

传媒行业

11月畅销榜数据跟踪：双十一销量再创新高

核心观点：

- 事件：开卷信息发布 2019 年 11 月零售渠道畅销书排行榜 Top30 和网店渠道畅销书排行榜 Top30。本月榜单相较上月的变动幅度较大，20 种图书新进榜，22 种图书连续一年在榜，影响因素主要有 2 个：1) 本月双十一带动大众品类热度上升，中小学阅读热度继续消退，“推荐图书”比上月减少 6 种、排名平均下降 5 位以上。2) 本月共有 12 种 2019 年新书上榜，比上月减少 1 种，《天气之子》、《乖，摸摸头 2.0》、《格局：世界永远不缺聪明人》、《半小时漫画经济学(2)-金融危机篇》、《这里是中国》5 种图书首次进榜。
- 11 月上市公司的畅销书：份额略有提升。本月 A 股上市公司占据开卷零售渠道畅销榜 68.9% 的份额，和上月相比略有提升，其中新华文轩上榜 19 种图书，新经典上榜 16 种图书。
- 11 月网店渠道的畅销榜：下沉市场增长迅速。本月网店渠道畅销榜上有 18 种非虚构类图书、12 种少儿类图书、7 种虚构类图书未进入当月的零售榜。2019 年，当当网 11 月 11 日当日订单金额同比增长 160%，京东 11 月 1 日至 11 月 11 日图书文教成交数量同比增长 451%，其中五六线城市的成交额增幅远超一线城市。
- 风险提示。网店渠道折扣加剧；实体书店销售下滑；移动互联网冲击。

行业评级

买入

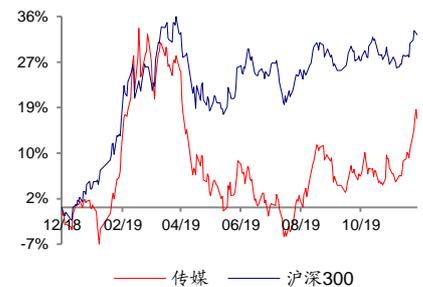
前次评级

买入

报告日期

2019-12-23

相对市场表现



分析师：

旷实



SAC 执证号：S0260517030002



SFC CE No. BNV294



010-59136610



kuangshi@gf.com.cn

分析师：

徐呈隽



SAC 执证号：S0260519110002



010-59136612



xuchengjun@gf.com.cn

请注意，徐呈隽并非香港证券及期货事务监察委员会的注册持牌人，不可在香港从事受监管活动。

相关研究：

传媒行业:5G 应用主题引领 2019-12-22
涨幅，关注后续行情的进一步扩散

传媒行业:2020 年投资策略： 2019-12-16
PB-ROE 框架确认底部，5G 创新成为行情核心因子

传媒行业:荔枝：国内最大 2019-12-16
UGC 音频社区，产品+用户具备优势

重点公司估值和财务分析表

股票简称	股票代码	货币	最新 收盘价	最近 报告日期	评级	合理价值 (元/股)	EPS(元)		PE(x)		EV/EBITDA(x)		ROE(%)	
							2019E	2020E	2019E	2020E	2019E	2020E	2019E	2020E
新经典	603096.SH	人民币	57.21	2019/10/29	买入	64.26	1.96	2.26	29.25	25.36	24.3	20.4	13.81	14.41
中南传媒	601098.SH	人民币	12.16	2019/10/30	增持	14.03	0.74	0.79	16.40	15.42	5.7	4.8	9.42	9.69
中信出版	300788.SZ	人民币	47.81	2019/11/10	买入	56.99	1.31	1.58	36.37	30.20	29.2	23.7	14.45	15.28
中国科传	601858.SH	人民币	11.09	2019/10/29	买入	14.92	0.62	0.69	18.02	16.07	12.0	9.4	12.57	12.83
凤凰传媒	601928.SH	人民币	9.88	2019/11/5	买入	9.88	0.59	0.66	16.76	15.05	5.7	4.6	10.77	11.45

数据来源: Wind、广发证券发展研究中心

备注: 表中估值指标按照最新收盘价计算。

目录索引

11 月零售榜的变动：双十一带动大众图书热度.....	5
季节因素：中小学阅读热度继续消退.....	6
2019 年新书：5 种新书首次上榜.....	7
11 月上市公司的畅销书：份额略有提升.....	8
11 月网店渠道的畅销榜：下沉市场增长迅速.....	8
可比上市公司估值对比.....	10
风险提示.....	10

图表索引

图 1: 2019 年 11 月零售渠道畅销榜与 10 月榜单的变动情况.....	5
图 2: 2019 年 11 月上市公司进入畅销榜的图书种数.....	8
图 3: 2019 年 10 月上市公司进入畅销榜的图书种数.....	8
表 1: 2019 年 11 月零售渠道畅销书排行榜 Top3.....	5
表 2: 2019 年 11 月零售渠道畅销榜的连续上榜图书情况.....	6
表 3: 2019 年 11 月零售渠道畅销榜的中小学“推荐图书”情况	6
表 4: 2019 年新书在 2019 年 1-11 月零售渠道畅销榜的排名情况	7
表 5: 2019 年 10 月、11 月网店渠道畅销榜 Top30 与零售渠道榜单的差异	8
表 6: 2019 年双十一京东网最受欢迎纸书榜 TOP10	9
表 7: 可比公司估值表	10

日前，开卷信息发布2019年11月零售渠道畅销书排行榜Top30和网店渠道畅销书排行榜Top30。作家出版社的《活着》、北京联合出版社的《正面管教(修订版)》、南海出版公司的《窗边的小豆豆(2018版)》分别荣登虚构类/非虚构类/少儿类榜单的首位。

表 1: 2019年11月零售渠道畅销书排行榜Top3

排名	虚构类	非虚构类	少儿类
1	《活着》作家出版社	《正面管教(修订版)》北京联合出版社	《窗边的小豆豆(2018版)》南海出版社
2	《三体》重庆出版社	《中国共产党的九十年(全三册)》 中共党史出版社	《小猪稀里呼噜(上)》春风文艺出版社
3	《三体 2-黑暗森林》重庆出版社	《半小时漫画中国史(4)》 海南出版社有限公司	《猜猜我有多爱你》明天出版社

数据来源：开卷信息，广发证券发展研究中心

备注：该榜单基于开卷“全国图书零售市场观测系统”的采样书店，选择大部分线下渠道和部分线上渠道建立样本框后进行计算获得。截至2019年7月，开卷全国图书零售市场观测系统采样已经覆盖全国7000余家实体书店和网上书店；2018年累计监控码洋529.2亿元，监控动销品种194万余种。

11月零售榜的变动：双十一带动大众图书热度

本月零售渠道畅销榜的变动幅度较大，与10月榜单相比共有20种图书新进榜。排名变动的影响因素主要有2个：1) 季节因素，双十一各大电商平台的图书成交量再创新高，童书、社科等大众品类的热度上升，本月共有17种上榜作品被列入部编教材必读/推荐书目和人民日报推荐“1-9年级必读经典书目”，比上月减少6种；上榜作品的排名平均下降5位以上。2) 本月共有12种2019年新书上榜，比上月减少1种，其中《天气之子》、《乖，摸摸头2.0》、《格局：世界永远不缺聪明人》、《半小时漫画经济学(2)-金融危机篇》、《这里是中国》5种图书首次进榜。

图 1: 2019年11月零售渠道畅销榜与10月榜单的变动情况



数据来源：开卷信息、广发证券发展研究中心

2019年11月，共有22种图书连续一年在榜，其中虚构类图书有12种、非虚构类图书有8种、少儿类图书有2种。

表 2：2019年11月零售渠道畅销榜的连续上榜图书情况

虚构类			非虚构类			少儿类		
排名	书名	连续上榜次数	排名	书名	连续上榜次数	排名	书名	连续上榜次数
1	活着	71	20	目送(插图新版)	65	1	窗边的小豆豆	15
10	追风筝的人	71	28	皮囊5	59	14	米小圈上学记(二年级)-新同桌的烦恼	14
9	解忧杂货店	65	18	浮生六记	33			
29	摆渡人	53	5	半小时漫画中国史	26			
2	三体	52	8	半小时漫画世界史	19			
3	三体 2-黑暗森林	52	7	半小时漫画中国史(2)	18			
4	三体 3-死神永生	52	6	半小时漫画中国史(3)	16			
20	围城	34	12	天才在左 疯子在右	15			
5	平凡的世界(全三册)	28						
21	活着	28						
6	白夜行(2017版)	26						
15	云边有个小卖部	17						

数据来源：开卷信息，广发证券发展研究中心

季节因素：中小学阅读热度继续消退

11月期间，各大电商平台纷纷开启双十一购物狂欢节，当当网和京东网的图书成交额均再创新高，优惠活动带动童书、社科等大众品类的热度上升，“中小学阅读”的热度相应消退。本月零售渠道畅销榜共有17种图书被列入部编教材必读/推荐书目和人民日报推荐的“1-9年级必读经典书目”，同时这些图书的销量排名相较10月平均降低5位以上。

表 3：2019年11月零售渠道畅销榜的中小学“推荐图书”情况

虚构类		非虚构类		少儿类	
书名	11月畅销榜排名(与10月的变动)	书名	11月畅销榜排名(与10月的变动)	书名	11月排名(与10月的变动)
追风筝的人	10(↓2)	目送(插图新版)	20(↑9)	窗边的小豆豆(2018版)	1(↑8)
苏菲的世界(新版)	14(未入榜)	苏东坡传	21(↑3)	小猪稀里呼噜(上)	2(↑1)
围城	20(↓6)			夏洛的网	4(↓3)
平凡的世界(全三册)	5(↓2)			了不起的狐狸爸爸	13(↓1)
西游记(上下)	25(↓8)			草房子	16(↓5)
红楼梦(上下)	28(↓6)			小王子	21(未入榜)
红岩	12(↓10)			青铜葵花(新版)	25(↓18)
追风筝的人	10(↓2)				

数据来源：开卷信息，人教社，人民日报，广发证券发展研究中心

2019年新书：5种新书首次上榜

2019年11月共有12种2019年新作进入零售渠道畅销榜，其中非虚构类图书9种、虚构类图书3种，少儿类榜单没有新书上榜。

本月首次上榜作品共有5种，具体包括：1) 同名电影于2019年11月1日在中国大陆上映带动热度的《天气之子》；2) 畅销系列“半小时漫画”的后续作品《半小时漫画经济学(2)-金融危机篇》，畅销书《乖，摸摸头》的更新版本《乖，摸摸头2.0》，著名作家吴军继《见识》、《态度》后的第三部系列作品《格局：世界永远不缺聪明人》；3) 中信出版社出版的《这里是中国》，在9月就进入了开卷网店渠道畅销榜Top30，本月依照我们此前预期登陆零售渠道畅销榜。

表 4：2019年新书在2019年1-11月零售渠道畅销榜的排名情况

时间	类别	书名	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
2019/1	非虚构	变量：看见中国社会的小趋势	21	19	27								
2019/1	少儿	笑猫日记-属猫的人	6	1	6	28	30						
2019/2	非虚构	习近平在正定			7	2	2	18	18	24			
2019/2	非虚构	成事：冯唐品读曾国藩嘉言抄						13					
2019/3	虚构	局外人				19	22	14					
2019/3	虚构	蜜汁炖鱿鱼						22	2	2			
2019/3	非虚构	我喜欢你，像风走了八千里							20				
2019/4	虚构	撒野(2)					5	9	26	25			
2019/4	虚构	摆渡人(3)-无境之爱					10	12	20	22	23	28	
2019/4	虚构	就喜欢你看不惯我又干不掉我的样子(4)					25	29					
2019/4	少儿	复仇者联盟(4)-终极档案					20						
2019/4	非虚构	美国陷阱					19	2	22	25			
2019/4	虚构	人生海海				21	18	10	21	15	27	21	18
2019/5	虚构	斗罗大陆(第四部)-终极斗罗(6)					26						
2019/5	非虚构	半小时漫画唐诗						4	4	5	14	8	14
2019/7	非虚构	小孩						1	2	2	4	14	13
2019/8	非虚构	断舍离								17	20	25	
2019/9	非虚构	新中国：砥砺奋进的七十年									12	11	
2019/10	虚构	少年的你，如此美丽										11	17
2019/10	虚构	伪装学渣(2)(完结版)										19	
2019/10	虚构	伪装学渣										25	
2019/10	非虚构	半小时漫画中国史(4)										2	3
2019/10	非虚构	半小时漫画唐诗(2)										9	11
2019/10	非虚构	半小时漫画经济学-生活常识篇										12	
2019/10	非虚构	中国文化课										13	22
2019/11	虚构	天气之子											13
2019/11	非虚构	乖，摸摸头2.0											4
2019/11	非虚构	格局：世界永远不缺聪明人											17
2019/11	非虚构	半小时漫画经济学(2)-金融											23

危机篇

2019/11 非虚构 这里是中国

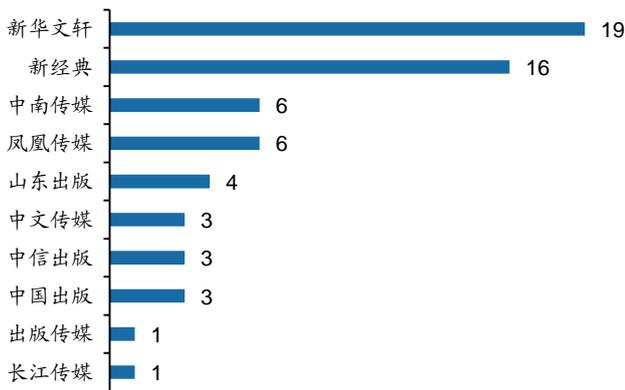
25

数据来源：开卷信息，广发证券发展研究中心

11月上市公司的畅销书：份额略有提升

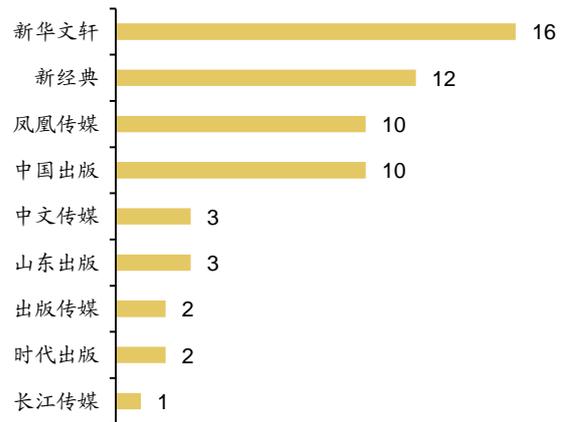
2019年11月，A股上市公司占据开卷零售渠道畅销榜68.9%的份额，和上月相比略有提升；其中，新华文轩上榜19种图书，新经典上榜16种图书。

图 2：2019年11月上市公司进入畅销榜的图书种数



数据来源：开卷信息，广发证券发展研究中心

图 3：2019年10月上市公司进入畅销榜的图书种数



数据来源：开卷信息，广发证券发展研究中心

11月网店渠道的畅销榜：下沉市场增长迅速

将11月网店渠道的畅销榜Top30与当月零售渠道的畅销榜对比，本月有18种非虚构类图书未进入当月零售渠道的畅销榜，比上月增加2种；有12种少儿类图书未进入零售渠道畅销榜，比上月减少2种；有7种虚构类图书未进入零售渠道畅销榜。

表 5：2019年10月、11月网店渠道畅销榜Top30与零售渠道榜单的差异

当月零售渠道未上榜	虚构类	非虚构类	少儿类
10月	7	16	14
11月	7	18	12

数据来源：开卷信息，广发证券发展研究中心

双十一线上图书销量再创新高，下沉市场增长迅速。2019年，当当网11月11日订单金额同比增长160%，10月24日至11月11日累计销售1.53亿册图书。京东11月1日至11月11日图书文教成交数量同比增长451%，其中数字内容成交额同比增长540%；纸质图书成交额的前五品类分别为童书、文教、社科、文学、经管励志，纸质图书成交额增幅的前五品类分别为生活、社科、童书、文教、艺术。从京东图书文教的整体数据来看，五六线城市的成交额增幅远超一线城市。

表 6: 2019年双十一京东网最受欢迎纸书榜TOP10

排名	书名
1	《大英儿童漫画百科（套装 40 册）》
2	《金庸作品集套装（朗声旧版 套装 36 册）》
3	《平凡的世界（全三册）》
4	《DK 博物大百科——自然界的视觉盛宴》
5	《现代汉语词典（第 7 版）》
6	《你看起来好像很好吃（套装 7 册）》
7	《明朝那些事（全套 9 册 增补版）》
8	《窗边的小豆豆（2018 版）》
9	《故宫日历 2020 年》
10	《简史三部曲（套装 3 册）》

数据来源：京东网，广发证券发展研究中心

可比上市公司估值对比

表 7: 可比公司估值表

公司名称	股票代码	单位	市值 (亿元)	净利润 (百万元)			PE (X)		
				2019FY	2020FY	2021FY	2019FY	2020FY	2021FY
励讯集团	RELX.N	美元	482.03	19.96	21.58	-	24	22	-
新闻集团	NWS.O	美元	82.77	1.55	0.04	2.76	53	2358	30
学乐集团	SCHL.O	美元	14.45	0.16	-	-	93	-	-

数据来源: Bloomberg, 广发证券发展研究中心

注: 可比公司盈利预测来自Bloomberg, 市值为截止至2019年12月20日行情。

风险提示

- 1) 网店渠道折扣加剧;
- 2) 实体书店销售下滑;
- 3) 移动互联网冲击。

广发传媒行业研究小组

旷 实：首席分析师，北京大学经济学硕士，2017年3月加入广发证券，2011-2017年2月，供职于中银国际证券。
朱可夫：资深分析师，香港科技大学经济学硕士，中国人民大学金融学学士，2017年加入广发证券发展研究中心。
徐呈隽：高级分析师，复旦大学世界经济硕士、浙江大学经济学学士，2019年加入广发证券发展研究中心。
叶敏婷：联系人，西安交通大学工业工程硕士、管理学学士，2018年加入广发证券发展研究中心。
吴 桐：联系人，武汉大学金融学硕士，2018年加入广发证券发展研究中心。

广发证券—行业投资评级说明

买入： 预期未来12个月内，股价表现强于大盘10%以上。
持有： 预期未来12个月内，股价相对大盘的变动幅度介于-10%~+10%。
卖出： 预期未来12个月内，股价表现弱于大盘10%以上。

广发证券—公司投资评级说明

买入： 预期未来12个月内，股价表现强于大盘15%以上。
增持： 预期未来12个月内，股价表现强于大盘5%-15%。
持有： 预期未来12个月内，股价相对大盘的变动幅度介于-5%~+5%。
卖出： 预期未来12个月内，股价表现弱于大盘5%以上。

联系我们

	广州市	深圳市	北京市	上海市	香港
地址	广州市天河区马场路 26号广发证券大厦 35楼	深圳市福田区益田路 6001号太平金融大厦 31层	北京市西城区月坛北 街2号月坛大厦18 层	上海市浦东新区世纪 大道8号国金中心一 期16楼	香港中环干诺道中 111号永安中心14楼 1401-1410室
邮政编码	510627	518026	100045	200120	
客服邮箱	gfyf@gf.com.cn				

法律主体声明

本报告由广发证券股份有限公司或其关联机构制作，广发证券股份有限公司及其关联机构以下统称为“广发证券”。本报告的分销依据不同国家、地区的法律、法规和监管要求由广发证券于该国家或地区的具有相关合法合规经营资质的子公司/经营机构完成。

广发证券股份有限公司具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格，接受中国证监会监管，负责本报告于中国（港澳台地区除外）的分销。

广发证券（香港）经纪有限公司具备香港证监会批复的就证券提供意见（4号牌照）的牌照，接受香港证监会监管，负责本报告于中国香港地区的分销。

本报告署名研究人员所持中国证券业协会注册分析师资质信息和香港证监会批复的牌照信息已于署名研究人员姓名处披露。

重要声明

广发证券股份有限公司及其关联机构可能与本报告中提及的公司寻求或正在建立业务关系，因此，投资者应当考虑广发证券股份有限公司及其关联机构因可能存在的潜在利益冲突而对本报告的独立性产生影响。投资者不应仅依据本报告内容作出任何投资决策。

本报告署名研究人员、联系人（以下均简称“研究人员”）针对本报告中相关公司或证券的研究分析内容，在此声明：（1）本报告的全部分析结论、研究观点均精确反映研究人员于本报告发出当日的关于相关公司或证券的所有个人观点，并不代表广发证券的立场；（2）研究人员的部分或全部的报酬无论在过去、现在还是将来均不会与本报告所述特定分析结论、研究观点具有直接或间接的联系。

研究人员制作本报告的报酬标准依据研究质量、客户评价、工作量等多种因素确定，其影响因素亦包括广发证券的整体经营收入，该等经营

收入部分来源于广发证券的投资银行类业务。

本报告仅面向经广发证券授权使用的客户/特定合作机构发送，不对外公开发布，只有接收人才可以使用，且对于接收人而言具有保密义务。广发证券并不因相关人员通过其他途径收到或阅读本报告而视其为广发证券的客户。在特定国家或地区传播或者发布本报告可能违反当地法律，广发证券并未采取任何行动以允许于该等国家或地区传播或者分销本报告。

本报告所提及证券可能不被允许在某些国家或地区内出售。请注意，投资涉及风险，证券价格可能会波动，因此投资回报可能会有所变化，过去的业绩并不保证未来的表现。本报告的内容、观点或建议并未考虑任何个别客户的具体投资目标、财务状况和特殊需求，不应被视为对特定客户关于特定证券或金融工具的投资建议。本报告发送给某客户是基于该客户被认为有能力独立评估投资风险、独立行使投资决策并独立承担相应风险。

本报告所载资料的来源及观点的出处皆被广发证券认为可靠，但广发证券不对其准确性、完整性做出任何保证。报告内容仅供参考，报告中的信息或所表达观点不构成所涉证券买卖的出价或询价。广发证券不对因使用本报告的内容而引致的损失承担任何责任，除非法律法规有明确规定。客户不应以本报告取代其独立判断或仅根据本报告做出决策，如有需要，应先咨询专业意见。

广发证券可发出其它与本报告所载信息不一致及有不同结论的报告。本报告反映研究人员的不同观点、见解及分析方法，并不代表广发证券的立场。广发证券的销售人员、交易员或其他专业人士可能以书面或口头形式，向其客户或自营交易部门提供与本报告观点相反的市场评论或交易策略，广发证券的自营交易部门亦可能会有与本报告观点不一致，甚至相反的投资策略。报告所载资料、意见及推测仅反映研究人员于发出本报告当日的判断，可随时更改且无需另行通告。广发证券或其证券研究报告业务的相关董事、高级职员、分析师和员工可能拥有本报告所提及证券的权益。在阅读本报告时，收件人应了解相关的权益披露（若有）。

本研究报告可能包括和/或描述/呈列期货合约价格的事实历史信息（“信息”）。请注意此信息仅供用作组成我们的研究方法/分析中的部分论点/依据/证据，以支持我们对所述相关行业/公司的观点的结论。在任何情况下，它并不（明示或暗示）与香港证监会第5类受规管活动（就期货合约提供意见）有关联或构成此活动。

权益披露

(1) 广发证券（香港）跟本研究报告所述公司在过去12个月内并没有任何投资银行业务的关系。

版权声明

未经广发证券事先书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用，否则由此造成的一切不良后果及法律责任由私自翻版、复制、刊登、转载和引用者承担。