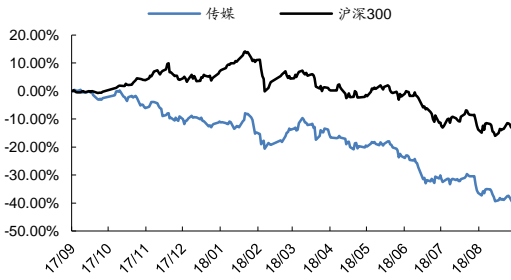


研究所  
证券分析师: 谭倩 S0350512090002  
0755-83473923  
联系人: 朱珠 S0350117070022  
021-50479967 zhuz@ghzq.com.cn

## 游戏总量调控 文娱十字路口可选阅读和平台属性标的——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	-6.4	-21.3	-39.3
沪深300	-1.1	-11.6	-12.9

### 相关报告

《传媒行业周报: 关注下半年业绩有望改善标的(推荐)\*传媒\*朱珠-联系人,谭倩-分析师》——2018-08-27

《传媒行业周报: 音乐网综及古装剧驱动视频付费用户 全球动漫玩具公司业绩喜忧参半》——2018-08-20

《传媒行业周报: “九大”声明控片酬 上海书展带动阅读热度(推荐)\*传媒\*朱珠-联系人,谭倩-分析师》——2018-08-12

《传媒行业周报: CJ 传递新价值 新娱乐 新科技 7月票房增加37%(推荐)\*传媒\*朱珠-联系人,谭倩-分析师》——2018-08-05

《传媒行业周报: 《西虹市首富》助力暑假档 迪士尼收购21世纪福克斯有望落地(推荐)\*传媒\*朱珠-联系人,谭倩-分析师》——2018-07-29

### 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-0.15%、-0.23%和-1.03%，传媒行业指数涨跌幅为-1.19%。细分到传媒各子行业来看，其中智能电视指数涨幅最大，互联网营销指数跌幅最大。周涨跌幅个股中，涨幅Top3分别为乐视网(300104.SZ)上涨23.32%，众应互联(002464.SZ)上涨16.62%，吴通控股(300292.SZ)上涨15.13%。跌幅Top3分别为腾信股份(300392.SZ)下跌14.32%，恺英网络(002517.SZ)下跌14.21%，帝龙文化(002247.SZ)下跌13.62%。
- 游戏总量调控下短期影响游戏行业，中长期促游戏产品向精品化发展。** 8月30日教育部等八部门关于印发《综合防控儿童青少年近视实施方案》，其中提及“实施网络游戏总量调控，控制新增网络游戏上网运营数量，探索符合国情的适龄提示制度，采取措施限制未成年人使用时间”。3月起游戏版号审批断档，据广播总局2018年1月-3月游戏版号审批数量显示，1-3月发放游戏版号716/484/727件，仍有大批游戏等待版号审批。游戏总量控制下游戏产品供给将减少，短期看，游戏产业链发展暂受阻，以量取胜的中小游戏企业对游戏版号申请标准不能及时反馈修改，或带来产品的延期进而受到较大冲击，同时，在总量控制下，平台型公司的渠道控制力或受影响，但用户需求仍在，后续获得游戏版号的产品商业价值有望提升，中长期看，游戏行业发展回归到产品本身，促使其向精品化发展。
- 游戏影视标的估值不断下修，** 对比美国文化娱乐集团公司发展路径，在行业进入冷静期单个公司之间的整合也有望展开。芒果系率先展开单个公司整合，伴随后续可持续推出优质内容产品，其整合后的产业链价值也有望凸显，可关注**芒果超媒**。近期第14届亚洲儿童文学大会在长沙举办，会议指出中国每年出版4万多种童书，儿童文学类图书达1.6万种，少儿码洋成为图书零售码洋中重要占比，中国儿童文学已形成老中青共同发力局面，大量引进的优质外国绘本为中国儿童文学的发展奠定了基础，在提质增效的出版背景下**童书出版从数量增长向高质量增长的战略转移**，可关注已打造长销书《窗边小豆豆》的**新经典**。
- 电影方面，** 截至9月1日凌晨，2018年1-8月总票房458.2亿元，同比增加16%，**分账票房428.25亿元，同比增加15.4%**；观影人次12.92亿次，同比增加13%，其中一、二线分账票房77.39/167.53亿元，同比增加7.17%/10.28%；三、四线分账票房67.75/100.54亿元，同比增加13.56%/20.41%，三四线拉动票房明显。截至9月1日，7-8月分账票房128.59亿元，同比增加11%，其中

一、二线分账票房 24.9/52. 亿元，同比增加 11.3%/9.9%，三、四线分账票房 20.5/28.7 亿元，同比增加 20.5%/6.4%。去年同期由于《战狼 2》拉动小镇青年观影热情助力三、四线分账票房同比增速达 38.8%/53.1%，相比下，2018 年 7-8 月同比减速。短期院线也有所回调，中国观众 19-29 岁为主流，该部分用户的文化娱乐时间受到其它娱乐媒介争夺，比如短视频、视频等。吸引该部分用户进入影院以及其它年纪圈层用户带来增量将来自优质爆款高口碑影片。中期看，观影市场增量市场将来自渠道下沉后的三四线城市，回调阶段可关注横店影视。

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	2018-08-31			EPS			PE			投资 评级
		股价	2017	2018E	2019E	2017	2018E	2019E			
300413.SZ	芒果超媒	37.10	0.18	0.96	1.20	206.11	38.65	30.92	买入		
603096.SH	新经典	75.65	1.73	2.15	2.75	43.73	35.19	27.51	买入		
002905.SZ	金逸影视	15.15	1.26	0.98	1.23	12.02	15.46	12.32	买入		
603103.SH	横店影视	25.43	0.73	0.88	1.09	34.84	28.90	23.33	买入		
002027.SZ	分众传媒	8.59	0.45	0.54	0.63	19.09	15.91	13.63	买入		
300133.SZ	华策影视	9.21	0.36	0.44	0.56	25.58	20.93	16.45	买入		
601900.SH	南方传媒	8.81	0.68	0.87	1.10	12.96	10.13	8.01	买入		
002292.SZ	奥飞娱乐	6.46	0.07	0.16	0.24	92.29	40.38	26.92	买入		
300251.SZ	光线传媒	8.09	0.28	0.84	0.39	29.11	9.64	20.89	买入		
002624.SZ	完美世界	24.78	1.14	1.46	1.80	21.74	16.97	13.77	未评级		
000681.SZ	视觉中国	27.90	0.42	0.54	0.71	66.43	51.67	39.30	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 .....	6
2、 上周行业数据 .....	10
2.1、 电影市场 .....	10
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 .....	16
3.1、 增持/减持情况 .....	16
3.2、 投资情况 .....	17
3.3、 跟踪标的情况 .....	17
4、 风险提示 .....	19

## 图表目录

图 1: 上周各行业涨跌幅.....	6
图 2: 传媒行业子版块一周涨跌幅 .....	6
图 3: 2016-2018 年电影票房收入 (万元) 及观影人次 (万人) 走势图 .....	10
图 4: CSM52 卫视晚间电视剧收视情况 (8 月 27 日-8 月 30 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 27 日-8 月 30 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) .....	15
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 .....	16
表 4: 上市公司投资情况 .....	17
表 5: 重点覆盖公司一览 .....	17
表 6: 重点关注公司及盈利预测 .....	18

## 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-0.15%、-0.23%和-1.03%，传媒行业指数涨跌幅为-1.19%。细分到传媒各子行业来看，其中智能电视指数涨幅最大，互联网营销指数跌幅最大。周涨跌幅个股中，涨幅 Top3 分别为乐视网(300104.SZ)上涨 23.32%，众应互联(002464.SZ)上涨 16.62%，吴通控股(300292.SZ)上涨 15.13%。跌幅 Top3 分别为腾信股份(300392.SZ)下跌 14.32%，恺英网络(002517.SZ)下跌 14.21%，帝龙文化(002247.SZ)下跌 13.62%。

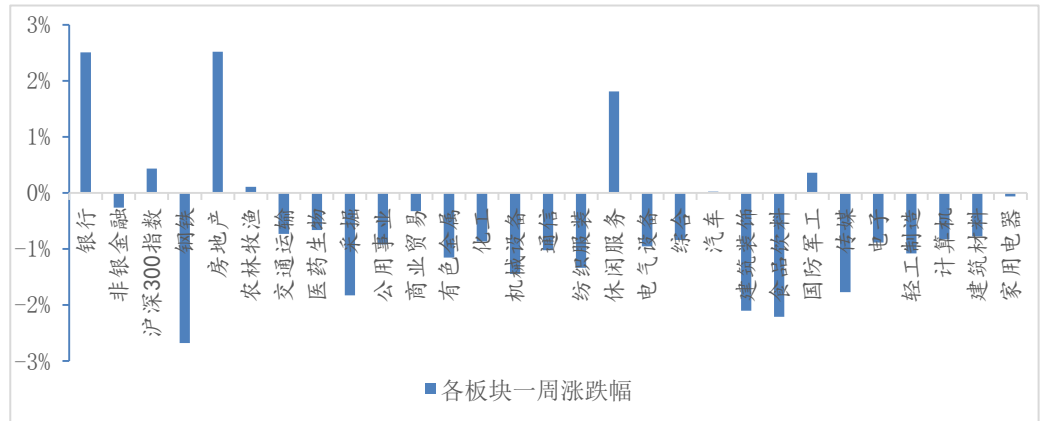
**游戏总量调控下短期影响游戏行业，中长期促游戏产品向精品化发展。**8月30日教育部等八部门关于印发《综合防控儿童青少年近视实施方案》，其中提及“实施网络游戏总量调控，控制新增网络游戏上网运营数量，探索符合国情的适龄提示制度，采取措施限制未成年人使用时间”。游戏总量控制下游戏产品供给将减少，短期看，游戏产业链发展也会受阻，以量取胜的中小型游戏企业对游戏版号申请标准不能及时反馈修改，或带来产品的延期进而受到较大冲击，同时，在总量控制下，平台型公司的渠道控制力或受影响，但用户需求仍在，后续获得游戏版号的产品商业价值有望提升，中长期看，游戏行业发展回归到产品本身，促使其向精品化发展。

**游戏影视标的估值不断下修，对比美国文化娱乐集团公司发展路径，在行业进入冷静期单个公司之间的整合也有望展开。**芒果系率先展开单个公司整合，伴随后续持续推出优质内容产品，其整合后的产业链价值也有望凸显，可关注芒果超媒。近期第14届亚洲儿童文学大会在长沙举办，会议指出中国每年出版4万多种童书，儿童文学类图书达1.6万种，少儿码洋成为图书零售码洋中重要占比，中国儿童文学已形成老中青共同发力局面，大量引进的优质外国绘本为中国儿童文学的发展奠定了基础，在提质增效的出版背景，童书出版行业从高数量增长向高质量增长的战略转移，可关注已打造长销书《窗边小豆豆》的新经典。

**电影方面，截至9月1日凌晨，2018年1-8月总票房458.2亿元，同比增加16%，分账票房428.25亿元，同比增加15.4%；观影人次12.92亿次，同比增加13%，其中一、二线分账票房77.39/167.53亿元，同比增加7.17%/10.28%；三、四线分账票房67.75/100.54亿元，同比增加13.56%/20.41%，三四线拉动票房明显。截至9月1日，7-8月份分账票房128.59亿元，同比增加11%，其中一、二线分账票房24.9/52.亿元，同比增加11.3%/9.9%，三、四线分账票房20.5/28.7亿元，同比增加20.5%/6.4%。去年同期由于《战狼2》拉动小镇青年观影热情助力三、四线分账票房同比增速达38.8%/53.1%，相比下，2018年7-8月同比减速。短期院线也有所回调，中国观众19-29岁为主流，该部分用户的文化娱乐时间受到其它娱乐媒介争夺，比如短视频、视频等。吸引该部分用户进入影院以及其它年纪圈层用户，并带来增量市场将来自优质爆款高口碑影片。中期看，观影市场增量市场将来自渠道下沉后的三四线城市，回调阶段可关注横店影视。**

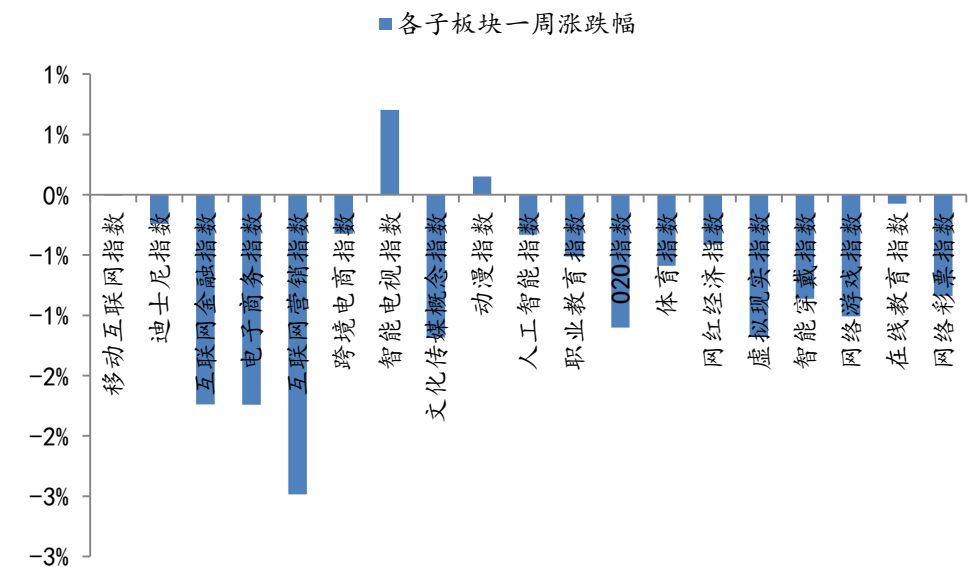
给予行业推荐评级。

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: 传媒行业子版块一周涨跌幅



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.映客 MAU 2,638 万, 同比增加 30%。

映客直播月活跃用户达 2638 万人次, 同比增长 30%, 环比增长 4.5%; 同时, 映客季均付费用户达 198.4 万, 环比增长 6%。映客的用户日均使用时长亦实现了快速增长, 2018 年 6 月份最高达 29 分钟, 同比年增长 78.3%。这说明平台

核心主播和土豪粘性极高。随着月活用户的提升，非付费用户的高频活跃度将会提供越来越大的流量价值，为广告等流量变现业务提供增量空间直播行业走过三年快速发展之后，付费用户的分布开始两极化，但映客的付费金额却在继续提升。2018年上半年，映客平台直播收入为22.27亿元，比去年同期的19.32亿元增加了15.3%。值得注意的是，此次直播收入占营收比重为97.7%，较去年的99.9%下降2.2%，初步打破了盈利模式单一的行业现状。

## 2. 虎牙三冠再领跑游戏直播领域。

在游戏直播领域，虎牙成为“三冠王”，在月独立设备数、日均独立设备数、月度总使用时长上均领跑行业。第三方数据和二季度财报双重利好形势下，虎牙的行业领先地位得到进一步巩固。随着直播受众的低龄化和智能手机的高度普及，直播的主战场已经逐渐从PC端转移到了移动端。通过财报及第三方数据可以看出，虎牙已把握住用户向移动端迁徙的大趋势，不管是独立设备数还是用户活跃度都遥遥领先。二季度财报指出，虎牙的平均移动MAU较去年同期增长24.7%。日活用户在1000万以上的APP中，虎牙位列复合增长率TOP4，同时以7.6%的复合增长率首次登录“日活跃用户规模增速TOP20APP”榜单，入选该榜单的直播APP。在月度总使用时长上，虎牙数据高达13201万小时，超过第二名近40%。值得一提的是，这已经是虎牙在月度总使用时长上第7个月连续领先，与第二名的差距逐渐拉大。用户使用时长远超行业，显示了虎牙强大的用户粘性。除了既有的产品优势，虎牙还充分发挥脱胎于YY的强大运营能力，不断开拓平台技术及产品内容，“双管齐下”提升了用户体验，ARPU也得以显著增长。二季度虎牙ARPU同比增长达到103%，环比增长达到25%。

## 3. B站第二季度营收增长76%，游戏占比最高。

哔哩哔哩(简称“B站”)发布截至6月30日的2018财年二季度财报。报告显示，B站二季度总净营收10.265亿元，同比增长76%；净亏损7030万元，与去年同期的净亏损人民币5040万元相比扩大39.5%。B站的营收主要来自游戏、直播和增值服务、广告和其他业务四个板块，其中游戏占比最高。二季度，B站游戏业务收入为7.91亿元，占比77%。与今年一季度的占比79%相比，略有下降。B站二季度游戏收入的增长主要得益于两款独家代理游戏《命运-冠位指定》(Fate/Grand Order)和《碧蓝航线》(Azur Lane)的强劲表现。这两款游戏也是B站一季度的收入大头。目前B站已经与《命运-冠位指定》的日本版权方Aniplex完成了续约。今年二季度，B站直播、广告收入有了快速增长。其中直播和增值服务业务在二季度收入达1.19亿，同比增长186%，占总收入的12%。广告业务在第二季度收入达9586万元，同比增长132%，占总收入9%。

## 4. 国家广电总局就《未成年人节目管理规定》征集意见。

由国家广播电视总局起草的《未成年人节目管理规定(征求意见稿)》，8月24日起到9月23日在中国政府法制信息网上征求意见。《规定》提出，①防止未成年人节目出现商业化、成人化和过度娱乐化倾向。规定中很多条目在广电总局的历年规定、通知中都有涉及，通过本次征求意见，有望形成系统性的法规条例正式对外公布并实施。依据《规定》，不得制作、传播的未成年人节目类型包括：利用未成年人或者未成年人角色进行商业宣传的非广告类节目；披露未成年人为

犯罪嫌疑人、罪犯或者受害人的教育、警示类节目；未成年人参与的选秀类节目。  
②邀请未成年人参与节目制作，其服饰、表演应当符合未成年人年龄特征和时代特点，不得诱导未成年人谈论名利、情爱等话题。③《规定》提出，信息网络视听节目服务单位应当以显著方式对所传播的未成年人节目建立专区，专门播放适宜未成年人收听收看的节目。

## 1.2.2、电商、网红、体育

1.2018年前7月电商物流总业务量保持30%以上高速增长。

1-7月份电商物流总业务量指数平均为134.6点，农村业务量指数平均为133.1点，总业务量和农村业务量规模都保持在30%以上的高速增长。在电商物流需求拉动下，1-7月单位与居民物品物流总额同比增长26.7%，增速比社会物流总额高出19.8个百分点。

2. 京东联手谷歌、沃尔玛打造全球电商帝国。

利用中国对科技的兴趣，京东在中国建立了一个电子商务巨头。如今，在京东谋求全球扩张之时，他开始寻求其他人的帮助：谷歌和沃尔玛。在谷歌以5.5亿美元入股京东几个月后，刘强东表示，他正在与这家搜索巨头展开初步战略规划，以赢得本土市场以外的客户。他说，沃尔玛将与京东合作，扩大在中国、美国和东南亚的业务。京东在中国电商领域的排名仅次于阿里巴巴，而且公司已开始进军中国的实体店，但其海外业务主要局限于泰国、印尼和越南。不过，刘强东已经瞄准了欧洲和美国的富裕客户，投入了大量资金建设供应全球数百万客户所需的基础设施。刘强东上个月在美国科罗拉多州阿斯彭举办的一个商业活动上接受采访时说，京东的目标是把供应链能力扩大到全世界--将全球所有的品牌、商品和消费者都连接在一起。

3. 中国网购销售额上半年增三成。

报告显示，中国快速消费品市场消费升级的态势依然在持续，截至6月底，过去一年销售额同比增长4.5%，其中线上渠道继续引领全渠道增长，同比增长达到30.3%。2018年上半年，消费者线上线下消费加速融合，线上和线下同时购买的消费者占比已经达到57%，全渠道购买趋势愈发凸显。

4. 拼多多营收同比增加2489%。

电商平台拼多多8月30日对外发布上市后首份财报，数据显示，2018年第二季度，公司实现营收27.09亿元，较去年同期增长2489%；截至2018年6月30日的前12个月，平台GMV为2621亿元，较去年同期增长583%；归属普通股股东的净亏损为人民币64.939亿元(约合9.814亿美元)，去年同期的净亏损为人民币1.095亿元。拼多多创始人、董事长兼CEO黄峥表示：“2018年第二季度，GMV和月活用户数的大幅增长，充分证明了新电商模式服务最广大用户的潜力。我们将继续加大投入，持续提升平台的影响力与用户体验。我们将始终致力于技术投资，致力于平台的长期发展。”



### 1.2.3、互联网

#### 1. 亚马逊开设第二家 Amazon Go 便利店，加速线下扩张。

电商巨头亚马逊刚刚宣布，其第二家便利店 Amazon Go 已经开业，该店同样位于亚马逊的故乡西雅图。这家新门店面积为 1450 平方英尺（约合 135 平方米），比首家旗舰店 Amazon Go（1800 平方英尺）面积略小些。第二家门店将提供各种即食早餐、午餐、晚餐和小吃选择，以及亚马逊的套餐 Meal Kits。Amazon Go 的系统包括大量安装在头顶上的摄像头，可以从各个角度追踪购物者的行为，货架上有重量传感器，以及亚马逊的移动应用程序。无论乘客购买什么，这款应用会自动向顾客收取费用。从计算机视觉和机器学习的角度来看，这些便利店是个壮举，并刺激大批竞争者跟风，他们希望将类似的技术带给亚马逊的竞争对手和其他零售商。但有些人质疑，是否有必要用摄像头阵列和其他技术取代商店的工作人员，以便为购物者节省大约 1 分钟的结账时间。最终，Amazon Go 的更大愿景是减少员工数量，尽管亚马逊声称将更多员工转移到“客户服务”和“库存”岗位。从长远来看，工人们可能会获得更好、更高收入的工作，但眼前的结果是短期裁员。

#### 2. Windows10 被曝漏洞，攻击者可拥有任何应用的系统权限。

一个 Windows10 本地提权漏洞被公开，一旦被攻击者利用，电脑里的任何应用都可能拥有系统权限，攻击者可以执行危害级别更高的恶意行为，受害者电脑沦为“肉鸡”。截至目前，微软尚未发布针对此漏洞的补丁，所以现在漏洞仍然存在被攻击者利用的风险。

#### 3. 腾讯安全联合第一财经发布《2018 上半年互联网金融安全报告》。

8 月 28 日，在第四届互联网安全领袖峰会（CSS2018）“金融安全”论坛上，腾讯安全联合实验室联合第一财经重磅发布《2018 上半年互联网金融安全报告》，对互联网金融安全风险进行详细分析，首次对外披露非法集资平台、金融理财类传销、P2P 网贷违约、互联网外汇交易、不正规荐股机构五大金融安全风险及其大数据，并为网民防范金融安全风险提供了实用建议。此次 CSS 汇集了来自中国人民银行科技司、中国银行保险监督管理委员会处置非法集资办公室、中国支付清算协会、深圳市金融办等监管机构、协会相关领导以及第一财经、腾讯安全的代表，共同探讨如何通过科技手段提升风险控制能力，防范化解金融安全风险，为普惠金融发展保驾护航。而该报告也正是基于互联网金融行业安全态势以及监管现状。

#### 4. 亚马逊去年研发资金居首，Alphabet、三星、微软紧随其后。

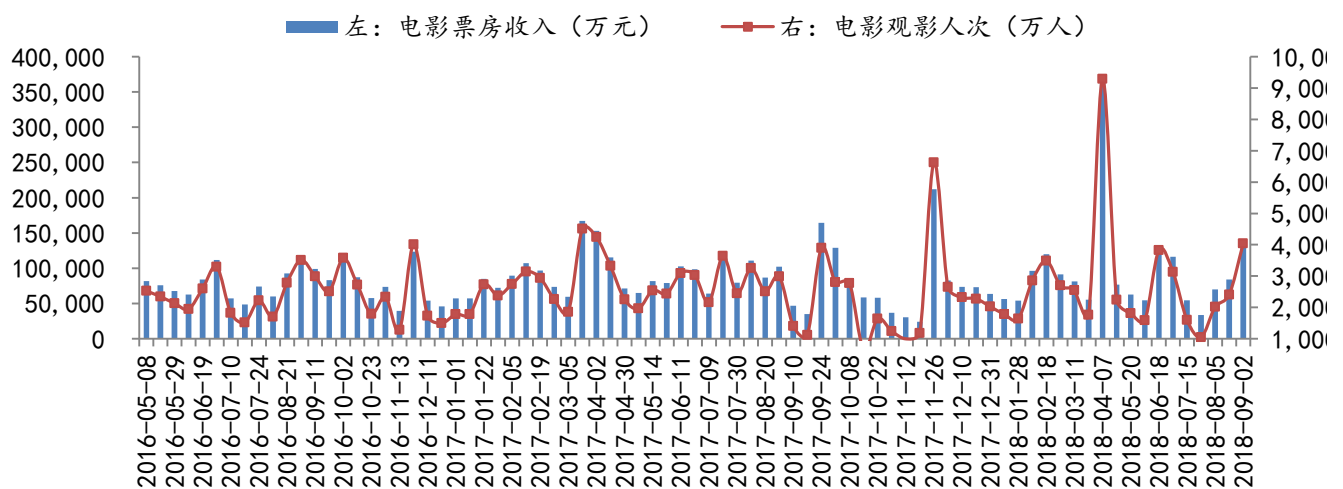
美国电子商务巨头亚马逊公司以 201 亿欧元的研发经费高居榜首，谷歌母公司“字母表”公司以 148 亿欧元位列第二。韩国三星电子有限公司去年的研发经费在全球排名第三。三星电子有限公司的竞争对手英特尔公司以 116 亿美元排名第四。

## 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2018年9月1日22时，2018年8月27日至2018年9月1日22时总票房约9.42亿元。2018年8月24日上映的《蚁人2：黄蜂女现身》居周票房榜首，周票房达到24956.18万元，8月31日上映的《碟中谍6：全面瓦解》位居次位，周票房36647.27万元。

图 3：2016-2018 年电影票房收入（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 12 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
2018/9/7	阿尔法：狼伴归途	美国 Studio 8	中国电影集团公司
2018/9/7	李宗伟：败者为王	Mahu Pictures、CB Pictures	GoldenVillage Pictures
2018/9/7	道高一丈	火象（上海）影视文化发展有限公司、爱奇艺影业（北京）有限公司等	爱奇艺影业（北京）有限公司
2018/9/7	吻隐者	北京衡源路德影视文化传媒中心、西藏人文投资发展有限责任公司等	寰宇纵横世纪电影发行（北京）有限公司
2018/9/7	有五个姐姐的我就注定要单身了啊	珠海汉都影视投资有限公司、群星睿智国际娱乐股份有限公司等	北京萌样影视制作有限公司

资料来源：艺恩数据、猫眼电影、国海证券研究所

### 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江苏卫视播出的《香蜜沉沉烬如霜》、上海东方卫视播出的《月嫂先生》、北京卫视播出的《那些年我们正年轻》。

电视剧网络播放方面，播放量前三为：《香蜜沉沉烬如霜》、《延禧攻略》《后宫如懿传》。

图 4：CSM52 卫视晚间电视剧收视情况（8 月 27 日-8 月 30 日）

排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	江苏卫视	香蜜沉沉烬如霜	1.396	5
2	上海东方卫视	月嫂先生	0.813	2.92
3	北京卫视	那些年我们正年轻	0.636	2.3
4	浙江卫视	月嫂先生	0.63	2.26
5	安徽卫视	桃花依旧笑春风	0.579	2.08
6	山东卫视	我们的千阙歌	0.407	1.46
7	湖南卫视	天盛长歌	0.367	1.35
8	深圳卫视(新闻综合频道)	泡沫之夏	0.309	1.1
9	天津卫视	远大前程	0.298	1.07
10	重庆卫视	我和我的传奇情仇	0.232	0.83
11	湖北卫视	远大前程	0.229	0.82
12	四川卫视	战火中的兄弟	0.216	0.78
13	江西卫视	养母的花样年华	0.205	0.73
14	黑龙江卫视	养母的花样年华	0.189	0.68
15	贵州卫视	桃花依旧笑春风	0.185	0.66
16	吉林卫视	刺蝶	0.158	0.57
17	河北广播电视台卫视频道	我的体育老师	0.15	0.54
18	广东卫视	和平饭店	0.125	0.45
19	辽宁卫视	田姐辣妹	0.116	0.41
20	广西电视台卫星频道	胜利之路	0.099	0.35

排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	江苏卫视	香蜜沉沉烬如霜	1.393	5.06
2	上海东方卫视	月嫂先生	0.898	3.28
3	北京卫视	那些年我们正年轻	0.621	2.28
4	浙江卫视	月嫂先生	0.557	2.03
5	安徽卫视	桃花依旧笑春风	0.503	1.83
6	湖南卫视	天盛长歌	0.382	1.43
7	山东卫视	我们的千阙歌	0.367	1.34
8	深圳卫视(新闻综合频道)	泡沫之夏	0.312	1.13
9	重庆卫视	我和我的传奇情仇	0.279	1.01
10	天津卫视	远大前程	0.255	0.93
11	江西卫视	养母的花样年华	0.254	0.92
12	四川卫视	战火中的兄弟	0.232	0.84
13	黑龙江卫视	养母的花样年华	0.21	0.76
14	湖北卫视	远大前程	0.202	0.74
15	吉林卫视	刺蝶	0.166	0.61
16	贵州卫视	桃花依旧笑春风	0.157	0.57
17	河北广播电视台卫视频道	我的体育老师	0.153	0.56
18	广东卫视	和平饭店	0.123	0.45
19	辽宁卫视	田姐辣妹	0.114	0.41
20	广西电视台卫星频道	胜利之路	0.084	0.31
中央	中央电视台综合频道	最美的青春	1.293	4.59

排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	江苏卫视	香蜜沉沉烬如霜	1.294	4.71
2	上海东方卫视	月嫂先生	0.798	2.92
3	北京卫视	那些年我们正年轻	0.696	2.56
4	浙江卫视	月嫂先生	0.628	2.29
5	安徽卫视	桃花依旧笑春风	0.535	1.95
6	湖南卫视	天盛长歌	0.434	1.62
7	山东卫视	我们的千阙歌	0.352	1.29
8	深圳卫视(新闻综合频道)	泡沫之夏	0.324	1.18
9	重庆卫视	我和我的传奇情仇	0.293	1.06
10	天津卫视	远大前程	0.273	1
11	黑龙江卫视	养母的花样年华	0.22	0.8
12	江西卫视	养母的花样年华	0.211	0.77
13	四川卫视	战火中的兄弟	0.206	0.75
14	湖北卫视	远大前程	0.195	0.71
15	河北广播电视台卫视频道	我的体育老师	0.19	0.7
16	贵州卫视	桃花依旧笑春风	0.177	0.65
17	吉林卫视	刺蝶	0.146	0.53
18	辽宁卫视	田姐辣妹	0.11	0.4
19	广东卫视	和平饭店	0.107	0.39
20	广西电视台卫星频道	胜利之路	0.079	0.29
中央	中央电视台综合频道	最美的青春	1.312	4.65

排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	江苏卫视	香蜜沉沉烬如霜	1.283	4.61
2	上海东方卫视	月嫂先生	0.995	3.58
3	北京卫视	那些年我们正年轻	0.773	2.79
4	浙江卫视	月嫂先生	0.653	2.35
5	安徽卫视	桃花依旧笑春风	0.506	1.82
6	湖南卫视	天盛长歌	0.396	1.48
7	山东卫视	我们的千阙歌	0.357	1.29
8	重庆卫视	我和我的传奇情仇	0.266	0.96
9	深圳卫视(新闻综合频道)	泡沫之夏	0.265	0.95
10	天津卫视	远大前程	0.245	0.88
11	黑龙江卫视	养母的花样年华	0.243	0.87
12	湖北卫视	远大前程	0.238	0.86
13	江西卫视	养母的花样年华	0.227	0.82
14	河北广播电视台卫视频道	我的体育老师	0.219	0.79
15	四川卫视	战火中的兄弟	0.196	0.73
16	吉林卫视	刺蝶	0.182	0.66
17	贵州卫视	桃花依旧笑春风	0.172	0.62
18	广东卫视	猎毒人	0.145	0.52
19	辽宁卫视	田姐辣妹	0.114	0.41
20	山西卫视	你是我兄弟	0.089	0.32
中央	中央电视台综合频道	最美的青春	1.322	4.63

资料来源：卫视小露电截图、国海证券研究所

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	 青蜜沉沉烬如霜	45094	-
★ 2ND	 延禧攻略	29454	-
★ 3RD	 后宫如懿传	25314	-
4	 沙海	12664	↑
5	 惹上冷殿下	8463	↑
6	 流星花园2018	7007	↓
7	 武动乾坤	6546	↑
8	 天盛长歌	5413	↑
9	 月嫂先生	4281	↑
10	 媚者无疆	4140	-

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《潮音战纪》。

图 6: 热播综艺网络播放量排行榜 (8月27日-8月30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，排名前三的游戏为蓝月传奇（234组）、血盟荣耀（222组）、灭神（214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（732组）、顺网游戏（240组）、360 游戏（227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（718组）、浙江盛和（270组）、杭州盛游（197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: 蓝月传奇 服务器: 234 组 贪玩游戏 服务器: 77组</p> 		 <p>1: 37游戏 服务器: 732 组 大天神 服务器: 112组</p> 		 <p>1: 上海三七互娱 服务器: 718 组 金装传奇 服务器: 98组</p> 	
 <p>2: 血盟荣耀 服务器: 222 组 37游戏 服务器: 98组</p> 		 <p>2: 顺网游戏 服务器: 240 组 剑灵洪门崛起 服务器: 14组</p> 		 <p>2: 浙江盛和 服务器: 270 组 蓝月传奇 服务器: 234组</p> 	
 <p>3: 灭神 服务器: 214 组 37游戏 服务器: 35组</p> 		 <p>3: 360游戏 服务器: 227 组 灭神 服务器: 19组</p> 		 <p>3: 杭州盛游 服务器: 197 组 灭神 服务器: 214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《Happy Glass》、《绝地求生：刺激战场》，付费畅销榜排名前二的手游分别为《热血私服·网游》、《剑雨轩辕-御剑红尘情缘世界》。

图 8: IOS 手游排行榜情况

#	免费排行		付费排行
1	Happy Glass Lion Studios	=	热血私服·网游 Huiquan Liang ▲ 2
2	绝地求生:刺激战场 Tencent ▲ 1		剑雨轩辕-御剑红尘情缘世界 Qi Ai ▲ 381
3	Hungry Dragon™ Ubisoft ▲ 11		死亡阴影 MENG MENG ▼ 2
4	香肠派对 X.D. Network ▼ 2		格斗勇士-魔幻动作冒险手游 Lachlan Jacobs ▲ 83
5	万王之王3D Tencent ▼ 1		票房大卖王-看完电影，来拍一部吧！ Tuoyin ▼ 1
6	逍遥武林传-问鼎江湖风云榜 Logan Garcia ▲ 1		超进化物语：怪兽小队再集结 深圳市时光印记科技有限公司 ▼ 1
7	凤凌长空-大型3D仙侠角色扮演手游 zhang jiamin ▲ 23		三国之战神记-三国时代萌将战争卡牌手游 Feng Guan =
8	赤血·霸业-散人天堂，兄弟来战 yuqing ye ▲ 2		诸葛军师-三国卡牌手游巅峰之作 Zongsi Mobile Games ▲ 1
9	王者荣耀 Tencent =		三国英雄战纪 - 无双策略三国游戏 yu chao ▲ 2
10	可口的披萨，美味的披萨 TapBlaze ▲ 17		单机 - 丧尸起源：围城 QW QW ▲ 305

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 1126M 下载9.2亿次	天天酷跑-极速... 642.1M 下载8.8亿次	雷霆战机-- 超... 450.8M 下载1.9亿次	欢乐斗地主 (腾... 78M 下载6.9亿次
天天炫斗 43M 下载1.1亿次	节奏大师 58.8M 下载1.8亿次	天天爱消除 (梦... 180M 下载2.5亿次	全民突击 592.2M 下载9228万次
天天飞车 252.3M 下载2.4亿次	全民飞机大战 445M 下载1.5亿次	穿越火线-枪战... 1186M 下载2.3亿次	腾讯欢乐麻将全... 72.5M 下载2.5亿次

 开心消消乐-新 4.3亿次下载 <a href="#">安装</a>	 植物大战僵尸 2.2亿次下载 <a href="#">安装</a>	 单机斗地主-不 2亿次下载 <a href="#">安装</a>	 水果滑块拼图 1.9亿次下载 <a href="#">安装</a>	 保卫萝卜 1亿次下载 <a href="#">安装</a>	 神偷奶爸：小 8283万次下载 <a href="#">安装</a>	 时空猎人-魔神 8117万次下载 <a href="#">安装</a>
 消灭星星全新 7662万次下载 <a href="#">安装</a>	 会说话的汤姆 6990万次下载 <a href="#">安装</a>	 全民枪战-夏日 6648万次下载 <a href="#">安装</a>	 保卫萝卜2-每 6343万次下载 <a href="#">安装</a>	 球球大作战 5986万次下载 <a href="#">安装</a>	 我的汤姆猫-全 5764万次下载 <a href="#">安装</a>	 滑雪大冒险 5707万次下载 <a href="#">安装</a>

最热榜单

1 2 3

 王者荣耀 3.1亿下载 1.1GB	 迷你世界 7048万下载 147.1MB	 开心消消乐 2.5亿下载 111.36MB	 球球大作战 1.7亿下载 238.09MB	 部落冲突 6808万下载 102.38MB	 汤姆猫跑酷 4831万下载 82.99MB
 穿越火线：枪战王者 9592万下载 1.16GB	 钢琴块2 4431万下载 57.44MB	 皇室战争 9585万下载 96.79MB	 滚动的天空 1685万下载 61.88MB	 宾果消消消 2793万下载 162.59MB	 弓箭手大作战 1236万下载 51.97MB

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
600715.SH	文投控股	2018-8-28	股东冯军拟减持不超过 0.07 亿股；立茂投资拟减持不超过 0.06 亿股；郝文彦拟减持不超过 0.06 亿股
002624.SZ	完美世界	2018-8-28	常务副总经理廉洁增持股份 23.7 万股
300251.SZ	光线传媒	2018-8-30	股东王隼累计增持股份 100 万股（占总股本的 0.034%），增持计划已实施完毕

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
603258.SH	电魂网络	2018-8-31	使用自有闲置资金购买 0.4 亿元理财产品

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	2018-08-31 股价	当前市值	PE (2018E)	PE (2019E)	最新公告
新经典	603096.SH	75.65	101.87	35.19	27.51	——
横店影视	603103.SH	25.43	115.20	28.90	23.33	半年报
分众传媒	002027.SZ	8.59	1260.83	15.91	13.63	活动记录
南方传媒	601900.SH	8.81	78.93	10.13	8.01	——
奥飞娱乐	002292.SZ	6.46	87.67	40.38	26.92	设立孙公司
芒果超媒	300413.SZ	37.10	367.30	38.65	30.92	股东大会

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	2018-08-31 股价	EPS			PE			投资 评级
			2017	2018E	2019E	2017	2018E	2019E	
300413.SZ	芒果超媒	37.10	0.18	0.96	1.20	206.11	38.65	30.92	买入
603096.SH	新经典	75.65	1.73	2.15	2.75	43.73	35.19	27.51	买入
002905.SZ	金逸影视	15.15	1.26	0.98	1.23	12.02	15.46	12.32	买入
603103.SH	横店影视	25.43	0.73	0.88	1.09	34.84	28.90	23.33	买入
002027.SZ	分众传媒	8.59	0.45	0.54	0.63	19.09	15.91	13.63	买入
300133.SZ	华策影视	9.21	0.36	0.44	0.56	25.58	20.93	16.45	买入
601900.SH	南方传媒	8.81	0.68	0.87	1.10	12.96	10.13	8.01	买入
002292.SZ	奥飞娱乐	6.46	0.07	0.16	0.24	92.29	40.38	26.92	买入
300251.SZ	光线传媒	8.09	0.28	0.84	0.39	29.11	9.64	20.89	买入
002624.SZ	完美世界	24.78	1.14	1.46	1.80	21.74	16.97	13.77	未评级
000681.SZ	视觉中国	27.90	0.42	0.54	0.71	66.43	51.67	39.30	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】

谭倩，8 年行业研究经验，研究所副所长、首席分析师、电力设备新能源组长、环保公用事业组长、主管行业公司研究，对内创新业务。水晶球分析师公用事业行业公募机构榜单 2016 年第三名、2014 年第五名，2013 年第四名。  
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】

谭倩，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。