



浙商证券 2023 年传媒行业年度策略报告：疫后复苏寻弹性 价值底部觅黄金



1、传媒板块回顾：跑输大盘，公司业绩&基金持仓下滑

行情回顾：2022 年 1 月 1 日至 2022 年 11 月 30 日，传媒板块跌幅超 26%，跑输沪深 300 指数 4.15 个百分点；

业绩复盘：受疫情扰动影响，2022 年前三季度传媒板块整体营收同比下滑 6%，归母净利低于 2020 年水平；子板块中，媒体板块业绩相对坚挺，其余板块回落明显；

基金持仓：板块持仓略有下滑并维持低配，传媒行业位于第 20 位/总 30 位，处于各行业中下游位置；相较 2021 年年末，持仓量缩减，重仓股变动不大。

2、年度策略主线一：疫情修复，关注户外广告&线下文娱

疫情回顾：2022 年新冠疫情多地反复、短期扰动，长期趋势有望逐步优化。我国扎实推进科学精准防疫，针对疫情动态调整防疫政策，“二十条措施”管控逐步优化。

疫情管控有序放松利好消费营销，催化营销板块反弹，户外广告受益明显。随着疫情防控向稳向好，经济有望迎来提振，消费复苏通过广告主预期传导，催化营销板块反弹增长。在线下媒体价值分化及线上媒体流量红利消退背景下，电梯、交通等户外广告受益更为显著。

疫情修复驱动线下文娱触底反弹。1)电影板块。我们认为随着疫情管控放松，以及以《阿凡达 2》定档为代表的供给端改善，电影行业即将走

出至暗时刻；2)其他线下需求。随着管控放松，线下需求回暖，以线下游艺为主要业务的华立科技，线下展示为主要业务的风雨筑、丝路视觉、凡拓数创等都将收益反弹。

建议关注：分众传媒、兆讯传媒、万达影视、光线传媒、中国电影、华立科技、风雨筑、锋尚文化。

3、年度策略主线二：技术迭代，看好元宇宙生态加速推进

政府加码元宇宙板块，有望激发市场活力。国内各地政府陆续出台相关积极政策，进一步催化板块加速发展，激发市场整体活力。

游戏板块政策基本筑底，有望开启反弹行情。2022 年，我国游戏行业的生产、消费与投融资端均受到疫情不同程度影响，收入有所下降，增速放缓。我们认为，伴随 2022 年 4 月版号重启、11 月官方报告未成年沉迷问题基本解决以及 11 月人民财评官方媒体的正面态度，游戏行业有望开启政策底的反弹行情。

重磅厂商入局催化 VR/AR 生态完善，飞轮效应进一步加速。伴随重量级厂商入局，VR/AR 产业生态日益成熟并重回增长通道，加之技术迭代发展、内容生态扩容、产品出货量增长，行业奇点即将到来，娱乐内容的正循环逻辑也将得到验证。

数字人作为元宇宙基础设施，具备 B+C 广阔市场空间。近年网红数字人的频繁“曝光”引爆公众认知，在技术促进数字人制作效能提升的背景

下，我们看好数字人作为元宇宙基础设施的增长空间，数字人的市场需求由 B 端向 C 端发展的逻辑顺畅，且行业生态正逐步完善。

AIGC 作为数字内容生产的新工具，能够优化创作效率与内容创意，在元宇宙生态中扮演着底层应用工具的角色。

我国数字藏品领域基础设施初步完善，交易模式正处于尝试创新阶段，IP+平台模式促进业务增长。

建议关注：恺英网络、视觉中国、中文在线、蓝色光标、三人行、天下秀、丝路视觉。

4、年度策略主线三：文化强国，关注国企传媒龙头

文化传媒行业作为重要舆论阵地，国企体制占据不可或缺的地位。尤其在国际形势日益复杂化的今天，做大做强文化国企是国家基本诉求。

政策端，2011 年我国首次提出“文化强国”重要战略任务，后续会议屡次强调。二十大上，对新时代新征程的文化建设作出了全面部署，建设社会主义文化强国。繁荣发展文化事业和文化产业，深化文化体制改革，

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_49720

