



传媒行业 21 年报前瞻 结构 分化 关注景气细分



年报前瞻：板块分化继续，关注景气细分龙头及元宇宙布局综合已披露业绩预告和我们的跟踪，分行业看：1、游戏：未成年防沉迷等政策逐步落地，Q4 我国手游市场收入同比微增，A 股龙头公司核心产品表现亮眼，出海持续推进；2、长视频：优质内容依然是重点，深化变现模式探索；3、产业互联网：工业 B2B 电商市场渗透率有望继续提升，国联股份保持高增长；4、电影院线：Q4 国庆档表现亮眼，其他时间较为平淡，主要受疫情和优质内容缺乏影响；5、营销：Q4 受互联网监管政策及消费低迷等影响，增速估计位于低位，电梯广告相对好于大盘。关注景气细分龙头，以及元宇宙布局，标的关注：

三七互娱、分众传媒、风语筑、宝通科技、国联股份、吉比特等。

游戏：21H2 新游或助力龙头公司业绩拐点向上趋势延续，出海持续推进 21Q4 政策上未成年防沉迷全面落实，版号暂缓发放。据中国音数协，中国手游市场收入 21Q4 同增 2.1%至 553 亿元，A 股龙头核心产品表现可圈可点。

据七麦数据及公司官网，三七互娱自研产品《斗罗大陆：魂师对决》21Q4 平均 iOS 中国大陆游戏畅销榜排名第 13；吉比特《一念逍遥》及《问道》21Q4 分别平均位列 iOS 畅销榜第 17 和第 20 名；完美世界重磅自研产品《幻塔》于 21 年 12 月 16 日公测首日流水超 5,000 万，进入 iOS 畅销榜 Top6。此外，游戏出海持续推进，据伽马数据和 AppAnnie，4Q21 中国自研游戏海外收入同增 14.9%至 45.8 亿美元，三七互娱稳居中国游戏

厂商出海收入 Top5。

互联网：工业 B2B 电商龙头持续高增长，长视频龙头拓展多元变现国联股份维持高增（据公告，公司 21Q4 预计实现营收 136.3~139.3 亿元，同增 91.2%~95.4%；归母净利润 2.32~2.37 亿元，同增 84.4%~88.3%），工业 B2B 电商市场渗透率有望继续提升；长视频行业监管规范持续，优质内容依然是核心竞争力，剧集超前点播付费模式取消，平台继续进行会员提价，变现模式仍需探索；因宏观经济消费数据走弱，互联网行业相关监管法规及规范落地，短视频平台广告收入增长及电商业务拓展预计有所承压。

电影院线：国庆档《长津湖》亮眼，Q4 影市整体较平淡 21Q4 受多地疫情反复影响，除 10 月国庆档外，整体影市表现平淡。据猫眼专业版，21 年国庆档全国总票房 43.88 亿元，较 20 年增长 10.6%，较 19 年下降约 1.7%。国庆档票房主要受现象级电影《长津湖》拉动，《长津湖》总票房高达约 58 亿元，为中国影史第一；21Q4 全国实现总票房 121.59 亿元（含服务费），观影人次 2.88 亿，较 19 年同期分别下降 23.95%、34.84%。

原因主要在于多地疫情仍继续散发，影响观众观影热情；同时优质内容缺乏。

营销：广告市场增速预计有所下滑，电梯广告相对好于大盘 21Q4 受互联网监管政策及消费低迷等影响，我们预计广告市场增速较上半年有所下滑，其中电梯广告相对好于大盘。据 CTR 数据，21 年 10 月广告市场花

费同比和环比分别微跌 0.3%和 1.6%。分广告渠道看，电梯 LCD 和电梯海报广告刊例花费同比涨幅均超过 20%；影院视频广告花费同比增长明显，涨幅达 92.6%，主要受国庆档票房较高影响；其他几个渠道的广告花费同比持续缩减。

风险提示：疫情反复风险；行业政策监管风险。

关键词：手游 电梯 疫情

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_36465

