

2021年12月19日

华鑫证券  
CHINA FORTUNE SECURITIES

# 字节跳动推出抖音盒子app 短视频内容审核标准助推内容版权价值提升

## -传媒新消费行业周报

增持 (维持)

投资要点

分析师：朱珠

执业证书编号：S1050521110001

邮箱：zhuzhu@cfsc.com.cn

联系人：于越

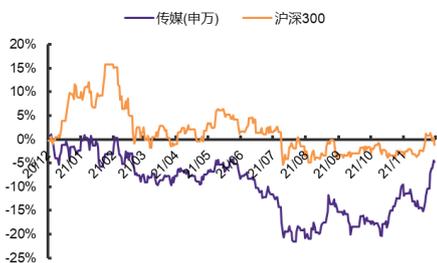
执业证书编号：S1050121110017

邮箱：yvuyue@cfsc.com.cn

### 行业相对表现

表现	1M	3M	12M
传媒(申万)	-2.4	-9.1	-4.7
沪深300	8.8	-0.2	-1.3

### 市场表现



资料来源：Wind，华鑫证券研究

### 相关研究

《传媒新消费行业周报：迎贺岁与春节双档元宇宙第二波开启 2022新增量与再进化并行》20211212

《新秩序新增量再进化-2022年传媒新消费行业投资策略》20211207

### 本周观点更新

2021年临近收官，从产业数据总结到政策文件导向，再到企业端新布局，均在验证我们年度策略的观点，新秩序，新增量，再进化。新秩序端，我们看到短视频内容审核标准发布，利于内容版权价值提升；新增量端，中宣部出版局也表态将及时跟进元宇宙等新业态产业的发展，努力推进创新产品，掌握关键技术，构筑核心优势。元宇宙带动的板块价值，将是螺旋震荡向上，其给人类社会带来的影响和改变预计会超过互联网的影响力，长逻辑下我们也会持续验证其短中期逻辑。再进化端，我们看到垂直细分头部企业，在主业内外压力测试下韧性凸显，新业务也持续积极关注与布局。短中期看，从2021年第四季度到2022年上半年均是传媒新消费的较好关注窗口。

### 本周重点推荐个股及逻辑

给予传媒新消费行业增持评级。2021年近收官，企业端开启2022年商业新布局新思考，同时2020年年报业绩预告也临近，投资维度，可从2022年一季度预期维度布局，2022年一季度可关注贺岁档及春节档、元宇宙、字节跳动三大板块。贺岁档春节档，可关注影片制作出品方，华策影视（2021年12月31日上映的《反贪风暴5：最终章》），奥飞娱乐（2022年1月8日《萌鸡小队》首部大电影定档，2月1日上映的喜羊羊大电影《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》），光线传媒（2022年2月1日上映的《狙击手》），中国电影及横店影视（2022年2月1日上映的《超能一家人》）等，影片供给相对充沛下，院线可关注万达电影、横店影视。元宇宙板块，仍可关注企业端布局进展，例如2022年一季度Facebook（meta），中国的百度、网易、腾讯、字节跳动、芒果超媒、风语筑、蓝色光标等进展。字节跳动产业端，2021年年度字节跳动推出抖音盒子独立app，发力直播电商，有望助推2022年新营销板块、代运营商等，可关注姚记科技、掌阅科技、星球六、引力传媒等。

### 风险提示

产业政策变化风险、推荐公司业绩不及预期的风险、行业竞争风险；编播政策变化风险、影视作品进展不及预期以及未获备案风险、经营不达预期风险；疫情波动风险、宏观经济

波动风险。

重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2021/12/17 股价	EPS			PE			投资评级
			2020	2021E	2022E	2020	2021E	2022E	
9626.HK	哔哩哔哩-SW	313.61	-8.71	-15.39	-15.21	-36.01	-20.38	-20.62	未评级
300413.SZ	芒果超媒	52.20	1.11	1.31	1.61	46.89	39.80	32.35	未评级
1024.HK	快手-W	66.52	-125.25	-13.96	-4.14	-0.53	-4.77	-16.08	未评级
IQ.O	爱奇艺	30.47	-1.36	-1.15	-0.85	-22.41	-26.47	-35.93	未评级
0700.HK	腾讯控股	357.71	16.52	16.70	18.39	21.65	21.42	19.45	未评级
002739.SZ	万达电影	14.50	-2.99	0.36	0.65	-4.85	40.40	22.25	未评级
603103.SH	横店影视	12.69	-0.76	0.41	0.62	-16.75	31.18	20.33	未评级
300251.SZ	光线传媒	11.23	0.10	0.28	0.37	113.21	40.76	30.34	未评级
002292.SZ	奥飞娱乐	6.07	-0.33	0.06	0.13	-18.29	96.50	47.46	未评级
300133.SZ	华策影视	6.64	0.23	0.26	0.31	29.20	25.95	21.61	未评级
000681.SZ	视觉中国	20.09	0.20	0.30	0.39	99.46	68.08	51.90	未评级
0772.HK	阅文集团	42.88	-4.49	1.53	1.55	-9.55	28.09	27.68	未评级
603533.SH	掌阅科技	26.05	0.66	0.74	0.95	39.55	35.14	27.36	未评级
300788.SZ	中信出版	28.99	1.48	1.61	1.95	19.54	17.98	14.85	未评级
603096.SH	新经典	27.02	1.62	1.43	1.72	16.71	18.91	15.68	未评级
300058.SZ	蓝色光标	11.11	0.29	0.33	0.39	38.22	33.90	28.29	未评级
002605.SZ	姚记科技	20.68	2.72	1.86	2.28	7.60	11.11	9.07	未评级
2400.HK	心动公司	32.06	0.02	-1.04	-0.15	1,602.77	-30.85	-214.13	未评级
2100.HK	百奥家庭互 动	0.49	0.10	0.05	0.08	4.74	10.43	6.07	未评级
002555.SZ	三七互娱	25.10	1.31	1.20	1.49	19.20	20.94	16.81	未评级
603444.SH	吉比特	374.95	14.56	21.98	25.42	25.75	17.06	14.75	未评级
603258.SH	电魂网络	30.30	1.59	1.59	1.81	19.03	19.09	16.73	未评级
600633.SH	浙数文化	8.85	0.39	0.44	0.49	22.52	20.02	18.04	未评级
600556.SH	天下秀	13.90	0.16	0.26	0.39	85.02	53.15	35.44	未评级
002291.SZ	星期六	22.28	0.03	0.62	1.04	677.20	35.80	21.49	未评级
300896.SZ	爱美客	569.83	3.66	4.19	6.36	155.76	136.06	89.63	未评级
688363.SH	华熙生物	165.81	1.35	1.70	2.39	123.23	97.54	69.26	未评级
603466.SH	风语筑	24.85	1.17	1.16	1.45	21.15	21.44	17.15	未评级
300144.SZ	宋城演艺	14.06	-0.67	0.23	0.47	-20.98	60.21	29.67	未评级
9992.HK	泡泡玛特	37.81	0.44	0.80	1.27	85.94	47.23	29.73	未评级

资料来源: Wind资讯, 华鑫证券研究 (注: 港元对人民币汇率取1港元=0.8167元人民币; 美元对人民币汇率取1美元=6.3754元人民币; 表中股价均为人民币元; “未评级”盈利预测取自万得一致预期)

## 正文目录

1、行业观点和动态.....	4
1.1、传媒行业回顾.....	4
1.2、传媒行业动态.....	7
1.3、电影市场.....	8
1.4、电视剧市场.....	9
1.5、综艺节目市场.....	10
1.6、游戏市场.....	11
2、上市公司重要动态：增减持、投资等情况.....	12
3、本周观点更新.....	14
4、本周重点推荐个股及逻辑.....	15
5、风险提示.....	17

## 图表目录

图表1：各行业周度涨跌幅（2021年12月13日-2021年12月17日）.....	6
图表2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2021年12月13日-2021年12月17日）.....	7
图表3：2020年1月- 2021年12月每周电影票房收入（万元）及观影人次（万人）走势图.....	8
图表4：拟下周上映的电影及基本情况.....	9
图表5：电视剧情况（12月13日-12月16日）.....	10
图表6：热播综艺网络播放量排行榜（12月13日-12月16日）.....	11
图表7：过去7天网页游戏情况.....	12
图表8：IOS手游排行榜情况.....	12
图表9：上市公司股东增持减持清单/投资.....	13
图表10：重点关注公司及盈利预测.....	16

# 1、行业观点和动态

## 1.1、传媒行业回顾

**市场综述：**上周上证综指、深证成指、创业板指涨跌幅分别-0.93%、-1.61%、-0.94%。细分到传媒各子行业来看，网络游戏指数涨幅较大，跨境电商指数跌幅较大。周涨跌幅个股中，涨幅Top3分别为宣亚国际、湖北广电、美盛文化，分别上涨125.09%、61.39%、49.31%；跌幅Top3分别为\*ST嘉信、哔哩哔哩-SW、心动公司，分别下跌17.17%、15.97%、12.19%。

**产业端，2021年中国游戏市场实际销售收入2965.13亿元（同比增加6.4%）。**据中国音数协游戏工委(GPC)与中国游戏产业研究院发布的《2021年中国游戏产业报告》显示，2021年，中国游戏市场实际销售收入2965.13亿元，同比增长6.40%，虽实际销售收入依然保持增长态势，但是增幅比例较去年同比缩减近15%，主要原因有三，第一，2020年新冠疫情下宅经济的刺激效应逐渐减弱；第二，年度爆款数量同比有所减少；第三，游戏研发和运营发行成本持续增加。分类看，2021年，中国移动游戏市场实际销售收入2255.38亿元（同比增长7.57%，增幅较去年同比缩减25%），移动游戏依然是我国游戏市场的主体，收入占比为76.06%。2021年中国自主研发游戏海外市场实际销售收入达180.13亿美元（同比增长16.59%），主要原因是受去年新冠疫情下全球宅经济的刺激效应消退的影响。2021年中国游戏产业中，针对未成年人与游戏的防沉迷工作进一步取得进步，2021年8月国家新闻出版署下发了《关于进一步严格管理切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》，未成年人游戏流水市场占比持续下降。**2022年对于游戏板块的估值提升预计主要来自，第一，2022年亚运会与电竞游戏的结合带动板块热度；第二，行业新产品的涌现；第三，元宇宙以及云游戏的助力。**

**游戏行业是供给带动需求的行业，面对存量市场且用户年龄层更迭的背景下，研发符合新生代年轻人需求的创新产品成破局关键。**2021年，中国二次元移动游戏市场实际销售收入达284.25亿元，同比增长27.43%，远超中国移动游戏市场的规模增速。销售收入的大幅增长主要源于游戏企业近两年来对二次元题材的开发和推广投入，头部二次元产品表现稳健以及新产品持续推出。年轻用户对游戏的产品品质要求更高，也间接提高了游戏产品的研发门槛，从米哈游《原神》和鹰角网络《明日方舟》等国产二次元头部游戏产品中可以看出，深挖年轻用户的需求、做出更懂年轻人的创新游戏产品具有广阔的市场空间，不仅是从产品的流水表现维度，更有原创文化IP的商业价值延展。以“上海游戏四小龙”为代表的游戏新势力的快速崛起，其背后是产品创新的力量所引发的行业变革，从米哈游《崩坏》系列和《原神》，到莉莉丝《万国觉醒》《剑与远征》，再到鹰角网络《明日方舟》以及叠纸游戏的《恋与制作人》和《暖暖》系列，均具有强大的市场竞争力，也成为对应细分品类的标杆产品。在版号严控、游戏研发与发行成本增加、新生代市场成为主流的“产品为王”的时代，游戏新势力与传统厂商之间的良性竞争，有望从供给端为行业带来更多高品质游戏产品，进而从多元品类、全球市场维度为中国游戏产业带来新增量。

**政策端，短视频与版权法律界限明确，助推内容版权价值提升。**2021年12月15日，中国网络视听节目服务协会发布《网络短视频内容审核标准细则》（2021）。中国网络视听节目服务协会组织有关短视频平台对2019版《细则》进行全面修订，修订工作结合文娱领域综合治理的新要求，对原有21类100条标准进行与时俱进的完善。针对社会高度关注的泛娱乐化、低俗庸俗媚俗问题的新表现，以及泛娱乐化恶化舆论生态、利用未

成年人制作不良节目、违规传播广播电视和网络视听节目片段、未经批准擅自引进播出境外节目等典型问题，为各短视频平台一线审核人员提供更为具体和明确的工作指引，有利于进一步提高短视频平台对网络视听节目的基础把关能力和水平，促进网络视听空间清朗。《网络短视频内容审核标准细则》自2019年初发布以来，已成为各主要网络视听平台加强节目内容审核管理的基础性制度文件。

新版《细则》作为推进短视频管理专项工作的重要内容，对指导相关短视频平台加强短视频节目管理的制度机制建设，促进标本兼治，将发挥积极引导作用。该细则指出“未经授权自行剪切、改编电影、电视剧、网络影视剧等各类视听节目及片段的”，我们认为，从行业角度看，在2020年中国网络版权产业发展年度报告中指出，2020年中国网络版权产业市场规模11847.3亿元（同比增加23.6%），短视频、直播、网络新闻媒体占比大幅提升，整体呈现“视频化”与“多元化”的发展趋势。2020年疫情加速短视频的人群渗透，2020年中国网络版权市场规模中短视频与长视频分别为1506亿元、1081.9亿元（中国网络版权市占率分别为12.71%、9.13%），短视频媒介占比不断提升下，其内容版权的良性发展与监管也尤为重要。以抖音快手为代表的短视频平台，也逐步在加码优质内容，例如抖音推出综艺《很高兴认识你2》，快手发力短剧（截至2021年10月快手平台的短剧日活用户规模达到2.3亿，创作者规模增速超32%。短剧创作者的总收入已超过10亿，播放量过亿次的短剧达850部，2020年年底快手短剧发布星芒计划，联合优质创作者、IP方打造丰富精品剧。短视频平台也在加码优质内容，本次视听协会的细则发布，一方面，助推内容版权价值提升；一方面，短视频对优质内容的需求利好优质内容制作方、供给方；一方面，短视频未经授权剪辑剧集等内容供给收管后，存量的长视频基于自有平台的内容版权其商业价值有望进一步提升。

元宇宙赛道，商业化落地带来市场规模预期领域分别为硬件端VR、经济系统的NFT数字资产以及虚拟偶像数字人三大部分。自上而下看，在2021年中国游戏产业年会上，中宣部出版局副局长指出将及时跟进元宇宙等新业态产业的发展，努力推进创新产品，掌握关键技术，构筑核心优势。自下而上看，据Omdia数据显示，VR头盔预计2026年达到7000万台，其中消费级VR市场的硬件和软件价值将从2021年的64亿美元增长到2026年的160亿美元；同时，meta（facebook）的持续投入也进一步提升整体VR市场，虚拟与增强现实边界也将进一步模糊，2022年用户将更加注重“穿透式”VR功能让用户通过VR头盔查看其现实生活环境的增强版本。Meta即将推出的Project Cambria头盔将提供这一技术的改进版。在较快的变现板块中，元宇宙中的NFT数字资产有望进一步赋能内容企业的长尾商业价值，以腾讯的幻核、阿里的蚂蚁链粉丝粒（更名为鲸探）为代表，推动数字资产的普及；虚拟偶像数字人端，据量子位公司数据显示，中国在虚拟数字人领域的头部玩家大多并不专注于这一领域，主要是基于已有的相关技术和业务基础进入该行业，2030年，中国虚拟数字人整体市场规模将达到2700亿。其中，得益于虚拟IP的发展以及虚拟第二分身的起步，身份型虚拟数字人将占据主导地位，约1750亿，并逐步成为Metaverse元宇宙中的重要一环；服务型虚拟数字人相对稳定发展，多模态AI助手仍有待进一步发展，多种对话式服务升级至虚拟数字人形态，总规模超过950亿。

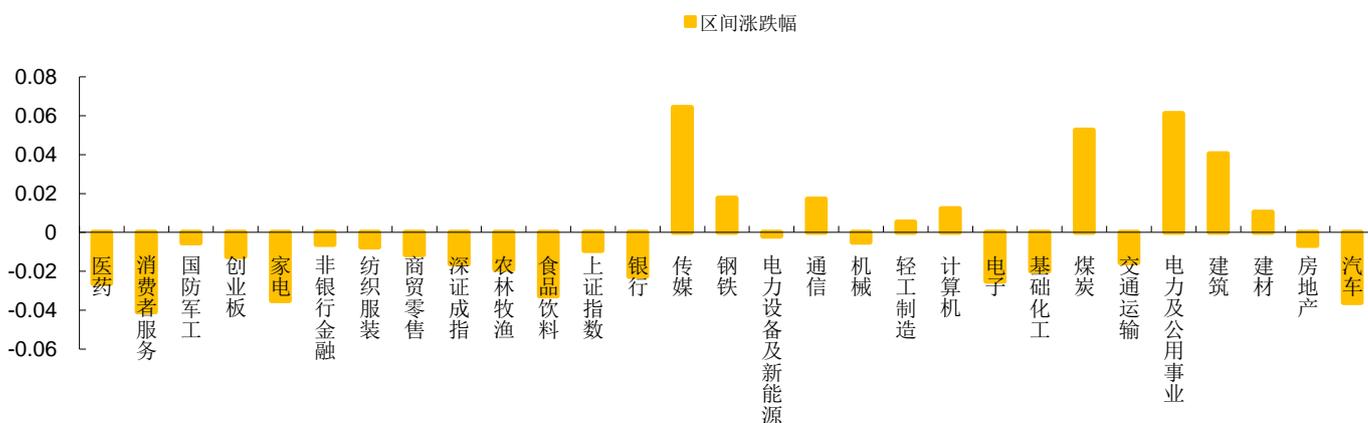
字节跳动推出抖音盒子app，直播电商再下一城。2021年12月，字节跳动旗下抖音推出抖音盒子独立app，该app主要供给全球各地潮流好物，推荐多元风格的潮流视频，也辅有抖音盒子的官方直播间，提升用户一站式购物体验。我们体验该app后，认为，从购物体验端有较大改善（追踪订单入口更加便捷）。我们年度策略《新秩序新增量再进化》中指出，2021年内容电商为代表的抖音电商已成为电商中的新贵，从行业端看，直播电商仍将保持高增长，2022年有望达到2.76万亿元交易规模，同比增加达到44%。2022年字节跳动的内容直播电商带动的产业链红利有望持续。抖音电商生态大会举办并

提出兴趣电商，即通过先进的推荐技术把人设化的商品内容与潜在海量兴趣用户连接起来，用内容激活用户的消费需求，将兴趣变成生意。抖音电商经营模型秉承优价好物的长效经营，通过好内容、好商品、好服务并借力广告流量加速实现抖音电商的良性循环发展。抖音盒子的在2021年年底推出，进一步凸显字节跳动在直播电商领域的资源倾斜，我们仍看好字节跳动在2022年发展，投资角度，壳关注新营销、带运营商、新消费品牌等维度。珀莱雅官方旗舰店在12月12日开启双十二好物狂欢节，直播以单场销售额869.9万元位居榜首。除珀莱雅之外，周期内品牌自播带货较好为华西子、雅琴、素说丽等旗舰店。

**抖音快手品牌电商带货周度数据更新。**自2021年12月6日至12日，果集数据显示，抖音电商美妆类GMV（商品交易总额）同比增加39%，其中美容护肤、彩妆销售额占比分别为77.4%、19.9%，美妆销售额中面部护肤、面部彩妆、眼部护理为销售额前三。华西子周度销售额达0.44亿元位居美妆品牌销售榜冠军（占美妆板块比例2.34%）。同时，从上榜SKU达人带货分类看，花西子主播带货商品上榜较多。快手电商中，周度GMV同比增加53.4%，其中销售额占比较高分别为美容护肤、彩妆及个护仪器，美妆品类销售额中面部护肤、面部彩妆、唇部彩妆为销售额前三，但面部美容仪器周度销售额环比下滑57.26%。双十二结束后，跨年以及年货节开启，新晋直播电商叠加新国潮品牌崛起，也有望带来新增量，同时，虚拟主播的加入，也带来直播电商关注。

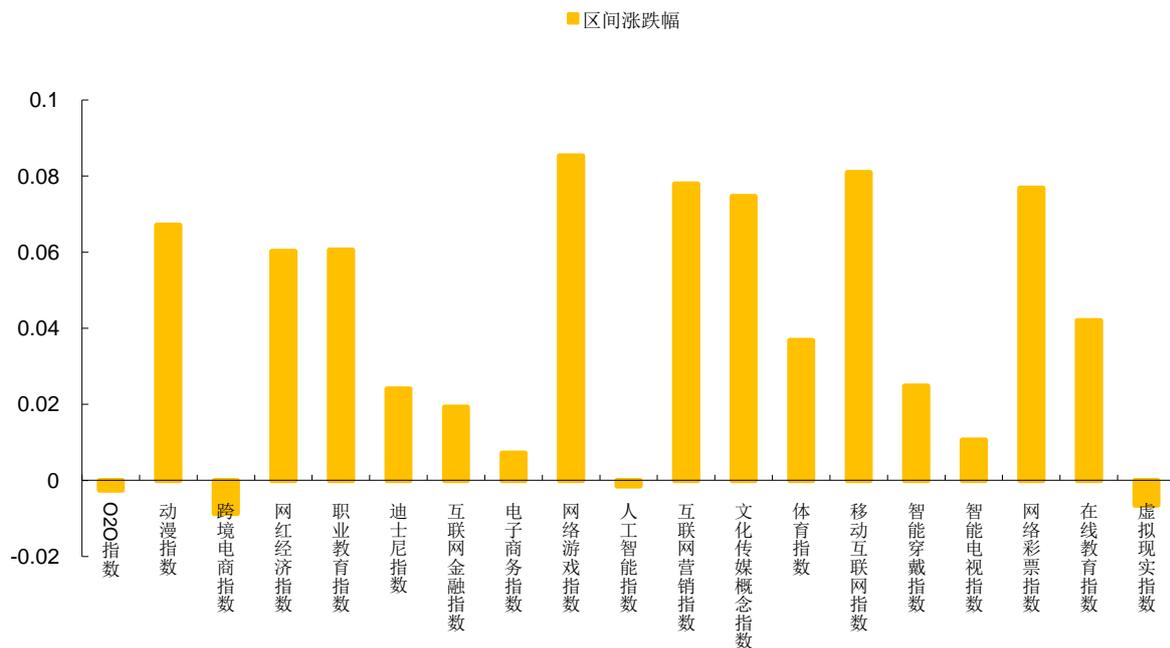
给予行业增持评级。

图表 1：各行业周度涨跌幅（2021 年 12 月 13 日-2021 年 12 月 17 日）



资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

图表 2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2021 年 12 月 13 日-2021 年 12 月 17 日）



资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

## 1.2、传媒行业动态

### 1.2.1、游戏

1、App Annie发布2021 年 11 月中国游戏厂商及应用出海收入 30 强。App Annie 11 月游戏厂商出海收入榜单中，在榜单头部，米哈游重登第一位，丰富的产品线与全球发行策略配合良好，Tier-1 国家营收表现稳定。值得注意的是，莉莉丝的部分游戏在 11 月进行了多次更新，有游戏更新频率达一个月 3 次，由此推测产品团队正积极进行调优，在收入榜单中排名上升。沐瞳科技攀升 3 个名次进入第十名，是 11 月中排名提升最多的厂商第二位，Mobile Legends:Bang Bang 在印尼市场收入持续上升，马来西亚市场也见稳定增幅，在本月游戏榜急升 13 位后，也成功在厂商榜打入前十。

### 1.2.2、电商

1、抖音电商“双12”数据：国潮专区获赞1.03亿次，新农人商家数量同比翻倍。“好物新国潮”专区在活动期间持续推介品质国货。数据显示，专区直播间共获赞1.03亿次。花西子玉容养肤气垫、自然堂水乳四件套、福牌阿胶糕、蔡林记热干面和鲁花芝麻香油位列专区国货品牌商品销量前五，收获了市场新增量。由抖音电商和字节跳动公益推出的“山货上头条”助农项目，不断帮助乡村电商人才发展和成长。数据显示，“双12”期间，在平台售卖果蔬的新农人及商家数量是去年同期的2.16倍。四川果冻橙、陕西眉县猕猴桃、湘西外婆菜、延边辣白菜和大凉山冰糖心苹果等时令农货，颇受消费者欢迎。

### 1.2.3、影视

1、《萌鸡小队》首部大电影定档1月8日。动画电影《萌鸡小队：萌闯新世界》定档2022年1月8日全国上映，与全国家长及小朋友相约大银幕。影片源自播放量超 200 亿的动画剧集《萌鸡小队》，这也是该动画IP首度亮相大银幕。影片讲述了美佳妈妈带着四个小萌鸡宝宝大宇、朵朵、欢欢、麦奇要穿越城市搬去新家，在过程中结识新朋友，和他们一起展开冒险的故事。

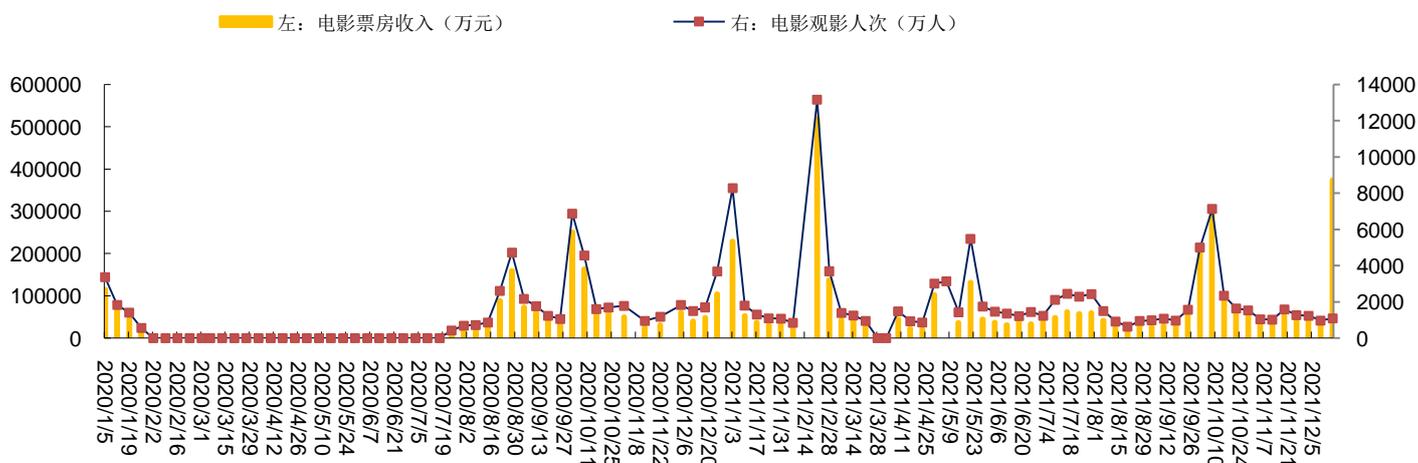
## 1.3、电影市场

【区间回顾】猫眼票房分析统计，截止2021年12月18日12时，2021年12月13日至2021年12月18日12时（第50周），周度分账票房为2.55亿元。受疫情影响，线下电影院自2020年1月24日停止更新票房，7月20日正式复工，自上而下，第一波政策给予支持，2020年5月8日国务院也明确指出“采取预约、限流等方式，开放公园、旅游景点、运动场所，图书馆、博物馆、美术馆等室内场馆，以及影剧院、游艺厅等密闭式娱乐休闲场所”。

2020年5月14日财政部指出暂免征收国家电影事业发展专项资金。2020年6月5日，电影局部分指出复工排片统一时间，2020年6月中下旬遇北京疫情，7月初北京疫情控制，2020年7月16日电影局发布通知，低风险地区可7月20日复工开业。2021年1月22日，中国电影发行放映协会发布通知，要求做好2021年春节档电影院疫情防控工作，严格线上售票预约限流正确佩戴口罩。根据北京市疫情防控要求，春节期间（2月11日至2月17日）影院上座率不得超过50%。春节档后，上座率低风险区不限制。由于疫情波动以及预期较高影片延期上映致暑假档短期承压影响三季度院线上下游业绩，国庆档同比增加，较2019年虽未增长，但恢复性较好，单片《长津湖》助力Q4的院线业绩。贺岁与春节双档预热开启，2021年贺岁档及春节档定档影片关注度暂未出现一九格局，影片低预期叠加外部疫情波动，致院线与影视标的关注度较低。

截至2021年12月18日12时，本周电影票房Top3分别为《误杀2》《古董局中局》《扬名立万》，分账票房分别为1.23亿元、0.44亿元和0.30亿元。

图表 3：2020 年 1 月- 2021 年 12 月每周电影票房收入（万元）及观影人次（万人）走势图



资料来源：Wind 资讯，猫眼电影，华鑫证券研究

\*横坐标显示日期为 14 天一个周期

【下周预告】据艺恩及猫眼专业版显示，下周有12部电影上映，如下表：

图表 4：拟下周上映的电影及基本情况

上映时间	影片名	制作公司	发行公司/联合出品
2021年12月20日	紧急营救	非常道影视文化传媒温州有限公司	北京如日之升影业有限公司
2021年12月21日	高铁作证	甘肃鼎级华彩影业有限公司	北京如日之升影业有限公司
2021年12月21日	一个笨蛋两个贼	尚宝佳艺国际影视文化传媒（北京）有限公司	天津冰糖橙影业有限公司
2021年12月22日	村头村尾	威海光语电影有限公司	威海光语电影有限公司
2021年12月24日	平原上的火焰	上海猫眼影业有限公司	天津猫眼微影文化传媒有限公司
2021年12月24日	那时的你	山西剧院有限责任公司	浙江东阳四月天影视文化有限公司
2021年12月24日	飞雪迎春	陕西影修源影业有限公司	华诚电影电视数字节目有限公司
2021年12月24日	爱情神话	麦特影业（湖北）有限公司	北京上狮文化传播有限公司
2021年12月24日	起初	江西省朝君影视文化有限公司	东方稻田（北京）文化传媒有限公司
2021年12月24日	孤山魅影	杭州安迪文化传播有限公司	北京辣条屋影视传媒有限公司
2021年12月25日	奇幻森林之兽语小子	西安白露风河旅游文化传播有限公司	西安白露风河旅游文化传播有限公司
2021年12月26日	江水无声	武汉美轮美奂文化传媒有限公司	谷泰映画（北京）影视文化传媒有限公司

资料来源：猫眼电影，中国电影发行放映协会，华鑫证券研究

## 1.4、电视剧市场

电视剧方面，本周收视率如下图所示。收视率靠前的电视剧为江苏卫视《半暖时光》、湖南卫视《小敏家》、浙江卫视的《埃博拉前线》。电视剧网络播放方面，播放量前三为：《风起洛阳》（爱奇艺）、《谁是凶手》（爱奇艺）、《斛珠夫人》（腾讯视频）

图表 5: 电视剧情况 (12月13日-12月16日)

CSM63 4+ 2021年12月13日周一省级卫视黄金剧场电视剧					CSM63 4+ 2021年12月14日周二省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%	排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	江苏卫视	半暖时光	2.463	8.38	1	江苏卫视	半暖时光	2.554	8.76
2	湖南卫视	小敏家	2.4	9.42	2	湖南卫视	小敏家	2.534	9.98
3	浙江卫视	埃博拉前线	2.207	7.55	3	浙江卫视	埃博拉前线	2.151	7.4
4	上海东方卫视	也平凡	1.534	5.22	4	上海东方卫视	也平凡	1.787	6.11
5	北京卫视	埃博拉前线	1.446	4.92	5	北京卫视	埃博拉前线	1.67	5.7
6	湖南卫视	沉睡花园	1.426	10.99	6	深圳卫视(新闻综合频道)	春天里的人们	1.416	4.9
7	深圳卫视(新闻综合频道)	春天里的人们	1.396	4.79	7	安徽卫视	温暖的味道	0.836	2.9
8	安徽卫视	温暖的味道	0.805	2.77	8	广东卫视	创业年代	0.581	2
9	广东卫视	创业年代	0.758	2.6	9	山东卫视	前行者	0.327	1.14
10	山东卫视	前行者	0.256	1.02	10	黑龙江卫视	向往的生活	0.229	0.79
11	黑龙江卫视	向往的生活	0.231	0.8	11	湖北卫视	无名卫士	0.166	0.56
12	重庆卫视	巡回检察组	0.161	0.55	12	天津卫视	金陵往事	0.16	0.55
13	湖北卫视	无名卫士	0.154	0.52	13	辽宁卫视	小欢喜	0.15	0.52
14	吉林卫视	燃烧大地	0.145	0.5	14	东南卫视	陪你一起长大	0.107	0.36
15	东南卫视	陪你一起长大	0.14	0.48	15	吉林卫视	燃烧大地	0.106	0.36
16	辽宁卫视	小欢喜	0.127	0.43	16	重庆卫视	巡回检察组	0.102	0.35
17	天津卫视	金陵往事	0.116	0.39	17	江西卫视	刑警之海外行动	0.101	0.35
18	安徽卫视	新鱼之恋	0.105	0.76	18	山西卫视	云飞丝路天	0.077	0.27
19	四川卫视	前行者	0.096	0.33	19	四川卫视	前行者	0.077	0.27
20	广西卫视	无名卫士	0.091	0.31	20	广西卫视	无名卫士	0.07	0.24
中央	中央电视台综合频道	香山叶正红	1.032	3.83	中央	中央电视台综合频道	香山叶正红	1.025	3.87

CSM63 4+ 2021年12月15日周三省级卫视黄金剧场电视剧					CSM63 4+ 2021年12月16日周四省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%	排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	湖南卫视	小敏家	2.26	9.12	1	浙江卫视	埃博拉前线	2.199	7.38
2	江苏卫视	半暖时光	2.188	7.52	2	江苏卫视	半暖时光	2.132	7.14
3	浙江卫视	埃博拉前线	2.142	7.36	3	湖南卫视	小敏家	2.084	8.03
4	上海东方卫视	也平凡	1.773	6.08	4	北京卫视	埃博拉前线	1.887	6.31
5	北京卫视	埃博拉前线	1.637	5.59	5	上海东方卫视	也平凡	1.823	6.1
6	深圳卫视(新闻综合频道)	春天里的人们	1.607	5.51	6	安徽卫视	温暖的味道	1.186	4
7	安徽卫视	温暖的味道	0.826	3.22	7	深圳卫视(新闻综合频道)	春天里的人们	0.888	3.1
8	广东卫视	创业年代	0.624	2.15	8	广东卫视	创业年代	0.688	2.32
9	山东卫视	前行者	0.331	1.14	9	山东卫视	前行者	0.312	1.08
10	黑龙江卫视	向往的生活	0.24	0.84	10	黑龙江卫视	向往的生活	0.239	0.81
11	湖北卫视	无名卫士	0.154	0.52	11	天津卫视	金陵往事	0.148	0.5
12	东南卫视	陪你一起长大	0.137	0.47	12	重庆卫视	巡回检察组	0.136	0.46
13	天津卫视	金陵往事	0.136	0.46	13	吉林卫视	燃烧大地	0.131	0.44
14	重庆卫视	巡回检察组	0.135	0.47	14	湖北卫视	猴票	0.118	0.4
15	吉林卫视	燃烧大地	0.124	0.43	15	吉林卫视	流金岁月	0.111	0.37
16	江西卫视	刑警之海外行动	0.115	0.4	16	贵州卫视	爱国者	0.101	0.35
17	广西卫视	无名卫士	0.106	0.36	17	江西卫视	刑警之海外行动	0.098	0.34
18	贵州卫视	爱国者	0.09	0.32	18	辽宁卫视	小欢喜	0.09	0.33
19	四川卫视	前行者	0.084	0.29	19	广西卫视	铁道风云	0.096	0.32
20	辽宁卫视	小欢喜	0.076	0.26	20	东南卫视	陪你一起长大	0.086	0.29
中央	中央电视台综合频道	香山叶正红	1.044	3.97	中央	中央电视台综合频道	香山叶正红	1.261	4.6

资料来源: 卫视小露电, 华鑫证券研究

### 1.5、综艺节目市场

综艺节目方面, 如下图所示, 全网热度榜靠前的综艺有《哈哈哈哈哈第二季》《令人心动的offer第三季》《追光吧》。

图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（12月13日-12月16日）

日榜 2021年12月13日/周一		日榜 2021年12月14日/周二	
综艺	当日热度	综艺	当日热度
1 哈哈哈哈哈 第二季 - 多平台开播 上线24天	9623.54 当日播放量: 5480.7万	1 令人心动的offer 第三季 ↑7 腾讯视频独播 上线36天	9436.68 当日播放量: 3100.5万
2 追光吧 ↑1 多平台开播 上线24天	8933.65 ...	2 哈哈哈哈哈 第二季 ↓1 多平台开播 上线25天	9175.35 当日播放量: 2355.8万
3 一年一度喜剧大赛 ↑3 爱奇艺独播 上线60天	8780.94 ...	3 追光吧 ↓1 多平台开播 上线25天	8950.97 ...
4 青春环游记 第三季 ↓2 多平台开播 上线38天	8673.94 当日播放量: 534.9万	4 青春环游记 第三季 - 多平台开播 上线39天	8746.79 当日播放量: 430.3万
5 导演请指教 ↑5 腾讯视频独播 上线39天	8528.11 当日播放量: 3160.2万	5 时光音乐会 ↑1 多平台开播 上线54天	8657.83 当日播放量: 1759.4万

日榜 2021年12月15日/周三		日榜 2021年12月16日/周四	
综艺	当日热度	综艺	当日热度
1 哈哈哈哈哈 第二季 ↑1 多平台开播 上线26天	9308.85 当日播放量: 2898.8万	1 哈哈哈哈哈 第二季 - 多平台开播 上线27天	9370.45 当日播放量: 2708.9万
2 令人心动的offer 第三季 ↓1 腾讯视频独播 上线37天	8889.76 当日播放量: 3760.0万	2 青春环游记 第三季 ↑1 多平台开播 上线41天	8833.22 当日播放量: 538.3万
3 青春环游记 第三季 ↑1 多平台开播 上线40天	8826.02 当日播放量: 366.7万	3 导演请指教 ↑1 腾讯视频独播 上线42天	8581.23 当日播放量: 1778.3万
4 导演请指教 ↑4 腾讯视频独播 上线41天	8580.36 当日播放量: 1806.4万	4 我的小尾巴 第二季 ↑5 爱奇艺独播 上线21天	8539.00 ...
5 中国潮音 ↑4 优酷独播 上线34天	8284.97 ...	5 中国潮音 - 优酷独播 上线35天	8326.21 ...

资料来源：猫眼 App 截图，华鑫证券研究

## 1.6、游戏市场

截止2021年12月17日，页游数据更新如下：最热门的为《舰队Collection》和《火影忍者OL》。

图表 7: 过去 7 天网页游戏情况



资料来源: 17173 截图, 华鑫证券研究

手机游戏方面, 排行榜情况如下所示, 免费榜排名前二的手游为《幻塔》《王者荣耀》, 畅销榜排名前二的手游分别为《王者荣耀》《和平精英》。

图表 8: IOS 手游排行榜情况



资料来源: AppAnnie 截图, 华鑫证券研究

## 2、上市公司重要动态: 增减持、投资等情况

图表 9：上市公司股东增持减持清单/投资

证券代码	证券简称	公告日	内容
300612.SZ	宣亚国际	2021年12月13日	关于控股股东股份减持计划实施完毕暨减持比例达到1%的公告
300459.SZ	汤姆猫	2021年12月14日	关于特定股东减持计划预披露的公告
300651.SZ	金陵体育	2021年12月14日	关于控股股东一致行动人减持公司可转债的公告
600136.SH	当代文体	2021年12月16日	当代文体:股东减持股份结果公告
300027.SZ	华谊兄弟	2021年12月17日	实际控制人关于减持公司股份超过1%的公告
600136.SH	当代文体	2021年12月17日	股东减持股份计划公告
600136.SH	当代文体	2021年12月17日	关于股东减持股份结果情况补充说明的公告
300860.SZ	锋尚文化	2021年12月17日	关于股东股份减持计划减持时间过半的进展公告
600959.SH	江苏有线	2021年12月17日	股东减持股份结果公告
600959.SH	江苏有线	2021年12月17日	关于持股5%以上股东减持后持股比例低于5%的提示性公告
300556.SZ	丝路视觉	2021年12月18日	关于持股5%以上股东减持股份超1%暨累计变动达5%的提示性公告
300556.SZ	丝路视觉	2021年12月18日	李萌迪关于减持丝路视觉科技股份有限公司股份超过1%的公告
002558.SZ	巨人网络	2021年12月18日	关于持股5%以上股东及一致行动人股份减持计划时间过半的进展公告
600715.SH	文投控股	2021年12月18日	股东减持股份计划公告

资料来源：Wind资讯，华鑫证券研究

### 3、本周观点更新

2021年临近收官，从产业数据总结到政策文件导向，再到企业端新布局，均在验证我们年度策略的观点，新秩序，新增量，再进化。新秩序端，我们看到短视频内容审核标准发布，利于内容版权价值提升；新增量端，中宣部出版局也表态将及时跟进元宇宙等新业态产业的发展，努力推进创新产品，掌握关键技术，构筑核心优势。元宇宙带动的板块价值，将是螺旋震荡向上，其给人类社会带来的影响和改变预计会超过互联网的影响力，长逻辑下我们也会持续验证其短中期逻辑。再进化端，我们看到垂直细分头部企业，在主业内压力测试下韧性凸显，新业务也持续积极关注与布局。短中期看，从2021年第四季度到2022年上半年均是传媒新消费的较好关注窗口。

文化传媒行业的发展是伴随内容与新媒介融合以及新用户圈层需求的共振，精神内容需求伴随物质满足后不断提升，2021年前三季度细分板块已实现较好回暖。从内容到媒介再到新世代用户均在助力中国文化强国的实现，旧秩序在洗牌，新秩序在建立，也为下一场传媒新消费的繁荣在底部蓄，给予2022年传媒新消费行业增持评级。

## 4、本周重点推荐个股及逻辑

本周重点推荐个股及逻辑：

**重点推荐标的：**2021年近收官，企业端开启2022年商业新布局新思考，同时2020年年报业绩预告也临近，投资维度，可从2022年一季度预期维度布局，**2022年一季度可关注贺岁档及春节档、元宇宙、字节跳动三大板块。**贺岁档春节档，可关注影片制作出品方，华策影视（2021年12月31日上映的《反贪风暴5：最终章》），奥飞娱乐（2022年1月8日《萌鸡小队》首部大电影定档，2月1日上映的喜羊羊大电影《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》），光线传媒（2022年2月1日上映的《狙击手》），中国电影及横店影视（2022年2月1日上映的《超能一家人》）等，影片供给相对充沛下，院线可关注万达电影、横店影视。**元宇宙板块**，仍可关注企业端布局进展，例如2022年一季度Facebook (meta)，中国的百度、网易、腾讯、哔哩哔哩（9626）、字节跳动、芒果超媒、风语筑、蓝色光标等进展。

**字节跳动产业端**，2021年年度字节跳动推出抖音盒子独立app，发力直播电商，有望助推2022年新营销板块、代运营等，可关注姚记科技、掌阅科技、星球六、引力传媒等。其中，**重点推荐标的的更新**，B站“品牌银行”助力品牌资产复利增长（已搭建起丰富的商业产品矩阵，为品牌资产的复利增长进行有效的平台化赋能，帮助品牌主在B站玩转品牌营销）；**芒果超媒**（芒果季风剧《沉睡花园》热播，静待《朋友请听好2》回归）；**风语筑**（国内数字展示行业龙头，致力于数字新媒体技术研发及数字内容的生产、分发与管理，擅长结合空间设计、3D建模、实时渲染、CG特效、人机交互、VR/AR等技术搭建数字化场景，打造沉浸式体验契合元宇宙发展要素）；**奥飞娱乐**（主业端手握优质IP，其优质IP通过动画片、电影、授权等方式变现，新技术数字资产有望赋能其IP商业价值）；华策影视（贺岁电影加持，后续新业务布局可期，有望分享中国文化强国新秩序中内容排头兵的新定价后的估值提升）。

图表 10: 重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2021/12/17 股价	EPS			PE			投资评级
			2020	2021E	2022E	2020	2021E	2022E	
9626.HK	哔哩哔哩-SW	313.61	-8.71	-15.39	-15.21	-36.01	-20.38	-20.62	未评级
300413.SZ	芒果超媒	52.20	1.11	1.31	1.61	46.89	39.80	32.35	未评级
1024.HK	快手-W	66.52	-125.25	-13.96	-4.14	-0.53	-4.77	-16.08	未评级
IQ.O	爱奇艺	30.47	-1.36	-1.15	-0.85	-22.41	-26.47	-35.93	未评级
0700.HK	腾讯控股	357.71	16.52	16.70	18.39	21.65	21.42	19.45	未评级
002739.SZ	万达电影	14.50	-2.99	0.36	0.65	-4.85	40.40	22.25	未评级
603103.SH	横店影视	12.69	-0.76	0.41	0.62	-16.75	31.18	20.33	未评级
300251.SZ	光线传媒	11.23	0.10	0.28	0.37	113.21	40.76	30.34	未评级
002292.SZ	奥飞娱乐	6.07	-0.33	0.06	0.13	-18.29	96.50	47.46	未评级
300133.SZ	华策影视	6.64	0.23	0.26	0.31	29.20	25.95	21.61	未评级
000681.SZ	视觉中国	20.09	0.20	0.30	0.39	99.46	68.08	51.90	未评级
0772.HK	阅文集团	42.88	-4.49	1.53	1.55	-9.55	28.09	27.68	未评级
603533.SH	掌阅科技	26.05	0.66	0.74	0.95	39.55	35.14	27.36	未评级
300788.SZ	中信出版	28.99	1.48	1.61	1.95	19.54	17.98	14.85	未评级
603096.SH	新经典	27.02	1.62	1.43	1.72	16.71	18.91	15.68	未评级
300058.SZ	蓝色光标	11.11	0.29	0.33	0.39	38.22	33.90	28.29	未评级
002605.SZ	姚记科技	20.68	2.72	1.86	2.28	7.60	11.11	9.07	未评级
2400.HK	心动公司	32.06	0.02	-1.04	-0.15	1,602.77	-30.85	-214.13	未评级
2100.HK	百奥家庭互动	0.49	0.10	0.05	0.08	4.74	10.43	6.07	未评级
002555.SZ	三七互娱	25.10	1.31	1.20	1.49	19.20	20.94	16.81	未评级
603444.SH	吉比特	374.95	14.56	21.98	25.42	25.75	17.06	14.75	未评级
603258.SH	电魂网络	30.30	1.59	1.59	1.81	19.03	19.09	16.73	未评级
600633.SH	浙数文化	8.85	0.39	0.44	0.49	22.52	20.02	18.04	未评级
600556.SH	天下秀	13.90	0.16	0.26	0.39	85.02	53.15	35.44	未评级
002291.SZ	星期六	22.28	0.03	0.62	1.04	677.20	35.80	21.49	未评级
300896.SZ	爱美客	569.83	3.66	4.19	6.36	155.76	136.06	89.63	未评级
688363.SH	华熙生物	165.81	1.35	1.70	2.39	123.23	97.54	69.26	未评级
603466.SH	风语筑	24.85	1.17	1.16	1.45	21.15	21.44	17.15	未评级
300144.SZ	宋城演艺	14.06	-0.67	0.23	0.47	-20.98	60.21	29.67	未评级
9992.HK	泡泡玛特	37.81	0.44	0.80	1.27	85.94	47.23	29.73	未评级

资料来源: Wind资讯, 华鑫证券研究 (注: 港元对人民币汇率取1港元=0.8167元人民币; 美元对人民币汇率取1美元=6.3754元人民币; 表中股价均为人民币元; “未评级”盈利预测取自万得一致预期)

## 5、风险提示

- (1) 产业政策变化风险
- (2) 推荐公司业绩不及预期的风险
- (3) 行业竞争风险
- (4) 编播政策变化风险
- (5) 影视作品进展不及预期以及未获备案风险
- (6) 疫情波动的风险
- (7) 宏观经济波动的风险

## ■ 传媒新消费组简介

朱珠：会计学士、商科硕士，拥有实业经验，wind 第八届金牌分析师，2021年11月加盟华鑫证券研究所，对传媒互联网新消费有长期跟踪经验。

于越：理学学士、金融硕士，拥有实业经验，2021年11月加盟华鑫证券研究所，主要覆盖传媒游戏互联网板块等。

## ■ 证券分析师承诺

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，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

## ■ 证券投资评级说明

股票投资评级说明：

	投资建议	预期个股相对沪深300指数涨幅
1	推荐	>15%
2	审慎推荐	5%---15%
3	中性	(-)5%--- (+)5%
4	减持	(-)15%---(-)5%
5	回避	<(-)15%

以报告日后的6个月内，证券相对于沪深300指数的涨跌幅为标准。

行业投资评级说明：

	投资建议	预期行业相对沪深300指数涨幅
1	增持	明显强于沪深300指数
2	中性	基本与沪深300指数持平
3	减持	明显弱于沪深300指数

以报告日后的6个月内，行业相对于沪深300指数的涨跌幅为标准。

## ■ 免责条款

华鑫证券有限责任公司（以下简称“华鑫证券”）具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。本报告由华鑫证券制作，仅供华鑫证券的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告中的信息均来源于公开资料，华鑫证券研究部门及相关研究人员力求准

确可靠，但对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。我们已力求报告内容客观、公正，但报告中的信息与所表达的观点不构成所述证券买卖的出价或询价的依据，该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时结合各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就财务、法律、商业、税收等方面咨询专业顾问的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，华鑫证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。本公司或关联机构可能会持有报告中所提到的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、财务顾问或者金融产品等服务。本公司在知晓范围内依法合规地履行披露。

本报告中的资料、意见、预测均只反映报告初次发布时的判断，可能会随时调整。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。在不同时期，华鑫证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。华鑫证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。

本报告版权仅为华鑫证券所有，未经华鑫证券书面授权，任何机构和个人不得以任何形式刊载、翻版、复制、发布、转发或引用本报告的任何部分。若华鑫证券以外的机构向其客户发放本报告，则由该机构独自为此发送行为负责，华鑫证券对此等行为不承担任何责任。本报告同时不构成华鑫证券向发送本报告的机构之客户提供的投资建议。如未经华鑫证券授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。华鑫证券将保留随时追究其法律责任的权利。请投资者慎重使用未经授权刊载或者转发的华鑫证券研究报告。