

重磅新游驱动上半年游戏市场销售增速回升

——光大传媒互联网周报 20190804

行业周报

◆伽马数据发布《2019年中国游戏产业半年度报告》。报告显示，2019年1-6月，中国游戏市场实际销售收入1140.2亿元，同比增长8.6%，增速有所回升。1) 用户规模与ARPU提升共同驱动中国游戏市场不断增长：14H1-19H1，中国游戏市场用户规模由4.01亿人增长至5.54亿人，CAGR达6.7%；年化ARPU值由248元增长至420元，CAGR达11.2%；两者共同推动中国游戏市场规模从14H1的496.2亿元增长至19H1的1161.1亿元。2) 移动游戏是我国游戏市场的最重要增长点，19H1增速达18.8%，销售占比64.8%。19H1移动游戏增速同比回升(+5.9pct)，主要得益于重磅新游刺激了新的付费需求；伽马数据测算，《完美世界》、《和平精英》首月流水均达10亿级别。3) 腾讯、网易在头部游戏的研发与发行上具备统治地位，经典游戏具有长生命周期；19H1中国移动游戏产品收入TOP10中，除《完美世界》与《和平精英》为新上榜以外其余均为老游戏；TOP10游戏均为腾讯与网易发行，且仅有《完美世界》非腾、网研发。

对比日本，我们发现中国的游戏付费深度已经到达一个较高的水平，未来整体增速或将放缓。1) 我们定义“游戏付费深度”为游戏用户的ARPU相对于一个国家的人均收入水平，以衡量游戏支出在人均收入中的占比。2) 经测算，尽管中国游戏用户的ARPU绝对值仅相当于日本的21.5%，但由于中国的人均国民总收入水平与日本尚有较大差距，使得两国的游戏付费深度非常接近。3) 考虑到日本的游戏产业已经相当成熟，其付费深度具有较强的参考性；我们认为中国目前的游戏付费深度已经达到较高的水平，未来的市场增速或将放缓。

◆关注与投资建议：头部优质游戏仍在驱动中国游戏市场增长，在增速或将放缓的大背景下，建议关注与配置头部游戏公司，同时关注游戏出海进展。1) 头部游戏公司：推荐腾讯控股(Q2《和平精英》、《完美世界手游》《权力的游戏手游》将推动游戏收入回暖)，国内第一游戏发行方地位稳固；2) 出海业务较为成熟的游戏公司：关注世纪华通(旗下FunPlus 19年6月出海收入第1，代表作《火枪纪元》和《阿瓦隆之王》；盛趣游戏并购成功)、中文传媒(旗下智明星通19年6月出海收入第9，代表作《列王的纷争》)。

◆A股及海外中概传媒公司交易回顾。1) 上周(2019年7月29日至2019年8月2日)，传媒(中信)指数(-0.91%)在29个指数涨跌幅中排名第5。2) A股传媒公司涨幅前三：电魂网络(+19.10%)、光线传媒(+10.69%)、顺网科技(+8.76%)；跌幅前三：暴风科技(-21.59%)、中昌数据(-9.80%)、安妮股份(-9.76%)；市值前三：市值前三名为三六零(1312亿)、分众传媒(731亿)、世纪华通(572亿)；3) 美股中概涨幅前二：人人网(+2.47%)、橡果国际(+2.29%)；4) 港股传媒互联网涨幅前三：亚信科技(+5.82%)、畅捷通(+4.63%)、欢喜传媒(+4.53%)。

◆风险分析。游戏行业监管政策风险；动漫行业创新能力不足风险；广告行业宏观经济波动的风险；互联网行业竞争加剧风险

买入(维持)

分析师

孔蓉(执业证书编号：S0930517120002)

021-52523837

kongrong@ebcn.com

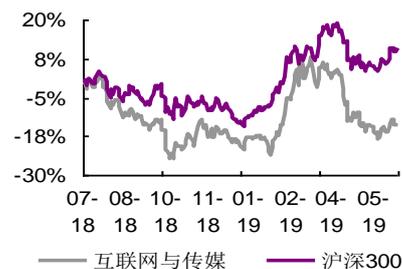
联系人

乐济铭

021-52523797

lejiming@ebcn.com

行业与上证指数对比图



资料来源：Wind

目 录

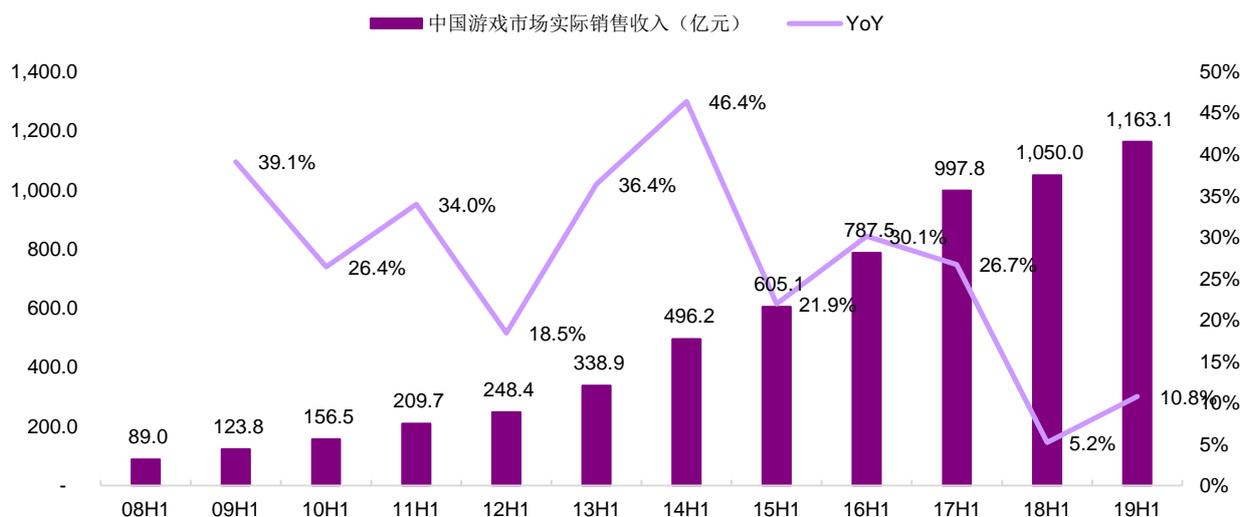
1、 重磅新游驱动上半年游戏市场销售增速回升	3
1.1、 本周行业重要事件及点评.....	3
1.2、 关注与投资建议	5
2、 A股、美股和港股一周市场回顾.....	6
2.1、 A股总体情况回顾.....	6
2.2、 A股传媒行业公司回顾.....	8
2.3、 美股和港股总体回顾	9
3、 行业重要数据点评.....	12
3.1、 全国单个影院：Jackie Chan 北京耀莱票房首位，《哪吒之魔童降世》票房夺冠	12
3.2、 电视剧/网剧：现代都市题材电视剧《亲爱的，热爱的》强势夺得本周播放量冠军	14
3.3、 综艺：浙江卫视《2019 中国好声音》周五收视夺冠	14
3.4、 出版：《斗罗大陆(第四部)-终极斗罗(8)》居虚构榜第一，《习近平在正定》居非虚构畅销榜榜首.....	16
3.5、 广告：5月生活圈媒体广告刊例花费增速环比回升	16
3.6、 国漫：《斗罗大陆》的播放量位居国漫第一名，《斗破苍穹第三季》居第二	17
4、 行业重点新闻回顾.....	18
4.1、 影视：人民日报：影视产业正在完成新一轮蜕变	18
4.2、 游戏：版号开闸带动游戏行业超预期回暖，收入 1163 亿元增速 10.8%.....	18
4.3、 音乐：腾讯音乐荣获 CMA 评委会主席奖 集团 CEO 彭迦信：共创产业无限可能.....	19
4.4、 动漫：头部效应凸显 华丽外衣下的中国二次元产业仍然贫瘠	19
4.5、 互联网：互联网行业加速拥抱新动能.....	20
5、 上周公告	20
5.1、 主板传媒上市公司重要公告	20
5.2、 港股传媒上市公司重要公告	21
6、 风险分析	21

1、重磅新游驱动上半年游戏市场销售增速回升

1.1、本周行业重要事件及点评

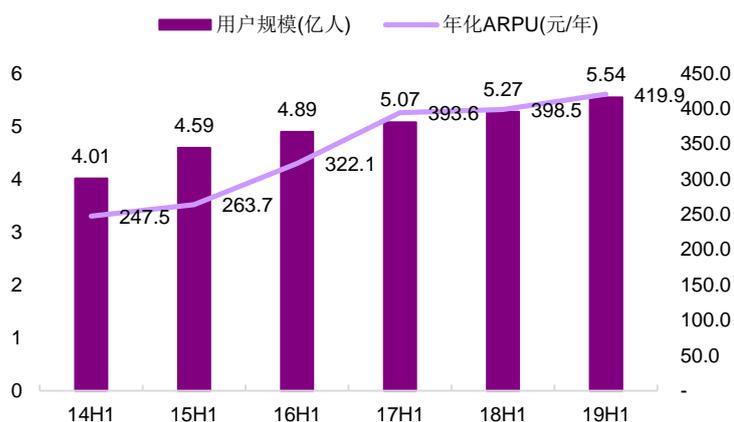
伽马数据发布《2019年中国游戏产业半年度报告》。报告显示，2019年1-6月，中国游戏市场实际销售收入1140.2亿元，同比增长8.6%，增速有所回升。1) 用户规模与 ARPU 提升共同驱动中国游戏市场不断增长：14H1-19H1，中国游戏市场用户规模由4.01亿人增长至5.54亿人，CAGR达6.7%；年化ARPU值由248元增长至420元，CAGR达11.2%；两者共同推动中国游戏市场规模从14H1的496.2亿元增长至19H1的1161.1亿元。2) 移动游戏是我国游戏市场的最重要增长点，19H1增速达18.8%，销售占比64.8%。19H1移动游戏增速同比回升(+5.9pct)，主要得益于重磅新游刺激了新的付费需求；伽马数据测算，《完美世界》、《和平精英》首月流水均达10亿级别。3) 腾讯、网易在头部游戏的研发与发行上具备统治地位，经典游戏具有长生命周期；19H1中国移动游戏产品收入TOP10中，除《完美世界》与《和平精英》为新上榜以外其余均为老游戏；TOP10游戏均为腾讯与网易发行，且仅有《完美世界》非腾、网研发。

图 1：08H1-19H1 上半年中国游戏市场实际销售收入



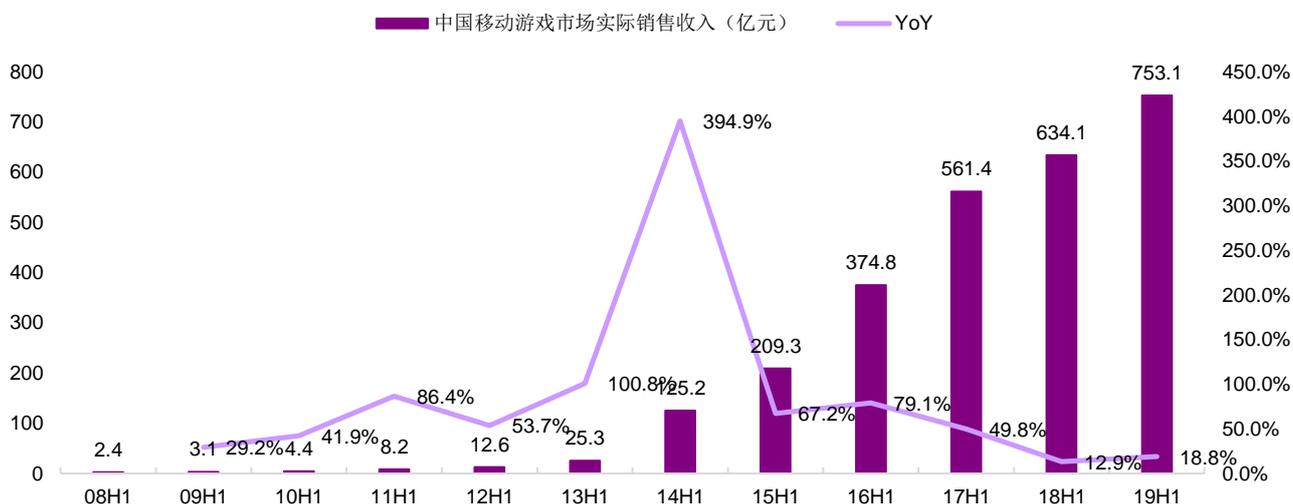
资料来源：伽马数据

图 2: 14H1-19H1 中国游戏用户规模与年化 ARPU



资料来源: 伽马数据, 光大证券研究所测算 注: 左轴为用户规模, 右轴为年化 ARPU

图 3: 08H1-19H1 上半年中国移动游戏市场实际销售收入



资料来源: 伽马数据

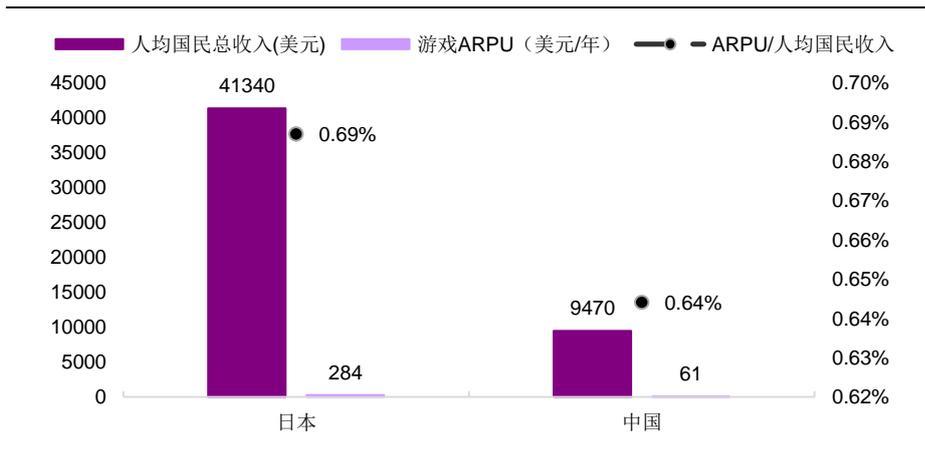
表 1: 19H1 中国移动游戏产品收入 TOP10

排名	游戏名称	开发商	发行商	游戏类型	上线时间
1	王者荣耀	腾讯	腾讯	MOBA	2015 年
2	梦幻西游	网易	网易	回合制 RPG	2015 年
3	完美世界	完美	腾讯	MMORPG	2019 年
4	QQ 飞车	腾讯	腾讯	竞速类	2017 年
5	和平精英	腾讯	腾讯	射击类	2019 年
6	阴阳师	网易	网易	回合制 RPG	2016 年
7	大话西游	网易	网易	回合制 RPG	2015 年
8	乱世王者	腾讯	腾讯	策略类	2017 年
9	率土之滨	网易	网易	策略类	2015 年
10	QQ 炫舞	腾讯	腾讯	音舞类	2018 年

资料来源: 伽马数据

对比日本，我们发现中国的游戏付费深度已经达到一个较高的水平，未来整体增速或将放缓。1) 我们定义“游戏付费深度”为游戏用户的 ARPU 相对于一个国家的人均收入水平，以衡量游戏支出在人均收入中的占比。2) 经测算，尽管中国游戏用户的 ARPU 绝对值仅相当于日本的 21.5%，但由于中国的人均国民总收入水平与日本尚有较大差距，使得两国的游戏付费深度非常接近。3) 考虑到日本的游戏产业已经相当成熟，其付费深度具有较强的参考性；我们认为中国目前的游戏付费深度已经达到较高的水平，未来的市场增速或将放缓。

图 4：中日游戏付费深度对比测算



资料来源：世界银行，newzoo，伽马数据，光大证券研究所测算

1.2、关注与投资建议

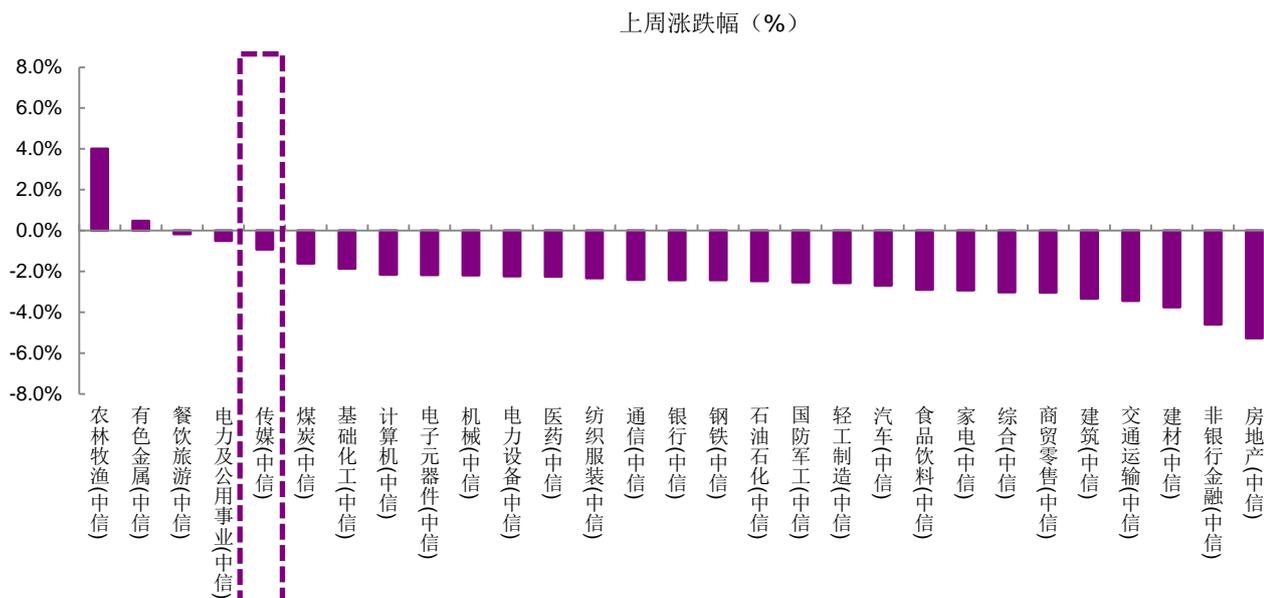
头部优质游戏仍在驱动中国游戏市场增长，在增速或将放缓的大背景下，建议关注与配置头部游戏公司，同时关注游戏出海进展。1) 头部游戏公司：推荐腾讯控股（Q2《和平精英》、《完美世界手游》《权力的游戏手游》将推动游戏收入回暖），国内第一游戏发行方地位稳固；2) 出海业务较为成熟的游戏公司：关注世纪华通（旗下 FunPlus 19 年 6 月出海收入第 1，代表作《火枪纪元》和《阿瓦隆之王》；盛趣游戏并购成功）、中文传媒（旗下智明星通 19 年 6 月出海收入第 9，代表作《列王的纷争》）。

2、A股、美股和港股一周市场回顾

2.1、A股总体情况回顾

上周(2019年7月29日至2019年8月2日),传媒(中信)指数(-0.91%)在29个指数涨跌幅中排名第5。中信指数中2个行业上涨,27个行业指数下跌。涨幅前二的行业分别为电子元器件(中信)(+4.01%)、有色金属(中信)(+0.48%),跌幅第一为房地产(中信)(-5.27%)。

图5: 上周(2019.7.22-2019.7.26)各行业涨跌幅(单位:%)



资料来源: wind, 光大证券研究所

2012年传媒文化产业迎来大发展,估值水平经历了2015年牛市后达到高点,2016年起市场开始回调,估值水平随之逐渐下降。2018年传媒行业资产减值损失风险集中释放,导致全行业业绩大幅下滑,行业估值水平因此被动提升。当前传媒行业估值水平PE(TTM)为405X,2018PE为30X。

1) 2012-2015年迎来传媒行业大发展,估值水平持续上升,2015年股市整体调整前PE(TTM)最高达120X(中信传媒指数);

2) 2015-2017年,市场开始消化前期传媒大发展中带来的多面影响,如电视广告投放量下降、传统报纸销量下滑、杂志期刊的停刊等,传媒行业估值逐步下移;

3) 当前传媒行业PE(TTM)为405.49X,行业受宏观经济增速下行拖累及大规模资产减值影响,净利润大幅下滑导致估值水平被动升高;

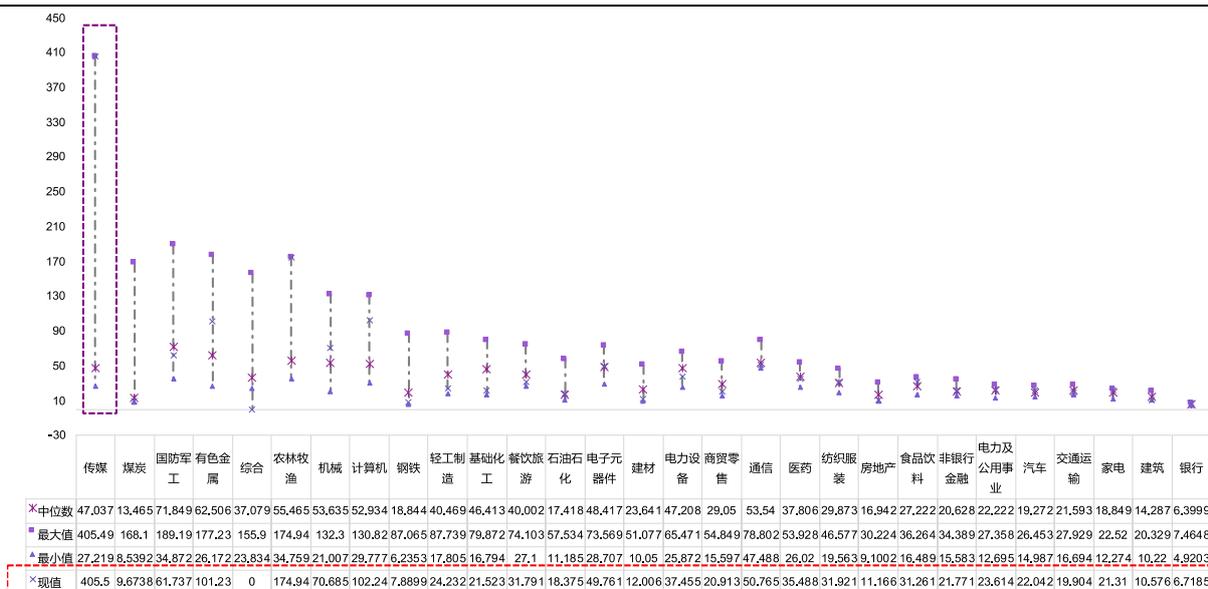
4) 传媒的PB估值水平的最小值为1.9,最大值为7.0,现值为2.1。

图 6：中信传媒板块总体估值水平 (PE TTM)



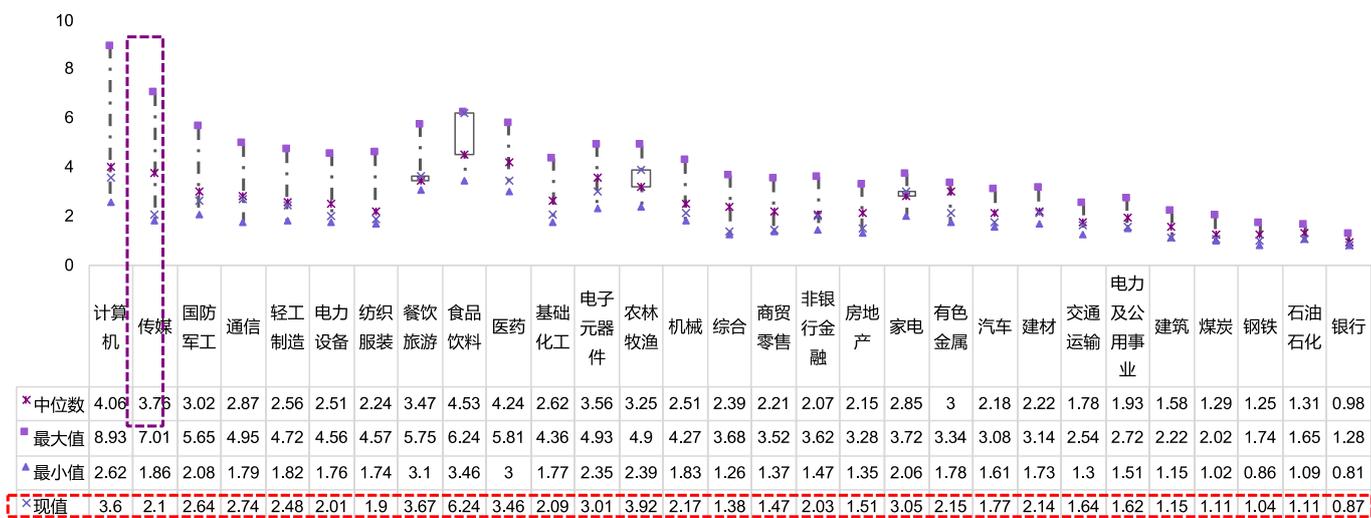
资料来源：wind，光大证券研究所

图 7：中信指数估值水平 (PE TTM 自 2012 年 1 月 1 日起)



资料来源：wind，光大证券研究所

图 8：中信指数估值水平（PB 自 2012 年 1 月 1 日起）

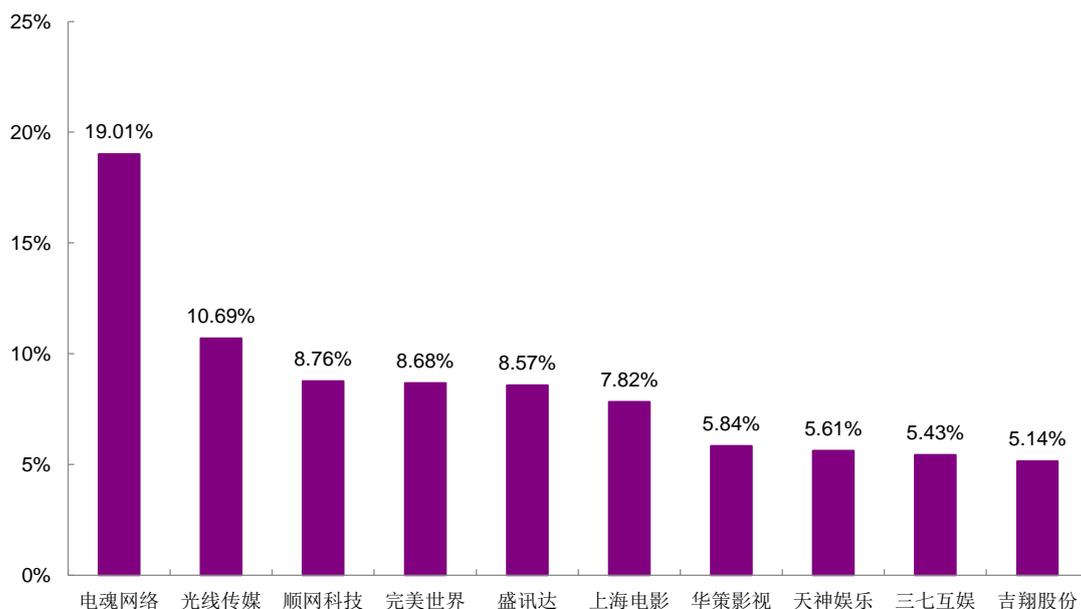


资料来源：wind，光大证券研究所

2.2、A 股传媒行业公司回顾

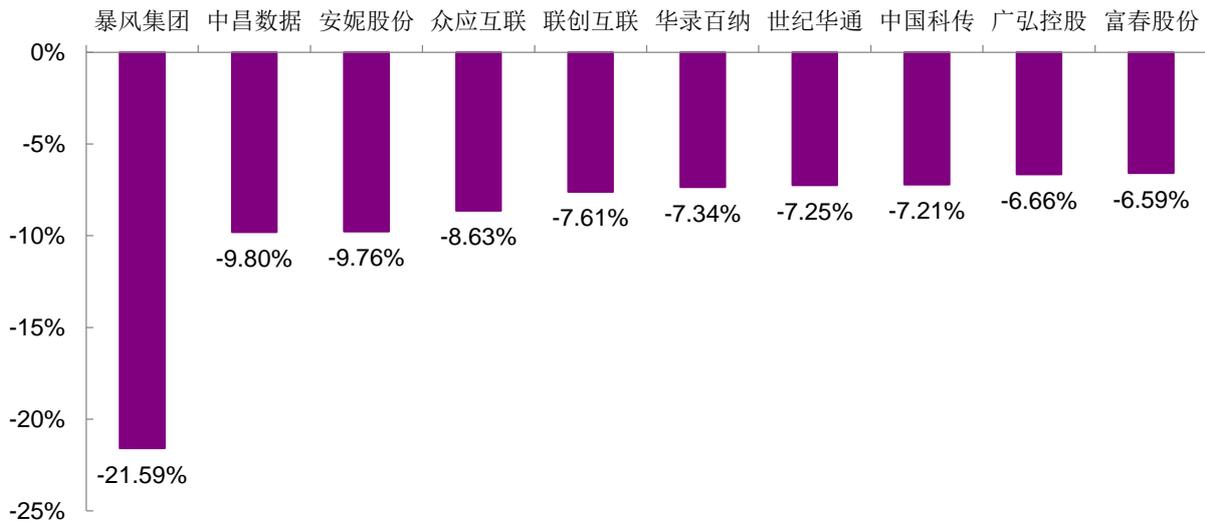
市场回顾。上周（2019 年 7 月 29 日至 2019 年 8 月 2 日），A 股传媒行业 136 家公司中共有 32 家公司上涨。涨幅前三名分别为电魂网络（+19.10%）、光线传媒（+10.69%）、顺网科技（+8.76%）。跌幅前三名为暴风科技（-21.59%）、中昌数据（-9.80%）、安妮股份（-9.76%）。市值前三名为三六零（1312 亿）、分众传媒（731 亿）、世纪华通（572 亿）。

图 9：A 股传媒行业公司上周涨幅榜前十（单位：%）



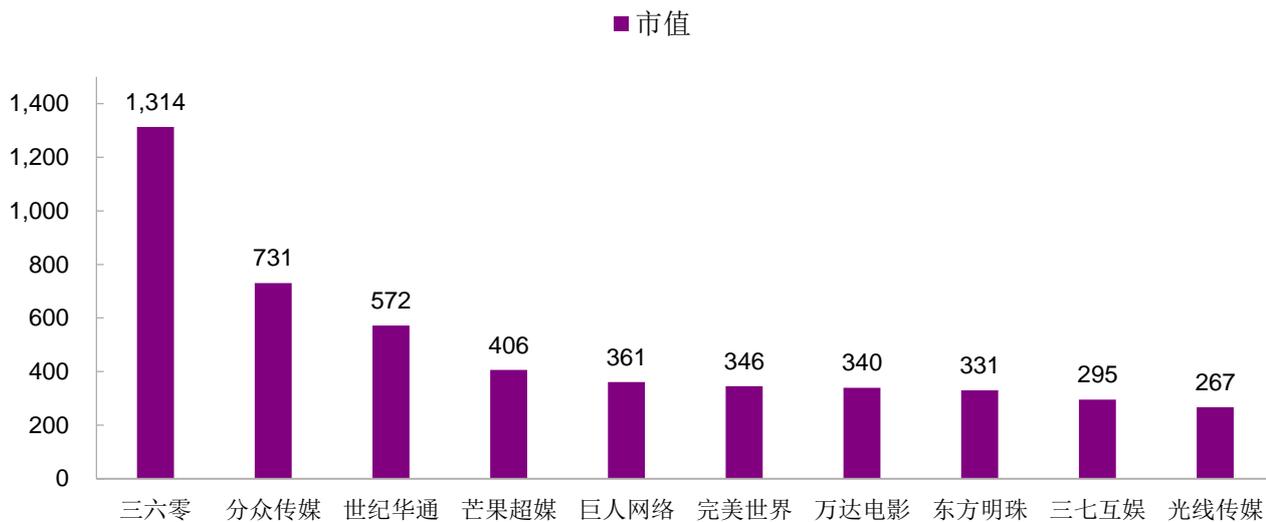
资料来源：wind，光大证券研究所

图 10: A 股传媒行业公司上周跌幅榜前十 (单位: %)



资料来源: wind, 光大证券研究所

图 11: A 股传媒行业公司市值 (单位: 亿元)

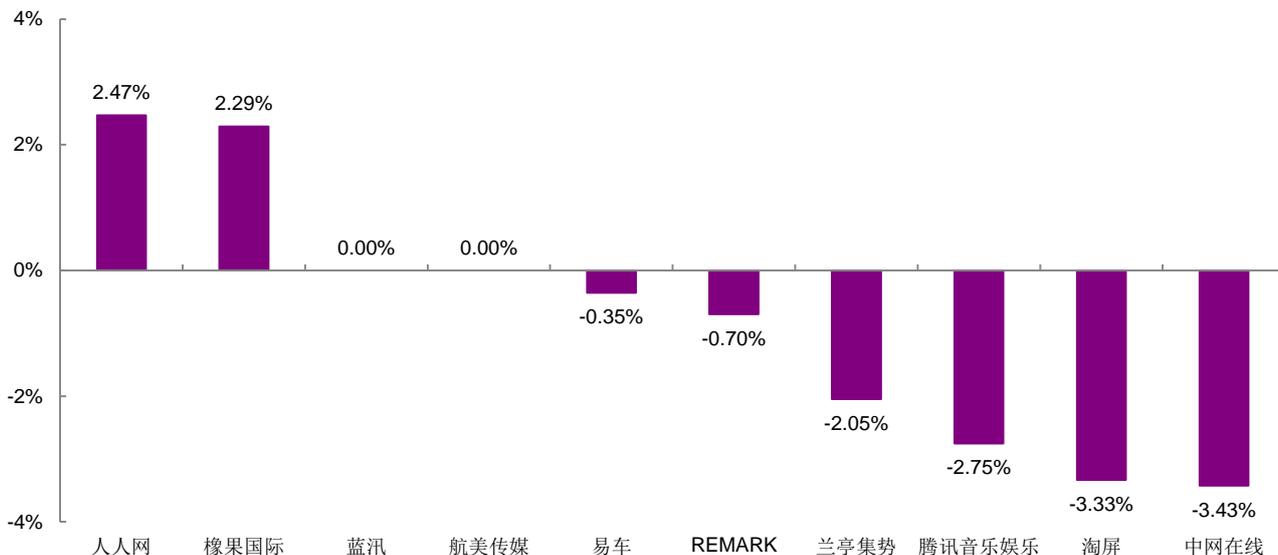


资料来源: wind, 光大证券研究所注: 市值为 2019 年 8 月 2 日收盘市值

2.3、美股和港股总体回顾

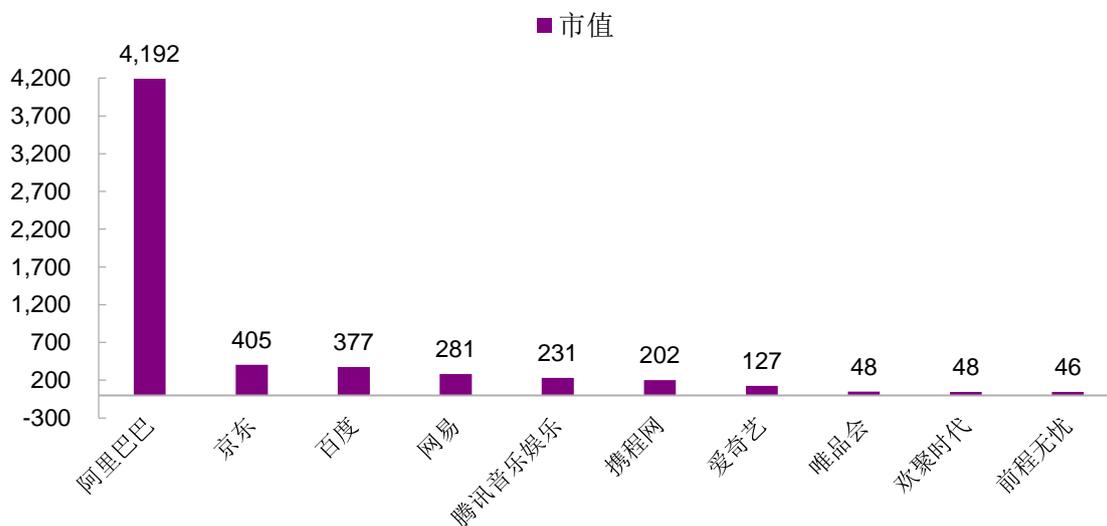
市场回顾。上周 (2019 年 7 月 29 日至 2019 年 8 月 2 日), 美股中概股传媒互联网行业一共 30 家, 其中有 2 家公司股价上涨, 涨幅前二的分别为人人网 (+2.47%)、橡果国际 (+2.29%)。市值前三的为阿里巴巴 (4192 亿美元)、京东 (457 亿美元)、百度 (377 亿美元)。

图 12: 美股中概股传媒互联网公司涨幅前十 (单位: %)



资料来源: wind, 光大证券研究所

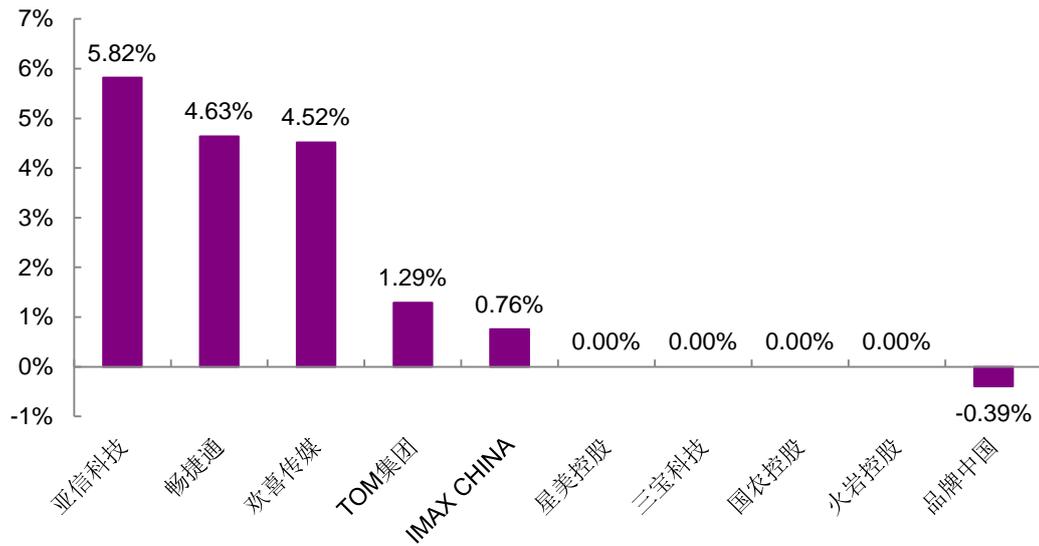
图 13: 美股中概股传媒互联网公司市值 (单位: 亿美元)



资料来源: wind, 光大证券研究所注: 市值为 2019 年 7 月 26 日收盘市值

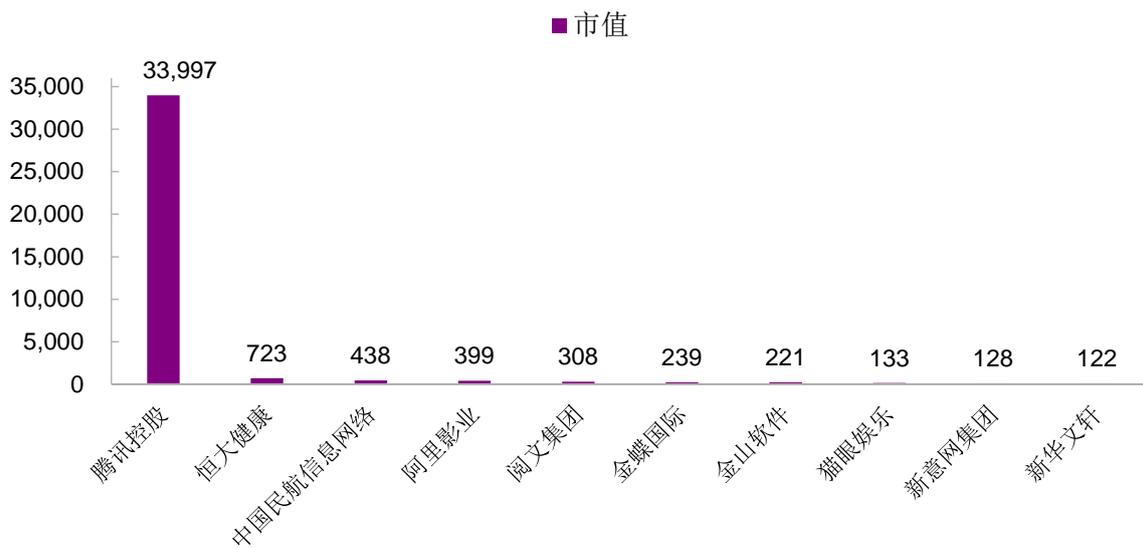
市场回顾。上周 (2019 年 7 月 29 日至 2019 年 8 月 2 日), 港股传媒互联网公司一共 51 家, 其中有 5 家公司股价上涨, 涨幅前三的分别为亚信科技 (+5.82%)、畅捷通 (+4.63%)、欢喜传媒 (+4.53%)。市值前三的分别为腾讯控股 (35247 亿港元)、恒大健康 (764 亿港元) 和中国民航信息网络 (469 亿元)。

图 14: 港股传媒互联网行业公司涨幅前十 (单位: %)



资料来源: wind, 光大证券研究所

图 15: 港股传媒互联网行业公司市值 (单位: 亿港元)



资料来源: wind, 光大证券研究所 注: 市值为 2019 年 8 月 2 日收盘市值

3、行业重要数据点评

3.1、全国单个影院：Jackie Chan 北京耀莱票房首位，《哪吒之魔童降世》票房夺冠

第 29 周《哪吒之魔童降世》获周票房冠军，达 3.9 亿；《银河补习班》周票房 2.63 亿，位居第二。2019 年第 31 周将上映 5 部影片，4 部是国产电影，1 部是日本电影。

表 2：2019 年第 31 周（2019.08.05-2019.08.11）即将上映的影片

序号	影片名称	类型	导演	主演	主发行公司	国家地区	制式	上映日期
1	红花绿叶	剧情、爱情	刘苗苗、胡维捷	马思琪、罗克旺、张玲	保利影业	中国大陆	2D	周一
2	使徒行者 2：谍影行动	剧情、动作、犯罪	文伟鸿	张家辉、古天乐、吴镇宇	天津猫眼、华夏电影	中国大陆	2D	周三
3	若能与你共乘海浪之上	奇幻、爱情、动画	汤浅政明	片寄凉太、川荣李奈、松本中国电 穗香、伊藤健太郎	日本富士电 视台	日本	2D	周三
4	上海堡垒	战争、科幻、爱情	滕华涛	鹿晗、舒淇、石凉、高以翔	中国电影、北京聚合	中国大陆	3D	周五
5	童童的风铃密室	悬疑、惊悚	刘宁	陈法蓉、郑佩佩、安泽豪	浙江东阳	中国大陆	2D	周五

资料来源：淘票票，光大证券研究所

3.1.1、Jackie Chan 北京耀莱票房首位

3.1.1、Jackie Chan 北京耀莱 123 万票房夺得影院票房首位。以全国影院为单位，第 30 周(2019.07.29 - 2019.08.04)，全国影院 TOP10 中，北京影院占 6 家。北京卢米埃影城和深圳 CGV 影城分别以 98.8 万和 97.8 万的票房分列第二、三名。

表 3：2019 年第 30 周（2019.07.29- 2019.08.04）全国影院票房 TOP10

影院名称	周票房（万）	观影人次（万）	场均人次
Jackie Chan 北京耀莱	123.0	3.1	64
北京卢米埃影城	98.8	1.4	49
深圳 CGV 影城	97.8	1.4	38
北京金逸国际影城朝阳大悦城店	94.8	1.4	60
北京首都电影院（西单店）	94.2	1.7	45
UME 影城（北京双井店）	92.2	1.7	48
杭州萧山德纳 IMAX 影城	89.9	2.1	36
北京寰映影城合生汇店	88.3	1.4	47
北京首都电影院（昌平店）	87.7	2.2	79
南京新街口国际影城	85.2	2.4	46

资料来源：艺恩，光大证券研究所

3.1.2、电影票房：《哪吒之魔童降世》票房夺冠，《烈火英雄》位居第二

《哪吒之魔童降世》周票房 11.3 亿，《烈火英雄》周票房 2.87 亿。国内电影市场第 30 周（2019.07.29- 2019.08.04）总票房约 16.37 亿元。其中《哪吒之魔童降世》以 11.3 亿票房占总票房的 69.0%，《烈火英雄》和《银河补习班》分别以 2.87 亿元和 0.87 亿元票房排名第二和第三，分别占周票房 17.5%和 5.3%。

表 4：2019 年第 30 周（2019.07.29- 2019.08.04）全国电影票房 TOP10

影片名称	周票房 (亿)	票房占比 (%)	场均人次
哪吒之魔童降世	11.3	69.0%	28
烈火英雄	2.87	17.5%	18
银河补习班	0.87	5.3%	11
鼠胆英雄	0.34	2.1%	9
狮子王	0.25	1.5%	7
扫毒2: 天地对决	0.20	1.2%	7
赛尔号大电影7: 疯狂机器城	0.10	0.6%	7
冰雪女王4: 魔镜世界	0.09	0.5%	7
古田军号	0.08	0.5%	4
跳舞吧! 大象	0.05	0.3%	3

资料来源: 艺恩, 光大证券研究所

3.1.3、院线票房: 万达票房地位稳定观影人次最高

万达票房表现稳定, 继续稳居排行榜第一名。艺恩显示第 30 周(2019.07.29- 2019.08.04)万达院线以 2.23 亿的票房高居排名榜第一, 观影人次 554.59 万; 大地院线第二, 票房为 1.598 亿, 观影人次达 468.23 万; 上海联和院线以 1.301 亿的票房排名第三。

表 5: 2019 年第 30 周 (2019.7.29- 2019.08.04) 全国院线票房 TOP10

院线名称	周票房 (亿)	观影人次 (万)	平均票价
万达院线	2.23	554.59	27
大地院线	1.60	468.23	18
上海联和院线	1.30	340.23	22
中影数字院线	1.06	303.45	16
中影南方新干线	1.04	295.43	16
中影星美	0.88	252.93	22
广州金逸珠江	0.76	205.65	20
横店院线	0.70	210.71	19
江苏幸福蓝海院线	0.64	184.45	21
华夏联合	0.61	171.41	18

资料来源: 艺恩, 光大证券研究所

3.1.4、影投公司: 万达电影蝉联周票房榜首, 超过第二名大地影院 3 倍

以影投公司为单位, 第 30 周(2019.07.29 - 2019.08.04)万达电影以 2.16 亿的票房排名第一, 大地影院以 0.73 亿的票房排名第二, 横店院线以 0.60 亿的票房排名第三, CGV 影城投资公司以 0.51 亿的票房排名第四, 金逸影视以 0.43 亿的票房排名第五。万达电影在观影人次方面遥遥领先。

表 6: 2019 年第 30 周 (2019.07.29- 2019.08.04) 影投票房排名 TOP10

影投公司	周票房 (亿)	观影人次 (万)	场均人次
万达电影	2.16	537.68	27
大地影院	0.73	209.02	21
横店院线	0.60	180.22	19
CGV 影城投资公司	0.51	117.38	26
金逸影视	0.43	111.19	23
中影影院投资	0.41	115.99	28
博纳影视投资	0.29	72.42	30
太平洋银管	0.25	69.92	28
耀莱管理公司	0.24	69.76	23
香港百老汇	0.22	44.61	28

资料来源：艺恩，光大证券研究所

3.2、电视剧/网剧：现代都市题材电视剧《亲爱的，热爱的》强势夺得本周播放量冠军

3.2.1、网络及卫视电视剧播放量

现代都市题材电视剧《亲爱的，热爱的》获得本周播放量冠军，《陈情令》播放量位居第二。第30周(2019.07.29-2019.08.04)电视剧和网剧播放量排名，《亲爱的，热爱的》以12.3亿的播放量排名第一，《陈情令》以6.3亿播放量排名第二，《流淌的美好时光》以3.3亿的播放量排名第三。

表7:2019年第30周(2019.07.29-2019.08.04)电视剧和网剧总播量TOP10

排名	剧集名称	播放量 (亿)	播出平台
1	亲爱的，热爱的	12.3	多平台
2	陈情令	6.3	腾讯视频
3	流淌的美好时光	3.3	多平台
4	奋斗吧，少年！	3.2	芒果TV
5	全职高手	3.0	腾讯视频
6	浅情人不知	2.6	多平台
7	时间都知道	2.5	多平台
8	九州缥缈录	2.1	多平台
9	请赐我一双翅膀	1.5	多平台
10	归还世界给你	1.1	多平台

资料来源：骨朵传媒，光大证券研究所

3.3、综艺：浙江卫视《2019中国好声音》周五收视夺冠

3.3.1、卫视综艺日收视率：浙江卫视《2019中国好声音》周五收视夺冠

2019年7月29日，浙江卫视的《2019中国好声音》以1.9844%的收视率和13.0269%的市场份额排名第一。浙江卫视的《真声音》以1.4429%的收视率和14.2967%的市场份额排名第二。

表8:7月29日省级卫视晚间综艺节目收视率TOP10

排名	名称	频道	收视率%	市场份额%
1	2019中国好声音	浙江卫视	1.9844	13.0269

2	真声音	浙江卫视	1.4429	14.2967
3	真声音	浙江卫视	1.3770	13.8355
4	2019 中国好声音炫彩时刻	浙江卫视	1.2007	6.6293
5	2019 中国好声音炫彩时刻	浙江卫视	1.1866	6.5563
6	2019 中国好声音炫彩时刻	浙江卫视	0.9578	10.8712
7	中餐厅第三季	湖南卫视	0.9161	9.6232
8	声入人心第二季	湖南卫视	0.6578	3.7746
9	声入人心	湖南卫视	0.6546	3.7530
10	声入人心第二季登场时刻	湖南卫视	0.5536	3.2397

资料来源：猫眼专业版，光大证券研究所

3.3.2、综艺播放量：电视综艺《极限挑战第五季》第一，网络综艺《明日之子第三季》夺冠

《极限挑战第五季》的播放量获电视综艺第一名。从电视综艺来看，第30周(2019.07.29 - 2019.08.04)《极限挑战第五季》以1亿的播放量排名第一，《中餐厅第三季》以0.88亿的播放量排名第二，《爱情保卫战》以0.64亿的播放量排名第三。

网络综艺《明日之子第三季》播放量夺冠。从网综来看第30周(2019.07.29 - 2019.08.04)，《明日之子第三季》1.5亿的播放量排名第一，《变形记第十八季》和《童言有计第二季》以0.76亿和0.75亿的播放量排名第二、第三。

表 9：2019 年第 30 周（2019.07.29- 2019.08.04）电视综艺播放量 TOP10

排名	剧集名称	播放量 (万)	播出平台
1	极限挑战第五季	9975	多平台
2	中餐厅第三季	8786	多平台
3	爱情保卫战	6424	多平台
4	我家小二口	6312	多平台
5	快乐大本营 2019	5377	芒果 TV
6	中国好声音 2019	4219	多平台
7	声入人心第二季	3953	多平台
8	青春环游记	2810	多平台
9	跨界喜剧王第四季	2698	芒果 TV
10	天天向上 2019	2083	芒果 TV

资料来源：骨朵传媒，光大证券研究所

表 10：2019 年第 30 周（2019.07.29- 2019.08.04）网络综艺播放量 TOP10

排名	剧集名称	播放量 (万)	播出平台
1	明日之子第三季	15000	腾讯视频
2	变形记第十八季	7572	芒果 TV

3	童言有计第二季	7508	芒果TV
4	脱口秀大会第二季	7034	腾讯视频
5	新生日记	6215	芒果TV
6	2019 心动的信号第二季	5829	腾讯视频
7	极限青春	3622	腾讯视频
8	我们长大了	3363	腾讯视频
9	合唱吧! 300	2907	腾讯视频
10	亲爱的, 结婚吧!	1640	腾讯视频

资料来源: 骨朵传媒, 光大证券研究所

3.4、出版: 《斗罗大陆(第四部)-终极斗罗(8)》居虚构榜第一, 《习近平在正定》居非虚构畅销榜榜首

《斗罗大陆(第四部)-终极斗罗(8)》居虚构榜第一, 《习近平在正定》居非虚构畅销榜榜首。第29周(2019.07.29 - 2019.08.04), 虚构类书籍: 《斗罗大陆(第四部)-终极斗罗(8)》排名第一; 《活着》排名第二; 《无羁》排名第三。非虚构类书籍: 《习近平在正定》排名第一; 《红星照耀中国》排名第二; 《半小时漫画唐诗》排名第三。

表 11: 2019 年第 30 周 (2019.07.29 - 2019.08.4) 畅销书排行榜

排名	虚构	非虚构
1	斗罗大陆(第四部)-终极斗罗(8)	习近平在正定
2	活着	红星照耀中国
3	无羁	半小时漫画唐诗
4	解忧杂货店	习近平的七年知青岁月(平装)
5	追风筝的人	小孩
6	平凡的世界(全三册)	昆虫记
7	红岩	半小时漫画中国史(全新修订版)
8	平凡的世界(普及本)	目送(插图新版)
9	白夜行(2017版)	天才在左 疯子在右(完整版)(新版)
10	撒野	半小时漫画世界史

资料来源: 开卷, 光大证券研究所

3.5、广告: 5月生活圈媒体广告刊例花费增速环比回升

2019年5月, 传统媒体和全媒体的广告花费月度降幅连续四个月逐步收窄。全媒体广告刊例花费同比下滑5.0%, 传统媒体广告花费同比减少6.6%。

传统媒体部分, 各媒体的广告花费同比仍处在下滑趋势中, 但部分媒体的降幅有所收窄。电视媒体的广告花费连续四个月呈现收窄状态, 中央级、省级卫视和省级地面频道的广告时长同比重回正增长, 省级地面频道的广告花费同比上涨3.2%。

生活圈媒体在今年增长缓慢, 但增速逐步回升。5月份电梯电视、电梯海报以及影院视频媒体的刊例广告花费同比分别上涨1.2%、2.1%和3.2%, 环比+0.2pct、+0.7pct、+0.5pct。

表 12: CTR 月度全媒体刊例花费同比增速 (2018 年)

	2018 年											
	1月	2月	Q1	4月	5月	H1	7月	8月	Q1-Q3	10月	11月	12月全年
电视	9.8%	27.3%	16.5%	5.1%	-0.5%	9.4%	-6.8%	-5.6%	3.6%	-7.1%	-14.0%	-0.3%

报纸	-16.8%	-28.1%	-27.5%	-30.8%	-28.9%	-30.6%	-31.0%	-35.3%	-31.9%	-22.4%	-28.2%	-30.3%
杂志	-8.0%	-4.2%	-6.1%	-10.1%	-17.5%	-7.8%	-7.5%	-11.9%	-8.1%	-8.1%	-12.1%	-8.6%
电台	6.7%	36.4%	15.8%	2.1%	4.6%	10.0%	9.9%	3.6%	8.3%	4.6%	-2.5%	5.9%
传统户外	-5.6%	3.1%	-2.9%	-22.2%	-16.1%	-11.3%	-12.4%	-13.4%	-12.0%	-19.7%	-18.3%	-14.2%
交通类视频	9.4%	24.6%	7.3%	-12.8%	0.5%	2.0%	0.5%	-9.4%	-3.0%	-24.9%	-36.3%	-11.5%
电梯电视	12.3%	29.1%	22.3%	31.0%	26.8%	24.5%	25.1%	25.2%	24.8%	23.9%	20.3%	23.4%
电梯海报	19.3%	27.9%	24.0%	23.6%	28.4%	25.2%	28.0%	24.9%	25.5%	23.6%	20.0%	24.9%
影院视频	24.1%	41.0%	31.3%	14.6%	36.4%	26.6%	17.8%	14.3%	22.6%	17.2%	2.0%	18.8%
整体	9.6%	26.4%	14.6%	5.4%	3.0%	9.3%	-1.4%	-1.7%	5.7%	-2.8%	-9.7%	2.9%

资料来源: CTR, 光大证券研究所整理

表 13: CTR 月度全媒体刊例花费同比增速 (2019 年)

	2019 年											
	1 月	2 月	Q1	4 月	5 月	H1	7 月	8 月	Q1-Q3	10 月	11 月	12 月全年
电视	-11.9%	-22.9%	-16.5%	-7.6%	-5.4%							
报纸	-28.8%	-38.6%	-29.7%	-29.5%	-33.0%							
杂志	5.8%	-12.1%	-5.7%	-11.9%	-8.1%							
电台	5.3%	-22.3%	-9.8%	-9.9%	-5.4%							
传统户外	-13.8%	-20.3%	-17.9%	-19.6%	-23.1%							
电梯电视	20.8%	1.0%	7.3%	1.0%	1.2%							
电梯海报	23.8%	3.0%	11.7%	1.4%	2.1%							
影院视频	12.3%	3.4%	5.6%	2.7%	3.2%							
整体	-5.9%	-18.3%	-11.2%	-6.8%	-5.0%							

资料来源: CTR, 光大证券研究所整理

3.6、国漫:《斗罗大陆》的播放量位居国漫第一名,《斗破苍穹第三季》居第二

《斗罗大陆》的播放量位居国漫第一名,《斗破苍穹第三季》居第二。第30周(2019.07.29-2019.08.04),《斗罗大陆》以7834万的播放量排名第一,《斗破苍穹第三季》以3777万的播放量排名第二,《万界神主》以3063万的播放量排名第三。腾讯仍然是国漫播出的最主要平台。

表 14: 2019 年第 30 周 (2019.07.29-2019.08.4) 国漫播放量 TOP10

排名	剧集名称	播放量(万)	播出平台
1	斗罗大陆	7834	腾讯

2	斗破苍穹第三季	3777	腾讯
3	万界神主	3063	腾讯
4	灵剑尊 第1季	2938	腾讯
5	末世觉醒之入侵	2780	腾讯
6	画江湖之不良人	2414	多平台
7	万界仙踪 第2季	2291	腾讯
8	天行九歌	1602	多平台
9	非人哉	1523	多平台
10	狐妖小红娘	1322	多平台

资料来源：骨朵传媒，光大证券研究所

4、行业重点新闻回顾

4.1、影视：人民日报：影视产业正在完成新一轮蜕变

4.1.1、人民日报：影视产业正在完成新一轮蜕变

近年来，影视行业总体来看一直在快速发展。2018年，全国广播电视服务业总收入同比增长14.5%；网络视听行业市场规模同比增长39.1%；电视剧发行数量首次有所回升，现实题材主流地位进一步巩固；中国电影票房实现9.06%的增幅，超过全球电影7%和北美地区电影2.7%的票房增速。从趋势来看，2019年影视产业总体指标仍处于较快增长区间。（资料来源：人民日报海外版）

4.1.2、震撼影视行业！瑞立视正式发布魔方虚拟拍摄系统

7月31日，瑞立视2019年新品发布会“魔登视界”在深圳星火online隆重召开。本次会议精彩绝伦，不仅有来自影视、教育、传媒等领域的大咖分享行业幕后及技术干货，通过新品“瑞立视·魔方”进行的实时演示节目更是震撼了全场。通过“魔登视界”发布会，瑞立视展示出了强大的技术创造力。我们有理由相信随着5G的到来，VR产业将更加蓬勃发展。（资料来源：凤凰网商业）

4.2、游戏：版号开闸带动游戏行业超预期回暖，收入1163亿元增速10.8%

4.2.1、版号开闸带动游戏行业超预期回暖，收入1163亿元增速10.8%

7月31日，伽马数据发布了《2019中国游戏产业半年度报告》，根据报告显示，上半年中国游戏市场实际销售收入1163.1亿元，增速10.8%。其中移动游戏市场实际销售收入突破700亿元，较去年同比增长18.8%，高于去年同期增长率。而客户端游戏市场相较于去年负增长有所好转，销售收入出现增长，但增幅有限。（资料来源：第一财经）

4.2.2、中宣部出版局局长：希望行业密切关注5G云游戏

8月1日消息，中宣部出版局局长郭义强在第十七届中国国际数字娱乐产业大会上表示，今年我国下发5G商用牌照，目前有游戏企业已经开展5G

云游戏的服务，游戏在云端运行无需下载即点即玩等新特点，可能会对整个游戏产业业态产生重大影响，希望行业密切关注。在监管层面，郭义强在致辞时透露，目前正在制定防止青少年沉迷网络游戏的办法，对账号实名注册制度、未成年使用网络游戏的时段时长、向未成年人提供付费类服务、探索实施适龄提示制度等一系列领域等要做出明确的要求。（资料来源：亿欧元网）

4.3、音乐：腾讯音乐荣获 CMA 评委会主席奖 集团 CEO 彭迦信：共创产业无限可能

4.3.1、腾讯音乐荣获 CMA 评委会主席奖 集团 CEO 彭迦信：共创产业无限可能

7月31日，由中国音像与数字出版协会唱片工作委员会主办的第三届 CMA 唱工委音乐奖颁奖典礼在北京举行，唱工委主任委员宋柯、评委会主席徐毅及一众音乐业内人士、娱乐公司高管、媒体等出席，共同见证了盛典 36 项音乐大奖的最终归属。其中，作为对有特殊贡献的唱片界从业人物、机构或事件的特别表彰，备受关注的“CMA 唱工委评委会主席奖”也在徐毅主席的亲自颁发下，由“中国音乐第一股”腾讯音乐娱乐集团斩获殊荣！旨在激励音乐产业的艺术创造力和艺术审美力，表彰该年度在唱片行业中取得突出艺术成就、技术成果和卓越贡献的作品、人物、机构，仅成立三年的唱工委音乐奖以强大的公信力和权威性树立了独特的“奖格”，被誉为“中国格莱美”。（资料来源：环球网）

4.3.2、2018 年中国演出市场规模超 500 亿元

7月24日，中国演出行业协会发布了《2018 中国演出市场年度报告》，从市场大数据、市场总体分析、市场主体机构运营情况、主要市场类型概况、市场用户特征五个方面对 2018 年中国演出市场进行了总结和分析。市场大数据方面，报告显示，2018 年各类演出市场收入均呈上升趋势。2018 年演出市场总体规模达到 514.11 亿元，较上年上升 5.03%。（资料来源：中国音乐财经网）

4.4、动漫：头部效应凸显 华丽外衣下的中国二次元产业仍然贫瘠

4.4.1、头部效应凸显 华丽外衣下的中国二次元产业仍然贫瘠

《哪吒之魔童降世》（以下称《哪吒》）票房突破 10 亿元，成为国产动画电影票房新冠军。国漫的崛起引起了对二次元消费的热议，《哪吒》的“前辈”《大圣归来》在获得好口碑后，先后推出了动漫周边、手办以及游戏。数据显示，2019 年中国二次元产业总产值估计约为 2000 亿元，到 2020 年将突破 2200 亿元。粉丝经济催生了二次元产业井喷，2017 年动漫行业总产值达到了 1500 亿元，二次元用户预计超过 3 亿人。

不过二次元产业远不如看上去那么美好，目前国内二次元市场的头部效应凸显，只有几家能真正变现。此外，盗版泛滥、同质化严重、自有 IP 衍生品产业链未形成也制约着二次元产业发展。（资料来源：南方日报）

4.4.2、从中国学派到与世界接轨 中国动漫的光荣与梦想!

近年来,中国动漫愈来愈注重追求艺术价值,学术大展接连推出,影响全国,走向世界。2018年,“中国漫画全景——漫画中20世纪中国人的故事”在比利时漫画博物馆展出,展览精选并集合了不同时期中国经典漫画,展示了中国漫画百年的辉煌成就,向欧洲观众传递了中国人特有的人文特质与精神风貌。2019年,“中国动漫日本行”在日本成功举办,此次活动是中国动漫第一次以“国家队”名义大规模在日本展出,130多部作品全方位展示了新中国成立70年来,尤其是近十年来中国动漫艺术创作的成果。(资料来源:人民网)

4.5、互联网:互联网行业加速拥抱新动能

4.5.1、互联网行业加速拥抱新动能

2019年,对于中国互联网行业的发展无疑是至关重要的一年。2018年,我国互联网行业发展景气指数首次出现下降,上市互联网企业营收增速有所放缓,总市值大幅波动,投融资活跃度明显下降,行业进入转型调整、动能转换的新阶段。2019年,是我国践行新发展理念、全面建成小康社会的关键之年。实体经济的供给侧结构性改革与互联网行业转型调整交汇共振,中国互联网行业发展的新动能有望加速形成。中国信息通信研究院年中发布的《中国互联网行业发展态势暨景气指数报告》显示,中国互联网行业发展面临的挑战尽管不容忽视,但前景依然广阔,预计2019年上市互联网企业营收将突破2.2万亿元人民币,增速区间为20%~30%。(资料来源:人民邮电报)

4.5.2、产业互联网 上半年融资事件同比增长31.8%

从2019年开始,继B2B、互联网+之后,反映行业发展变化的产业互联网正逐渐走上正位。亿欧7月31日消息,由托比网、AMT企源、上海市中小企业研发外包服务中心联合主办的“2019中国产业互联网领袖峰会”近日在上海举行。会议围绕产业互联网时代的发展趋势,数字化转型升级和工业品电商的发展之路等问题进行了探讨,并发布了《第五次中国产业互联网发展报告(2019)》。(资料来源:亿欧网)

5、上周公告

5.1、主板传媒上市公司重要公告

天威视讯(SZ.002238)关于对外投资进展公告

深圳市天威视讯股份有限公司(以下简称“公司”)于2019年6月3日召开了第八届董事会第五次会议,审议通过了《关于对外投资设立合资公司的议案》,同意公司和上海有孚网络股份有限公司共同出资设立合资公司,其中公司以现金方式出资4,500万元,占合资公司45%的股权;上海有孚以现金方式出资5,500万元,占合资公司55%的股权。

视觉中国(SZ.000618)关于为子公司提供担保的进展公告

近日，视觉（中国）文化发展股份有限公司（以下简称“公司”或“视觉中国”）收到银行反馈的担保合同，公司与南京银行股份有限公司北京分行（以下简称“南京银行”）签订《最高额保证合同》，为北京汉华易美图片有限公司向南京银行申请贷款提供连带责任保证担保，担保金额人民币 3,000 万元，担保期限为债务履行期限届满之日起两年。

广电网络 (SH.600831) 关于继续使用部分闲置募集资金进行现金管理的公告

公司本次拟继续使用额度不超过 2.4 亿元（含 2.4 亿元）的闲置募集资金进行现金管理，即购买安全性高、流动性好、满足保本要求、期限不超过 12 个月的金融机构投资产品。在上述额度内，资金可以滚动使用。使用闲置募集资金进行现金管理决议自董事会审议通过之日起 12 个月内有效。

5.2、港股传媒上市公司重要公告

IMAX CHINA (1970) 授出受限制股份单位及授出购股权

于 2019 年 8 月 1 日，本公司根据受限制股份单位计划向本公司执行董事 Jim Athanasopoulos 授出合共 160,937 份受限制股份单位，相当于截至本公告日期本公司已发行股本约 0.046%。于授出日期，股份收市价为 18.24 港元。受限制股份单位计划的条款概要载于本公司于 2015 年 9 月 24 日刊发的招股章程附录六「法定及一般资料 — E. 长期激励计划 — II. 受限制股份单位计划」一节。

本公司委任专业受托人协助管理及归属受限制股份单位。受托人须于归属时 在市场购买股份以抵偿受限制股份单位。本公司将以董事会全权酌情厘定的方式向受托人提供充裕资金，使受托人能够履行其有关管理及归属已授出受限制股份单位的责任。

6、风险分析

- (1) **影视内容**：消费者需求减弱的风险，产业政策变动的风险。
- (2) **动漫**：内容创新不足的风险，技术发展不及预期的风险。
- (3) **游戏**：行业监管政策的风险，网络安全的风险，持续开发新游戏、新技术的风险。
- (4) **广告**：宏观经济波动的风险，创新能力不足的风险。
- (5) **文旅相关**：创新能力不足的风险，政策变动的风险。
- (6) **出版**：侵犯著作权的风险，产业政策变动的风险。
- (7) **广电**：政策变动的风险，市场萎缩的风险。
- (8) **电商**：业务拓展整合进度不及预期的风险，产业政策变动的风险。

行业及公司评级体系

评级	说明
买入	未来 6-12 个月的投资收益率领先市场基准指数 15% 以上;
增持	未来 6-12 个月的投资收益率领先市场基准指数 5% 至 15%;
中性	未来 6-12 个月的投资收益率与市场基准指数的变动幅度相差 -5% 至 5%;
减持	未来 6-12 个月的投资收益率落后市场基准指数 5% 至 15%;
卖出	未来 6-12 个月的投资收益率落后市场基准指数 15% 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, 致使无法给出明确的投资评级。

基准指数说明: A 股主板基准为沪深 300 指数; 中小盘基准为中小板指; 创业板基准为创业板指; 新三板基准为新三板指数; 港股基准指数为恒生指数。

分析、估值方法的局限性说明

本报告所包含的分析基于各种假设, 不同假设可能导致分析结果出现重大不同。本报告采用的各种估值方法及模型均有其局限性, 估值结果不保证所涉及证券能够在该价格交易。

分析师声明

本报告署名分析师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、专业审慎的研究方法, 使用合法合规的信息, 独立、客观地出具本报告, 并对本报告的内容和观点负责。负责准备以及撰写本报告的所有研究人员在此保证, 本研究报告中任何关于发行商或证券所发表的观点均如实反映研究人员的个人观点。研究人员获取报酬的评判因素包括研究的质量和准确性、客户反馈、竞争性因素以及光大证券股份有限公司的整体收益。所有研究人员保证他们报酬的任何一部分不曾与, 不与, 也将不会与本报告中的具体的推荐意见或观点有直接或间接的联系。

特别声明

光大证券股份有限公司 (以下简称“本公司”) 创建于 1996 年, 系由中国光大 (集团) 总公司投资控股的全国性综合类股份制证券公司, 是中国证监会批准的首批三家创新试点公司之一。根据中国证监会核发的经营证券期货业务许可, 本公司的经营范围包括证券投资咨询业务。

本公司经营范围: 证券经纪; 证券投资咨询; 与证券交易、证券投资活动有关的财务顾问; 证券承销与保荐; 证券自营; 为期货公司提供中间介绍业务; 证券投资基金代销; 融资融券业务; 中国证监会批准的其他业务。此外, 本公司还通过全资或控股子公司开展资产管理、直接投资、期货、基金管理以及香港证券业务。

本报告由光大证券股份有限公司研究所 (以下简称“光大证券研究所”) 编写, 以合法获得的我们相信为可靠、准确、完整的信息为基础, 但不保证我们所获得的原始信息以及报告所载信息之准确性和完整性。光大证券研究所可能将不时补充、修订或更新有关信息, 但不保证及时发布该等更新。

本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次发布时光大证券研究所的判断, 可能需随时进行调整且不予通知。在任何情况下, 本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。客户应自主作出投资决策并自行承担投资风险。本报告中的信息或所表述的意见并未考虑到个别投资者的具体投资目的、财务状况以及特定需求。投资者应当充分考虑自身特定状况, 并完整理解和使用本报告内容, 不应视本报告为做出投资决策的唯一因素。对依据或者使用本报告所造成的一切后果, 本公司及作者均不承担任何法律责任。

不同时期, 本公司可能会撰写并发布与本报告所载信息、建议及预测不一致的报告。本公司的销售人员、交易人员和其他专业人员可能会向客户提供与本报告中观点不同的口头或书面评论或交易策略。本公司的资产管理子公司、自营部门以及其他投资业务板块可能会独立做出与本报告的意见或建议不相一致的投资决策。本公司提醒投资者注意并理解投资证券及投资产品存在的风险, 在做出投资决策前, 建议投资者务必向专业人士咨询并谨慎抉择。

在法律允许的情况下, 本公司及其附属机构可能持有报告中提及的公司所发行证券的头寸并进行交易, 也可能为这些公司提供或正在争取提供投资银行、财务顾问或金融产品等相关服务。投资者应当充分考虑本公司及本公司附属机构就报告内容可能存在的利益冲突, 勿将本报告作为投资决策的唯一信赖依据。

本报告根据中华人民共和国法律在中华人民共和国境内分发, 仅向特定客户传送。本报告的版权仅归本公司所有, 未经书面许可, 任何机构和个人不得以任何形式、任何目的进行翻版、复制、转载、刊登、发表、篡改或引用。如因侵权行为给本公司造成任何直接或间接的损失, 本公司保留追究一切法律责任的权利。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。

光大证券股份有限公司 2019 版权所有。

联系我们

上海	北京	深圳
静安区南京西路 1266 号恒隆广场 1 号写字楼 48 层	西城区月坛北街 2 号月坛大厦东配楼 2 层 复兴门外大街 6 号光大大厦 17 层	福田区深南大道 6011 号 NEO 绿景纪元大厦 A 座 17 楼