



腾讯加大影视内容投入，视频平台发力东南亚

投资要点

- **行情回顾：**上周，传媒板块表现较好，上涨 4.61%，跑输创业板 0.20 个百分点（创业板指上涨 4.80%）；跑输市场 0.29 个百分点（沪深 300 上涨 4.90%）。
- **电影：**博纳影业联手阿里影业推出三部国庆献礼影片，腾讯影业与华录百纳、幸福蓝海等达成战略合作。《烈火英雄》《决胜时刻》和《中国机长》三部国产影片揭开面纱，影片由博纳影业、阿里影业出品。腾讯影业宣布与猫眼娱乐、腾讯音乐娱乐集团、大白小黑、华录百纳、江苏广电集团幸福蓝海等 5 家达成战略合作。启动新文创新人计划，与亦星文化、同人星光开启创新选角合作。腾讯集团首席运营官任宇昕表示，未来腾讯将继续加大在影视内容上的投入。
- **电视剧：**爱奇艺和腾讯加力拓展海外市场。爱奇艺与马来西亚 Astro 大马控股宣布双方在内容发行领域达成战略合作。在此前单片发行合作的基础上，Astro 将引入更多爱奇艺优质内容，未来爱奇艺更多剧集、综艺、电影等优质内容将通过 Astro 平台发行至马来西亚。同时，爱奇艺将在 Astro 上设立爱奇艺品牌频道，整合播出爱奇艺多元优质内容。腾讯日前在泰国推出了视频流媒体服务 WeTV，以拓展东南亚市场。这是腾讯首次在海外市场推出该服务。WeTV 将提供来自腾讯企鹅影视的泰国配音的中文原创内容，以及与当地合作伙伴创建的内容。此前，腾讯已经在泰国推出了音乐流媒体服务 JOOX 和手游版 PUBG。
- **综艺：**互联网综艺获投资方青睐。过去几年，以伊利和蒙牛为代表的乳制品是我国综艺节目冠名的一大势力，手机品牌的广告投放也不容小觑，OPPO 和 Vivo 最近几年冠名了不少头部综艺节目。此外，如一叶子、韩束、韩后等美妆品牌，加多宝、农夫山泉等饮料品牌，立白等日化品牌也都或多或少地冠名了一些综艺节目，除了冠名之外，互联网企业参与的更加深入，尤其是短视频平台更是在 2018 年频繁登上各大综艺节目，也备受广告主关注。
- **游戏：**App Annie 发布《游戏移动市场报告》：2018 年，游戏占 App 用户总使用时长的 10%，2 年增长率为 30%。年流水超 500 万美元的游戏数量从 2016 年的 1200 款增至 2018 年的 1900 款，截至 2019 年第一季度，该指标已接近 500 款。中国游戏用户支出 2 年增长率为 105%，是目前全球最大的游戏市场。
- **体育：**2019 全球电竞运动领袖峰会启幕召开，《王者荣耀》与英超冠军曼城足球俱乐部达成合作。6 月 20 日，2019 全球电竞运动领袖峰会暨腾讯电竞年度发布会在海南博鳌亚洲论坛国际会议中心举行，《王者荣耀》公布了接下来的发展方向：1) 以电子竞技为载体助力中国文化的出海交流；2) 在国内深入城市，以电竞的力量助力打造城市数字文化的电竞名片、打造城市新文创标杆。
- **投资要点：**建议关注出版板块，如南方传媒（601900）；电影领域的中国电影（600977）；游戏领域的完美世界（002624），体育领域的当代明诚（600136）。
- **风险提示：**相关政策收紧风险；业务整合或不及预期的风险；纸价上行风险；新业务开展不及预期风险；电影票房不及预期风险；进口影片数量不及预期风险；游戏上线时间不及预期风险；融资成本上行的风险。

西南证券研究发展中心

分析师：刘言

执业证号：S1250515070002

电话：023-67791663

邮箱：liuyan@swsc.com.cn

联系人：杭爱

电话：010-57758568

邮箱：ha@swsc.com.cn

联系人：张闻宇

电话：021-58351917

邮箱：zwy@swsc.com.cn

行业相对指数表现



数据来源：聚源数据

基础数据

股票家数	154
行业总市值(亿元)	14,714.77
流通市值(亿元)	14,660.02
行业市盈率 TTM	28.68
沪深 300 市盈率 TTM	12.5

相关研究

1. 影视传媒行业周报 (0609-0615)：八佰爆款可期，上海着力打造“电竞之都” (2019-06-16)
2. 影视传媒行业周报 (0602-0608)：剧情短视频正当时，中国将举办 2023 亚洲杯 (2019-06-10)
3. 影视传媒行业周报 (0526-0601)：暑期档拉开序幕，全球最大体育娱乐公司将上市 (2019-06-03)

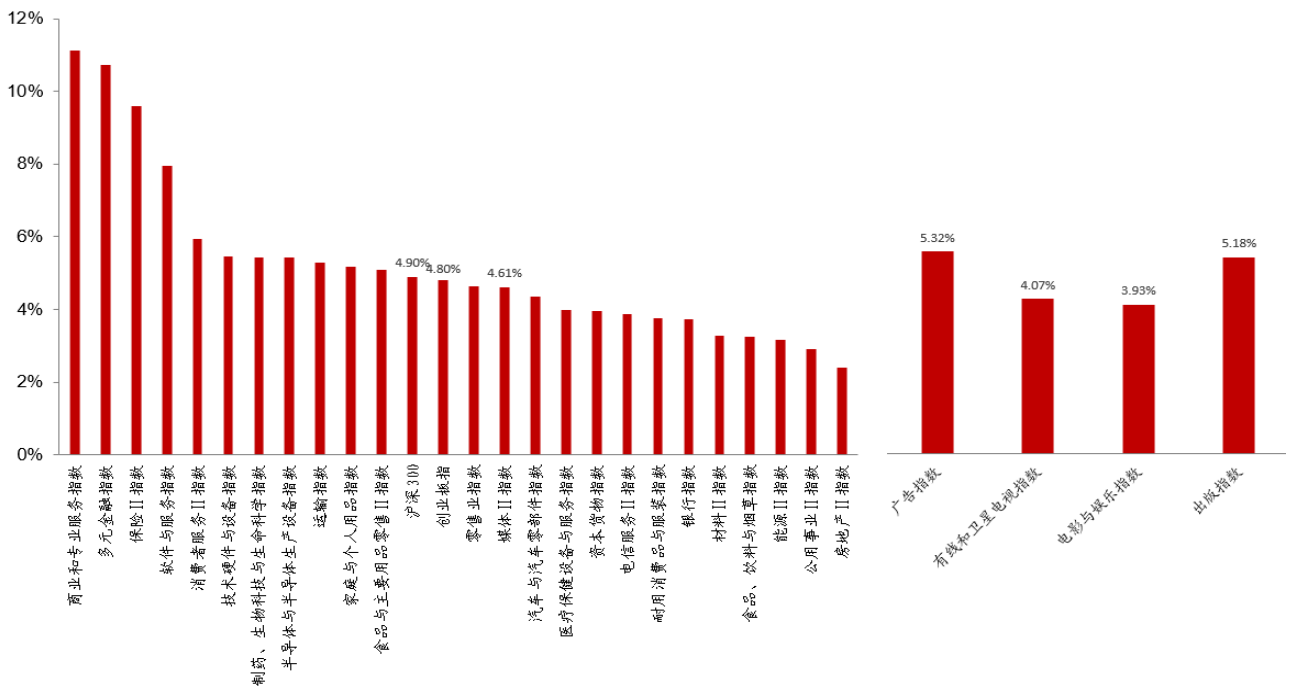
1 上周行情回顾

分析周期为 2019 年 6 月 16 日 (周日) -2019 年 6 月 22 日 (周六)。

上周, 传媒板块表现较好, 上涨 4.61%, 跑输创业板约 0.20 个百分点 (创业板指上涨 4.80%); 跑输市场约 0.29 个百分点 (沪深 300 上涨 4.90%)。

从子行业的情况来看, 广告指数上涨 5.32%, 有线和卫星电视指数上涨 4.07%, 电影与娱乐指数上涨 3.93%, 出版指数上涨 5.18%。

图 1: 上周行情回顾



数据来源: Wind, 西南证券整理

2 电影市场

上周 (2019 年 6 月 16 日-2019 年 6 月 22 日) 单周票房为 6.6 亿元, 其中《黑衣人: 全球追缉》上周票房 1.3 亿元, 占上周总票房的 20%, 猫眼电影对其总票房的预测为 3.1 亿元 (2019 年 6 月 23 日), 上周票房主要由《黑衣人: 全球追缉》、《千与千寻》构成。

表 1: 上周含服务费票房情况 (单位: 万元)

排名	电影名称	上周票房	累计票房	上线天数	部分相关公司
1	黑衣人: 全球追缉	13461	26916	9	美国哥伦比亚影片公司、腾讯影业文化传播有限公司
2	千与千寻	12921	14856	2	日本吉卜力工作室、中国电影股份、北京光线影业
3	最好的我们	7419	36672	17	中国电影股份、北京合瑞影业、微峰 (上海) 娱乐、天津猫眼微影、爱奇艺影业
4	玩具总动员 4	5717	6909	2	皮克斯动画工作室、华特迪士尼影业集团、中国电影股份

排名	电影名称	上周票房	累计票房	上线天数	部分相关公司
5	哥斯拉2: 怪兽之王	5683	89773	23	美国传奇影片公司、美国华纳兄弟影片公司、 中国电影股份 、华夏电影发行有限责任公司
6	绝杀慕尼黑	4028	5519	10	俄罗斯尼基塔·米哈尔、俄罗斯第一频道、俄罗斯中央合作影业、华夏电影发行有限责任公司
7	追龙II	3022	29085	17	银都机构、北京博纳影业、星王朝有限公司、 阿里巴巴影业
8	妈阁是座城	2448	4417	9	荣信达(上海)文化发展有限公司、博纳影业集团、 北京文化
9	X战警: 黑凤凰	2391	40121	17	美国二十世纪福斯电影公司、美国漫威影业公司、 中国电影股份 、华夏电影发行有限责任公司
10	阿拉丁	1358	36648	30	华特迪士尼影业集团、 中国电影股份

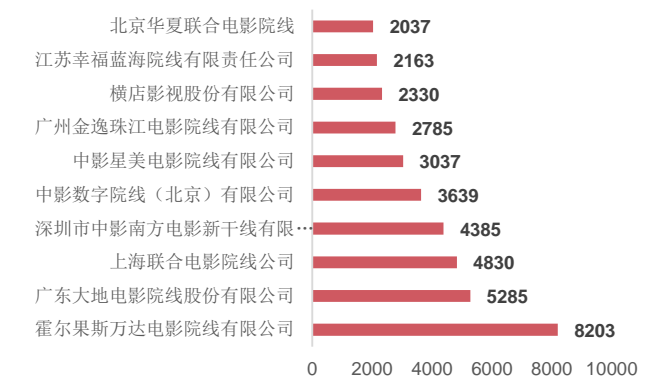
数据来源: 猫眼电影, 西南证券整理

图 2: 上周票房构成情况



数据来源: 猫眼电影, 西南证券整理

图 3: 上周各院线票房情况 (万元)



数据来源: 猫眼电影, 西南证券整理

下周将新上映电影 10 部, 预计电影《少年的你》、《蜘蛛侠: 英雄远征》、《超级的我》等或将是下周票房的看点。

表 2: 下周待映电影情况 (仅统计猫眼想看人数超 1 万人的电影)

上映日期	电影名称	猫眼想看人数 (万人)	电影类型	主创人员	出品/联合出品公司	发行/联合发行公司
20190627	《少年的你》	59.2	爱情青春	周冬雨、易烱千玺	河南电影电视制作集团有限公司、拍拍文化传媒(无锡)	天津联瑞影业有限公司、联瑞(上海)影业
20190628	《蜘蛛侠: 英雄远征》	43.4	动作冒险	汤姆·赫兰德、杰克·吉伦哈尔	美国哥伦比亚影片公司	华夏电影发行有限责任公司、 中国电影股份有限公司北京电影发行分公司
20190628	《超级的我》	2.3	奇幻冒险	王大陆、宋佳	黑蚂蚁(上海)影业有限公司、和和(上海)影业有限公司	白马(上海)影视发行有限公司

数据来源: 猫眼电影, 西南证券整理

电影行业相关新闻

6月20日,中国电影家协会在第二十二届上海国际电影节上发布《2019中国电影产业研究报告》。《报告》对2018年电影产业发展现状、电影投融资、电影产品、电影制片、电影院线与影院经营、电影市场与票房等领域给予梳理和分析。报告认为:

1) 合力遏制天价片酬有效:2018年6月,政府部门要求影视行业严格落实限制片酬比例;此后8月,行业协会发表声明,着力营造良好的影视文化创作氛围。在规范引导、行业加强自律、各方协同综合治理下,遏制明星片酬过高、影视制作浮躁之风取得明显成效。

2) 中国电影市场有领跑趋势,主要体现在以下几个方面:①中国是全球票房增长最快的国家,2018年中国全年总票房610亿元人民币(约合90亿美元),增幅9%,同比之下,韩国增幅8.1%、北美增幅7.4%、英国下降20.2%、德国下降14.9%、日本下降2.7%。②中国银幕数量增长幅度快速,2018年中国银幕总数达60079块,增长18.3%,影院数量11031家,同比增长16.1%,3D银幕数53470块,同比增长22.1%,中国银幕覆盖人口2.3万人,同比之下美国为0.8万人、英国1.6万人、韩国1.8万人、德国1.7万人、日本3.6万人。③中国人观影习惯正在形成,2018年中国电影观影人次17.2亿,同比增长5.9%,年均观影人次1.2次,同比增长5%,同比之下,韩国观影人次4.2、北美3.6、日本1.3、德国1.0。④中国电影票仍是价格最低的国家之一,2018年中国电影平均票价35.5元人民币(约合5.2美元),同比之下,日本为11.9美元、德国10.4美元、北美9.1美元、韩国7.5美元。

3) 新锐导演作品占半壁江山:2018年我国生产电影故事片902部,产量居全球前三。2018年票房排名前十的影片中,有的是导演处女作,有的为新生代导演作品,此外,不少文艺片也出自新生代导演,相比于2017年,新生代创作者在2018年发展更加多元。

4) 中国观众日趋成熟理性:针对资本青睐并砸重金的古装、大IP、大制作的电影在2018年票房中的频频失利,随着中国观众获取影片信息渠道的增加,常规的宣传营销对观众的影响力开始减弱,口碑和内容质量成为影片成败的决定因素之一,表明中国观众日趋成熟和理性。针对3D电影贬值现象,《报告》指出,单纯靠高新技术吸引观众走进影院的套路已经过去时,观众更看重的是内容品质,投资商如果盲目大规模配置投入3D设备,不仅无法提升市场效率,还可能加重影院负担,增加亏损。针对影院初现“关闭潮”,《报告》认为,主要原因在于影院布局不均衡,区域内竞争白热化;影院房租上涨太快,成本压力增大;地产商觊觎影院生意,对一些票房好又有影响和品牌价值的影院,租约到期后直接收回、不再续租等。(猫眼电影)

6月19日,博纳影业联手阿里影业推出三部国庆献礼影片。“中国骄傲三部曲”发布会今日在上海国际电影节期间举行,《烈火英雄》《决胜时刻》和《中国机长》三部国产影片首次揭开面纱,片方希望以此献礼新中国成立七十周年。影片由博纳影业、阿里影业出品。《决胜时刻》将于9月12日上映;《烈火英雄》将于今年8月1日建军节上映;《中国机长》将于9月30日上映。(中证网)

6月19日,腾讯影业与华录百纳、幸福蓝海等达成战略合作。腾讯影业日前宣布与猫眼娱乐、腾讯音乐娱乐集团、大白小黑、华录百纳、江苏广电集团幸福蓝海等5家行业伙伴达成战略合作;并启动了新文创新人计划,与亦星文化、同人星光开启创新选角合作。腾讯集团首席运营官任宇昕表示,未来,腾讯将继续加大在影视内容上的投入。(上证报)

3 电视剧行业

上周(6月16日-6月22日),新媒体方面,播映指数排名前五的作品依次是:《少年派》(播映指数86)、《带着爸爸去留学》(播映指数77)、《大宋少年志》(播映指数75.2)、《破冰行动》(播映指数69)、《我的真朋友》(播映指数60.8)。《少年派》凭借播映指数86位列电视剧周播榜第一名;《带着爸爸去留学》以播映指数77位列电视剧周播榜第二名、《大宋少年志》以播映指数75.2位列第三。

表3: 上周电视剧网播量情况(前五)

排名	剧名	播映指数	上周播放量(亿)	累计播放量(亿)	上线天数	播放平台	相关公司
1	少年派	86	7.0	11.5	13	湖南卫视、优酷、爱奇艺、芒果TV、腾讯	蓝恐龙影业、霍尔果斯贰零壹陆影业、快乐阳光互动娱乐
2	带着爸爸去留学	77	5.3	6.6	10	浙江卫视、东方卫视、优酷、爱奇艺、腾讯	启蒙影业、上海文化广播影视、锐艺多吉、浙广集团、腾讯计算机系统、爱奇艺
3	大宋少年志	75.2	0.9	2.8	19	爱奇艺	欢乐源泉影视传媒、爱奇艺
4	破冰行动	69	-	-	47	CCTV-8 电视剧、爱奇艺	北京欢乐源泉影视传媒有限公司
5	我的真朋友	60.8	1.5	19.3	35	腾讯	霍尔果斯华视娱乐、浩瀚星盘影视、文投艺达、优酷信息技术

数据来源: 艺恩数据, 西南证券整理(不含优酷、爱奇艺播放量)

传统电视台方面,上周,tvttv.hk的数据显示,6月16日-20日排名为:《少年派》(湖南卫视)(平均收视率1.48%)、《我要和你在一起》(江苏卫视)(平均收视率1.31%)、《带着爸爸去留学》(上海东方卫视)(平均收视率1.28%)、《带着爸爸去留学》(浙江卫视)(平均收视率0.91%)、《破冰行动》(北京卫视)(平均收视率0.86%)。

表4: 上周电视剧收视率情况

排名	剧名/播放平台	平均收视率	相关公司
1	少年派(湖南卫视)	1.48%	蓝恐龙影业、霍尔果斯贰零壹陆影业、快乐阳光互动娱乐
2	我要和你在一起(江苏卫视)	1.31%	北京府佑影业、东阳国文影业、幸福蓝海传媒
3	带着爸爸去留学(上海东方卫视)	1.28%	启蒙影业
4	带着爸爸去留学(浙江卫视)	0.91%	启蒙影业
5	破冰行动(北京卫视)	0.86%	北京欢乐源泉影视传媒有限公司

数据来源: TVTTV.hk, 西南证券整理

网络剧方面,上周(6月16日-6月22日),播映指数排名前五的作品依次是:《白发》(播映指数79.1)、《动物管理局》(播映指数75)、《暗恋橘生淮南》(播映指数70.9)、《怒海潜沙&秦岭神树》(播映指数68.2)、《陪你到世界之巅》(播映指数67.5)。

表 5: 上周网络剧网播量情况

排名	剧名	播映指数	上周播放量 (亿)	累计播放量 (亿)	上线天数	播放平台	相关公司
1	白发	79.1	4.2	21.6	39	腾讯	上海耀客传媒
2	动物管理局	75	-	-	18	爱奇艺	工夫影业无锡、无锡天工影业
3	暗恋橘生淮南	70.9	1.0	2.1	13	腾讯	腾讯企鹅影视、腾飞影业
4	怒海潜沙&秦岭神树	68.2	5.3	13.4	17	腾讯	腾讯企鹅影视、霍尔果斯五光十色影业、欢瑞世纪
5	陪你到世界之巅	67.5	3.7	9.1	14	芒果	上海光达影视、霍尔果斯观达影视、快乐阳光互动娱乐

数据来源: 艺恩数据, 西南证券整理 (不含优酷、爱奇艺播放量)

电视剧行业上周重要公告/新闻

影视题材撞车, 高品质作品想要达到最优播出效果除了内容质量, 播出时机和差异化宣传也尤为重要。对于同一题材影视剧在一些核心要素表现方面不免出现撞车, 此时播出顺序便显得尤为重要, 如高中学习类题材《少年派》与《小欢喜》, 体育竞技类题材《全职高手》与《陪你到世界之巅》, 《乒乓》与《追球》, 《网球少年》与《我的盖世英雄》等。撞车对于优质作品而言: **1) 同场竞技, “先入为主”非常重要。**很多观众受到“先入为主”的影响, 对稍晚播出的撞车作品带有一定“偏见”, 且在粉丝网络讨论环境中, 这种“偏见”更明显, 甚至带动形成舆论攻击, 对后播出作品非常不利, 因此撞车作品的播出时机非常关键。**2) 当品质不是制胜法宝, 宣发差异化成“共赢”关键。**在行业作品内容质量整体提升的大环境下, 内容品质并非百发百中的制胜法宝。此时对不具备专业表演知识的普通观众而言, 同类题材作品无较大差异, 只有通过差异化的宣传, 才会在他们心目中建立差异化的形象。(网视洞察)

根据上海国际电影节互联网影视峰会发布的《2019 年度视听新媒体蓝皮书》, 用户时代下, 付费看剧、先网后台、抱团联播及社交型追剧这四大现象正逐渐成为网络剧市场的新风向。网剧的市场地位正在持续攀升, 据统计截止至 5 月, 2019 年网剧上线 104 部, 超过电视剧的 68 部。另外, 网剧的影响力也已经比肩电视剧, 如已“出圈”的《破冰行动》, 及圈层爆款《东宫》、《鬼吹灯之怒晴湘西》等, 都引发了极高关注度。在用户时代的驱动下, 网剧市场正在逐渐形成一个新生态:

1) 用户规模不断扩大, 付费看剧正当时。据《2019 年度视听新媒体蓝皮书》, 2018 年网络视听用户规模为 7.25 亿, 网民使用率达 87.5%; 网络视频付费会员规模已超 2.3 亿, 占比超 32%; 付费内容收入占比已达 34.5%。

2) “先网后台”模式日渐普遍, 网剧影响力逐渐扩大。随着投资规模增大、专业团队入局, 网剧精品化趋势明显, 伴随视频用户年龄层的逐步扩大, 网剧影响力递增, “先网后台”已较为常见, 如《你好, 旧时光》《天坑鹰猎》《如懿传》《延禧攻略》《破冰行动》等多部网剧都反向输出至卫视。

3) 互联网平台“抱团联播”寻求合作共赢。各视频平台除了发力差异化外, 也开始寻求合作。自 2015 年《大侠黄飞鸿》开创联播模式的先河, 近年来网剧联播持续增多, 2016

和 2018 年分别达为 5 部和 9 部，2019 年 H1 已达 15 部之多。此外合作方式已经开始延伸至产业链前端，如《黄金瞳》《皓镧传》皆为腾讯与爱奇艺联合出品。

4) “社交型追剧”成流行，立住人设是剧集关键。年轻群体消费力量日增，他们在一部剧中看重的是人设的真实性、共鸣感以及吸引力等，因此故事虽然重要，但人设才是最后能够让人记住的因素。

今日头条推出“联合制片人”计划；电视剧版《三体》备案公示。日前，今日头条宣布推出联合制片人计划，提供价值 10 亿元的流量支持联合制片人对短视频内容的商业化，并将在母公司字节跳动产品中展开联动宣传。目前今日头条已与非虚构原创短视频制作方 Aha 视频和自媒体新世相等达成合作，将在 2019 年推出明星访谈节目《恋爱时光餐厅》《我在宫里做厨师》《人生牌局》等多款短视频节目；据全国拍摄制作电视剧公布 5 月备案公示，改编自刘慈欣同名小说的《三体》在列。报备机构是上海游族文化传媒，预备 19 年 9 月开拍，拍摄 24 集。(艺恩网)

爱奇艺和腾讯加力拓展海外市场。据 6 月 17 日消息，爱奇艺与马来西亚 Astro 大马控股有限公司共同宣布双方在内容发行领域达成战略合作。在此前单片发行合作的基础上，Astro 将引入更多爱奇艺优质内容，未来爱奇艺更多剧集、综艺、电影等优质内容将通过 Astro 平台发行至马来西亚。同时，爱奇艺将在 Astro 上设立爱奇艺品牌频道，整合播出爱奇艺多元优质内容。**腾讯日前在泰国推出了视频流媒体服务 WeTV，以拓展东南亚市场。**这也是腾讯首次在海外市场推出该服务。WeTV 将提供来自腾讯企鹅影视的泰国配音的中文原创内容，以及与当地合作伙伴创建的内容。此前，腾讯已经在泰国推出了音乐流媒体服务 JOOX 和手游版 PUBG。(36 氪、TechWeb)

4 综艺行业

上周(6月16日-6月22日)综艺节目播映指数排名前五的作品依次是：《向往的生活第三季》(播映指数 67.5)、《极限挑战第五季》(播映指数 66.5)、《奔跑吧兄弟第三季》(播映指数 66)、《快乐大本营》(播映指数 56.2)、《我家那小子第二季》(播映指数 55.3)。

表 6：上周电视综艺网播量情况

排名	综艺名称	播映指数	本周播放量(亿)	累计播放量(亿)	上线天数	播放平台	相关公司
1	向往的生活第三季	67.5	1.5	13.9	59	芒果 TV	湖南卫视节目中心
2	极限挑战第五季	66.5	1.4	9.0	42	腾讯	上海广播、东方卫视
3	奔跑吧兄弟第三季	66	1.6	10.4	58	腾讯	浙江卫视、爱奇艺、腾讯、优酷
4	快乐大本营	56.2	0.8	7.8	169	湖南卫视、芒果 TV	-
5	我家那小子第二季	55.3	0.9	20.7	52	芒果 TV	大千影视、湖南广播电视台

数据来源：艺恩数据，西南证券整理；注：不含爱奇艺、优酷播放量

上周(6月16日-6月22日)网综播映指数排名前五的作品依次是：《这!就是街舞》(播映指数 72.1)、《乐队的夏天》(播映指数 67.3)、《我们是真正的朋友》(播映指数 63.9)、《密室大逃脱》(播映指数 62.8)、《中国新说唱第二季》(播映指数 62.6)。《这!就是街舞》上周以播映指数 72.1 位列第一；《乐队的夏天》上周以播映指数 67.3 位列第二。

表 7: 上周网综网播量情况

排名	综艺名称	播映指数	本周播放量 (亿)	累计播放量 (亿)	上线天数	播放平台	相关公司
1	这!就是街舞	72.1	-	-	36	优酷	优酷信息技术、浙江天猫技术、巨匠文化传媒
2	乐队的夏天	67.3	-	-	29	爱奇艺	爱奇艺、米未传媒
3	我们是真正的朋友	63.9	0.6	4.2	45	腾讯	腾讯
4	密室大逃脱	62.8	1.8	19.8	85	芒果 TV	芒果 TV
5	中国新说唱第二季	62.6	-	-	9	爱奇艺	爱奇艺

数据来源: 艺恩数据, 西南证券整理, 注: 不含爱奇艺、优酷播放量

综艺行业上周重要新闻

综艺影视化: 剧场走向舞台、短片演绎风靡。近年综艺里的剧情演绎十分盛行, 以小剧场小故事的形式诠释综艺内容, 正在成为综艺创作中的一大重要表现形式, 如《演员的诞生》《国家宝藏》《幻乐之城》《上新了·故宫》《一本好书》等。影视演绎被搬上综艺荧屏, 在不同类型的综艺里承担着不同的节目效果, 如竞技真人秀节目中呈现出的是偏向于无厘头、荒诞的喜剧形式; 演技类主要凸显专业, 是内容组成必备; 文博类则具有增添趣味, 丰富呈现形式的效果; 儿童成长类则可唤醒童心, 贴近目标群体。总体来看目前综艺的情景戏剧化趋势明显, 倾向以故事化的包装来展现不同的主题作品。然而在综艺行业不断追求精品化形式下, 结合影视演绎的综艺在投入与产出比上往往并不十分可观, 对内容生产者以及平台运营者而言, 在押注此类综艺时, 也还需量力而行。

综艺场背后热闹非凡, 互联网综艺获投资方青睐。2019 年综艺大战如火如荼, 综艺背后的投资方也很有看点。过去几年, 以伊利和蒙牛为代表的乳制品是我国综艺节目冠名的一大势力, 例如伊利近年来冠名综艺的就有《奔跑吧兄弟》第二、四季、《奔跑吧》第 1-3 季、《我是歌手》第四季、《歌手》2017-2019、《爸爸去哪儿》第二、三季、《妻子的浪漫旅行》第二季、《我们是真正的朋友》等, 且近两年随着网综崛起, 也开始和爱奇艺和腾讯视频有所合作。手机品牌的广告投放也不容小觑, **OPPO 和 Vivo 最近几年冠名了不少头部综艺节目**, 整体上已经涵盖了市场上大部分主流台综和网综, 从《极限挑战》《王牌对王牌》《演员的诞生》《快乐大本营》《天天向上》到《热血街舞团》《中国新说唱》《创造 101》, 都能看到这两大手机品牌的身影。此外, **如一叶子、韩束、韩后等美妆品牌, 加多宝、农夫山泉等饮料品牌, 立白等日化品牌也都或多或少地冠名了一些综艺节目**, 也有不少押中爆款。不过随着这些头部品牌效应已经形成, 在广告营销方面的动力和预算都面临着下降的风险, 而互联网作为这几年风口产业, 尤其是短视频和知识付费更是风口中的风口, 在获得资本大量支持下, 在广告投放上面也开始逐步参与综艺节目冠名的角逐之中。除了冠名之外, 在其他合作方式上, 互联网企业则参与的更加深入, 尤其是作为长视频补充的短视频平台更是在 2018 年频繁登上各大综艺节目, 也备受广告主关注。另外, 近两年互联网的入场, 在一定程度上削减了老金主离场和降价带来的痛苦, 且在 2018 年的行业风暴后, **综艺节目在嘉宾费用方面可以进行适当压缩, 这在一定程度上缓解了综艺节目制作方的压力。**

5 游戏行业

上周(2019年6月16日-2019年6月22日),在手游端,截至2019年6月22日,IOS畅销榜排名前十的分别是《王者荣耀》、《和平精英》、《梦幻西游》、《火影忍者》、《一拳超人:最强之男》、《完美世界》、《拉结尔》、《剑网3:指尖江湖》、《率土之滨》、《大话西游》。与上周相比较,前十名名单中,新增《火影忍者》、《一拳超人:最强之男》、《拉结尔》;《QQ飞车》、《明日方舟》、《一起来捉妖》、《放置奇兵-全球通服放置类游戏》跌出前十名。

表 8: IOS 畅销榜变化

2019年6月16日		2019年6月22日	
名称	排名	名称	排名
王者荣耀	1	王者荣耀	1
和平精英	2	和平精英	2
梦幻西游	3	梦幻西游	3
完美世界	4	火影忍者	4
明日方舟	5	一拳超人:最强之男	5
QQ飞车	6	完美世界	6
剑网3:指尖江湖	7	拉结尔	7
一起来捉妖	8	剑网3:指尖江湖	8
率土之滨	9	率土之滨	9
大话西游	10	大话西游	10

数据来源: APP Annie, 西南证券整理

在页游端,上周开服排行榜前十的分别是《灭神》、《龙权天下》、《蓝月传奇》、《传奇霸业》、《传奇世界》、《武动苍穹》、《乱斗乾坤》、《猛将天下》、《武林3》、《笑傲仙侠》。

表 9: 页游周开服数量排行榜前十名变化

2019年6月9日至2019年6月15日		2019年6月16日至2019年6月22日	
名称	周开服数量(组)	名称	周开服数量(组)
灭神	352	灭神	342
龙权天下	236	龙权天下	224
蓝月传奇	183	蓝月传奇	187
传奇霸业	152	传奇霸业	157
传奇世界	148	传奇世界	154
武动苍穹	141	武动苍穹	144
乱斗乾坤	128	乱斗乾坤	129
武林3	119	猛将天下	118
猛将天下	117	武林3	115
笑傲仙侠	102	笑傲仙侠	108

数据来源: 9K9K, 西南证券整理

游戏行业上周重要公告/新闻

中文传媒与动视暴雪终止《使命召唤》项目合作。2019年6月18日，中文传媒发布公告称与动视暴雪合作终止。二者曾于2017年3月17日签订《软件开发及联合发行协议》，动视暴雪作为《Call of Duty:使命召唤》的制作发行方，将版权授权给中文传媒控股子公司智明星通，双方将以此款IP为基础，共同开发运营一款手游产品。据终止协议公告称，自《Call of Duty:使命召唤》游戏项目组成立以来，该游戏在2019年4月便开始在英国、新加坡等多个国家进行公测，虽然项目组通过优化游戏核心技术引擎、完善游戏玩法和美术设计等方式对游戏版本不断更新和优化，但游戏的表现一直未达到双方满意程度。

《使命召唤》是由动视暴雪于2003年最初制作发行的FPS游戏系列，该系列已发布正式作品至第十五部。5月31日，动视正式公布了今年《使命召唤》系列新作——《使命召唤16：现代战争》的首支预告片预计将于10月25日正式发售。对于此次合作协议的终止，智明星通表示不会对公司的经营业绩和未来发展规划造成影响。

图4：《使命召唤16：现代战争》海报



数据来源：公司官网，西南证券整理

App Annie 发布《游戏移动市场报告》，2018年年流水超500万美元的手游超1900款。6月21日，App Annie发布了《游戏移动市场报告：2019年及未来将出现强劲增长》。报告数据显示，2018年，游戏占App用户总使用时长的10%，2年增长率为30%，多玩家跨平台游戏增长迅猛。年流水超过500万美元的游戏数量从2016年的1200款增至2018年的1900款，截至2019年第一季度，该指标已接近500款。中国游戏用户支出2年增长率为105%，是目前全球最大的游戏市场。此外，报告显示游戏发行商数量不断增加，而发行商收入分布呈现较大差异。其中，泰国的收入相对集中度最高，其次是日本、韩国，而美国、欧洲等西方市场较为成熟，各家发行商获利机会平均，收入集中度偏低。

知名日漫IP改编手游《一拳超人：最强之男》上线8小时登顶App Store免费榜。6月19日，由知名日漫IP《一拳超人》正式授权的改编手游《一拳超人：最强之男》正式开启不删档测试。该款游戏由玩蟹科技研发，天马时空担任发行商，同时由日本集英社领衔制作委员会担任监修工作。上线当日，该款游戏仅8小时便登顶App Store免费榜。《一拳超人：最强之男》是业内少有的由顶级日漫IP加持的产品，采取了相对成熟的卡牌玩法。其中大部分玩法的设计直观易懂，用户认知成本较低，包括点击图标释放技能、普通攻击积攒能量等，有助于触及更多潜在客户；在正式上线前，《一拳超人：最强之男》曾成功斩获第十三届金翎奖“玩家最期待的移动网络游戏”奖项。

图 5:《一拳超人:最强之男》不删档测试宣传海报



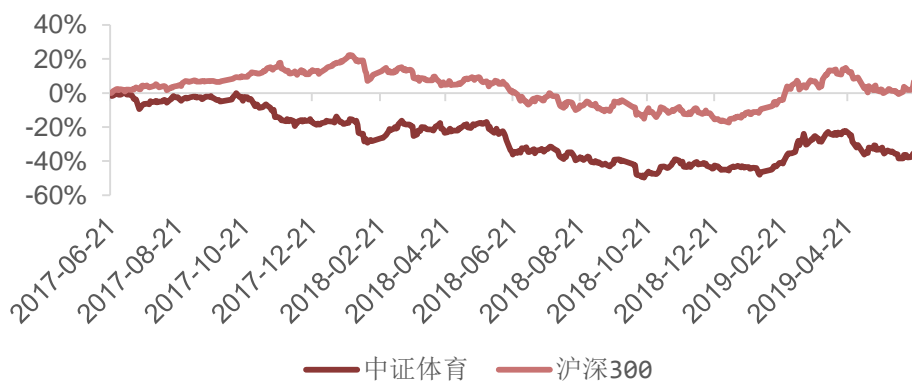
数据来源: 公司官网, 西南证券整理

6 体育行业

板块表现

上周, 中证体育指数 (399804) 上涨 7.81%, 沪深 300 指数上涨 4.90%, 中证体育指数相对于沪深 300 指数上涨 2.91%。

图 6: 相对沪深 300 指数表现



数据来源: Wind, 西南证券整理

产业要闻

2019 全球电竞运动领袖峰会启幕召开,《王者荣耀》与英超冠军曼城足球俱乐部达成合作。6月20日,2019全球电竞运动领袖峰会暨腾讯电竞年度发布会在海南博鳌亚洲论坛国际会议中心举行,《王者荣耀》在会上公布了接下来的发展方向:一是以电子竞技为载体助力中国文化的出海交流;二是在国内深入城市,以电竞的力量助力打造城市数字文化的电竞名片、打造城市新文创标杆。

同时,《王者荣耀》官方为英超卫冕冠军定制了曼城专属的游戏内道具“回城特效”。此外,曼城足球俱乐部将会在 KOC 全国总冠军诞生之后,邀请城市赛总冠军队伍前往曼彻斯特参观交流,感受当地城市的体育文化氛围。而城市赛官方也会携中国城市特色礼物或中国文化艺术作为回馈,完成彼此间的文化交流。

图 7: 2019 全球电竞运动领袖峰会暨腾讯电竞年度发布会宣传海报



数据来源: 公司官网, 西南证券整理

上港集团宣布顾金山出任上港集团党委书记, 陈戌源赴中国足协担任换届筹备组组长。6月19日, 上海国际港务(集团)股份有限公司召开干部大会, 宣布顾金山出任上港集团党委书记。顾金山目前任市政府副秘书长, 曾任上海市市政工程研究院院长、党委副书记, 市建委建设规划处处长、建设规划和科教处处长, 市水务局副局长, 市城市建设投资开发总公司副总经理, 市水务局(市海洋局)局长、党组书记等职。上港集团是上海港公共码头运营商, 于2003年1月由原上海港务局改制后成立, 2006年10月26日在上交所上市, 是全国首家整体上市的港口股份制企业。此前, 中国足协于5月24日召开了执委会扩大会议, 宣布上港集团现任董事长陈戌源将作为中国足协换届筹备组组长负责拟定换届工作方案, 筹备召开中国足协代表大会。

国家发改委发布《关于全面推开行业协会商会与行政机关脱钩改革的实施意见》, 中国篮协等 68 家体育协会拟脱钩。6月18日, 国家发展改革委、民政部、中央组织部、中央编办等十部门联合印发了《关于全面推开行业协会商会与行政机关脱钩改革的实施意见》, 要求要按照“应脱尽脱”的原则全面推开脱钩改革, 凡是符合条件并纳入改革范围的行业协会商会, 都要落实“五分离、五规范”的要求。《实施意见》公布的《全国性行业协会商会脱钩改革名单》中, 中国台球协会、中国健美协会等 21 个业务主管单位为国家体育总局的协会状态为“已脱钩”。此外, 还有 68 个业务主管单位为国家体育总局的协会状态为“拟脱钩”, 其中包括中国篮球协会、中国排球协会、中国滑冰协会等奥运项目协会以及中国围棋协会、中国象棋协会等非奥项目协会。

361° 启动品牌重塑, 以求赋能消费者积极参与到体育运动中。6月18日, 361° 于香港举行品牌重塑发布会, 集团高级副总裁兼首席市场官朱敏捷先生向与会嘉宾详细讲解了 361° 品牌重塑计划的具体内容以及规划。首先从品牌维度, 集团将通过更多的营销活动来实现品牌理念的具象化, 以建立与消费者最直接的联结与沟通。其次从产品维度, 将赋予商品恰到好处的功能性、简约的设计感与国际级的品质, 满足入门消费者对运动商品功能属性的需求。作为品牌重塑的起点之一, 361° 表示将启动首个篮球进社区项目“Home Game”以触达篮球爱好者, 同时以此为基础, 将与合作伙伴共同推进篮球培训计划, 全面整合 NBA 资源, 为篮球爱好者特别是青少年提供去往美国篮球夏令营的机会

图 8: 361° 举行品牌重塑发布会



数据来源: 环球财富网, 西南证券整理

7 一周娱乐推荐

电影推荐

电影《少年的你》将于 6 月 27 日 (周四) 登陆内地影院。《少年的你》讲述一场高考前夕的校园意外, 改变了两个少年的命运。陈念 (周冬雨饰) 性格内向, 是学校里的优等生, 努力复习、考上好大学是高三的她唯一的念头。同班同学的意外坠楼牵扯出一连串不为人知的故事, 陈念也被一点点卷入其中。在她最孤独的时刻, 一个叫小北 (易烊千玺饰) 的少年闯入了她的世界, 大多数人的 18 岁都是明媚、快乐的, 而他们却在 18 岁这个夏天提前尝到了成人世界的漠然。一场秘而不宣的“战斗”正在上演, 他们将一起守护少年的尊严。该电影入围第 69 届柏林国际电影节新生代单元。

图 9: 《少年的你》宣传资料 1



数据来源: 时光网, 西南证券整理

图 10: 《少年的你》宣传资料 2



数据来源: 时光网, 西南证券整理

电视剧推荐

《神探柯晨》于6月22日起在爱奇艺播出，并于6月24日在北京卫视播出。是由黄志忠执导，黄志忠、李倩、吴刚、柳小海领衔主演的年代刑侦悬疑剧。剧集内容以民国时期为背景，讲述了天津警察局所遭遇的一系列疑点重重的案件后的故事。

图 11:《神探柯晨》宣传图 1



数据来源: 百度网页, 西南证券整理

图 12:《神探柯晨》宣传图 2



数据来源: 百度网页, 西南证券整理

综艺推荐

《我们长大了》于6月18日起腾讯视频独家上线。该节目是由腾讯视频出品，多晓萌担任制片人的全国首档原生二胎观察真人秀节目。节目邀请华少、马天宇姐弟、魏大勋、傅菁姐妹进入成长观察室，对四组性格迥异的兄弟姐妹进行无干预观察，通过还原家庭关系中萌娃间最本真的一面，唤起大家对于兄弟姐妹天然关系的向往。而于今日正式启动的“困境儿童关怀”公益项目，则致力于帮助边远地区困境儿童，以社会公益之力帮扶困境儿童。

图 13:《我们长大了》宣传资料 1



数据来源: 百度网页, 西南证券整理

图 14:《我们长大了》宣传资料 2



数据来源: 百度网页, 西南证券整理

游戏推荐

米哈游正式对外公开跨平台新游戏《原神》。《原神》是米哈游的首款开放世界游戏，有着完整的故事线，任务流程丰富且具有多样性，剧情中还有以动态的壁画形式展现的CG。游戏讲述的是极寒中苏醒的主人公遇到了精灵派蒙，并在她的引领下踏上了寻亲之旅，由玩家自由选择性别。6月21日是米哈游《原神》预定的首次限量测试日，从首测展现的游戏玩法来看，这款游戏更为重视单人游戏体验。

图 15: 《原神》首测宣传海报



数据来源：原神公众号，西南证券整理

图 16: 《原神》游戏角色安柏



数据来源：原神公众号，西南证券整理

8 投资建议

(1) 出版领域：出版领域部分营收由教材教辅贡献，具有抗经济周期的属性，目前纸价回稳，部分省教材提价，且受益于二胎政策的影响，学生数量、学生结构逐渐改善，市占率有提升空间，建议积极关注：中南传媒(601098)、凤凰传媒(601928)、山东出版(601019)、南方传媒(601900)。

(2) 电影领域：1) 公司电影发行业务具备政策壁垒，且2019年为进口片大年，后续仍有包括《蜘蛛侠：英雄远征》《爱宠大机密》《狮子王》等进口片；2) 受益于鼓励影院建设的新政策，公司影视器材销售业务在2019、2020年或迎来高峰期；3) 公司出品的、在春节档上映的影片《流浪地球》票房超46亿元，《复仇者联盟4：终局之战》票房超42亿元，或为公司带来可观收益，建议关注中国电影(600977)。同时，关注暑期档影片：《少年的你》、《八佰》等带给院线及制片方的催化。

(3) 游戏领域：出品影视内容爆款频出，游戏端改手逻辑通顺，《完美世界》手游上线即登顶免费榜，IOS畅销榜排名及后续流水表现均稳定。建议关注完美世界(002624)。

(4) 体育领域，建议关注国内领先的体育版权运营商和营销服务商，产业资源丰富、版权矩阵完善的当代明诚(600136)。

分析师承诺

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，报告所采用的数据均来自合法合规渠道，分析逻辑基于分析师的职业理解，通过合理判断得出结论，独立、客观地出具本报告。分析师承诺不曾因，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获取任何形式的补偿。

投资评级说明

公司评级	买入：未来 6 个月内，个股相对沪深 300 指数涨幅在 20%以上
	增持：未来 6 个月内，个股相对沪深 300 指数涨幅介于 10%与 20%之间
	中性：未来 6 个月内，个股相对沪深 300 指数涨幅介于-10%与 10%之间
	回避：未来 6 个月内，个股相对沪深 300 指数涨幅在-10%以下
行业评级	强于大市：未来 6 个月内，行业整体回报高于沪深 300 指数 5%以上
	跟随大市：未来 6 个月内，行业整体回报介于沪深 300 指数-5%与 5%之间
	弱于大市：未来 6 个月内，行业整体回报低于沪深 300 指数-5%以下

重要声明

西南证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证券监督管理委员会核准的证券投资咨询业务资格。

本公司与作者在自身所知情范围内，与本报告中所评价或推荐的证券不存在法律法规要求披露或采取限制、静默措施的利益冲突。

《证券期货投资者适当性管理办法》于 2017 年 7 月 1 日起正式实施，本报告仅供本公司客户中的专业投资者使用，若您并非本公司客户中的专业投资者，为控制投资风险，请取消接收、订阅或使用本报告中的任何信息。本公司也不会因接收人收到、阅读或关注自媒体推送本报告中的内容而视其为客户。本公司或关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行或财务顾问服务。

本报告中的信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。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、价值及投资收入可升可跌，过往表现不应作为日后的表现依据。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，本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本报告仅供参考之用，不构成出售或购买证券或其他投资标的的要约或邀请。在任何情况下，本报告中的信息和意见均不构成对任何个人的投资建议。投资者应结合自己的投资目标和财务状况自行判断是否采用本报告所载内容和信息并自行承担风险，本公司及雇员对投资者使用本报告及其内容而造成的一切后果不承担任何法律责任。

本报告及附录版权为西南证券所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用须注明出处为“西南证券”，且不得对本报告及附录进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权刊载或者转发本报告及附录的，本公司将保留向其追究法律责任的权利。

西南证券研究发展中心**上海**

地址：上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 20 楼

邮编：200120

北京

地址：北京市西城区南礼士路 66 号建威大厦 1501-1502

邮编：100045

重庆

地址：重庆市江北区桥北苑 8 号西南证券大厦 3 楼

邮编：400023

深圳

地址：深圳市福田区深南大道 6023 号创建大厦 4 楼

邮编：518040

西南证券机构销售团队

区域	姓名	职务	座机	手机	邮箱
上海	蒋诗烽	地区销售总监	021-68415309	18621310081	jsf@swsc.com.cn
	黄丽娟	地区销售副总监	021-68411030	15900516330	hlj@swsc.com.cn
	张方毅	高级销售经理	021-68413959	15821376156	zfyi@swsc.com.cn
	王慧芳	高级销售经理	021-68415861	17321300873	whf@swsc.com.cn
	涂诗佳	销售经理	021-68415296	18221919508	tsj@swsc.com.cn
	杨博睿	销售经理	021-68415861	13166156063	ybz@swsc.com.cn
	丁可莎	销售经理	021-68416017	13122661803	dks@swsc.com.cn
北京	张岚	高级销售经理	18601241803	18601241803	zhanglan@swsc.com.cn
	路剑	高级销售经理	010-57758566	18500869149	lujian@swsc.com.cn
	刘致莹	销售经理	010-57758619	17710335169	liuzy@swsc.com.cn
广深	王湘杰	销售经理	0755-26671517	13480920685	wxj@swsc.com.cn
	余燕伶	销售经理	0755-26820395	13510223581	yyi@swsc.com.cn
	花洁	销售经理	0755-26673231	18620838809	huaj@swsc.com.cn
	孙瑶瑶	销售经理	0755-26833581	13480870918	sunyaoyao@swsc.com.cn
	陈霄 (广州)	销售经理	15521010968	15521010968	chenxiao@swsc.com.cn