



传媒行业周观点：上半年游戏 市场收入稳增长 CJ2021 聚焦 超级数字场景



行业核心观点：

上周传媒行业（申万）下跌 6.00%，居市场第 21 位，跑输沪深 300 和创业板指数。中报预告披露完毕，关注后续完整中报的进一步披露情况。百度宣布重新回归游戏圈，或对现有游戏市场产生影响。ChinaJoy 开始举办，阿里巴巴、咪咕等公司开始大力进军云游戏领域，国音像与数字出版协会、游戏工委，以及各方企业代表对于游戏发展的格局和方向进行展望，“元宇宙”“超级数字场景”等趋势将成为未来十年重点关注方向。

投资要点：

互联网应用：1) 阿里巴巴，咪咕公司等均宣布大力发展云游戏。

阿里巴巴推出云游戏 PaaS 平台，致力于将自身构建的云游戏能力输出给行业伙伴。咪咕公司联合小米集团小米游戏、金山云、蔚领时代等合作伙伴共同发起了立方米计划。该计划旨在整合联盟厂商资源及能力为云游戏开发者赋能。2) 微信广告生态合作伙伴大会召开，产品功能，生态协同等方面全面进化。微信广告在变现赛道、产品能力、工具服务和生态协同等方面实现全面进化，为小程序/小游戏开发者、视频号/公众号内容创作者带来智能、高效和多元的商业化解决方案，助力合作伙伴在生态内不断成长，收获稳健增长和长线收益。

游戏：1) TapTap 发布开发者服务：降低开发者研运成本，聚焦创作优质内容。TapTap 通过篝火测试，实现了「游戏研发早期阶段，尽早见到

玩家」的诉求，对于游戏的开发和运营带来很多帮助。「TapTap 开发者服务」(TDS)将推出「游戏功能」、「测试工具」、「运营工具」与「基础服务」等四大模块的功能。TapTap 将努力打造一个良性的「四方生态循环」，涵盖「玩家、创作者、开发者和 TapTap」，一起努力满足用户对于游戏、游戏内容的强烈需求。2) 腾讯投资上海彼方网络和成都星柒玩，以求持续占领游戏市场高地。今年截至目前，腾讯已投资 59 家游戏公司，覆盖国内外的手机、PC 和主机游戏厂商。可见，腾讯在多平台、多赛道进行游戏布局，充实游戏库存，以求持续占领游戏市场高地。

投资建议：1) 游戏领域，Q1 多数厂商受去年高基数影响营收有所下滑，建议关注产品线中面向新世代用户开发、有知名 IP、高期待度加持、测试反馈良好的个股，推荐完美世界、吉比特。2) 持续推荐细分赛道龙头分众传媒（新经济客户融资强劲营销预算充足，分众的投放价值愈发被认可-高议价能力打开提价空间、多层次客户需求拉动-经营不受单一行业变化扰动，向上周期中利润增长弹性大）、芒果超媒（线下实体娱乐成为业务新增长点，并充分显示内容 IP 的商业化能力；季风剧场 5 月 24 日成功实现破圈拉动，多元化精品剧集不断上线中；《哥哥的滚烫人生》正在录制，有望成年内爆款）。3) 低估值、基本盘稳固，围绕大屏入口打造内容、广告、电商等新增量的新媒股份。

风险因素：监管政策趋严、新游延期上线及表现不及预期、出海业务风险加剧、国网整合不及预期、疫情反复风险、商誉减值风险。

关键词: 创业板 疫情 阿里巴巴

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_34107

