

中性（维持）

传媒行业事件点评

风险评级：中风险

前三季度全媒体刊例花费同降 8%，食品行业逆势加码广告投入

2019 年 11 月 14 日

分析师：魏红梅（SAC 执业证书编号：S0340513040002）

电话：0769-22119410 邮箱：whm2@dgzq.com.cn

研究助理：罗炜斌（SAC 执业证书编号：S0340119020010）

电话：0769-23320059 邮箱：luoweibin@dgzq.com.cn

事件：

2019 年 11 月 13 日，CTR 媒介智讯发布《2019 年前三季度中国广告市场回顾》。前三季度，我国广告市场刊例花费同比下降 8.0%。其中，传统媒体刊例花费同比下降 11.4%，生活圈媒体则呈现弱势增长的状态。

点评：

- **前三季度广告市场景气度仍承压，但降幅逐季收窄。**受宏观经济下行及广告主信心不足等因素拖累，据 CTR 数据显示，2019 年前三季度全媒体广告刊例花费同比下降 8.0%，增速同比回落了 13.7 个百分点，景气度整体仍有所承压。分季度来看，一季度、二季度、三季度全媒体刊例花费分别同比下降 11.2%、7.6% 和 7.2%，同比降幅呈逐季收窄的趋势，显示需求端出现一定程度的改善。
- **分渠道来看，生活圈媒体呈现弱势增长。**据 CTR 统计的 9 个广告渠道当中，前三季度仅电梯海报、影院视频、电梯电视刊例花费实现同比上涨，分别同增 4.5%、3.6% 和 2.8%，增速分别同比下滑了 21、19 和 22 个百分点，增速回落较为明显。我们认为在行业景气整体走弱情况下，生活圈媒体仍能实现逆势上涨，主要系其占据线下巨大流量入口，具备低干扰、高触达等渠道特征所致，其营销价值持续获得广告主认可。另外，其余 6 个广告渠道均出现不同程度下滑，其中报纸、户外媒体刊例花费下滑幅度较大，分别同比下降 27.4% 和 19.8%；互联网刊例花费则同比下滑 4.2%。
- **分行业来看，食品行业广告投入增幅较大。**前三季度，广告投放 Top10 行业榜单当中，仅食品行业广告投入实现同比增长，增幅达到 16.9%，增速同比提升了 11.4 个百分点，主要系零食糖果、奶类产品和方便食品等加大了广告的投放。同时，食品行业广告投入的金额占全行业投放金额的比例达到 11.2%，同比提升了 2.4 个百分点，投放排名从去年同期第四位上升至第二位。从投放的渠道来看，食品行业进一步重视电梯电视这一投放渠道，前三季度在电梯电视的投放花费大幅同增 215.3%，占当期广告投放金额比例达到 13.2%。另外，其余 9 个行业广告花费同比降幅基本处于 3.6% 至 16.4% 之间。
- **投资建议：维持中性评级。**前三季度广告市场刊例花费虽出现较大幅度的下滑，但分季来看，同比降幅逐渐收窄，显示需求有改善的迹象。同时，展望 2020 年，欧洲杯、东京奥运会等大型赛事预计相继于明年 6 月、7 月举行，有望进一步刺激广告主广告投放的需求。建议关注目前景气度相对较好的广告投放渠道，静待行业需求拐点的来临，标的上可关注生活圈媒体龙头如分众传媒（002027）等。
- **风险提示：**宏观经济下行；广告渠道竞争恶化；广告主需求萎缩等。

东莞证券研究报告评级体系：

公司投资评级	
推荐	预计未来 6 个月内，股价表现强于市场指数 15% 以上
谨慎推荐	预计未来 6 个月内，股价表现强于市场指数 5%-15% 之间
中性	预计未来 6 个月内，股价表现介于市场指数±5% 之间
回避	预计未来 6 个月内，股价表现弱于市场指数 5% 以上
行业投资评级	
推荐	预计未来 6 个月内，行业指数表现强于市场指数 10% 以上
谨慎推荐	预计未来 6 个月内，行业指数表现强于市场指数 5%-10% 之间
中性	预计未来 6 个月内，行业指数表现介于市场指数±5% 之间
回避	预计未来 6 个月内，行业指数表现弱于市场指数 5% 以上
风险等级评级	
低风险	宏观经济及政策、财经资讯、国债等方面的研究报告
中低风险	债券、货币市场基金、债券基金等方面的研究报告
中风险	可转债、股票、股票型基金等方面的研究报告
中高风险	科创板股票、新三板股票、权证、退市整理期股票、港股通股票等方面的研究报告
高风险	期货、期权等衍生品方面的研究报告

本评级体系“市场指数”参照标的为沪深 300 指数。

分析师承诺：

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，以勤勉的职业态度，独立、客观地在所知情的范围内出具本报告。本报告清晰地反映了本人的研究观点，不受本公司相关业务部门、证券发行人、上市公司、基金管理公司、资产管理公司等利益相关者的干涉和影响。本人保证与本报告所指的证券或投资标的无任何利害关系，没有利用发布本报告为自身及其利益相关者谋取不当利益，或者在发布证券研究报告前泄露证券研究报告的内容和观点。

声明：

东莞证券为全国综合性证券公司，具备证券投资咨询业务资格。

本报告仅供东莞证券股份有限公司（以下简称“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。本报告所载资料及观点均为合规合法来源且被本公司认为可靠，但本公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。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，可随时更改。本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可跌可升。本公司可发出其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告，亦可因使用不同假设和标准、采用不同观点和分析方法而与本公司其他业务部门或单位所给出的意见不同或者相反。在任何情况下，本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并不构成对任何人的投资建议。投资者需自主作出投资决策并自行承担投资风险，据此报告做出的任何投资决策与本公司和作者无关。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，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。本公司及其所属关联机构在法律许可的情况下可能会持有本报告中提及公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、经纪、资产管理等服务。本报告版权归东莞证券股份有限公司及相关内容提供方所有，未经本公司事先书面许可，任何人不得以任何形式翻版、复制、刊登。如引用、刊发，需注明本报告的机构来源、作者和发布日期，并提示使用本报告的风险，不得对本报告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证券研究报告的，应当承担相应的法律责任。

东莞证券研究所

广东省东莞市可园南路 1 号金源中心 24 楼

邮政编码：523000

电话：(0769) 22119430

传真：(0769) 22119430

网址：www.dgzq.com.cn