

传媒行业报告

本篇报告对新消费市场行业现状及未来成长性进行了剖析，基于政策支持、消费主力人群变化、IP 授权市场发展、创新技术突破等原因，我们认为新消费市场正值黄金期，而其中多个细分行业正迎来积极变化，可能受益的产业链公司众多，如分众传媒为代表的媒介公司、泡泡玛特为代表的新兴消费品公司等。

- **新消费市场仍为蓝海市场，契合时代潮流进入发展黄金期。**“新消费”作为基于新技术、新业态形成的消费行为和消费方式，代表着消费升级的新方向，有望带动相关产业发展。结合当前宏观环境，我们认为新消费行业极具成长性，主要来源于：1) 多项政策大力支持，首发经济在我国呈现积极发展态势，有望刺激消费新潜能；2) 新消费行业高度契合 Z 世代消费理念，强大消费力涌入或助力行业规模迅速扩大；3) IP 授权产品市场增长迅速，规模超千亿，国产 IP 在中国市场超越海外占据主流；4) AI、AR、VR、MR 等创新技术突破，应用迎来密集落地期，强科技属性逐步催生新消费场景。
- **各细分行业迎来消费新方向、新产品、新动力、新机遇。**新消费趋势下，我们观察到多个细分行业均展现出积极变化，其中包括：1) “谷子经济”，随着 Z 世代成消费主力，预计未来有望围绕 AI 技术赋能、优质 IP 结合、谷子产品多元化等方向全面开花，重塑消费格局；2) 短剧，受益于文生视频 AI 技术突破，内容制作效率全面提升，产品供给流程革新；3) AI 可穿戴设备，以 AI 眼镜、AI 耳机为代表，受益于 AI 技术突破及消费者需求，有望引领新一轮交互形式变革；4) AI 大模型，国内以豆包为代表的模型能力迭代加速，C 端商业化逐步推进，有望革新用户习惯，带动相关产业链公司实现业绩增长。
- **分众传媒：受益新消费浪潮领军公司。**2017-2021 年，随着 90/95 后渐成消费主力，新消费品牌快速崛起。与传统品牌相比，新兴/转型消费品牌有更大的广告投放需求，分众传媒多年来帮助众多互联网与消费企业实现品牌引爆与转型，客户类型覆盖食品饮料、美妆、互联网、餐饮等行业，上一轮新消费浪潮下就有众多新兴消费品牌通过霸屏分众成功渗透用户心智。观察当前新一轮新消费品牌，我们注意到健康生活和娱乐休闲领域投放增速较快，分众传媒依然是受益于投放需求增长的领军公司，其中东鹏特饮、华熙生物均通过分众传媒实施广告策略，成功提升了品牌认知度。
- **新消费引领消费升级新方向，关注受益媒介公司及新兴消费产品布局公司。**我们认为新消费市场的兴起有望为广告行业带来重大利好，当下新消费市场活跃的媒介，无论是写字楼、电影院，还是芒果 TV、B 站等，都高度聚焦于年轻人，年轻人消费观念新颖，对价格敏感度相对较低，具备一定的消费能力，广告投放边际收益更高。这些活跃媒介凭借各自场景与内容优势，能让广告高频次、精准地曝光在年轻人面前，与新兴消费品牌目标受众高度契合，是此类品牌的绝佳投放平台，有望持续受益于新消费投放需求增加，如【分众传媒】【芒果超媒】【腾讯控股】【哔哩哔哩】【万达电影】【兆讯传媒】等。此外，对于积极布局新消费产品的公司，我们认为其有望受益于新品上线带来的销量及业绩增长，如【泡泡玛特】【奥飞娱乐】及【布鲁可】【实丰文化】【博士眼镜】（轻工纺服主覆盖）等。

正文目录

一、新一轮新兴消费初见苗头，看好未来成长性	5
1、行业趋势：由政策支持、技术变革和 IP 影响力带来的新消费浪潮	5
2、各细分行业迎来消费新方向、新产品、新动力、新机遇	9
(1) 谷子经济：新消费趋势典型代表，“优质 IP 运营+AI 大模型+产品多元化”结合下空间广阔	9
(2) 短剧：文生视频 AI 技术突破、全面赋能创意内容制作	12
(3) AI 可穿戴设备：引领交互形式变革，市场潜力巨大或迎设备更新浪潮 ..	14
(4) C 端 AI 大模型：C 端应用商业化进程加速，细分领域表现出色	16
二、分众传媒：受益新消费浪潮领军公司	18
1、新消费特点：投融资驱动、销售费用高于普通消费品公司	18
2、当前新消费投放特点：健康、娱乐类增速较快	20
3、主要受益媒介公司：分众、万达、芒果、腾讯	22
三、新消费相关的标的梳理	26

图表目录

图 1：消费者购买过的 IP 类型	6
图 2：过去半年 Z 世代 IP 商品消费力	7
图 3：过去半年 Z 世代购买 IP 商品频率	7
图 4：年轻消费者对于 IP 商品的溢价意愿	7
图 5：2018-2023 年中国品牌授权商品零售额及增速	8
图 6：2024 年文化产业 IP 价值综合榜 TOP10	8
图 7：OpenAI-Sora 根据指令生成视频场景	9
图 8：快手“可灵 AI”导演共创计划	9
图 9：原神经典 IP	10
图 10：泡泡玛特微信小店界面	10
图 11：BubblePal-AI 生成故事对话	11
图 12：字节“显眼包”-二手平台	11
图 13：中国泛二次元用户人数（亿人）	11
图 14：阅文集团 IP 资源众多	12
图 15：宝可梦集换式卡牌	12

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/788125141021007027>