

传媒

ChinaJoy 盛大开幕，云游戏闪耀 CJ

评级：增持（维持）

分析师：康雅雯

执业证书编号：S0740515080001

电话：021-20315097

Email: kangyw@r.qlzq.com.cn

分析师：熊亚威

执业证书编号：S0740517090002

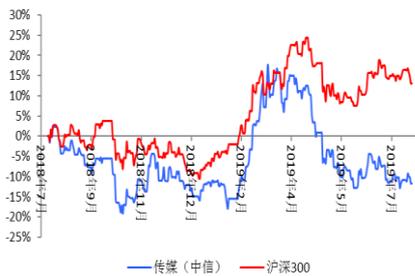
电话：

Email: xiongyw@r.qlzq.com.cn

基本状况

上市公司数	149
行业总市值(百万元)	1470118.1
行业流通市值(百万元)	995484.05

行业-市场走势对比



相关报告

<<【中泰传媒-周观点】《哪吒》点燃暑期档热情，关注相关板块催化行情>>2019.07.28

<<公募基金 2019Q2 传媒持仓跟踪：持仓占比持续下滑，推荐游戏板块及细分行业龙头>>2019.07.21

<<【中泰传媒-周观点】《哪吒之魔童降世》点映获高分，新一批游戏进口版号下发>>2019.07.21

重点公司基本状况

简称	股价 (元)	EPS				PE				PEG	评级
		2018	2019E	2020E	2021E	2018	2019E	2020E	2021E		
光线传媒	9.11	0.47	0.28	0.33	0.38	19.4	32.47	27.28	23.92	1.44	增持
芒果超媒	38.7	0.83	1.14	1.46	1.72	46.9	34.01	26.55	22.53	0.94	未评级
完美世界	27.5	1.30	1.64	1.86	2.04	21.2	16.81	14.82	13.51	1.10	买入
吉比特	213.	10.0	11.53	13.19	15.55	21.2	18.54	16.21	13.75	1.13	买入
中信出版	40.6	1.09	1.27	1.55	1.86	37.3	31.92	26.21	21.88	1.20	未评级
中国电影	14.1	0.80	0.77	0.84	0.94	17.6	18.32	16.75	15.07	1.78	未评级

备注：未评级个股数据取自 wind 一致预期

投资要点

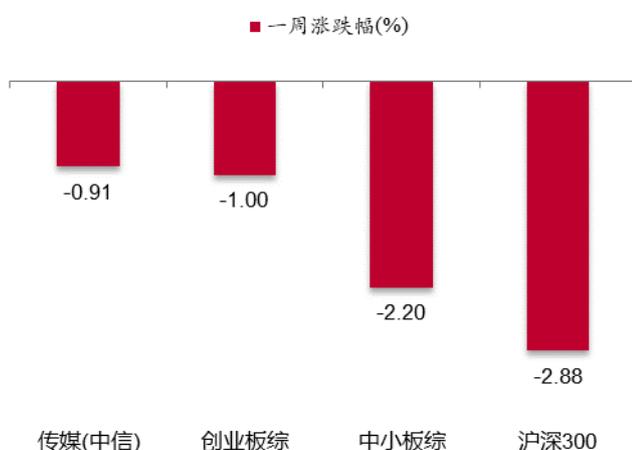
- **【中泰传媒互联网团队一周观点】**本周传媒板块下跌-0.91%，跑赢创业板（-1.00%）、中小板（-2.20%）与沪深300（-2.88%），涨幅位于全行业上游水平。本周五值得买（300785）在经历14个涨停后，打开涨停板，成为今年表现最强势的传媒新股。
- **《哪吒之魔童降世》票房持续超预期，不断刷新各项记录，点燃暑期档。**国产首部IMAX动画电影《哪吒之魔童降世》于7月26日正式上映，上映仅1小时29分后，影片总票房破亿，刷新国产动画电影“最快破亿”纪录；7月30日，上映5天，累计票房超10亿元，超越《西游记之大圣归来》（9.56亿）成为国产动画电影新晋票房冠军；8月2日，累计票房超17亿元，超越《疯狂动物城》的15.27亿，位列中国动画电影票房第一；截至8月3日晚，《哪吒》累计票房已突破20亿元，正不断刷新中国动画电影的票房记录，猫眼专业版预测其总票房将超44亿。除此之外，今年暑期档仍有《鼠胆英雄》、《使徒行者2：谍影行动》（猫眼）、《上海堡垒》（中国电影）、《保持沉默》（光线）等国产电影值得重点关注。
- **ChinaJoy 盛大开幕，云游戏闪耀 CJ**。8月2日，第十七届中国国际数码互动娱乐展览会(2019ChinaJoy)于上海新国际博览中心盛大开幕。开展次日恰逢周六，13.5万人次观展，90%以上购票用户凭电子票扫码入场，创中国单场次游戏展无纸化入场规模新高。云游戏成为本届CJ的亮点，腾讯、华为、金山、英特尔等纷纷发布云游戏解决方案，在云游戏模式下，玩家打开浏览器即可直接进入游戏，与下载到本地的体验没有明显区别，同时玩家还可实现“多端无缝切换”，云游戏已成为游戏行业最大的发展趋势之一。
- **2019 中国游戏产业半年度报告发布，移动游戏收入回暖，游戏出海表现亮眼。**《2019年1-6月中国游戏产业报告》于8月1日在2019年“中国国际数字娱乐产业大会”发布。数据显示，截至2019年6月，中国游戏用户规模突破6.4亿人。2019年上半年，中国游戏市场实际销售收入1140.2亿元，同比增长8.6%。其中，移动游戏实现销售收入770.7亿元，同比增长21.5%，占整体收入67.6%，收益增幅明显，海外和电子竞技市场收益高速增长，成为我国游戏产业重要的增长点。2019年1-6月中国自主研发游戏海外市场实际销售收入达55.7亿美元，同比增速20.2%，高于自主研发游戏国内市场收入增速。随着版号不断发放，游戏行业下半年增速有望继续回暖，我们认为游戏行业是目前传媒行业中最景气的细分行业之一，建议关注。
- **投资建议：**

- 1、《哪吒之魔童降世》引爆暑期档，关注电影板块催化行情，建议关注中国电影和光线传媒。
  - 2、游戏板块估值较低，暑期档迎来重磅产品发布高峰期，下半年有望持续回暖。我们认为具有精品内容和储备游戏的公司将崭露头角，建议关注完美世界+吉比特+三七互娱。
  - 3、大众图书具有较强的消费属性，市场稳健增长，建议关注细分品类龙头中信出版+新经典。
  - 4、5G 正式商用推广，广电获得 5G 牌照，政策大力扶持，有利于其继续推进智慧广电、融媒体等新业务，建议积极关注广电板块，相关标的：华数传媒、贵广网络。
  - 5、营销行业关注数字营销龙头华扬联众、蓝色光标，持续关注楼宇广告龙头分众传媒。
  - 6、行业细分龙头及优质国企标的，建议关注新媒股份、中国电影、芒果超媒。
- **风险提示：**内容持续盈利风险、行业竞争加剧风险、政策风险。

本周行情：本周传媒板块下跌-0.91%，跑赢创业板（-1.00%）、中小板（-2.20%）与沪深300（-2.88%），涨幅位于全行业上游水平。

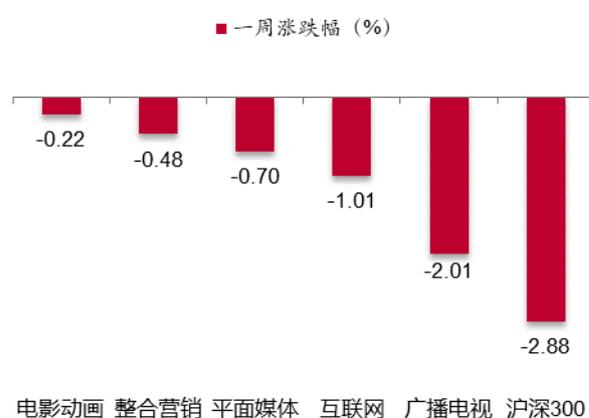
- 从传媒各个细分板块来看，各板块均有所下跌。电影动画板块跌幅最小，达到-0.22%，整合营销板块跌幅排名第二，为-0.48%，平面媒体、互联网和广播电视板块跌幅排名3~5位，分别为-0.70%、-1.01%、-2.01%。
- 从个股来看，值得买上涨44.78%，位列第一；电魂网络上涨19.01%，位列第二；光线传媒上涨10.69%，位列第三。个股跌幅前三：暴风集团（-21.59%）、深大通（-10.11%）、安妮股份（-9.76%）。

图表 1: 传媒板块 VS 沪深300、中小盘、创业板



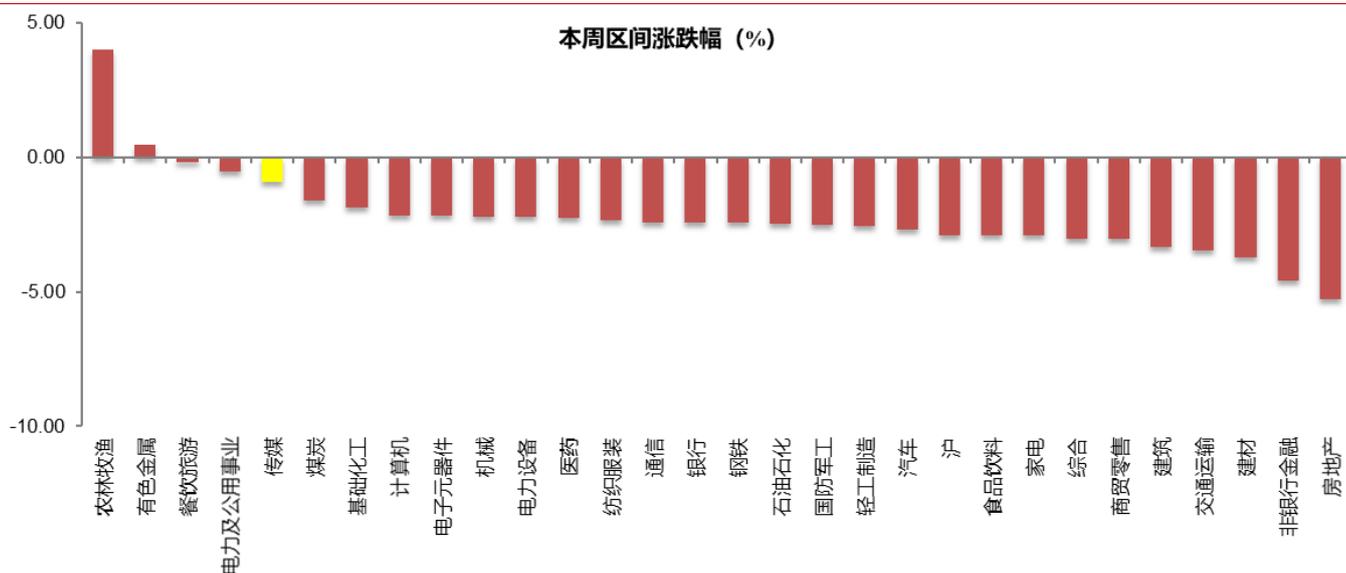
来源：Wind，中泰证券研究所

图表 2: 传媒子版块与沪深300周涨跌幅比较

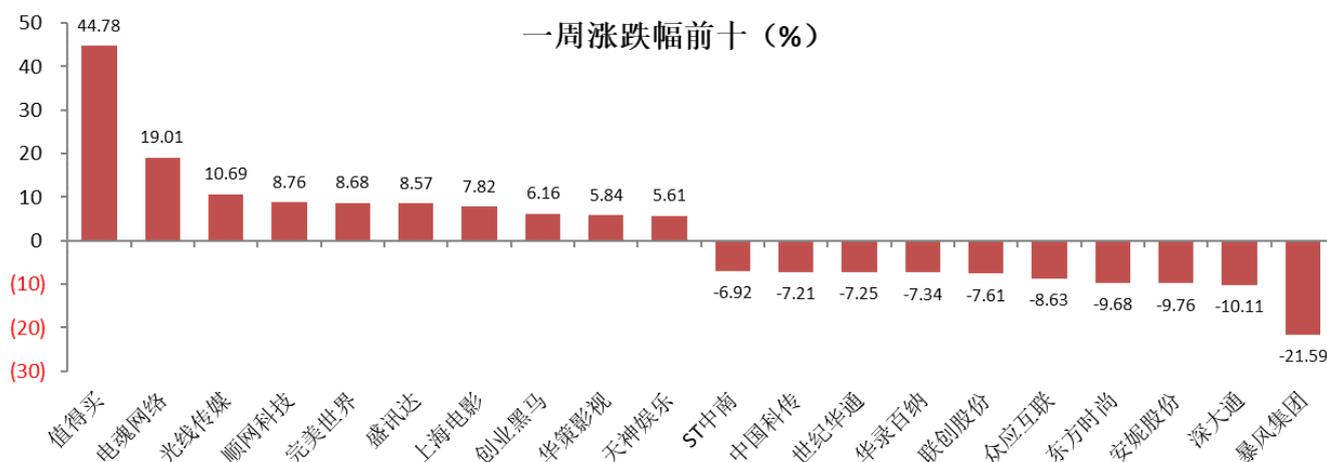


来源：Wind，中泰证券研究所

图表 3: A 股主要板块一周涨跌幅



来源：Wind，中泰证券研究所

**图表 4: A 股传媒与互联网个股一周涨跌幅**


来源: Wind, 中泰证券研究所

## 周重点公告:

### 业绩快报:

【华数传媒】公司 2019 上半年实现营收 16.50 亿元,同比上涨 5.76%;实现归母净利润 4.06 亿元,同比上涨 28.23%。

【分众传媒】公司 2019 上半年实现营收 57.17 亿元,同比减少 19.59%;实现归母净利润 7.76 亿元,同比减少 76.82%。

### 重大事项:

【完美世界】关于回购股份实施完成暨股份变动的公告:公司于 2018 年 7 月审议通过《关于以集中竞价交易方式回购公司股份的预案》,拟使用自有资金以集中竞价交易的方式回购公司股份并予以注销,回购期限为股东大会审议通过之日起 12 个月。截至 2019 年 7 月 26 日,公司本次股份回购已实施完成。公司通过股票回购专用证券账户以集中竞价方式累计回购股份 2213 万股,占公司总股本的 1.68%,最高成交价为 29.97 元/股,最低成交价为 19.94 元/股,交易总金额为 5.50 亿元(不含交易费用)。

【新文化】关于公司与上海农商银行签订合作协议的公告:公司与上海农村商业银行股份有限公司(以下简称“上海农商银行”)在上海签订了《上海新文化传媒集团股份有限公司与上海农村商业银行股份有限公司之银企战略合作协议》,上海农商银行将为公司提供合作额度不超过人民币 5 亿元的意向性融资服务。协议自双方签订之日起生效,有效期为协议生效后叁年。

## 周重点新闻:

- ◇ **广电总局：拟 8 月起不播娱乐性较强的古装剧偶像剧。**近日，国家广播电视总局电视剧司发布了《关于做好庆祝新中国成立 70 周年电视剧展播工作的通知》。根据通知，总局拟于 8 月份开始重点电视剧“百日展播”活动，向新中国成立 70 周年献礼。展播活动遴选 86 部剧目，供全国各级电视台尤其是各省级卫视自 8 月起选购播出。《通知》要求在展播期间不得播出娱乐性较强的古装剧、偶像剧，确保播出剧目与宣传期整体氛围相协调。（来源：艺恩网 20190801）
- ◇ **《哪吒之魔童降世》票房超《疯狂动物城》，位列中国影史动画电影票房第一。**据猫眼实时票房数据显示，8 月 2 日午间，上映 8 天的《哪吒之魔童降世》，综合票房已经达到 15.28 亿，超过《疯狂动物城》，位列中国影史动画电影票房第一。（来源：36 氪 20190802）
- ◇ **荔枝年内赴美 IPO，或早于喜马拉雅上市。**据自媒体“IPO 早知道”，声音互动 App“荔枝”据称计划 2019 年内完成赴美上市，募资规模可能在 1 亿美元左右。如果荔枝 App 进展顺利，上市进程或许会早于行业老大喜马拉雅。此前，喜马拉雅曾再次否认将于 2020 年 IPO。（来源：36 氪 20190802）
- ◇ **快手：核心二次元用户超过 4000 万人，已有接近 400 个动漫 IP 入驻。**36 氪获悉，在 2019 中国国际数字娱乐产业大会上，快手高级副总裁马宏彬表示，2019 年上半年快手站内游戏内容发布数达 5 亿多，游戏直播移动端日活 3500 万。快手平台有核心二次元活跃用户超 4000 万人，已有近 400 个动漫 IP 入驻，单个动漫作品最高播放量超 2000 万。（来源：36 氪 20190802）
- ◇ **索尼互动娱乐年内将发售 PS4 游戏《西游记之大圣归来》。**36 氪获悉，PlayStation 中国在官方微博宣布，索尼互动娱乐与十月文化、绿洲游戏联合制作的 PS4 游戏《西游记之大圣归来》计划于 2019 年内发售。这是 PlayStation 平台上首款基于中国原创 IP、由中日双方团队联手打造、将于全球发行的游戏大作。（来源：艺恩网 20190802）
- ◇ **7 月游戏版号公布：《重装上阵》《梦间集天鹅座》过审，网易完美均在列。**7 月 29 日讯，国家新闻出版广电总局今日公布了新一批 2019 年游戏审批结果。本次过审的游戏共 20 款，其中手游 17 款，端游 1 款，页游 2 款。其中包含 2 款网易游戏，1 款完美世界游戏。本批过审游戏中包含了两款女性向手游（《食物语》《梦间集天鹅座》），两款休闲益智类手游。值得一提的是，在本批过审游戏中有一款由人民网运营的手游《星缘》，但具体玩法尚未可知。（来源：游戏葡萄 20190729）
- ◇ **2019 中国游戏产业半年报告：用户规模突破 6.4 亿人。**新华网 8 月 2 日讯，《2019 年 1-6 月中国游戏产业报告》于 1 日在 2019 年“中国国际数字娱乐产业大会”发布。数据显示，截至 2019 年 6 月，中国游戏用户规模突破 6.4 亿人。2019 年上半年，中国游戏市场实际销售收入 1140.2 亿元，同比增长 8.6%。其中，移动游戏实现销售收入 770.7 亿元，同比增长 21.5%，占整体收入 67.6%，收益增幅明显，海外和电子竞技市场收益高速增长，成为我国游戏产业重要的增长点。今年截至目前，中国自主研发游戏产品的数量占产品总数的八成。2019 年 1-6 月中国自主研发游戏海外市场实际销售收入达 55.7 亿美元，同比增速 20.2%，高于自主研发游戏国内市场收入增速。其中角色扮演类、策略类和多人竞技类(MOBA)

游戏最受欢迎，收入合计占据海外总收入的 83%。（来源：新华网 20190802）

- **周票房数据。**第 29 周（2019.07.22-2019.07.28）：第 29 周总票房 13.85 亿元，其中《哪吒之魔童降世》以 6.58 亿票房排名第一，《银河补习班》排名第二，《狮子王》排名第三。周总观影人次 3851 万。

图表 7：2018-2019 周度票房统计



来源：猫眼，中泰证券研究所

- **即将上映电影情况：**截至 8 月底，即将上映的影片还有 32 部。

图表 8：即将上映电影情况统计

电影名称	题材	上映时间	是否进口
红花绿叶	爱情、剧情	8月5日	否
某日某月	爱情	8月7日	否
若能与你共乘海浪之上	奇幻、爱情、动画	8月7日	是
使徒行者2：谍影行动	剧情、动作、犯罪	8月7日	否
丛林历险记	剧情、家庭、冒险	8月8日	否
红星闪耀中国	历史、战争	8月8日	否
上海堡垒	科幻、战争、爱情	8月9日	否
童童的风铃密室	悬疑、惊悚	8月9日	否
极度危机	剧情、战争	8月9日	否
送我上青云	剧情	8月9日	否
丑娃娃	喜剧、动画、奇幻、冒险	8月9日	是
萤火奇兵2：小虫不好惹	喜剧、动画、科幻	8月9日	否
沉默的证人	动作、犯罪	8月16日	否
送我上青云	剧情	8月16日	否
全职高手之巅峰荣耀	剧情、动画	8月16日	否
龙牌之谜	冒险、动作、奇幻	8月16日	否
愤怒的小鸟2	喜剧、动作、动画、家庭、冒险	8月16日	是
我们的四十年	剧情、家庭、爱情	8月16日	否
古窑迷踪	悬疑、惊悚	8月16日	否
昨日奇迹	喜剧、音乐、奇幻	8月16日	是
速度与激情：特别行动	动作、惊悚、犯罪	8月23日	是
保持沉默	剧情、悬疑、家庭	8月23日	否
昆虫总动员2：来自远方的后援军	动画	8月23日	是
阴风阵阵	恐怖、惊悚、悬疑	8月23日	否
侠路相逢	动作、悬疑、犯罪	8月23日	否
骡子	剧情、悬疑、惊悚、犯罪	8月26日	是
封门笔仙	恐怖、惊悚	8月30日	否
深夜食堂	剧情	8月30日	否
铤而走险	剧情、犯罪、动作	8月30日	否
死寂逃亡	恐怖、科幻	8月30日	是
傻儿夫妻小神郎	喜剧、爱情	8月30日	否
共同命运	纪录片	8月30日	否

来源：猫眼电影，中泰证券研究所

**■ 电视剧、综艺收视率网络热度情况：**根据酷云数据显示，浙江卫视、湖南卫视、东方卫视排名收视率前三，市占率分别为 5.69%、4.96%、3.36%。根据艺恩数据，电视剧播放量来看，《亲爱的，热爱的》《九州缥缈录》《时间都知道》排名前三，网络剧播放量排名前三的分别为《陈情令》《长安十二时辰》《宸汐缘》；电视综艺播放量排名来看，《极限挑战第五季》《中餐厅第三季》《中国好声音 2019》排名前三；网络综艺播放量排名前三的分别为《这！就是街舞第二季》《乐队的夏天》《明日之子第三季》。

**图表 9：本周省级卫视周收视率排名**

排名	频道	直播关注度	市占率
1	浙江卫视	0.3849%	5.6874%
2	湖南卫视	0.3356%	4.9579%
3	东方卫视	0.2273%	3.3590%
4	江苏卫视	0.1843%	2.7230%
5	北京卫视	0.1106%	1.6341%
6	安徽卫视	0.0877%	1.2951%
7	天津卫视	0.0820%	1.2121%
8	山东卫视	0.0802%	1.1845%
9	黑龙江卫视	0.0733%	1.0835%
10	广东卫视	0.0714%	1.0554%

来源：酷云数据，中泰证券研究所

**图表 10：本周电视剧播放量排名**

名称	播映指数	播放量	平台	媒体热
1 亲爱的，热爱的 上线24天 (41集)	90.2	21.0亿	👎	68
2 九州缥缈录 上线17天 (56集)	82.2	3.1亿	👎	62
3 时间都知道 上线17天 (44集)	72.3	2.3亿	👎	60
4 流淌的美好时光 上线31天 (52集)	68.4	5.5亿	👎	44
5 归还世界给你 上线14天 (58集)	67.4	1.3亿	👎	55
6 奋斗吧，少年！ 上线11天 (40集)	62.4	3.3亿	📺	51
7 大宋少年志 上线59天 (32集)	57.7	510.9万	👎	33
8 少年派 上线53天 (40集)	53.9	5.3千万	👎	41
9 知否知否应是绿肥 红瘦 2018-12-25 (78集)	52.7	1.3千万	👎	34
10 浅情人不知 上线9天 (40集)	52.4	1.4亿	👎	44

**图表 11：本周网络剧播放量排名**

名称	播映指数	播放量	平台	媒体热
1 陈情令 上线36天 (50集)	87.9	6.5亿	📺	68
2 长安十二时辰 上线36天 (25集)	84.9	-	📺	68
3 宸汐缘 上线18天 (60集)	75.8	-	📺	59
4 全职高手 上线9天 (40集)	75	4.3亿	📺	68
5 我们不能做朋友 上线35天 (26集)	64.7	4.6千万	👎	37
6 请赐我一双翅膀 上线24天 (60集)	62.5	2.4亿	👎	47
7 七月与安生 上线11天 (53集)	61.2	-	📺	55
8 天雷一部之春花秋月 上线28天 (40集)	58.5	-	📺	32
9 无主之城 上线9天 (24集)	58.1	-	📺	48
10 少年江湖物语 上线23天 (24集)	55.1	-	📺	27

来源：艺思数据，中泰证券研究所

**图表 12：本周电视综艺播放量排名**

名称	播映指数	播放量	平台	媒体热
1 极限挑战第五季 上线82天	62.3	1.3亿		49
2 中餐厅第三季 上线7天 12/12	58.1	1.5亿		46
3 中国好声音2019 上线14天 0/0	57.3	8.9千万		41
4 笑傲江湖第四季 上线69天 12/12	54.9	4.4千万		44
5 声入人心第二季 上线14天 12/12	54.9	1.1亿		39
6 向往的生活第三季 上线99天 13/13	54.5	7.5千万		31
7 天天向上2019 2019-01-01	53	1.7千万		36
8 快乐大本营2019 2019-01-05	52.5	9.1千万		36
9 我家小两口 上线27天 0/0	51.6	9.7千万		3
10 爱情保卫战2019 2019-01-01	50.4	636.9万		32

来源：艺思数据，中泰证券研究所

来源：艺思数据，中泰证券研究所

**图表 13：本周网络综艺播放量排名**

名称	播映指数	播放量	平台	媒体热
1 这！就是街舞第二季 上线76天	69.5	-		42
2 乐队的夏天 上线69天 12/12	67.2	-		4
3 明日之子第三季 上线48天 12/12	66.8	3.5亿		46
4 中国新说唱第二季 上线49天 12/12	61.5	-		4
5 心动的信号第二季 上线44天 10/10	59.9	1.1亿		36
6 极限青春 上线43天 12/12	59.2	7.6千万		36
7 我最爱的女人们 上线90天	56.2	1.6亿		43
8 脱口秀大会第二季 上线12天 10/10	55.8	7.1千万		30
9 我们长大了 上线45天 12/12	55.7	8.6千万		23
10 圆桌派第四季 上线46天 0/0	55.3	-		30

来源：艺思数据，中泰证券研究所

- **IOS 免费榜及畅销榜排名**
- 免费榜中,《我的小家》占据下载榜首,《跑跑卡丁车官方竞速版》排名第二,《全民弹弹弹》排名第三。
- 畅销榜中,《跑跑卡丁车官方竞速版》压过长期霸榜的《王者荣耀》排名第一,《王者荣耀》和《和平精英》分别位列第二和第三名。

**图表 14: IOS 免费榜排名**

1		我的小家 益智解谜第 1 名   Kunpo	-
2		跑跑卡丁车官方竞速... 竞速游戏第 1 名   Tencent ...	-
3		全民弹弹弹 休闲游戏第 1 名   QICON...	-
4		激斗火柴人 动作游戏第 3 名   上海征聚...	-
5		全民漂移 动作游戏第 4 名   MINIGA...	-
6		王牌战争:文明重启 冒险游戏第 1 名   Hero Ent...	▲3
7		和平精英 动作游戏第 6 名   Tencent ...	▼1
8		开心竞技场 益智解谜第 2 名   Jun Xue	-
9		一亿小目标 模拟游戏第 1 名   Smartme...	▼2
10		王者荣耀 动作游戏第 7 名   Tencent ...	-

来源: 七麦科技, 中泰证券研究所

**图表 15: IOS 畅销榜排名**

1		跑跑卡丁车官方竞速... 竞速游戏第 1 名   Tencent ...	▲6
2		王者荣耀 动作游戏第 2 名   Tencent ...	▼1
3		和平精英 动作游戏第 3 名   Tencent ...	▲2
4		QQ飞车 竞速游戏第 2 名   Tencent ...	▼2
5		阴阳师 策略游戏第 3 名   网易移动...	▼2
6		龙族幻想 冒险游戏第 1 名   Tencent ...	-
7		梦幻西游 动作游戏第 5 名   网易移动...	▼3
8		穿越火线:枪战王者 策略游戏第 4 名   Tencent ...	▲3
9		三国群英传:霸王之业 策略游戏第 5 名   Tencent ...	▼1
10		部落冲突 (Clash of ... 动作游戏第 7 名   Supercell	▼1

来源: 七麦科技, 中泰证券研究所

**投资评级说明:**

	评级	说明
股票评级	买入	预期未来 6~12 个月内相对同期基准指数涨幅在 15%以上
	增持	预期未来 6~12 个月内相对同期基准指数涨幅在 5%~15%之间
	持有	预期未来 6~12 个月内相对同期基准指数涨幅在-10%~+5%之间
	减持	预期未来 6~12 个月内相对同期基准指数跌幅在 10%以上
行业评级	增持	预期未来 6~12 个月内对同期基准指数涨幅在 10%以上
	中性	预期未来 6~12 个月内对同期基准指数涨幅在-10%~+10%之间
	减持	预期未来 6~12 个月内对同期基准指数跌幅在 10%以上

备注: 评级标准为报告发布日后的 6~12 个月内公司股价 (或行业指数) 相对同期基准指数的相对市场表现。其中 A 股市场以沪深 300 指数为基准; 新三板市场以三板成指 (针对协议转让标的) 或三板做市指数 (针对做市转让标的) 为基准; 香港市场以摩根士丹利中国指数为基准, 美股市场以标普 500 指数或纳斯达克综合指数为基准 (另有说明的除外)。

**重要声明:**

中泰证券股份有限公司 (以下简称“本公司”) 具有中国证券监督管理委员会许可的证券投资咨询业务资格。本报告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客户。

本报告基于本公司及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料, 反映了作者的研究观点, 力求独立、客观和公正, 结论不受任何第三方的授意或影响。但本公司及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证, 且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断, 可能会随时调整。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。本报告所载的资料、工具、意见、信息及推测只提供给客户作参考之用, 不构成任何投资、法律、会计或税务的最终操作建议, 本公司不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保。本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户, 不构成客户私人咨询建议。

市场有风险, 投资需谨慎。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。

投资者应注意, 在法律允许的情况下, 本公司及其本公司的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易, 并可能为这些公司正在提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。本公司及其本公司的关联机构或个人可能在本报告公开发布之前已经使用或了解其中的信息。

本报告版权归“中泰证券股份有限公司”所有。未经事先本公司书面授权, 任何人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发, 需注明出处为“中泰证券研究所”, 且不得对本报告进行有悖原意的删节或修改。