

2022年7月3日

华鑫证券
CHINA FORTUNE SECURITIES7月开启后疫情新篇章新预期 布局进行时
-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

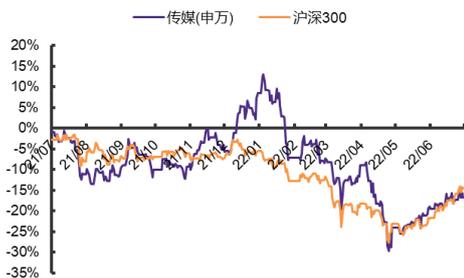
执业证书编号：S1050121110017

邮箱：yvuyue@cfsc.com.cn

行业相对表现

表现	1M	3M	12M
传媒(申万)	-11.1	-10.1	-16.8
沪深300	-8.0	-6.9	-14.6

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：元宇宙热度有望持续南海平台拟筹建暑假档关注内容与媒介》20220626

《传媒新消费行业周报：东方甄选直播电商获千万粉丝抖音产业链红利助力新增量》20220619

《传媒新消费行业周报：抖音产业链红利仍在元宇宙有望驱动新增量》20220612

《传媒新消费行业周报：政策先行助力复苏企业压力测试凸显韧性》20220605

《传媒新消费行业周报：从元宇宙到文化数字化从修复到增量均可期》20220529

本周观点更新

进入7月，2022年上半年的业绩预期开始逐步显现，二季度由于疫情影响业绩的预期属于预期内事件，7月开启三季度新篇章、新预期。同时，新股思维造物拟登A股，Soul、爱美客拟登港股，传媒互联网新消费板块资本化热度不断。投资维度，第一可关注后疫情下的回暖，例如院线内容、阅读、线下营销活动重启、物流回暖对电商业务的驱动（横店影视、万达电影、光线传媒、华策影视、蓝色光标、B站、风语筑等）；第二可关注元宇宙板块（Soul作为年轻人社交元宇宙拟登港交所）；第三可关注阅读（思维造物资本化，听书、数字阅读驱动终身教育，新媒介变迁带来优质内容增量，例如新经典、中信出版）；第四可关注轻医美（后疫情下用户需求提升，叠加电商物流逐步常态化后，受益如华熙生物等）。

本周重点推荐个股及逻辑

给予传媒新消费行业增持评级。新经典（后疫情下大众图书业务有望逐步恢复，6月直播电商驱动显著，优质内容历久弥新，思维造物拟资本化，听书、数字阅读驱动终身教育，媒介渠道演变下，有望带来优质内容商业化新增量）；横店影视（暑假档开启下关注β院线板块）；光线传媒（关注国漫《深海》定档进展）；万达电影（受益暑假档《外太空的莫扎特》）；浙文互联（旗下数字藏品平台米塔App拍拍功能再优化，2022年第三季度拟推出米塔虚拟人形象）；掌阅科技（抖音长产业链红利）；蓝色光标（三季度有望受益后疫情下广告主投放增量，高基数效应有望减弱）；哔哩哔哩（后疫情下电商会员购业务回暖，关注营销业务）；华策影视（优质内容供给者，主旋律创作进入新台阶，下半年伴随疫情得到较好控制，内容制作也有望回暖）；芒果超媒（主业端综艺表现较好，国潮内容电商特色叠加芒果内容基因助力，新业务有望推动公司后续营收新增长）；新消费端可关注轻医美板块，华熙生物（大单品逐步从超头主播迭代至抖音电商自播模式，疫情影响的医美板块有望逐步回暖，关注三季度的环比回暖进展）；心动公司（6月21日-6月27日TapTap夏日特卖开启，超60款买断制游戏打折）；吉比特与百奥家庭互动（《奥比岛：梦想国度》将于7月12日推出，预约用户已超700万）；电魂网络（2022年“梦梦杯”正式启动，由公司承办，旨在选拔高品质的游戏原创作品，挖掘游戏人才，孵化优质的创意作品）；青瓷游戏（《最强蜗牛》二周年庆典活动进行中，7

月版本预告发布)。

■ 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	2022/7/1 股价	EPS			PE			投资评级
			2021	2022E	2023E	2021	2022E	2023E	
300133.SZ	华策影视	4.79	0.21	0.26	0.31	22.74	18.42	15.45	推荐
300413.SZ	芒果超媒	32.90	1.13	1.38	1.77	29.11	23.84	18.59	推荐
002605.SZ	姚记科技	16.38	1.42	1.67	2.06	11.55	9.81	7.95	推荐
603096.SH	新经典	18.78	0.80	1.12	1.42	23.36	16.77	13.23	推荐
300058.SZ	蓝色光标	6.27	0.21	0.26	0.34	29.93	24.12	18.44	推荐
002292.SZ	奥飞娱乐	4.59	-0.28	0.09	0.20	-16.28	51.00	22.95	推荐
603466.SH	风语筑	18.77	1.04	0.83	1.01	18.05	22.61	18.58	推荐
603103.SH	横店影视	13.36	0.02	0.22	0.37	618.52	60.73	36.11	推荐
600986.SH	浙文互联	5.96	0.22	0.29	0.37	26.77	20.55	16.11	推荐
603258.SH	电魂网络	20.02	1.37	1.43	1.66	14.58	14.00	12.06	推荐
603444.SH	吉比特	389.50	20.43	22.24	26.22	19.06	17.51	14.86	推荐
603533.SH	掌阅科技	15.51	0.34	0.55	0.78	45.21	28.20	19.88	推荐
002739.SZ	万达电影	13.31	0.05	0.23	0.55	279.04	57.82	24.04	未评级
300251.SZ	光线传媒	9.14	-0.11	0.27	0.36	-86.06	33.38	25.40	未评级
000681.SZ	视觉中国	13.87	0.22	0.29	0.37	63.57	47.65	37.42	未评级
300860.SZ	锋尚文化	45.93	0.67	2.22	2.93	68.41	20.69	15.69	未评级
300788.SZ	中信出版	20.08	1.27	1.40	1.60	15.80	14.33	12.56	未评级
002555.SZ	三七互娱	20.86	1.30	1.50	1.72	16.09	13.92	12.14	未评级
600633.SH	浙数文化	6.82	0.41	0.49	0.55	16.71	13.99	12.35	未评级
600556.SH	天下秀	8.06	0.20	0.28	0.38	41.12	28.62	21.01	未评级
002291.SZ	星期六	20.14	-0.77	0.79	1.13	-26.18	25.64	17.89	未评级
300896.SZ	爱美客	590.96	4.43	6.76	9.80	133.49	87.38	60.30	未评级
688363.SH	华熙生物	139.43	1.63	2.15	2.83	85.55	64.87	49.27	未评级
300144.SZ	宋城演艺	14.51	0.12	0.16	0.42	120.41	88.80	34.90	未评级
2400.HK	心动公司	17.47	-1.86	-0.91	0.17	-9.39	-19.14	101.37	未评级
2100.HK	百奥家庭互动	0.56	0.01	0.07	0.11	56.08	8.07	4.96	未评级
6633.HK	青瓷游戏	3.52	-0.96	0.60	1.31	-3.67	5.83	2.69	未评级
0772.HK	阅文集团	32.37	1.82	1.25	1.52	17.79	25.87	21.34	未评级
9992.HK	泡泡玛特	32.37	0.62	0.92	1.26	52.21	35.07	25.78	未评级
0700.HK	腾讯控股	302.69	23.16	14.28	17.23	13.07	21.19	17.57	未评级
9626.HK	哔哩哔哩-SW	171.67	-17.87	-19.49	-13.72	-9.61	-8.81	-12.51	未评级
1024.HK	快手-W	74.65	-20.37	-4.22	-1.52	-3.66	-17.70	-49.24	未评级
3690.HK	美团-W	165.87	-3.90	-2.27	0.59	-42.53	-73.02	279.42	未评级
IQ.O	爱奇艺	29.28	-1.11	-0.10	0.06	-26.38	-301.89	514.65	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=0.8541元人民币; 美元对人民币汇率取1美元=6.7010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.....	5
1.1、传媒行业回顾.....	5
1.2、传媒行业动态.....	8
1.3、电影市场.....	8
1.4、电视剧市场.....	10
1.5、综艺节目市场.....	11
1.6、游戏市场.....	12
2、上市公司重要动态：增减持、投资等情况.....	14
3、本周观点更新.....	15
4、本周重点推荐个股及逻辑.....	16
5、风险提示.....	18

图表目录

图表1：各行业周度涨跌幅（2022年6月27日-2022年7月1日）.....	7
图表2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2022年6月27日-2022年7月1日）.....	7
图表3：2020年1月- 2022年7月每周电影票房收入（万元）及观影人次（万人）走势图.....	9
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（6月27日-6月30日）.....	10
图表6：热播综艺网络播放量排行榜（6月27日-6月30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.....	13
图表9：上市公司股东增持减持清单/投资.....	14
图表10：重点关注公司及盈利预测.....	17

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1.13%、1.37%、-1.50%。细分到传媒各子行业来看，跨境电商指数涨幅较大，在线教育指数跌幅较大。周涨跌幅个股中，涨幅Top3分别为顺网科技、华谊兄弟、元隆雅图，分别上涨33.58%、19.37%、17.16%；跌幅Top3分别为心动公司、哔哩哔哩-SW、豆神教育，分别下跌19.80%、10.35%、8.61%。

2022年5月广告行业数据更新及全球2022年上半年营销表现。据CTR媒介智讯的数据显示，2022年1-5月广告市场同比减少12.3%，其中，5月份广告市场花费同比下跌24.1%，跌幅较上个月扩大5个百分点；月度花费环比呈现正增长，涨幅为9.5%。分类看，2022年1-5月，食品、饮料、药品、酒精类饮品和个人用品行业在多个广告渠道呈现明显增长。从品类看，珠宝/首饰、生发/假发用品及服务、个人用品-其它等品类都不同程度的增投电视广告。**全球看，2022年上半年素材总量下跌，成本持续攀升**，随着疫情带来的“宅经济”效果减弱，加上日趋复杂的全球形势，全球移动应用的整体营销都受到了影响，其中广告主数量在今年1月份到达最低点，仅为8.34万名，而移动游戏广告主占比约为22.65%；2022年上半年移动游戏投放素材量共1580万组，同比下降近30%，而从广告主数量跟去年同期相比变化并不大，为4.51万名。从地区维度来看，除大洋洲和欧洲呈现下降趋势外，其他地区的广告主数量均出现了不同程度的提升，其中T2、T3市场广告主数量提升明显。2022年上半年休闲类手游的广告主占比情况显著提升，占总广告主的26.03%，同比增长4.7%。而重度手游的占比多数呈现下降趋势，其中角色扮演广告主占比下降明显。迎来暑假档，整体休闲娱乐类广告主的投放有望回暖到新增，进而推动营销板块，同时营销板块中广告主，在疫情中暂停部分线下活动，伴随疫情有效管控以及后疫情下的消费回暖，整体营销板块有望受益。

2022年6月电影行业数据更新，6月单月分账票房17.31亿元，同比下滑8.56%，环比增加170%；观影人次0.53亿，同比下滑11.56%，环比增加149.3%；月均票价32.8元，同比增加3%，环比增加9%。单月看，《侏罗纪世界3》与《人生大事》单月分账票房占比分别为42.2%、26.3%，单月两部影片分账票房占比68.5%，观影兼具休闲与社交需求，但影片消费呈现头部效应，主要由于，第一，疫情短期影响；第二，用户在有限的休闲时间中，消费内容趋向于被市场评分验证的内容。2022年1-6月合计分账票房156.67亿元（同比下滑37%），2022年第二季度合计分账票房28.8亿元（同比下滑66%），主要由于疫情在3月影响开始，在4-5月持续影响，但6月单月环比实现170%增速，也凸显其院线内容回暖较快，弹性较好。伴随疫情有效控制，2022年下半年票房表现有望好于上半年，若下半年疫情影响减弱后，假设2022年上半年的票房全年占比在30%，即2022年全年的分账票房将达到522亿元（同比增加约为21.8%）。

暑假档6-8月开启热度，7月单月看，7月1日有23部影片上映，核心为重映内容，余下为12部新品拟7月上映，其中7月15日喜剧奇幻电影《外太空的莫扎特》观众关注度较高，具爆款潜力，8月定档8部，其中《遇见你》关注度较高，总体看，7-8月双月中，仅2部影片期待度较高，2022年的暑假档黑马以及爆款仍缺席。短期看，后疫情下的修复，7月8日起，上海的电影院逐步恢复开放重启，影院上座率限制在50%以内，根据最新版的《上海市电影放映场所疫情防控指引》，观众进入影院需查验72小时内核酸检测阴性证明，不得以24小时内核酸采样证明入场，不得以现场抗原检测代替有效核酸阴性

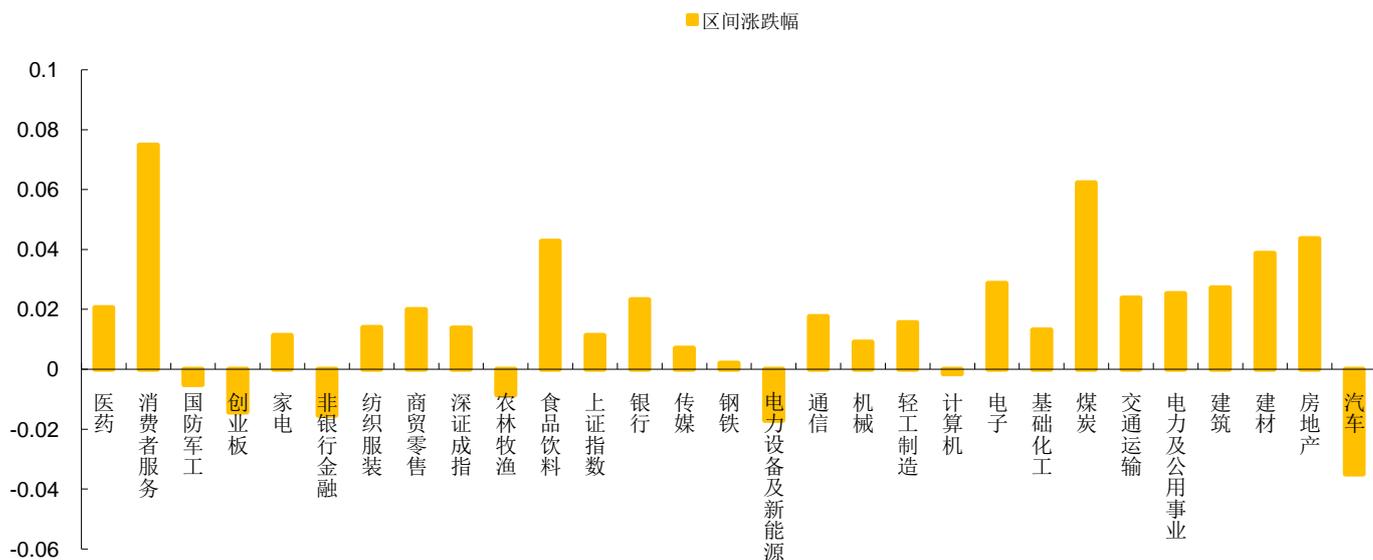
证明。未戴口罩和体温大于37.3℃者不得进入。对于无法扫码、亮码的观众，影院工作人员可通过纸质离线“随申码”+身份证的方式，进行健康核验和场所登记。电影院暂不提供饮料食品，影厅内不得饮食。上海市电影发行放映协会也有针对性地推出纾困举措，助力影院逐步开放。从投资维度看，第一关注后疫情下的情绪面恢复；第二关注新品定档的进度。

游戏端，Sensor Tower发布《2022上半年热门手游市场洞察》，2022年1月至5月期间，全球手游市场收入为348亿美元，在疫情之后首次出现同比下降。同期欧美手游下载量增速放缓，而东南亚地区依旧保持良好增长态势。RPG、策略手游依旧是用户支出的热门品类，超休闲手游则在用户规模上进一步扩大，成为当今手游下载量主要增长点。产品端，“SPARK 2022”腾讯游戏发布会于6月27日举办，《英雄联盟电竞经理》《暗区突围》等新品定档，武侠开放世界产品《代号：致金庸》亮相，《王者荣耀》《火影忍者》等老产品公布了新的内容和更新计划。整体看，本次腾讯游戏发布会公布的新品数量较少，仅12款，《阿凡达：重返潘多拉》等大IP产品面向全球市场，全球化是腾讯游戏未来的重点，此外，腾讯对于游戏技术的应用已经拓展到科技领域等方面，注重游戏技术的应用和长期的规划。

7月开启2022年下半年投资序章，新需求、新供给、新增量可期。2022年一季度中，3月受到疫情多点散发致企业经济活动受其影响，4月华东地区仍受疫情扰动，预计2022年二季度企业经济活动仍受其影响，但目前该部分影响已在情绪端逐步释放，伴随复工复产后，政策助力经济恢复，二季度经济盈利承压已提前情绪面凸显，三季度有望实现业绩的环比改善，可关注后疫情下的回暖板块、抖音产业链、元宇宙板块、新消费（轻医美，需求回暖）。

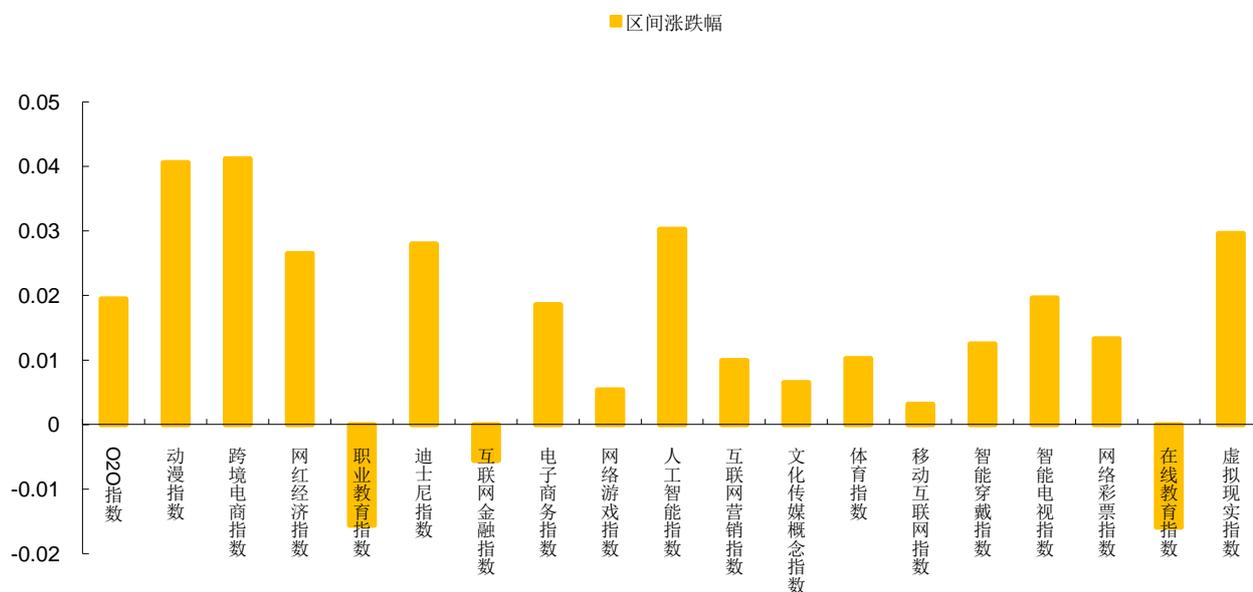
给予行业增持评级。

图表 1：各行业周度涨跌幅（2022 年 6 月 27 日-2022 年 7 月 1 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（2022 年 6 月 27 日-2022 年 7 月 1 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、腾讯游戏发布40余款产品与项目，《王者荣耀》发布全新规划。6月27日，腾讯游戏发布了40余款产品与内容，其中包括首次曝光的游戏技术合作系列项目、游戏新品及跨界应用。本次发布会分为“技术新探索”“产品新体验”和“更多新价值”三大版块。在“技术新探索”版块中，腾讯游戏首次对外公布了7个游戏技术合作项目。其中包括“数字长城”、“腾讯互娱x数字敦煌文化遗产数字创意技术联合实验室”、“数字中轴”、游戏驱动机器人加速智能学习项目、全真互联数字工厂、全动飞行模拟机联合项目和猎人星座计划。

1.2.2、电商

1、京东宣布与腾讯开启第三轮合作，京东提供流量支持。6月29日，京东集团在港交所公告称，已经与腾讯续签了为期三年的战略合作协议。根据协议，双方将围绕实物电商入口、云技术与云服务、会员体系、线上会议、企业服务、智慧零售以及广告等领域展开业务合作。公告称，腾讯将继续在其微信平台上向京东提供显著的一级及二级访问入口，并提供流量支持，有关合作的价值预期将于未来三年以现金及京东股份相结合的形式支付或投放。

1.2.3、影视

1、《神探大战》6月30日开启预售，定于7月8日全面公映。6月30日，电影《神探大战》正式开启预售，同时也发布终极海报与预告。影片定于7月8日全面公映，同时7月2日以及3日，《神探大战》还将开启超前点映。电影《神探大战》讲述了一个以“神探”为名的犯罪团伙，他们以暴制暴、预告杀人、私刑执法，使得中国香港陷入无尽恐惧之中。患有精神疾病的“癫佬神探”李俊（刘青云饰）独行查案，以“神探夫妇”陈仪（蔡卓妍饰）和方礼信（林峯饰）为首的重案组也身陷与杀戮赛跑的缉凶之路。

1.3、电影市场

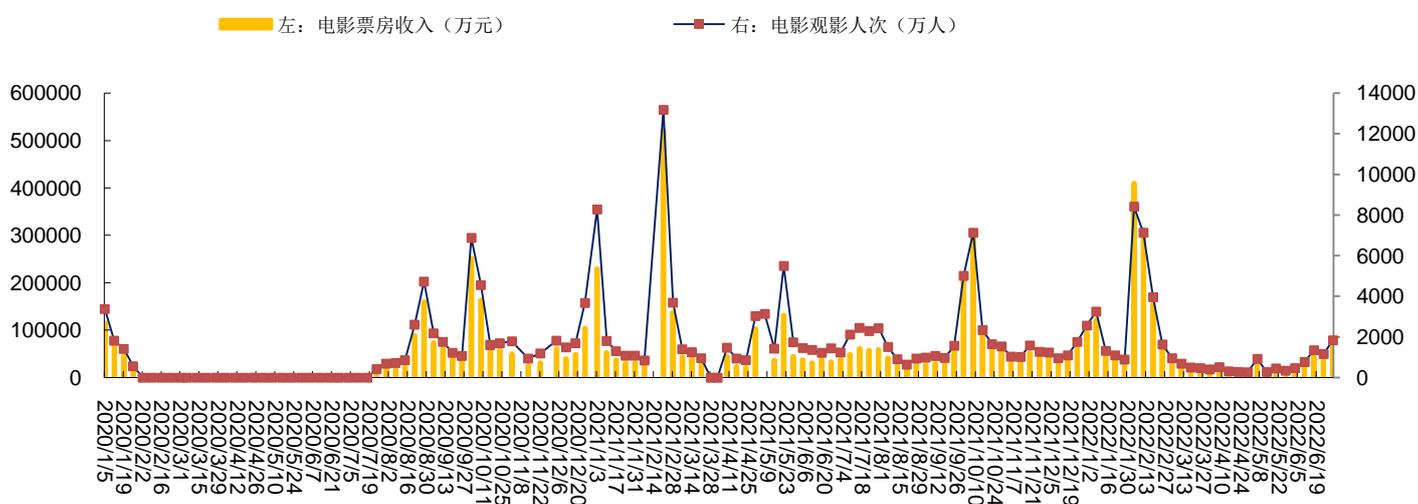
【区间回顾】猫眼票房分析统计，截止2022年7月2日12时，2022年6月27日至2022年7月2日12时（第26周），周度分账票房为4.41亿元。受疫情影响，线下电影院自2020年1月24日停止更新票房，7月20日正式复工，自上而下，第一波政策给予支持，2020年5月8日国务院也明确指出“采取预约、限流等方式，开放公园、旅游景点、运动场所，图书馆、博物馆、美术馆等室内场馆，以及影剧院、游艺厅等密闭式娱乐休闲场所”。

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。2022年1月7日，根据《深圳市新型冠状病毒肺炎疫情防控指挥部办公室通告》（第1号）要求，深圳市委宣传部印发《关于加强全市影院疫情防控工作的紧急通知》，即日起调整深圳全市影院上座率，由原来的单场上座率不超过75%调低为不超过50%。《通知》要求各大影城影院严格落实场所通风消毒、进门测温扫码戴口罩、工作人员培训和症状检测、人员管控、场所设施卫生管理等防控要求，确保各

项防疫措施到位、人员到位。2022年3月18日，国家电影局发布关于从严抓好电影院疫情防控工作工作的通知，要求服从疫情防控工作大局，严格落实分区分级防控要求，中高风险地区电影院一律暂不开放，低风险地区电影院要按照属地防疫部署要求，营业电影院要严格执行上座率不超过75%的要求，压实属地管理责任和企业主体责任。2022年5月16日，上海宣布6月1日至6月中下旬，全面恢复上海全市正常生产生活秩序。2022年7月8日起，上海市电影院有序恢复开放，影院上座率限制在50%以内。

截至2022年7月2日12时，本周电影票房Top3分别为《人生大事》《侏罗纪世界3》《一周的朋友》，分账票房分别为3.28亿元、0.66亿元和0.15亿元。

图表 3：2020 年 1 月- 2022 年 7 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】据猫眼电影及中国电影发行放映协会显示，下周拟上映4部电影，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
2022年7月5日	红光	山西景辰未来影视传媒有限公司	浙江东阳四月天影视文化有限公司
2022年7月8日	神探大战	英皇（北京）影视文化传媒有限公司	北京上狮文化传播有限公司
2022年7月8日	隐入尘烟	甘肃祁子文化传媒有限公司	北京嘉映文化传媒有限公司
2022年7月9日	海底小纵队：洞穴大冒险	万达影视传媒有限公司	万达影视传媒有限公司

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湖南卫视的《遇见璀璨的你》、浙江卫视的《数风流人物》、上海东方卫视的《林深见鹿》。电视剧网络播放方面，播放量前三为：《梦华录》（腾讯视频）、《传家》（优酷）、《爱情该有的样子》（爱奇艺）。

图表 5：电视剧情况（6月27日-6月30日）

CSM63 4+ 2022年6月27日周一省级卫视黄金剧场电视剧					CSM63 4+ 2022年6月28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	湖南卫视	遇见璀璨的你	2.209	10.63	1	湖南卫视	遇见璀璨的你	1.337	7
2	浙江卫视	数风流人物	1.192	5.41	2	浙江卫视	数风流人物	1.066	5.21
3	江苏卫视	数风流人物	1.023	4.64	3	上海东方卫视	林深见鹿	0.979	4.96
4	上海东方卫视	林深见鹿	1.009	4.57	4	江苏卫视	数风流人物	0.797	3.9
5	湖南卫视	妻子的选择	0.886	7.83	5	北京卫视	林深见鹿	0.727	3.69
6	北京卫视	林深见鹿	0.882	4.01	6	安徽卫视	良辰好景知几何	0.504	2.49
7	湖南卫视	山海情	0.624	2.93	7	湖南卫视	山海情	0.436	2.17
8	安徽卫视	良辰好景知几何	0.547	2.49	8	广东卫视	狮子山下的故事	0.36	1.76
9	广东卫视	狮子山下的故事	0.323	1.46	9	深圳卫视	我的1997	0.229	1.12
10	深圳卫视	我的1997	0.262	1.18	10	湖北卫视	生活像阳光一样灿烂	0.224	1.09
11	黑龙江卫视	霞光	0.249	1.13	11	黑龙江卫视	霞光	0.214	1.05
12	湖北卫视	生活像阳光一样灿烂	0.188	0.85	12	四川卫视	摧毁	0.176	0.86
13	四川卫视	摧毁	0.186	0.84	13	天津卫视	都挺好	0.155	0.74
14	重庆卫视	勇敢的心2	0.142	0.64	14	天津卫视	鼓楼外	0.149	0.75
15	天津卫视	鼓楼外	0.142	0.64	15	山西卫视	大决战	0.117	0.57
16	山西卫视	大决战	0.104	0.47	16	吉林卫视	勇敢的心2	0.114	0.56
17	吉林卫视	勇敢的心2	0.09	0.41	17	东南卫视	正青春	0.08	0.39
18	广西卫视	风声	0.073	0.33	18	江西卫视	跨过鸭绿江	0.064	0.31
19	安徽卫视	爱的束缚	0.071	0.64	19	重庆卫视	勇敢的心2	0.061	0.3
20	东南卫视	正青春	0.061	0.28	20	广东广播电视台南方卫视	七十二家房客17季	0.061	0.38
中央	中央电视台综合频道	大山的女儿	0.572	2.71	中央	中央电视台综合频道	大山的女儿	0.599	3.09

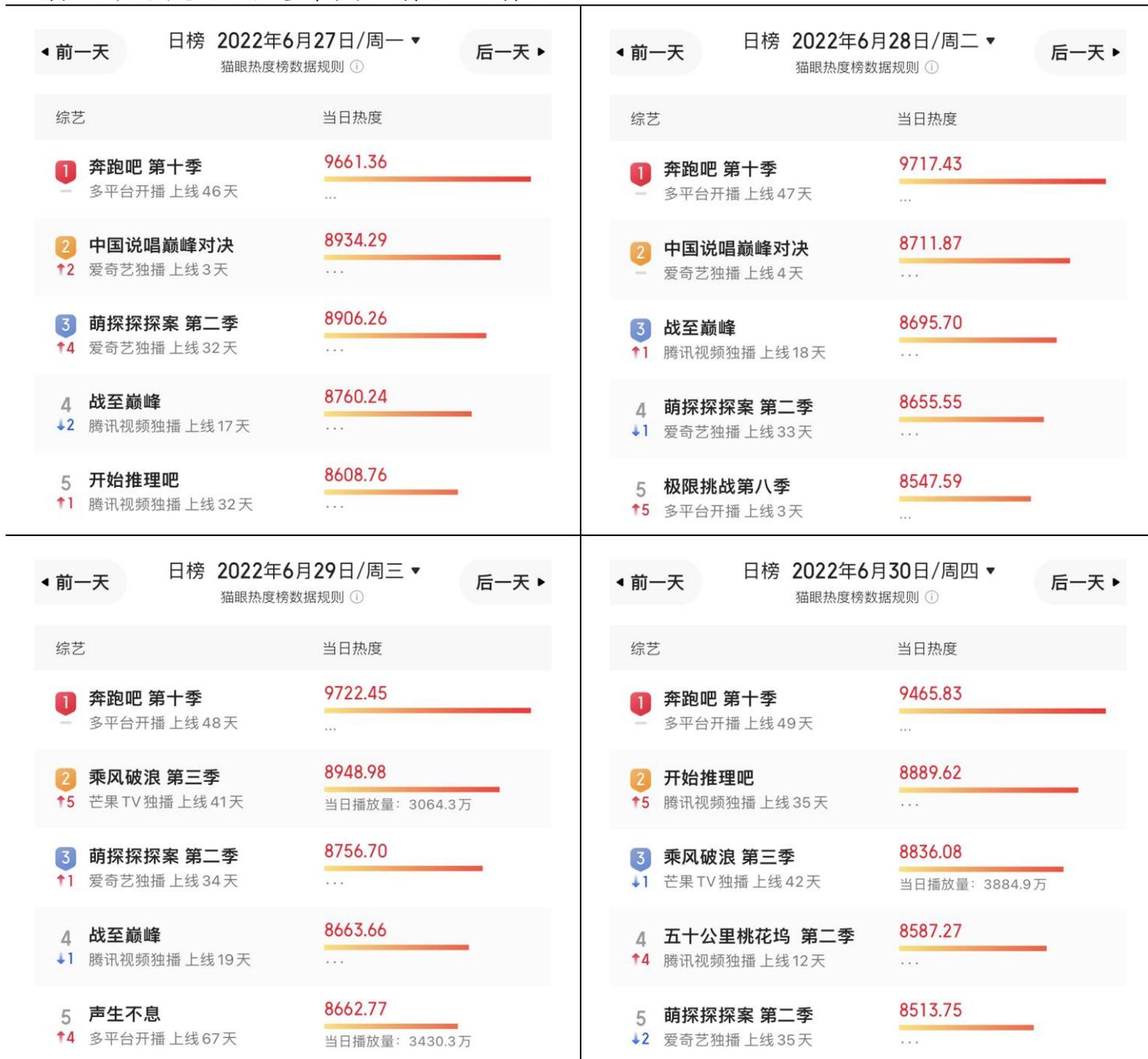
CSM63 4+ 2022年6月29日周三省级卫视黄金剧场电视剧					CSM63 4+ 2022年6月30日周四省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%	排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	浙江卫视	数风流人物	1.431	6.93	1	江苏卫视	数风流人物	1.18	5.62
2	湖南卫视	遇见璀璨的你	1.15	5.98	2	浙江卫视	数风流人物	1.028	4.89
3	江苏卫视	数风流人物	0.83	4.03	3	湖南卫视	遇见璀璨的你	0.876	4.54
4	安徽卫视	良辰好景知几何	0.556	2.75	4	湖南卫视	山海情	0.549	2.64
5	湖南卫视	山海情	0.552	2.77	5	北京卫视	幸福到万家	0.52	2.48
6	上海东方卫视	幸福到万家	0.475	2.3	6	上海东方卫视	幸福到万家	0.515	2.45
7	北京卫视	幸福到万家	0.453	2.2	7	安徽卫视	良辰好景知几何	0.482	2.33
8	广东卫视	狮子山下的故事	0.362	1.75	8	广东卫视	狮子山下的故事	0.311	1.48
9	黑龙江卫视	霞光	0.241	1.17	9	黑龙江卫视	霞光	0.199	0.95
10	四川卫视	摧毁	0.205	0.99	10	深圳卫视	我的1997	0.189	0.9
11	湖北卫视	生活像阳光一样灿烂	0.188	0.91	11	湖北卫视	生活像阳光一样灿烂	0.161	0.76
12	深圳卫视	我的1997	0.175	0.85	12	重庆卫视	勇敢的心2	0.134	0.64
13	天津卫视	都挺好	0.115	0.56	13	四川卫视	我的1997	0.13	0.62
14	山西卫视	大决战	0.111	0.54	14	天津卫视	都挺好	0.096	0.46
15	重庆卫视	勇敢的心2	0.099	0.48	15	吉林卫视	勇敢的心2	0.092	0.44
16	吉林卫视	勇敢的心2	0.08	0.39	16	江西卫视	跨过鸭绿江	0.089	0.43
17	辽宁卫视	姥姥的饺子馆	0.076	0.37	17	广西卫视	风声	0.081	0.39
18	河北广播电视台卫视频道	亲爱的小孩	0.067	0.33	18	山西卫视	大决战	0.079	0.38
19	江西卫视	跨过鸭绿江	0.064	0.31	19	东南卫视	正青春	0.063	0.3
20	东南卫视	正青春	0.063	0.31	20	河北广播电视台卫视频道	亲爱的小孩	0.062	0.29
中央	中央电视台综合频道	大山的女儿	0.643	3.32	中央	中央电视台综合频道	大山的女儿	0.574	2.85

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《奔跑吧第十季》《中国说唱巅峰对决》《萌探探探案第二季》。

图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（6月27日-6月30日）



资料来源：猫眼 App 截图，华鑫证券研究

1.6、游戏市场

截止2022年7月1日，页游数据更新如下：最热门的为《植物大战僵尸OL》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《保卫萝卜4》《时空猎人3》，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

免费	查看全部>	付费	查看全部>	畅销排行	查看全部>			
1	 保卫萝卜4 Luobo	=	1	 Muse Dash 喵斯快跑-跑 X.D. Network	=	1	 王者荣耀 Tencent	=
2	 时空猎人3 Bilibili	=	2	 泰拉瑞亚 X.D. Network	=	2	 和平精英 Tencent	=
3	 王者荣耀 Tencent	^1	3	 部落与弯刀 X.D. Network	=	3	 梦幻西游 NetEase	=
4	 和平精英 Tencent	v1	4	 异化之地 Leiting	^1	4	 三国志:战略版 Lingxi Games	^1
5	 开心消消乐® Happy Elements	=	5	 重生细胞 Bilibili	v1	5	 时空猎人3 Bilibili	v1

资料来源: data.ai 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
300494.SZ	盛天网络	2022年6月27日	关于王俊芳股份减持计划的提示性公告
300063.SZ	天龙集团	2022年6月27日	关于公司董事和高级管理人员减持计划期限届满实施结果公告
300113.SZ	顺网科技	2022年6月27日	关于公司实际控制人,董事及高级管理人员减持股份的预披露公告
601599.SH	浙文影业	2022年6月28日	持股5%以上股东减持股份计划公告
002803.SZ	吉宏股份	2022年6月28日	关于西藏永悦诗超企业管理有限公司减持股份预披露公告
003032.SZ	传智教育	2022年6月28日	关于股东及其一致行动人减持股份的进展公告
300364.SZ	中文在线	2022年6月28日	关于股东减持股份计划期限届满暨实施情况的公告
300459.SZ	汤姆猫	2022年6月28日	关于股东股份转让计划提前终止暨未来不减持股份的公告
300766.SZ	每日互动	2022年6月29日	关于持股5%以上股东减持计划数量过半的进展公告
000793.SZ	华闻集团	2022年6月30日	关于股东减持公司股份后持股比例低于5%的权益变动提示暨减持进展公告
300148.SZ	天舟文化	2022年6月30日	关于持股5%以上股东股份减持计划实施完毕的公告
300148.SZ	天舟文化	2022年6月30日	关于持股5%以上股东股份减持达到1%的公告
300612.SZ	宣亚国际	2022年6月30日	关于控股股东减持计划数量过半的进展公告
300148.SZ	天舟文化	2022年6月30日	关于持股5%以上股东股份减持达到1%的公告(更正后)
000607.SZ	华媒控股	2022年7月2日	关于股东减持股份实施情况暨减持计划到期的公告
600715.SH	文投控股	2022年7月2日	股东集中竞价减持股份计划公告

资料来源：Wind资讯，华鑫证券研究

3、本周观点更新

进入7月，2022年上半年的业绩预期开始逐步显现，二季度由于疫情影响业绩的预期属于预期内事件，7月开启三季度新篇章、新预期。同时，新股思维造物拟登A股，Soul、爱美容拟登港股，传媒互联网新消费板块资本化热度不断。投资维度，第一可关注后疫情下的回暖，例如院线内容、阅读、线下营销活动重启、物流回暖对电商业务的驱动（横店影视、万达电影、光线传媒、华策影视、蓝色光标、B站、风语筑等）；第二可关注元宇宙板块（Soul作为年轻人社交元宇宙拟登港交所）；第三可关注阅读（思维造物资本化，听书、数字阅读驱动终身教育，新媒介变迁带来优质内容增量，例如新经典、中信出版）；第四可关注轻医美（后疫情下用户需求提升，叠加电商物流逐步常态化后，受益如华熙生物等）。

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。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

重点推荐标的进展：

新经典（后疫情下大众图书业务有望逐步恢复，6月直播电商驱动显著，优质内容历久弥新，思维造物拟资本化，听书、数字阅读驱动终身教育，媒介渠道演变下，有望带来优质内容商业化新增量）；**横店影视**（暑假档开启下关注β院线板块）；**光线传媒**（关注国漫《深海》定档进展）；**万达电影**（受益暑假档《外太空的莫扎特》）；**浙文互联**（旗下数字藏品平台米塔App拍拍功能再优化，拍拍即将公测，2022年第三季度拟推出米塔虚拟人形象，首个虚拟场景开放内测，第四季度将推出第一版元宇宙社区，主业数字营销有望受益后疫情下广告主投放预期的回暖）；**掌阅科技**（抖音长产业链红利）；**蓝色光标**（三季度有望受益后疫情下广告主投放增量，高基数效应有望减弱）；**哔哩哔哩**（后疫情下电商会员购业务回暖，关注营销业务）；**华策影视**（优质内容供给者，主旋律创作进入新台阶，下半年伴随疫情得到较好控制，内容制作也有望回暖）；

芒果超媒（主业端综艺表现较好，公司控股股东芒果传媒对小芒电商增资2.86亿元（持股比例达到33.33%），国潮内容电商特色叠加芒果内容基因助力，新业务有望推动公司后续营收新增长）；新消费端可关注轻医美板块，**华熙生物**（大单品逐步从超头主播迭代至抖音电商自播模式，疫情影响的医美板块有望逐步回暖，关注三季度的环比回暖进展）；**心动公司**（6月21日-6月27日TapTap夏日特卖开启，超60款买断制游戏打折）；**吉比特与百奥家庭互动**（《奥比岛：梦想国度》将于7月12日推出，预约用户已超700万）；**电魂网络**（2022年“梦梦杯”正式启动，由公司承办，旨在选拔高品质的游戏原创作品，挖掘游戏人才，孵化优质的创意作品）；**青瓷游戏**（《最强蜗牛》二周年庆典活动进行中，7月版本预告发布）。

图表 10: 重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2022/7/1 股价	EPS			PE			投资评级
			2021	2022E	2023E	2021	2022E	2023E	
300133.SZ	华策影视	4.79	0.21	0.26	0.31	22.74	18.42	15.45	推荐
300413.SZ	芒果超媒	32.90	1.13	1.38	1.77	29.11	23.84	18.59	推荐
002605.SZ	姚记科技	16.38	1.42	1.67	2.06	11.55	9.81	7.95	推荐
603096.SH	新经典	18.78	0.80	1.12	1.42	23.36	16.77	13.23	推荐
300058.SZ	蓝色光标	6.27	0.21	0.26	0.34	29.93	24.12	18.44	推荐
002292.SZ	奥飞娱乐	4.59	-0.28	0.09	0.20	-16.28	51.00	22.95	推荐
603466.SH	风语筑	18.77	1.04	0.83	1.01	18.05	22.61	18.58	推荐
603103.SH	横店影视	13.36	0.02	0.22	0.37	618.52	60.73	36.11	推荐
600986.SH	浙文互联	5.96	0.22	0.29	0.37	26.77	20.55	16.11	推荐
603258.SH	电魂网络	20.02	1.37	1.43	1.66	14.58	14.00	12.06	推荐
603444.SH	吉比特	389.50	20.43	22.24	26.22	19.06	17.51	14.86	推荐
603533.SH	掌阅科技	15.51	0.34	0.55	0.78	45.21	28.20	19.88	推荐
002739.SZ	万达电影	13.31	0.05	0.23	0.55	279.04	57.82	24.04	未评级
300251.SZ	光线传媒	9.14	-0.11	0.27	0.36	-86.06	33.38	25.40	未评级
000681.SZ	视觉中国	13.87	0.22	0.29	0.37	63.57	47.65	37.42	未评级
300860.SZ	锋尚文化	45.93	0.67	2.22	2.93	68.41	20.69	15.69	未评级
300788.SZ	中信出版	20.08	1.27	1.40	1.60	15.80	14.33	12.56	未评级
002555.SZ	三七互娱	20.86	1.30	1.50	1.72	16.09	13.92	12.14	未评级
600633.SH	浙数文化	6.82	0.41	0.49	0.55	16.71	13.99	12.35	未评级
600556.SH	天下秀	8.06	0.20	0.28	0.38	41.12	28.62	21.01	未评级
002291.SZ	星期六	20.14	-0.77	0.79	1.13	-26.18	25.64	17.89	未评级
300896.SZ	爱美客	590.96	4.43	6.76	9.80	133.49	87.38	60.30	未评级
688363.SH	华熙生物	139.43	1.63	2.15	2.83	85.55	64.87	49.27	未评级
300144.SZ	宋城演艺	14.51	0.12	0.16	0.42	120.41	88.80	34.90	未评级
2400.HK	心动公司	17.47	-1.86	-0.91	0.17	-9.39	-19.14	101.37	未评级
2100.HK	百奥家庭互 动	0.56	0.01	0.07	0.11	56.08	8.07	4.96	未评级
6633.HK	青瓷游戏	3.52	-0.96	0.60	1.31	-3.67	5.83	2.69	未评级
0772.HK	阅文集团	32.37	1.82	1.25	1.52	17.79	25.87	21.34	未评级
9992.HK	泡泡玛特	32.37	0.62	0.92	1.26	52.21	35.07	25.78	未评级
0700.HK	腾讯控股	302.69	23.16	14.28	17.23	13.07	21.19	17.57	未评级
9626.HK	哔哩哔哩- SW	171.67	-17.87	-19.49	-13.72	-9.61	-8.81	-12.51	未评级
1024.HK	快手-W	74.65	-20.37	-4.22	-1.52	-3.66	-17.70	-49.24	未评级
3690.HK	美团-W	165.87	-3.90	-2.27	0.59	-42.53	-73.02	279.42	未评级
IQ.O	爱奇艺	29.28	-1.11	-0.10	0.06	-26.38	-301.89	514.65	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=0.8541元人民币; 美元对人民币汇率取1美元=6.7010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。