

2022年7月10日

华鑫证券
CHINA FORTUNE SECURITIES

培育元宇宙新赛道行动方案发布 商驱动图书新增量 -传媒新消费行业周报

短视频电

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

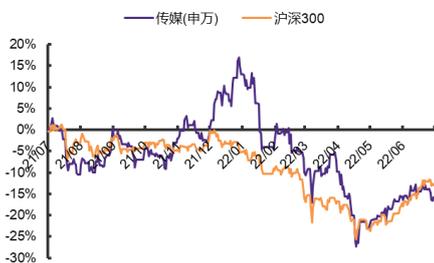
执业证书编号：S1050121110017

邮箱：yuyue@cfsc.com.cn

行业相对表现

表现	1M	3M	12M
传媒(申万)	-10.6	-4.4	-15.8
沪深300	-3.3	-3.1	-13.0

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：7月开启后疫情新篇章新预期布局进行时》20220703

《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

本周观点更新

2022年中报业绩预告开启，二季度疫情影响的可预期的因素下，业绩的季度性承压属可预期事件，部分预期落地后，第三季度的布局窗口开启；自上而下看，上海发布培育“元宇宙”新赛道、促进智能终端产业高质量发展等行动方案的通知，提出《上海市培育“元宇宙”新赛道行动方案（2022—2025年）》，到2025年，“元宇宙”相关产业规模达到3500亿元，带动全市软件和信息服务业规模超过15000亿元，行动方案发布护航行业发展。从元宇宙的思辨，再到企业的逐步入局，行业从科普到深度理解再到商业化探索，需要时间的累积，本次上海的“元宇宙”新赛道行动方案的发布，为行业前进的方向指明方向。自下而上看，企业端从硬件、数字藏品、数字人等领域布局较多，且结合自身主业优势，赋能主业有望驱动新增长动能。

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（《平凡的世界》《活着》等图书作品持续在抖音电商东方甄选热销）；风语筑（受疫情影响的业绩预期落地，下半年业务恢复可期，在元宇宙中公司有望再创新世界，将场景应用能力在虚实世界再放光彩）；横店影视（外部借力拟联合第三方收购上海星轶100%股权，交易价不低于30亿元，内部看暑假档）；光线传媒（关注《深海》动画电影上线进展）；万达电影（关注7月15日上线的《外太空的莫扎特》电影）；浙文互联（旗下数字藏品米塔App拍拍完成公测）；掌阅科技（抖音长产业链红利）；蓝色光标（联合乐华娱乐成立“北京吾音数字科技有限公司”打造首个虚拟国风音乐女团）；华策影视（作为原创版权内容头部企业，有望受益上海数据交易所试点开设数字资产交易板块）；芒果超媒（《密室大逃脱第四季》将于7月14日芒果TV独播，《披荆斩棘2》暂定8月上架）；新消费端可关注轻医美后疫情下需求提振叠加线上短视频电商新增量，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，关注三季度回暖进展）；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900万，该游戏将于7月10日早上10点开启抢先下载）；电魂网络（《梦三国2》与春秋寨跨界联动，共同探索“文旅+电竞”的跨界合作模式，7月5日《螺旋勇士》开启“陀螺手·契约

测试”）；青瓷游戏（《最强蜗牛》二周年庆典活动进行中）。

■ 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	2022/7/8 股价	EPS			PE			投资评级
			2021	2022E	2023E	2021	2022E	2023E	
300133.SZ	华策影视	4.61	0.21	0.26	0.31	21.89	17.73	14.87	推荐
300413.SZ	芒果超媒	31.79	1.13	1.38	1.77	28.13	23.04	17.96	推荐
002605.SZ	姚记科技	15.30	1.42	1.67	2.06	10.79	9.16	7.43	推荐
603096.SH	新经典	18.44	0.80	1.12	1.42	22.94	16.46	12.99	推荐
300058.SZ	蓝色光标	6.26	0.21	0.26	0.34	29.88	24.08	18.41	推荐
002292.SZ	奥飞娱乐	4.50	-0.28	0.09	0.20	-15.96	50.00	22.50	推荐
603466.SH	风语筑	17.81	1.04	0.83	1.01	17.13	21.46	17.63	推荐
603103.SH	横店影视	14.02	0.02	0.22	0.37	649.07	63.73	37.89	推荐
600986.SH	浙文互联	6.06	0.22	0.29	0.37	27.22	20.90	16.38	推荐
603258.SH	电魂网络	19.87	1.37	1.43	1.66	14.47	13.90	11.97	推荐
603444.SH	吉比特	366.80	20.43	22.24	26.22	17.95	16.49	13.99	推荐
603533.SH	掌阅科技	15.02	0.34	0.55	0.78	43.78	27.31	19.26	推荐
002739.SZ	万达电影	12.27	0.05	0.23	0.55	257.23	53.30	22.16	未评级
300251.SZ	光线传媒	8.69	-0.11	0.27	0.36	-81.83	31.74	24.15	未评级
000681.SZ	视觉中国	12.83	0.22	0.29	0.37	58.80	44.07	34.61	未评级
300860.SZ	锋尚文化	43.25	0.67	2.22	2.93	64.42	19.48	14.77	未评级
300788.SZ	中信出版	19.58	1.27	1.40	1.60	15.41	13.97	12.24	未评级
002555.SZ	三七互娱	19.80	1.30	1.50	1.72	15.27	13.21	11.52	未评级
600633.SH	浙数文化	6.63	0.41	0.49	0.55	16.24	13.60	12.00	未评级
600556.SH	天下秀	7.80	0.20	0.28	0.38	39.80	27.70	20.33	未评级
002291.SZ	星期六	20.70	-0.77	0.78	1.12	-26.90	26.39	18.41	未评级
300896.SZ	爱美客	581.00	4.43	6.76	9.81	131.24	85.94	59.22	未评级
688363.SH	华熙生物	135.68	1.63	2.15	2.83	83.24	63.13	47.94	未评级
300144.SZ	宋城演艺	13.68	0.12	0.16	0.41	113.53	84.08	33.04	未评级
2400.HK	心动公司	16.36	-1.86	-0.91	0.16	-8.80	-17.93	104.74	未评级
2100.HK	百奥家庭互动	0.54	0.01	0.07	0.11	54.28	7.81	4.80	未评级
6633.HK	青瓷游戏	3.41	-0.96	0.60	1.31	-3.55	5.66	2.61	未评级
0772.HK	阅文集团	30.20	1.82	1.25	1.52	16.59	24.13	19.91	未评级
9992.HK	泡泡玛特	28.28	0.62	0.92	1.26	45.61	30.64	22.52	未评级
0700.HK	腾讯控股	300.77	23.16	14.28	17.23	12.98	21.06	17.46	未评级
9626.HK	哔哩哔哩-SW	181.18	-17.87	-19.49	-13.72	-10.14	-9.29	-13.20	未评级
1024.HK	快手-W	73.87	-20.37	-4.20	-1.51	-3.63	-17.59	-48.96	未评级
3690.HK	美团-W	164.03	-3.90	-2.27	0.59	-42.06	-72.13	277.27	未评级
IQ.O	爱奇艺	28.19	-1.11	-0.10	0.06	-25.39	-290.59	495.37	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=0.8530元人民币; 美元对人民币汇率取1美元=6.6952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.....	9
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7月4日-2022年7月8日）.....	7
图表2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2022年7月4日-2022年7月8日）.....	8
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.....	10
图表4：拟下周上映的电影及基本情况.....	10
图表5：电视剧情况（7月4日-7月7日）.....	11
图表6：热播综艺网络播放量排行榜（7月4日-7月7日）.....	12
图表7：过去7天网页游戏情况.....	13
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-0.93%、-0.03%、1.28%。细分到传媒各子行业来看，智能电视指数涨幅较大，动漫指数跌幅较大。周涨跌幅个股中，涨幅Top3分别为百洋股份、阿里巴巴-SW、华凯易佰，分别上涨20.27%、8.13%、7.26%；跌幅Top3分别为祖龙娱乐、泡泡玛特、元隆雅图，分别下跌13.32%、12.53%、10.50%。

上海发布培育“元宇宙”新赛道、促进智能终端产业高质量发展等行动方案的通知，提出《上海市培育“元宇宙”新赛道行动方案（2022—2025年）》，该行动方案主要目标，到2025年，“元宇宙”相关产业规模达到3500亿元，带动全市软件和信息服务业规模超过15000亿元，培育10家以上具有国际竞争力的创新型头部企业和“链主企业”，打造100家以上掌握核心技术、高能级高成长的“专精特新”企业。打造50个以上垂直场景融合赋能的创新示范应用，推出100个以上引领行业前沿的标杆性产品和服务。推动建设各具特色的“元宇宙”产业园区，打造一批创新服务平台，加快“元宇宙”产业人才育引，优化生态环境。该行动方案大背景是为助力上海国际数字之都建设而推出；该方案的基本原则是，把握“元宇宙”以虚促实、以虚强实的价值导向，立足提升实体经济生产效率；把握“元宇宙”群智赋能、跨界融合的基本特征，发挥“元宇宙”的叠加、倍增、放大效应，带动数字技术、数字产业实现跳变和跃迁；把握“元宇宙”虚实映射、虚实交互、虚实融合的演进规律，重点加强前沿技术突破、前瞻领域布局，推动产业整体健康有序发展；把握“元宇宙”在发展中规范、在规范中发展的治理要求，营造包容开放环境，建立相关规则体系，防范安全风险和行业乱象。该行动方案主要任务，从关键技术、基础设施、交互终端、数字工具等角度解决。数字业态升级行动中，培育虚实交互新商业（创新线上购物体验，融合沉浸式、数字人等技术，提升直播带货、虚拟购物体验，拓宽线下商业运营模式）；虚实交互新文旅（促进虚拟演艺赛事发展，引导全息投影、体感交互等技术与赛事、演唱会、音乐会等结合，打造沉浸式“云现场”，升级传统演艺赛事体验）；虚实交互新娱乐（提升电影、电视、动漫、音乐等行业生产效率）；在上海数据交易所试点开设数字资产交易板块，培育健全数字资产要素市场，推动数字创意产业规范发展。逐步完善数字资产、数字艺术品、数字影视版权等合规交易机制，加强风险监管，探索数字人民币应用。探索建立多方参与、互联互通的数字创意联盟链体系。支持原创内容平台、交易平台及艺术家参与全球数字艺术品创制交易及国际标准制定。

元宇宙重要组成之一数字藏品板块进展，数字文化领域具有重大意义的实用应用参考书《数字藏品应用参考》发布。2022年7月6日国家新闻出版署科技与标准综合重点实验室区块链版权应用中心主编的《数字藏品应用参考》正式发布，它以现有法律法规为基础，从数字藏品的形态定义、发展状况、安全风险、规范应用、相关资质、案例分析等方面进行了论述，旨在为数字藏品行业相关区块链平台、发行平台及用户的应用和国家相关部门的监管提供理论参考。政策端，为数字藏品赋能，企业端，视觉中国推出元视觉，蓝色光标推出MEME，浙文互联推出米塔数字艺术，芒果超媒的数字藏品产品内嵌在芒果TV终端，风语筑参股星图比特，华策影视、芒果超媒、新经典、中信出版、奥飞娱乐等企业借助自身内容优势，联合发行平台，推出自有数字藏品。中国数字经济上半场，主要以娱乐、社交为主的消费互联网，主要体现在低成本的共享平台和渠道，弱

化了生产资料的‘所有权’，强调‘使用权’，创造出新的供给和需求，推动平台经济快速兴起；数字经济的下半场我们认为价值互联网。

图书行业，2022年上半年我国图书零售市场同比下降13.8%，但短视频电商同比增加60%。据北京开卷显示，2022年上半年我国图书零售市场仍表现为负增长，同比下降13.8%，较2019年同期下滑12.8%，仍未恢复到疫情前水平。受上半年多地爆发疫情影响，线上和线下图书零售指数从1月开始呈现持续下滑态势，5月份之后疫情防控向好，指数有所回升。今年上半年实体店渠道同比下降了39.7%，网店渠道同比下降了5.8%。整体图书零售市场出现负增长既有疫情的影响，也和流量饱和状态下消费疲软有关。渠道来看，2022年上半年的疫情不仅影响线下店的零售，对物流、仓储等也产生较大的影响，依赖物流的网店渠道在2022上半年下滑5.8%，但网店渠道较2019年同期实现3.6%的正增长。2021年图书零售市场中线上渠道规模占比接近80%，传统电商渠道（平台电商和垂直及其他电商）依然是销售的主要阵地，上半年的成长性来看，实体店、平台电商、垂直及其他电商均出现同比下降，其中实体店同比下降幅度最大，下降39.7%；其次是平台电商，同比下降15%；垂直及其他电商同比下降2.3%；短视频电商逆势实现60%同比正增长。2022年上半年短视频电商的折扣3.8折，平台电商（5.4折），垂直及其他电商（7.9折），实体店折扣为9.0折，打折促销作为营销方式，短期内可以快速的聚集流量，但长期低价不是最优竞争策略，在抖音电商之东方甄选主站的图书销售中，其销量成绩取得并非以价格取胜，而是主播对其内容的二次解读与推荐。不同平台的用户群体存在差异会造成不同平台品类的差异，各个渠道之间的体量规模以及消费者的购物习惯还在不断变化中。对于上下游来说，各电商细分渠道在用户、产品偏好的差异化在目前以及未来仍是需要长期关注的方向。新渠道带来新增量，短视频电商有望驱动图书行业持续增长，可关注新经典、中信出版等优质内容供给方。

我们在《从抖音小红书B站洞察轻医美及美护行业》中指出，工信部等五部门发布《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022—2025年）》，加强新生消费群体消费取向研究，创新消费场景，推进国潮品牌建设，借力数字技术打造知名品牌，借势数字化变革培育新锐精品，借助数字服务塑造区域品牌新优势。我们从移动互联网新媒体抖音、小红书、B站洞察新世代用户对轻医美与美护发展态度，从供给端看爱美客、华熙生物、巨子生物、贝泰妮、绽妍生物、上海家化等商业模式及发展趋势。投资维度可看，**第一维度**可关注创新消费场景的新媒介新增量（用户新需求与消费分层流量聚集的抖音电商、小红书、B站、快手等）；**第二维度**产品功效与国潮品牌进阶，巨子生物（主打重组胶原蛋白赛道，依靠大单品可复美、可丽金）；华熙生物（作为国货品牌，是国内生物活性材料平台型企业，玻尿酸全产业链龙头，收购益而康生物51%股权进军胶原蛋白产业）；爱美客（深耕B端，用科技成人之美）；贝泰妮（打造皮肤健康生态）；绽妍生物（开创“医学+生物+科学”的科学三角肌能产品研发理论模型）；龙头与新晋企业各领风骚，新世代用户新需求驱动市场新增量可期。

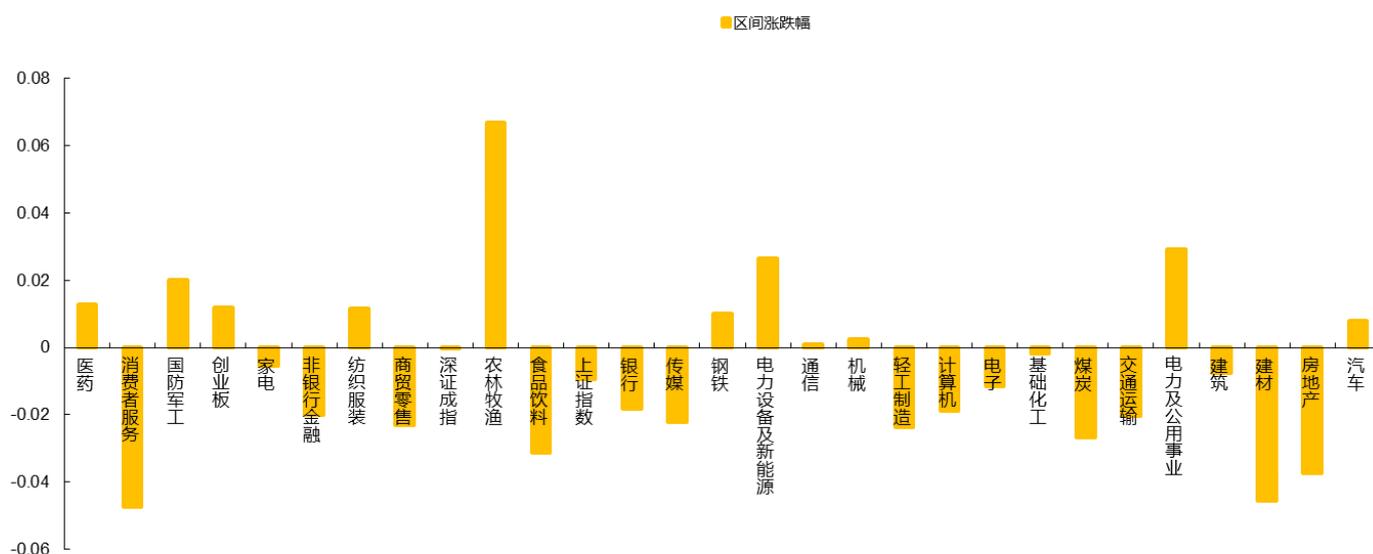
我们在《抖音电商从全域到兴趣电商》中指出，抖音电商强调内容的价值，从案例角度看，刘畊宏的毽子舞出圈再到新东方的东方甄选双语直播全网火热，2022年6月1日至6月30日的月榜数据显示东方甄选直播间销售额6.81亿，从直播销量来看，受东方甄选知识类直播带货推动，图书文娱类商品销量单月实现增长88%，东方甄选30天粉丝增加1952.69万人，涨粉成绩喜人。可关注图书阅读板块（新经典、中信出版、掌阅科技等）。

游戏端，热云数据发布《2022上半年移动App买量白皮书》，2022上半年，国内手游买量市场整体呈现出疲软态势。今年上半年手游买量市场投放产品数为1.2万个，低于去年同期近20%，这也是近3年来投放产品数的最低点，从各月投放产品数上看，今年

上半年日均投放产品数6200个，低于去年同期1200个。从手游买量市场的新增产品情况来看，近三年呈现出逐年递减的趋势，新增率由2020上半年的57.7%跌至2022上半年的39%，新游买量市场增长乏力。2022上半年海外手游买量市场的总体买量新增率为28%，该数据与去年同期相比有所下滑。**产品端**，7月国内即将上线的重点新品包括由百奥家庭互动研发、吉比特发行的《奥比岛：梦想国度》（7月12日）、腾讯的《暗区突围》（7月13日）与《英雄联盟电竞经理》（7月20日）、番糖游戏的《猫之城》（7月20日）等，此外，莉莉丝《剑与家园2 (Art of Conquest 2) 》于7月5日在海外地区开启测试。

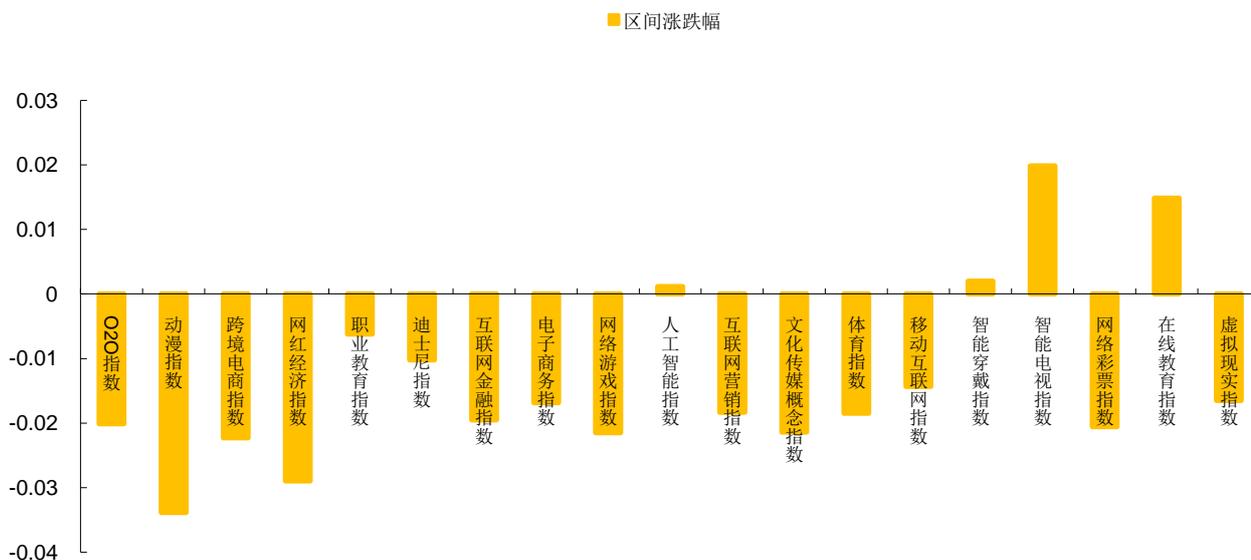
给予行业增持评级。

图表 1：各行业周度涨跌幅（2022 年 7 月 4 日-2022 年 7 月 8 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 7 月 4 日-2022 年 7 月 8 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、《战神：诸神黄昏》将于2022年11月9日发售。索尼互动娱乐宣布PlayStation 大作《战神：诸神黄昏》将于2022年11月9日发售，登陆PlayStation 4和 PlayStation 5平台。《战神：诸神黄昏》是由圣塔莫尼卡工作室开发、索尼互动娱乐发行的动作冒险电子游戏。该游戏为“战神系列”第九部作品以及 2018 年《战神》的续作，与前作一样以北欧神话为基础，古代挪威为背景。故事主题将围绕使北欧神话终结的“诸神黄昏”。游戏预购将于北京时间7月15日晚10点开启。

1.2.2、电商

1、阿里国际站首次公布物流服务进展：覆盖220个国家和地区，26000条专线。阿里巴巴国际站履约物流&关务负责人魏冉在官方直播中表示，Alibaba.com logistics已经在全球220多个国家和地区，拥有超过26000条运力专线，实现海陆空快、多式联运，给跨境中小商家提供国别化、本地化、行业化的跨境物流解决方案。作为阿里巴巴国际站“数字化出海口”计划的一部分，Alibaba.com logistics物流服务面向所有跨境外贸企业开放，不限于阿里国际站的会员企业。

1.2.3、影视

1、年度悬疑力作《阿姆斯特丹》首款预告发布。20世纪影业年度力作《阿姆斯特丹》发布首款预告。奥斯卡提名导演大卫·O·拉塞尔倾力执导，一出关于凶杀、诬陷、阴谋的好戏即将上演。安雅·泰勒-乔伊、佐伊·索尔达娜、迈克尔·珊农、蒂莫西·柴勒梅堡

西·奥利芬特、安德丽亚·瑞斯波罗格、拉米·马雷克、罗伯特·德尼罗等群星强强联手。电影围绕着一桩谋杀案，三名好友意外卷入，成为头号嫌疑人。为了自证清白，他们必须找出躲在幕后的真凶。

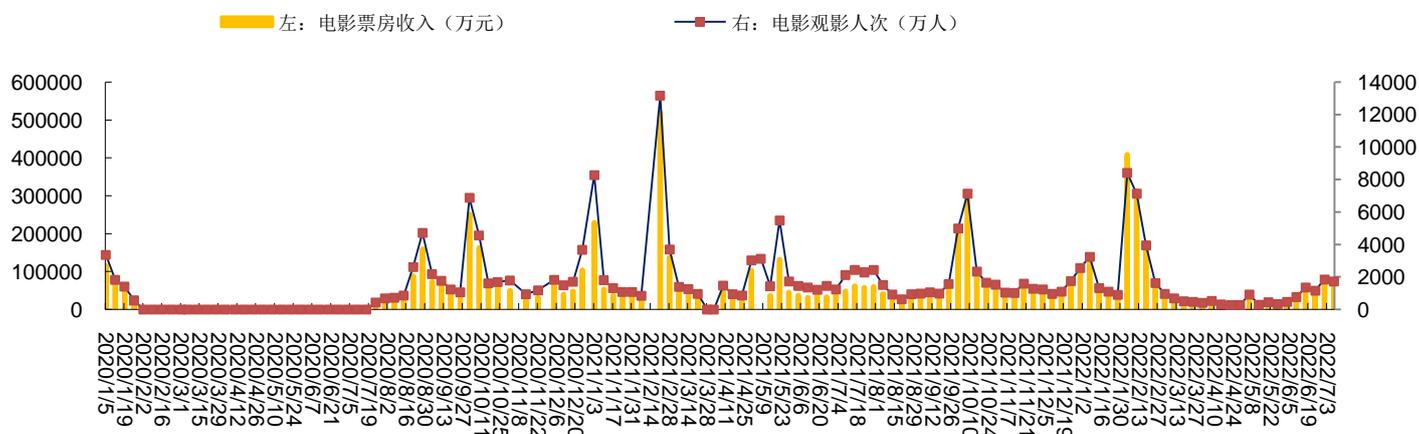
1.3、电影市场

【区间回顾】猫眼票房分析统计，截止2022年7月9日12时，2022年7月4日至2022年7月9日12时（第27周），周度分账票房为3.75亿元。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9日12时，本周电影票房Top3分别为《人生大事》《侏罗纪世界3》《神探大战》，分账票房分别为2.47亿元、0.50亿元和0.44亿元。

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9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12日	孤独的守望者	甘肃龙门影业有限公司	北京全盛世纪影业有限公司
2022年7月15日	最美青春献给你	北京易木华阳影视有限公司	北京熠熠文化传媒有限公司
2022年7月15日	龙女孩	深圳市大百姓影业有限公司	深圳市大百姓影业有限公司
2022年7月15日	外太空的莫扎特	北京壹同传奇影视文化有限公司	五洲电影发行有限公司
2022年7月15日	最后58天	重庆靶点影视文化传媒有限公司	千里电影发行（重庆）有限公司
2022年7月15日	少年陈真之乱世英雄	北京泷帆文创文化传媒有限公司	北京寰球影视文化有限公司
2022年7月15日	青海·我们的国家公园	青海广电影视传媒有限公司	青海华语重音文化传媒有限公司
2022年7月15日	侏罗纪大乐园	宁洋影业（广州）有限公司	宁洋影业（广州）有限公司
2022年7月16日	冲出地球	北京光线影业有限公司	北京光线影业有限公司

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《遇见瑾

璨的你》、浙江卫视的《数风流人物》、上海东方卫视的《幸福到万家》。电视剧网络播放方面，播放量前三为：《幸福到万家》（优酷）、《梦华录》（腾讯视频）、《关于唐医生的一切》（爱奇艺、央视频）。

图表 5：电视剧情况（7月4日-7月7日）

CSM63 4+ 2022年7月4日周一省级卫视黄金剧场电视剧					CSM63 4+ 2022年7月5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	1.052	5.29	1	湖南卫视	遇见璀璨的你	1.046	5.24
2	浙江卫视	数风流人物	0.98	4.66	2	浙江卫视	数风流人物	0.837	3.99
3	湖南卫视	妻子的选择	0.928	8.04	3	江苏卫视	数风流人物	0.681	3.24
4	江苏卫视	数风流人物	0.889	4.22	4	北京卫视	幸福到万家	0.603	2.88
5	北京卫视	幸福到万家	0.552	2.63	5	上海东方卫视	幸福到万家	0.6	2.85
6	上海东方卫视	幸福到万家	0.536	2.55	6	湖南卫视	山海情	0.426	2.11
7	安徽卫视	新居之约	0.512	2.43	7	深圳卫视	我们的婚姻	0.309	1.47
8	广东卫视	狮子山下的故事	0.376	1.78	8	广东卫视	狮子山下的故事	0.306	1.46
9	湖南卫视	山海情	0.289	1.42	9	安徽卫视	新居之约	0.3	1.43
10	黑龙江卫视	霞光	0.257	1.22	10	黑龙江卫视	霞光	0.218	1.04
11	湖北卫视	生活像阳光一样灿烂	0.153	0.73	11	湖北卫视	生活像阳光一样灿烂	0.143	0.68
12	重庆卫视	勇敢的心2	0.137	0.65	12	河北广播电视台卫视频道	亲爱的小孩	0.112	0.54
13	山西卫视	大决战	0.126	0.59	13	天津卫视	都挺好	0.11	0.52
14	天津卫视	都挺好	0.114	0.54	14	重庆卫视	勇敢的心2	0.106	0.51
15	江西卫视	跨过鸭绿江	0.093	0.44	15	吉林卫视	勇敢的心2	0.098	0.46
16	东南卫视	正青春	0.083	0.39	16	山西卫视	大决战	0.098	0.46
17	深圳卫视	我们的婚姻	0.072	0.34	17	辽宁卫视	姥姥的饺子馆	0.079	0.38
18	吉林卫视	勇敢的心2	0.068	0.32	18	四川卫视	我的1997	0.066	0.32
19	四川卫视	我的1997	0.067	0.32	19	广西卫视	风声	0.062	0.3
20	广西卫视	风声	0.066	0.32	20	安徽卫视	遮心之帘	0.056	0.45
中央	中央电视台综合频道	大山的女儿	0.758	3.68	中央	中央电视台综合频道	大山的女儿	0.778	3.79

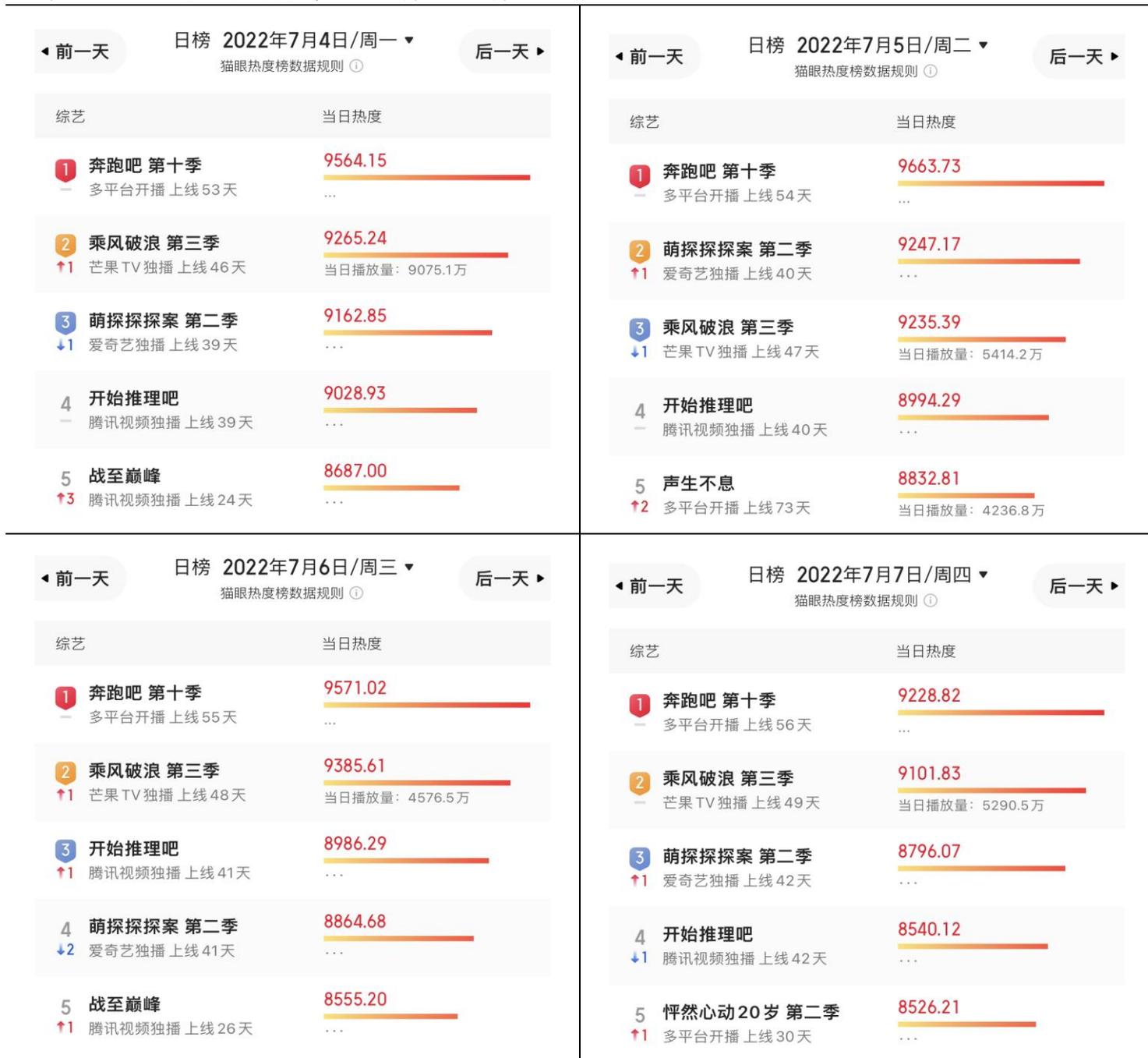
CSM63 4+ 2022年7月6日周三省级卫视黄金剧场电视剧					CSM63 4+ 2022年7月7日周四省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%	排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	湖南卫视	遇见璀璨的你	0.912	4.62	1	湖南卫视	遇见璀璨的你	0.801	4.01
2	上海东方卫视	幸福到万家	0.582	2.83	2	浙江卫视	数风流人物	0.789	3.86
3	北京卫视	幸福到万家	0.58	2.84	3	江苏卫视	数风流人物	0.728	3.56
4	江苏卫视	数风流人物	0.536	2.61	4	上海东方卫视	幸福到万家	0.629	3.07
5	广东卫视	欢迎光临	0.533	2.49	5	北京卫视	幸福到万家	0.538	2.64
6	浙江卫视	数风流人物	0.528	2.57	6	安徽卫视	新居之约	0.524	2.56
7	安徽卫视	新居之约	0.512	2.49	7	深圳卫视	我们的婚姻	0.389	1.89
8	深圳卫视	我们的婚姻	0.458	2.22	8	广东卫视	欢迎光临	0.356	1.73
9	湖南卫视	山海情	0.335	1.7	9	湖南卫视	山海情	0.257	1.31
10	广东卫视	狮子山下的故事	0.315	1.6	10	黑龙江卫视	逆流而上的你	0.226	1.05
11	黑龙江卫视	霞光	0.228	1.11	11	湖北卫视	生活万岁	0.179	0.87
12	重庆卫视	勇敢的心2	0.149	0.72	12	黑龙江卫视	霞光	0.178	0.91
13	湖北卫视	生活万岁	0.136	0.66	13	天津卫视	勇敢的心2	0.147	0.72
14	广西卫视	风声	0.122	0.59	14	天津卫视	都挺好	0.103	0.5
15	安徽卫视	遮心之帘	0.112	0.9	15	山西卫视	大决战	0.1	0.48
16	天津卫视	都挺好	0.11	0.53	16	广西卫视	风声	0.095	0.46
17	江西卫视	跨过鸭绿江	0.093	0.45	17	四川卫视	我的1997	0.086	0.42
18	吉林卫视	勇敢的心2	0.081	0.4	18	江西卫视	跨过鸭绿江	0.083	0.4
19	辽宁卫视	姥姥的饺子馆	0.07	0.34	19	吉林卫视	勇敢的心2	0.068	0.33
20	四川卫视	我的1997	0.066	0.32	20	陕西卫视	那年花开月正圆	0.068	0.56
中央	中央电视台综合频道	大山的女儿	0.739	3.65	中央	中央电视台综合频道	大山的女儿	0.785	3.83

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》《乘风破浪第三季》《萌探探探案第二季》。

图表 6: 热播综艺网络播放量排行榜 (7月4日-7月7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8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《流浪方舟》《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：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
301025.SZ	读客文化	2022年7月4日	关于公司特定股东减持股份的预披露公告
300612.SZ	宣亚国际	2022年7月5日	关于控股股东累计减持股份超过2%的公告
000793.SZ	华闻集团	2022年7月8日	关于股东减持股份的进展公告
002558.SZ	巨人网络	2022年7月8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

资料来源：Wind资讯，华鑫证券研究

3、本周观点更新

2022年中报业绩预告开启，二季度疫情影响的可预期的因素下，业绩的季度性承压属可预期事件，部分预期落地后，第三季度的布局窗口开启；自上而下看，上海发布培育“元宇宙”新赛道、促进智能终端产业高质量发展等行动方案的通知，提出《上海市培育“元宇宙”新赛道行动方案（2022—2025年）》，到2025年，“元宇宙”相关产业规模达到3500亿元，带动全市软件和信息服务业规模超过15000亿元，行动方案发布护航行业发展。从元宇宙的思辨，再到企业的逐步入局，行业从科普到深度理解再到商业化探索，需要时间的累积，本次上海的“元宇宙”新赛道行动方案的发布，为行业前进的方向指明方向。自下而上看，企业端从硬件、数字藏品、数字人等领域布局较多，且结合自身主业优势，赋能主业有望驱动新增长动能。

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：

可关注，第一，中报预期阶段性受疫情影响业绩承压，情绪面逐步释放；第二，三季度在后疫情下的经济恢复与增长，元宇宙是赛道之一；第三，后疫情下的如院线内容、医美等回暖。

新经典（有望受益于6月抖音电商东方甄选新渠道的增量，同时也有望拉动存量渠道销量，《平凡的世界》《活着》等图书作品持续热销）；**风语筑**（受疫情影响的业绩预期落地，下半年业务恢复可期，在元宇宙中公司有望再创新世界，将场景应用能力在虚实世界再放光彩，在主业及新增量领域，均有望受益政策红利）；**横店影视**（拟联合第三方收购上海星轶100%股权，交易价不低于30亿元，该笔交易签署正式协议时间不得晚于2022年10月8日，外部借力，内部看暑假档）；**光线传媒**（关注《深海》动画电影上线进展）；**万达电影**（关注7月15日上线的《外太空的莫扎特》电影）；**浙文互联**（旗下数字藏品米塔App拍拍完成公测，成绩较好，米塔的客群基本为95-00后，20-30岁的用户群体，米塔的数字藏品涵盖博物馆馆藏、影视娱乐到动漫国潮、数字潮玩）；**掌阅科技**（抖音长产业链红利）；

蓝色光标（联合乐华娱乐成立“北京吾音数字科技有限公司”打造首个虚拟国风音乐女团）；**华策影视**（作为原创版权内容头部企业，有望受益上海数据交易所试点开设数字资产交易板块，主旋律创作进入新台阶，下半年伴随疫情较好控制，内容制作也有望回暖，关注献礼二十大重点剧目《我们这十年》进展）；**芒果超媒**（芒果元宇宙中，数字藏品内嵌在芒果TV，其内容产品销售较好；《密室大逃脱第四季》将于7月14日芒果TV独播，《披荆斩棘2》暂定8月上线）；新消费端可关注轻医美后疫情下需求提振叠加线上短视频电商新增量，**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，关注三季度回暖进展）；**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900万，该游戏将于7月10日早上10点开启抢先下载）；**电魂网络**（《梦三国2》与春秋寨跨界联动，共同探索“文旅+电竞”的跨界合作模式，7月5日《螺旋勇士》开启“陀螺手·契约测试”）；**青瓷游戏**（《最强蜗牛》二周年庆典活动进行中）。

图表 10: 重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2022/7/8 股价	EPS			PE			投资评级
			2021	2022E	2023E	2021	2022E	2023E	
300133.SZ	华策影视	4.61	0.21	0.26	0.31	21.89	17.73	14.87	推荐
300413.SZ	芒果超媒	31.79	1.13	1.38	1.77	28.13	23.04	17.96	推荐
002605.SZ	姚记科技	15.30	1.42	1.67	2.06	10.79	9.16	7.43	推荐
603096.SH	新经典	18.44	0.80	1.12	1.42	22.94	16.46	12.99	推荐
300058.SZ	蓝色光标	6.26	0.21	0.26	0.34	29.88	24.08	18.41	推荐
002292.SZ	奥飞娱乐	4.50	-0.28	0.09	0.20	-15.96	50.00	22.50	推荐
603466.SH	风语筑	17.81	1.04	0.83	1.01	17.13	21.46	17.63	推荐
603103.SH	横店影视	14.02	0.02	0.22	0.37	649.07	63.73	37.89	推荐
600986.SH	浙文互联	6.06	0.22	0.29	0.37	27.22	20.90	16.38	推荐
603258.SH	电魂网络	19.87	1.37	1.43	1.66	14.47	13.90	11.97	推荐
603444.SH	吉比特	366.80	20.43	22.24	26.22	17.95	16.49	13.99	推荐
603533.SH	掌阅科技	15.02	0.34	0.55	0.78	43.78	27.31	19.26	推荐
002739.SZ	万达电影	12.27	0.05	0.23	0.55	257.23	53.30	22.16	未评级
300251.SZ	光线传媒	8.69	-0.11	0.27	0.36	-81.83	31.74	24.15	未评级
000681.SZ	视觉中国	12.83	0.22	0.29	0.37	58.80	44.07	34.61	未评级
300860.SZ	锋尚文化	43.25	0.67	2.22	2.93	64.42	19.48	14.77	未评级
300788.SZ	中信出版	19.58	1.27	1.40	1.60	15.41	13.97	12.24	未评级
002555.SZ	三七互娱	19.80	1.30	1.50	1.72	15.27	13.21	11.52	未评级
600633.SH	浙数文化	6.63	0.41	0.49	0.55	16.24	13.60	12.00	未评级
600556.SH	天下秀	7.80	0.20	0.28	0.38	39.80	27.70	20.33	未评级
002291.SZ	星期六	20.70	-0.77	0.78	1.12	-26.90	26.39	18.41	未评级
300896.SZ	爱美客	581.00	4.43	6.76	9.81	131.24	85.94	59.22	未评级
688363.SH	华熙生物	135.68	1.63	2.15	2.83	83.24	63.13	47.94	未评级
300144.SZ	宋城演艺	13.68	0.12	0.16	0.41	113.53	84.08	33.04	未评级
2400.HK	心动公司	16.36	-1.86	-0.91	0.16	-8.80	-17.93	104.74	未评级
2100.HK	百奥家庭互动	0.54	0.01	0.07	0.11	54.28	7.81	4.80	未评级
6633.HK	青瓷游戏	3.41	-0.96	0.60	1.31	-3.55	5.66	2.61	未评级
0772.HK	阅文集团	30.20	1.82	1.25	1.52	16.59	24.13	19.91	未评级
9992.HK	泡泡玛特	28.28	0.62	0.92	1.26	45.61	30.64	22.52	未评级
0700.HK	腾讯控股	300.77	23.16	14.28	17.23	12.98	21.06	17.46	未评级
9626.HK	哔哩哔哩-SW	181.18	-17.87	-19.49	-13.72	-10.14	-9.29	-13.20	未评级
1024.HK	快手-W	73.87	-20.37	-4.20	-1.51	-3.63	-17.59	-48.96	未评级
3690.HK	美团-W	164.03	-3.90	-2.27	0.59	-42.06	-72.13	277.27	未评级
IQ.O	爱奇艺	28.19	-1.11	-0.10	0.06	-25.39	-290.59	495.37	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=0.8530元人民币; 美元对人民币汇率取1美元=6.6952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。