

超配（维持）

24Q1 广告市场持续回暖，梯媒延续高景气度

传媒行业事件点评

2024 年 5 月 20 日

陈伟光（SAC 执业证书编号：S0340520060001）

电话：0769-22119430 邮箱：chenweiguang@dgzq.com.cn

罗炜斌（SAC 执业证书编号：S0340521020001）

电话：0769-22110619 邮箱：luoweibin@dgzq.com.cn

研究助理 卢芷心（SAC 执业证书编号：S0340122100007）

电话：0769-22119297 邮箱：luzhixin@dgzq.com.cn

事件：

CTR 媒介智讯发布广告行业运行数据，2024 年一季度广告市场花费同比上涨 5.5%，3 月份广告市场花费有所回调，月度环比微升 0.6%，相较 2 月同比增幅减少 10 个百分点。

点评：

- **广告营销市场随宏观经济复苏实现业绩规模增长。**根据 CTR 媒介智讯的数据，2024 年一季度广告市场同比实现 5.5% 的增长，主要受益于宏观经济恢复、消费者信心增强以及品牌推广需求增加等多重利好因素。单月来看，3 月份广告市场花费有所回调，月度环比微升 0.6%，相较 2 月同比增幅减少 10 个百分点，虽然增速有所收窄，但整体仍保持增长趋势。
- **楼宇广告延续高景气度。**从细分渠道来看，电梯 LCD 和电梯海报仍为增长主要驱动力，分别上涨 23.4% 和 24.6%。此外，除电视广告同比增长 3%，其他渠道广告投放花费同比均有不同程度的下降。我们认为，梯媒凭借广泛的受众覆盖、高频次的受众接触率以及精准的受众定位优势，在一季度继续成为广告投放的热门选择。
- **食品饮料行业维持高投放。**从广告花费的行业来看，食品和饮料行业在广告投放量上保持领先地位。其中，食品行业的整体广告支出同比上升了 2.0%，主要来自于保健食品、零食糖果、食用油三个品类的投放增加。此外，酒精类饮品、化妆品/浴室用品、娱乐及休闲等行业均加大广告宣传的力度，同比分别实现 29.7%、30.6%、34.7% 的大幅增长。
- **“618” 将至，广告投放预计进一步加大。**“618” 将至，多家电商取消预售模式并开启大促预热。其中，天猫和京东两大电商巨头分别将于 5 月 20 日和 5 月 31 日进行现货开售的年中大促。根据 Quest Mobile 的数据，美妆、家用电器、综合电商等广告投放占比较高的行业呈现营销投放资源集中的特征，在节日以及电商大促节点投放力度处于波峰。后续“618” 开启，有望为广告行业带来向好预期。
- **关注 AI 营销工具商业化落地。**近期 OpenAI、谷歌持续更新发布多模态模型，模型拥有实时跨文本、音频、视觉（包括图像和视频）的集成处理能力，有望从内容生成、内容反馈优化、投放策略优化等多个维度持续赋能广告营销行业。
- **投资策略：**从短期来看，随着年中大促“618” 活动开启，广告投入需求有望进一步释放；中长期来看，随宏观经济复苏，品牌推广需求增加，叠加 AI 模型持续推动广告行业发展，看好广告板块景气度持续回升。建议关注楼宇广告龙头公司分众传媒（002027.SZ）等。
- **风险提示：**政策监管风险；消费复苏不及预期风险；行业竞争加剧风险等。

本报告的风险等级为中风险。

本报告的信息均来自已公开信息，关于信息的准确性与完整性，建议投资者谨慎判断，据此入市，风险自担。

请务必阅读末页声明。

东莞证券研究报告评级体系：

公司投资评级	
买入	预计未来 6 个月内，股价表现强于市场指数 15%以上
增持	预计未来 6 个月内，股价表现强于市场指数 5%-15%之间
持有	预计未来 6 个月内，股价表现介于市场指数±5%之间
减持	预计未来 6 个月内，股价表现弱于市场指数 5%以上
无评级	因无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，导致无法给出明确的投资评级；股票不在常规研究覆盖范围之内
行业投资评级	
超配	预计未来 6 个月内，行业指数表现强于市场指数 10%以上
标配	预计未来 6 个月内，行业指数表现介于市场指数±10%之间
低配	预计未来 6 个月内，行业指数表现弱于市场指数 10%以上

说明：本评级体系的“市场指数”，A 股参照标的为沪深 300 指数；新三板参照标的为三板成指。

证券研究报告风险等级及适当性匹配关系	
低风险	宏观经济及政策、财经资讯、国债等方面的研究报告
中低风险	债券、货币市场基金、债券基金等方面的研究报告
中风险	主板股票及基金、可转债等方面的研究报告，市场策略研究报告
中高风险	创业板、科创板、北京证券交易所、新三板（含退市整理期）等板块的股票、基金、可转债等方面的研究报告，港股股票、基金研究报告以及非上市公司的研究报告
高风险	期货、期权等衍生品方面的研究报告

投资者与证券研究报告的适当性匹配关系：“保守型”投资者仅适合使用“低风险”级别的研报，“谨慎型”投资者仅适合使用风险级别不高于“中低风险”的研报，“稳健型”投资者仅适合使用风险级别不高于“中风险”的研报，“积极型”投资者仅适合使用风险级别不高于“中高风险”的研报，“激进型”投资者适合使用我司各类风险级别的研报。

证券分析师承诺：

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，以勤勉的职业态度，独立、客观地在所知情的范围内出具本报告。本报告清晰地反映了本人的研究观点，不受本公司相关业务部门、证券发行人、上市公司、基金管理公司、资产管理公司等利益相关者的干涉和影响。本人保证与本报告所指的证券或投资标的无任何利害关系，没有利用发布本报告为自身及其利益相关者谋取不当利益，或者在发布证券研究报告前泄露证券研究报告的内容和观点。

声明：

东莞证券股份有限公司为全国性综合类证券公司，具备证券投资咨询业务资格。

本报告仅供东莞证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告所载资料及观点均为合规合法来源且被本公司认为可靠，但本公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，可随时更改。本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可跌可升。本公司可发出其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告，亦可因使用不同假设和标准、采用不同观点和分析方法而与本公司其他业务部门或单位所给出的意见不同或者相反。在任何情况下，本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并不构成对任何人的投资建议。投资者需自主作出投资决策并自行承担投资风险，据此报告做出的任何投资决策与本公司和作者无关。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。本公司及其所属关联机构在法律许可的情况下可能会持有本报告中提及公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、经纪、资产管理等服务。本报告版权归东莞证券股份有限公司及相关内容提供方所有，未经本公司事先书面许可，任何人不得以任何形式翻版、复制、刊登。如引用、刊发，需注明本报告的机构来源、作者和发布日期，并提示使用本报告的风险，不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权刊载或者转发本证券研究报告的，应当承担相应的法律责任。

东莞证券股份有限公司研究所

广东省东莞市可园南路 1 号金源中心 24 楼

邮政编码：523000

电话：（0769）22115843

网址：www.dgzq.com.cn