

关注短视频的快速崛起与大屏价值重估

——光大传媒互联网周报 20190602

行业周报

◆**行业动态及点评。**《2019 中国网络视听发展研究报告》发布。报告显示，2018 年短视频市场同比增长 744.7%，智能电视覆盖&激活规模高速增长，带来诸多趋势性机会。

A) 短视频用户规模达 6.48 亿，日均使用时长反超长视频，市场规模达 467.1 亿。1) 根据 CNNIC 数据，截至 2018 年 12 月，国内短视频用户规模已达 6.48 亿，网民使用率达 78.2%；2018 年下半年新增用户达 0.54 亿人；2) 根据艾瑞咨询数据，2018 年，短视频市场规模同比增长 744.7% 至 467.1 亿元；3) 根据 QuestMobile 数据，从 2018 年 6 月起，短视频类应用的日均使用时长已超过长视频。

B) 智能电视覆盖规模和激活规模迅速增长，渗透率已达 36%，大屏价值有望迎来重估。1) 根据勾正数据，2018 年底智能电视覆盖规模达 2.51 亿，同比增长 39%；激活规模达 1.86 亿，同比增长 62%；智能电视保有量渗透率已达 36%；2) 智能电视（包含 IPTV/OTT）的激活量增速高于覆盖量增速，用户有“重回大屏”趋势，智能电视有望从推广期逐步进入应用与变现期。

C) 网生内容减量提质，分账模式或成行业主流。1) 2018 年上线的网络剧数量为 283 部，网络电影数量为 1523 部，均从 2016 年起逐步下降；影视内容行业的“去产能”效果逐步体现；2) 视频平台用户相对年轻，内容节奏要求高，推动网剧总集数减少；3) 各大视频平台均布局分账策略；分账网剧成本相对较低、回报较高，未来有望成为行业主流。

◆**投资与关注建议。**1) 内容行业去产能叠加观众对内容质量要求提高，有利于精品制作能力强的影视内容制作公司，**推荐光线传媒，关注华策影视**；2) 短视频使用时长超过长视频，市场空间打开，**推荐整合发力短视频信息流的腾讯控股**；3) 智能电视的覆盖与激活规模高速增长，家庭大屏价值有望重估，具有较强运营能力及差异内容的广电牌照方将受益，**推荐芒果超媒、关注新媒股份、华数传媒。**

◆**A 股及海外中概传媒公司交易回顾。**(1) 上周 (2019 年 5 月 27 日至 2019 年 6 月 2 日)，传媒指数 (+1.74%) 在 29 个指数涨跌幅中排名第 14。(2) 上周 (2019 年 5 月 27 日至 2019 年 6 月 2 日)，A 股传媒行业 138 家公司中共有 94 家公司上涨。涨幅最高的前三名分别为大晟文化 (+17.89%)、金逸影视 (+17.12%)、贵广网络 (+16.94%)。跌幅前三名为深大通、帝龙文化、人民网，跌幅分别为 -25.54%、-10.75%、-7.08%。市值前三名为东方财富 (849.52 亿元)、分众传媒 (816.09 亿元)、世纪华通 (407.18 亿元)。(3) 美股中概股传媒互联网行业一共 26 家，其中有 12 家公司股价上涨，涨幅前三的分别为凤凰新媒体 (+10.26%)、易车 (+7.72%)、欢聚时代 (+6.75%)。

◆**风险分析。**影视内容产业政策变动的风险；动漫行业内容创新不足的风险；游戏行业监管政策的的风险；广告行业受宏观经济波动影响的风险；出版行业侵犯著作权的风险；广电行业市场萎缩风险。

买入 (维持)

分析师

孔蓉 (执业证书编号: S0930517120002)

021-52523837

kongrong@ebsecn.com

联系人

乐济铭

021-52523797

lejiming@ebsecn.com

行业与上证指数对比图



资料来源: Wind

目 录

1、 行业动态及点评：关注短视频的快速崛起与大屏价值重估	3
1.1、 行业动态及点评：《2019 中国网络视听发展研究报告》发布	3
1.2、 投资与关注建议	4
2、 A 股、美股和港股一周市场回顾.....	5
2.1、 A 股总体情况回顾.....	5
2.2、 A 股传媒行业公司回顾.....	7
3、 行业重要数据点评.....	10
3.1、 全国单个影院：Jackie Chen 北京耀莱票房首位，《哥斯拉 2：怪兽之王》票房夺冠	10
3.2、 电视剧/网剧：神话题材电视剧《封神演义》强势夺得本周播放量冠军	13
3.3、 综艺：浙江卫视《奔跑吧》周五收视夺冠	13
3.4、 出版：《斗罗大陆》居虚构榜第一，《习近平在正定》居非虚构畅销榜榜首	14
3.5、 国漫：《斗罗大陆》的播放量位居国漫第一名，《雪鹰领主》居第二	15
4、 行业重点新闻回顾.....	15
4.1、 影视：《破冰行动》导演为逻辑 Bug 道歉 回应感情戏多余.....	15
4.2、 游戏：腾讯成长守护平台携手中国联通，打造未成年人专属定制卡	16
4.3、 音乐：彭博社消息指出环球音乐 50%股权可能会卖给腾讯.....	17
4.4、 动漫：品牌打造逐步成为动漫产业发展的核心引擎.....	18
4.5、 互联网：电商 618 首日战报：苹果 3 分钟过亿，上海成交量最高	19
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	22
6、 风险分析	22

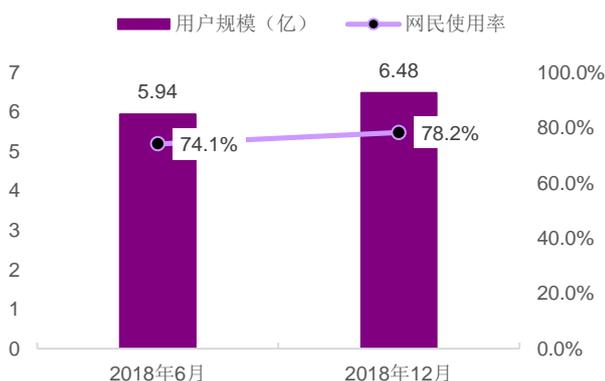
1、行业动态及点评：关注短视频的快速崛起与大屏价值重估

1.1、行业动态及点评：《2019 中国网络视听发展研究报告》发布

5月27日下午，第七届中国网络视听大会在成都召开，现场发布《2019中国网络视听发展研究报告》。报告显示，2018年短视频市场同比增长744.7%，智能电视覆盖&激活规模高速增长，带来诸多趋势性机会。

短视频用户规模达6.48亿，日均使用时长反超长视频，市场规模达467.1亿。1) 根据CNNIC数据，截至2018年12月，国内短视频用户规模已达6.48亿，网民使用率达78.2%；2018年下半年新增用户达0.54亿人；2) 根据艾瑞咨询数据，2018年，短视频市场规模同比增长744.7%至467.1亿元；3) 根据QuestMobile数据，从2018年6月起，短视频类应用的日均使用时长已超过长视频。

图 1：短视频用户规模及网民使用率



资料来源：CNNIC

图 2：2014-2018 视频内容行业市场规模



资料来源：艾瑞咨询

图 3：网络视听类应用日均使用时长

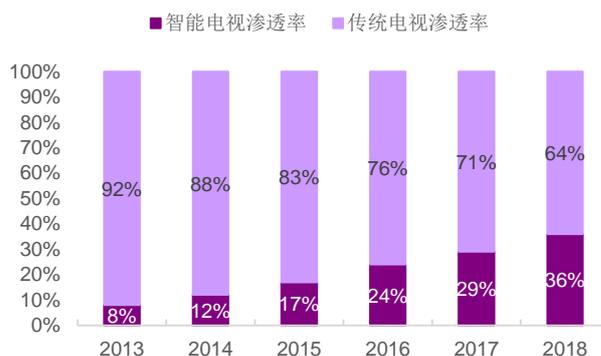


资料来源：QuestMobile

智能电视覆盖规模和激活规模迅速增长，渗透率已达 36%，大屏价值有望迎来重估。1) 根据勾正数据，2018 年底智能电视覆盖规模达 2.51 亿，同比增长 39%；激活规模达 1.86 亿，同比增长 62%；智能电视保有量渗透率已达 36%；2) 智能电视（包含 IPTV/OTT）的激活量增速高于覆盖量增速，用户有“重回大屏”趋势，智能电视有望从推广期逐步进入应用与变现期。

图 4：智能电视覆盖&激活规模

图 5：智能电视&传统电视保有渗透率



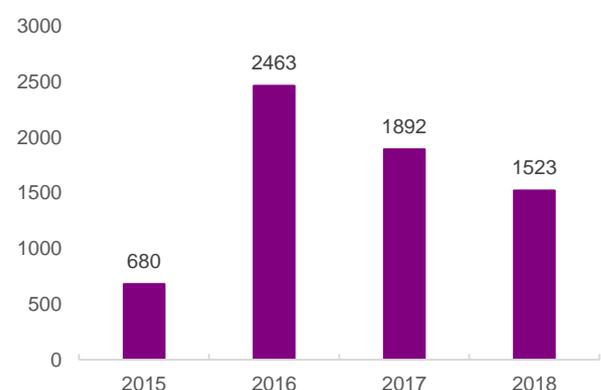
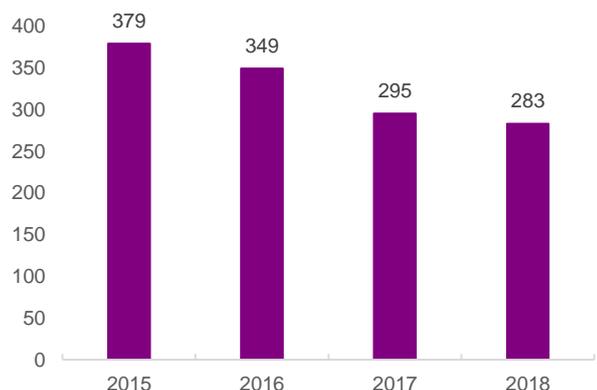
资料来源：勾正数据

资料来源：勾正数据

网生内容减量提质，分账模式或成行业主流。1) 2018 年上线的网络剧数量为 283 部，网络电影数量为 1523 部，均从 2016 年起逐步下降；影视内容行业的“去产能”效果逐步体现；2) 视频平台用户相对年轻，内容节奏要求高，推动网剧总集数减少；3) 各大视频平台均布局分账策略；分账网剧成本相对较低、回报较高，未来有望成为行业主流。

图 6：2015-2018 年网剧上线部数

图 7：2015-2018 年网络电影上线部数



资料来源：骨朵数据

资料来源：爱奇艺，云合数据

1.2、投资与关注建议

投资与关注建议。1) 内容行业去产能叠加观众对内容质量要求提高，有利于精品制作能力强的影视内容制作公司，推荐光线传媒，关注华策影视；2) 短视频使用时长超过长视频，市场空间打开，推荐整合发力短视频信息流的腾讯控股；3) 智能电视的覆盖与激活规模高速增长，家庭大屏价值有

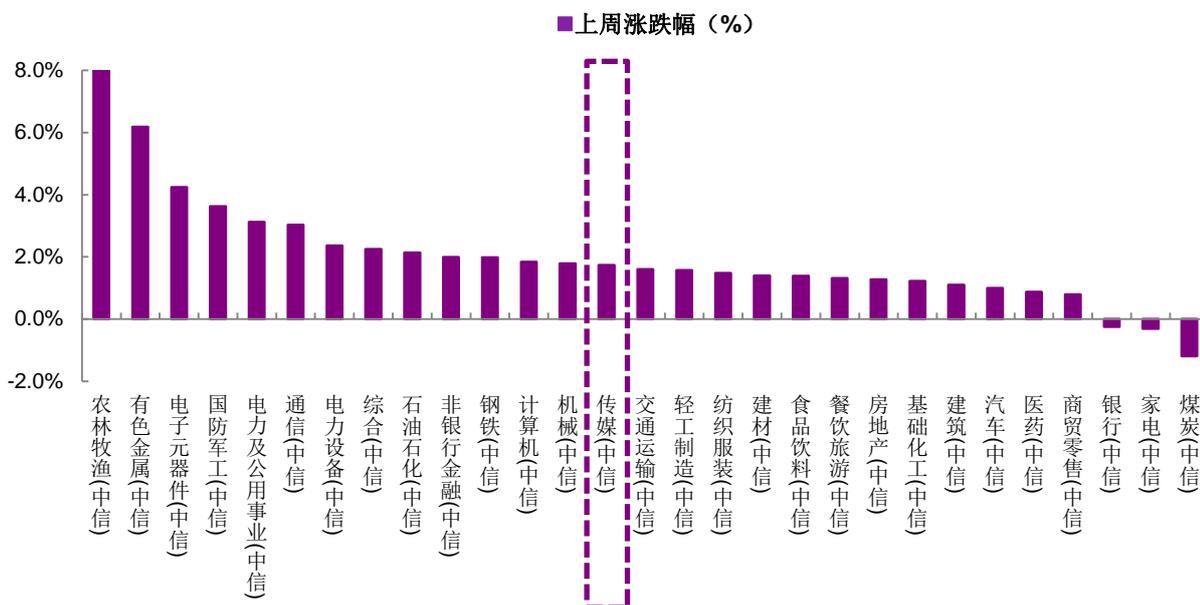
望重估，具有较强运营能力及差异内容的广电牌照方将受益，推荐芒果超媒、关注新媒股份、华数传媒。

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5月27日至2019年6月2日），传媒指数（+1.74%）在29个指数涨跌幅中排名第14。中信指数中26个行业上涨，3个行业指数下跌。涨幅前三的行业分别为农林牧渔(中信)（+12.39%）、有色金属(中信)（+6.19%）、电子元器件(中信)（+4.24%），跌幅第一为煤炭(中信)（-1.19%）。

图8：上周（2019.5.27-2019.6.2）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405.49X，2018PE为30X。

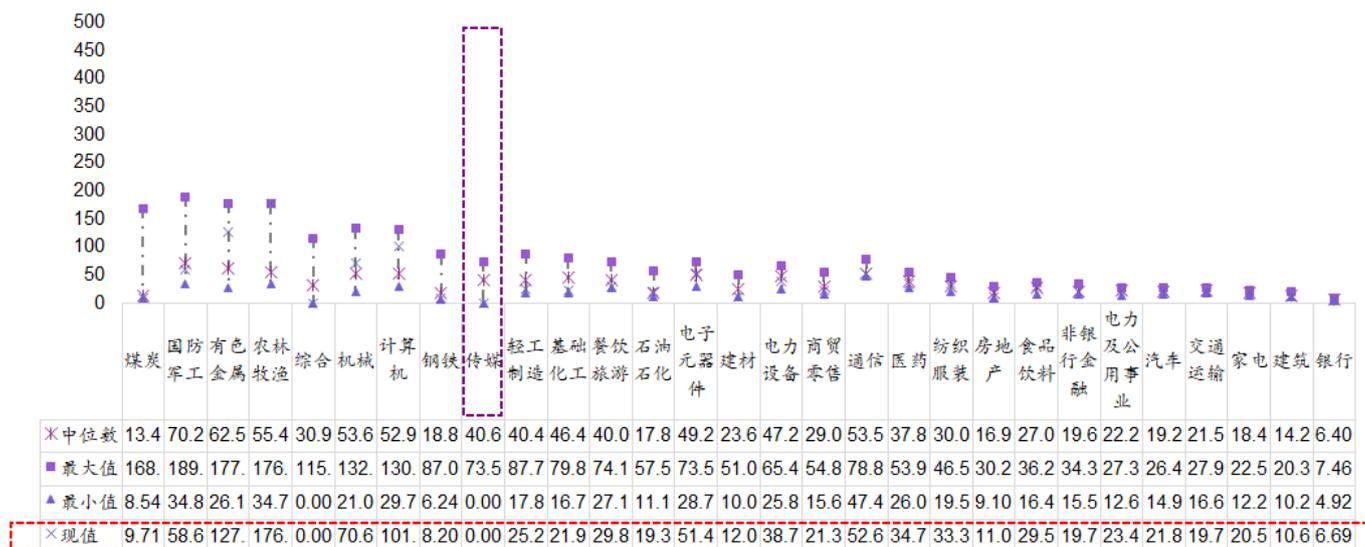
1) 2012-2015年迎来传媒行业大发展，估值水平持续上升，2015年股市整体调整前PE(TTM)最高达120X（中信传媒指数）；2) 2015-2017年，市场开始消化前期传媒大发展中带来的多面影响，如电视广告投放量下降、传统报纸销量下滑、杂志期刊的停刊等，传媒行业估值逐步下移；3) 当前传媒行业PE(TTM)为405.49X，行业受宏观经济增速下行拖累及大规模资产减值影响，净利润大幅下滑导致估值水平被动升高；4) 传媒的PB估值水平的最小值为1.9，最大值为7.0，现值为2.2。

图 9：中信传媒板块总体估值水平 (PE TTM)



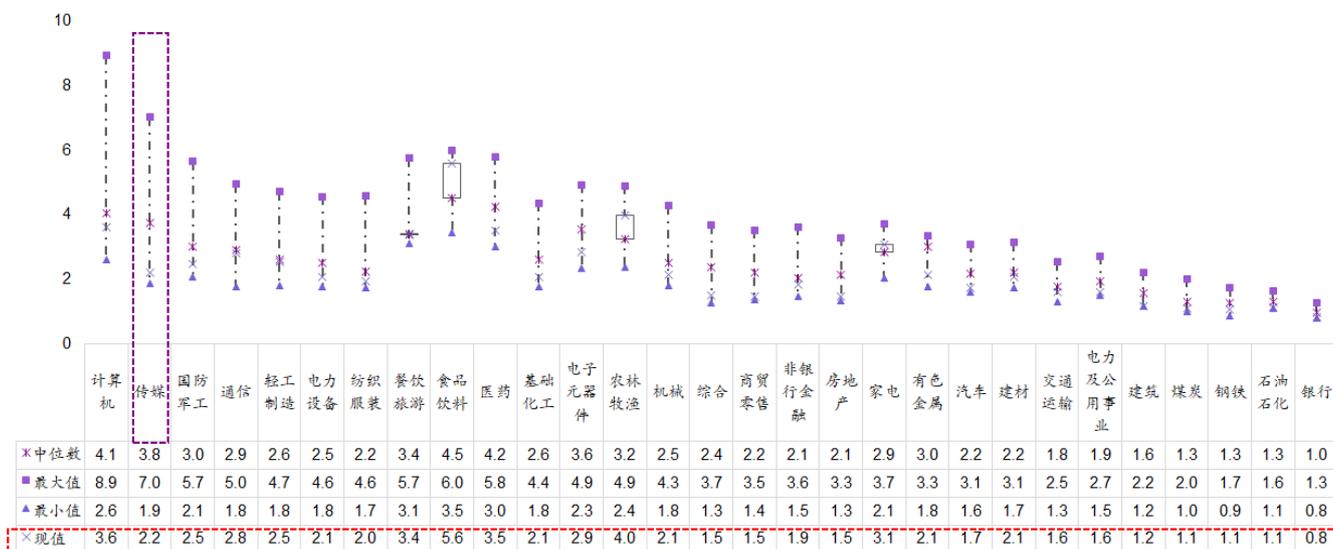
资料来源：wind，光大证券研究所

图 10：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 11：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 5 月 27 日至 2019 年 6 月 2 日），A 股传媒行业 138 家公司中共有 94 家公司上涨。涨幅最高的前三名分别为大晟文化（+17.89%）、金逸影视（+17.12%）、贵广网络（+16.94%）。跌幅前三名为深大通、帝龙文化、人民网，跌幅分别为-25.54%、-10.75%、-7.08%。市值前三名为东方财富（849.52 亿元）、分众传媒（816.09 亿元）、世纪华通（407.18 亿元）。

图 12：A 股传媒行业公司上周涨幅榜前十（单位：%）



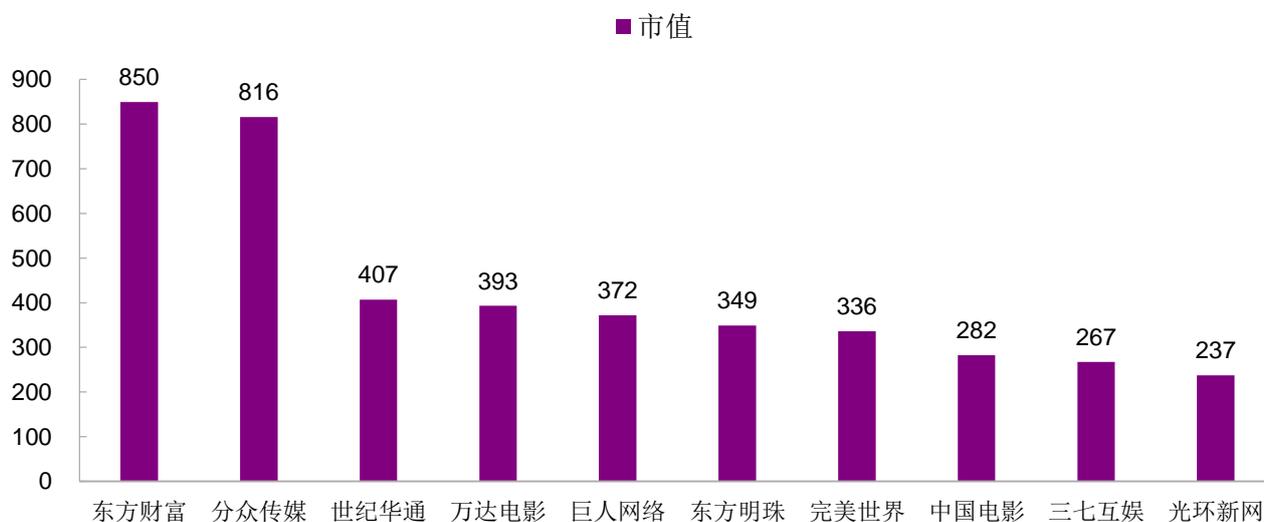
资料来源: wind, 光大证券研究所

图 13: 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 14: A 股传媒行业公司市值 (单位: 亿元)

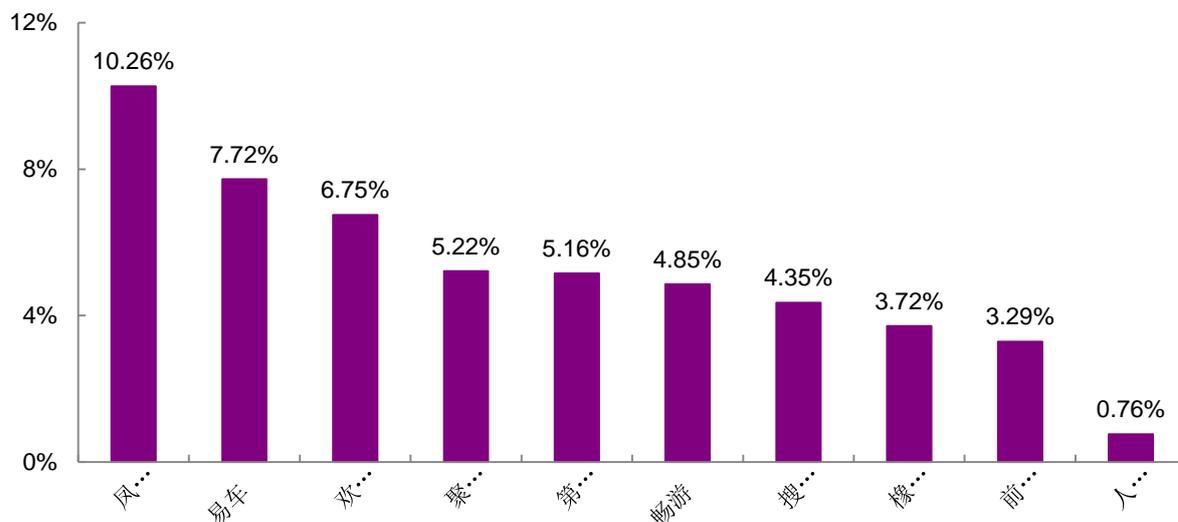


资料来源: wind, 光大证券研究所注: 市值为 2019 年 5 月 31 日收盘市值

2.3、美股和港股总体回顾

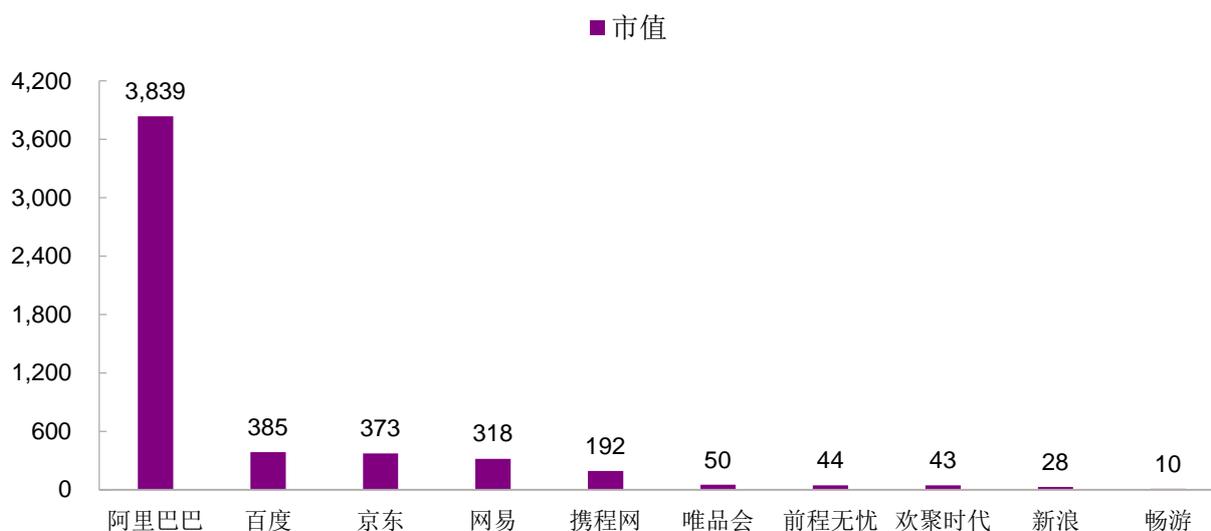
市场回顾。上周 (2019 年 5 月 27 日至 2019 年 6 月 2 日), 美股中概股传媒互联网行业一共 26 家, 其中有 12 家公司股价上涨, 涨幅前三的分别为凤凰新媒体 (+10.26%)、易车 (+7.72%)、欢聚时代 (+6.75%)。市值前三的为阿里巴巴 (3838.86 亿美元)、百度 (385.02 亿美元)、京东 (372.88 亿美元)。

图 15: 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

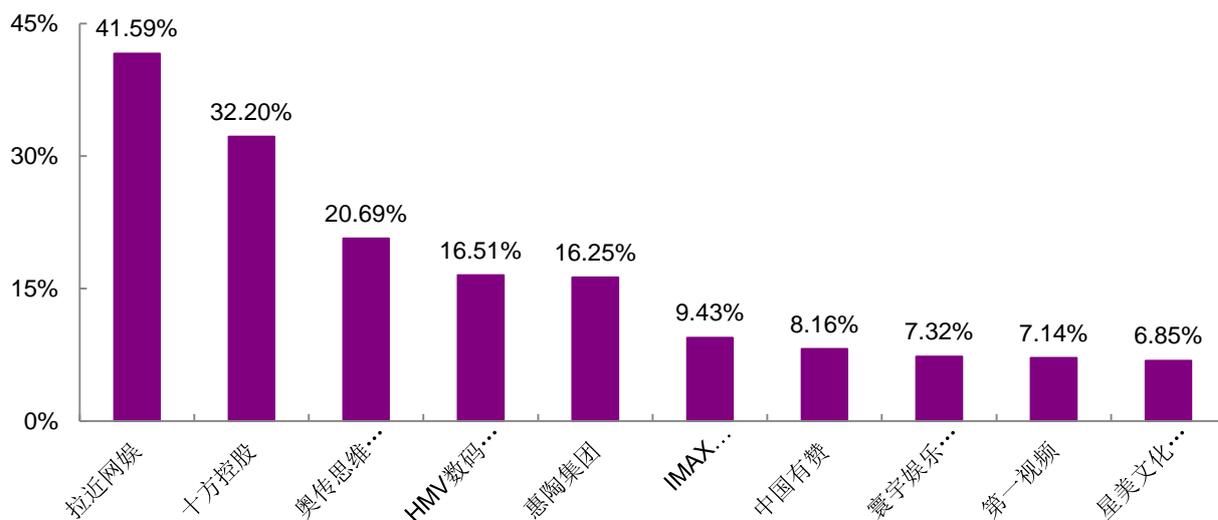
图 16: 美股中概股传媒互联网公司市值 (单位: 亿美元)



资料来源: wind, 光大证券研究所注: 市值为 2019 年 5 月 31 日收盘市值

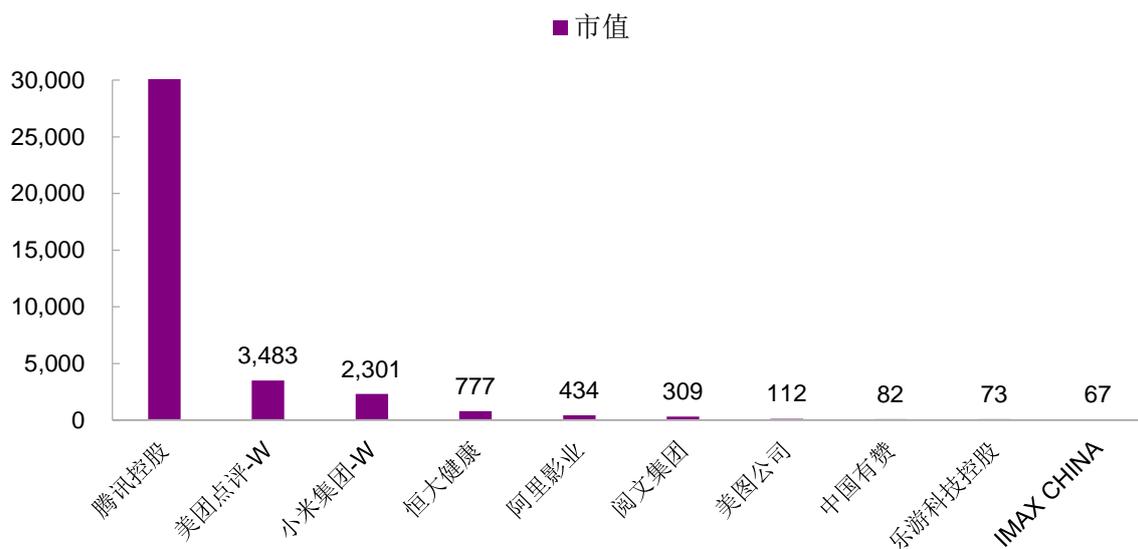
市场回顾。上周 (2019 年 5 月 27 日至 2019 年 6 月 2 日), 港股中传媒互联网行业一共 95 家, 其中有 36 家公司股价上涨, 涨幅前三的分别为拉近网娱 (+41.59%)、十方控股 (+32.20%)、奥传思维控股 (+20.69%)。

图 17: 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 18: 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 5 月 31 日收盘市值

3、行业重要数据点评

3.1、全国单个影院: Jackie Chen 北京耀莱票房首位, 《哥斯拉 2: 怪兽之王》票房夺冠

第 21 周《哥斯拉 2: 怪兽之王》获周票房冠军, 达 3.59 亿; 《阿拉丁》周票房 1.21 亿, 位居第二。2019 年第 22 周将上映 9 部影片, 其中有 7 部是国产电影。

表 1: 2019 年第 22 周 (2019.06.03-2019.06.09) 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	直播攻略	爱情,喜剧	胡笳,周彤,代梦颖	张子贤,金士杰,陈叶生,蒋沁芸	/	中国大陆	2D	周二
2	无所不能	剧情,爱情,犯罪	桑贾伊·古普塔	赫里尼克·罗斯汉,亚米·高塔姆	中国电影股份有限公司	印度	2D	周三
3	X 战警: 黑凤凰	动作,科幻,冒险	西蒙·金伯格	索菲·特纳,詹姆斯·麦卡沃伊,迈克尔·法斯宾德,詹妮弗·劳伦斯	中国电影股份有限公司北京电影发行分公司,华夏电影发行有限责任公司	美国	3D	周四
4	追龙 II	剧情,动作,犯罪	王晶,关智耀	梁家辉,古天乐,林家栋,邱意浓,叶项明,任达华,杜江	北京博纳影业有限公司	中国大陆 中国香港	2D	周四
5	最好的我们	剧情,爱情	章笛沙	陈飞宇,何蓝逗,惠英红,汪苏泷,董力,周楚濋	中国电影股份有限公司,北京合瑞影业文化有限公司	中国大陆	2D	周四
6	当我们海阔天空	剧情	陈静,姜毅	刘秋实,刘奕畅,何琢言	/	中国大陆	2D	周四
7	街舞青春	剧情,爱情	李小杰	黄鸿升,李妍心,纪源,郑如晶,徐俊	北京家乐影业有限公司	中国大陆	2D	周五
8	呆瓜兄弟	喜剧,动画,音乐	刘志广	范楚绒,洪海天,李晔,贾邱	北京国影纵横电影发行有限公司	中国大陆	2D	周五
9	巅峰战士	剧情	/	李宛仪,张博楠	北京全盛世纪影业有限公	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 Chen 北京耀莱票房首位

Jackie Chen 北京耀莱 103.1 万票房夺得影院票房首位。以全国影院为单位, 2019 年第 21 周 (2019.05.27- 2019.06.02), 全国影院 TOP10 中, 北京影院占 4 家。上海五角场万达广场店和广州飞扬影城 (正佳分店) 分别以 89.4 万和 83.5 万的票房分列第二、三名。

表 2: 2019 年第 21 周 (2019.05.27- 2019.06.02) 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 Chen 北京耀莱	103.1	2.3	32
上海五角场万达广场店	89.4	1.2	25
广州飞扬影城 (正佳分店)	83.5	1.4	33
首都电影院西单店	81.1	1.2	23
南京新街口国际影城	80.1	1.8	27
北京寰映合生汇店	79.5	0.9	24
金逸北京大悦城 IMAX 店	76.3	1.0	29
北京市金泉港国际影城	73.7	1.1	15
CGV 影城 深圳壹方城店	72.4	0.9	19
广州市百丽宫猎德影院	71.9	1.0	34

资料来源: 艺恩, 光大证券研究所

3.1.2、电影票房: 《哥斯拉 2: 怪兽之王》票房夺冠, 《阿拉丁》位居第二

《哥斯拉 2: 怪兽之王》周票房 3.59 亿, 《阿拉丁》周票房 1.21 亿。国内电影市场第 21 周 (2019.05.27- 2019.06.02) 总票房约 7.01 亿元。其中《哥斯拉 2: 怪兽之王》以 3.59 亿票房占总票房的 51.3%, 《阿拉丁》和《哆啦 A 梦: 大雄的月球探险记》分别以 1.21 亿元和 0.68 亿元票房排名第二和第三, 分别占周票房 17.3%和 9.8%。

表 3: 2019 年第 21 周 (2019.05.27- 2019.06.02) 全国电影票房 TOP10

影片名称	周票房 (亿)	票房占比 (%)	场均人次
哥斯拉2: 怪兽之王	3.59	51.3	21
阿拉丁	1.21	17.3	7
哆啦A梦: 大雄的月球探险记	0.68	9.8	14
大侦探皮卡丘	0.34	4.9	4
一条狗的使命2	0.24	3.5	4
潜艇总动员: 外星宝贝计划	0.13	1.9	8
五月天人生无限公司	0.13	1.9	3
托马斯大电影之世界探险记	0.11	1.6	7
巧虎大飞船历险记	0.11	1.6	9
龙珠超: 布罗利	0.09	1.3	2

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 21 周 (2019.05.27- 2019.06.02) 万达院线以 1.09 亿的票房高居排名榜第一, 观影人次 254.10 万; 大地院线第二, 票房为 0.64 亿, 观影人次达 195.17 万; 上海联合院线以 0.63 亿的票房排名第三。

表 4: 2019 年第 21 周 (2019.05.27- 2019.06.02) 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	1.09	254.10	43
大地院线	0.64	195.17	33
上海联合院线	0.63	165.32	38
中影南方新干线	0.54	161.49	34
中影数字院线	0.47	141.97	33
中影星美	0.36	103.89	34
广州金逸珠江	0.35	100.69	35
江苏幸福蓝海院线	0.27	80.05	34
横店院线	0.26	82.07	32
华夏联合	0.26	76.24	34

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 CGV 影城投资公司 3 倍

以影投公司为单位, 第 21 周 (2019.05.27- 2019.06.02) 万达电影以 1.04 亿的票房排名第一, 大地影院以 0.29 亿的票房排名第二, CGV 影城投资公司以 0.27 亿的票房排名第三, 横店院线以 0.22 亿的票房排名第四, 金逸影视以 0.20 亿的票房排名第五。万达电影在观影人次方面遥遥领先。

表 5: 2019 年第 21 周 (2019.05.27- 2019.06.02) 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	1.04	242.98	14
大地影院	0.29	86.26	9
CGV 影城投资公司	0.27	63.15	15
横店院线	0.22	70.16	8
金逸影视	0.20	53.87	11

中影影院投资	0.19	57.17	14
香港百老汇	0.14	26.57	17
博纳影视投资	0.12	30.02	13
上影影院	0.11	24.44	14
保利影业	0.10	26.95	13

资料来源：艺恩，光大证券研究所

3.2、电视剧/网剧：神话题材电视剧《封神演义》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

现代题材电视剧《封神演义》获得本周播放量冠军，《筑梦情缘》播放量位居第二。第21周(2019.05.27-2019.06.02)电视剧和网剧播放量排名,《封神演义》以6.1亿的播放量排名第一,《筑梦情缘》以4.1亿播放量排名第二,《我的真朋友》以3.1亿的播放量排名第三。

表6:2019年第21周(2019.05.27-2019.06.02)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	封神演义	6.1	多平台
2	筑梦情缘	4.1	多平台
3	我的真朋友	3.1	多平台
4	听雪楼	2.7	腾讯
5	白发	2.3	多平台
6	我们都要好好的	1.8	多平台
7	凤弈	1.4	腾讯
8	我只喜欢你	1.3	多平台
9	亲爱的婚姻	1.2	芒果TV
10	出线了,初恋	0.8	芒果TV

资料来源：骨朵传媒，光大证券研究所

3.3、综艺：浙江卫视《奔跑吧》周五收视夺冠

3.3.1、卫视综艺日收视率：浙江卫视《奔跑吧》周五收视夺冠

2019年5月31日,浙江卫视的《奔跑吧》以1.5319%的收视率和9.1491%的市场份额排名第一。浙江卫视的《奔跑吧第三季》以1.5149%的收视率和9.3410%的市场份额排名第二。

表7:5月31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	奔跑吧	浙江卫视	1.5319	9.1491
2	奔跑吧第三季	浙江卫视	1.5149	9.3410
3	向往的生活	湖南卫视	1.1021	8.9497
4	向往的生活第三季	湖南卫视	1.0379	10.3228
5	跑男来了	浙江卫视	1.0348	10.3011
6	巅峰之夜	湖南卫视	0.8975	4.9299
7	奔跑吧	浙江卫视	0.5162	8.5474
8	向往的生活	湖南卫视	0.4787	12.2086

9	奔跑吧第三季	浙江卫视	0.3682	7.2697
10	向往的生活第三季	湖南卫视	0.2919	10.5357

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《创造营 2019》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 21 周（2019.05.27-2019.06.02）《极限挑战 第五季》以 1.4 亿的播放量排名第一，《奔跑吧第三季》以 8805 万的播放量排名第二，《我家那小子第二季》以 6020 万的播放量排名第三。

网络综艺《创造营 2019》播放量夺冠。从网综来看第 21 周（2019.05.27-2019.06.02），《创造营 2019》以 2.5 亿的播放量排名第一，《哈哈农夫》和《少年可期》以 1.3 亿和 1.2 亿的播放量排名第二、第三。

表 8：2019 年第 21 周（2019.05.27-2019.06.02）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	14000	多平台
2	奔跑吧第三季	8805	多平台
3	我家那小子第二季	6020	芒果 TV
4	向往的生活第三季	5845	多平台
5	爱情保卫战	4875	多平台
6	快乐大本营 2019	4148	芒果 TV
7	我们的师父	3916	芒果 TV
8	巅峰之夜	3643	芒果 TV
9	青春环游记	3457	多平台
10	非常完美	3016	多平台

资料来源：骨朵传媒，光大证券研究所

表 9：2019 年第 21 周（2019.05.27-2019.06.02）网络综艺播放量 TOP10

排名	剧集名称	播放量（万）	播出平台
1	创造营 2019	25000	腾讯
2	哈哈农夫	13000	芒果 TV
3	少年可期	12000	芒果 TV
4	密室大逃脱	8981	芒果 TV
5	我们是真正的朋友	8795	腾讯
6	变形记第十八季	7533	芒果 TV
7	忘不了餐厅	7053	腾讯
8	拜托了冰箱第五季	6815	腾讯
9	我最爱的女人们	6674	多平台
10	童言有计第二季	6585	芒果 TV

资料来源：骨朵传媒，光大证券研究所

3.4、出版：《斗罗大陆》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（5）》居虚构榜第一，《习近平在正定》居非虚构畅销榜榜首。2019 年第 21 周（2019.05.27-2019.06.02），虚构类书籍：《斗罗大陆（第四部）终极斗罗（5）》排名第一；《红岩》排名第二；《就喜欢你看不惯我又干不掉我的样子》排名第三。非虚构类书籍：

《习近平在正定》排名第一；《习近平的七年知青岁月（平装）》排名第二；《美国陷阱》排名第三。

表 10：2019 年第 21 周（2019.05.27- 2019.06.02）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（5）	习近平在正定
2	红岩	习近平的七年知青岁月(平装)
3	就喜欢你看不惯我又干不掉我的样子	美国陷阱
4	撒野（2）	梁家河
5	活着	天才在左 疯子在右(完整版)(新版)
6	摆渡人（3）-无境之爱	未来简史：从智人到智神
7	撒野	人类简史：从动物到上帝（新版）
8	解忧杂货店	成事：冯唐品读曾国藩嘉言钞
9	三体	半小时漫画中国史（全新修订版）
10	人生海海	时间简史（插图本）

资料来源：开卷，光大证券研究所

3.5、国漫：《斗罗大陆》的播放量位居国漫第一名，《雪鹰领主》居第二

《斗罗大陆》的播放量位居国漫第一名，《雪鹰领主》居第二。2019 年第 21 周（2019.05.27- 2019.06.02），《斗罗大陆》以 5427 万的播放量排名第一，《雪鹰领主》以 3111 万的播放量排名第二，《雄兵连之诸天降临》以 2964 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 11：2019 年第 21 周（2019.05.27- 2019.06.02）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	5427	腾讯
2	雪鹰领主	3111	腾讯
3	雄兵连之诸天降临	2964	腾讯
4	万界神主	2645	腾讯
5	天行九歌	2149	多平台
6	灵剑尊 第 1 季	1910	腾讯
7	万界仙踪 第 2 季	1843	腾讯
8	狐妖小红娘	1462	多平台
9	非人哉	1203	多平台
10	斗魂卫之玄月奇缘	816	腾讯

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：《破冰行动》导演为逻辑 Bug 道歉 回应感情戏多余

4.1.1、《破冰行动》导演为逻辑 Bug 道歉 回应感情戏多余

近日受到网络热议的缉毒题材剧《破冰行动》在 5 月 30 日晚迎来大结局。但随着黑警、卧底身份都一目了然，烧脑刺激情节越来越少，部分网友开始吐槽“主角人设崩塌”、“男主感情戏多余”，豆瓣评分也持续下跌至 8.0。

在大结局播出前，该剧导演傅东育在微博发布长文《喧嚣之后的告别》，回忆拍摄经历的同时，也在文中回应质疑。他表示，《破冰行动》不仅是一个强情节、强动作、热闹的商业作品，他更想表现人物的情感和命运的无常，而今天的成像符合他对于整个作品的预设，“当然，如何将情节与情感，水乳交融，这是类型片的终极命题。在技巧上，在能力上我也许做得还不够好，但我在努力尝试。”（资料来源：新京报）

4.1.2、中国移动投资 16 亿入股芒果超媒

5月28日，在第七届中国网络视听大会上，湖南广播电视台党委书记、台长、湖南广播影视集团有限公司党委书记、董事长吕焕斌出席大会主论坛，在演讲中，他分享了一个最新消息：中国移动投资 16 亿入股芒果超媒，已经成为了芒果超媒的第二大股东。吕焕斌还透露，今年，芒果超媒的承诺业绩利润过 10 亿，相应的收入将过百亿。

5月27日，芒果超媒发布公告称，中国移动子公司中移资本认购其配套融资 20 亿元中的近 16 亿元，成为芒果超媒的第二大股东，持股比例为 4.37%。（资料来源：界面新闻）

4.2、游戏：腾讯成长守护平台携手中国联通，打造未成年人专属定制卡

4.2.1、腾讯成长守护平台携手中国联通，打造未成年人专属定制卡

为进一步完善腾讯未成年人保护体系，与行业共建未成年人守护生态，腾讯成长守护平台与运营商中国联通达成深度合作，计划逐步开放平台功能，打通技术壁垒，将成长守护平台功能从线上延伸至手机 sim 卡这一实物载体，推出面向未成年人及其家长用户的专属定制卡，帮助更多家长实现对未成年人游戏行为的管理和保护。

目前，双方合作打造的专属定制卡已进入功能调试阶段，近期将在腾讯“成长守护平台”及中国联通“王卡助手”两大平台开放申请。根据规划，家长为未成年孩子申请专属定制卡并进行绑定后，可实现对未成年孩子游戏行为的查询，并通过流量限制，管理孩子在腾讯游戏等腾讯系应用中的上网时间，培养孩子健康、适度的上网习惯。

同时，为了帮助家长更全面地了解孩子的游戏行为，避免孩子通过多个游戏账号规避监护，成长守护平台将基于此前进行的“查小号”技术探索，在本次推出的专属定制卡中正式上线“小号查询”功能。此外，专属定制卡中还将尝试内置定位查询功能，为家长关注孩子人身安全提供更多有效方式。腾讯成长守护平台还将和联通探讨开发更多实用功能，为家长提供关注、管理未成年人上网行为的便捷工具。

目前，健康系统仍在继续推进覆盖，基于健康系统的“16+”试点已在《和平精英》上启动，腾讯将根据用户反馈和各界建议，持续优化各项保护措施，完善未成年人保护体系。未来，腾讯希望能更好地协同各行业，探索更多引导未成年人健康上网的有效方式，共同守护未成年人健康成长。（资料来源：游戏葡萄）

4.2.2、二次元游戏再创佳绩，《明日方舟》夺 App Store 畅销榜第一

游戏葡萄 5 月 30 日消息,鹰角网络自研自发的二次元游戏《明日方舟》,上线接近 1 个月之后,随着第一次系列活动内容的推出,在今天下午登顶国内 App Store 畅销榜。

踩在市场产品荒的窗口,他们用一款独特性极强,在前期已经营造出足够话题效应的游戏,拿下了二次元领域绝大部分的市场,并且借助优质的内容水准,实现了快速登顶和一口气爆发。上线近一个月以来,《明日方舟》一直稳定在 App Store 畅销榜前十之内,考虑到初版游戏内容并不多,这一成绩主要以来前期的内容消耗来支撑。

而随着《明日方舟》对国内二次元玩家的不断渗透,这款产品或许会在更短的时间内占据圈内的头部位置,如果这款产品还能依靠其内容影响到更多泛用户,那么或许有希望与国内大厂的头部产品,在更长的周期内有一次精彩的竞争。(资料来源:游戏葡萄)

4.3、音乐：彭博社消息指出环球音乐 50% 股权可能会卖给腾讯

4.3.1、与 Spotify 等巨头竞争，「Castbox」将中国小众的播客生意在欧美做大

“播客”(Podcast)一词对中国绝大多数人来说,仍是有些陌生的。但在海外发达国家,播客正逐渐成为一种日常的内容消费。

根据咨询公司 Edison Research 发布的《2019 年播客消费者》,51% 超过 12 岁的美国人曾听过播客(1.44 亿人),比 2018 年多出 2000 万人。同时,收听频次也在上升,每个月都会收听的人数占比从 26% 上升至 32%。

反观上游市场,除了苹果外,其他巨头也开始在播客上发力。Spotify 在今年年初斥资 3.4 亿美元,先后收购了 3 家播客公司。根据外媒 The Verge 的报道,Spotify 正在测试新版本,新设计将并排展示音乐和播客两大内容。谷歌搜索也开始为播客编制索引,相关搜索结果可以直接播放播客条目。

2016 年,Castbox 通过抢先上线海外安卓市场、关联搜索词等方式迅速收割了一批用户。几年来,团队也一直专注在安卓渠道上,2018 年底 Castbox 有超过 150 万个 Channel,DAU 达到 250 万,MAU 达到 420 万,用户平均每日打开 4-5 次,收听时长约 100 分钟。目前 Castbox 75% 的用户集中在美国和欧洲等发达国家地区,年龄大约在 25-34 岁,以本科以上学历为主。(资料来源:36Kr)

4.3.2、喜马拉雅 FM 回应 12 名董事退出

5 月 26 日,针对此前喜马拉雅 FM 股东退出新闻,喜马拉雅 FM 回应称,此次变动是因为公司搭 VIE 结构,所有境内 VIE 公司的董事变更为境外母公司的股东,属于 VIE 标准结构。喜马拉雅 FM 目前没有明确的上市计划,若有会尽早和大家沟通。

天眼查数据显示,5月24日上海证大喜马拉雅FM网络科技有限公司发生多项工商变更,小米旗下创投公司——天津金星创业投资有限公司退出股东行列,公司注册资本减少314余万元,缩减5.22%,包括小米副总裁洪峰在内的12名董事退出,仅剩喜马拉雅FMCEO余建军一人。

公开资料显示,截至2018年12月喜马拉雅FM总用户规模突破4.8亿,包括车载、穿戴、音响智能设备用户及3500万海外用户,活跃用户日均收听时长达135分钟。平台内共有600万主播,覆盖财经、音乐、新闻、商业、小说、汽车等328类上亿条有声内容,行业占有率超73%。如今,喜马拉雅FM不仅共享阅文集团所有版权,还与中国出版集团、中信出版集团达成合作。其中包括马东、吴晓波、高晓松、蔡康永、陈志武、郭德纲、冯仑、龚琳娜、黄健翔,喜马拉雅FM占据了市场上70%畅销书的有声版权。

中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举表示,喜马拉雅FM要想走得更远,知识产权是一个很难解决但又必须突破的问题,“12名董事的退出应该不会对公司产生什么影响,版权问题才是关键,知识版权其实是整个音频行业需要共同面对的一个问题,处理不好的话会在一定程度上影响行业发展,也会对喜马拉雅FM这些公司的利润造成一定的影响”。(资料来源:Tom)

4.4、动漫：品牌打造逐步成为动漫产业发展的核心引擎

4.4.1、杨守民：品牌打造逐步成为动漫产业发展的核心引擎

由文化和旅游部、国家广播电视总局、北京市人民政府共同主办的“第十四届中国北京国际文化创意产业博览会-中国文化产业发展论坛”于2019年5月29日-30日召开。主题为：引领文化产业高质量发展 助推全国文化中心建设。中国动漫集团有限公司党委委员、总经理杨守民出席并演讲。

杨守民表示,中国动漫发展出现了几点问题：一是企业盲目追求短期效益,造成产品的设计理念不符合消费者预期,产品质量遭受诟病。不少企业原创的着眼点过于集中在外在符号层面,对形象、剧情在文化内涵、正能量价值观等方面关注较少,造成一些作品社会效益较弱。另外也有相当的一部分作品仍然主要以模仿欧美、日本等动漫发达国家和地区的内容和风格为主,没能将自身民族特色转化为国际语言。

二是相关政策滞后于市场发展,地方上对本地企业扶持手段单一,效果欠佳,与动漫企业的交流与沟通不足,针对其优秀动漫作品的创作的支持手段比较单一,产业园的运营思路存在一定的偏差,运营方对动漫文化的辐射和延伸作用在认识上还有一定差距。

三是民营企业难于获得金融机构支持,融资困难。金融机构对小微文化企业的扶持力度不足,政策门槛较高,不少文化企业存在融资难的问题。

但另一方面,我国动漫产业发展对经济做出了突出贡献。2017年,我国国内动漫产业产值已经达到了1700亿元人民币,占国内生产总值比重达到0.2%,预计到十三五末期,国内动漫产业产值要达到2500亿元人民币。

可喜的是,目前国内动漫企业的运营模式正在由产品导向向品牌导向转型,品牌打造和品牌授权正逐步成为动漫产业转型升级和实现跨越式发展的核心引擎。(资料来源:新浪财经)

4.4.2、湖北加速动漫游戏产业发展 31 家动漫企业获国家级认定

目前，湖北省共有 31 家企业获得国家级动漫企业资质认定，3 家企业获得国家级重点动漫企业资质认定。截至去年底，全省各动漫企业累计生产制作原创作品超过 3500 分钟。

5 月 23 日至 24 日，湖北省动漫游戏业培训班在光谷举行，来自全省各市州文旅部门相关负责人以及省内动漫企业代表 70 余人参加。记者从该培训班上获悉，省文化和旅游部门今年将推进一系列措施，进一步培育壮大市场主体，加速动漫游戏产业发展。

去年以来，武汉太崆动漫制作的《冲破天际》，已进入全球 100 多个电影节、动漫节，获得了 29 项国际大奖，并成功入围奥斯卡最佳动画短片提名，实现了中国动漫产业历史上的第一次提名。武汉博润通与腾讯视频、杭州友诺联合出品动画片《乌龙院之活宝传奇》在腾讯视频独家首播，网络播放量超 7 亿次，儿童类动漫排名第一。武汉两点十分文化传播公司 2018 年获得合同总额近亿元，多部动漫作品获得总计 300 余亿次的点击量，并连续入选“国家动漫品牌建设与保护计划”。原创漫画《银之守墓人》网络点击量破 146 亿，被评为“十大国漫”。武汉斗鱼已在纳斯达克顺利上市，成为全国最具影响力的直播企业，注册用户超过 2 亿人，日活跃用户 3200 万人次，2018 年营业收入为 36.54 亿元。

记者从湖北省文旅厅获悉，今年已出台年度扶持动漫产业发展专项资金申报指南，重点围绕原创精品、品牌战略、融合与创新 3 个方面进行申报，在行业发展规模、产业园区发展、市场监管工作、服务平台建设上加大扶持力度。同时，将继续做好动漫企业认定工作，争取更多的企业通过文化部认定，落实税收减免、退税等相关优惠政策。通过事前指导、事中扶持、事后奖励等方式，帮助动漫企业生产出更多富有时代特色、文化内涵、适合各年龄阶段、深受老百姓喜爱的动漫精品力作。（资料来源：湖北日报）

4.5、互联网：电商 618 首日战报：苹果 3 分钟过亿，上海成交量最高

4.5.1、电商 618 首日战报：苹果 3 分钟过亿，上海成交量最高

6 月 1 日，618 电商大促拉开帷幕，多家电商平台迎来一小时开门红。

天猫平台数据显示，11 时 23 分，成交额已超过去年 6 月 1 日全天业绩。截至凌晨 1 时的 618 开门红第一个小时内，天猫 618 诞生了苹果、美的、耐克、奥克斯、海尔、欧莱雅、兰蔻、阿迪达斯和小米等成交过亿品牌。其中，苹果品牌 2 分 45 秒成交过亿，美的和耐克 4 分钟成交过亿，小米 59 分钟成交过亿。

开场一小时，天猫聚划算 13 款商品成交额过千万元，包括 iPhoneXR、iPhone Xs Max、iPhone Xs、欧莱雅抗初老黑精华、华为 P30 Pro、Olay 淡斑小白瓶等；360 款商品成交额过百万，包括完美日记哑光唇膏、护舒宝液体卫生巾等。

而在 5 月 31 日晚，天猫曾携手苹果、海尔、TCL、苏宁等数百品牌推

出品牌直降“抢折上5折”会场，为消费者带来超过30万件5折商品。地域方面，618第一个小时成交最高的前10个城市为：上海、北京、广州、杭州、深圳、成都、武汉、重庆、南京、苏州。

京东方面，今日凌晨1时，京东销售商品1700万件商品，同比增加83%。按下单量统计，手机、空调、平板电视分别占据品类排行榜前三的位置；北京、上海、广州成为购买力最强的城市；荣耀20、华为P30、realme X占据搜索排行榜前三的位置。

据了解，京东在2018年“618大促”累计下单金额为1592亿元，相比2017年同期增长近33%。（资料来源：腾讯网）

4.5.2、公益皮肤筹款610万美元 拳头公司获2018慈善金光奖

《英雄联盟》开发商拳头公司推特上宣布，2018年上架的公益皮肤“死兆星 科加斯”共获得610万美元筹款，这笔筹款捐助给了全世界的20多个公益组织，而这项公益活动则让他们（拳头公司）获得了2018年慈善金光奖。

拳头表示很荣幸能够得到这个北美企业社区慈善活动的最高荣誉，也十分感谢《英雄联盟》的玩家。事实上，微软、谷歌、迪斯尼等大公司也曾获得过此荣誉。拳头表示从这次与玩家合作的慈善捐款中学到了很多，希望尽最大努力改进，并继续进行慈善活动。（资料来源：DoNews）

5、上周公告

5.1、主板传媒上市公司重要公告

长城影视（002071.SZ）关于控股子公司股权被冻结的公告

1、截至本公告披露日，淄博影视城运营一切正常，日常生产经营活动未受到上述冻结事项的影响。

2、公司于2019年1月4日、2019年1月21日分别召开了第六届董事会第三十二次会议和2019年第二次临时股东大会，审议通过《关于出售全资子公司股权的议案》，同意将公司全资子公司诸暨影视城100%股权出售给绍兴优创健康管理合伙企业（有限合伙）。公司一方面一直与绍兴优创积极沟通，绍兴优创正在筹措资金，另一方面公司正在积极寻找新的融资渠道，降低成本费用支出，盘活资产，提高运营资产的使用效率。同时控股股东长城集团正在与永新华、科诺森进行股权合作的洽谈，长城集团计划通过引入外部战略合作者对长城集团增资扩股不低于15亿元或通过法律法规允许的方式开展股权合作。如后续最终签署合作协议，长城集团将会在资金到位后全力支持解决公司的股权冻结事项，争取早日解除股权冻结，办理完成工商变更手续以及相应的交割程序。

3、经核查，因杭州市下城区人民法院受理了中国银行股份有限公司浙江省分行与公司等其他有关方的金融借款合同纠纷一案，导致公司持有的诸暨影视城100%股权及淄博影视城部分股权被冻结。因上海市浦东新区人民法院受理了华美银行（中国）有限公司与公司等其他有关方的金融借款合同纠纷

一案，导致公司持有的诸暨影视城及马仁奇峰部分股权被冻结。详见公司分别于 2019 年 5 月 15 日及同日在《证券时报》及巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>，下同）披露的《关于诉讼事项的公告》（公告编号：2019-063）及（公告编号：2019-070）。

4、除已披露的诉讼事项外，公司尚未收到其他方关于上述股权冻结事项的相关法律文书、通知。公司正在对上述股权冻结事项进行核查。公司将根据上述冻结事项的后续进展及时按照法律法规的相关规定履行信息披露义务。

大晟文化（600892.SH）关于转让孙公司股权的公告

公司拟向郑超、邹常雷和赵静转让持有的深圳市第七感影视文创有限公司 49% 股权，交易金额为人民币 1 元。

独立董事发表独立意见如下：本次股权交易公开、公平，审议程序符合《公司法》、《上海证券交易所上市规则》和《公司章程》的相关规定。本次股权交易未经评估，交易金额较小，以 2018 年 12 月 31 日深圳市第七感影视文创有限公司净资产为定价依据，交易价格公平合理，不存在损害公司和全体股东、特别是中小投资股东利益的情形。因此，同意转让持有的深圳市第七感影视文创有限公司 49% 股权。

皖新传媒（601801.SH）关于发起设立安徽皖新卓越文创科教产业基金的公告

安徽新华传媒股份有限公司拟与合肥包河文广产业投资有限公司共同发起设立一支主要投资于文化创意、科技创新和教育领域的产业基金，总规模为人民币 10 亿元，共分五期。该产业基金一期认缴规模为人民币 20,100 万元，由安徽新华传媒股份有限公司和合肥包河文广产业投资有限公司作为有限合伙人分别认缴人民币 15,000 万元和 5,000 万元，安徽皖新卓越文创投资有限公司作为普通合伙人认缴人民币 100 万元。

新华传媒（600825.SH）关于获得投资收益的公告

上海新华传媒股份有限公司于 2011 年 5 月 24 日召开的第六届董事会第一次会议审议通过关于投资上海文化产业股权投资基金的议案，同意公司使用自有资金向上海文化产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）投资 2 亿元人民币，成为其有限合伙人。详见公司于 2011 年 5 月 25 日在上海证券交易所网站披露的《第六届董事会第一次会议决议公告》（公告编号：2011-013）。

文化基金成立于 2012 年 9 月 3 日，其在中国证券投资基金业协会备案的基金编号为：SD3275，备案时间为 2014 年 5 月 26 日，基金管理人为海通创意资本管理有限公司。

中国出版（601949.SH）关于变更部分募集资金投资项目的公告

中国出版传媒股份有限公司于 2019 年 5 月 24 日召开的第二届董事会第三十一次会议、第二届监事会第二十六次会议审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目的议案》。公司拟对部分募集资金投资项目进行变更，将原诗词中国 2.0 建设项目变更为文科通识知识服务项目，中国美术全媒体开发应用平台变更为中国美术教育全媒体开发应用平台。

芒果超媒 (300413.SZ) 关于非公开发行股份募集配套资金相关方承诺事项的公告

根据中国证券监督管理委员会下发的《关于核准快乐购物股份有限公司向芒果传媒有限公司等发行股份购买资产并募集配套资金的批复》(证监许可[2018]999号),芒果超媒股份有限公司发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易事项已完成非公开发行股份募集配套资金的相关实施工作。

在本次交易中,募集配套资金认购方中移资本控股有限责任公司、中国人寿资产管理有限公司作出的主要承诺事项如下:

对于本单位获赠的芒果超媒本次非公开发行的A股股票,自发行结束之日起十二个月内不得转让,包括但不限于通过证券市场公开转让或通过协议方式转让。法律法规对限售期另有规定的,从其规定。

华策影视 (300133.SZ) 关于股东股份质押的公告

浙江华策影视股份有限公司于今日接到控股股东杭州大策投资有限公司通知,其持有的本公司的部分股票被质押。

截至本公告披露日,大策投资持有本公司股份352,512,000股,占公司总股本的19.88%。本次质押后,大策投资所持有本公司股份累计被质押159,100,000股,占其持有公司股份总数的45.13%,占公司总股本的8.97%。

5.2、港股传媒上市公司重要公告

阿里影业 (1060.HK) 有关(1) 授出使用电影信息网络传播权之许可;(2) 出售剧集新媒体播映权及电影信息网络传播权之关联交易

董事会宣布,上海阿里巴巴影业(本公司之合并附属公司)已于二零一九年五月三十一日与优酷科技(AGH之间接附属公司)订立许可协议,据此,上海阿里巴巴影业已同意向优酷科技授出电影III(一部名为「小猪佩奇过大年」之电影)信息网络传播权之许可。优酷科技根据许可协议而应付上海阿里巴巴影业之相关许可费为人民币4,500,000元。

董事会亦宣布,华盟(天津)(本公司之合并附属公司)已于二零一九年五月三十一日与优酷科技(AGH之间接附属公司)订立新媒体播映权转让协议,据此,华盟(天津)已同意出售及优酷科技已同意收购剧集F(一部现名为「你好检察官」并由本集团与其他独立第三方投资者联合制作之剧集)之新媒体播映权。

剧集F出售事项之代价为人民币150,000,000元(含税)。根据本集团与其他独立第三方投资者订立之联合投资安排,本集团有权收取剧集F出售事项代价之60%(包括投资收入分成及宣传发行服务费)。

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