



传媒互联网行业 4 月月报： 探 22Q1 综艺广告市场的遇 冷与破局



核心观点:

4月板块行情以及重点研究成果回顾:2022年4月,A股传媒(中信)指数下跌17.2%,上证指数下跌7.2%,深证成指下跌9.9%。重点报告回顾:《传媒行业21年报和22Q1季报总结:21年稳健,22Q1短期波动,整体符合预期》《互联网4Q21总结&22展望:聚焦成长质量,疫情反复加大不确定性》《数读国联的高成长性:空间、财务、国际视角》《美国流媒体演变与启示:内容为核心竞争要素,ARPU驱动盈利增长》《国内外互联网广告市场竞争格局及增长驱动力分析》。

本月专题:以综艺营销价值论,看22Q1综艺广告市场的遇冷与破局。

22Q1我国综艺广告市场整体缩减。根据艺恩,22Q1全网上新综艺77部,其中25部获得品牌赞助、同比减少2部,平均合作品牌数5.56个/部、同比减少26%。供给侧来看,综艺广告价值下滑主要系22Q1全网上新综艺的播放量(根据云合,正片有效播放量同比减少33%)和舆情热度(Top1综艺的全舆情热度同比减少19%)下滑,这是因为头部综N代因政策限制和制播周期缺失。需求侧来看,品牌合作综艺项目总数从21Q1的204个减少至22Q1的139个,主要系疫情叠加消费疲软导致互联网广告市场增速放缓,投放更注重效果转化。综艺营销价值=品牌营销价值+精准营销价值+带货价值+效果广告价值,即综艺广告价值取决于:(1)节目覆盖度;(2)观众圈层的消费能力;(3)嘉宾的粉丝效应;(4)节目类型与效果广告的匹配性。平均招商数最高的选秀综艺被全面叫停,效果广告

价值的再发掘需要在合规前提下开发创新性环节。“湖南卫视+芒果TV”的综艺品牌价值突出、招商能力领先，后续3个季度有多部热门综艺待播，预计综艺广告收入将明显回暖。

投资建议：(1) 游戏版号发放后，行业转向个股逻辑。建议关注项目储备以及相关游戏的生命周期、出海情况以及个股的业绩弹性。关注腾讯控股、网易、三七互娱、吉比特等。(2) 关注龙头股价值修复。分众传媒Q1经营受疫情影响有波动，预计二季度业绩仍有压力，但长期梯媒龙头价值不改。芒果超媒底层逻辑仍然清晰，公司头部产品Q2逐步落地，持续看好公司的自制能力，产品矩阵迭代以及长视频行业格局变化的可能性。另外，推荐国联股份（业绩持续高增长）、泡泡玛特等。

(3) 政治局会议为平台经济监管定新调，健康发展是关键，实施常态化监管。业绩层面，虽然Q1板块总体仍然受制于疫情和宏观经济以及去年高基数影响，但业绩韧性强，个股壁垒深的优质公司后续仍有望体现个股弹性。重点关注腾讯控股、美团、快手、BOSS直聘、百度集团、网易、知乎等。

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_41739

