

行业月度报告

传媒

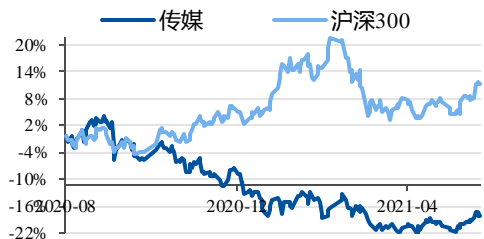
“双减”政策落地，关注优质个股长期成长机会

2021年08月06日

评级 同步大市

评级变动: 维持

行业涨跌幅比较



%	1M	3M	12M
传媒	0.00	3.60	-17.99
沪深300	0.00	5.14	11.72

杨甫

执业证书编号: S0530517110001  
yangfu@cfzq.com

曹俊杰

caojj@cfzq.com

分析师

0731-84403345

研究助理

相关报告

3 《传媒:行业月度报告\*传媒行业5月跟踪:暑期新游产品储备丰富,关注影院复工及整合推进》  
2020-06-11

重点股票	2020E		2021E		2022E		评级
	EPS	PE	EPS	PE	EPS	PE	
吉比特	14.56	29.13	20.79	20.40	24.69	17.18	推荐
三七互娱	1.31	14.01	1.29	14.22	1.54	11.92	推荐
芒果超媒	1.11	45.23	1.40	35.86	1.73	29.02	推荐
科大讯飞	0.61	94.15	0.77	74.58	1.05	54.70	谨慎推荐
佳发教育	0.53	21.68	0.65	17.68	0.86	13.36	谨慎推荐
中公教育	0.37	31.51	0.48	24.29	0.64	18.22	谨慎推荐
万达电影	-2.99	-4.28	0.69	18.54	0.87	14.70	谨慎推荐

资料来源: WIND, 财信证券

投资要点:

- **市场回顾:** 2021年7月,行情表现低迷。传媒指数下跌11.92%,跑输WIND全A指数8.82pct,涨跌幅位列申万28个子行业中第24名。
- **估值方面:** 截至2021年7月底,传媒板块PE(TTM,中值)为29.15倍(前值34.96倍),位于2010年以来的后4.32%分位。教育“双减”政策落地、强化未成年人防沉迷系统建设等是传媒板块回调主因。
- **行业跟踪:** 1) **电影:** 暑期档来临,在优质影片缺位、疫情反复影响下,7月市场表现一般。2) **游戏:** 2021上半年中国游戏市场收入1504.93亿元,同比增长7.89%。近期,中央网信办启动“清朗·暑期未成年人网络环境整治”专项行动。腾讯游戏出台“双减、双打、三倡议”的新举措,积极响应政策强化未成年人防沉迷系统建设的号召。中宣部出版局副局长杨芳在ChinaJoy展会致辞上,肯定了游戏作为数字内容产品所具有的文化属性,游戏行业未来的重点在于抓好防沉迷工作、提高游戏精品意识、鼓励出海等。3) **教育:** 教育“双减”政策落地,一方面要从严治理、全面限制校外培训行为;另一方面,大力提升公办教育教学质量,满足学生多样化需求。
- **投资建议:** 7月在教培整顿、互联网环境治理等影响下,教育、游戏、营销等多个子板块出现回调行情。建议短期布局暑期档和中报行情,长期关注具备竞争优势和业绩成长性的优质个股。1) **影视,** 暑期档来临叠加主旋律电影催化,须警惕疫情反弹导致部分地区线下娱乐受阻,但线上内容消费需求有望增加,关注万达电影、芒果超媒。2) **游戏,** 加强未成年人约束机制是重中之重,同时政策鼓励游戏精品化和出海,行业越来越呈现规范发展,关注优质研发厂商吉比特、三七互娱。3) **教育,** 《双减》文件从社会效益出发,遏制教培机构野蛮发展,预计校内教学质量将有所提升、校内课后服务存在一定机会,关注科大讯飞、佳发教育;同时关注职业培训龙头中公教育。
- **风险提示:** 政策监管趋严;市场竞争加剧;业绩不及预期。

## 内容目录

<b>1 市场回顾</b>	<b>3</b>
1.1 整体情况	3
1.2 子行业情况	3
1.3 个股情况	4
1.4 行业估值	4
<b>2 行业数据</b>	<b>5</b>
2.1 电影	5
2.2 游戏	6
2.3 电视剧	7
2.4 综艺	8
2.5 电视台	8
<b>3 重点动态</b>	<b>9</b>
3.1 公司动态	9
3.2 行业动态	12
<b>4 风险提示</b>	<b>16</b>

## 图表目录

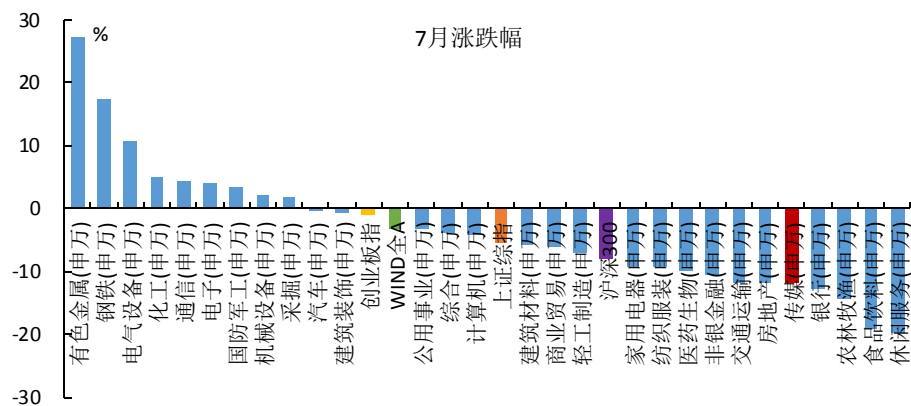
图 1: 2021 年 7 月申万一级子行业涨跌幅	3
图 2: 2021 年 7 月申万三级子行业涨跌幅	3
图 3: 2021 年 7 月传媒 (申万) 个股涨跌幅前十名	4
图 4: 2021 年 7 月传媒 (申万) 个股涨跌幅分布情况	4
图 5: 申万传媒行业 PE (TTM, 中值)	4
图 6: 申万传媒行业 PB (MRQ, 中值)	4
图 7: 2021 年 7 月电影票房变化	5
图 8: 2021 年 7 月电影平均票价/观影人次/场次情况	5
图 9: 2021 年 7 月各线城市票房占比情况	5
图 10: 2021 年 7 月电影票房收入 top10 榜单	5
图 11: 2021 年 7 月国产游戏版号发放情况	7
图 12: 2021 年 7 月 31 日 IOS 游戏三大榜单数据	7
图 13: 2021 年 7 月电视综艺霸屏榜	8
图 14: 2021 年 7 月网络综艺霸屏榜	8
图 15: 2021 年 7 月电视剧霸屏榜	8
图 16: 2021 年 7 月网络剧霸屏榜	8
图 17: 2021 年 7 月 31 日省级卫视黄金剧场电视剧收视率情况	9
表 1: 2021 年 7 月 top10 院线票房及观影人次市占率	6
表 2: 2021 年 7 月 top10 影投票房及观影人次市占率	6

## 1 市场回顾

### 1.1 整体情况

2021年7月，上证综指、沪深300、创业板指、WIND全A的涨跌幅分别是-5.4%、-7.9%、-1.06%、-3.1%，传媒(申万)指数下跌11.92%，相对上证综指、沪深300、创业板指、WIND全A分别变化-6.52pct、-4.02pct、-10.86pct和-8.82pct，涨跌幅居申万28个子行业中第24名。2021年初至今，传媒(申万)指数下跌18.44%，相对上证综指、沪深300、创业板指、WIND全A分别变化-16.26pct、-10.76pct、-34.42pct和-20.63pct，涨跌幅居申万28个子行业中第23名。

图 1：2021 年 7 月申万一级子行业涨跌幅

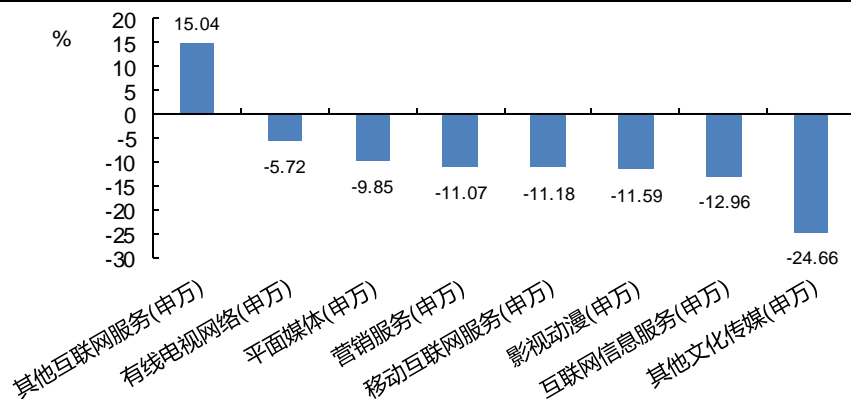


资料来源: wind, 财信证券

### 1.2 子行业情况

2021年7月，申万三级子行业下跌居多。其他互联网服务(申万)、有线电视网络(申万)、平面媒体(申万)、营销服务(申万)、移动互联网服务(申万)、影视动漫(申万)、互联网信息服务(申万)、其他文化传媒(申万)的涨跌幅分别为15.04%、-5.72%、-9.85%、-11.07%、-11.18%、-11.59%、-12.96%和-24.66%。

图 2：2021 年 7 月申万三级子行业涨跌幅



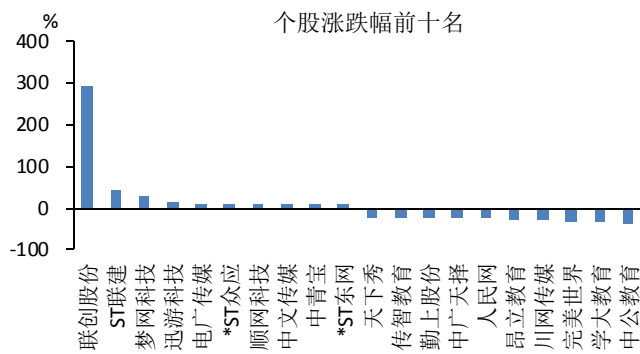
资料来源: wind, 财信证券

### 1.3 个股情况

2021年7月，172只个股中有24只上涨、150只下跌。涨跌幅位于前五位的分别是联创股份（292.24%）、ST 联建（42.52%）、梦网科技（27.8%）、迅游科技（15.04%）和电广传媒（11.81%）；涨跌幅位于后五位的分别是中公教育（-37.58%）、学大教育（-33.82%）、完美世界（-33.46%）、川网传媒（-29.65%）和昂立教育（-27.78%）。

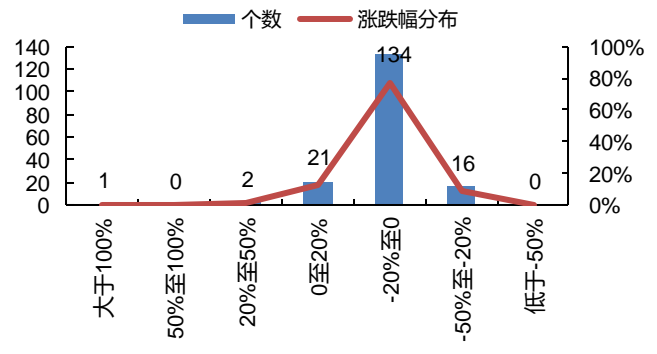
本月新上市2只传媒新股，分别为浙版传媒（601921.SH）和读客文化（301025.SZ）。

图 3：2021 年 7 月传媒（申万）个股涨跌幅前十名



资料来源：wind，财信证券

图 4：2021 年 7 月传媒（申万）个股涨跌幅分布情况

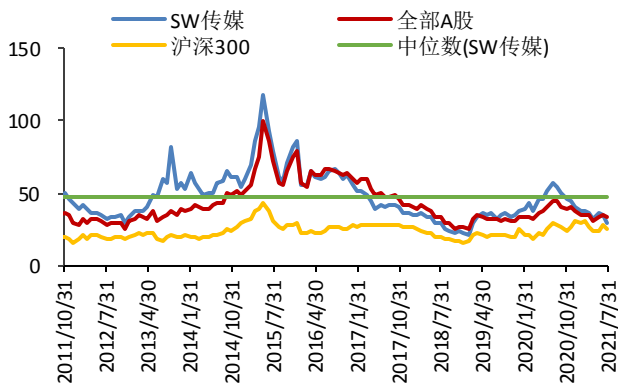


资料来源：wind，财信证券

### 1.4 行业估值

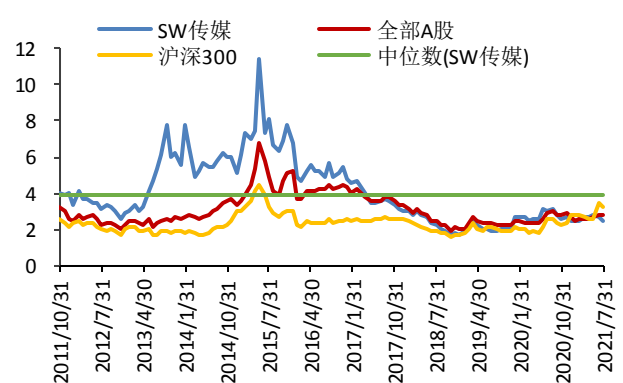
截至 2021 年 7 月底，传媒(申万)板块 PE(TTM，中值)为 29.15 倍（前值 34.96 倍），位于 2010 年以来的后 4.32%分位，相对沪深 300 的比值为 1.16 倍；PB(MRQ，中值)为 2.44 倍（前值 2.73 倍），位于 2010 年以来的后 12.23%分位，相对沪深 300 的比值为 0.76 倍。

图 5：申万传媒行业 PE（TTM，中值）



资料来源：wind，财信证券

图 6：申万传媒行业 PB（MRQ，中值）



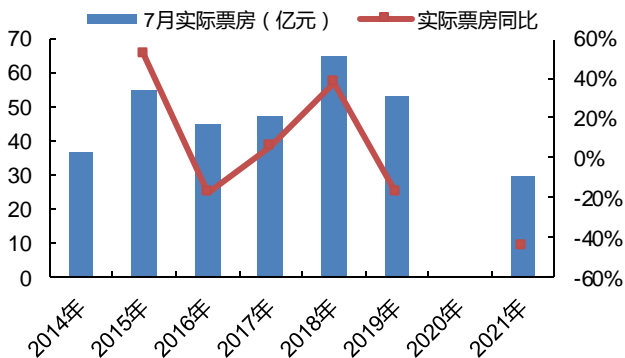
资料来源：wind，财信证券

## 2 行业数据

### 2.1 电影

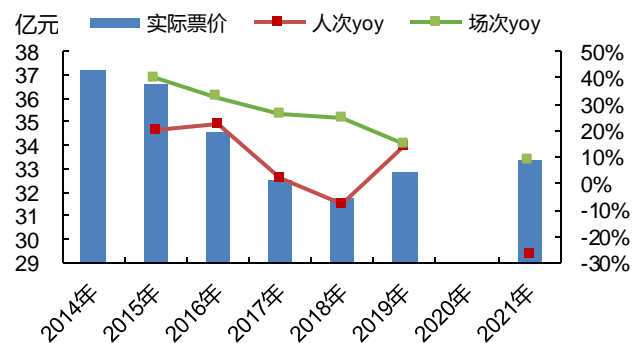
2021年7月，全国总计电影票房29.56亿元（不含服务费）、观影人次0.88亿，较2019年同期同比分别变化-44.49%和-26.36%；实际平均票价33.4元，较2019年同期增长1.52%；上座率6.5%，较2019年同期下降5.4pct。7月开始进入暑期档，国内疫情出现反复，整体市场表现较为平淡。

图 7：2021 年 7 月电影票房变化



资料来源：灯塔专业版，财信证券

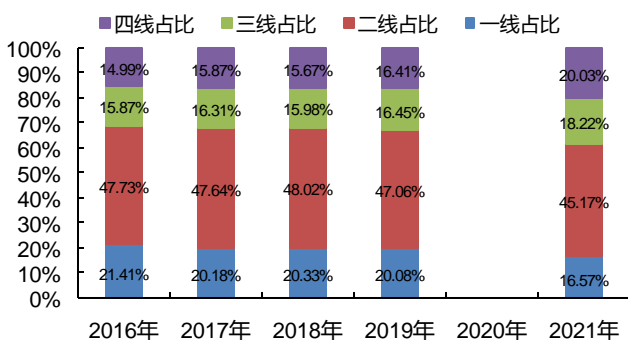
图 8：2021 年 7 月电影平均票价/观影人次/场次情况



资料来源：灯塔专业版，财信证券

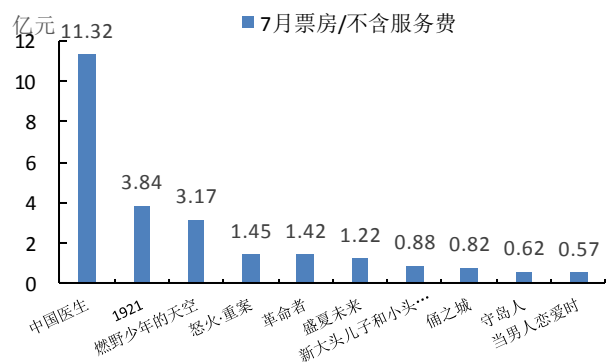
从地域分布看，2021年7月票房下沉趋势不改，一二线票房和观影人次占比继续呈下降趋势。具体而言，一线、二线、三线、四线城市票房收入占比分别为16.57%、45.17%、18.22%和20.03%，较2019年同期分别变化-3.51pct、-1.88pct、1.77pct和3.62pct；一线、二线、三线、四线城市观影人次占比分别为13.55%、45.80%、19.49%和21.16%，较去年同期分别变化-3.01pct、-1.70pct、1.58pct和3.13pct。

图 9：2021 年 7 月各线城市票房占比情况



资料来源：灯塔专业版，财信证券

图 10：2021 年 7 月电影票房收入 top10 榜单



资料来源：灯塔专业版，财信证券

从集中度来看，2021年7月头部院线/影投公司市占率持续提升趋势明显。院线方面，万达票房和人次市占率分别为15.94%/14.78%，较2019年同期分别变化2.26pct/2.52pct；

横店票房和人次市占率分别为 4.27%/4.38%，较 2019 年同期分别变化 0.28pct/0.31pct。影投方面，万达票房和人次市占率分别为 15.36%/14.28%，较 2019 年同期分别变化 2.12pct/2.39pct；横店票房和人次市占率分别为 3.65%/3.76%，较 2019 年同期分别变化 0.50pct/1.18pct。

表 1：2021 年 7 月 top10 院线票房及观影人次市占率

排名	院线	分账票房 (亿元)	票房市占率	观影人次 (万)	人次市占率	平均票价	上座率
1	万达	5.15	15.94%	1307.10	14.78%	39.0	8.1%
2	大地	3.09	9.57%	879.89	9.95%	35.0	6.6%
3	上海联合	2.49	7.71%	627.00	7.09%	40.0	7.0%
4	中影数字	2.37	7.34%	669.00	7.57%	35.0	5.8%
5	中影南方	2.31	7.15%	634.20	7.17%	36.0	7.0%
6	幸福蓝海	1.47	4.55%	409.00	4.63%	36.0	7.3%
7	横店	1.38	4.27%	387.00	4.38%	37.0	5.5%
8	金逸	1.36	4.21%	375.30	4.24%	35.0	6.1%
9	中影星美	1.22	3.78%	344.80	3.90%	35.0	6.6%
10	华夏联合	1.07	3.31%	295.90	3.35%	36.0	6.1%

资料来源：艺恩数据，财信证券

表 2：2021 年 7 月 top10 影投票房及观影人次市占率

排名	院线	分账票房 (亿元)	票房市占率	观影人次 (万)	人次市占率	平均票价	上座率
1	万达	4.96	15.36%	1262.50	14.28%	39	8.2%
2	大地	1.61	4.98%	447.13	5.06%	36	7.3%
3	横店	1.18	3.65%	332.70	3.76%	35	5.4%
4	CGV	0.89	2.76%	204.85	2.32%	44	7.0%
5	金逸	0.77	2.38%	203.00	2.30%	38	6.1%
6	中影	0.74	2.30%	209.50	2.37%	36	7.8%
7	上海星轶	0.70	2.18%	182.00	2.06%	39	7.8%
8	博纳	0.59	1.82%	147.00	1.66%	40	8.9%
9	幸福蓝海	0.45	1.38%	128.40	1.45%	35	7.5%
10	UME	0.43	1.33%	106.30	1.20%	40.0	8.7%

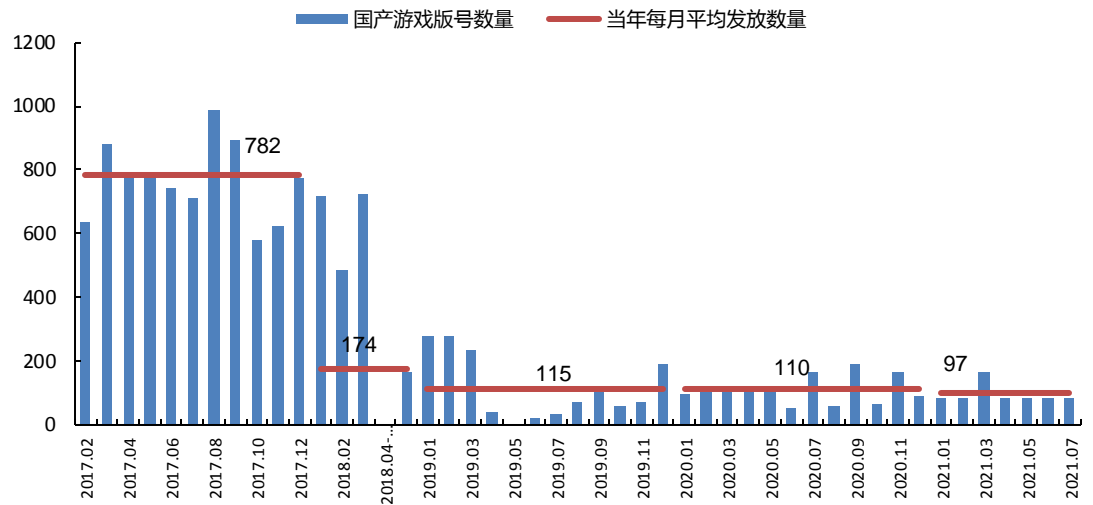
资料来源：艺恩数据，财信证券

## 2.2 游戏

国家新闻出版总署公布 7 月过审国产游戏版号。本次过审游戏共 87 款，其中移动游戏 53 款、休闲益智类 28 款、端游 4 款、游戏机 switch1 款。此次获批版号的游戏，重点游戏包括：吉比特的《勇敢的哈克》（端游），金科文化的《我的安吉拉 2》《武圣三国》《农场小筑》，网易的《蛋仔派对》，心动公司的《海沙风云》（移动/客户端），浙数文化的《连连看对战》《星座六边消消》，中青宝的《不可思议之梦蝶》《格里德小分队》《拣爱》等。2021 年初至今已累计下发游戏版号 679 款，平均每月 97 款，低于去年同期水平，

整体有略微收紧态势。

图 11：2021 年 7 月国产游戏版号发放情况



资料来源：国家新闻出版总署，财信证券

截至 2021 年 7 月 31 日，腾、网在 IOS 游戏畅销榜 Top10 产品中合计占 4 席，其余 6 席分别为《三国志战略版》(top3/阿里游戏)、《斗罗大陆：魂师对决》(top6/三七互娱)、《梦幻新诛仙》(top6/完美世界)、《原神》(top7/米哈游)、《神武 4》(top9/多益网络)、《一念逍遥》(top10/吉比特)。进入 IOS 畅销榜 Top50 的主要大厂还有《问道》《摩尔庄园》(top24/42, 吉比特),《云上城之歌》(top33/三七互娱),《完美世界》(top41, 完美世界)。

图 12：2021 年 7 月 31 日 IOS 游戏三大榜单数据

免费榜	付费榜	畅销榜
1 低嫁衣2架特村·密室逃脱类恐 总榜 5名 FUNNY GAME CO.,LTD	1 神魔地窟·九天封魔录 总榜 1名 Dongguan Ruihe Networ...	1 王者荣耀 总榜 1名 Tencent Mobile Games
2 俄罗斯方块环游记·Tetris®正版... 总榜 10名 Tencent Mobile Games	2 傲世群侠传·无双乱斗 总榜 2名 腾讯游戏	2 和平精英 总榜 2名 Tencent Mobile Games
3 王者荣耀 总榜 17名 Tencent Mobile Games	3 奇迹仙侠—3D梦幻情缘手游: ... 总榜 4名 Guangzhou Menwee Tec...	3 三国志·战略版 总榜 4名 Lingxi Games Inc. -2
4 和平精英 总榜 31名 Tencent Mobile Games -1	4 永不放弃!!-小黑球节奏达... 总榜 6名 Inwicos -1	4 梦幻西游 总榜 5名 网易移动游戏 +1
5 斗罗大陆:魂师对决·腾讯动画... 总榜 42名 Khorgas Zhifan Network...	5 永恒修仙·凡人修仙传真放... 总榜 11名 Bangxiao Games -2	5 斗罗大陆:魂师对决·腾讯... 总榜 6名 Khorgas Zhifan Network... -2
6 有杀气童话2 总榜 67名 网易移动游戏 +2	6 武林英雄传 总榜 9名 Shenzhen Qianhai Hong... -1	6 梦幻新诛仙 总榜 9名 Perfect World Mobile
7 王牌竞速 总榜 84名 网易移动游戏 -1	7 重生细胞 总榜 10名 Shanghai Hode Informa... -1	7 原神·2.0稻妻区域开放 总榜 10名 miHoYo Games -1
8 开心消消乐® 总榜 97名 乐元素 -1	8 名将三国·三国策略卡牌放置游戏 总榜 12名 Xiaoyu Games -1	8 火影忍者 总榜 11名 Tencent Mobile Games +4
9 忍者意志·守护木叶 总榜 101名 蓝洞 +2	9 英雄之墟!-全球战争策略手游... 总榜 13名 Suzhou Snail Digital Te... -2	9 神武4 总榜 16名 Guangzhou Duoyi Netw... +2
10 神庙逃亡2 总榜 107名 DreamSky -16	10 西行降妖记—诸神传奇 总榜 15名 趣游游戏 +6	10 一念逍遥 总榜 17名 雷霆游戏 +1

资料来源：七麦数据，财信证券

### 2.3 电视剧

根据艺恩数据，2021 年 7 月电视综艺播映指数排名前三分别为《向往的生活第五季》

《奔跑吧第五季》《快乐大本营 2021》；网络综艺播映指数排名前三分别为《萌探探探案》《心动的信号第四季》《迷失大逃脱第三季》。

图 13：2021 年 7 月电视综艺霸屏榜

名称	播映指数	播放量	平台	媒体热度
1 向往的生活第五季 上线103天	63.1	5.5亿	tb	61.7
2 奔跑吧第五季 上线103天	57.9	2.3亿	cc	55.4
3 快乐大本营2021 2021-01-02	56.3	3.8亿	tb	41.4
4 牛气满满的哥哥 上线18天	53.7	1.7亿	tb	55
5 极限挑战宝藏行第 二季 上线31天	52.1	5.2千万	cc	48
6 中餐厅第五季 上线5天	51.5	5.0千万	tb	44
7 中国好声音2021 上线5天	51.4	1.8千万	cc	46.7
8 天天向上2021 2021-01-03	48.3	3.9千万	tb	36.9
9 谁是宝藏歌手 上线103天	45.6	1.7亿	tb	49.5
10 追星星的人 上线22天	45	576.6万	cc	43.2

资料来源：艺恩数据，财信证券

图 14：2021 年 7 月网络综艺霸屏榜

名称	播映指数	播放量	平台	媒体热度
1 萌探探探案 上线68天	62.3	-	gtv	62.8
2 心动的信号第四季 上线42天	60.4	8.9亿	gtv	59.6
3 密室大逃脱第三季 上线90天	59.5	7.8亿	tb	56.1
4 五十公里桃花坞 上线73天	54.7	2.9亿	gtv	51.9
5 明星大侦探之名侦 探学院第四季 上线111天	52.9	2.1亿	tb	34
6 做家务的男人第三 季 上线54天	52.9	-	gtv	54.6
7 妻子的浪漫旅行第 五季 上线119天	51.6	6.0亿	tb	53
8 说唱听我的第二季 上线17天	49.9	3.2亿	tb	47.3
9 拜托了冰箱第七季 上线43天	49.9	3.5亿	gtv	49.9
10 焕新箱少年	-	-	-	-

资料来源：艺恩数据，财信证券

## 2.4 综艺

根据艺恩数据，2021 年 7 月电视剧播映指数排名前三分别为《我在他乡挺好的》《叛逆者》《对你的爱很美》；网络剧播映指数排名前三分别为《你是我的荣耀》《千古玦尘》《不说再见》。

图 15：2021 年 7 月电视剧霸屏榜

名称	播映指数	播放量	平台	媒体热度
1 我在他乡挺好的 上线16天 (12集)	70.4	5.1亿	tb	63.3
2 叛逆者 上线28天 (40集)	69.1	-	gtv	53.9
3 对你的爱很美 上线22天 (40集)	64.2	12.8亿	tb	60.4
4 大决战 上线40天 (49集)	62.7	3.7亿	cc	54.6
5 我是真的爱你 上线16天 (40集)	62.7	2.9亿	cc	54.2
6 理想照耀中国 上线92天 (40集)	60.8	1.4亿	cc	53.5
7 觉醒年代 上线184天 (43集)	58	-	cc	38.3
8 心跳源计划 上线12天 (42集)	55.3	4.7千万	cc	43.7
9 衡山医院 上线27天 (34集)	50.6	5.2千万	cc	44.5
10 生活家 上线83天 (35集)	50.2	-	gtv	33.9

资料来源：艺恩数据，财信证券

图 16：2021 年 7 月网络剧霸屏榜

名称	播映指数	播放量	平台	媒体热度
1 你是我的荣耀 上线9天 (32集)	73.6	7.0亿	gtv	61.8
2 千古玦尘 上线48天 (49集)	72.2	20.7亿	gtv	63.6
3 不说再见 上线43天 (47集)	68.8	4.6亿	cc	58.8
4 你微笑时很美丽 上线42天 (31集)	65.8	9.6亿	cc	62.8
5 你好火焰蓝 上线27天 (24集)	65.7	-	gtv	63.4
6 北辙南辕 上线24天 (30集)	64	-	gtv	59.9
7 陌生的恋人 上线23天 (29集)	64	2.8亿	cc	56.3
8 海上繁花 上线42天 (41集)	63.9	8.6亿	cc	53.6
9 变成你的那一天 上线48天 (26集)	63.6	-	gtv	51.1
10 玉楼春 上线9天 (43集)	63.1	-	gtv	59.7

资料来源：艺恩数据，财信证券

## 2.5 电视台

根据 CSM59 城数据，2021 年 7 月 31 日(周六)省级卫视黄金剧场收视率排行榜中，浙江卫视和江苏卫视的《心跳源计划》分别位于第 1、4 名，收视率分别为 1.889% 和 1.743%；湖南卫视的《对你的爱很美》位列第 2 名，收视率 1.853%；上海东方卫视和北京卫视的《我是真的爱你》分别位于第 3、5 名，收视率分别为 1.837% 和 1.167%。



图 17：2021 年 7 月 31 日省级卫视黄金剧场电视剧收视率情况

CSM63 4+ 2021年7月31日周六省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	浙江卫视	心跳源计划	1.889	6.68
2	湖南卫视	对你的爱很美	1.853	6.51
3	上海东方卫视	我是真的爱你	1.837	6.53
4	江苏卫视	心跳源计划	1.743	6.16
5	北京卫视	我是真的爱你	1.167	4.17
6	深圳卫视(新闻综合频道)	亲爱的自己	0.747	2.67
7	安徽卫视	觉醒年代	0.66	2.38
8	广东卫视	叛逆者	0.645	2.28
9	黑龙江卫视	我们的新时代	0.321	1.13
10	天津卫视	奔腾年代	0.118	0.42
11	广东卫视	琅琊榜	0.098	0.52
12	吉林卫视	百炼成钢	0.097	0.34
13	湖北卫视	向往的生活	0.092	0.32
14	辽宁卫视	跨过鸭绿江	0.087	0.31
15	江西卫视	妈妈在等你	0.076	0.27
16	重庆卫视	新世界	0.072	0.25
17	广西卫视	新世界	0.063	0.22
18	山东卫视	瞄准	0.06	0.21
19	甘肃卫视	亮剑	0.058	0.2
20	贵州卫视	刑警之海外行动	0.058	0.21
中央	中央电视台综合频道	逐梦蓝天	0.613	2.23

资料来源：tviv，财信证券

### 3 重点动态

#### 3.1 公司动态

##### 1) 蓝色光标 (300058.SZ)：2021 半年度业绩预增 65.37%-77.62%

公司发布 2021 半年度业绩预告，预计 2021H1 实现归母净利润 5.4 亿元-5.8 亿元，同比增长 65.37%-77.62%；扣非归母净利润 4 亿元-4.4 亿元，同比增长 43.09%-57.40%。年初以来全球疫情逐步缓解，海内外业务全面向好，公司收入继续保持高速增长。从行业来看，游戏、电子商务等行业收入保持稳定，汽车、消费品、高科技等行业收入增长快速。此外，出海业务、短视频业务以及唤醒业务持续高速发展；蓝标在线单周签约客户数突破 30 家并持续快速增长。

##### 2) 凯撒文化 (002425.SZ)：2021 半年度业绩同增 80.6%，拟 5000 万元-1 亿元回购股份

公司发布 2021 半年报，上半年实现营收 4.7 亿元，同比增长 53.94%；归母净利润 2.12 亿元，同比增长 80.6%；EPS 为 0.23 元。业绩增长的主因有：1) 前期新游上线运营，如快手独代的《三国志威力无双》，春秋战国题材 SLG 手游《七雄纷争》在港澳台市场先行上线，海外方面与星辉游戏合作的 SLG 手游《霸王の业》(《荣耀新三国》海外版本) 于已经提前在今年 3 月登陆日本市场。2) 代理方面，子公司酷牛互动在 2021 年引入多款联运游戏，上半年联运收入相较于 2020 年上半年同比增长超过 30%，并且公司已布局好下半年的多款联运游戏。后续储备的作品有正《荣耀新三国》、《火影忍者：巅峰对决》、《幽游白书》、《从前有座灵剑山》、《镇魂街·破晓》、《遮天修仙录(暂定名)》、《航海王》、《SNK 全明星(暂定名)》《盾之勇者成名录》等多款精品游戏。此外，公司拟 5000 万元

-1 亿元回购股份，回购价格不超过 13.34 元/股，本此回购股份将用于实施股权激励或员工持股计划。

**3) 完美世界 (002624.SZ): 2021 半年度业绩预告实现盈利 2.3 亿元-2.7 亿元, 同比下降 81.90%-78.75%**

公司发布 2021 半年度业绩预告: 2021H1 实现归母净利润 2.3 亿元-2.7 亿元, 同比下降 81.90%-78.75%, EPS 为 0.12 元-0.14 元; 其中, 游戏业务预计盈利 2 亿元-2.4 亿元, 同比下降 82.72%-79.27%。此外, 2021Q2 亏损 1.94 亿元-2.34 亿元。

2021Q2 的大幅亏损主要来自游戏业务: 1) 新游上线居多, 投入产出形成错配。2021H1 上线了《非常英雄救世奇缘》(首款横版动作类单机手游)、《旧日传说》(首款 Roguelike 卡牌手游)、《战神遗迹》(MMOARPG)、《梦幻新诛仙》(回合制 MMORPG)。由于新游上线初期需要大量市场推广, 费用一次性计入当期, 而玩家充值流水分期确认收入, 因此投入产出错配导致业绩释放延后。2) 海外布局调整, 关停了部分现不达预期的海外游戏项目, 并优化相关项目人员, 带来一次性亏损约 2.7 亿元。3) 《新神魔大陆》《新笑傲江湖》《完美世界》等老游戏流水有一定程度下滑。影视业务方面, 确认了《明天我们好好过》《温暖的问道》《光荣与梦想》《壮志高飞》《理想照耀中国》等剧集收入, 整体盈利水平不高, 贡献有限。此外, 预计 2021H1/2021Q2 公司的非经营性损益分别为 2.2 亿元/0.7 亿元, 主要由资产处置收益、计入当期损益的政府补助、委托投资或管理等构成。

产品储备方面, 公司有《幻塔》《一拳超人: 世界》《天龙八部 2》等多款重磅游戏正在积极推进中, 其中《幻塔》已对外宣布于 2021 年 7 月 15 日进行删档付费测试。长期来看, 公司坚持长期研发投入和人才培养, 在持续扩大核心品类竞争优势的基础上, 加速多元化战略落地, 在研产品涵盖 MMORPG、ARPG、卡牌、沙盒、休闲等多种类型, 后续产能将陆续兑现。

**4) 光线传媒 (300251.SZ): 2021 半年度业绩预告实现盈利 4.5 亿元-5.3 亿元, 同比增长 2088%-2477%**

公司发布 2021 半年度业绩预告: 2021H1 实现归母净利润 4.5 亿元-5.3 亿元, 同比增长 2088%-2477%, 上年同期盈利仅为 0.21 亿元; 其中, 2021Q2 盈利 2.52 亿元-3.32 亿元, 有望创下同期历史新高。分业务来看: 1) 随着影视行业复苏, 公司电影业务利润大幅增长。2021H1 公司参投/发行/协助推广的影片总票房为 16.97 亿元, 其中《你的婚礼》斩获票房 7.89 亿元成为五一档票房冠军。2) 艺人经纪等业务发展良好, 收入及利润较上年同期大幅增长, 为公司带来了更多的影视业务、商务合作等资源和机会。3) 电视剧业务贡献利润减少, 但储备片单丰富。公司继续推进的剧集有《山河枕》《春日宴》《大理寺日志》《君生我已老》《拂玉鞍》《男神, 你走开》《她的小梨涡》等, 但目前尚未进入确认收入阶段。4) 预计 2021H1 非经常性损益约为 2100 万元, 较上年同期减少, 主要是上年同期收到的政府补贴收益较多所致。

**5) 三七互娱 (002555.SZ): 2021 半年度业绩预告实现盈利 7.8 亿元-8.5 亿元, 同比**

### 下降 49.99%-54.11%

公司发布 2021 半年度业绩预告：2021H1 实现归母净利润 7.8 亿元-8.5 亿元，同比下降 49.99%-54.11%，EPS 为 0.3517 元-0.3833 元。拆分季度来看，2021Q2 盈利 6.63 亿元-7.33 亿元，环比 2021Q1 增长 466.67%-526.50%，同比 2020Q2 下降 31.72%-24.51%，但较 2019Q2 增长 14.51%-26.60%。主要原因系，报告期内公司对新上线的《荣耀大天使》《绝世仙王》《斗罗大陆：武魂觉醒》，以及全球发行的《Puzzles & Survival》等多款游戏持续增大流量投放，使得上半年销售费用增速高于营收增速。预计随着已上线产品的成熟运营，前期投入将逐步收回、利润有望于三四季度起逐步释放。

公司自研手游《斗罗大陆：魂师对决》已于 7 月 22 日上线，表现优于竞品，从玩法和美术上都算精品大作，或将成为公司后续重点流水产品。此外，下半年公司还有计划发布《传世之光》《代号 BY》《代号 SG》等自研产品。

### 6) 昆仑万维 (300418.SZ)：2021 半年度业绩预告实现盈利 9 亿元-12 亿元，扣非归母净利润同比已恢复增长

公司发布 2021 半年度业绩预告：2021H1 实现营收 20 亿元-25 亿元，同比变动 16.08%-45.10%；归母净利润 9 亿元-12 亿元，同比变动-75.32%至-67.10%；扣非归母净利润 6.83 亿元-9.83 亿元，同比变动 0.39%-44.49%；EPS 为 0.77 元-1.02 元。拆分季度来看，2021Q2 盈利 5.87 亿元-8.87 亿元，环比 2021Q1 增长 87.54%-183.39%。报告期内，公司分别完成了对 Opera Limited 和 Star Group 同一控制下的部分股权收购。目前，公司已成功构建了五大板块协同互促生态系统，包括信息分发平台 Opera（已于 2021 年 1 月纳入合并报表范围）、语音社交平台 Star Group（已于 2021 年 4 月纳入合并报表范围）、休闲娱乐平台闲徕互娱、移动游戏平台 GameArk、以及科技股权投资。五大板块整合顺利，稳步增长。

### 7) 吉比特 (603444.SH)：2021 半年度业绩预告实现盈利 8.8 亿元-9.08 亿元，同比增长 60%-65%

公司发布 2021 半年度业绩预告：2021H1 实现归母净利润 8.8 亿元-9.08 亿元，同比增长 60%-65%；扣非归母净利润 6.86 亿元-7.11 亿元，同比增长 37.50%-42.50%。拆分季度来看，2021Q2 盈利 5.15 亿元-5.43 亿元，环比 2021Q1 增长 41.10%-48.77%，同比 2020Q2 增长 125.88%-138.16%。业绩大增的主要原因有：1) “优质新品+老游稳定”带动流水增长。新游方面，2 月 1 日《一念逍遥》(国风修仙+放置挂机)上线后表现优异，5 月 21 日进一步开启仙魔版本，IOS 畅销榜平均排名在 top20。此外，《摩尔庄园》手游于 6 月 1 日上线，是一款粉丝基础雄厚的经典 3D 社区养成手游，有望突破雷霆游戏平台的泛用户群体、强化品牌知名度。老游方面，5 月《问道手游》开启 5 周年大服，叠加一季度疫情消除带动《问道端游》同比增长，《问道》IP 持续为公司贡献稳固基本盘。2) 子公司转让贡献投资收益。今年 4 月，公司分别向腾讯创投、灵犀互娱(阿里文娱)和上海幻电(B 站)转让 3.37% 股权，合计交易对价 3.0345 亿元，预计能增厚二季度净利润约 1.67 亿元。

**8) 传智教育 (003032.SZ): 2021 半年度业绩预告实现盈利 0.22 亿元-0.32 亿元, 同比扭亏为盈**

公司发布 2021 半年度业绩预告: 2021H1 实现归母净利润 0.22 亿元-0.32 亿元, 去年同期为亏损 0.31 亿元, 同比实现了扭亏为盈; EPS 为 0.05 元-0.08 元。拆分季度来看, 2021Q2 盈利 0.16 亿元-0.26 亿元, 环比 2021Q1 也实现大幅增长。公司业绩实现扭亏为盈, 主要原因在于: 1) 去年基数低, 疫情影响学生报名积极性。去年公司受新冠疫情影响严重, 学员参与就业班的意愿不高, 导致新招收学员人数减少, 上半年业绩亏损 0.31 亿元。2) 疫情防控平稳, 教学秩序恢复良好, 报名人数显著增加。年初至今国内疫情防控形势稳定, 公司短期现场培训业务陆续恢复线下教学, 同时新一轮的教研深化改革取得了良好的成效, 二季度就业班报名人数较上年同期明显增加, 学员就业率较上年同期显著增长, 就业薪酬创新高。

**9) 新媒股份 (300770.SZ): 2021 半年度业绩预告实现盈利 3.37 亿元-3.83 亿元, 同比增长 10%-25%**

公司发布 2021 半年度业绩预告: 2021H1 实现归母净利润 3.37 亿元-3.83 亿元, 同比增长 10%-25%, 预计非经常性损益对净利润的影响金额约 4300 万。拆分季度来看, 2021Q2 盈利 1.75 亿元-2.21 亿元, 环比 2021Q1 增长 8.02%-36.42%。公司业绩增长的主要来源是 IPTV 基础业务和互联网视听业务。IPTV 基础业务方面, 继续保持与广东移动、广东电信、广东联通三大运营商的稳定良好合作。互联网视听业务方面, 2020 年末公司全新升级“喜粤 TV”会员体系, 开展“线上+线下”联动推广和会员运营, 持续加强独家影视、热门综艺、体育 IP、4K 内容、优质频道及垂直化内容的引入, 提升用户付费转化及用户粘性。同时, 重点打造云视听系列 APP 实现内容、平台、终端到资本的全产业链融合发展。

**10) 三人行 (605168.SH): 2021 半年度业绩预告实现盈利 1.57 亿元-1.70 亿元, 同比增长 52.84%-65.50%**

公司发布 2021 半年度业绩预告: 2021H1 实现归母净利润 1.57 亿元-1.70 亿元, 同比增长 52.84%-65.50%。拆分季度来看, 2021Q2 盈利 1.04 亿元-1.17 亿元, 环比 2021Q1 增长 96.22%-120.75%。报告期内, 公司业绩增长的主要原因有: 1) 公司积极继续拓展原有电信运营商、金融、消费品、汽车等行业客户的增量投放预算, 服务客户在 B 站/快手等新兴流量平台、央视广告/强势户外媒体等品牌广告渠道的投放需求。2) 极拓展新的头部客户, 新增华润集团旗下怡宝、雪花、喜力等快速消费品客户、巨子生物等新消费客户、国家体育总局体育彩票管理中心客户、邮储银行等金融行业头部优质客户等。

### 3.2 行业动态

**1) 国家网信办: 掌握超 100 万用户个人信息的运营者赴国外上市, 必须申报网络安全审查**

7月10日，国家互联网信息办公室发布关于《网络安全审查办法（修订草案征求意见稿）》公开征求意见的通知。征求意见稿的主要内容包括：1) 掌握超过100万用户个人信息的运营者赴国外上市，必须向网络安全审查办公室申报网络安全审查。2) 运营者采购网络产品和服务的，应当预判该产品和服务投入使用后可能带来的国家安全风险；影响或者可能影响国家安全的，应当向网络安全审查办公室申报网络安全审查。3) 运营者应通过采购文件、协议等要求产品和服务提供者配合网络安全审查，包括承诺不利用提供产品和服务的便利条件非法获取用户数据、非法控制和操纵用户设备，无正当理由不中断产品供应或必要的技术支持服务等。4) 网络安全审查重点评估采购活动、数据处理活动以及国外上市可能带来的国家安全风险。此外，本办法所称网络产品和服务主要是指核心网络设备、重要通信产品、高性能计算机和服务器、大容量存储设备、大型数据库和应用软件、网络安全设备、云计算服务，以及其他对关键信息基础设施安全有重要影响的网络产品和服务。

## 2) 教育“双减”政策落地：坚持从严治理，全面规范校外培训行为

7月24日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》。《双减文件》目标为：学生过重作业负担和校外培训负担、家庭教育支出和家长相应精力负担1年内有效减轻、3年内成效显著。

主要内容如下：1) 从严治理，全面规范校外培训行为。①准入资质方面，各地不再审批新的面向义务教育阶段学生的学科类校外培训机构，现有学科类培训机构统一登记为非营利性机构；原备案的线上学科类培训机构，改为审批制。②资本运作方面，学科类培训机构一律不得上市融资，严禁资本化运作；上市公司不得通过股票市场融资投资学科类培训机构，不得通过发行股份或支付现金等方式购买学科类培训机构资产；外资不得通过兼并收购、受托经营、加盟连锁、利用可变利益实体等方式控股或参股学科类培训机构；已违规的，要进行清理整治。③培训时间方面，校外培训机构不得占用国家法定节假日、休息日及寒暑假组织学科类培训。④师资方面，不得高薪挖抢学校教师，从事学科类培训的人员必须具备相应教师资格。2) 大力提升教育教学质量。深化高中招生改革，逐步提高优质普通高中招生指标分配到区域内初中的比例。3) 强化配套治理，做好试点工作。①做好培训广告管控，主流媒体、新媒体、公共场所、居民区各类广告牌和网络平台等不刊登、不播发校外培训广告。②强化培训收费监管，通过第三方托管、风险储备金等方式，对校外培训机构预收费进行风险管控，加强对培训领域贷款的监管。③确定北京市、上海市、沈阳市、广州市、成都市、郑州市、长治市、威海市、南通市为全国试点，其他省份至少选择1个地市开展试点。

## 3) 反垄断：市场监管总局依法对腾讯作出责令解除网络音乐独家版权等处罚

7月24日，市场监管总局依法作出行政处罚决定，责令腾讯及关联公司采取三十日内解除独家音乐版权、停止高额预付金等版权费用支付方式、无正当理由不得要求上游版权方给予其优于竞争对手的条件等恢复市场竞争状态的措施。

2021年1月，市场监管总局根据举报，对腾讯2016年7月收购中国音乐集团股权涉

嫌违法实施经营者集中行为立案调查。本案相关市场为中国境内网络音乐播放平台市场。正版音乐版权是网络音乐播放平台运营的核心资产和关键性资源。调查表明，2016年腾讯和中国音乐集团在相关市场份额分别为30%和40%左右，腾讯通过与市场主要竞争对手合并，获得较高的市场份额，集中后实体占有的独家曲库资源超过80%，可能有能力促使上游版权方与其达成更多独家版权协议，或要求给予其优于竞争对手的交易条件，也可能有能力通过支付高额预付金等版权付费模式提高市场进入壁垒，对相关市场具有或者可能具有排除、限制竞争效果。对此，腾讯发布回应：“公司将认真遵守决定，严格落实监管要求，依法合规经营，切实履行社会责任，维护市场的良性竞争。公司将压实责任，与腾讯音乐等关联公司在规定时限内制定整改实施方案，按照处罚决定要求全面不折不扣地完成，确保整改到位。”

#### 4) 2021 游戏产业半年度报告：市场收入 1505 亿元，同比增 7.9%

中国音数协游戏工委(GPC)与中国游戏产业研究院发布了《2021年1-6月中国游戏产业报告》，报告显示：1) 2021年上半年，中国游戏市场实际销售收入1504.93亿元，同比增长7.89%；中国游戏用户达到6.67亿，同比增长1.38%。2) 2021年上半年中国自主研发游戏海外市场实际销售收入84.68亿美元，同比增长11.58%，增速高于国内市场。从地区分布来看，收入排名前5的地区分别是：美国、日本、韩国、德国、英国；其中，美国超过三成，日本超过两成。3) 2021年上半年中国电子竞技游戏市场实际销售收入720.61亿元，同比增长0.17%，增速放缓。

还有几大值得关注的趋势：1) 二次元领域发展速度较快，2021年上半年中国二次元移动游戏市场实际销售收入达到了158.10亿元，同比增长了50.15%。2) 移动休闲游戏领域潜力较大，2021年上半年中国移动休闲游戏市场实际销售收入达到了169.51亿元，同比增长了8.57%。3) 高质量发展已经成为共识，一方面中国游戏企业持续关注新技术、新领域、挖掘新需求，加快创新发展；另一方面，监管对于互联网内容把控和引导不断加强、防沉迷等一系列青少年保护工作进一步落实。仍然存在发展瓶颈：1) 防沉迷工作仍有提升空间，未成年人保护措施需要继续拓展。2) 头部企业的集中化趋势明显，市场竞争机制需要进一步改进。3) 中小企业的压力凸显，推动其生态链多样化发展成为未来的努力方向。4) 游戏产品同质化现象依旧明显，精品力作稍显不足。5) 人才培养的难度升级，关于游戏的学术理论研究仍有一定的上升空间。6) 电竞游戏产业基础仍旧薄弱，依然需要国家、地方在技术、人才、资本等多层面、多渠道的大力支持。

#### 5) ChinaJoy 将于 7 月 30 日-8 月 2 日召开：中宣部出版局副局长杨芳致辞，下一步将把防沉迷作为重中之重

中宣部出版局副局长杨芳在第十九届中国国际数码互动娱乐展览会上的致辞，主要内容如下：1) 要进一步增强文化自觉。无论是文字形式的网络文学，还是立体呈现的游戏动漫，都以富有特色的表达方式，生动展现和丰富了新时代文化的繁荣发展。2) 要进一步增强精品意识。在游戏审批中开始施行评分制度，着重考量游戏的导向取向、文化内涵，关注产品的完成度、创新性，综合评判产品的出版价值。评分制不分大厂小厂、

不论出身来历，只看产品质量说话。3) 要进一步增强国际化意识。更好立足国际国内两个市场，融入国际国内双循环，对标对表世界一流，加快构建世界领先的核心竞争力，形成一批实力雄厚的外向型企业，不断壮大网络出版产业实力。4) 要进一步增强安全意识。坚决把好内容关口，守住安全底线，决不给各种错误内容提供传播渠道。要全力以赴抓好防沉迷工作，不折不扣落实好各项管理规定，坚决保护青少年健康成长。这是当前最急迫和最重要的安全要求，决不允许打折扣、走过场。目前，国家层面的防沉迷实名认证平台已建成，接入企业 5000 多家、游戏超万款，初步达成了防沉迷工作的基础性目标。下一步，我们将始终把防沉迷作为重中之重，常抓不懈、一抓到底。

#### 6) 中央网信办将启动“清朗·暑期未成年人网络环境整治”专项行动

中央网信办有关负责人表示，此次专项行动聚焦解决 7 类网上危害未成年人身心健康的突出问题。一是直播、短视频平台涉未成年人问题。严禁 16 岁以下未成年人出境直播，严肃查处炒作“网红儿童”行为，禁止诱导未成年人打赏行为，防止炫富拜金、奢靡享乐、卖惨“审丑”等现象对未成年人形成不良导向。二是未成年人在线教育平台问题。全面清理在线课程中色情低俗、血腥暴力及其他导向不良内容，严禁推送网络游戏、低俗小说、娱乐直播等与学习无关的广告信息，及时处置互动评论区攻击谩骂、教唆不良交友等内容。三是儿童不良动漫动画作品问题。坚决清理散布暴力血腥、暗黑恐怖、教唆犯罪等内容的“邪典”视频，认真核处存在角色着装暴露、情节色情低俗、场面血腥恐怖以及其他易引发未成年人模仿的危险行为等问题的儿童动漫动画作品。四是论坛社区、群圈等环节危害未成年人问题。深入清理利用儿童形象制作的软色情表情包，严查教唆诱导未成年人自杀约死、拍摄交易色情低俗视频的群组账号。五是网络“饭圈”乱象问题。持续推进“清朗·‘饭圈’乱象整治”专项行动，深入整治诱导未成年人应援集资、高额消费、投票打榜、互撕谩骂、拉踩引战、刷量控评等行为。六是不良社交行为和不良文化问题。严防网上不良社交行为和不良文化现象形成不良导向、扭曲青少年价值观，坚决查处人肉搜索、人身攻击、恶意举报等网络欺凌和暴力行为。七是防沉迷系统和“青少年模式”效能发挥不足问题。重点排查解决网站平台防沉迷系统问题漏洞，解决“青少年模式”入口不显著、识别不精准、专属内容不够丰富、应用效果不佳等问题，进一步优化模式效能，着力防止未成年人沉迷网络。

#### 7) 五部门：开展网络算法推荐综合治理，不给错误内容提供传播渠道

8 月 2 日，中央宣传部、文化和旅游部、国家广播电视总局、中国文联、中国作协等五部门联合印发了《关于加强新时代文艺评论工作的指导意见》。《意见》指出，要加强文艺评论阵地建设。巩固传统文艺评论阵地，加强文艺领域基础性问题、前沿性问题、倾向性问题等研究，注重对新人新作的评论，针对热点文艺现象等及时组织开展文艺评论，有力引导舆论、市场和大众。用好网络新媒体评论平台，推出更多文艺微评、短评、快评和全媒体评论产品，推动专业评论和大众评论有效互动。加强文艺评论阵地管理，健全完善基于大数据的评价方式，加强网络算法研究和引导，开展网络算法推荐综合治理，不给错误内容提供传播渠道。

### 8) 腾讯推出游戏未保“双减双打”新措施，倡议全行业讨论对12岁以下小学生禁游

8月3日，腾讯官方发布消息：为进一步加大保护力度，腾讯将从《王者荣耀》试点，逐步面向全线游戏推出“双减、双打、三提倡”的七条新举措。1.双减：①减时长：将执行比政策要求更严厉的未成年用户在线时长限制，非节假日从1.5小时降低至1小时，节假日从3小时减到2小时。②减充值：未满12周岁未成年人（“小学生”）禁止在游戏内消费。2.双打：①打击身份冒用：针对未成年人冒充成年人游戏的情况，将原来的“零点巡查”升级为“全天巡查”，可疑账户全部重新认证。②打击作弊：积极配合政策，打击用户通过加速器登陆及部分第三方平台买卖成年人帐号的行为。3.三倡议：①倡议全行业进一步强化游戏防沉迷系统，控制未成年人游戏总时长。②倡议深化对游戏适龄评定和实施机制的研究。③倡议全行业讨论全面禁止未满12周岁小学生进入游戏的可行性。

## 4 风险提示

政策监管趋严；市场竞争加剧；业绩不及预期。



## 投资评级系统说明

以报告发布日后的 6—12 个月内，所评股票/行业涨跌幅相对于同期市场指数的涨跌幅度为基准。

类别	投资评级	评级说明
股票投资评级	推荐	投资收益率超越沪深 300 指数 15% 以上
	谨慎推荐	投资收益率相对沪深 300 指数变动幅度为 5%—15%
	中性	投资收益率相对沪深 300 指数变动幅度为-10%—5%
	回避	投资收益率落后沪深 300 指数 10% 以上
行业投资评级	领先大市	行业指数涨跌幅超越沪深 300 指数 5% 以上
	同步大市	行业指数涨跌幅相对沪深 300 指数变动幅度为-5%—5%
	落后大市	行业指数涨跌幅落后沪深 300 指数 5% 以上

## 免责声明

本公司具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格，作者具有中国证券业协会注册分析师执业资格或相当的专业胜任能力。

本报告仅供财信证券有限责任公司客户及员工使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司当然客户。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发送，概不构成任何广告。

本报告信息来源于公开资料，本公司对该信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本公司对已发报告无更新义务，若报告中所含信息发生变化，本公司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。

本报告中所指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。任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司及本公司员工或者关联机构不承诺投资者一定获利，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。投资者务必注意，其据此作出的任何投资决策与本公司及本公司员工或者关联机构无关。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代自己的判断。在决定投资前，如有需要，投资者务必向专业人士咨询并谨慎决策。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人（包括本公司客户及员工）不得以任何形式复制、发表、引用或传播。

本报告由财信证券研究发展中心对许可范围内人员统一发送，任何人不得在公众媒体或其它渠道对外公开发布。任何机构和个人（包括本公司内部客户及员工）对外散发本报告的，则该机构和个人独自为此发送行为负责，本公司保留对该机构和个人追究相应法律责任的权利。

## 财信证券研究发展中心

网址：www.cfzq.com

地址：湖南省长沙市芙蓉中路二段 80 号顺天国际财富中心 28 层

邮编：410005

电话：0731-84403360

传真：0731-84403438