



传媒行业简评报告：线下全媒体广告投放微跌 梯媒依旧景气



作为“双十一”电商消费高峰的前导月份,广告商对 10 月份的广告投放规模一般会到达相对高点。从数据来看,2021 年下半年的投放高峰出现在 9 月,10 月的线下广告投放规模环比 9 月份下跌,同时也略低于去年同期。从分渠道数据来看,传统广告渠道市场投放量继续下滑,电视和传统户外广告同比数据转正为负,报纸、杂志、广播的刊例花费规模继续萎缩。虽然传统线下渠道的广告投放冷清,但梯媒广告依然延续下半年的高景气度。电梯 LCD 投放中,饮料、化妆品/浴室用品的广告同比高增长,食品广告同比略降。而 IT 产品及服务同比降幅 43.3%,我们推测是在线教育行业低迷的影响。饮料行业在电梯 LCD 广告花费同比增长 325.1%,是增速最高的行业。但同时,饮料行业在电视广告、传统户外广告都出现了 40%左右的同比下滑。可以看出今年双十一前,梯媒对饮料品牌广告主的吸引力明显加大。影院视频广告投放则受到疫情缓解和国庆档的双重利好因素显著增长。新消费品牌的崛起和扩张明显利好广告营销市场,叠加线上线下各类产品面临的流量稀缺困境,碎片化、效果向广告是主流趋势,让广告营销细分龙头业绩增速可期。推荐关注生活圈营销龙头分众传媒、广告公关龙头蓝色光标和 KOL 营销龙头天下秀。

风险提示:新冠疫情防控;必选消费价格;国内监管政策;海外互联网市场政策。

市场表现回顾:中信传媒指数全周涨跌幅-2.31%,跑输上证综指、深证成指、创业板指,在 30 个中信一级行业中位列第 28 位。从细分行业来看,

上周出版板块表现最佳,中信三级指数涨跌幅 2.53%,信息搜索与聚合、广播电视板块表现次之。

行业要闻:中央网信办印发《关于进一步加强娱乐明星网上信息规范相关工作的通知》。|首尔发布了《元宇宙首尔五年计划》。|B 站正式获得支付牌照。|字节跳动海外上线 TikTokSeller,目前主要为在东南亚的 TikTok 商家提供服务。|快手三季度实现营收 205 亿元,同比增长 33.4%,净亏损 70.9 亿元。|2021 年 10 月广告市场花费同比和环比分别微跌 0.3%和 1.6%。|NikoPartners 对中国游戏市场的收入预估下调了 4.6 亿美元。|青瓷游戏已经通过港交所上市聆讯,成为今年第一家通过上市聆讯的游戏公司。|网易三季度净收入为人民币 222 亿元,同比增加 19%。|网易云音乐公布上市发售价区间为 190-220 港元/股,拟募资 30.4 亿-35.2 亿港元。

关键词: 创业板 在线教育 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_30418

