能力，激发用户兴趣，获取潜在用户。同时持续完善复访能力，延长用户 LTV。目前抖音小游戏已提供多种开发组件，包括信息流游戏卡、侧边栏等。
- ◆ **投放完备：**2024 年，抖音小游戏相关投放产品将持续升级迭代，包括稳固首日 ROI、探索更多的高价值人群和强调自然流量价值的全域投放能力。同时，在增长上同样强调带动商业化流量+自然流量+召回复访的全域协同增长，帮助厂商获得更多自然流量，激活回访，并降低付费成本、提升首日 ROI。
- ◆ **政策扶持：**在激励政策牵引上，抖音也针对 IAP 推出了专项福利政策“领航计划”，在不同阶段提供指导、资源、广告金补贴等支持，帮助厂商更好的长线经营，带动爆款游戏孵化。

小游戏赛道在过去一年市场规模与用户活跃度上增长强劲，其更低的研究和营销成本，契合了近两年行业主旋律降本增效。游戏与 APP 游戏在激活用户的重叠度小于 23%、付费用户重叠度小于 11%，是名副其实的破圈用户群。且巨量引擎认为，抖音游戏内容供给仍在大幅度增长，其预估在 2024 年，小游戏赛道规模预计同比增长 40%~50%。我们认为，抖音对小游戏和云游戏投入资源能为各大游戏厂商参与相关游戏布局提供良好生态环境，抖音小游戏平台覆盖了许多轻度游戏的新玩家，结合抖音的内容场景也增加了破圈的可能性，让打造爆款更有可能；这也让入局厂商的速度进一步加快，供给与投放呈现快速增长的态势，用户增长潜力被进一步激发。看好小游戏为游戏市场贡献新增长点。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/677110143124006040>