



传媒行业年度策略：把握 景气细分龙头 掘金元宇宙 新蓝海



把握景气细分龙头，掘金元宇宙新蓝海

我们认为随着监管思路逐渐明确、疫情冲击有望持续减轻、新技术和硬件迭代，传媒行业 2022 年有望迎来结构化配置机会，遵循两条思路：1、把握相对景气较高的细分行业龙头和具有核心竞争优势壁垒的公司，涵盖游戏/长短视频/产业互联网/楼宇广告等领域；2、积极拥抱科技技术迭代下的产业趋势大浪潮，探索元宇宙相关的投资机会，包括 VR/AR 等。随着各巨头纷纷入局，硬件不断普及，我们认为元宇宙将成为 22 年投资主线之一。标的上推荐：三七互娱、完美世界、芒果超媒、分众传媒、国联股份、吉比特等。

监管体系完善下游戏行业稳健增长，出海加速助力市场拓宽 2021 年中国游戏行业保持稳健增长，据伽马数据，21 年前三季度中国移动游戏市场规模达 1,702 亿元，同增 9.5%。2021 年末成年防沉迷等行业政策逐步细化，监管体系不断完善。国内头部产品版本迭代加快，新品更加注重玩法融合创新，21H1 月流水过 5 亿的移动游戏数量较 20H1 同期增加 40% 达到 56 款。海外市场的快速拓展有望助力行业增长及空间拓宽。A 股来看，行业龙头企业 2021 年多款新游表现亮眼，下半年逐步进入投入回收期，22 年这一趋势有望延续，且前期高基数效应逐步消退，助力业绩持续拐点向上。

我们建议关注游戏储备丰富、研运能力突出，处于大产品周期的龙头企业。

存量流量继续向短视频汇集，产业互联网空间广阔移动互联网用户增长趋缓，但存量流量仍继续向短视频行业汇集。据 Questmobile，2021 年 9 月短视频行业 MAU 达 9.25 亿，同增 7.7%；抖快双寡头格局延续，抖音和快手 MAU 分别为达到 6.72 亿/4.16 亿，抖音极速版与快手极速版用户分别同增 88.4%/48.5%至 1.925 亿/1.916 亿；用户的时长粘性也有所提升，广告、电商等商业化推进值得关注。此外，产业互联网同样保持较高景气度及市场潜力，据中国产业研究院，2021 年中国产业互联网市场规模将同增 16.5%至 60 万亿元，建议关注产业互联网战略持续推进的工业品 B2B 电商平台。

长视频提升内容创新力，梯媒广告韧劲强，疫情减轻后期待影市复苏长视频面临流量红利渐微和内容监管的挑战，但平台已积极应对，相继推出创新内容矩阵，其中拥有强大自制能力和内容壁垒的平台竞争力将更为凸显；广告市场受疫情、宏观经济影响，需求自 21H2 起总体承压，但其中梯媒渠道韧劲相对较强，且消费品广告主投放依然保持较高增长，未来有望持续；影市 21 年受疫情反复影响，恢复不及预期，但依然出现如《长津湖》

《你好李焕英》等现象级电影，彰显潜在需求。随着疫苗接种率提升和特效药研发，22 年疫情冲击有望减少，电影院线有望迎来边际改善。

技术迭代下，元宇宙打开全新增长空间

元宇宙定义各不相同，但本质是现实生活在线上的映射和延伸，强调

沉浸感与生态系统的构建。目前元宇宙仍处早期，但近期 Meta、微软、字节等大厂的加速布局有望促进行业发展。硬件上看，据 IDC，1H21 全球 VR 设备出货量同增 100%，迎来第二增长曲线；消费级 AR 临近，苹果、Nreal 分别推出原型机测试与新品。内容生态方面，VR 游戏内容加速迭代更新，逐渐形成研发变现正循环，多款游戏出圈；社交应用从娱乐社交走向综合；影视内容持续创新，沉浸感、交互性加强；同时健身、教育、购物等场景有望快速发展，持续丰富元宇宙内容生态。

风险提示：疫情反复风险、内容反响不及预期、技术更新不及预期。

关键词: AR 健身 疫情 苹果

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_29499

