

人民日报谋划组建金融财经类传媒集团 三条主线配置国有媒体

——光大传媒互联网周报 20190915

行业周报

◆人民日报社旗下《国际金融报》官方公众号9月13日报道，人民日报正在谋划以深圳《证券时报》系为基础，组建金融财经类传媒集团。1) 经过26年的发展，证券时报系目前已拥有《证券时报》、《国际金融报》、《中国基金报》、《期货日报》、《新财富》杂志、全景网等多家核心传媒企业，以及证券时报网、国际金融报网、IPO日报、公私风云、券商中国、e公司、数据宝等几大有影响力的新媒体，实现了对股票、基金、券商、期货、创业企业等资本市场各领域的垂直细分布局。2) 报道表示，人民日报作为中国最具影响力的媒体之一，一直有意打造一个有实力和话语权的金融财经类传媒集团，目标瞄向彭博社这类国际知名财经媒体；要完成这项任务，最合适的平台是一直在进行集团化探索又立足于金融财经领域的证券时报系。3) 在财经传媒行业竞争日趋激烈的大背景下，集团化发展已成为部分主流财经媒体重构商业模式、实现转型升级的重要举措。

国有文化传媒企业的发展受到较高政策层面的支持，未来借助资本市场发展壮大确定性高。国务院《文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的规定》和《进一步支持文化企业发展的规定》提出：1) 创新文化产业投融资体制，推动文化资源与金融资本有效对接，鼓励有条件的文化企业利用资本市场发展壮大；2) 通过公司制改建实现投资主体多元化的文化企业，符合条件的可申请上市。鼓励符合条件的已上市文化企业通过增发、定向增发等再融资方式进行并购和重组。鼓励符合条件的文化企业进入中小企业板、创业板、新三板、科创板等融资。

◆关注与投资建议：当下国有文化传媒上市公司的投资价值需要重视。1) 文化产业的意识形态与安全问题被极度重视，其中需要具有经验和政治敏感性高的国有媒体肩负使命并承担更大的产业建设责任，我们认为在此背景下国有媒体并将持续获得政策支持与倾斜；2) 大国崛起必然将带来文化自信，文化自信离不开强大的文化产业的发展与繁荣，当下传媒行业正面临供给侧改革，而在行业出清后，未来或将出现一批强有力的传媒旗舰集团，而国有媒体或将扮演行业领军者。

我们建议沿三条主线跟踪和配置国有媒体：1) 中央媒体是改革风向标，后续或有持续的政策倾斜与扶持，其转型升级有望持续落地，关注【人民网】【新华网】【中视传媒】；2) 广电大屏新媒体：“可管可控”始终是大屏内容安全的监管底线，其中有OTT/IPTV相关牌照并具有市场化运营能力和竞争力的公司值得持续推荐，核心推荐【芒果超媒】和【新媒股份】；3) 广电板块：广电行业本轮改革具备了“天时地利人和”，且“全国一网”整合已列入2019深改组计划，广电拿到5G牌照或将成为第四家运营商，5G时代的角色或转变，价值不应被低估，我们推荐【东方明珠】【华数传媒】【贵广网络】。

◆风险分析。互联网行业竞争加剧风险、媒体管制放松导致牌照价值削弱风险、广电行业整合进度不及预期风险

买入（维持）

分析师

孔蓉 (执业证书编号：S0930517120002)

021-52523837

kongrong@ebcn.com

联系人

乐济铭

021-52523797

lejiming@ebcn.com

行业与上证指数对比图



资料来源：Wind

目 录

1、人民日报谋划组建金融财经类传媒集团	3
1.1、本周行业重要事件及点评.....	3
1.2、关注与投资建议	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
2.3、美股和港股总体回顾.....	8
3、行业重要数据点评	11
3.1、全国单个影院：Jackie Chan 北京耀莱票房首位，《速度与激情：特别行动》票房夺冠.....	11
3.2、电视剧/网剧：现代军旅题材电视剧《陆战之王》强势夺得本周播放量冠军.....	13
3.3、综艺：浙江卫视《2019 中国好声音》周五收视夺冠.....	13
3.4、出版：《西游记（上下）》居虚构榜第一，《红星照耀中国》居非虚构畅销榜榜首.....	15
3.5、广告：7月生活圈媒体广告刊例花费增速未见起色	15
3.6、国漫：《西行纪》的播放量位居国漫第一名，《斗罗大陆》居第二.....	16
4、行业重点新闻回顾	17
4.1、影视：网大面临双备案转型阵痛期，现实题材数量渐成主力.....	17
4.2、游戏：苹果游戏订阅服务 Apple Arcade 9月19日上线.....	18
4.3、音乐：网易的电音“慢”生意	18
4.4、动漫：AcFun 推出“A等生计划”，积极打造活力新生创作者生态.....	19
4.5、互联网：互联网厂商频频亮剑海外，本土化能力依然是关键.....	20
5、上周公告.....	21
5.1、主板传媒上市公司重要公告	21
5.2、港股传媒上市公司重要公告	22
6、风险分析.....	22

1、人民日报谋划组建金融财经类传媒集团

1.1、本周行业重要事件及点评

人民日报社旗下《国际金融报》官方公众号9月13日报道，人民日报正在谋划以深圳《证券时报》系为基础，组建金融财经类传媒集团。1) 经过26年的发展，证券时报系目前已拥有《证券时报》、《国际金融报》、《中国基金报》、《期货日报》、《新财富》杂志、全景网等多家核心传媒企业，以及证券时报网、国际金融报网、IPO日报、公私风云、券商中国、e公司、数据宝等几大有影响力的新媒体，实现了对股票、基金、券商、期货、创业企业等资本市场各领域的垂直细分布局。2) 报道表示，人民日报作为中国最具影响力的媒体之一，一直有意打造一个有实力和话语权的金融财经类传媒集团，目标瞄向彭博社这类国际知名财经媒体；要完成这项任务，最合适的平台是一直在进行集团化探索又立足于金融财经领域的证券时报系。3) 在财经传媒行业竞争日趋激烈的大背景下，集团化发展已成为部分主流财经媒体重构商业模式、实现转型升级的重要举措。

移动互联网带来了舆论生态、媒体格局和传播方式的深刻变化，传统的主流媒体影响力受到分流；人民日报社此举具有标志性意义，国有媒体通过资源整合等形式做大做强或将提速。2019年1月，中共中央政治局第十二次集体学习在人民日报社举行；习近平主席强调：1) 要推动媒体融合向纵深发展，巩固全党全国人民共同思想基础；2) 要抓紧做好顶层设计，打造新型传播平台，建成新型主流媒体，扩大主流价值影响力版图；3) 要旗帜鲜明坚持正确的政治方向、舆论导向、价值取向，通过理念、内容、形式、方法、手段等创新，使正面宣传质量和水平有一个明显提高；4) 主流媒体要及时提供更多真实客观、观点鲜明的信息内容，掌握舆论场主动权和主导权。

图1：近年主流媒体相关指示梳理



资料来源：光大证券研究所整理

国有文化传媒企业的发展受到较高政策层面的支持，未来或借助资本市场持续发展壮大。2018年底，国务院发布了《文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的规定》和《进一步支持文化企业发展的规定》，关于资本市场支持国有文化传媒企业的政策有：1) 创新文化产业投融资体制，

推动文化资源与金融资本有效对接，鼓励有条件的文化企业利用资本市场发展壮大，推动资产证券化，鼓励文化企业充分利用金融资源，投资开发战略性、先导性文化项目；2) 通过公司制改建实现投资主体多元化的文化企业，符合条件的可申请上市。鼓励符合条件的已上市文化企业通过公开增发、定向增发等再融资方式进行并购和重组。鼓励符合条件的文化企业进入中小企业板、创业板、新三板、科创板等融资。

1.2、关注与投资建议

当下国有文化传媒上市公司的价值需要重视。1) 文化产业的意识形态与安全问题被极度重视，其中需要具有经验和政治敏感性高的国有媒体肩负使命并承担更大的产业建设责任，我们认为在此背景下国有媒体并将持续获得政策支持与倾斜；2) 大国崛起必然将带来文化自信，文化自信离不开强大的文化产业的发展与繁荣，当下传媒行业正面临供给侧改革，而在行业出清后，未来或将出现一批强有力的传媒旗舰集团，而国有媒体或将扮演行业领军者。

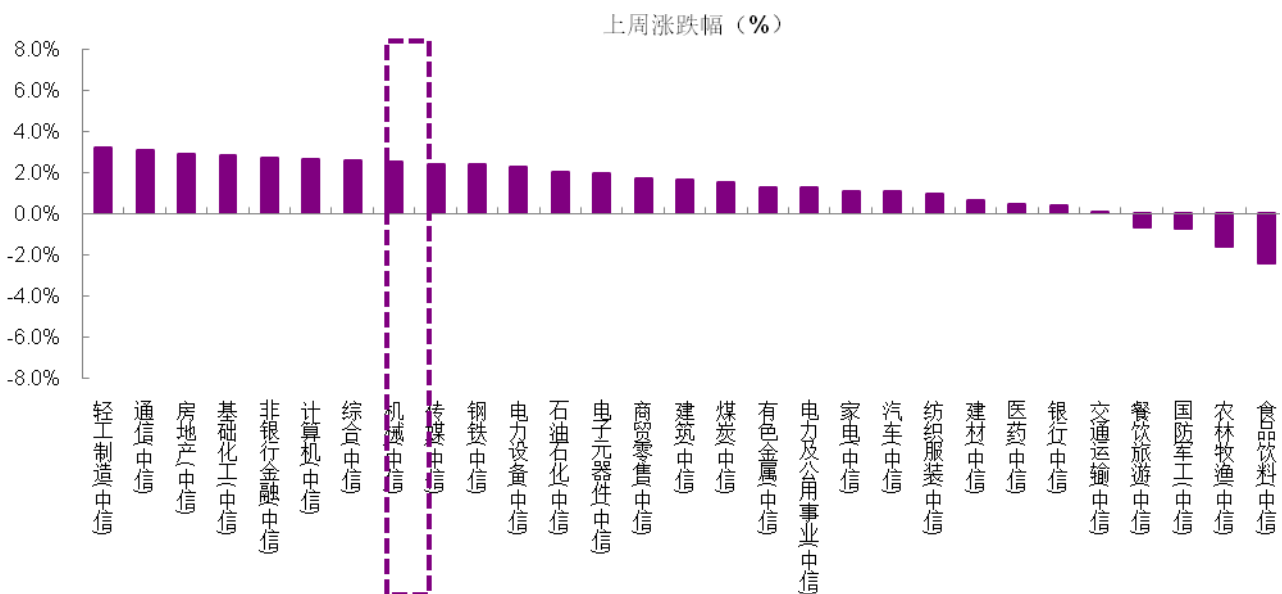
我们建议沿三条主线跟踪和配置国有媒体：1) 中央媒体是改革风向标，后续或有持续的政策倾斜与扶持，其转型升级有望持续落地，关注【人民网】【新华网】【中视传媒】；2) 广电大屏新媒体：“可管可控”始终是大屏内容安全的监管底线，其中有 OTT/IPTV 相关牌照并具有市场化运营能力和竞争力的公司值得持续推荐，核心推荐【芒果超媒】和【新媒股份】；3) 广电板块：广电行业本轮改革具备了“天时地利人和”，且“全国一网”整合已列入 2019 深改组计划，广电拿到 5G 牌照或将成为第四家运营商，5G 时代的角色或转变，价值不应被低估，我们推荐【东方明珠】【华数传媒】【贵广网络】。

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9月9日至2019年9月12日),传媒(中信)指数(+2.40%)在29个指数涨跌幅中排名第9。中信指数29个行业中25个行业上涨,涨幅前三的行业为轻工制造(中信)(+3.19%)、通信(中信)(+3.10%)和房地产(中信)(+2.89%);4个行业指数下跌,跌幅前三的为食品饮料(中信)(-2.39%)、农林牧渔(中信)(-1.63%)、国防军工(中信)(-0.70%)。

图2: 上周(2019年9月9日至2019年9月12日)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393X,2018PE为30X。

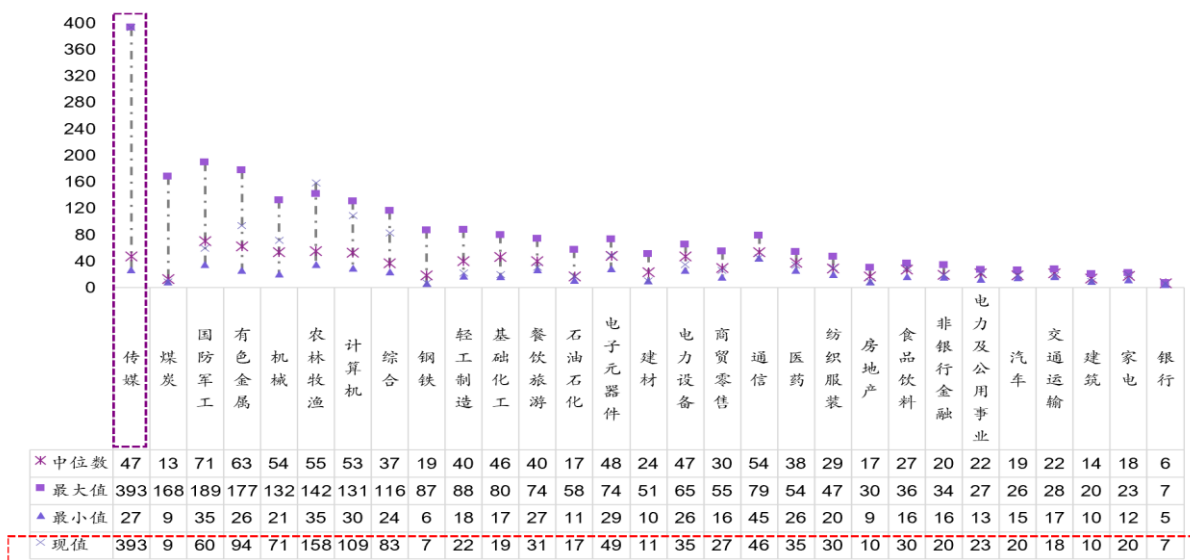
1) 2012-2015年迎来传媒行业大发展,估值水平持续上升,2015年股市整体调整前中信传媒指数PE(TTM)最高达120X; 2) 2015-2017年,市场开始消化前期传媒大发展中带来的多面影响,如电视广告投放量下降、传统报纸销量下滑、杂志期刊的停刊等,传媒行业估值逐步下移;目前行业市销率为2.76X,位于历史9.77%分位点; 3) 当前传媒行业PE(TTM)为393X,行业受宏观经济增速下行拖累及大规模资产减值影响,净利润大幅下滑导致估值水平被动升高; 4) 传媒的PB估值水平的最小值为1.9,最大值为7.0,现值为2.0。

图 3：中信传媒板块总体估值水平 (PS TTM)



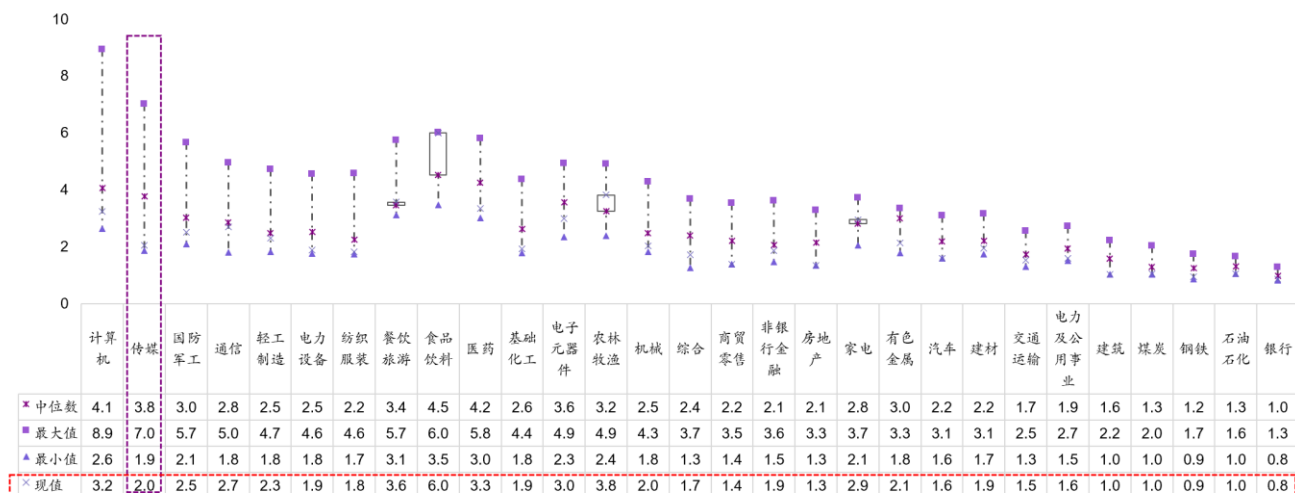
资料来源：wind，光大证券研究所注：截至 2019 年 9 月 12 日

图 4：中信指数估值水平 (PE TTM 自 2012 年 1 月 1 日起)



资料来源：wind，光大证券研究所注：截至 2019 年 9 月 12 日

图 5：中信指数估值水平（PB 自 2012 年 1 月 1 日起）

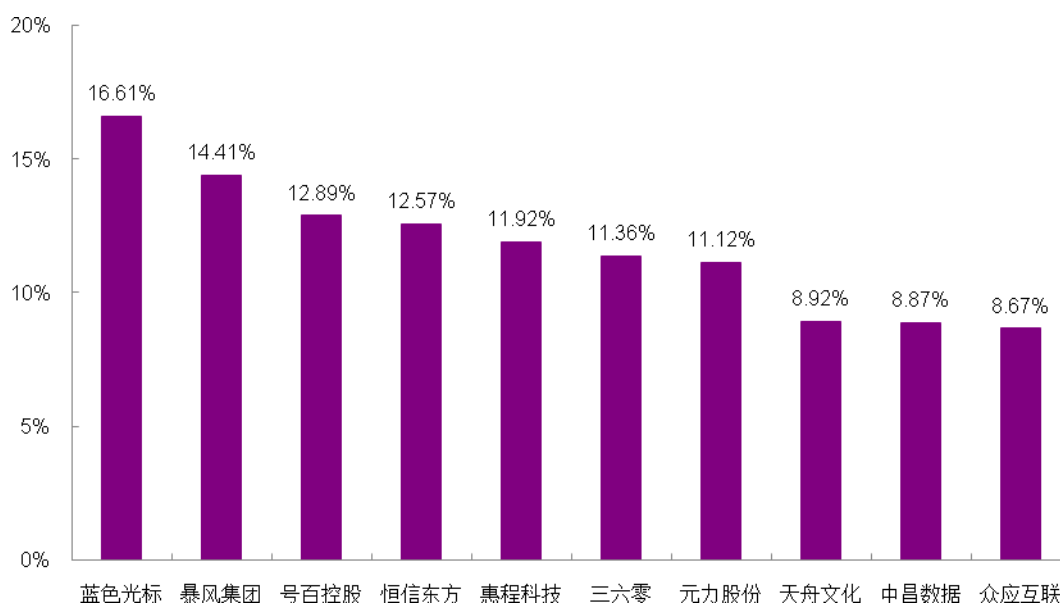


资料来源：wind，光大证券研究所注：截至 2019 年 9 月 12 日

2.2、A 股传媒行业公司回顾

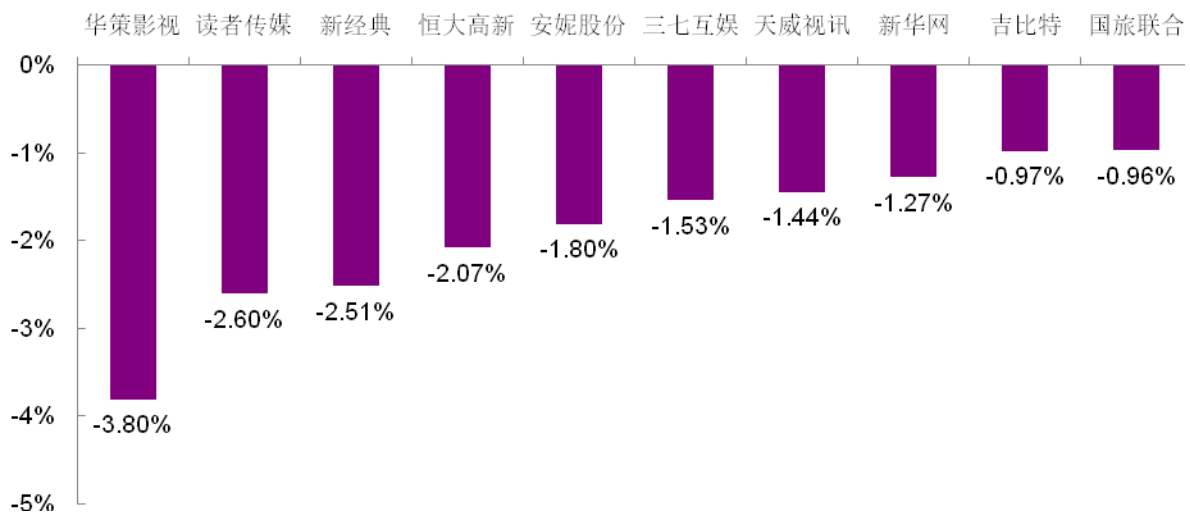
市场回顾。上周（2019 年 9 月 9 日至 2019 年 9 月 12 日），A 股传媒行业 137 家公司中共有 117 家公司上涨。涨幅前三名分别为蓝色光标（+16.61%）、暴风集团（+14.41%）、号百控股（+12.89%）；跌幅前三名为华策影视（-3.80%）、读者传媒（-2.60%）、新经典（-2.51%）。市值前三名为三六零（1751 亿）、分众传媒（831 亿）、世纪华通（568 亿）。

图 6：A 股传媒行业公司上周涨幅榜前十（单位：%）



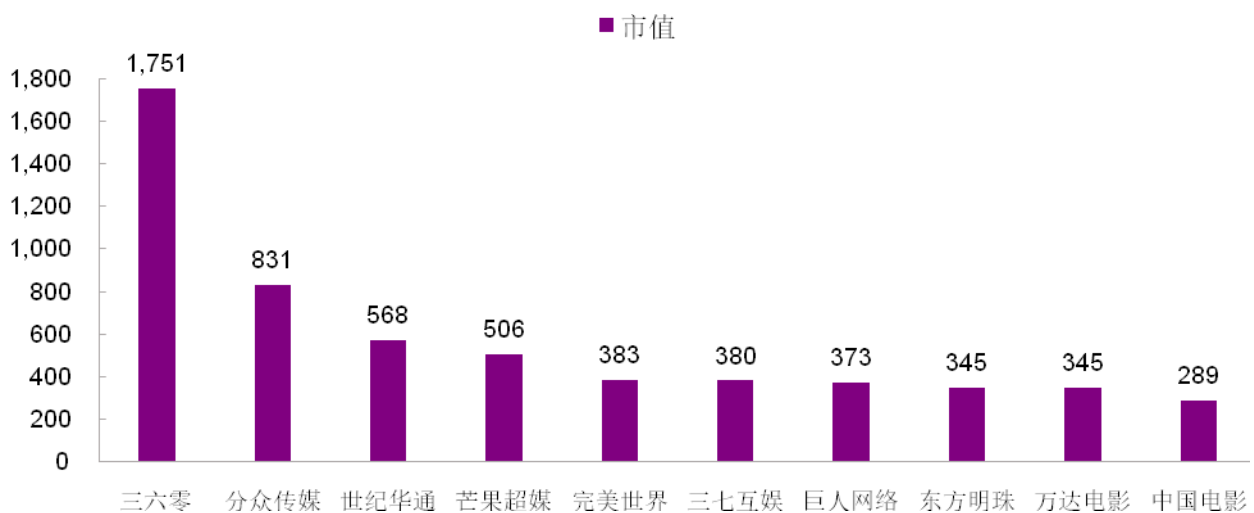
资料来源：wind，光大证券研究所

图 7: 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 8: A 股传媒行业公司市值 (单位: 亿元)

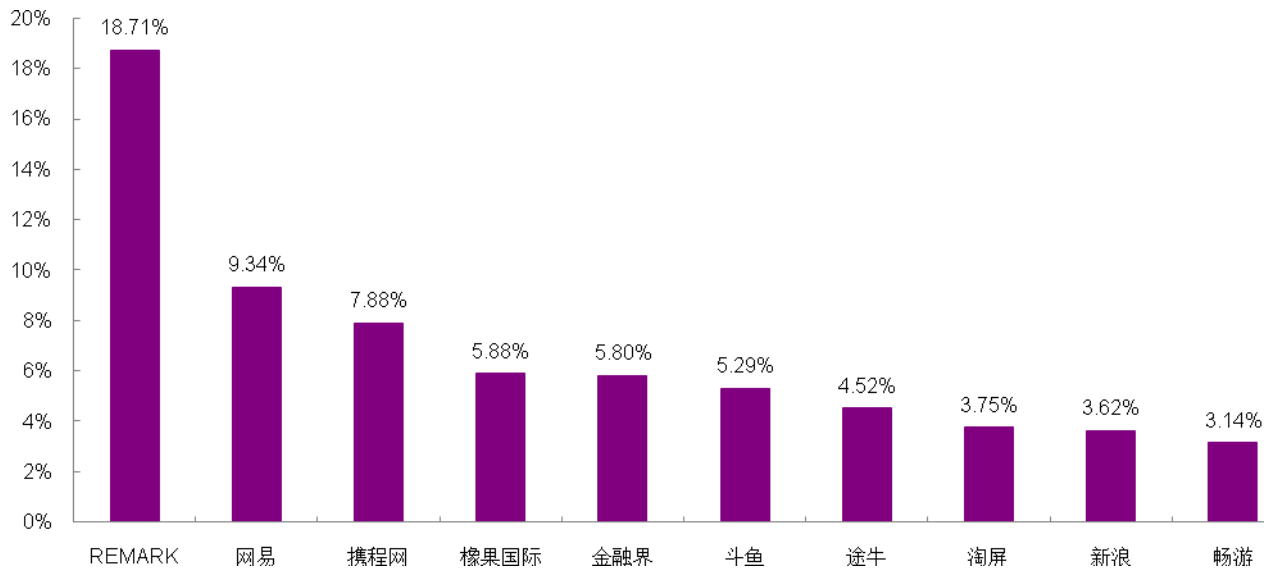


资料来源: wind, 光大证券研究所注: 市值为 2019 年 9 月 12 日收盘市值

2.3、美股和港股总体回顾

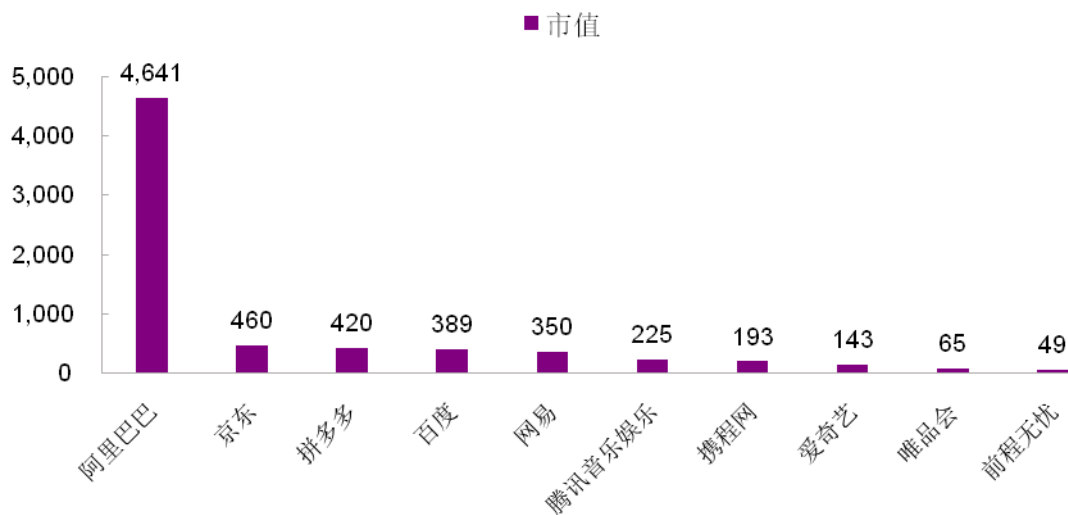
市场回顾。上周 (2019 年 9 月 9 日至 2019 年 9 月 12 日), 美股中概股传媒互联网行业一共 31 家, 其中有 24 家公司股价上涨, 涨幅前三的分别为畅游 (+52.03%)、聚美优品 (+22.83%)、搜狐 (+19.50%)。市值前三的为阿里巴巴 (4641 亿美元)、京东 (460 亿美元)、拼多多 (420 亿美元)。

图 9：美股中概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

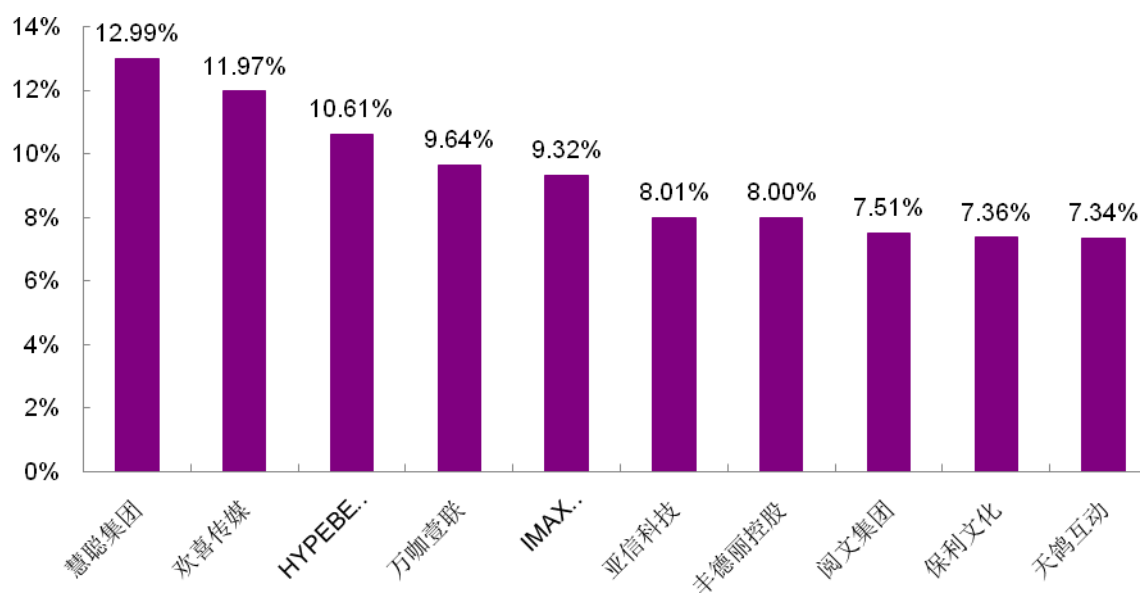
图 10：美股中概股传媒互联网行业公司市值（单位：亿美元）



资料来源：wind，光大证券研究所注：市值为 2019 年 9 月 12 日收盘市值

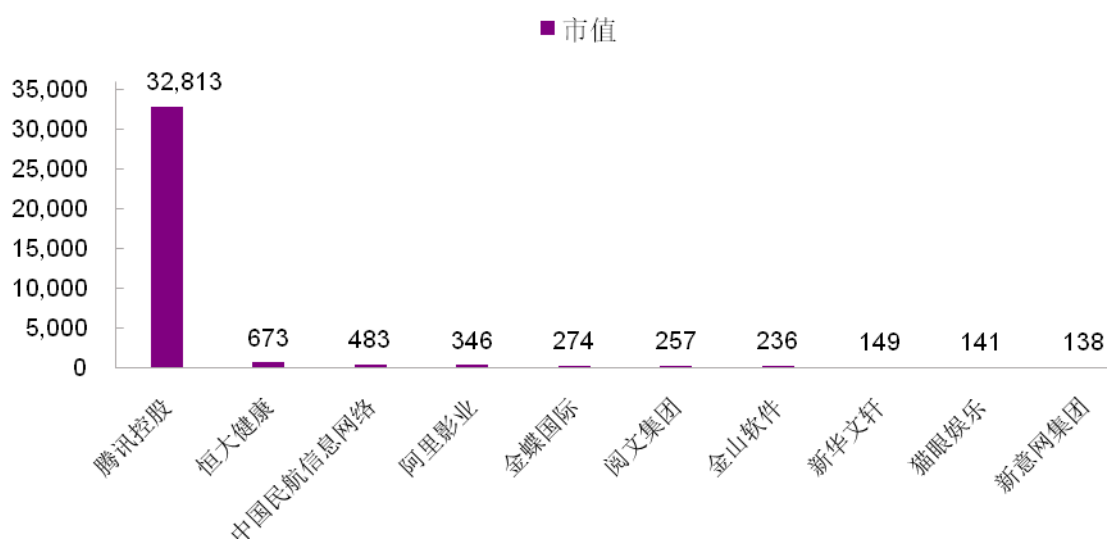
市场回顾。上周（2019 年 9 月 9 日至 2019 年 9 月 12 日），港股传媒互联网行业公司一共 51 家，其中有 33 家公司股价上涨，涨幅前三的分别为慧聪集团（+12.99%）、欢喜传媒（+11.97%）、HYPEBEAST（+10.61%）。市值前三的分别为腾讯控股（33386 亿港元）、恒大健康（665 亿港元）和中国民航信息网络（485 亿元）。

图 11: 港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: 港股传媒互联网公司市值 (单位: 亿港元)



资料来源: wind, 光大证券研究所注: 市值为 2019 年 9 月 12 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，《速度与激情：特别行动》票房夺冠

第 36 周《罗小黑战记》获周票房冠军，达 0.61 亿；《诛仙 1》周票房 0.56 亿，位居第二。2019 年第 37 周将上映 5 部影片，4 部是国产电影，1 部是泰国电影。

表 1：2019 年第 37 周（2019.09.16-2019.09.22）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	友情以上	剧情、爱情	查亚洛普·布恩帕拉科布	平采娜·乐维瑟派布恩、NutthasitKotimanuswanich	泰国 GDH559 电影公司	泰国	2D	周五
2	小 Q	剧情	罗永昌	任达华、梁咏琪、罗仲谦	星皓影业、中国电影股份	中国大陆	2D	周五
3	决胜时刻	历史、传记	黄建新、宁海强	唐国强、刘劲、黄景瑜	北京市委宣传部、博纳影业	中国大陆	2D	周五
4	英雄魂	剧情、喜剧、历史	黄羿	田一德、陈妍臻	比格影业、工力影视	中国大陆	2D	周四
5	国礼	悬疑、动作、冒险	周琦	王晖、唐国强、杜鹃	潇影第二影业、八月潮影业	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 Chan 北京耀莱票房首位

3.1.1、北京嘉华国际影城 46.2 万票房夺得影院票房首位。以全国影院为单位，第 36 周(2019.09.09-2019.09.15)，全国影院 TOP10 中，北京影院占 6 家。Jackie Chan 北京耀莱和南京新街口国际影城分别以 43.0 万和 42.9 万的票房分列第二、三名。

表 2：2019 年第 36 周（2019.09.09-2019.09.15）全国影院票房 TOP10

影院名称	周票房 (万)	观影人次 (万)	场均人次
北京嘉华国际影城	46.2	1.13	30
Jackie Chan 北京耀莱	43.0	1.02	13
南京新街口国际影城	42.9	1.25	17
上海五角场万达广场店	41.7	0.93	22
北京美嘉欢乐影城(中关村)	37.8	0.90	26
上海和平影都	35.0	0.73	24
首都电影院昌平店	34.8	0.87	22
金逸北京荟聚 IMAX 店	34.5	0.57	16
广州飞扬影城(正佳分店)	34.0	0.75	21
金逸北京大悦城 IMAX 店	33.3	0.54	17

资料来源：艺恩，光大证券研究所

3.1.2、电影票房：《罗小黑战记》票房夺冠，《诛仙 1》位居第二

《罗小黑战记》周票房 0.64 亿，《诛仙 1》周票房 0.60 亿。国内电影市场第 36 周(2019.09.09-2019.09.15)总票房约 3.48 亿元。其中《罗小黑战记》以 0.64 亿票房占总票房的 18.5%，《诛仙 1》和《小小的愿望》分别

以 0.60 亿元和 0.50 亿元票房排名第二和第三，分别占周票房 17.4%和 14.4%。

表 3：2019 年第 36 周（2019.09.09- 2019.09.15）全国电影票房 TOP10

影片名称	周票房 (亿)	票房占比 (%)	场均人次
罗小黑战记	0.64	18.5%	5
诛仙 1	0.60	17.4%	7
小小的愿望	0.50	14.4%	5
速度与激情：特别行动	0.41	11.8%	4
名侦探柯南：绀青之拳	0.39	11.3%	8
哪吒之魔童降世	0.30	8.6%	4
巨鳄风暴	0.19	5.4%	7
烈火英雄	0.06	2.6%	4
徒手攀岩	0.07	2.1%	3
检察方的罪人	0.04	1.2%	3

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 36 周(2019.09.09- 2019.09.15)万达院线以 0.47 亿的票房高居排名榜第一，观影人次 125.42 万；大地院线第二，票房为 0.33 亿，观影人次达 102.39 万；上海联和院线以 0.30 亿的票房排名第三。

表 4：2019 年第 36 周（2019.09.09- 2019.09.15）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	0.47	125.42	37
大地院线	0.33	102.39	32
上海联和院线	0.30	81.29	36
中影数字院线	0.24	73.66	33
中影南方新干线	0.24	72.09	33
中影星美	0.17	53.69	32
广州金逸珠江	0.15	46.14	34
横店院线	0.15	46.82	31
江苏幸福蓝海院线	0.14	42.24	32
华夏联合	0.13	40.41	32

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 2 倍

以影投公司为单位，第 36 周(2019.09.09 - 2019.09.15)万达电影以 0.16 亿的票房排名第一，大地影院以 0.06 亿的票房排名第二，CGV 影城投资公司以 0.05 亿的票房排名第三，横店院线以 0.04 亿的票房排名第四，中影影院投资以 0.04 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 36 周 (2019.09.09- 2019.09.15) 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	0.16	44.68	14
大地影院	0.06	18.46	11
CGV 影城投资公司	0.05	12.07	17
横店院线	0.04	15.73	10
中影影院投资	0.04	11.32	16
金逸影视	0.03	8.73	11
耀莱管理公司	0.02	6.70	12
博纳影院投资	0.02	5.12	13
幸福蓝海影院发展	0.02	5.41	15
香港百老汇	0.04	1.78	15

资料来源: 艺恩, 光大证券研究所

3.2、电视剧/网剧: 现代军旅题材电视剧《陆战之王》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

电视剧《陆战之王》获得本周播放量冠军,《小欢喜》播放量位居第二。第 36 周(2019.09.09- 2019.09.15)电视剧和网剧播放量排名,《陆战之王》以 3.3 亿的播放量排名第一,《小欢喜》以 2.7 亿播放量排名第二,《山月不知心底事》以 2.5 亿的播放量排名第三。

表 6: 2019 年第 36 周 (2019.09.09- 2019.09.15) 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	陆地之王	3.0	多平台
2	山月不知心底事	2.2	多平台
3	老酒馆	2.0	腾讯视频
4	遇见幸福	2.0	多平台
5	外星女生柴小七	1.5	腾讯视频
6	你是我的答案	1.1	多平台
7	小欢喜	0.8	多平台
8	极限 17	0.8	多平台
9	走进你的记忆	0.5	腾讯视频
10	九千米爱情	0.5	腾讯视频

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 9 月 13 日, 浙江卫视的《2019 中国好声音》以 1.2527% 的收视率和 7.0764% 的市场份额排名第一。浙江卫视的《2019 中国好声音》以 1.2360% 的收视率和 6.8583% 的市场份额排名第二。

表 7: 9 月 13 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	1.2527	7.0764
2	2019 中国好声音	浙江卫视	1.2360	6.8583
3	真声音	浙江卫视	1.1095	10.4598
4	真声音	浙江卫视	1.0708	10.2579
5	中餐厅	湖南卫视	0.8334	7.8179
6	中餐厅第三季	湖南卫视	0.8112	7.9022
7	2019 中国好声音炫彩时刻	浙江卫视	0.7483	8.2653
8	2019 中国好声音炫彩时刻	浙江卫视	0.6736	3.0650
9	声入人心第二季	湖南卫视	0.5121	2.4152
10	声入人心	湖南卫视	0.5091	2.3900

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《中餐厅》第一，网络综艺《明日之子第三季》夺冠

《中餐厅第三季》的播放量获电视综艺第一名。从电视综艺来看，第 36 周(2019.09.09 - 2019.09.15)《中餐厅第三季》以 0.99 亿的播放量排名第一，《我家小两口》以 0.48 亿的播放量排名第二，《快乐大本营 2019》以 0.38 亿的播放量排名第三。网络综艺《一路成年》播放量夺冠。从网综来看第 36 周(2019.09.09- 2019.09.15)，《一路成年》0.79 亿的播放量排名第一，《哎呀好身材》和《女儿们的恋爱第二季》以 0.54 亿和 0.51 亿的播放量排名第二、第三。

表 8：2019 年第 36 周（2019.09.09- 2019.09.15）电视综艺播放量 TOP10

排名	剧集名称	播放量（万）	播出平台
1	中餐厅第三季	9937	多平台
2	我家小两口	4800	多平台
3	快乐大本营 2019	3815	芒果 TV
4	声入人心第二季	3597	多平台
5	中国达人秀第六季	2911	多平台
6	跨界喜剧王第四季	2410	芒果 TV
7	中国好声音 2019	2346	多平台
8	爱情保卫战	2247	多平台
9	变形计第十九季	1357	芒果 TV
10	遇见天坛	1328	多平台

资料来源：骨朵传媒，光大证券研究所

表 9：2019 年第 36 周（2019.09.09- 2019.09.15）网络综艺播放量 TOP10

排名	剧集名称	播放量（万）	播出平台
1	一路成年	7933	芒果 TV

2	哎呀好身材	5382	芒果TV
3	女儿们的恋爱第二季	5091	芒果TV
4	新生日记	4713	芒果TV
5	脱口秀大会第二季	4454	腾讯视频
6	送一百位女孩回家第三季	2747	搜狐视频
7	我要打篮球	2684	腾讯视频
8	合唱吧！300	1877	腾讯视频
9	明日之子第三季	1668	腾讯视频
10	知遇之城	949	腾讯视频

资料来源：骨朵传媒，光大证券研究所

3.4、出版：《西游记（上下）》居虚构榜第一，《红星照耀中国》居非虚构畅销榜榜首

《西游记（上下）》居虚构榜第一，《红星照耀中国》居非虚构畅销榜榜首。第36周(2019.09.09 - 2019.09.15)，虚构类书籍：《西游记（上下）》排名第一；《红岩》排名第二；《西游记（无障碍阅读版权权威版全新版）（精）》排名第三。非虚构类书籍：《红星照耀中国》排名第一；《朝花夕拾》排名第二；《习近平在正定》排名第三。

表 10：2019 年第 36 周（2019.09.09 - 2019.09.15）畅销书排行榜

排名	虚构	非虚构
1	西游记（上下）	红星照耀中国
2	红岩	朝花夕拾
3	西游记（无障碍阅读版权权威版全新版）（精）	习近平在正定
4	活着	朝花夕拾
5	撒野	论语译注（简体字本）
6	斗罗大陆（第四部）-终极斗罗（9）	习近平的七年知青岁月
7	平凡的世界（全三册）	昆虫记
8	解忧杂货店	论语
9	水浒传（上下）	半小时漫画唐诗
10	伪装学渣	湘行散记

资料来源：开卷，光大证券研究所

3.5、广告：7 月生活圈媒体广告刊例花费增速未见起色

2019年7月，传统媒体和全媒体的广告花费同比继续下滑。全媒体广告刊例花费同比下滑5.8%，传统媒体广告花费同比减少7.6%。

传统媒体部分，各媒体的广告花费同比仍处在下滑趋势中，未见明显企稳迹象。电视媒体的广告花费同比下滑6.2%，仅省级地面频道的广告花费同比微涨1.8%，是各级频道中唯一呈现增长的。

生活圈媒体增速维持低位，其中电梯电视同比增幅为0%。7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0.0%、1.9%和2.8%。

表 11：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 12: 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%	-12.4%	-6.2%					
报纸	-28.8%	-38.6%	-29.7%	-29.5%	-33.0%	-30.6%	-23.2%					
杂志	5.8%	-12.1%	-5.7%	-11.9%	-8.1%	-6.1%	-14.8%					
电台	5.3%	-22.3%	-9.8%	-9.9%	-5.4%	-9.7%	-11.7%					
传统户外	-13.8%	-20.3%	-17.9%	-19.6%	-23.1%	-18.9%	-21.8%					
电梯电视	20.8%	1.0%	7.3%	1.0%	1.2%	4.1%	0.0%					
电梯海报	23.8%	3.0%	11.7%	1.4%	2.1%	6.2%	1.9%					
影院视频	12.3%	3.4%	5.6%	2.7%	3.2%	4.1%	2.8%					
整体	-5.9%	-18.3%	-11.2%	-6.8%	-5.0%	-8.8%	-5.8%					

资料来源：CTR，光大证券研究所整理

3.6、国漫：《西行纪》的播放量位居国漫第一名，《斗罗大陆》居第二

《西行纪》的播放量位居国漫第一名，《斗罗大陆》居第二。第36周(2019.09.08-2019.09.15)，《西行纪》以5937万的播放量排名第一，《斗罗大陆》以4591万的播放量排名第二，《斗破苍穹第三季》以3006万的播放量排名第三。腾讯仍然是国漫播出的最主要平台。

表 13: 2019 年第 36 周 (2019.09.09-2019.09.15) 国漫播放量 TOP10

排名	剧集名称	播放量 (万)	播出平台
1	西行纪	5937	腾讯
2	斗罗大陆	4591	腾讯
3	斗破苍穹第三季	3006	腾讯
4	灵剑尊第一季	2379	腾讯
5	画江湖之不良人第三季	2127	多平台
6	魔道祖师	1596	腾讯
7	灵剑尊第 1 季	1068	腾讯
8	地灵曲	1017	腾讯
9	天行九歌	787	多平台
10	末世觉醒之入侵	586	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：网大面临双备案转型阵痛期，现实题材数量渐成主力

4.1.1、网大面临双备案转型阵痛期，现实题材数量渐成主力

今年各大视频平台的网络电影板块上新数量出现了严重下降。根据网络数据显示,2018年优爱腾三个网大头部平台的全年上新总量达到了1482部。但在今年双备案新规实行以后,我们发现从2月至今(截至9月6日),通过上线备案的网络电影数量只有寥寥81部。

特别是此前年年战绩傲人的爱奇艺平台,在过去的三年里每年网大上新数量都超过1000部,而时间来到2019年后,按照目前的趋势,恐怕连一半数量都很难达到。

受影响的自然不仅是上线的作品。9月4日,广电总局发布了2019年7月全国重点网络影视剧拍摄规划登记备案情况公示,其中网络电影252部,都市题材129部,农村题材12部,青少题材12部,科幻题材20部,传记题材6部,公安题材6部,司法题材1部,传奇题材15部,武打题材17部,其它题材34部。

从今年2月到7月所有通过拍摄规划登记备案的网络电影的情况来看,整体备案数量和去年同期相比浮动不大,但题材类型占比发生了一些转变。如作为传统网大题材类型的古装题材网大,数量出现了大幅度下降,特别是在7月,古装题材网大已经被压缩至冰点,通过拍摄备案的仅有5部,这恐怕与今年网络影视市场的“限古今”和双备案系统实行以来古装网大的低过审率不无关系。

现实题材网大的数量则呈压倒性态势,在7月更是达到了78%的占比,由此可见,现实主义题材之风将在中国影视市场进一步蔓延,未来有望将成为网大市场的主要题材类型。另外,乘着电影《流浪地球》引发的一阵国产科幻热,今年科幻题材网大的数量也出现了一些上升,成为网络电影新的热门拍摄题材。(资料来源:影投人)

4.1.2、星宏传媒半年业绩逆势增长轻装上阵聚焦影视主业

2019年是星宏传媒(01616)剥离非核心资产,聚焦主业的关键一年,继去年业绩实现增长后,今年上半年,公司毛利率大幅提升,实现扭亏为盈。影视业务逆势增长

近日,星宏传媒公布上半年业绩,期内实现收入约4.61亿元人民币(单位下同),同比上升约11.4%;毛利约1.28亿元,同比上升103.5%;毛利率同比增加约12.6个百分点至约27.7%;公司归母净利润约2920万元,而去年同期为亏损9270万元。

收入增长主要由于影视业务大幅增长带动,该业务收入同比增96.71%至2.2亿元。从2015年进军影视业以来,星宏传媒在影视布局方面已经初具规模,形成了涵盖影视制作与发行、广告植入、道具租赁、完片保险、担保业务、影视教育等业务在内的产业链闭环。(资料来源:同花顺财经)

4.2、游戏：苹果游戏订阅服务 Apple Arcade 9 月 19 日上线

4.2.1、苹果游戏订阅服务 Apple Arcade 9 月 19 日上线

苹果官方今日宣布，旗下游戏订阅服务 Apple Arcade 将于 9 月 19 日上线，所有 iOS13 系统的 iPhone、iPad、iPod touch、Mac 和 Apple TV 的用户均可订阅这一服务，无限制的享受超过 100 款全新的独家游戏。Apple Arcade 每月 4.99 美元（约 35 人民币），同时提供首月免费试用。

此项服务将不会有广告，且订阅服务后可以六名家庭成员共享，在今日的活动中诸多游戏厂商也分别展示了各种登陆 Apple Arcade 的新作，包括科乐美的《青蛙过河》新作、卡普空的《新世界》、Square Enix《歧路旅人》团队新作《Various Daylife》、万代南梦宫的《吃豆人派对皇家版》、世嘉的《咻咻火箭！宇宙》、育碧的《雷曼：迷你》等等。（资料来源：DoNews）

4.2.2、游戏视频网站 Medal.tv 获新一轮 900 万美元融资

日前，海外游戏视频网站 Marshmello 获得了投资公司 Horizons Ventures 领导的新一轮 900 万美元（约人民币 6345 万人民币）融资。这一轮融资的参与者包括天使投资人和之前已经参与该网站投资的资方，其中包括 Maker's Fund 和 Techcrunch reports。Medal.tv 在今年 2 月曾获得过 350 万美元投资，而根据官方说法，网站每日都有成千上万的新用户入驻。

根据该公司首席执行官 Pim de Witte 的说法，Medal.tv 的宗旨是将游戏短视频与社交网络连接起来。他认为在越来越多的游戏发行商都在建立自己独立、隔离的游戏生态环境的当下，需要像 Medal 和 Discord 这一的公司将玩家们整合起来。根据 Witte 的说法，Medal.tv 现在已有 500 万注册用户。（资料来源：游戏产业网）

4.3、音乐：网易的电音“慢”生意

4.3.1、网易的电音“慢”生意

9 月 10 日，在位于杭州市的浙江国家音乐产业基地萧山园区，网易放刺杭州电音制作学院举办了开幕仪式，并正式宣布学院全面开学。网易集团 CEO 丁磊出席活动并代表网易登台发言。

实际上，这已经不是丁磊首次为“电音”站台了。去年 11 月，丁磊曾以 DJ 身份在上海知名 Club TAXX 公开表演，彼时网易云音乐与全球权威在线电音广播 DI.FM 达成战略合作，上线了“DI 电音”电台；在此之前，丁磊还曾在网易放刺品牌发布前夕，在网易云音乐个人账号上发布了自己在 DJ 操控台前的照片，“DJ 丁磊”的别称由此传播开来，其“白天养猪，晚上打碟”的梦想也频繁被媒体拿来调侃。

连续为网易两个音乐品牌在电音方向的发展站台，足可见丁磊以及网易对“电音”的重视程度。在活动上，除了客套词外，丁磊分享了网易做电音学院的三个目标：引进顶尖电音教学资源、推动电音进入中国正规教育体系、探索本土特色电音生态。

在丁磊看来，中国电音已经有了天时地利，开设放刺电音学院，最想解决的问题在于“人和”。（资料来源：中国音乐财经网）

4.3.2、现场娱乐上市公司股市表现对比：Live Nation 的成功可否复制？

83 亿美元——这是 7 家头部现场娱乐上市公司，在近两年内的市值增长金额。其中，70 亿美元的增长来自于今年前 7 个月。

不得不说，这两个数字很能体现资本市场对现场娱乐领域持续增长的信心。这 7 家头部现场娱乐上市公司分别是来自美国的 Live Nation、Madison Square Garden Company 以及拥有二级票务平台 StubHub 的 eBay，来自德国的现场娱乐公司 CTS Eventim 以及 Deutsche Entertainment AG，来自巴西的 T4F Entertainment (Time 4 Fun)，再加上来自法国的环球音乐集团母公司 Vivendi。

此外还有包括握有 Live Nation 三分之一股权、但与其现场娱乐业务并无太多关系的综合传媒公司 Liberty Media，2018 年底才刚上市的活动和票务管理平台 Eventbrite，英国的 VR 现场娱乐应用公司 MelodyVR，美国现场娱乐直播公司 LiveXLive，以及新加坡演出主办方 Unusual。（资料来源：音乐财经网）

4.4、动漫：AcFun 推出“A 等生计划”，积极打造活力新生创作者生态

4.4.1、AcFun 推出“A 等生计划”，积极打造活力新生创作者生态

2019 年盛夏，AcFun（以下简称 A 站）面向全国高校在读生，打造了原创内容征集活动“A 等生计划”。该计划旨在激励有创造力的二次元年轻人输出原创视频内容，并给予他们更多机会展现作品，以及丰厚的奖金和流量支持。此次“A 等生计划”总计征集近 800 个优质原创作品，吸引投票超过 20 万次。参赛的作品内容以二次元文化为核心基础，延伸包含至游戏、动画、鬼畜、VLOG、舞蹈、音乐等六大种类。虽是各类别内容的入门级别混战，但大量作品的质量都在中上水平甚至专业水平，新兴 UP 主的能力潜质可见一斑。持续近一个月的比赛过程也非常激烈，每周的个人、社团、高校排行都有很大变化。UP 主们和社团们十分热情积极的为自己的参赛作品拉票。最终结果出炉，共有近百名 UP 主获奖。其中，个人赛道 TOP1 Magic 滴滴答答、社团赛道 TOP1 幻想乡动漫社、高校 TOP1 河北工程大学。获奖的 UP 主们不但能瓜分高额奖金，还有机会签约 A 站，受到更加系统、专业的内容创作技能培养。而未获奖的参赛 UP 主也全数加入了阿普学院，0 门槛获得流量支持。（资料来源：动漫新闻网）

4.4.2、首届南京（国际）动漫创投大会将在 11 月 6 日举行

百万推荐项目扶持资金、国内外知名动漫研发机构齐聚南京……11 月 6 日至 8 日，首届南京（国际）动漫创投大会将在南京举行。大会举行前将面向全球征集处于开发前端的动漫创业项目，9 月 10 日官方网络提案征集报名通道将正式开启。

本届大会以“促进创意与资本对接，推动中国动漫产业健康发展”为主题，在内容上可谓“干货满满”：设置了“动漫创意项目提案大会”、“一对一决策人洽谈”、“闭门商务路演”、“金陵夜话”、“2019 江苏动漫年会”等一系列有效针对

动漫创意与资本对接、与产业融合的环节。除互动交流环节外，来自国内外知名动漫研发机构、品牌运营及管理机构都将在大会的三大主题论坛中与大家分享国际动漫产业前沿信息，把脉中国动漫发展趋势。

据了解，大会设立了百万推荐项目扶持资金，第一批次扶持项目 1 个，给予扶持资金 40 万元；第二批次扶持项目 2 个，给予每个项目扶持资金 20 万；第三批次扶持项目 3 个，给予每个项目扶持资金 5 万（提案征集细则见附件）。大会将面向全球征集处于开发前端的动漫创业项目，提报途径包括：（1）大会将全面开通视频网站、微信、微博等融媒体平台报名通道；（2）与各省动漫行业学会/协会合作，开设全国各大城市选送通道；（3）知名动漫公司推荐选送；（4）知名专业高校推荐选送。9 月 10 日官方网络提案征集报名通道正式开启，10 月 5 日报名截止。（资料来源：动漫新闻网）

4.5、互联网：互联网厂商频频亮剑海外，本土化能力依然是关键

4.5.1、互联网厂商频频亮剑海外，本土化能力依然是关键

出海近年来已经成为不少投资机构和企业的新宠。海外新兴市场巨大的人口红利、更具潜力的市场前景不仅吸引着阿里巴巴、腾讯等大型互联网企业众多企业，众多中小型企业也纷纷布局海外，东南亚、印度、中东、非洲、拉美都是热门区域。

“一个产品一定要解决一定的问题，产品存在就是解决问题。而问题在每个国家是不一样的。所以第一个要做的，就是本地化。”在谷歌开发者大会期间，美图海外事业部负责人 Eagle Lee 对第一财经等媒体指出，本地化并不一定要在本地招人，“企业在海外招人刚开始风险比较高，包括沟通成本、管理风险，投入产出比不一定很好。”他认为，除了本地招人外，中国企业要顺利出海可以通过多跟当地人交流，通过新闻去了解当地的日常生活，学习当地的文化。

Eagle 以印度市场为例，“印度用户很爱自拍，国内比较爱修图，这是不一样的，所以他们在自拍方面会花更多时间，那我们就优化自拍的体验。这个时候我们就可以专注在自拍这件事情上，让用户获得更多更好的体验。”（资料来源：第一财经网）

4.5.2、定义数字福利，FAFULL 获选中国创新互联网企业百强

9 月 11 日，2019 中国新互联网企业 TOP100 乌镇发布暨创未来新互联网论坛，在乌镇举办。论坛同步发布了“2019 中国新互联网企业·创新互联网企业 TOP100”榜单，FAFULI 凭借在员工福利行业的技术革新，成功入选。

作为第四届国际经贸洽谈会的分论坛之一，本次论坛由《中国企业报》集团、桐乡市人民政府、中国科学院《互联网周刊》联合主办，桐乡市商务局、桐乡市乌镇镇人民政府、《中国企业报》集团浙江有限公司共同承办。国家信息化办公室专家委员会成员、十届全国人大常委、十一届全国人大财经委副主任贺铿、中国企业联合会、中国企业家协会副理事长于武、工业和信息化部正局级巡视员范平平等多位领导都出席了本次会议。

FAFULI 秉持 We digitize Benefits，致力于为企业提供智能化的福利管理。2016 年推出国内首个全流程自主福利平台，成功实现了传统员工福利行业的服务转型，奠定了“数字化福利”发展基础。

通过技术革新，让企业做主，让员工满意。模块、精准、个性、智能的服务模式，真正解决了企业与员工对一站式福利管理的需求，助力企业实现在数字化时代，对员工敬业度、满意度的有效提升。（资料来源：科技媒体 DoNews）

5、上周公告

5.1、主板传媒上市公司重要公告

暴风集团 (SZ.300431)、天龙集团 (SZ.300063)、华谊嘉信 (SZ.300071)：关于股票存在被暂停上市风险的提示性公告

2019 年 9 月 13 日，暴风集团 2019 年 6 月 30 日合并财务报表归属于母公司所有者的净资产为-23,939.82 万元，公司存在经审计后 2019 年末归属于上市公司股东的净资产为负的风险。根据相关规定，若公司经审计的 2019 年度财务会计报告显示 2019 年年末的净资产为负，深圳证券交易所可能暂停公司股票上市。

受计提商誉减值准备的影响，天龙集团 2017 和 2018 年度连续亏损两年，根据深交所《创业板股票上市规则》（2018 年修订）13.1.1 条第一款：“上市公司最近三年连续亏损（以最近三年的年度财务会计报告披露的当年经审计净利润为依据），深交所可以决定暂停其股票上市”的规定，若公司 2019 年经审计的财务会计报告中当年净利润仍然显示为亏损，可能被深交所暂停公司股票上市。

华谊嘉信 2017 年度、2018 年度连续两个会计年度经审计的净利润为负值，若公司 2019 年度经审计的净利润仍为负值，则公司会因出现《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第 13.1.1 条第（一）项“上市公司出现最近三年连续亏损（以最近三年的年度财务会计报告披露的当年经审计净利润为依据）”的情形，可能被深圳证券交易所暂停公司股票上市。

宣亚国际 (SZ.300612)：关于披露重大资产重组预案后的进展公告

公司于 2019 年 8 月 3 日披露了《关于控股子公司诉讼进展的公告》（公告编号：2019-110），上海恺英于一审判决后向湖南省高级人民法院（以下简称“湖南省高院”）提起上诉，湖南省高院受理上海挚娜网络科技有限公司、上海恺英、浙江上士网络科技有限公司与被上诉人腾讯公司、原审被告长沙七丽网络科技有限公司的著作权侵权及不正当竞争纠纷一案，上海恺英收到了湖南省高院送达的案号【(2019)湘知民终 267 号】的开庭传票、告知合议庭组成人员通知书、举证通知书。

芒果超媒 (SZ.300413)：关于发行股份购买资产并募集配套资金部分限售股份上市流通的提示性公告

2018 年 6 月 11 日，中国证监会核发《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), 核准公司向芒果传媒有限公司等发行股份购买相关资产, 并募集配套资金不超过 20 亿元。2019 年 5 月 30 日, 公司完成募集配套资金非公开发行股份新股发行上市工作, 新增股份数量为 57,257,371 股, 公司总股本变为 1,047,280,889 股。2019 年 9 月 13 日, 公司发布提示性公告, 本次解除限售股份的上市流通日期为 2019 年 9 月 17 日 (星期二)。本次解除限售股份的数量为 14,890,724 股, 占公司股本总数的 1.4218%; 实际可上市流通数量为 14,026,664 股, 占公司股本总数的 1.3393%。本次申请解除股份限售的股东共计 2 名, 分别是上海耘懿商务咨询合伙企业 (有限合伙) 和中南红文化集团股份有限公司, 即解除 2 位股东全部所持限售股份, 中南红文化集团股份有限公司所持限售股份总数为 864,060 股, 本次解除限售数量为 864,060 股, 其中 864,060 股为冻结状态, 将于解除冻结后上市流通。

5.2、港股传媒上市公司重要公告

新意网集团 (01686) 披露关于物业控股公司之建设收购须事项及两间间接全资物业控股附属公司之建议出售事项予

2019 年 9 月 9 日, 新意网集团宣布, 拟斥资 22.15 亿港元向母公司新鸿基地产收购一栋位于沙田火炭的工业大厦, 该大厦位于火炭黄竹洋街 8 至 12 号。目前由新意网租赁部分楼面营运旗下数据中心 MEGA Two。大厦现时亦受多份租约约束, 最迟于 2022 年 6 月届满, 月租共约 810 万港元。同时在上述交易的基础上, 新意网集团向新鸿基地产出售两宗物业。包括以约 10.52 亿港元出售九龙观塘创纪之城 1 期渣打中心 5 个楼层的若干办公室单位, 及约 7.55 亿港元出售北角柯达大厦第二期多个工作室及储物室。总成交额约 18.07 亿港元, 新意网预计综合两笔交易集团将获得 7420 万港元, 并因买卖产生的现金流出总额约 4.12 亿港元。

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与, 也不, 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