



上次评级：中性，2018.7.27

郭荆璞 首席分析师

执业编号：S1500510120013

联系电话：+86 10 8332 6789

邮箱：guojingpu@cindasc.com

温世君 研究助理

联系电话：+86 10 8332 6877

邮箱：wenshijun@cindasc.com

王上 研究助理

联系电话：+86 10 8332 6725

邮箱：wangshang@cindasc.com

信达证券股份有限公司
CINDA SECURITIES CO.,LTD
北京市西城区闹市口大街9号院1号楼
邮编：100031

芒果 TV 首次参展 ChinaJoy，利用内容优势撬动硬件、渠道布局

传媒行业动态点评

2018年8月13日

事件：随着芒果 TV 顺利重组上市，其战略布局也随之逐步打开。在 2018 年 8 月举办的第 16 届中国国际数码互动娱乐展览会（2018ChinaJoy）上，芒果 TV 首次独立参展。本次展会上，芒果 TV 站台展示了在其集合湖南广电系内容优势基础上，布局的一系列硬件全端口（PC 端、移动端、OTT 端、IPTV 等）最新产品。

点评：

➢ **内容优势撬动硬件策略，核心诉求是利用内容尽快占领新渠道。**内容优势撬动硬件策略是芒果 TV 的核心竞争策略，背靠 OTT 七大牌照方之一的湖南广电，依托湖南卫视、芒果 TV 的高人气综艺节目、影视剧，自主研发和战略合作同步铺开硬件的布局，覆盖手机、平板电脑、机顶盒、电视机、投影仪。渠道是媒体价值的根本，芒果 TV 的思路正是希望在现有内容优势基础上，实现新渠道的布局和扩张。尤其是当下我们所处的媒体渠道变革时期，这一战略尤其重要。信达证券研究开发中心也在 2018ChinaJoy 期间调研了芒果 TV 展台，能够看出其较为明确的战略思路：特有内容合纵连横巩固渠道，渠道广告变现反哺内容。下面是 2018ChinaJoy 芒果 TV 站台上重点推出的几款硬件产品：

1、芒果 TV 自主品牌软硬件，打造自有生态：牛奶 OS 与牛奶盒子。芒果 TV 推出牛奶 OS 系统和硬件牛奶盒子，核心思路还是希望在软硬件平台拥有自主品牌和自主生态系统，以免受制于人。牛奶 OS 系统，虽然也是基于安卓内核的，但针对芒果 TV 的内容和用户习惯进行了一些个性化。主要特色包括：

（1）**个性化推送首页：**在 UI 上最大的特色是首页界面和位置采用了用户观看/搜索行为轨迹推荐定制化内容，而不是被广告和付费内容所占据；（2）**多平台内容搜索：**系统默认搭载奇异果、酷喵、聚精彩、聚体育等内容平台，用户可以跨平台一键搜索观看内容；（3）**内置短视频模块：**系统内置短视频模块，并对短视频内容进行重新编制，使其适合电视宽屏浏览；（4）**语音搜索：**牛奶盒子内置语音功能，可实现语音搜片功能。

2、能看电视的无线路由器：蜂助手无线 OTT 机顶盒。蜂助手机顶盒也是此次 ChinaJoy 展会上芒果 TV 带来的重点展品之一。与传统 OTT 机顶盒相比，蜂助手无线 OTT 机顶盒最大特色是其将无线网络与视频内容结合的商业模式。“一个盒子=宽带网络+芒果 TV 会员+WiFi 热点”，机顶盒内置 4G 上网卡，无需安装宽带，用户可以将其作为家庭无线路由上网，也可以接上电视观看视频。在付费模式上，同时用户只需购买价位的流量套餐，同时就获得了芒果 TV 会员资格，实现无线宽带费用和 content 付费的合一。

图 1：芒果 TV 牛奶盒子使用实例与牛奶 OS 界面



图片来源：电视之家，信达证券研究开发中心

- 3、用投影仪占领客厅：坚果牛奶 W700 智能投影仪。**投影仪是目前家庭客厅替代电视的首选硬件，芒果 TV 在近年来也一直在进行投影仪方面的布局，其与坚果、极米等投影仪企业的合作也推出了多款产品。本届 Chinajoy 上，芒果 TV 联合坚果推出的，搭载牛奶 OS 投影仪产品 W700 则是其布局自主牛奶系软硬件之后，在投影仪领域的延伸布局。
- **拓展业务边界，打造自有的芒果特色 IP 游戏。**芒果 TV 在本次 ChinaJoy 上携四款手游参展，《火王：破晓之战》、《嘟次元》、《刀光与少女》以及《邂逅在迷宫》，其中《火王：破晓之战》手游为电视剧《火王之破晓之战》授权同名手游。不难发现，芒果 TV 正在将湖南广电系 IP 资源进行游戏开发等业务升级整合，而其内容的“青春”化定位面向的年轻消费群体，同样也是游戏的重要用户。
 - **渠道变现：芒果 TV 内容驱动广告的策略。**无论任何媒介形态，广告业务都是其盈利的最重要通道。本届 Chinajoy 上，芒果 TV 站台的另一重要内容就是其广告产品的推广。正如芒果 TV 内容驱动硬件的策略一样，如何挖掘内容优势，提升广告产品的竞争力，也是目前芒果 TV 的重要方向。一方面，芒果 TV 必须在湖南广电内容优势基础上，强化互联网向的内容生产能力；另一方面，芒果 TV 要在继续深度挖掘与内容结合的广告产品模式：头部内容衍生出丰富的信息内容，强势的信息内容带动广告营销。在内容基础上，打造芒果 TV 独有的信息流广告形式。目前，芒果 TV 的信息流广告类型主要有首页信息流广告位、侧边栏互动 icon、矩形大图、播放页底层通栏、频道页（电视剧、综艺、电影、动漫）信息流广告位、“猜你喜欢”区域等广告位。此外，视频内容与电商的融合，实现电商导流也是芒果 TV 的一个方向。在不打扰用户观看，不跳转外链的基础下，在视频中一键购买，完成从阅读详情页，加入购物车，到订单支付的轻量化购物流程操作，将商品推荐与视频内容完全融合，是将内容广告变现的一种新探索。
 - **风险提示：**行业市场竞争风险；业务策略落地不达预期风险。

研究团队简介

信达证券能源化工研究团队（郭荆璞）为第十二届新财富石油化工行业最佳分析师第三名。研究领域覆盖能源政策、油气、煤炭、化工、电力、新能源和能源互联网等。郭荆璞，能源化工行业首席分析师。毕业于北京大学物理学院、罗格斯大学物理和天文学系，学习理论物理。回国后就职于中国信达旗下的信达证券，现任研究开发中心总经理，首席分析师。覆盖能源化工方向，兼顾一级市场、量化策略。以经济周期模型研究油价和能源价格波动，根据产业周期寻找投资机会，熟悉石油、煤炭、天然气产业链，对化肥、农用化学品、纺织化学品、精细化工中间体，以及新能源、汽车轻量化、甲醇经济、碳排放有特别的研究。

温世君，负责信达证券研究开发中心传媒行业研究工作，立足行业内部趋势挖掘市场长期机会，聚焦传媒政策趋势、文化产业投资、互联网消费升级、影视娱乐新业态等行业前沿。加盟信达证券前，曾任中央电视台发展研究中心研究员，有七年的传媒研究、市场分析与业务实践经验。温世君为中国广播电影电视社会组织联合会微视频短片委员会常务理事，曾任 2014 亚洲媒体峰会首席演讲嘉宾、哈佛亚洲研究论坛演讲嘉宾、首届地面媒体台网融合交流会演讲嘉宾。温世君拥有中国人民大学哲学学士学位，北京大学哲学硕士学位，曾赴哈佛大学、辅仁大学、岭南大学访学。

王上，负责信达证券研究开发中心传媒行业研究工作，毕业于韩国成均馆大学新闻放送专业，2016 年 10 月底加入信达证券。

机构销售联系人

区域	姓名	办公电话	手机	邮箱
华北	袁 泉	010-83252068	13671072405	yuanq@cindasc.com
华北	张 华	010-83252088	13691304086	zhanghuac@cindasc.com
华北	巩婷婷	010-83252069	13811821399	gongtingting@cindasc.com
华东	王莉本	021-61678580	18121125183	wangliben@cindasc.com
华东	文襄琳	021-61678586	13681810356	wenxianglin@cindasc.com
华东	洪 辰	021-61678568	13818525553	hongchen@cindasc.com
华南	袁 泉	010-83252068	13671072405	yuanq@cindasc.com
国际	唐 蕾	010-83252046	18610350427	tanglei@cindasc.com

分析师声明

负责本报告全部或部分内容的每一位分析师在此申明，本人具有证券投资咨询执业资格，并在中国证券业协会注册登记为证券分析师，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告；本报告所表述的所有观点准确反映了分析师本人的研究观点；本人薪酬的任何组成部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体分析意见或观点直接或间接相关。

免责声明

信达证券股份有限公司(以下简称“信达证券”)具有中国证监会批复的证券投资咨询业务资格。本报告由信达证券制作并发布。

本报告是针对与信达证券签署服务协议的签约客户的专属研究产品，为该类客户进行投资决策时提供辅助和参考，双方对权利与义务均有严格约定。本报告仅提供给上述特定客户，并不面向公众发布。信达证券不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。客户应当认识到有关本报告的电话、短信、邮件提示仅为研究观点的简要沟通，对本报告的参考使用须以本报告的完整版本为准。

本报告是基于信达证券认为可靠的已公开信息编制，但信达证券不保证所载信息的准确性和完整性。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告最初出具日的观点和判断，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出现不同程度的波动，涉及证券或投资标的的历史表现不应作为日后表现的保证。在不同时期，或因使用不同假设和标准，采用不同观点和分析方法，致使信达证券发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告，对此信达证券可不发出特别通知。

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，也没有考虑到客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况，若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测仅供参考，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人做出邀请。

在法律允许的情况下，信达证券或其关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能会为这些公司正在提供或争取提供投资银行业务服务。

本报告版权仅为信达证券所有。未经信达证券书面同意，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发布、转发或引用本报告的任何部分。若信达证券以外的机构向其客户发放本报告，则由该机构独自为此发送行为负责，信达证券对此等行为不承担任何责任。本报告同时不构成信达证券向发送本报告的机构之客户提供的投资建议。

如未经信达证券授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。信达证券将保留随时追究其法律责任的权利。

评级说明

投资建议的比较标准	股票投资评级	行业投资评级
本报告采用的基准指数：沪深 300 指数（以下简称基准）； 时间段：报告发布之日起 6 个月内。	买入： 股价相对强于基准 20% 以上；	看好： 行业指数超越基准；
	增持： 股价相对强于基准 5% ~ 20%；	中性： 行业指数与基准基本持平；
	持有： 股价相对基准波动在±5% 之间；	看淡： 行业指数弱于基准。
	卖出： 股价相对弱于基准 5% 以下。	

风险提示

证券市场是一个风险无时不在的市场。投资者在进行证券交易时存在赢利的可能，也存在亏损的风险。建议投资者应当充分深入地了解证券市场蕴含的各项风险并谨慎行事。

本报告中所述证券不一定能在所有的国家和地区向所有类型的投资者销售，投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专业顾问的意见。在任何情况下，信达证券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，投资者需自行承担风险。