

楼宇广告高景气，传统消费品持续转化

——CTR 8 月数据点评



核心观点

- 2018 年 8 月，中国广告市场持续分化，传统广告刊例花费和资源量同比出现不同程度下滑，楼宇、影院等生活圈媒体景气延续。根据 CTR 数据统计，中国广告市场刊例收入（不含互联网）于 2017 年 6 月开始复苏增长，主要受益于传统媒体广告止跌回升和生活圈媒体持续高景气，2018 年 8 月广告市场增速出现分化。传统媒体方面（电视、报纸、杂志、广播、传统户外），从刊例花费上看，同比-5.6%、-35.3%、-11.9%、+3.6%、-13.4%；从资源量上看，同比-16.4%、-38.0%、-17.0%、-10.6%、-15.9%。生活圈媒体方面（电梯电视、电梯海报、影院视频），从刊例花费上看，同比+25.2%、+24.9%、+14.3%。
- 楼宇媒体仍为中国新经济品牌引爆器，互联网巨头与独角兽投放意愿未减；传统消费品消费升级需求推动宣传媒介转化，楼宇媒体持续受益。互联网品类中，美团、瑞幸咖啡、小米有品分别位列电梯电视媒体刊例花费品牌 TOP 5，小米、瑞幸也位于电梯海报刊例花费品牌 TOP 5，由于目标用户集中、干扰程度低，楼宇媒体称为互联网爆款的集中宣传地。此外，传统消费品转化加速，在电梯电视、电视海报刊例花费品牌 TOP 10 中，郎酒、杜蕾斯、慕思均新进入榜单，随着传统消费品消费升级需求及互联网广告价格持续上涨影响，越来越多传统消费品尝试楼宇媒体作为新的投放媒介。
- 受观影人次影响，8 月影院视频媒体广告增速略有放缓。8 月剔除网购服务费票房 63.5 亿，单月观影人次 1.93 亿，同比下滑 7.8%，影院视频媒体增速略有放缓至+14.3%（7 月+17.8%）。从媒体刊例花费前十品牌来看，还呗、弹个车位列 TOP 2，同比增长+193%、+383%，长安福特、一汽大众等汽车品牌也保持高投放增长。9 月观影人次 0.88 亿，同比下降 2.5%，预计影院视频媒体广告增长较为平稳。

投资建议与投资标的

- 我们认为生活圈广告仍将维持较高景气度：1) 生活圈媒体覆盖城市主流消费人群，成为互联网新品、传统消费品消费升级的重要推广渠道；2) 抗干扰程度低，由于行为及环境的特殊性，电梯空间中广告的抵触程度低，传达效果更好；3) 随着互联网广告成本不断上升，楼宇广告性价比凸显。建议关注：分众传媒(002027, 买入)

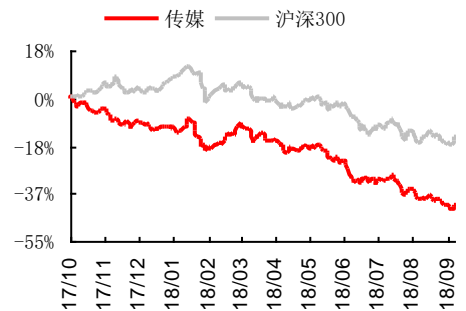
风险提示

- 广告主拓展不及预期、宏观经济增速放缓等

行业评级 **看好** 中性 看淡 (维持)

国家/地区 中国/A 股
行业 传媒
报告发布日期 2018 年 10 月 11 日

行业表现



资料来源: WIND

证券代码	公司名称	股价	EPS			PE			投资评级
			17	18E	19E	17	18E	19E	
002027	分众传媒	7.72	0.41	0.45	0.55	18.87	17.13	14.15	买入

资料来源: 公司数据, 东方证券研究所预测, 每股收益使用最新股本全面摊薄计算, (上表中预测结论均取自最新发布上市公司研究报告, 可能未完全反映该上市公司研究报告发布之后发生的股本变化等因素, 敬请注意, 如有需要可参阅对应上市公司研究报告)

证券分析师 **项雯倩**
021-63325888*6128
xiangwenqian@orientsec.com.cn
执业证书编号: S0860517020003

联系人 **高博文**
021-63325888-6089
gaobowen@orientsec.com.cn

信息披露

依据《发布证券研究报告暂行规定》以下条款：

发布对具体股票作出明确估值和投资评级的证券研究报告时，公司持有该股票达到相关上市公司已发行股份1%以上的，应当在证券研究报告中向客户披露本公司持有该股票的情况，

就本证券研究报告中涉及符合上述条件的股票，向客户披露本公司持有该股票的情况如下：

截止本报告发布之日，东证资管仍持有分众传媒(002027)股票达到相关上市公司已发行股份1%以上。

提请客户在阅读和使用本研究报告时充分考虑以上披露信息。

分析师申明

每位负责撰写本研究报告全部或部分内容的研究分析师在此作以下声明：

分析师在本报告中对所提及的证券或发行人发表的任何建议和观点均准确地反映了其个人对该证券或发行人的看法和判断；分析师薪酬的任何组成部分无论是在过去、现在及将来，均与其在本研究报告中所表述的具体建议或观点无任何直接或间接的关系。

投资评级和相关定义

报告发布日后的 12 个月内的公司的涨跌幅相对同期的上证指数/深证成指的涨跌幅为基准；

公司投资评级的量化标准

- 买入：相对强于市场基准指数收益率 15%以上；
- 增持：相对强于市场基准指数收益率 5%~15%；
- 中性：相对于市场基准指数收益率在-5%~+5%之间波动；
- 减持：相对弱于市场基准指数收益率在-5%以下。

未评级 —— 由于在报告发出之时该股票不在本公司研究覆盖范围内，分析师基于当时对该股票的研究状况，未给予投资评级相关信息。

暂停评级 —— 根据监管制度及本公司相关规定，研究报告发布之时该投资对象可能与本公司存在潜在的利益冲突情形；亦或是研究报告发布当时该股票的价值和价格分析存在重大不确定性，缺乏足够的研究依据支持分析师给出明确投资评级；分析师在上述情况下暂停对该股票给予投资评级等信息，投资者需要注意在此报告发布之前曾给予该股票的投资评级、盈利预测及目标价格等信息不再有效。

行业投资评级的量化标准：

- 看好：相对强于市场基准指数收益率 5%以上；
- 中性：相对于市场基准指数收益率在-5%~+5%之间波动；
- 看淡：相对于市场基准指数收益率在-5%以下。

未评级：由于在报告发出之时该行业不在本公司研究覆盖范围内，分析师基于当时对该行业的研究状况，未给予投资评级等相关信息。

暂停评级：由于研究报告发布当时该行业的投资价值分析存在重大不确定性，缺乏足够的研究依据支持分析师给出明确行业投资评级；分析师在上述情况下暂停对该行业给予投资评级信息，投资者需要注意在此报告发布之前曾给予该行业的投资评级信息不再有效。

免责声明

本研究报告由东方证券股份有限公司（以下简称“本公司”）制作及发布。

本研究仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。本报告的全体接收人应当采取必备措施防止本报告被转发给他人。

本报告是基于本公司认为可靠的且目前已公开的信息撰写，本公司力求但不保证该信息的准确性和完整性，客户也不应该认为该信息是准确和完整的。同时，本公司不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，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证券研究报告。本公司会适时更新我们的研究，但可能会因某些规定而无法做到。除了一些定期出版的证券研究报告之外，绝大多数证券研究报告是在分析师认为适当的时候不定期地发布。

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，也没有考虑到个别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、意见及推测只提供给客户作参考之用，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作出邀请。

本报告中提及的投资价格和价值以及这些投资带来的收入可能会波动。过去的表现并不代表未来的表现，未来的回报也无法保证，投资者可能会损失本金。外汇汇率波动有可能对某些投资的价值或价格或来自这一投资的收入产生不良影响。那些涉及期货、期权及其它衍生工具的交易，因其包括重大的市场风险，因此并不适合所有投资者。

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，投资者自主作出投资决策并自行承担投资风险，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。

本报告主要以电子版形式分发，间或也会辅以印刷品形式分发，所有报告版权均归本公司所有。未经本公司事先书面协议授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容，不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。

经本公司事先书面协议授权刊载或转发，被授权机构承担相关刊载或者转发责任。不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

提示客户及公众投资者慎重使用未经授权刊载或者转发的本公司证券研究报告，慎重使用公众媒体刊载的证券研究报告。

东方证券研究所

地址：上海市中山南路 318 号东方国际金融广场 26 楼

联系人：王骏飞

电话：021-63325888*1131

传真：021-63326786

网址：www.dfzq.com.cn

Email：wangjunfei@orientsec.com.cn

