

移动互联网单季用户数历史首降 《哪吒》破多项国漫记录

——光大传媒互联网周报 20190728

行业周报

◆ **中国移动互联网进入存量竞争时代**：QuestMobile 发布中国移动互联网 2019 半年大报告，报告显示中国移动互联网用户数与用户使用时长增速见顶。1) 中国移动互联网月度活跃设备规模触顶 11.4 亿，2019 年 Q2 用户规模单季度下降近 200 万，6 月份移动互联网用户规模同比增速下滑至 2.8%；2) 中国移动互联网用户人均单日使用时长同比增速亦大幅放缓；2019 年 6 月，用户日均使用移动互联网时长近 6 小时，增速放缓至 6.0%；3) 从结构上看，泛娱乐内容消费是用户时长增长的主要来源，前十类细分行业的用户时长增量占总增量的 122.3%，即意味着部分细分行业的用户时长被挤压；中国移动互联网正式进入存量竞争时代。

《哪吒之魔童降世》总票房于 7 月 28 日冲破 5 亿大关，打破多项国产动画票房纪录：周六单日票房破 2 亿，为内地动画电影单日票房新纪录；目前票房破 5 亿，超越《熊出没·原始时代》创造了国产动画电影首周票房和单周票房新纪录。《哪吒》的成功对于后续内容产业的投资具有较强的指导意义：1) 预计《哪吒》的总票房将打破动画电影票房的天花板，商业上的成功将有助于吸引资本流入，促进国漫产业发展；2) “IP 化”与“系列化”使得动画电影成为具有长期商业价值的内容形式，这一趋势在进口动画和国产动画上均已得到验证，IP 系列电影的票房持续走高，IP 的商业价值相应提高，但 IP 成本并不增加，带来更高的利润空间；3) 动漫和游戏在宇宙观建立、人物形象塑造上具有天然的相关性，未来通过“影游联动”有望实现 IP 商业价值的进一步扩张；例如国漫《我叫 MT》、日漫《火影忍者》均成功进行了游戏端改编；此外亦有游戏 IP《阴阳师》改编动漫的案例。

◆ **关注与投资建议**：中国移动互联网用户数与用户使用时长增速见顶，预计行业将进入存量竞争时代，我们推荐两条主线：**平台型互联网公司**和**细分内容领域冠军**。1) 平台型互联网公司：推荐**腾讯控股**（Q2《和平精英》、《完美世界手游》《权力的游戏手游》预计将推动游戏收入回暖；小程序生态迅速成长，或带来广告、电商的增量收入空间）；**猫眼娱乐**（打造全文娱“猫爪模型”）；2) 细分内容领域冠军：推荐**光线传媒**（旗下动漫彩条屋影业预计今年还将有《姜子牙》《凤凰》《墨多多谜境冒险》上映）、**芒果超媒**（中报业绩增速超预期，下半年 S 级综 N 代《妻子的浪漫旅行 3》、《明星大侦探 5》、《女儿们的恋爱 2》将巩固公司在情感、观察、侦探类综艺中的地位）。

◆ **A 股及海外中概传媒公司交易回顾**。1) 上周（2019 年 7 月 22 日至 2019 年 7 月 26 日），传媒（中信）指数（-0.71%）在 29 个指数涨跌幅中排名第 23。2) A 股涨幅前三：中信出版（+8.50%）、读者传媒（+7.03%）、视觉中国（+6.72%）；跌幅前三：世纪华通（-10.16%）、新华文轩（-9.50%）、中广天择（-9.22%）；3) 美股中概涨幅前三：搜房网（+7.79%）、中网在线（+7.59%）、途牛（+6.35%）；4) 港股传媒互联网涨幅前三：美图公司（+16.59%）、中国有赞（+10.11%）、金山软件（+9.34%）。

◆ **风险分析**。游戏行业监管政策风险；动漫行业创新能力不足风险；广告行业宏观经济波动的风险；互联网行业竞争加剧风险

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、 中国移动互联网进入存量竞争时代.....	3
1.1、 本周行业重要事件及点评.....	3
2、 A股、美股和港股一周市场回顾.....	6
2.1、 A股总体情况回顾.....	6
2.2、 A股传媒行业公司回顾.....	8
2.3、 美股和港股总体回顾.....	9
3、 行业重要数据点评.....	12
3.1、 全国单个影院：Jackie Chan 北京耀莱票房首位，《哪吒之魔童降世》票房夺冠.....	12
3.2、 电视剧/网剧：现代都市题材电视剧《亲爱的，热爱的》强势夺得本周播放量冠军.....	14
3.3、 综艺：浙江卫视《2019中国好声音》周五收视夺冠.....	14
3.4、 出版：《斗罗大陆(第四部)-终极斗罗(8)》居虚构榜第一，《红星照耀中国》居非虚构畅销榜榜首.....	16
3.5、 广告：5月生活圈媒体广告刊例花费增速环比回升.....	16
3.6、 国漫：《斗罗大陆》的播放量位居国漫第一名，《斗破苍穹第三季》居第二.....	17
4、 行业重点新闻回顾.....	18
4.1、 影视：国家统计局：去年全国网络节目播放近2.7万亿次 广播影视规模已跃居世界前列.....	18
4.2、 游戏：扩大朋友圈 腾讯刺激游戏回暖.....	18
4.3、 音乐：内容平台逐鹿“音乐内容付费” 细化分类是“内容付费”的必然.....	18
4.4、 动漫：动漫市场进一步扩容 呼唤更多原创国漫精品.....	19
4.5、 互联网：世界工业互联网产业大会聚焦“信息技术升级制造业”.....	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.....	20
6、 风险分析.....	21

1、中国移动互联网进入存量竞争时代

1.1、本周行业重要事件及点评

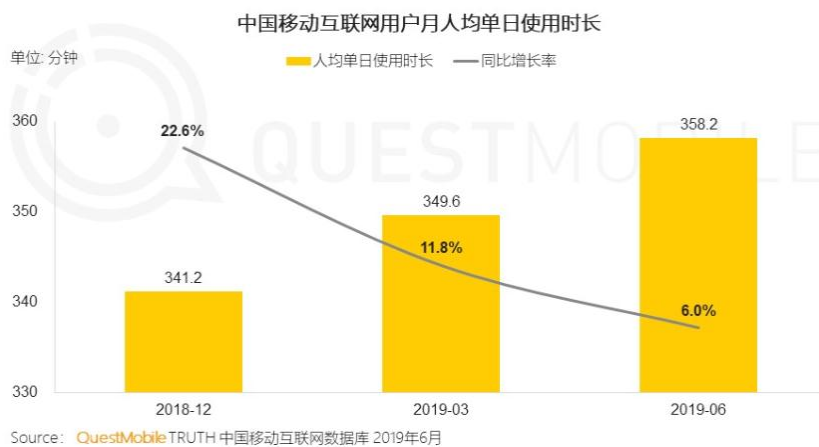
QuestMobile 发布中国移动互联网 2019 半年大报告，报告显示中国移动互联网用户数与用户使用时长增速见顶。1) 中国移动互联网月度活跃设备规模触顶 11.4 亿，2019 年 Q2 用户规模单季度下降近 200 万，6 月份移动互联网用户规模同比增速下滑至 2.8%；2) 中国移动互联网用户人均单日使用时长同比增速亦大幅放缓；2019 年 6 月，用户日均使用移动互联网时长近 6 小时，增速放缓至 6.0%；3) 从结构上看，泛娱乐内容消费是用户时长增长的主要来源，前十类细分行业的用户时长增量占总增量的 122.3%，即意味着部分细分行业的用户时长被挤压；中国移动互联网正式进入存量竞争时代。

图 1：中国移动互联网月活跃用户规模趋势（单位：亿人）



资料来源：QuestMobile

图 2：中国移动互联网用户月人均单日使用时长（单位：分钟）



资料来源：QuestMobile

图 3：2019 年 6 月用户总使用时长同比增量占比 TOP10 细分行业



资料来源：QuestMobile

《哪吒之魔童降世》总票房于7月28日冲破5亿大关，打破多项国产动画票房纪录：周六单日票房破2亿，为内地动画电影单日票房新纪录；目前票房破5亿，超越《熊出没·原始时代》创造了国产动画电影首周票房和单周票房新纪录。《哪吒》的成功对于后续内容产业的投资具有较强的指导意义：1) 预计《哪吒》的总票房将打破动画电影票房的天花板，商业上的成功将有助于吸引资本流入，促进国漫产业发展；2) “IP化”与“系列化”使得动画电影成为具有长期商业价值的内容形式，这一趋势在进口动画和国产动画上均已得到验证，IP系列电影的票房持续走高，IP的商业价值相应提高，但IP成本并不增加，带来更高的利润空间；3) 动漫和游戏在宇宙观建立、人物形象塑造上具有天然的相关性，未来通过“影游联动”有望实现IP商业价值的进一步扩张；例如国漫《我叫MT》、日漫《火影忍者》均成功进行了游戏端改编；此外亦有游戏IP《阴阳师》改编动漫的案例。

表 1：国内外动画电影“IP化”与“系列化”成功案例

作品	上映时间	票房(亿)	出品方
功夫熊猫			
功夫熊猫	2008年	1.86	梦工厂(迪士尼旗下)
功夫熊猫2	2011年	6.11	梦工厂(迪士尼旗下)
功夫熊猫3	2016年	10.00	梦工厂(迪士尼旗下)
小黄人			
神偷奶爸	2010年	-	照明娱乐(环球影业旗下)
神偷奶爸2	2014年	3.23	照明娱乐(环球影业旗下)
小黄人大眼萌	2015年	4.35	照明娱乐(环球影业旗下)
神偷奶爸3	2017年	10.37	照明娱乐(环球影业旗下)
熊出没			
熊出没之雪岭熊峰	2015年	2.94	深圳华强
熊出没·奇幻空间	2017年	5.21	华强方特、乐创影业
熊出没·变形记	2018年	6.05	华强方特、彩条屋(光线旗下)
熊出没·原始时代	2019年	7.21	华强方特、乐创影业、猫眼微影

资料来源：猫眼专业版，光大证券研究所整理

表 2：动画与游戏联动案例

动画	游戏	游戏发行公司	iOS 游戏畅销榜排名
我叫 MT	我叫 MT4	腾讯	45
火影忍者	火影忍者	腾讯	22
海贼王	航海王·燃烧意志	阿里游戏	44
圣斗士星矢	圣斗士星矢	腾讯	61
妖精的尾巴	妖精的尾巴·魔导少年	腾讯	39

资料来源：七麦数据 注：畅销榜排名为 7 月 28 日数据

1.2、关注与投资建议

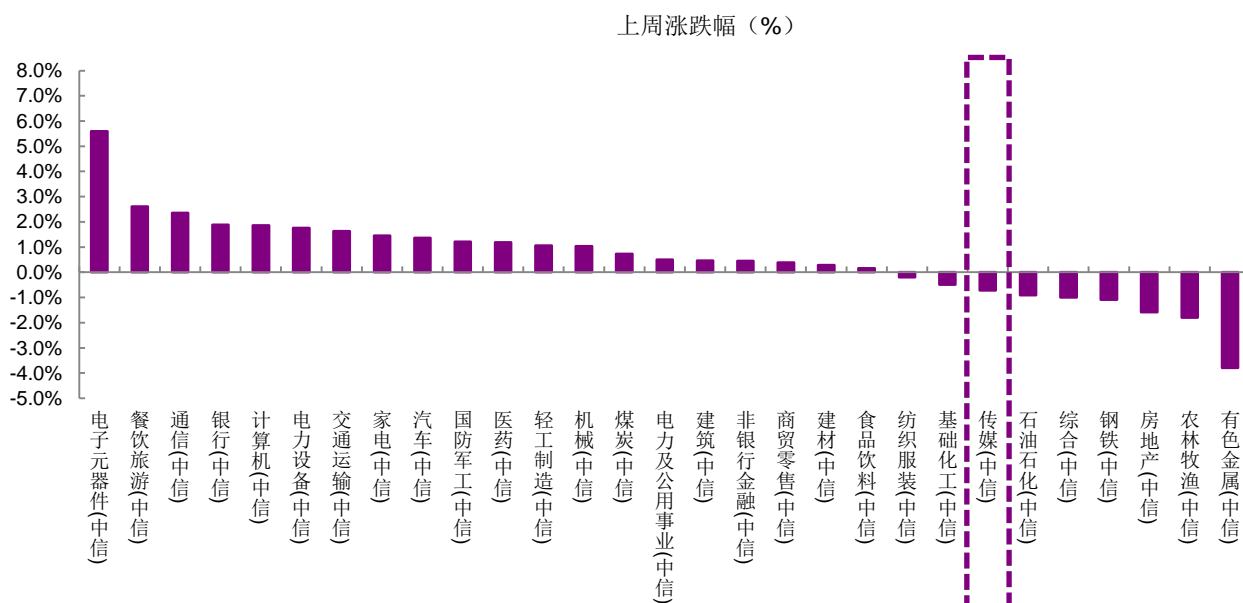
中国移动互联网用户数与用户使用时长增速见顶，预计行业将进入存量竞争时代，我们推荐两条主线：平台型互联网公司和细分内容领域冠军。1) 平台型互联网公司：推荐**腾讯控股**（Q2《和平精英》、《完美世界手游》《权力的游戏手游》预计将推动游戏收入回暖；小程序生态迅速成长，或带来广告、电商的增量收入空间）；**猫眼娱乐**（中报预计扭亏、打造全文娱“猫爪模型”）；2) 细分内容领域冠军：推荐**光线传媒**（旗下动漫彩条屋影业预计今年还将有《姜子牙》《凤凰》《墨多多谜境冒险》上映）、**芒果超媒**（中报业绩增速超预期，下半年 S 级综 N 代《妻子的浪漫旅行 3》、《明星大侦探 5》、《女儿们的恋爱 2》将巩固公司在情感、观察、侦探类综艺中的地位）。

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7月22日至2019年7月26日），传媒（中信）指数（-0.71%）在29个指数涨跌幅中排名第23。中信指数中20个行业上涨，9个行业指数下跌。涨幅前三的行业分别为电子元器件（中信）（+5.60%）、餐饮旅游（中信）（+2.61%）、通信（中信）（+2.36%），跌幅第一为有色金属（中信）（-3.79%）。

图4：上周（2019.7.22-2019.7.26）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405X，2018PE为30X。

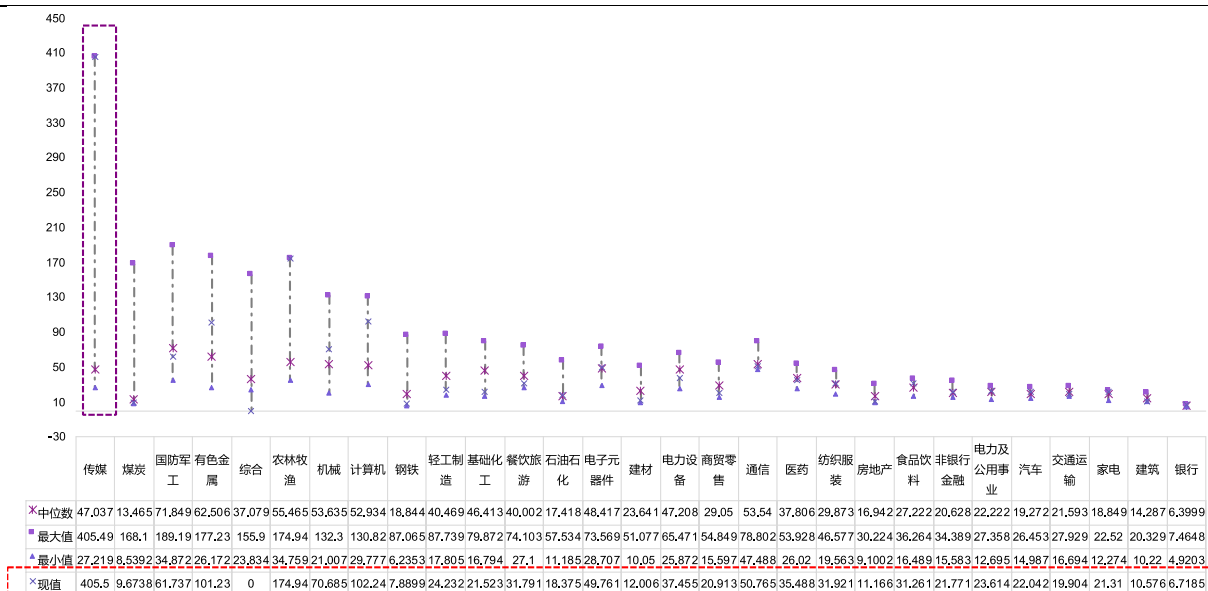
1) 2012-2015年迎来传媒行业大发展，估值水平持续上升，2015年股市整体调整前PE(TTM)最高达120X（中信传媒指数）；2) 2015-2017年，市场开始消化前期传媒大发展中带来的多面影响，如电视广告投放量下降、传统报纸销量下滑、杂志期刊的停刊等，传媒行业估值逐步下移；3) 当前传媒行业PE（TTM）为405.49X，行业受宏观经济增速下行拖累及大规模资产减值影响，净利润大幅下滑导致估值水平被动升高；4) 传媒的PB估值水平的最小值为1.9，最大值为7.0，现值为2.1。

图 5: 中信传媒板块总体估值水平 (PE TTM)



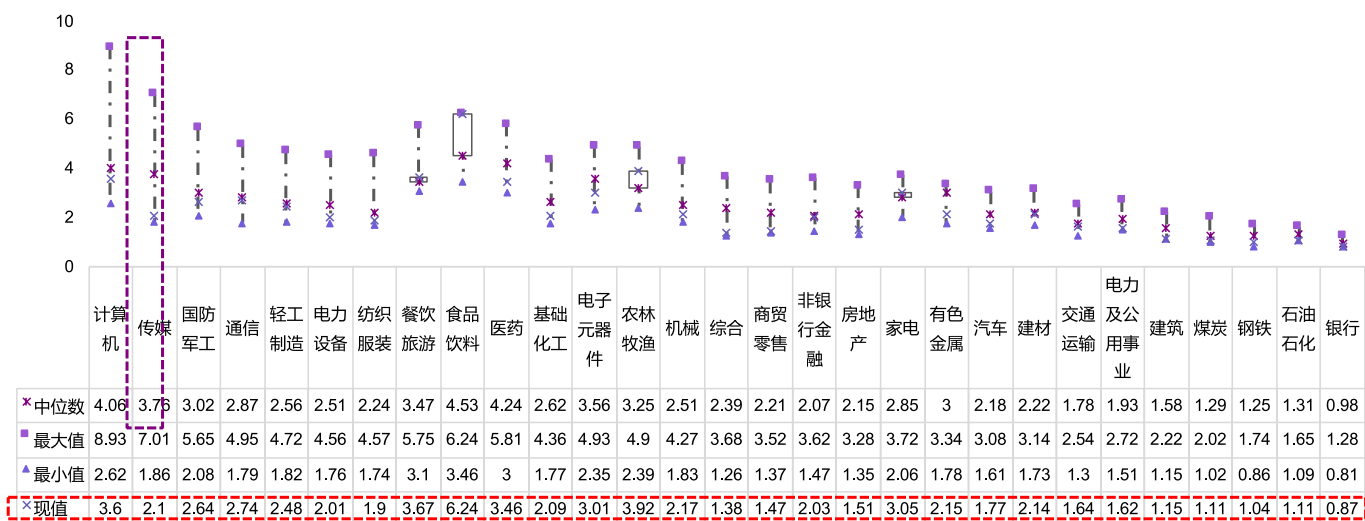
资料来源: wind, 光大证券研究所

图 6: 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 7：中信指数估值水平（PB 自 2012 年 1 月 1 日起）

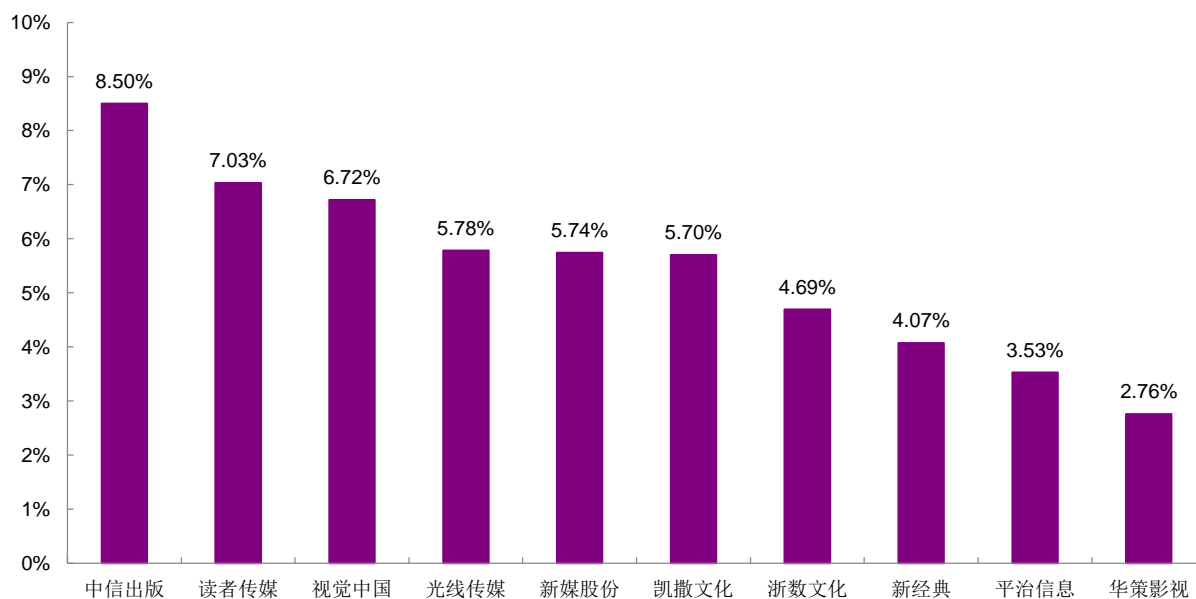


资料来源：wind，光大证券研究所

2.2、A 股传媒行业公司回顾

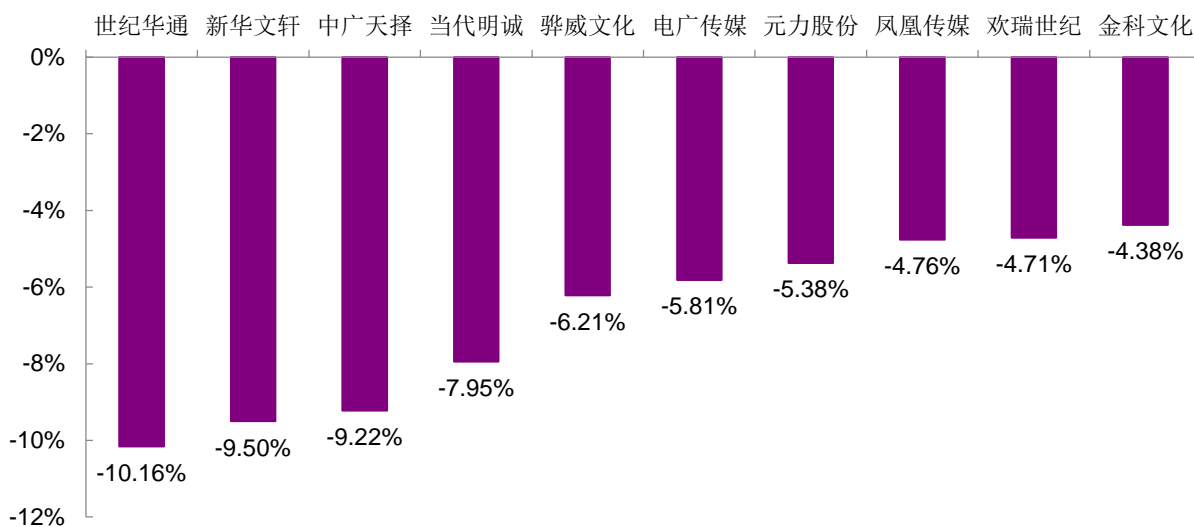
市场回顾。上周（2019 年 7 月 22 日至 2019 年 7 月 26 日），A 股传媒行业 136 家公司中共有 56 家公司上涨。涨幅前三名分别为中信出版（+8.50%）、读者传媒（+7.03%）、视觉中国（+6.72%）。跌幅前三名为世纪华通（-10.16%）、新华文轩（-9.50%）、中广天择（-9.22%）。市值前三名为三六零（1384 亿元）、分众传媒（710 亿元）、世纪华通（616 亿）。

图 8：A 股传媒行业公司上周涨幅榜前十（单位：%）



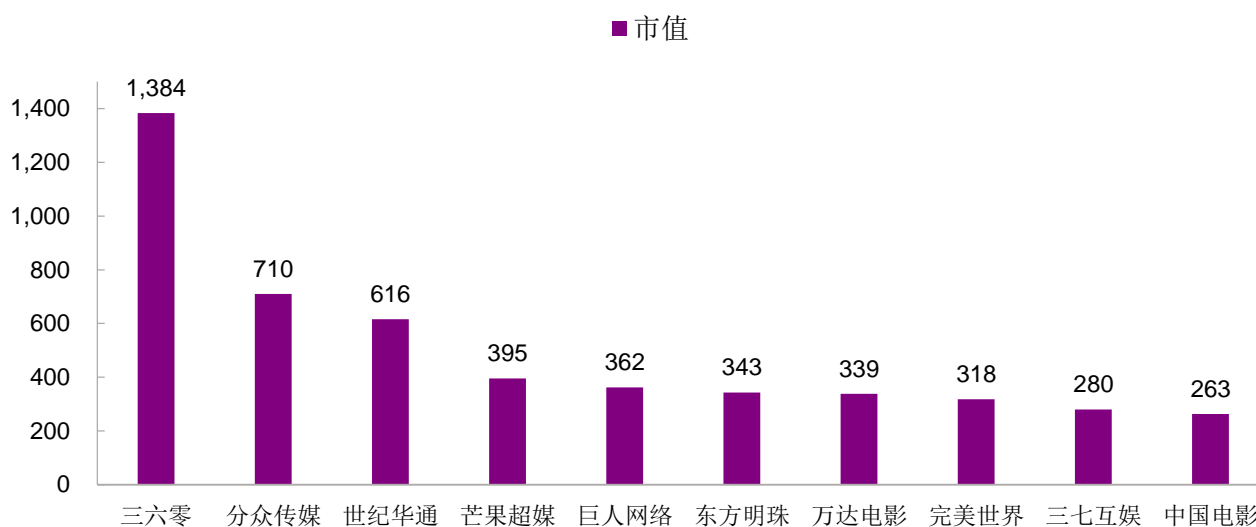
资料来源：wind，光大证券研究所

图 9：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 10：A 股传媒行业公司市值（单位：亿元）

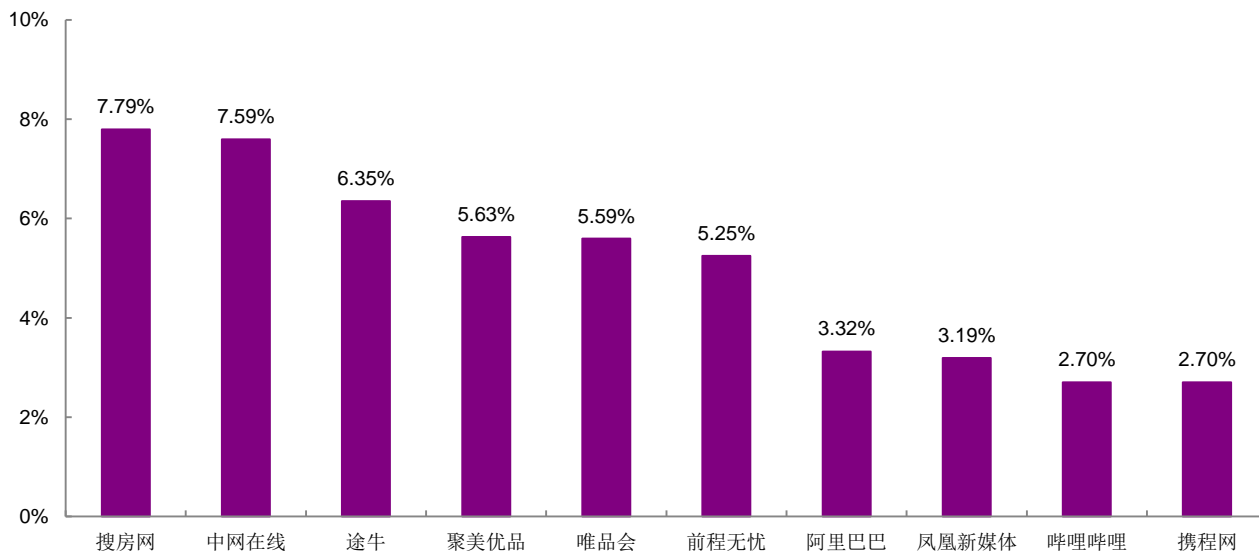


资料来源：wind，光大证券研究所注：市值为 2019 年 7 月 26 日收盘市值

2.3、美股和港股总体回顾

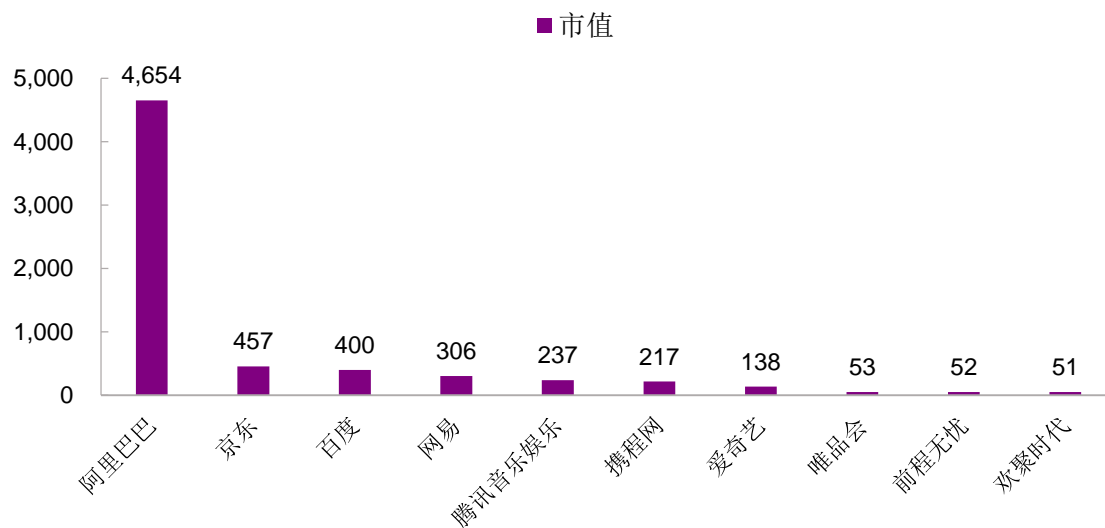
市场回顾。上周（2019 年 7 月 22 日至 2019 年 7 月 26 日），美股中概股传媒互联网行业一共 30 家，其中有 18 家公司股价上涨，涨幅前三的分别为搜房网（+7.79%）、中网在线（+7.59%）、途牛（+6.35%）。市值前三的为阿里巴巴（4654 亿美元）、京东（457 亿美元）、百度（400 亿美元）。

图 11: 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

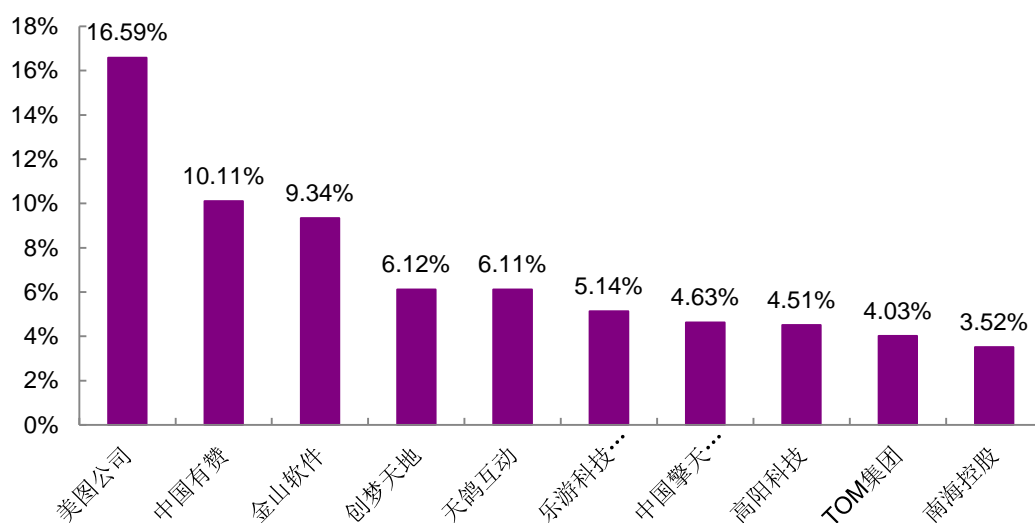
图 12: 美股中概股传媒互联网公司市值 (单位: 亿美元)



资料来源: wind, 光大证券研究所注: 市值为 2019 年 7 月 26 日收盘市值

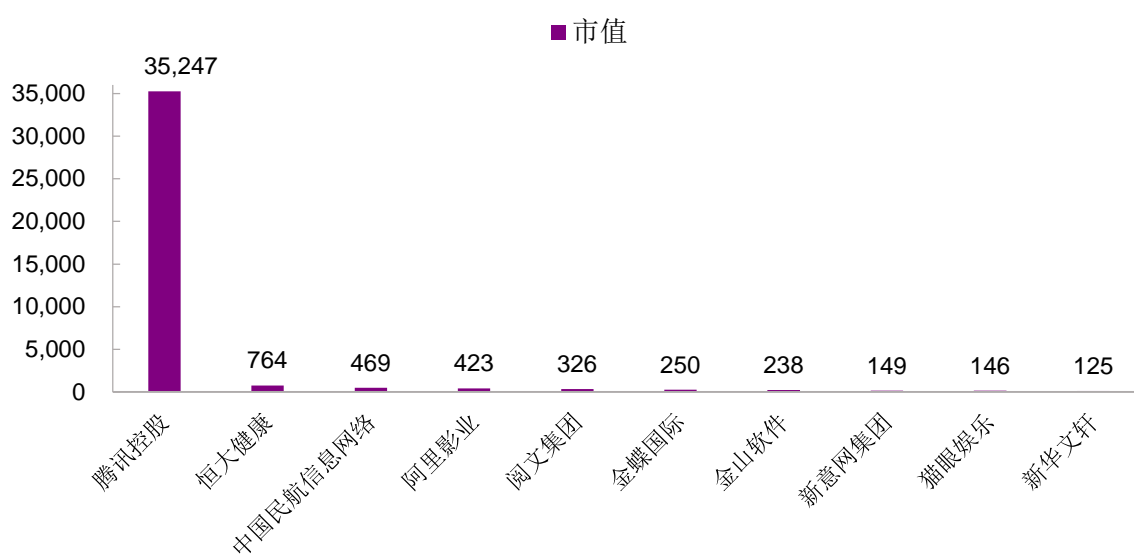
市场回顾。上周 (2019 年 7 月 22 日至 2019 年 7 月 26 日), 港股传媒互联网公司一共 51 家, 其中有 24 家公司股价上涨, 涨幅前三的分别为美图公司 (+16.59%)、中国有赞 (+10.11%)、金山软件 (+9.34%)。市值前三的分别为腾讯控股 (35247 亿港元)、恒大健康 (764 亿港元) 和中国民航信息网络 (469 亿元)。

图 13: 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 14: 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 7 月 26 日收盘市值

3、行业重要数据点评

3.1、全国单个影院：Jackie Chan 北京耀莱票房首位，《哪吒之魔童降世》票房夺冠

第 29 周《哪吒之魔童降世》获周票房冠军，达 3.9 亿；《银河补习班》周票房 2.63 亿，位居第二。2019 年第 30 周将上映 5 部影片，5 部都是国产电影。

表 3：2019 年第 30 周（2019.07.29-2019.08.04）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	烈火英雄	剧情	陈国辉	黄晓明、杜江、谭卓、杨紫、欧豪	博纳影业	中国大陆	2D	周四
2	沉默的证人	动作、犯罪	雷尼·哈林	张家辉、杨紫、任贤齐	万达影视、寰亚电影	中国大陆	2D	周五
3	赛尔号大电影 7：疯狂机器城	冒险、动画	王章俊	胡谦、李晔、罗玉婷、王晓彤	淘米动画、众合千澄	中国大陆	3D	周五
4	梦想之战：踢球吧阿妹	儿童	章文	张琳、李连正、陈琳、黄俊鹏	星壳影视	中国大陆	2D	周五
5	古田军号	剧情、历史、战争	陈力	王仁君、王志飞、刘智扬	八一制片厂	中国大陆	2D	周四

资料来源：淘票票，光大证券研究所

3.1.1、Jackie Chan 北京耀莱票房首位

3.1.1、Jackie Chan 北京耀莱 121.2 万票房夺得影院票房首位。以全国影院为单位，第 29 周(2019.07.22 - 2019.07.28)，全国影院 TOP10 中，北京影院占 6 家。上海五角场万达广场店和金逸北京大悦城 IMAX 店分别以 107.4 万和 105.5 万的票房分列第二、三名。

表 4：2019 年第 29 周（2019.07.22- 2019.07.28）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 Chan 北京耀莱	121.2	2.86	38
上海五角场万达广场	107.4	1.81	35
金逸北京大悦城 IMAX 店	105.5	1.52	43
南京新街口国际影城	98.4	2.53	34
首都电影院西单店	96.8	1.66	31
广州飞扬影城（正佳分店）	96.6	1.71	40
卢米埃北京长楹天街 IMAX 影城	96.1	1.60	39
UME 影城（北京双井店）	92.4	1.62	35
北京市金泉港国际影城	89.4	1.46	18
CGV 影城深圳壹方城店	86.7	1.15	24

资料来源：艺恩，光大证券研究所

3.1.2、电影票房：《哪吒之魔童降世》票房夺冠，《银河补习班》位居第二

《哪吒之魔童降世》周票房 3.9 亿，《银河补习班》周票房 2.63 亿。国内电影市场第 29 周 (2019.07.22- 2019.07.28)总票房约 10.06 亿元。其中《哪吒之魔童降世》以 3.9 亿票房占总票房的 39.4%，《银河补习班》和

《狮子王》分别以 2.63 亿元和 1.04 亿元票房排名第二和第三，分别占周票房 26.3%和 10.4%。

表 5：2019 年第 29 周 (2019.07.22- 2019.07.28) 全国电影票房 TOP10

影片名称	周票房 (亿)	票房占比 (%)	场均人次
哪吒之魔童降世	3.9	39.4%	25
银河补习班	2.63	26.3%	13
狮子王	1.04	10.4%	8
扫毒 2: 天地对决	0.78	7.8%	8
跳舞吧! 大象	0.28	2.9%	5
猪八戒传说	0.26	2.6%	53
烈火英雄	0.23	2.4%	10
蜘蛛侠: 英雄远征	0.22	2.3%	7
回到过去拥抱你	0.13	1.4%	4
爱宠大机密 2	0.06	0.6%	6

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 29 周 (2019.07.22- 2019.07.28) 万达院线以 1.39 亿的票房高居排名榜第一，观影人次 346.87 万；大地院线第二，票房为 0.956 亿，观影人次达 282.52 万；上海联和院线以 0.812 亿的票房排名第三。

表 6：2019 年第 29 周 (2019.7.22- 2019.07.28) 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	1.39	346.87	40
大地院线	0.95	282.52	34
上海联和院线	0.81	213.75	38
中影数字院线	0.67	193.54	35
中影南方新干线	0.67	191.54	35
中影星美	0.54	155.70	35
广州金逸珠江	0.47	128.93	37
横店院线	0.41	126.34	33
江苏幸福蓝海院线	0.38	111.64	35
华夏联合	0.29	103.99	35

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，超过第二名大地影院 3 倍

以影投公司为单位，第 29 周 (2019.07.22 - 2019.07.28) 万达电影以 1.34 亿的票房排名第一，大地影院以 0.42 亿的票房排名第二，横店院线以 0.35 亿的票房排名第三，CGV 影城投资公司以 0.34 亿的票房排名第四，中影影院以 0.27 亿的票房排名第五。万达电影在观影人次方面遥遥领先。

表 7: 2019 年第 29 周 (2019.07.22- 2019.07.28) 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	1.34	335.25	17
大地影院	0.42	123.14	12
横店院线	0.35	108.28	12
CGV 影城投资公司	0.34	79.39	18
中影影院投资	0.27	76.06	18
金逸影视	0.26	70.07	14
博纳影视投资	0.16	40.85	17
香港百老汇	0.16	32.31	20
太平洋影管	0.14	42.51	17
耀莱管理公司	0.14	43.23	15

资料来源: 艺恩, 光大证券研究所

3.2、电视剧/网剧: 现代都市题材电视剧《亲爱的, 热爱的》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

现代都市题材电视剧《亲爱的, 热爱的》获得本周播放量冠军, 《陈情令》播放量位居第二。第 29 周(2019.07.22- 2019.07.28)电视剧和网剧播放量排名,《亲爱的, 热爱的》以 15.0 亿的播放量排名第一,《陈情令》以 5.2 亿播放量排名第二,《流淌的美好时光》以 4.1 亿的播放量排名第三。

表 8: 2019 年第 29 周 (2019.07.22- 2019.07.28) 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	亲爱的, 热爱的	15.0	多平台
2	陈情令	5.2	腾讯视频
3	流淌的美好时光	4.1	多平台
4	全职高手	2.8	腾讯视频
5	九州缥缈录	2.5	多平台
6	请赐我一双翅膀	1.6	多平台
7	时间都知道	1.4	多平台
8	奋斗吧, 少年!	1.4	芒果 TV
9	归还世界给你	0.93	多平台
10	不可思议的晴朗	0.80	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《2019 中国好声音》周五收视夺冠

3.3.1、卫视综艺日收视率: 浙江卫视《2019 中国好声音》周五收视夺冠

2019 年 7 月 26 日, 浙江卫视的《2019 中国好声音》以 2.2739% 的收视率和 14.8951% 的市场份额排名第一。浙江卫视的《真声音》以 1.7983% 的收视率和 17.0039% 的市场份额排名第二。

表 9: 7 月 26 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	2019 中国好声音	浙江卫视	2.2739	14.8951
2	真声音	浙江卫视	1.7983	17.0039
3	2019 中国好声音炫彩时刻	浙江卫视	1.6490	8.8499
4	2019 中国好声音炫彩时刻	浙江卫视	1.6397	8.8003
5	真声音	浙江卫视	1.5407	15.5226
6	2019 中国好声音炫彩时刻	浙江卫视	1.0399	12.1276
7	中餐厅第三季	湖南卫视	1.0176	10.0764
8	中餐厅第三季	湖南卫视	0.9824	10.0361
9	声入人心第二季	湖南卫视	0.6838	3.8664
10	声入人心第二季	湖南卫视	0.6771	3.8499

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《明日之子第三季》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 29 周(2019.07.22 - 2019.07.28)《极限挑战第五季》以 1.1 亿的播放量排名第一，《中国好声音 2019》以 0.89 亿的播放量排名第二，《我家小两口》以 0.65 亿的播放量排名第三。

网络综艺《明日之子第三季》播放量夺冠。从网综来看第 29 周(2019.07.22 - 2019.07.28)，《明日之子第三季》2.56 亿的播放量排名第一，《我最爱的女人们》和《变形记第十八季》以 0.96 亿和 0.76 亿的播放量排名第二、第三。

表 10：2019 年第 29 周 (2019.07.22- 2019.07.28) 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	11000	多平台
2	中国好声音 2019	8980	多平台
3	我家小两口	6534	多平台
4	向往的生活第三季	6407	多平台
5	爱情保卫战	6194	多平台
6	奔跑吧第三季	5779	多平台
7	声入人心第二季	4773	多平台
8	快乐大本营 2019	4753	芒果 TV
9	青春环游记	3364	多平台
10	跨界戏剧王第四季	2992	芒果 TV

资料来源：骨朵传媒，光大证券研究所

表 11：2019 年第 29 周 (2019.07.22- 2019.07.28) 网络综艺播放量 TOP10

排名	剧集名称	播放量 (万)	播出平台
1	明日之子第三季	25000	腾讯视频
2	我最爱的女人们	9653	多平台

3	变形记第十八季	7602	芒果TV
4	童言有计第二季	6903	芒果TV
5	新生日记	6113	芒果TV
6	2019 心动的信号第二季	6035	腾讯视频
7	极限青春	4824	腾讯视频
8	脱口秀大会第二季	4018	腾讯视频
9	我们长大了	3546	腾讯视频
10	亲爱的，结婚吧！	1931	腾讯视频

资料来源：骨朵传媒，光大证券研究所

3.4、出版：《斗罗大陆(第四部)-终极斗罗(8)》居虚构榜第一，《红星照耀中国》居非虚构畅销榜榜首

《斗罗大陆(第四部)-终极斗罗(8)》居虚构榜第一，《红星照耀中国》居非虚构畅销榜榜首。第29周(2019.07.22 - 2019.07.28)，虚构类书籍：《斗罗大陆(第四部)-终极斗罗(8)》排名第一；《活着》排名第二；《蜜汁炖鱿鱼》排名第三。非虚构类书籍：《红星照耀中国》排名第一；《习近平在正定》排名第二；《小孩》排名第三。

表 12：2019 年第 29 周（2019.07.22 - 2019.07.28）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(8)	红星照耀中国
2	活着	习近平在正定
3	蜜汁炖鱿鱼	小孩
4	红岩	半小时漫画唐诗
5	无羁	昆虫记
6	解忧杂货店	习近平的七年知青岁月(平装)
7	平凡的世界(普及本)	美国陷阱:如何通过非经济手段瓦解他国商业巨头
8	三体	目送(插图新版)
9	平凡的世界(普及本)	半小时漫画中国史(全新修订版)
10	追风筝的人	天才在左 疯子 in 右(完整版)(新版)

资料来源：开卷，光大证券研究所

3.5、广告：5 月生活圈媒体广告刊例花费增速环比回升

2019年5月，传统媒体和全媒体的广告花费月度降幅连续四个月逐步收窄。全媒体广告刊例花费同比下滑5.0%，传统媒体广告花费同比减少6.6%。

传统媒体部分，各媒体的广告花费同比仍处在下滑趋势中，但部分媒体的降幅有所收窄。电视媒体的广告花费连续四个月呈现收窄状态，中央级、省级卫视和省级地面频道的广告时长同比重回正增长，省级地面频道的广告花费同比上涨3.2%。

生活圈媒体在今年增长缓慢，但增速逐步回升。5月份电梯电视、电梯海报以及影院视频媒体的刊例广告花费同比分别上涨1.2%、2.1%和3.2%，环比+0.2pct、+0.7pct、+0.5pct。

表 13：CTR 月度全媒体刊例花费同比增速（2018 年）

2018 年											
1 月	2 月	Q1	4 月	5 月	H1	7 月	8 月	Q1-Q3	10 月	11 月	12 月全年

电视	9.8%	27.3%	16.5%	5.1%	-0.5%	9.4%	-6.8%	-5.6%	3.6%	-7.1%	-14.0%	-0.3%
报纸	-16.8%	-28.1%	-27.5%	-30.8%	-28.9%	-30.6%	-31.0%	-35.3%	-31.9%	-22.4%	-28.2%	-30.3%
杂志	-8.0%	-4.2%	-6.1%	-10.1%	-17.5%	-7.8%	-7.5%	-11.9%	-8.1%	-8.1%	-12.1%	-8.6%
电台	6.7%	36.4%	15.8%	2.1%	4.6%	10.0%	9.9%	3.6%	8.3%	4.6%	-2.5%	5.9%
传统户外	-5.6%	3.1%	-2.9%	-22.2%	-16.1%	-11.3%	-12.4%	-13.4%	-12.0%	-19.7%	-18.3%	-14.2%
交通类视频	9.4%	24.6%	7.3%	-12.8%	0.5%	2.0%	0.5%	-9.4%	-3.0%	-24.9%	-36.3%	-11.5%
电梯电视	12.3%	29.1%	22.3%	31.0%	26.8%	24.5%	25.1%	25.2%	24.8%	23.9%	20.3%	23.4%
电梯海报	19.3%	27.9%	24.0%	23.6%	28.4%	25.2%	28.0%	24.9%	25.5%	23.6%	20.0%	24.9%
影院视频	24.1%	41.0%	31.3%	14.6%	36.4%	26.6%	17.8%	14.3%	22.6%	17.2%	2.0%	18.8%
整体	9.6%	26.4%	14.6%	5.4%	3.0%	9.3%	-1.4%	-1.7%	5.7%	-2.8%	-9.7%	2.9%

资料来源：CTR，光大证券研究所整理

表 14: CTR 月度全媒体刊例花费同比增速 (2019 年)

2019 年												
	1 月	2 月	Q1	4 月	5 月	H1	7 月	8 月	Q1-Q3	10 月	11 月	12 月全年
电视	-11.9%	-22.9%	-16.5%	-7.6%	-5.4%							
报纸	-28.8%	-38.6%	-29.7%	-29.5%	-33.0%							
杂志	5.8%	-12.1%	-5.7%	-11.9%	-8.1%							
电台	5.3%	-22.3%	-9.8%	-9.9%	-5.4%							
传统户外	-13.8%	-20.3%	-17.9%	-19.6%	-23.1%							
电梯电视	20.8%	1.0%	7.3%	1.0%	1.2%							
电梯海报	23.8%	3.0%	11.7%	1.4%	2.1%							
影院视频	12.3%	3.4%	5.6%	2.7%	3.2%							
整体	-5.9%	-18.3%	-11.2%	-6.8%	-5.0%							

资料来源：CTR，光大证券研究所整理

3.6、国漫：《斗罗大陆》的播放量位居国漫第一名，《斗破苍穹第三季》居第二

《斗罗大陆》的播放量位居国漫第一名，《斗破苍穹第三季》居第二。第29周（2019.07.22-2019.07.28），《斗罗大陆》以7169万的播放量排名第一，《斗破苍穹第三季》以4112万的播放量排名第二，《灵剑尊第一季》以2985万的播放量排名第三。腾讯仍然是国漫播出的最主要平台。

表 15: 2019 年第 29 周 (2019.07.22-2019.07.28) 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	7169	腾讯
2	斗破苍穹第三季	4112	腾讯
3	灵剑尊第一季	2985	腾讯
4	万界神主	2913	腾讯
5	末世觉醒之入侵	2903	腾讯
6	万界仙踪第二季	2374	腾讯
7	画江湖之不良人	1912	多平台
8	天行九歌	1820	多平台
9	穿越火线：幽灵	1619	腾讯
10	魔道祖师	1434	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：国家统计局：去年全国网络节目播放近 2.7 万亿次 广播影视规模已跃居世界前列

4.1.1、国家统计局：去年全国网络节目播放近 2.7 万亿次 广播影视规模已跃居世界前列

国家统计局昨天(25日)公布数据显示，新中国成立 70 年来，我国充分利用传统媒体优势，积极发展视听新媒体，从以前单一的广播媒体发展到今天具有电台、电视台、报刊、网络广播电视和移动多媒体广播电视等多种媒体构成的传播新格局。(资料来源：央视新闻客户端)

4.1.2、漫威影业正式公布 MCU 第四阶段电影和剧集计划表

漫威在上周末举办的圣迭戈动漫展 (San Diego Comic-Con) 上公布了漫威电影宇宙 (Marvel Cinematic Universe, 简称 MCU) 第四阶段电影/剧集的名单。漫威影业总裁 Kevin Feige 在长达 90 分钟的座谈会上，详细介绍了 MCU 第四阶段的计划表，其中 2021 年尤为拥挤。(资料来源：电玩巴士)

4.2、游戏：扩大朋友圈 腾讯刺激游戏回暖

4.2.1、扩大朋友圈 腾讯刺激游戏回暖

7 月 24 日，也就是腾讯与任天堂投资的宝可梦，宣布合作研发新款游戏后两天，腾讯正式引入任天堂游戏主机 Nintendo Switch。而在前一天，腾讯还与华硕联合推出游戏手机，并要求火山小视频等三款产品停止以直播方式传播腾讯游戏。(资料来源：北京商报)

4.2.2、NEXON 韩国将合并端游和手游事业部

据悉，NEXON 韩国计划把目前的手游和端游事业部合二为一。

7 月 26 日，NEXON 表示，NEXON 韩国将在下个月进行端游和手游事业部的合并。据悉，这是为了迅速应对当前的游戏市场环境（各平台游戏之间区别不是很大）。对此，NEXON 的相关人士表示，通过此次的合并，将对游戏市场的变化做出更快速的反应。(资料来源：17173)

4.3、音乐：内容平台逐鹿“音乐内容付费” 细化分类是“内容付费”的必然

4.3.1、内容平台逐鹿“音乐内容付费” 细化分类是“内容付费”的必然

站在商业的角度上来看，无论是实体商品还是内容付费产品，其存在的价值仍然建立于需求的大小。那么，作为这一新热的“内容付费”品类，音乐类课程底层需求有着怎样的发展呢？艾瑞咨询报告显示，2017 年中国内容付费产业规模约 49.1 亿元，在人才、时长、定价等因素综合作用下，2020

年将达到 235 亿元。巨大的总规模下，单一领域的用户基数也相当惊人。根据知乎“音乐领域数据报告”显示，目前知乎音乐领域用户已达到 2000 万，知乎上“音乐”话题关注度已经超过 3700 万，话题问题数则突破 89 万。无疑，知乎上已经形成了庞大的音乐类内容需求群体，且群体基数仍在持续上升，为音乐类内容带来生长的土壤。（资料来源：砍柴网）

4.3.2、国内仅 5% 用户为数字音乐付费，平均每月约 31 元

网上听歌，已不再是免费的午餐。越来越多网友发现，想要专业音乐网站听或下载某些歌曲，需要开通 VIP 会员才可以。艾瑞咨询近日发布的《2019 年中国数字音乐内容付费发展研究报告》显示，去年该行业市场规模已达 76.3 亿元，但仅仅只有 5% 的用户掏钱买单，月平均花费 31.5 元，和日韩、欧美等国家相比，差距还相当大。（资料来源：上游新闻）

4.4、动漫：动漫市场进一步扩容 呼唤更多原创国漫精品

4.4.1、动漫市场进一步扩容 呼唤更多原创国漫精品

最新数据显示，国产动画用户规模已经达到了 1.5 亿人次。用户规模的日益增长以及新生代用户审美的逐步提升，也对国产动画的数量和质量提出越来越高的要求。

7 月 25 日，由上海市网络视听行业协会主办的 2019 上海网络视听季在大宁会议中心举行，本次视听季聚焦网络动画，回应新时代对于文艺创作的要求，以此推动上海动漫产业快速健康发展，培育文化产业发展新动能，为青少年成长做好护航工作。（资料来源：同花顺财经）

4.4.2、当《哪吒》对上《尚气》！国漫崛起瞬间回怼漫威：这才是文化自信

国产动漫电影《哪吒之魔童降世》仅上映 1 个半小时，票房便破亿元大关，刷新国产动画电影首次单日票房破亿最快纪录。国产动漫本来就是国内弱项，但是电影《哪吒之魔童降世》却打破了观众长久以来的偏见。

4.5、互联网：世界工业互联网产业大会聚焦“信息技术升级制造业”

4.5.1、世界工业互联网产业大会聚焦“信息技术升级制造业”

新华社青岛 7 月 26 日电（记者苏万明）2019 世界工业互联网产业大会、2019 青岛国际软件融合创新博览会日前在青岛召开，与会方共同探讨推动新一代信息技术引领制造业转型升级。（资料来源：新华网）

4.5.2、全球市场规模 3000 亿美元 互联网巨头盯上“IP”生意

随着用户口味细分倾向明显，自从《王者荣耀》以后，很少有游戏可以称得上全民爆款手游。虽然腾讯没有公布过游戏的具体营收，但据数据公司 Sensor Tower 曾测算，2018 年，王者荣耀手游收入超过 220 亿。

爆款背后的 IP 商业化逻辑引人关注。7 月 23 日，在 2019 中国国际授权业峰会上，腾讯互动娱乐创意设计、授权业务总经理李若凡首次披露了包括《王者荣耀》在内多款腾讯 IP 的商业化发展路径，以《王者荣耀》为例，其商业价值的拓展已经不局限于游戏或者和游戏强相关的电竞，而是和美妆、服装等行业跨界合作。

5、上周公告

5.1、主板传媒上市公司重要公告

盛通股份 (SZ.002599) 关于持股 5%以上股东的一致行动人进行大宗交易的公告

北京盛通印刷股份有限公司（以下简称“公司”）于 2019 年 7 月 25 日接到公司持股 5%以上股东贾春琳先生的通知：2019 年 7 月 24 日贾春琳先生的一致行动人贾则平先生与北京屹唐同舟股权投资中心（有限合伙）进行了大宗交易。北京屹唐同舟股权投资中心（有限合伙）为北京亦庄国际投资发展有限公司的下属企业。

吉视传媒 (SH.601929) 关于 2019 年度第一期中期票据发行结果公告

吉视传媒股份有限公司（以下简称“公司”）于 2019 年 4 月 19 日召开的 2019 年第二次临时股东大会审议通过了《关于注册发行中期票据的议案》，同意公司向中国银行间市场交易商协会（以下简称“交易商协会”）申请注册发行中期票据。2019 年 6 月 19 日，公司收到交易商协会《接受注册通知书》（中市协注[2019]MTN371 号），载明交易商协会决定接受公司中期票据注册，注册金额为人民币 15 亿元，注册额度自接受注册通知书落款之日起 2 年内有效。

欢瑞世纪 (SZ.000892) 关于公司使用部分闲置募集资金购买银行保本型理财产品的公告

欢瑞世纪联合股份有限公司（以下简称“公司”）于 2019 年 7 月 22 日召开的第七届董事会第三十二次会议、第七届监事会第二十次会议审议通过了《关于公司使用部分暂时闲置募集资金购买银行保本型理财产品的议案》。为了充分利用闲置募集资金，提高资金收益，本公司在保障募集资金投资项目顺利进行和募集资金安全的前提下，拟使用部分暂时闲置募集资金总计不超过人民币 50,000 万元用于购买银行保本型理财产品。在上述额度内，资金可以滚动使用。

5.2、港股传媒上市公司重要公告

猫眼娱乐 (1896) 截至 2019 年 6 月 30 日止六个月预期扭亏为盈

本公司董事（「董事」）会（「董事会」）谨此知会本公司股东（「股东」）及潜在投资者，根据董事会对本集团截至 2019 年 6 月 30 日止六个月的未经审核综合管理账目的初步审核，由于营销及推广开支减少，预期本集团将扭亏为盈，利润相比 2018 年同期会有所提高。由于本公司仍正在落实本集团截至 2019 年 6 月 30 日止六个月的中期财务业绩，故本公告所载资料仅根据董事会参考最新可得资料作出的初步评估，而非根据经本公司核数师或本公司审

核委员会审核或审阅的任何数据或资料而作出，并可能会作出进一步调整。股东及潜在投资者务请细阅截至2019年6月30日止六个月的中期财务业绩。

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見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