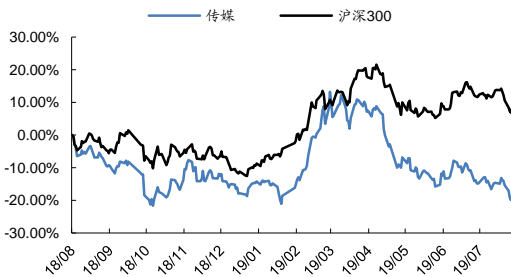


研究所
证券分析师: 朱珠 S0350519060001
021-60338167 zhuz@ghzq.com.cn

2019 上半年广告市场整体下滑 8.8% 可关注 视频广告与 OTT 广告标的 ——传媒行业周报

最近一年行业走势



行业相对表现

表现	1M	3M	12M
传媒	-4.8	-13.0	-19.1
沪深 300	-4.0	-2.6	6.7

相关报告

- 《传媒行业周报: 关注国产电影回暖 智慧屏助推超高清视频产业发展》——2019-08-04
- 《传媒行业周报: 第 29 届全国书博会开幕 自上而下关注大众图书与广电系》——2019-07-28
- 《传媒行业深度报告: 对比中外企业看大众图书消费行业新增量》——2019-07-24
- 《传媒行业周报: Netflix 付费用户 1.52 亿 媒介演变下内容驱动是核心》——2019-07-21
- 《传媒行业周报: 2019 上半年图书零售增 10.82% 关注大众图书及中报业绩确定性标的》——2019-07-14

投资要点:

- 市场综述:** 上周上证综指、深证成指、创业板指涨跌幅分别为-3.25%、-3.74%和-0.33%，传媒行业指数涨跌幅为-3.40%。细分到传媒各子行业来看，各子板块均下跌，其中人工智能指数跌幅最高，为-7.43%。周涨跌幅个股中，涨幅 Top3 分别为顺网科技(300113.SZ)上涨 10.10%，盛天网络(300494.SZ)上涨 7.11%，视觉中国(000681.SZ)上涨 6.41%。跌幅 Top2 分别为电魂网络(603258.SH)下跌 19.59%、星辉娱乐(300043.SZ)下跌 13.49%。
- 2019 年上半年中国广告市场整体下滑 8.8% (2018 年同期为 9.3%)，传统媒体均呈现跌幅，生活圈媒体同比上涨放缓。**据 InMobi 数据显示，中国视频广告支出占比从 2017 年的 6% 上升到 2018 年的 12%，视频广告已成为移动端“流量之王”；据 Gozendata 显示，2019 年 4 月在智能电视的人均日使用时长上，“直播”内容仅占 21.1%，而“点播”内容占据 62.7%。据前瞻数据显示 2017 年 OTT 广告规模为 23 亿元，预计 2020 年将达到 307 亿元，同比增加 137.98%。在中国整体广告市场增速下滑下，我们预计移动视频广告与 OTT 广告细分赛道仍将保持高增长，可关注芒果超媒(300413)、新媒股份(300770)。
- “全国一网”整合预期进一步强化，参与广电系的主题进一步确立。**近日印发《关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》指出深入实施“宽带中国”战略，加快 5G 等新一代信息基础设施建设，推进下一代互联网、广播电视网、物联网建设；8 月 8 日中国广电网络公司副总经理曾庆军在贵广网络(600996)组织的会议中指出 5G 时代，广电网络需要自主可靠的移动网络。
- 上海与北京均相继举办书展。第二十六届北京国际图书博览会(BIBF)将于 8 月 21 日至 25 日在中国国际展览中心新馆举办，**为顺应国际出版业融合发展趋势，5G 技术也将首次亮相 BIBF。“5G 新阅读”展区将重点展示 5G+全息交互分享、5G+增强现实阅读、5G+混合现实阅读、5G+虚拟沉浸式阅读等新阅读应用场景，中信出版旗下从事文学的大方也将加入；**同时，2019 上海书展将于 8 月 14-20 日举办，**新经典发行也将写常非的《江南》三部曲亮相，我们认为图书板块的优点是较好的经营性现金流以及人群精神文化升级后的必需品(可关注新经典 603096、中信出版 300788)。
- 上周 Roku、迪士尼、网易发布财报，**其中迪士尼 2019 年三季度由于并入 21 福克斯资产后利润增速下滑 35%，迪士尼流媒体的上线也有望带来美国流媒体市场的竞争；网易 2019 年第二季度手游环比减少设 3.5%，同比增加 13.6%，网易音乐业务与创新业务业绩靓丽；美国电视流媒体平台 Roku 的 ARPU 已达 20

美元，借助目前用户规模优势以及消费这习惯转至 OOTB 助推其广告业务也获得较大增长，播放器收入增加 24%， Parks Associates 消费者调查数据显示，截至 2019 年第一季度，Roku 拥有 39% 的美国流媒体播放器安装基数。

给予行业推荐评级。

- 风险提示：1) 游戏、影视等内容表现不及预期风险；2) 重点关注公司未来业绩的不确定性；3) 行业估值继续下行风险；4) 行业竞争及发展不及预期风险；5) 政策风险等

表 1: 重点关注公司及盈利预测

重点公司 代码	股票 名称	2019-08-09 股价	EPS			PE			投资 评级
			2018	2019E	2020E	2018	2019E	2020E	
300413.SZ	芒果超媒	37.06	0.87	1.05	1.43	42.60	35.30	25.92	买入
300788.SZ	中信出版	37.37	1.45	1.31	1.66	25.77	28.53	22.51	买入
300770.SZ	新媒股份	75.57	2.13	2.22	2.81	35.48	34.04	26.89	买入
603096.SH	新经典	54.01	1.78	2.08	2.55	30.34	25.97	21.18	买入
000681.SZ	视觉中国	21.76	0.46	0.52	0.61	47.30	41.85	35.67	买入
603103.SH	横店影视	13.62	0.71	0.76	0.83	19.18	17.92	16.41	买入
601900.SH	南方传媒	8.74	0.73	0.80	0.90	11.97	10.93	9.71	买入
300027.SZ	华谊兄弟	4.25	-0.39	0.16	0.19	-10.90	26.56	22.37	增持
300081.SZ	恒信东方	7.75	0.37	0.40	0.46	20.95	19.38	16.85	增持
300148.SZ	天舟文化	3.71	-1.28	0.26	0.29	-2.90	14.27	12.79	增持
002624.SZ	完美世界	24.24	1.14	1.38	1.68	21.26	17.57	14.43	未评级
002739.SZ	万达电影	15.06	1.29	0.89	0.92	11.67	16.92	16.37	未评级
601811.SH	新华文轩	10.06	0.75	0.74	0.80	13.41	13.59	12.58	未评级
601595.SH	上海电影	15.54	0.69	0.72	0.92	22.52	21.58	16.89	未评级
600088.SH	中视传媒	12.27	0.25	0.26	0.44	49.08	47.19	27.89	未评级
601949.SH	中国出版	5.47	0.33	0.31	0.35	16.58	17.65	15.63	未评级

资料来源: Wind 资讯、国海证券研究所 (注: “未评级” 盈利预测取自万得一致预期)

内容目录

1、 行业观点和动态	5
1.1、 上周传媒行情回顾	5
1.2、 传媒行业动态	7
2、 上周行业数据	9
2.1、 电影市场	9
2.2、 电视剧市场	10
2.3、 综艺节目市场	12
2.4、 游戏市场	14
3、 上市公司重要动态	17
3.1、 增持/减持情况	17
3.2、 投资情况	17
3.3、 跟踪标的情况	18
4、 风险提示	20

图表目录

图 1: 上周各行业涨跌幅.....	6
图 2: 传媒行业子板块一周涨跌幅	7
图 3: 2018 年 1 月 14 日-2019 年 8 月 10 日每周电影票房收入 (万元) 及观影人次 (万人) 走势图.....	9
图 4: CSM52 卫视晚间电视剧收视情况 (8 月 5 日-8 月 8 日)	11
图 5: 过去 7 天电视剧网络播放量排行榜.....	12
图 6: 热播综艺网络播放量排行榜 (8 月 5 日-8 月 8 日)	13
图 7: 过去 7 天网页游戏情况.....	14
图 8: IOS 手游排行榜情况	15
图 9: 安卓手游排行榜情况 (市场依次为应用宝、360 手机助手、百度手机助手)	16
表 1: 重点关注公司及盈利预测	2
表 2: 拟下周上映的电影及基本情况	10
表 3: 上市公司股东增持/减持清单	17
表 4: 上市公司投资情况	17
表 5: 重点覆盖公司一览	18
表 6: 重点关注公司及盈利预测	19

1、行业观点和动态

1.1、上周传媒行情回顾

市场综述：上周上证综指、深证成指、创业板指涨跌幅分别为-3.25%、-3.74%和-0.33%，传媒行业指数涨跌幅为-3.40%。细分到传媒各子行业来看，各子板块均下跌，其中人工智能指数跌幅最高，为-7.43%。周涨跌幅个股中，涨幅 Top3 分别为顺网科技(300113.SZ)上涨 10.10%，盛天网络(300494.SZ)上涨 7.11%，视觉中国(000681.SZ)上涨 6.41%。跌幅 Top2 分别为电魂网络(603258.SH)下跌 19.59%、星辉娱乐(300043.SZ)下跌 13.49%。

2019 年上半年中国广告市场整体下滑 8.8% (2018 年同期为 9.3%)，传统媒体均呈现跌幅，生活圈媒体同比上涨放缓，食品与交通广告投放增加，快消品仍以电视媒体作为主战场，全媒体头部品类集中度逐渐下滑市场投放较为分散，电视媒体中食品与化妆品投放增加。据 CTR 数据现实 2019 年上半年中国市场由于受到经济环境的“稳中有变 变中有忧”影响，广告主对 2019 年整体经济市场信心波动，致使中国广告市场重新进入调整期，2019 年上半年中国广告整体下滑 8.8%，传统媒体下滑达 12.8%。传统媒体中电视和广播媒体刊例花费同比下滑 12.4%/9.7%，央卫视广告花费同比下滑约 10%，平面媒体中杂志媒体刊例收入同比减少 6.1%，传统户外媒体刊例花费降幅达到 18.9%，生活圈媒体中电梯电视与电梯海报收入小幅增加 4.1%/6.2%，影院视频广告刊例收入增加 4.1%。互联网广告刊例收入减少 4.3%。投放广告主端，2019 年上半年广投放从以往网站和 App 应用回归到食品行业，交通行业从传统媒体转到生活圈媒体。

据 InMobi 数据显示，中国视频广告支出占比从 2017 年的 6% 上升到 2018 年的 12%，视频广告已成为移动端“流量之王”，其中，全屏视频仍是其主流。从中国来看，效果类广告主更愿意采用移动视频广告。品牌广告主在 APP 内移动视频广告的支出增速在 2018 年达到 257%，2018 年中国视频广告流量占比 94%。例如从芒果超媒 2018 年年报中指出，广告业务方面，公司对不断广告产品进行优化和创新，以内容为媒介，打造基于 AI 和用户画像的独有信息流广告形式，将节目影响力转换为品牌销售力，芒果 TV 成为众多广告主的投放首选。2018 年全年平台投放广告品牌数为 324 个，同比增长 155%。

据 Gozendata 显示，2019 年 4 月在智能电视的人均日使用时长上，“直播”内容仅占 21.1%，而“点播”内容占据 62.7%。把用户体验放在核心位置，发挥客厅大屏临场感强、多人共赏等场景优势，中国智能电视总量持续增加预计 2022 年将超过 2.8 亿台 (2018 年达到 1.9 亿台)，OTT 的营销迎面而来。OTT 广告可分为环境类、触发类、创新互动类广告三种模式，据前瞻数据显示 2017 年 OTT 广告规模为 23 亿元，预计 2020 年将达到 307 亿元，同比增减 137.98%，新媒股份招股书显示，2017-2018 年，腾讯按照约定的分成比例支付新媒股份广告分成收入分别为 1081.38 万元和 2084.14 万元，占当期营业收入的比例分别为 2.42%、3.24%，未来三年 OTT 广告细分赛道有望伴随智慧大屏的客厅经济发展后仍将高速增长。在中国整体广告市场增速下滑下，我们预计移动视频广告与 OTT 广告细分赛道仍将保持高速增长，可关注芒果超媒(300413)、新媒股份(300770)。

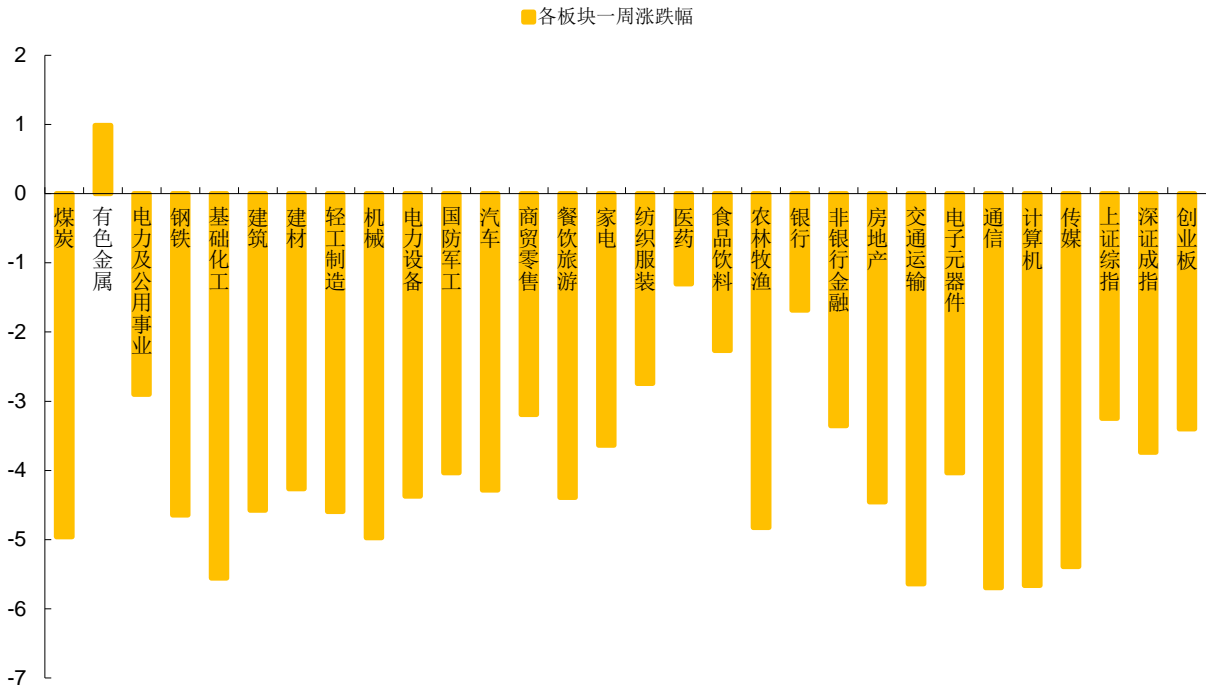
“全国一网”整合预期进一步强化，参与广电系的主题进一步确立。近日印发《关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》指出深入实施“宽带中国”战略，加快 5G 等新一代信息基础设施建设，推进下一代互联网、广播电视网、物联网建设；8 月 8 日中国广电网络公司副总经理曾庆军在贵广网络（600996）组织的会议中指出 5G 时代，广电网络需要自主可靠的移动网络。报告会上，曾庆军对贵州智慧广电综合试验区建设、5G 实验网建设以及网络优化改造等工作取得的成绩给予充分肯定。目前，贵广网络已经与贵阳、遵义、六盘水和福泉市政府签署了智慧广电建设战略合作协议，启动了“云上贵州”省级政务云平台广电节点建设和电子政务外网延伸至村建设，5G 试验网已完成核心网建设并在数博会上进行应用展示。

第二十六届北京国际图书博览会（BIBF）将于 8 月 21 日至 25 日在中国国际展览中心新馆举办。为顺应国际出版业融合发展趋势，5G 技术也将首次亮相 BIBF。

“5G 新阅读”展区将重点展示 5G+全息交互分享、5G+增强现实阅读、5G+混合现实阅读、5G+虚拟沉浸式阅读等新阅读应用场景。同时，2019 上海书展将于 8 月 14-20 日举办，其中中信出版旗下从事文学的大方也将加入，新经典发行也将写常非的《江南》三部曲亮相，我们认为图书板块的优点是较好的经营性现金流以及人群精神文化升级后的必需品。可关注新经典（603096）、中信出版（300788）；关于中信出版 2019 年 8 月 7 日公告仲裁事项，该事件不应被解读为利空，我们认为，在公告中仲裁请求的第 1 项和第 2 项涉及的金额，均为 7 年经营期内涉及的金额，即 2018 年涉及总金额为 3042 万元，其中 2019 年上半年已计提第 1+2 项为 2240 万元，2019 年涉及金额合计 2342 万元，改费用为权责发生制，费用已发生的，若公司诉讼对方成功，即会冲回 18 年的费用，19 年及之后的费用也会减少，即可能归为一次性非经收益；在公司招股书中，由于线下店已 87 家，其中不免由于招标等事项出现部分诉讼事项，其中也有关停等事项，我们认为对整体公司的线下的收入规模以及利润影响不大。

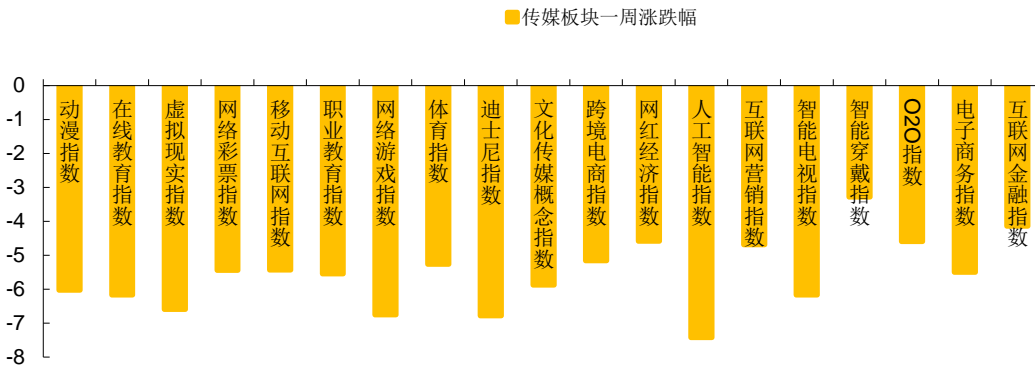
给予行业推荐评级。

图 1:上周各行业涨跌幅



资料来源: Wind 资讯、国海证券研究所

图 2: 传媒行业子板块一周涨跌幅



资料来源: Wind 资讯、国海证券研究所

1.2、传媒行业动态

1.2.1、影视、游戏、IP

1. 中国自主研发游戏市场份额超八成

2019 中国国际数字娱乐产业大会 1 日在沪开幕，会上发布了《2019 年 1-6 月中国游戏产业报告》，该报告由中国音数协游戏工委和国际数据公司编撰。报告显示，今年上半年，中国游戏市场实际销售收入 1140.2 亿元，同比增长 8.6%，增速同比提高 3.4%。其中，移动游戏实现销售收入 770.7 亿元，同比增长 21.5%，占整体收入 67.6%；客户端游戏实现收入 313.3 亿元，占比 27.5%；网页游戏收入 50.9 亿元，占比降至 4.5%；游戏机游戏和单机游戏贡献收入仅 0.5%。同时，作为中国游戏企业重要收入来源之一，2019 年 1-6 月中国自主研发游戏海外市场实际销售收入达 55.7 亿美元，同比增速 20.2%，高于自主研发游戏国内市场收入增速。

2. Sensor Tower 7 月中国手游发行商海外收入排名：腾讯、网易前二

Sensor Tower 商店情报平台显示，2019 年 7 月中国手游发行商在全球 App Store 和 Google Play 的收入排名榜单中 30 个手游发行商 7 月全球吸金超过 14.2 亿美元，拿下当期全球手游总收入 27% 的市场份额，其中腾讯、网易、FunPlus、莉莉丝、三七互娱排名前五。

1.2.2、电商、网红、体育

1. 京东方与平安集团签订战略合作协议

8 月 5 日，京东方科技集团股份有限公司与中国平安保险（集团）股份有限公司签订《战略合作框架协议》，双方将在智慧端口、金融科技、医疗健康等领域建立长期的战略合作，且将加强在人工智能、区块链、云技术、大数据等科技领域的开发合作。

2. 上半年全国网上零售额达 4.82 万亿元，同比增长 17.8%

8 月 8 日，据商务部电子商务司负责人介绍，2019 年上半年，我国网络零售市场保持快速增长，全国网上零售额达 4.82 万亿元，同比增长 17.8%，比一季度加快 2.5 个百分点。其中，实物商品网上零售额 3.82 万亿元，增长 21.6%，占社消零的比重为 19.6%，比一季度提高 1.4 个百分点，对社消零增长的贡献率达 44.8%，比一季度提高 3.6 个百分点。在激发需求潜力、扩大国内消费方面的作用不断增强。

1.2.3、互联网

1. App Annie 7 月中国热门 iOS 应用排名：拼多多、抖音、爱奇艺位列下载量前三

36 氪获悉，AppAnnie 公布的 2019 年 7 月中国热门 iOS 应用排名显示，拼多多、抖音、爱奇艺、今日头条、腾讯视频、优酷、百度、QQ、酷狗音乐、马蜂窝旅游排名下载量前十。

2. 中国信通院与腾讯合作，成立产业互联网安全实验室

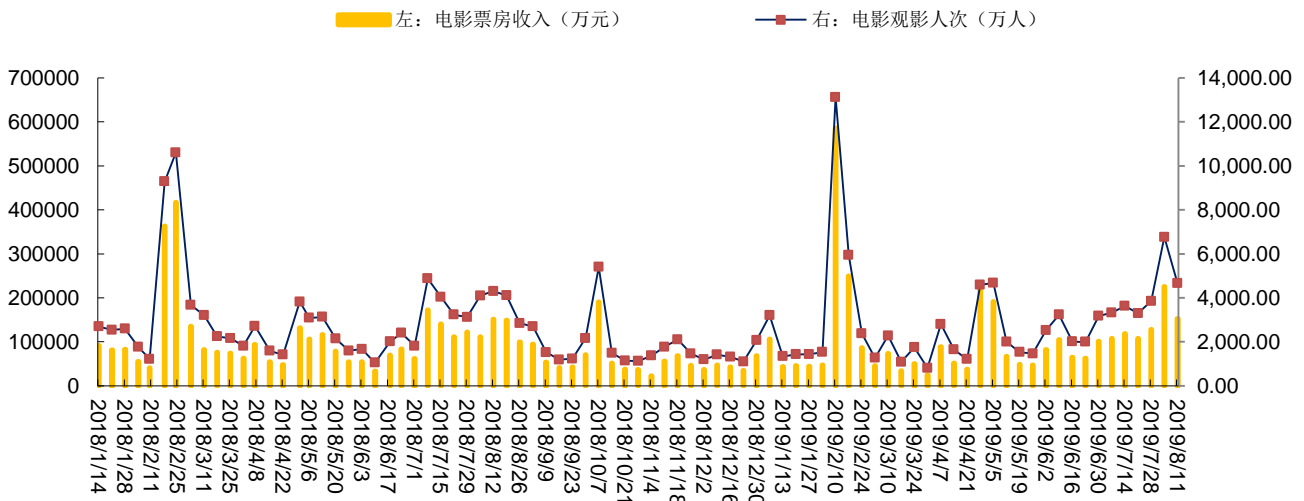
在第五届互联网安全领袖峰会（CSS 2019）大中型政企通用安全专场上，中国信息通信研究院安全研究所与腾讯安全正式签订战略合作协议。根据《协议》，双方将联合共建“产业互联网安全实验室”，深化产业升级趋势下的智慧产业网络安全建设，推动医疗、金融等多个行业领域的技术创新研究与标准制定，加速构建完善、繁荣的创新链、产业链与新兴业态。

2、上周行业数据

2.1、电影市场

【本周回顾】猫眼票房分析统计，截止 2019 年 8 月 10 日 9 时 40 分，2019 年 8 月 5 日至 2019 年 8 月 10 日 9 时 40 分周总票房约 15.28 亿元。7 月 26 日上映的《哪吒之魔童降世》居首位，周票房达到 7.38 亿元。8 月 1 日上映的《烈火英雄》居次位，周票房达到 3.83 亿元。

图 3：2018 年 1 月 14 日-2019 年 8 月 10 日每周电影票房收入（万元）及观影人次（万人）走势图



资料来源：Wind 资讯、猫眼电影、国海证券研究所

【下周预告】根据艺恩网和猫眼票房，下周预计 9 部新片上映，其中最受市场期待的 5 部如下表

表 2: 拟下周上映的电影及基本情况

上映时间	影片名	制作公司	发行公司
2019年8月16日	沉默的证人	霍尔果斯福通文化传播有限公司	五洲电影发行有限公司/寰亚电影发行(北京)有限公司 / 万达影视传媒有限公司 / 华夏电影发行有限责任公司
2019年8月16日	全职高手之巅峰荣耀	上海阅文影视文化传播有限公司	— —
2019年8月16日	愤怒的小鸟 2	— —	中国电影集团公司
2019年8月16日	龙牌之谜	俄罗斯电影集团有限公司/财纳国际影视文化传媒(北京)有限公司	中国电影集团公司
2019年8月16日	送我上青云	— —	华夏电影发行有限责任公司 / 安乐(北京)电影发行有限公司/天津猫眼微影文化传媒有限公司

2.2、电视剧市场

电视剧方面，收视率情况如下图所示。本周收视率靠前的电视剧分别为湖南卫视播出的《加油你是最棒的》、上海东方卫视、浙江卫视播出的《小欢喜》。

电视剧网络播放方面，播放量前三为：《陈情令》、《亲爱的，热爱的》、《小欢喜》。

图 4: CSM52 卫视晚间电视剧收视情况 (8月5日-8月8日)

CSM59 4+ 2019年8月5日周一省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	湖南卫视	加油你是最棒的	1.178	4.71
2	江苏卫视	归还世界给你	1.065	4.22
3	浙江卫视	小欢喜	1.061	4.2
4	上海东方卫视	小欢喜	0.989	3.91
5	北京卫视	时间都知道	0.797	3.16
6	安徽卫视	浅情人不知	0.403	1.59
7	深圳卫视(新闻综合频道)	浅情人不知	0.402	1.58
8	黑龙江卫视	天下无诈	0.389	1.53
9	广东卫视	幕后之王	0.307	1.22
10	湖北卫视	幕后之王	0.213	0.84
11	山东卫视	父母爱情	0.163	0.65
12	江西卫视	亮剑	0.145	0.57
13	辽宁卫视	春暖花开又开	0.137	0.54
14	天津卫视	破冰行动	0.132	0.52
15	重庆卫视	壮士出川	0.129	0.51
16	河北广播电视台卫视频道	天下无诈	0.108	0.43
17	贵州卫视	天龙八部	0.104	0.59
18	东南卫视	香蜜沉沉烬如霜	0.088	0.35
19	广东广播电视台南方卫视	七十二家房客	0.085	0.36
20	云南广播电视台卫视频道(一套)	碧血书香梦	0.084	0.33
中央	中央电视台综合频道	特赦1959	1.117	4.4

CSM59 4+ 2019年8月6日周二省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	上海东方卫视	小欢喜	1.271	4.94
2	湖南卫视	加油你是最棒的	1.217	4.89
3	江苏卫视	归还世界给你	1.095	4.26
4	浙江卫视	小欢喜	1.039	4.03
5	北京卫视	时间都知道	0.792	3.08
6	安徽卫视	浅情人不知	0.382	1.48
7	深圳卫视(新闻综合频道)	浅情人不知	0.372	1.44
8	黑龙江卫视	天下无诈	0.352	1.36
9	广东卫视	幕后之王	0.309	1.2
10	湖北卫视	幕后之王	0.19	0.74
11	重庆卫视	壮士出川	0.176	0.68
12	山东卫视	父母爱情	0.168	0.65
13	辽宁卫视	春暖花开又开	0.164	0.64
14	天津卫视	破冰行动	0.159	0.62
15	江西卫视	亮剑	0.144	0.56
16	吉林卫视	战天狼	0.134	0.52
17	河北广播电视台卫视频道	天下无诈	0.108	0.42
18	东南卫视	香蜜沉沉烬如霜	0.099	0.39
19	贵州卫视	李三枪	0.087	0.34
20	四川卫视	莫斯科行动	0.084	0.33
中央	中央电视台综合频道	特赦1959	1.128	4.4

CSM59 4+ 2019年8月7日周三省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	湖南卫视	加油你是最棒的	1.259	5.05
2	上海东方卫视	小欢喜	1.216	4.87
3	江苏卫视	归还世界给你	1.122	4.5
4	浙江卫视	小欢喜	0.966	3.89
5	北京卫视	时间都知道	0.57	2.29
6	安徽卫视	浅情人不知	0.335	1.34
7	黑龙江卫视	天下无诈	0.323	1.29
8	深圳卫视(新闻综合频道)	浅情人不知	0.32	1.27
9	广东卫视	我的真朋友	0.297	1.19
10	天津卫视	破冰行动	0.246	0.99
11	湖北卫视	幕后之王	0.189	0.75
12	辽宁卫视	春暖花开又开	0.145	0.58
13	重庆卫视	壮士出川	0.133	0.53
14	河北广播电视台卫视频道	天下无诈	0.128	0.51
15	江西卫视	亮剑	0.124	0.49
16	吉林卫视	战天狼	0.118	0.5
17	东南卫视	香蜜沉沉烬如霜	0.115	0.46
18	山东卫视	伪装者	0.097	0.52
19	四川卫视	莫斯科行动	0.095	0.38
20	山东卫视	少年派	0.093	0.37
中央	中央电视台综合频道	特赦1959	1.209	4.78

CSM59 4+ 2019年8月8日周四省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	上海东方卫视	小欢喜	1.251	4.95
2	湖南卫视	加油你是最棒的	1.203	4.74
3	浙江卫视	小欢喜	1.123	4.44
4	江苏卫视	归还世界给你	1.027	4.06
5	北京卫视	少年派	0.426	1.69
6	黑龙江卫视	天下无诈	0.403	1.59
7	安徽卫视	浅情人不知	0.379	1.49
8	深圳卫视(新闻综合频道)	浅情人不知	0.312	1.23
9	广东卫视	我的真朋友	0.297	1.18
10	天津卫视	破冰行动	0.249	0.99
11	湖北卫视	幕后之王	0.177	0.69
12	江西卫视	亮剑	0.175	0.69
13	重庆卫视	壮士出川	0.174	0.68
14	辽宁卫视	春暖花开又开	0.135	0.53
15	东南卫视	香蜜沉沉烬如霜	0.114	0.45
16	四川卫视	莫斯科行动	0.095	0.37
17	贵州卫视	李三枪	0.093	0.36
18	河北广播电视台卫视频道	天下无诈	0.083	0.33
19	山东卫视	伪装者	0.082	0.45
20	吉林卫视	破冰行动	0.077	0.31
中央	中央电视台综合频道	特赦1959	1.311	5.11

图 5：过去 7 天电视剧网络播放量排行榜

电视剧网络播放排行榜				
昨日榜	7日榜	30日榜	半年榜	
名次	电视剧	播放量(万)	趋势	
★ 1ST	 陈情令	17503	-	
★ 2ND	 亲爱的，热爱的	15485	-	
★ 3RD	 小欢喜	13399	-	
4	 请赐我一双翅膀	9523	-	
5	 全职高手	8615	-	
6	 加油你是最棒的	7517	-	
7	 归还世界给你	7281	-	
8	 宸汐缘	7000	-	
9	 烈火军校	7000	-	
10	 浅情人不知	6797	-	

资料来源：寻艺截图、国海证券研究所

2.3、综艺节目市场

综艺节目方面，如下图所示单日播放量首位为《这！就是长安》。

图 6: 热播综艺网络播放量排行榜 (8月5日-8月8日)



资料来源: 猫眼 App 截图、国海证券研究所

2.4、游戏市场

优质平台开服最多的游戏，排名前三的游戏为暗黑大天使（192组）、灭神（168组）、蓝月传奇（119组）。

开服最多的优质平台，排名前三的页游平台分别为37游戏（667组）、360游戏（192组）、搜狗游戏（191组）。

优质平台开服最多的开发商，排名前三的开发商为上海三七互娱（481组）、北京文脉互动（209组）、杭州盛游（202组）。

图 7：过去 7 天网页游戏情况

优质平台开服最多的游戏	更多	开服最多的优质平台	更多	优质平台开服最多的开发商	更多
 <p>1: 暗黑大天使 服务器: 192 组 37游戏 服务器: 112组</p> 		 <p>1: 37游戏 服务器: 667 组 暗黑大天使 服务器: 112组</p> 		 <p>1: 上海三七互娱 服务器: 481 组 龙权天下 服务器: 118组</p> 	
 <p>2: 灭神 服务器: 168 组 37游戏 服务器: 49组</p> 		 <p>2: 360游戏 服务器: 192 组 热血战歌之创世 服务器: 35组</p> 		 <p>2: 北京文脉互动 服务器: 209 组 热血战歌 服务器: 103组</p> 	
 <p>3: 蓝月传奇 服务器: 119 组 贪玩游戏 服务器: 45组</p> 		 <p>3: 搜狗游戏 服务器: 191 组 传奇霸业 服务器: 9组</p> 		 <p>3: 杭州盛游 服务器: 202 组 灭神 服务器: 168组</p> 	

资料来源：9k9k 截图、国海证券研究所

手机游戏方面，排行榜情况如下所示，免费畅销榜排名前二的手游分别为《乐高®无限》《狂野飙车 9：竞速传奇》，付费畅销榜排名前二的手游分别为《无法触碰的掌心》《异化之地》。

图 8: IOS 手游排行榜情况

#	免费排行	付费排行
1	 乐高®无限 Tencent ▲ 1	 无法触碰的掌心 bilibili =
2	 狂野飙车9:竞速传奇 Aligame ▼ 1	 异化之地 Ggame Studio =
3	 闪耀暖暖 Nikki Inc =	 胧月传说-剑侠修仙传说 Guangzhou Hanyuan Commu... =
4	 全民消砖块 Yang Li ▲ 1	 星期六魔王 - 日本战国策略卡牌... More2 Game =
5	 我的小家 Kunpo ▼ 1	 英雄之城II-全球战争策略手游 Snail Games =
6	 激斗火柴人 Giant Network =	 乱斗堂3 More2 Game =
7	 跑跑卡丁车官方竞速版 Tencent =	 月圆之夜 Giant Network ▲ 4
8	 王牌战争:文明重启 Hero Entertainment =	 Journey Annapurna ▼ 1
9	 和平精英 Tencent =	 我的孩子:生命之泉 East2west Network Tech. Co. ... =
10	 执剑之刻 Tencent ▲	 萌西游-回合制社交修仙 HaiNa Games ▲ 11

资料来源: App Annie 截图、国海证券研究所

图 9: 安卓手游排行榜情况 (市场依次为应用宝、360 手机助手、百度手机助手)

 王者荣耀 1709.6M 下载10亿次	 天天酷跑-极速... 750.3M 下载8.9亿次	 雷霆战机--超... 643.6M 下载1.9亿次	 欢乐斗地主 (腾... 112.2M 下载7.7亿次
 天天炫斗 47.1M 下载1.1亿次	 节奏大师 58.8M 下载1.8亿次	 天天爱消除 (葫... 151M 下载2.6亿次	 全民突击 598.1M 下载9329万次
 天天飞车 254.7M 下载2.4亿次	 穿越火线-枪战... 1574.2M 下载2.5亿次	 全民飞机大战 548M 下载1.5亿次	 腾讯欢乐麻将全... 83M 下载2.9亿次

 开心消消乐-甜 4.3亿次下载 安装	 天天酷跑 2.5亿次下载 安装	 王者荣耀 2.3亿次下载 安装	 植物大战僵尸 2.2亿次下载 安装	 单机斗地主-不 2亿次下载 安装	 水果滑块拼图 1.9亿次下载 安装	 欢乐斗地主 1.8亿次下载 安装
 保卫萝卜 1亿次下载 安装	 天天飞车 9166万次下载 安装	 时空猎人-全角 8142万次下载 安装	 消灭星星全新 7679万次下载 安装	 天天爱消除 7045万次下载 安装	 会说话的汤姆 7010万次下载 安装	 全民枪战-荣耀 6710万次下载 安装

最热榜单

1 2 3

 迷你世界 8719万下载 157.5MB	 王者荣耀 3.3亿下载 1.67GB	 开心消消乐 2.5亿下载 142.49MB	 部落冲突 7254万下载 122.3MB	 球球大作战 1.8亿下载 852.5MB	 汤姆猫跑酷 5299万下载 85.19MB
 元气骑士 1013万下载 53.91MB	 贪吃蛇大作战 2721万下载 104.93MB	 皇室战争 9903万下载 107.98MB	 穿越火线：枪战王者 1亿下载 1.54GB	 弓箭手大作战 1412万下载 68.22MB	 海岛奇兵 2875万下载 114.26MB

资料来源：应用宝、360 手机助手、百度手机助手截图、国海证券研究所

3、上市公司重要动态

3.1、增持/减持情况

表 3: 上市公司股东增持/减持清单

证券代码	证券简称	公告日	内容
300081.SZ	恒信东方	2019年8月7日	裴军先生累计减持公司股份 117.65 万股, 占公司总股本的 0.22%
000607.SZ	华媒控股	2019年8月7日	华立集团合计减持公司股份 359.95 万股, 占公司总股本的 0.35%
603000.SH	人民网	2019年8月7日	《环球时报》社累计减持公司股份 116 万股, 占公司总股本的 0.105%
000673.SZ	当代东方	2019年8月10日	厦门旭熙累计被动减持公司股份 15,80 万股, 约占公司总股本的 2.00%

资料来源: Wind 资讯、国海证券研究所

3.2、投资情况

表 4: 上市公司投资情况

证券代码	证券简称	公告日	内容
300291.SZ	华录百纳	2019年8月5日	公司拟使用不超过 9 亿元的闲置募集资金进行现金管理
603444.SH	吉比特	2019年8月6日	公司累计使用 3.085 亿元闲置自有资金购买理财产品
300654.SZ	世纪天鸿	2019年8月6日	公司使用 2000 万元闲置自有资金购买理财产品
603103.SH	横店影视	2019年8月7日	公司使用 1.2 亿元闲置自有资金购买理财产品
600088.SH	中视传媒	2019年8月7日	公司合计使用 3 亿元闲置自有资金购买理财产品
300654.SZ	世纪天鸿	2019年8月9日	公司使用 5000 万元闲置募集资金购买理财产品
300654.SZ	世纪天鸿	2019年8月9日	公司拟以自有资金向公司全资子公司鸿翼教育增资 1500 万元

资料来源: Wind 资讯、国海证券研究所

3.3、跟踪标的情况

表 5: 重点覆盖公司一览

公司	股票代码	2019-08-09 股价	当前市值	PE (2018)	PE (2019E)	最新公告
新经典	603096.SH	54.01	73.08	30.34	25.97	限售股上市、转让子公司股权
横店影视	603103.SH	13.62	86.38	19.18	17.92	委托理财
南方传媒	601900.SH	8.74	78.30	11.97	10.93	无
奥飞娱乐	002292.SZ	5.35	72.61	-4.18	31.47	无
芒果超媒	300413.SZ	37.06	388.00	42.60	35.30	无

资料来源: wind 资讯、国海证券研究所

表 6: 重点关注公司及盈利预测

重点公司 代码	股票 名称	2019-08-09 股价	EPS			PE			投资 评级
			2018	2019E	2020E	2018	2019E	2020E	
300413.SZ	芒果超媒	37.06	0.87	1.05	1.43	42.60	35.30	25.92	买入
300788.SZ	中信出版	37.37	1.45	1.31	1.66	25.77	28.53	22.51	买入
300770.SZ	新媒股份	75.57	2.13	2.22	2.81	35.48	34.04	26.89	买入
603096.SH	新经典	54.01	1.78	2.08	2.55	30.34	25.97	21.18	买入
000681.SZ	视觉中国	21.76	0.46	0.52	0.61	47.30	41.85	35.67	买入
603103.SH	横店影视	13.62	0.71	0.76	0.83	19.18	17.92	16.41	买入
601900.SH	南方传媒	8.74	0.73	0.80	0.90	11.97	10.93	9.71	买入
300027.SZ	华谊兄弟	4.25	-0.39	0.16	0.19	-10.90	26.56	22.37	增持
300081.SZ	恒信东方	7.75	0.37	0.40	0.46	20.95	19.38	16.85	增持
300148.SZ	天舟文化	3.71	-1.28	0.26	0.29	-2.90	14.27	12.79	增持
002624.SZ	完美世界	24.24	1.14	1.38	1.68	21.26	17.57	14.43	未评级
002739.SZ	万达电影	15.06	1.29	0.89	0.92	11.67	16.92	16.37	未评级
601811.SH	新华文轩	10.06	0.75	0.74	0.80	13.41	13.59	12.58	未评级
601595.SH	上海电影	15.54	0.69	0.72	0.92	22.52	21.58	16.89	未评级
600088.SH	中视传媒	12.27	0.25	0.26	0.44	49.08	47.19	27.89	未评级
601949.SH	中国出版	5.47	0.33	0.31	0.35	16.58	17.65	15.63	未评级

资料来源: Wind 资讯、国海证券研究所 (注: “未评级” 盈利预测取自万得一致预期)

4、风险提示

- 1) 游戏、影视等内容表现不及预期风险;
- 2) 重点关注公司未来业绩的不确定性;
- 3) 行业估值继续下行风险;
- 4) 行业竞争及发展不及预期风险;
- 5) 政策风险等

【传媒与互联网组介绍】

朱珠，会计学学士、商科硕士，拥有实业及资产管理从业经历，目前主要负责文化传媒、互联网行业研究

【分析师承诺】

朱珠，本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

【国海证券投资评级标准】

行业投资评级

推荐：行业基本面向好，行业指数领先沪深 300 指数；

中性：行业基本面稳定，行业指数跟随沪深 300 指数；

回避：行业基本面向淡，行业指数落后沪深 300 指数。

股票投资评级

买入：相对沪深 300 指数涨幅 20%以上；

增持：相对沪深 300 指数涨幅介于 10%~20%之间；

中性：相对沪深 300 指数涨幅介于-10%~10%之间；

卖出：相对沪深 300 指数跌幅 10%以上。

【免责声明】

本报告仅供国海证券股份有限公司（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。客户应当认识到有关本报告的短信提示、电话推荐等只是研究观点的简要沟通，需以本公司的完整报告为准，本公司接受客户的后续问询。

本公司具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。本报告中的信息均来源于公开资料及合法获得的相关内部外部报告资料，本公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证，不保证其中的信息已做最新变更，也不保证相关的建议不会发生任何变更。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，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。报告中的内容和意见仅供参考，在任何情况下，本报告中所表达的意见并不构成对所述证券买卖的出价和征价。本公司及其本公司员工对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。本公司或关联机构可能会持有报告中所提到的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、财务顾问或者金融产品等服务。本公司在知晓范围内依法合规地履行披露义务。

【风险提示】

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告为作出投资决策的唯一参考因素，亦不应认为本报告可以取代自己的判断。在决定投资前，如有需要，投资者务必向本公司或其他专业人士咨询并谨慎决策。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。投资者务必注意，其据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或者关联机构无关。

若本公司以外的其他机构（以下简称“该机构”）发送本报告，则由该机构独自为此发送行为负责。通过此途径获得本报告的投资者应自行联系该机构以要求获悉更详细信息。本报告不构成本公司向该机构之客户提供的投资建议。

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、本公司员工或者关联机构亦不为该机构之客户因使用本报告或报告所载内容引起的任何损失承担任何责任。

【郑重声明】

本报告版权归国海证券所有。未经本公司的明确书面特别授权或协议约定，除法律规定的情况外，任何人不得对本报告的任何内容进行发布、复制、编辑、改编、转载、播放、展示或以其他方式非法使用本报告的部分或者全部内容，否则均构成对本公司版权的侵害，本公司有权依法追究其法律责任。