

2022年8月7日

华鑫证券
CHINA FORTUNE SECURITIES

视频用户超9.75亿人 文化强国建设护航企业 长期发展

-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)	4.7	7.9	-8.5
沪深300	-2.1	-2.1	-16.0

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：抖音818发现好物节预热开启 8月迎世界元宇宙峰会》20220731

《传媒新消费行业周报：文化强国政策再细化 31条内容自上而下提振文化传媒新消费》20220724

《传媒新消费行业周报：持续看好元宇宙 后疫情可关注三季度环比回暖》20220717

《传媒新消费行业周报：培育元宇宙新赛道行动方案发布 短视频电商驱动图书新增量》20220710

《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

本周观点更新

8月处于后疫情回暖中，虽局部地区仍有疫情波动，但整体悲观预期已在中报预告中凸显，8月中下旬中报业绩陆续披露预计带来短期波动，可逐步关注第三季度的业绩回暖。同时，在新增量中可重点关注元宇宙板块与抖音产业链。元宇宙在各地均受到政策护航，数字中国及文化强国发展中离不开元宇宙的加持，元宇宙的商业化落地主要在数字藏品及数字人等领域，后续新商业化模式仍可期；抖音产业链，作为新晋移动互联网企业，在内容、电商、营销、本地生活、搜索等商业化中不断演进，在元宇宙中借力Pico入口已占先发优势，企业端，我们看到阿里巴巴及Meta Platform在最新财报中均对元宇宙的布局及商业化做出回应，例如元宇宙相关新技术会持续布局，元宇宙的商业化在广告、数字内容领域均可挖掘。从周度、月度投资维度看，第一，可关注沪上企业的主业回暖；第二，可关注京沪的元宇宙峰会及相关政策的落地；第三，关注抖音产业链。

本周重点推荐个股及逻辑

给予传媒新消费行业增持评级。风语筑（投资企业花生动画联合薄盒打造“悲伤蛙Pepe”可商业授权的头像数字藏品）；浙文互联（主业汽车营销有望受益后疫情的回暖，新业务数字藏品米塔艺术发行2000份地狱男爵售罄）；蓝色光标（全国首个数字人专项政策发布，蓝色光标将引领数字人产业由虚向实）；掌阅科技（2021年，我国数字阅读用户规模首次突破5亿人，公司作为A股数字阅读龙头，不仅受益于数字阅读行业红利，也受益于抖音产业链红利）；芒果超媒（剧集《少年派2》凭借风格鲜明的现实主义创作，播出数据高开高走，芒果会员年卡限时3.2折将持续至8月7日）；视觉中国（Corbis典藏经典级、玛丽莲·梦露IP持有机构权威授权的《梦露裙摆飞扬》数字艺术品登陆元视觉，于8月5日13:00正式发售）；华熙生物（2022年8月2日，公司与Medytox终止合作，未来，公司将立足自身战略规划，不排除寻求其他肉毒素产品的合作机会）；新经典（《当尘埃落尽》中文版首度引进，东野圭吾《祈念守护人》音频登陆喜马拉雅）；横店影视（主业端，影投后疫情回暖，后续国庆档仍可期）；博纳影业拟登A股，院线板块添喜；华策影视（参投电影《小马宝莉：新世代》上线，电影《寻秦记》拟

2022年上映)；心动公司(8月8日《香肠派对》五周年庆典开启，与《伍六七》联动)；吉比特与百奥家庭互动(《奥比岛：梦想国度》1.2版本“暗影之谜”将于8月11日开启)；电魂网络(入选《2021-2022游戏企业社会责任报告》文化维度、社会维度表现相对突出企业)；青瓷游戏(《最强蜗牛》与《宝莲灯》于8月5日跨界联动，《超喵星计划》获得版号)。

■ 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	2022/8/5 股价	EPS			PE			投资评级
			2021	2022E	2023E	2021	2022E	2023E	
300133.SZ	华策影视	4.51	0.21	0.26	0.31	21.42	17.35	14.55	推荐
300413.SZ	芒果超媒	31.78	1.13	1.38	1.77	28.12	23.03	17.95	推荐
002605.SZ	姚记科技	13.96	1.42	1.00	1.27	9.84	13.96	10.99	推荐
603096.SH	新经典	17.84	0.80	1.12	1.42	22.19	15.93	12.56	推荐
300058.SZ	蓝色光标	5.77	0.21	0.26	0.34	27.54	22.19	16.97	推荐
002292.SZ	奥飞娱乐	4.75	-0.28	0.09	0.20	-16.84	52.78	23.75	推荐
603466.SH	风语筑	12.11	1.04	0.83	1.01	11.64	14.59	11.99	推荐
603103.SH	横店影视	13.65	0.02	0.22	0.37	631.94	62.05	36.89	推荐
600986.SH	浙文互联	5.57	0.22	0.29	0.37	25.02	19.21	15.05	推荐
603258.SH	电魂网络	20.25	1.37	1.43	1.66	14.75	14.16	12.20	推荐
603444.SH	吉比特	346.60	20.43	22.24	26.22	16.96	15.58	13.22	推荐
603533.SH	掌阅科技	15.33	0.34	0.55	0.78	44.68	27.87	19.65	推荐
002739.SZ	万达电影	11.47	0.05	0.17	0.53	240.46	67.67	21.48	未评级
300251.SZ	光线传媒	8.40	-0.11	0.27	0.36	-79.10	30.62	23.29	未评级
000681.SZ	视觉中国	12.59	0.22	0.29	0.37	57.70	43.25	33.96	未评级
300860.SZ	锋尚文化	43.26	0.67	2.22	2.93	64.43	19.48	14.77	未评级
300788.SZ	中信出版	18.81	1.27	1.40	1.60	14.80	13.42	11.76	未评级
002555.SZ	三七互娱	19.72	1.30	1.51	1.73	15.21	13.08	11.43	未评级
600633.SH	浙数文化	6.32	0.41	0.49	0.55	15.48	12.97	11.44	未评级
600556.SH	天下秀	7.79	0.20	0.28	0.38	39.74	27.66	20.30	未评级
002291.SZ	星期六	16.85	-0.77	0.78	1.14	-21.90	21.58	14.76	未评级
300896.SZ	爱美客	585.94	4.43	6.75	9.82	132.36	86.79	59.66	未评级
688363.SH	华熙生物	154.50	1.63	2.15	2.84	94.79	71.87	54.45	未评级
300144.SZ	宋城演艺	12.48	0.12	0.17	0.41	103.57	74.82	30.28	未评级
2400.HK	心动公司	16.71	-1.86	-0.91	0.15	-8.98	-18.33	109.15	未评级
2100.HK	百奥家庭互动	0.40	0.01	0.06	0.10	40.02	6.58	3.97	未评级
6633.HK	青瓷游戏	3.45	-0.96	0.53	1.11	-3.59	6.44	3.10	未评级
0772.HK	阅文集团	26.57	1.82	1.27	1.55	14.60	20.93	17.14	未评级
9992.HK	泡泡玛特	15.87	0.62	0.80	1.14	25.59	19.81	13.88	未评级
0700.HK	腾讯控股	264.97	23.16	13.90	17.04	11.44	19.07	15.55	未评级
9626.HK	哔哩哔哩-SW	167.97	-17.87	-19.73	-13.93	-9.40	-8.51	-12.05	未评级
1024.HK	快手-W	68.35	-20.37	-4.01	-1.49	-3.36	-17.07	-46.02	未评级
3690.HK	美团-W	158.07	-3.90	-2.28	0.60	-40.53	-69.45	262.96	未评级
IQ.O	爱奇艺	26.37	-1.11	-0.19	-0.01	-23.76	-138.15	-1897.31	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=0.8614元人民币; 美元对人民币汇率取1美元=6.7622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8月1日-2022年8月5日）.....	7
图表2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2022年8月1日-2022年8月5日）.....	7
图表3：2020年1月- 2022年8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.....	10
图表5：电视剧情况（8月1日-8月4日）.....	10
图表6：热播综艺网络播放量排行榜（8月1日-8月4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、创业板指的涨跌幅分别为-0.81%、0.02%、0.49%。细分到传媒各子行业来看，虚拟现实指数涨幅较大，跨境电商指数跌幅较大。周涨跌幅个股中，涨幅Top3分别为*ST腾信、*ST易尚、恺英网络，分别上涨22.41%、15.50%、7.02%；跌幅Top3分别为煜盛文化、横店影视、稻草熊娱乐，分别下跌13.64%、10.26%、9.50%。

国家互联网信息办公室发布的《数字中国发展报告（2021年）》中指出，2021年，我国数字阅读用户规模首次突破5亿人，网络视频用户规模（含短视频）9.75亿人（同比新增4794万人）。2022年8月2日，《数字中国发展报告（2021年）》发布，在数字社会中中国网民规模从2017年的7.72亿人增加至2021年的10.32亿人，互联网普及率从55.8%提升至2021年的73%，城乡间互联网普及率差距缩小。电商维度，我国电子商务交易额从2017年29万亿元增加至2021年的42万亿元，其中网上零售额从2017年的7.18万亿元增加至2021年的13.09万亿元；我国数字文化体系加快建设，高质量特色数字文化产品涌现，线上线下文化传播体系更加完美高效，社会文化生活质量进一步提升，推动我国特色文化传播力、影响力。网络文学成为中国文化出海最大的IP来源，国际影响力逐步扩大，互联网企业积极建设数字文化服务平台，推动众多高质量数字文化产品。**2021年，我国数字阅读用户规模首次突破5亿人。**2021年我国数字出版、互联网文化娱乐平台等数字文化新业态较为明显的16个行业小类实现营收3.96万亿元（同比增加18.9%），2021年我国网络视频用户规模（含短视频）9.75亿人（同比新增4794万人），占网民整体94.5%；从反垄断角度看，2021年市场监管总局对“二选一”违法经营等案件作出行政处罚，有效遏制平台企业形成或巩固垄断地位行为，有效规范平台经济创新发展，激发社会创新创业活力，促进算法应用向上向善。从2022年数字中国建设的展望看，持续从数字技术创新、数字经济、数字文化、数据国际合作等方面推进数字中国建设，以实际行动迎接党的二十大，实施文化产业数字化战略，促进文化产业与新一代信息技术融合，丰富网络音乐、网络动漫、数字艺术等数字文化内容，发展数字文化消费新场景，大力发展线上线下一体化、在线在场相结合的数字化文化体验，提升数字化文化传播能力，大力发展数字文化贸易，积极利用线上平台展示中国文化，创新推动中外文化交流，文明互鉴。

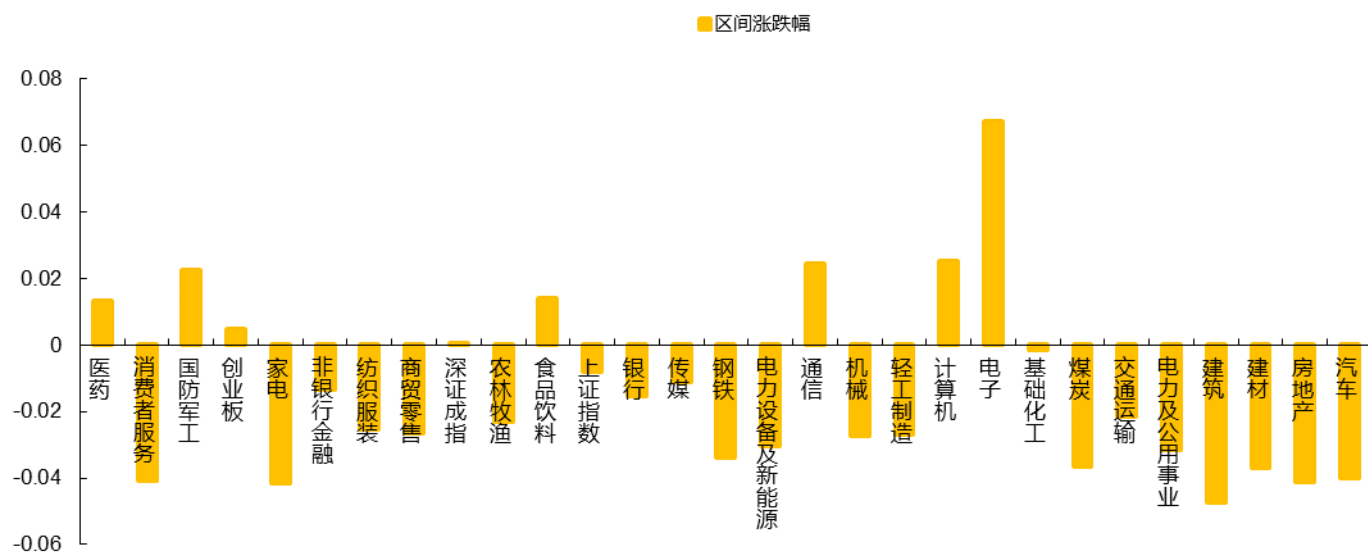
广告市场进展。2022年上半年中国互联网广告市场规模达2903.6亿元（同比下滑2.3%），上半年互联网广告呈负增长，主要由于疫情直接影响以及间接影响；Quest Mobile数据显示，预计2022年下半年中国互联网广告市场规模3913.1亿元（同比增加9.4%），互联网广告媒介端看，视频类及社交类媒介继续获广告主投放倾斜；2022上半年围绕家庭场景增多也带动相关家用电器、智能设备等行业的营销投入，操作简单的小家电品类也成为广告投放的重点，例如电饭煲、料理机、空气炸锅等。参与典型大促例如618是品牌营销的方式之一，2022年上半年新品牌对大促参与力度减弱。在美妆、汽车、个护、乳制品四大类中，2022上半年的广告规模费用增速中，个护广告投放逆势同比增长。可选消费美妆行业品牌分化加剧，欧美大牌力推高端品牌，美妆国货品牌广告费用向大众品牌倾斜，在消费者趋于保守下，“平替”成为营销点。后疫情回暖背景下，2022下半年预计品牌营销将好于上半年，进而2022下半年中国互联网广告市场规模预计为3913.1亿元（同比增加9.4%）。

新股剧集制作头部企业之一的柠萌影视将于8月10日登陆港股。成立于2014年，手握《小别离》《小欢喜》《三十而已》《二十不惑》《小舍得》等多部款剧，收入方面，2019-2021年柠萌影视营收17.94亿元、14.27亿元、12.50亿元（同比增速分别为11.54%、-20.46%、-12.45%），归母净利润分别为0.83亿元、0.50亿元、0.61亿元（同比增速分别为-61.21%、-39.57%、21.51%），在整体影视内容盈利能力减弱下，柠萌影视维持稳定营收与利润得益于其优质内容产出能力；柠萌影视版权剧占优，其中拥有“小系列”与“年龄系列”IP，小系列IP主要由《小别离》、《小欢喜》、《小舍得》等，年龄系列IP主要是《二十不惑》《三十而已》，柠萌影视还通过多元化战略最大化挖掘专有IP产权的商业价值，比如持续探索内容营销、衍生授权及海外发行等新增长渠道。柠萌影视借助高口碑影视作品突围，后续也具备可持续的内容供给与输出能力，但由于整体影视内容板块的估值处于低位，上市后的柠萌影视是否带动版权剧内容板块的估值，仍值得期待。从下游视频播出媒介看，对优质内容的需求与内容支出仍在，但对其质量要求的门槛也在提升，影视内容行业供给端优胜劣汰，具有品牌效应、可持续产出能力、爆款剧产出能力的企业仍可享有版权强国的红利。

游戏端，2022年8月份国产网络游戏审批信息发布，本批次共计有69款游戏获得版号，其中移动端游戏合计64款、客户端游戏2款、网页游戏1款、Switch游戏2款。本次腾讯、网易再次缺席，获得版号的游戏厂商包括龙创悦动《暴风之境》、中手游《我的御剑日记》、金山世游《我的卫星》、创梦天地《传说中的合合岛》、电魂网络《环游点点消》、星合互娱《小小蚁国》、游卡网络《自在西游》、青瓷《超喵星计划》、三七互娱《霸业》、雷霆游戏《雨纪》等。本次获取版号的公司仍以中小厂商为主，版号常态化趋势再次得到验证，审核效率有望提升，但版号发放数量、审核要求仍处于严控状态，游戏精品化、全球化浪潮下，竞争愈发激烈，产品端的研发投入门槛与风险均在提升，核心看游戏公司的产品竞争力；**产品端，8月5日，米哈游旗下动作游戏《绝区零》开启了首次测试**，上线后迅速登顶TapTap的热门榜和预约榜，全平台预约量也超过了500万，该游戏拥有高品质的美术表现、各具魅力的二次元角色与流畅的3D战斗体验等，同时，米哈游也在新领域上进行突破，例如，对肉鸽玩法的探索、更丰富的剧情表达手段与“潮酷”风格题材等，《绝区零》也是米哈游成熟的、定位于全球市场的高水准工业化研发能力的体现，该游戏的未来表现值得期待。

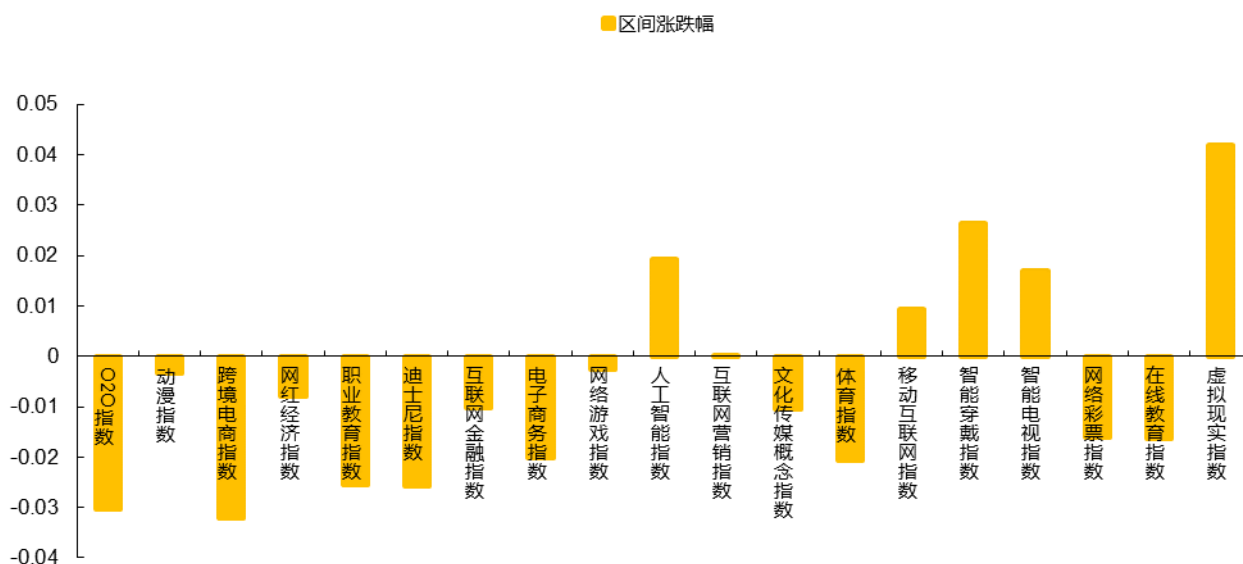
给予行业增持评级。

图表 1：各行业周度涨跌幅（2022 年 8 月 1 日-2022 年 8 月 5 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 8 月 1 日-2022 年 8 月 5 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、米哈游《绝区零》首测开启，实机战斗画面曝光。米哈游新作《绝区零》「调律测试」正式开启，已获得资格的iOS和PC平台用户可参与测试，安卓平台因为适配问题无奈缺席，将在后续测试中加入，正式上线后也会同时支持这三大平台。《绝区零》是一款由米哈游制作并发行的3D角色扮演类动作游戏。游戏整体为架空背景，讲述了世界受到神秘灾害“空洞”的侵袭，玩家扮演能从“空洞”灾害中救人的特殊职业人士——绳匠，携手来自各行各业的代理人共同抵抗空洞侵袭，维护城市安宁的故事。

1.2.2、电商

1、快手电商推出“造风者计划2.0”。“2022造风者·快手电商服务商大会”在杭州举办，快手高级副总裁、快手电商负责人笑古对快手电商的新流量策略和新经营逻辑做了解读。新商家入局快手有一条实现冷启的新路径，就是从公域的发现页引入流量，实现消费者在自己店里的首次购买，并且吸引消费者成为粉丝（即“TO购买”）。快手电商在大会上推出“造风者计划2.0”：一方面通过青云计划持续提供冷启专属流量，让更多新商家能够拿到新流量，成为平台的新供给；另一方则是通过产品、数据、亿级现金、投资等多种方式全面提升电商服务商能力。

1.2.3、影视

1、电影《断·桥》定档8月13日，马思纯王俊凯范伟主演。电影《断·桥》宣布定档8月13日，官方账号发布一组角色海报。该片是李玉执导、方励监制，马思纯、王俊凯、范伟领衔主演的犯罪、剧情片，讲述在大桥事故发生后，多年前的一桩惊人秘密也随之浮出水面。受害者女儿闻晓雨（马思纯 饰）被修车工孟超（王俊凯 饰）告知当年的目击画面，而这一切都牵扯到闻晓雨养父朱方正（范伟 饰）身上。

1.3、电影市场

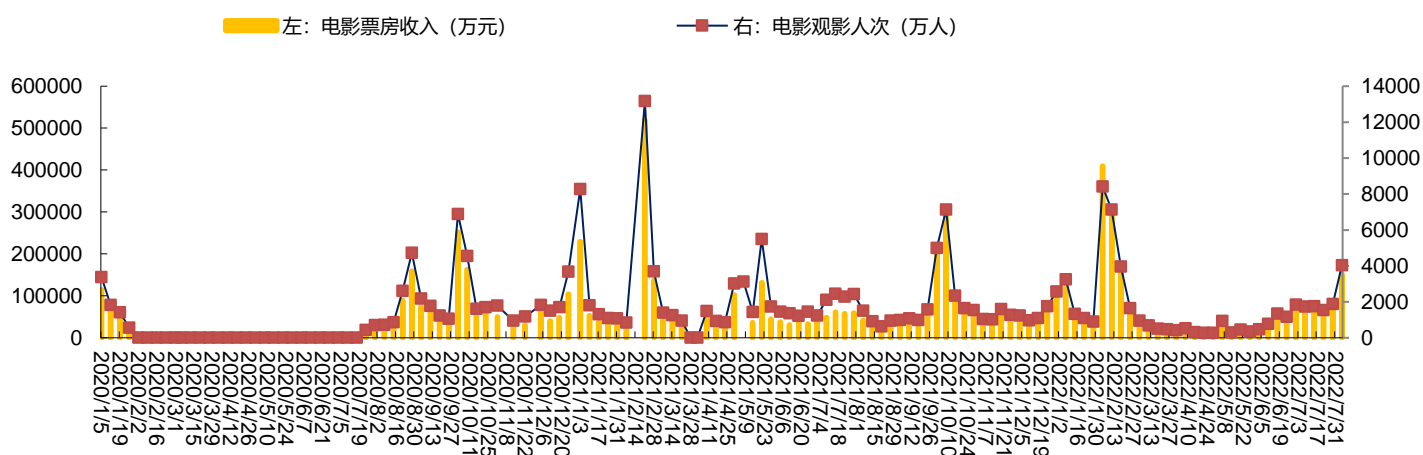
【区间回顾】猫眼票房分析统计，截止2022年8月6日8时，2022年8月1日至2022年8月6日8时（第31周），周度分账票房为9.03亿元。受疫情影响，线下电影院自2020年1月24日停止更新票房，7月20日正式复工，自上而下，第一波政策给予支持，2020年5月8日国务院也明确指出“采取预约、限流等方式，开放公园、旅游景点、运动场所，图书馆、博物馆、美术馆等室内场馆，以及影剧院、游艺厅等密闭式娱乐休闲场所”。

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工作指挥部办公室通告》（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8月6日8时，本周电影票房Top3分别为《独行月球》《明日战记》《遇见你》，分账票房分别为6.72亿元、1.03亿元和0.52亿元。

图表 3：2020 年 1 月- 2022 年 8 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8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8月12日	猎屠	蓉城传奇电影有限公司	耀莱影视文化传媒有限公司
2022年8月12日	漫长的告白	峨眉电影集团有限公司	成都青春海秀文化传媒有限公司
2022年8月12日	致命记忆之花开重生	海口彩艺影视文化有限公司	浙江东阳四月天影视文化有限公司
2022年8月12日	超级英雄美猴王：齐天儿	广州欧划动画技术有限公司	上海电影股份有限公司
2022年8月12日	永不妥协	北京联办财经影业有限公司	广州漫飞驼文化传媒有限责任公司
2022年8月12日	跳舞吧 爸爸	印度普拉莫德电影公司	华夏电影发行有限责任公司
2022年8月13日	断·桥	北京劳雷影业有限公司	北京长弓影业有限公司
2022年8月13日	山海经之再见怪兽	融创未来文化娱乐（北京）有限公司	乐创影业（天津）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《少年派二》、江苏卫视的《分界线》、浙江卫视的《第二次拥抱》。电视剧网络播放方面，播放量前三为：《沉香如屑 沉香重华》（优酷）、《星汉灿烂 月升沧海》（腾讯视频）、《天才基本法》（爱奇艺）。

图表 5：电视剧情况（8月1日-8月4日）

CSM63 4+ 2022年8月1日周一省级卫视黄金剧场电视剧					CSM63 4+ 2022年8月2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	少年派二	1.339	6.5	1	浙江卫视	第二次拥抱	1.383	6.1
2	江苏卫视	分界线	1.155	5.23	2	江苏卫视	分界线	1.271	5.61
3	浙江卫视	第二次拥抱	0.939	4.24	3	湖南卫视	少年派二	1.226	5.79
4	上海东方卫视	警察荣誉	0.934	4.23	4	北京卫视	警察荣誉	0.73	3.23
5	北京卫视	警察荣誉	0.648	2.93	5	上海东方卫视	警察荣誉	0.693	3.06
6	安徽卫视	关于唐医生的一切	0.457	2.06	6	安徽卫视	关于唐医生的一切	0.451	1.99
7	深圳卫视	太行之脊	0.418	1.88	7	广东卫视	太行之脊	0.364	1.6
8	广东卫视	太行之脊	0.359	1.62	8	深圳卫视	太行之脊	0.347	1.53
9	黑龙江卫视	小敏家	0.217	0.98	9	黑龙江卫视	小敏家	0.258	1.14
10	天津卫视	小敏家	0.179	0.81	10	湖北卫视	最好的安排	0.206	0.91
11	湖北卫视	最好的安排	0.174	0.78	11	天津卫视	小敏家	0.178	0.79
12	重庆卫视	雪中悍刀行第一季	0.148	0.67	12	四川卫视	运河风流	0.149	0.66
13	四川卫视	运河风流	0.129	0.58	13	重庆卫视	雪中悍刀行第一季	0.134	0.59
14	河北广播电视台卫视频道	新居之约	0.119	0.54	14	吉林卫视	输赢	0.127	0.56
15	东南卫视	追爱家族	0.104	0.47	15	东南卫视	追爱家族	0.119	0.52
16	贵州卫视	锦衣之下	0.104	0.47	16	安徽卫视	遮心之帘	0.115	0.84
17	安徽卫视	遮心之帘	0.095	0.76	17	河北广播电视台卫视频道	新居之约	0.102	0.46
18	辽宁卫视	好先生	0.088	0.31	18	辽宁卫视	好先生	0.102	0.45
19	广东广播电视台大湾区卫视	七十二家房客17季	0.056	0.34	19	贵州卫视	锦衣之下	0.095	0.42
20	山东卫视	关于唐医生的一切	0.049	0.22	20	河北广播电视台卫视频道	大决战	0.066	0.28
中央	中央电视台综合频道	运河边的人们	0.81	3.76	中央	中央电视台综合频道	运河边的人们	0.788	3.59

排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	浙江卫视	第二次拥抱	1.463	6.38
2	湖南卫视	少年派二	1.176	5.73
3	江苏卫视	分界线	1.166	5.11
4	上海东方卫视	警察荣誉	0.785	3.42
5	北京卫视	警察荣誉	0.637	2.77
6	广东卫视	太行之脊	0.47	2.05
7	安徽卫视	关于唐医生的一切	0.435	1.9
8	深圳卫视	太行之脊	0.359	1.57
9	天津卫视	小敏家	0.263	1.15
10	黑龙江卫视	小敏家	0.241	1.05
11	湖北卫视	最好的安排	0.172	0.74
12	四川卫视	运河风流	0.161	0.7
13	东南卫视	追爱家族	0.136	0.59
14	重庆卫视	雪中悍刀行第一季	0.126	0.55
15	安徽卫视	遮心之帘	0.123	1.09
16	吉林卫视	输赢	0.121	0.53
17	辽宁卫视	好先生	0.104	0.45
18	贵州卫视	锦衣之下	0.084	0.37
19	山东卫视	关于唐医生的一切	0.072	0.31
20	陕西卫视	庆余年第一季	0.067	0.29
中央	中央电视台综合频道	运河边的人们	0.781	3.6

排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	湖南卫视	少年派二	1.328	6.09
2	浙江卫视	第二次拥抱	1.268	5.6
3	江苏卫视	分界线	1.144	5.05
4	上海东方卫视	警察荣誉	0.731	3.23
5	北京卫视	警察荣誉	0.73	3.23
6	安徽卫视	关于唐医生的一切	0.414	1.82
7	广东卫视	太行之脊	0.373	1.64
8	深圳卫视	太行之脊	0.362	1.59
9	黑龙江卫视	小敏家	0.225	0.99
10	天津卫视	小敏家	0.213	0.94
11	湖北卫视	最好的安排	0.158	0.69
12	重庆卫视	雪中悍刀行第一季	0.142	0.62
13	四川卫视	运河风流	0.136	0.6
14	东南卫视	追爱家族	0.131	0.58
15	吉林卫视	输赢	0.101	0.45
16	贵州卫视	锦衣之下	0.088	0.39
17	辽宁卫视	好先生	0.078	0.34
18	山东卫视	关于唐医生的一切	0.078	0.35
19	陕西卫视	那年花开月正圆	0.074	0.59
20	安徽卫视	遮心之帘	0.062	0.52

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》《开始推理吧》。

图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（8月1日-8月4日）

综艺	当日热度
1 奔跑吧 第十季 — 多平台开播 上线 81天	9644.07
2 乘风破浪 第三季 — 芒果TV独播 上线 74天	9413.33 当日播放量：9030.1万
3 开始推理吧 ↑1 腾讯视频独播 上线 67天	8822.66
4 战至巅峰 ↓1 腾讯视频独播 上线 52天	8324.65
5 中国说唱巅峰对决 ↑2 爱奇艺独播 上线 38天	8308.22

综艺	当日热度
1 奔跑吧 第十季 — 多平台开播 上线 82天	9533.05
2 乘风破浪 第三季 — 芒果TV独播 上线 75天	9118.19 当日播放量：6213.6万
3 向往的生活 第六季 ↑6 多平台开播 上线 96天	8787.61 当日播放量：6256.5万
4 开始推理吧 ↓1 腾讯视频独播 上线 68天	8646.95
5 萌探探案案 第二季 ↑1 爱奇艺独播 上线 68天	8290.04



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8月5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

排名	游戏名称	评分	状态	游戏类型	研发商	热度	趋
热	传：四毒高爆	8.3	公测	角色扮演	三七互娱		立即体验
热	冰雪超变版·爆装	8.9	公测	角色扮演	三七互娱		立即体验
热	开局召火凤	8.0	试玩	角色扮演	三七互娱		立即体验
热	1.76贪玩蓝月OL	8.5	公测	角色扮演	江西贪玩信息技术有限公司		立即体验
热	GM版仙侠	8.5	公测	角色扮演	三七互娱		立即体验
1	植物大战僵尸OL	7.1	资料片	休闲益智	腾讯五彩石工作室	5426	-
2	火影忍者OL	6.1	公测	角色扮演	腾讯游戏	5161	-
3	舰队Collection	6.4		策略	角川ゲームス	4890	↓

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《王者荣耀》《和平精英》，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 王者荣耀 Tencent	=	1 泰拉瑞亚 X.D. Network	=	1 王者荣耀 Tencent	=
2 和平精英 Tencent	=	2 人类跌落梦境 X.D. Network	=	2 和平精英 Tencent	=
3 地铁跑酷 - 官方中文版 iDreamSky	^1	3 重生细胞 Bilibili	=	3 暗黑破坏神：不朽 NetEase	^1
4 暗黑破坏神：不朽 NetEase	^1	4 异化之地 Leiting	=	4 原神 miHoYo	∨1
5 欢乐三国杀 YOKAGAMES	∨2	5 The Greedy Cave AvalonGames	=	5 穿越火线：枪战王者 Tencent	^24

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
301011.SZ	华立科技	2022年8月4日	关于持股 5% 以上股东及特定股东减持股份预披露的公告
300766.SZ	每日互动	2022年8月5日	关于持股 5% 以上股东减持计划时间过半的进展公告
600576.SH	祥源文化	2022年8月6日	关于股东减持股份数量达 1% 暨减持进展公告

资料来源：Wind 资讯，华鑫证券研究

3、本周观点更新

8月处于后疫情回暖中，虽局部地区仍有疫情波动，但整体悲观预期已在中报预告中凸显，8月中下旬中报业绩陆续披露预计带来短期波动，可逐步关注第三季度的业绩回暖。同时，在新增量中可重点关注元宇宙板块与抖音产业链。元宇宙在各地区均受到政策护航，数字中国及文化强国发展中离不开元宇宙的加持，元宇宙的商业化落地主要在数字藏品及数字人等领域，后续新商业化模式仍可期；抖音产业链，作为新晋移动互联网企业，在内容、电商、营销、本地生活、搜索等商业化中不断演进，在元宇宙中借力Pico入口已占先发优势，企业端，我们看到阿里巴巴及Meta Platform在最新财报中均对元宇宙的布局及商业化做出回应，例如元宇宙相关新技术会持续布局，元宇宙的商业化在广告、数字内容领域均可挖掘。《数字中国发展报告（2021年）》指出，2021年中国网络视频用户超9.75亿人，数字阅读用户超5亿人，数字化建设进程中，十四五计划提出打造文化强国，数字文化建设也成为企业发力方向。历经2020年及2022年疫情压力测试后，企业韧性逐步凸显，沪上企业在主业修复中也在进行新业务探索，从周度、月度维度看，第一，可关注沪上企业的主业回暖；第二，可关注京沪的元宇宙峰会及相关政策的落地；第三，关注抖音产业链。

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：

风语筑（践行数字文化战略，沪元宇宙标杆企业之一，关注其三季度主业回暖进展，投资企业花生动画联合薄盒打造“悲伤蛙Pepe”可商业授权的头像数字藏品）；**浙文互联**（主业汽车营销有望受益后疫情的回暖，新业务数字藏品米塔艺术发行2000份地狱男爵售罄）；**蓝色光标**（全国首个数字人专项政策发布，为支持数字人产业发展提供了指引，到2025年数字人产业规模突破500亿元，培育一至两家营收超50亿的头部数字人企业，十家营收超10亿元的重点数字人企业等事项，蓝色光标将引领数字人产业由虚向实）；**掌阅科技**（2021年，我国数字阅读用户规模首次突破5亿人，公司作为A股数字阅读龙头，不仅受益于数字阅读行业红利，也受益于抖音产业链红利）；**芒果超媒**（剧集《少年派2》凭借风格鲜明的现实主义创作，播出数据高开高走，芒果会员年卡限时3.2折将持续至8月7日）；

视觉中国（Corbis典藏经典级、玛丽莲·梦露IP持有机构权威授权的《梦露裙摆飞扬》数字艺术品登陆元视觉，于8月5日13:00正式发售）；**华熙生物**（2022年8月2日，公司与Medytox终止合作，本次终止合作不影响公司现有的医疗终端业务，未来，公司将立足自身战略规划，关注行业发展动态，不排除寻求其他肉毒素产品的合作机会）；**新经典**（《当尘埃落尽》中文版首度引进，东野圭吾《祈念守护人》音频登陆喜马拉雅）；**横店影视**（主业端，影投后疫情回暖，加码主业拟收购星轶事项需在2022年10月8日前签订协议，后续国庆档仍可期）；**博纳影业拟登A股，院线板块添喜**。**华策影视**（参投电影《小马宝莉：新世代》上线，电影《寻秦记》拟2022年上映）。**心动公司**（8月8日《香肠派对》五周年庆典开启，与《伍六七》联动）；**吉比特与百奥家庭互动**（《奥比岛：梦想国度》1.2版本“暗影之谜”将于8月11日开启）；**电魂网络**（入选《2021-2022游戏企业社会责任报告》文化维度、社会维度表现相对突出企业）；**青瓷游戏**（《最强蜗牛》与《宝莲灯》于8月5日跨界联动，《超喵星计划》获得版号）。

图表 10: 重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2022/8/5 股价	EPS			PE			投资评级
			2021	2022E	2023E	2021	2022E	2023E	
300133.SZ	华策影视	4.51	0.21	0.26	0.31	21.42	17.35	14.55	推荐
300413.SZ	芒果超媒	31.78	1.13	1.38	1.77	28.12	23.03	17.95	推荐
002605.SZ	姚记科技	13.96	1.42	1.00	1.27	9.84	13.96	10.99	推荐
603096.SH	新经典	17.84	0.80	1.12	1.42	22.19	15.93	12.56	推荐
300058.SZ	蓝色光标	5.77	0.21	0.26	0.34	27.54	22.19	16.97	推荐
002292.SZ	奥飞娱乐	4.75	-0.28	0.09	0.20	-16.84	52.78	23.75	推荐
603466.SH	风语筑	12.11	1.04	0.83	1.01	11.64	14.59	11.99	推荐
603103.SH	横店影视	13.65	0.02	0.22	0.37	631.94	62.05	36.89	推荐
600986.SH	浙文互联	5.57	0.22	0.29	0.37	25.02	19.21	15.05	推荐
603258.SH	电魂网络	20.25	1.37	1.43	1.66	14.75	14.16	12.20	推荐
603444.SH	吉比特	346.60	20.43	22.24	26.22	16.96	15.58	13.22	推荐
603533.SH	掌阅科技	15.33	0.34	0.55	0.78	44.68	27.87	19.65	推荐
002739.SZ	万达电影	11.47	0.05	0.17	0.53	240.46	67.67	21.48	未评级
300251.SZ	光线传媒	8.40	-0.11	0.27	0.36	-79.10	30.62	23.29	未评级
000681.SZ	视觉中国	12.59	0.22	0.29	0.37	57.70	43.25	33.96	未评级
300860.SZ	锋尚文化	43.26	0.67	2.22	2.93	64.43	19.48	14.77	未评级
300788.SZ	中信出版	18.81	1.27	1.40	1.60	14.80	13.42	11.76	未评级
002555.SZ	三七互娱	19.72	1.30	1.51	1.73	15.21	13.08	11.43	未评级
600633.SH	浙数文化	6.32	0.41	0.49	0.55	15.48	12.97	11.44	未评级
600556.SH	天下秀	7.79	0.20	0.28	0.38	39.74	27.66	20.30	未评级
002291.SZ	星期六	16.85	-0.77	0.78	1.14	-21.90	21.58	14.76	未评级
300896.SZ	爱美客	585.94	4.43	6.75	9.82	132.36	86.79	59.66	未评级
688363.SH	华熙生物	154.50	1.63	2.15	2.84	94.79	71.87	54.45	未评级
300144.SZ	宋城演艺	12.48	0.12	0.17	0.41	103.57	74.82	30.28	未评级
2400.HK	心动公司	16.71	-1.86	-0.91	0.15	-8.98	-18.33	109.15	未评级
2100.HK	百奥家庭互动	0.40	0.01	0.06	0.10	40.02	6.58	3.97	未评级
6633.HK	青瓷游戏	3.45	-0.96	0.53	1.11	-3.59	6.44	3.10	未评级
0772.HK	阅文集团	26.57	1.82	1.27	1.55	14.60	20.93	17.14	未评级
9992.HK	泡泡玛特	15.87	0.62	0.80	1.14	25.59	19.81	13.88	未评级
0700.HK	腾讯控股	264.97	23.16	13.90	17.04	11.44	19.07	15.55	未评级
9626.HK	哔哩哔哩-SW	167.97	-17.87	-19.73	-13.93	-9.40	-8.51	-12.05	未评级
1024.HK	快手-W	68.35	-20.37	-4.01	-1.49	-3.36	-17.07	-46.02	未评级
3690.HK	美团-W	158.07	-3.90	-2.28	0.60	-40.53	-69.45	262.96	未评级
IQ.O	爱奇艺	26.37	-1.11	-0.19	-0.01	-23.76	-138.15	-1897.31	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=0.8614元人民币; 美元对人民币汇率取1美元=6.7622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。