

2022年6月12日


华鑫证券
CHINA FORTUNE SECURITIES

抖音产业链红利仍在 元宇宙有望驱动新增量 -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

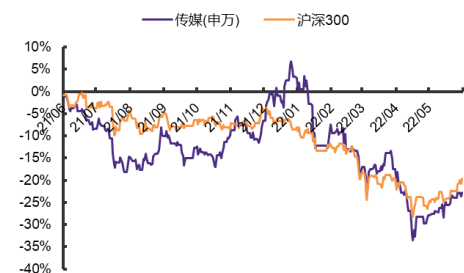
执业证书编号：S1050121110017

邮箱：yuyue@cfsc.com.cn

行业相对表现

表现	1M	3M	12M
传媒（申万）	-8.5	-10.0	-22.7
沪深300	-3.8	-4.9	-19.6

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：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

 《传媒新消费行业周报：《乘风破浪》
第三季开播优质内容供给渐浓关注沪后
疫情的修复》20220522

 《传媒新消费行业周报：字节跳动更名
板块再热 618电商节有望拉内需》
20220515

 《传媒新消费行业周报：静待疫情进
展》20220508

本周观点更新

2022年一季度中，3月疫情多点散发，致企业经济活动受影响，4月华东地区受疫情扰动，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，5月疫情已从相对高发阶段回到总体可控，6月复工复产复市逐步开启，2022年步入年中，后疫情下如何恢复与重启经济也成为企业在下半年工作的重点。政策助力先行，2022年下半年看，三季度有望实现业绩的环比改善。投资维度，第一维度，可关注业绩环比改善标的；第二维度，抖音产业链红利；第三维度，元宇宙驱动新增量；第四维度，体育新经济。

本周重点推荐个股及逻辑

给予传媒新消费行业增持评级。浙文互联（主业数字营销有望在后疫情下逐渐回暖，新业务数字藏品米塔艺术新品供给不断）；掌阅科技（受益抖音产业链发展红利）；姚记科技（关注体育球星卡后续进展以及后疫情下的业务恢复）；视觉中国（元视觉取得国家网信办《区块链信息服务备案》）；蓝色光标（主业端旗下蓝色宇宙为客户东风标致联合打造的虚拟数字人IP小狮妹Léa跨次元登场）；哔哩哔哩（第一季度B站总营收达50.54亿元人民币，同比增长30%，月均活跃用户同比增长31%，达2.94亿；日均使用时长达95分钟，创下历史新高，广告收入持续高速增长）；华策影视（备案电视剧《一路朝阳》）；芒果超媒（芒果TV、小芒、湖南卫视联合推出全国应届毕业生招募培养计划，综艺与剧集加持有望助推二季度业绩）；2022年暑假档开启预热，片单定档有望驱动阶段性热度，如光线传媒的《深海》作品待定档，有望带来电影与院线新热度；新经典（出品电影《一周的朋友》）；横店影视（出品《人生大事》6月24日全国上映）；华熙生物（618预售抖音平台美妆类预售前十中夸迪位列其中）；心动公司（由心动代理、汉家松鼠开发的国产沙盒RPG游戏《部落与弯刀》将于6月16日正式登陆手机平台）；吉比特与百奥家庭互动（6月21日《奥比岛：梦想国度》将公布具体上线时间，暑假档有望上线）；电魂网络（《跃迁旅人》获得版号）；青瓷游戏（《最强蜗牛》日本地区上线首日登顶iOS免费榜，国服将在6月24日开启二周年生日会）。

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	2022/6/10 股价	EPS			PE			投资评级
			2020	2021E	2022E	2020	2021E	2022E	
300133.SZ	华策影视	4.44	0.21	0.26	0.31	21.08	17.08	14.32	推荐
300413.SZ	芒果超媒	36.26	1.13	1.38	1.77	32.09	26.28	20.49	推荐
002605.SZ	姚记科技	15.90	1.42	1.67	2.06	11.21	9.52	7.72	推荐
603096.SH	新经典	18.28	0.80	1.12	1.42	22.74	16.32	12.87	推荐
300058.SZ	蓝色光标	6.28	0.21	0.26	0.34	29.98	24.15	18.47	推荐
002292.SZ	奥飞娱乐	4.45	-0.28	0.09	0.20	-15.78	49.44	22.25	推荐
603466.SH	风语筑	18.09	1.04	0.83	1.01	17.39	21.80	17.91	推荐
603103.SH	横店影视	11.18	0.02	0.22	0.37	517.59	50.82	30.22	推荐
600986.SH	浙文互联	6.04	0.22	0.29	0.37	27.13	20.83	16.32	推荐
603258.SH	电魂网络	20.87	1.37	1.43	1.66	15.20	14.59	12.57	推荐
603444.SH	吉比特	356.00	20.43	22.24	26.22	17.42	16.01	13.58	推荐
603533.SH	掌阅科技	16.73	0.34	0.55	0.78	48.76	30.42	21.45	推荐
002739.SZ	万达电影	12.60	0.05	0.23	0.55	264.15	54.74	22.76	未评级
300251.SZ	光线传媒	8.90	-0.11	0.28	0.37	-83.80	31.55	24.06	未评级
000681.SZ	视觉中国	14.70	0.22	0.30	0.38	67.37	48.87	38.72	未评级
300860.SZ	锋尚文化	45.30	0.67	2.22	2.93	67.47	20.40	15.47	未评级
300788.SZ	中信出版	20.05	1.27	1.40	1.60	15.78	14.31	12.54	未评级
002555.SZ	三七互娱	22.63	1.30	1.49	1.71	17.45	15.17	13.23	未评级
600633.SH	浙数文化	6.97	0.41	0.49	0.55	17.07	14.30	12.62	未评级
600556.SH	天下秀	7.84	0.20	0.28	0.38	40.00	27.84	20.43	未评级
002291.SZ	星期六	15.63	-0.77	0.80	1.15	-20.31	19.57	13.64	未评级
300896.SZ	爱美客	528.50	4.43	6.77	9.81	119.38	78.02	53.85	未评级
688363.SH	华熙生物	140.51	1.63	2.15	2.83	86.21	65.36	49.68	未评级
300144.SZ	宋城演艺	12.74	0.12	0.16	0.41	105.73	77.35	30.77	未评级
2400.HK	心动公司	22.65	-1.86	-0.91	0.06	-12.18	-24.82	398.76	未评级
2100.HK	百奥家庭互动	0.48	0.01	0.07	0.11	48.35	6.96	4.28	未评级
6633.HK	青瓷游戏	3.82	-0.96	0.62	1.35	-3.98	6.13	2.83	未评级
0772.HK	阅文集团	31.88	1.82	1.25	1.53	17.52	25.46	20.85	未评级
9992.HK	泡泡玛特	30.43	0.62	0.94	1.29	49.08	32.23	23.57	未评级
0700.HK	腾讯控股	338.80	23.16	14.42	17.41	14.63	23.49	19.47	未评级
9626.HK	哔哩哔哩-SW	187.86	-17.87	-18.34	-12.72	-10.51	-10.25	-14.77	未评级
1024.HK	快手-W	73.93	-20.37	-4.21	-1.49	-3.63	-17.55	-49.74	未评级
3690.HK	美团-W	171.97	-3.90	-2.34	0.52	-44.09	-73.54	329.44	未评级
IQ.O	爱奇艺	28.51	-1.11	-0.10	0.06	-25.69	-293.95	501.10	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=0.8547元人民币; 美元对人民币汇率取1美元=6.7089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	9
1.3、电影市场	9
1.4、电视剧市场	11
1.5、综艺节目市场	12
1.6、游戏市场	13
2、上市公司重要动态：增减持、投资等情况.....	15
3、本周观点更新.....	16
4、本周重点推荐个股及逻辑.....	17
5、风险提示.....	19

图表目录

图表1：各行业周度涨跌幅（2022年6月6日-2022年6月10日）	8
图表2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2022年6月6日-2022年6月10日）	8
图表3：2020年1月- 2022年6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	11
图表5：电视剧情况（6月6日-6月9日）	11
图表6：热播综艺网络播放量排行榜（6月6日-6月9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	14
图表9：上市公司股东增持减持清单/投资	15
图表10：重点关注公司及盈利预测	18

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2.80%、3.50%、4.00%。细分到传媒各子行业来看，互联网金融指数涨幅较大，网络彩票指数跌幅较大。周涨跌幅个股中，涨幅Top3分别为阿里巴巴-SW、哔哩哔哩-SW、三人行，分别上涨22.21%、20.77%、20.43%；跌幅Top3分别为粤传媒、ST美盛、金陵体育，分别下跌25.92%、22.54%、12.27%。

抖音产业链红利仍在，5月抖音及TIKTOK单月营收同比增加1.6倍，延续高增长。2022年5月3日抖音及海外版TikTok在全球App Store和Google Play营收超2.77亿美元，是去年同期的1.6倍，蝉联全球移动应用(非游戏)收入榜冠军；其中，47.5%的收入来自中国版本抖音；美国市场排名第二，贡献了17.7%的收入，沙特阿拉伯市场排名第三，占4%。YouTube以将近1.19亿美元的收入(同比增加17.6%)，位列榜单第二名，其中，40.1%的收入来自美国市场，日本市场排名第二，占19.6%。**回看2022年4月**，抖音及海外版TikTok在全球App Store和Google Play吸金超过2.96亿美元，是去年同期的1.9倍，蝉联全球移动应用(非游戏)收入榜冠军，其中，大约48.1%的收入来自中国版本抖音。**字节跳动(抖音)产业链作为传媒互联网行业重要组成部分**，2022-2023年，我们认为字节跳动(抖音)产业链红利有望持续，2022年抖音商业化发力点在抖音电商的模式从FACT升级至FACT+，从短视频直播到搜索与本地生活。抖音旗下巨量引擎推出百金计划，力图通过巨量引擎全平台视角，聚焦行业内有创新力和影响力的优质行业案例，核心目标就是从“长期经营思维”的角度，聚焦于数字化整合营销和电商经营，挖掘“以交易转化和生意收益”为目标的好生意案例，系统性打造标杆，共建本地商业繁荣新生态。同时，作为TIKTOK控股股东，抖音集团也有望分享海外数字营销市场增长红利。投资维度可看，**第一维度**关注抖音集团直接持股标的(掌阅科技)；**第二维度**关注抖音集团主业之一的新营销板块(蓝色光标、姚记科技、浙文互联等)；**第三维度**可关注万亿市场的本地生活板块(美团等)，**第四维度**关注抖音集团以及Pico VR均在加码优质内容(华策影视、光线传媒、奥飞娱乐、新经典、中信出版、吉比特、百奥家庭互动、心动公司等)。

游戏行业，版号端，继4月游戏版号恢复之后，时隔两个月，6月7日版号再次发放，本次共有60款游戏过审，包括58款手游，1款端游，1款页游，整体发放数量相比2021年7月仍然偏少。产品包括，英雄互娱《极无双2》、完美世界《黑猫奇闻社》、米哈游《科契尔前线》、电魂网络《跃迁旅人》、世纪华通《龙之谷世界》、边锋网络(浙数文化)《射手大冒险》、多益网络《神武5 逍遥外传》等多款游戏，但腾讯、网易继续缺席。整体看，产品端以中度+休闲游戏为主，小体量产品居多，重度游戏数量相对偏少。本次审核的游戏中，申报类别一栏，有16款游戏标注了“试点”字样，预期未来可能会有版号审批政策的进一步调整。**汇量科技携手Sensor Tower发布《2022国内手游出海白皮书》**，2021年中国手游出海Top100以休闲品类为主，占比高达62%。其中益智解谜、生活音乐以及超休闲游戏下载量最高，占比均超过10%。而在收入(仅IAP)表现上，2021年中重度手游在海外市场表现最为亮眼，收入份额高达87%，其中策略品类(尤其是4X策略子品类)在海外吸金表现最为亮眼，收入占比为44%，其次为角色扮演与射击品类，收入占比分别为18%与14%。从近三年国内出海收入的市场结构占比来看，美国、日本为中国自主研发手游出海收入的Top2国家。但整体来看，Top2市场累计贡献

的收入占比正在逐步降低，我国手游出海的市场头部化趋势特征正逐步减弱。反之，国内游戏厂商对东南亚、南美等新兴市场的探索与投入力量正在不断加强。

2022年5月中国手游发行商全球收入排行榜出炉，2022年5月共40家中国厂商入围全球发行商收入榜TOP100，合计吸金近23亿美元，占全球TOP100手游发行商收入43%，中国手游发行商收入前五名分别为腾讯、网易、米哈游、趣加和莉莉丝。莉莉丝于5月10日推出的都市神话架空世界3D卡牌手游《Dislyte 神觉者》，上市当天即成功登顶美国iOS与Google Play手游下载榜，发行商收入环比增长10%。2021年下半年以来，由震游科技推出的SLG手游《Evony: The King's Return》保持强劲的增长势头。在这款游戏的带动下，震游科技跻身中国手游发行商收入榜第8名。**新品进展**，6月7日，腾讯游戏国际业务品牌Level Infinite正式宣布，将于今年底在全球发布由天美工作室群研发的人气MOBA手游《Honor of Kings》（王者荣耀），预计最早7月启动第一批海外国家和地区测试；6月10日，由深蓝互动研发的近现代神秘学题材二次元手游《重返未来：1999》开启测试；6月即将上线的重点产品，包括网易《暗黑破坏神：不朽》（6月23日）、哔哩哔哩《时空猎人3》（6月29日）、飞鱼科技《保卫萝卜4》（6月30日）等。

元宇宙板块进展。步入2022年年中，疫情对2022年第二季度影响下，后续经济活动的恢复与重建也成为关注焦点。元宇宙作为下一代互联网的发展探索之路，企业端积极布局，政策端也进行指引，沪后疫情在政策助力下，逐步复工复产复市，预计8月中，上海元宇宙峰会有望召开，外部峰会的举办也有望带动板块热度。元宇宙是整合多种新技术产生的下一代互联网应用和社会形态，元宇宙从概念到应用落地需要渐进发展完善的过程，其过程也会带来企业估值端的波动。元宇宙产业链不会是昙花一现，基于庞大用户参与、产业链上下游联动有望助推其成为经济发展新引擎。科技向善中推动元宇宙的发展，以用户为中心，赋能Web3.0价值互联网的社会与商业价值，元宇宙商业化端从数字人、数字藏品、硬件VR、虚拟体验文化基建等维度均有望带来企业发展新增量。消费级VR应用Pico VR在6月6日携迪士尼、索尼影视、环球、派拉蒙及狮门联手打造“Pico 3D大片重燃计划”，100多部3D经典影片将陆续登陆Pico视频，Pico还将携手国内外合作伙伴，为用户带来更多优质影视资源。

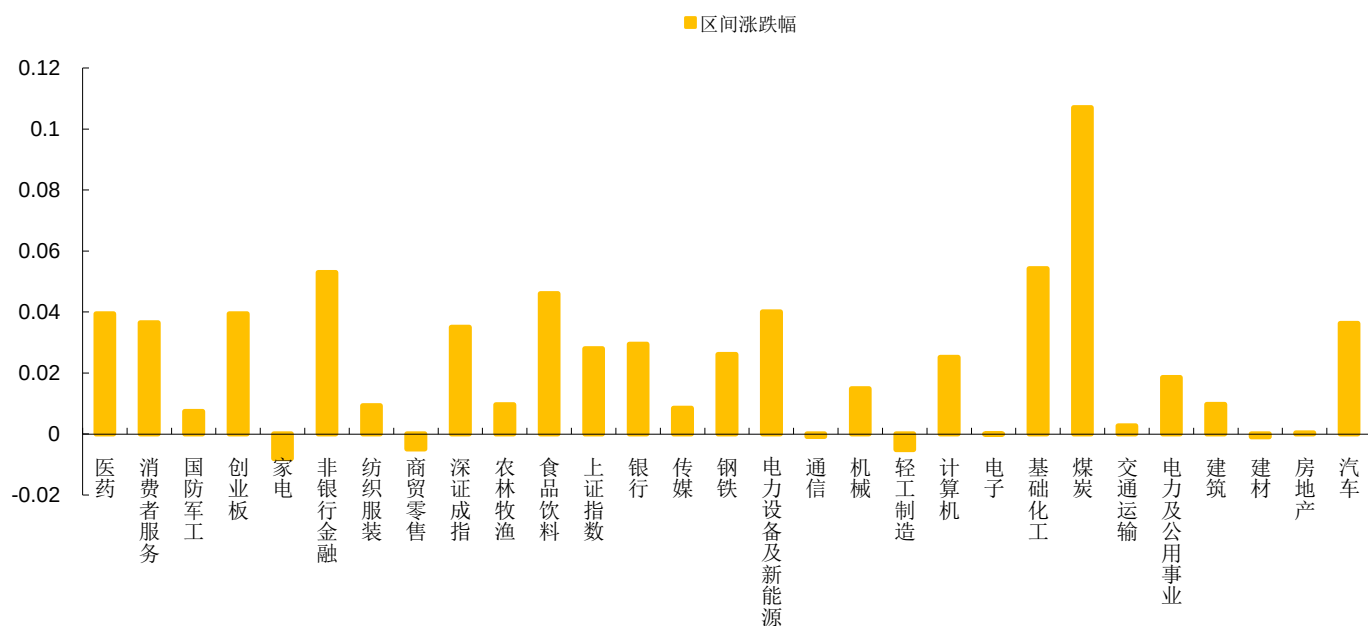
快手联盟垂类行业变现数据。程序化广告是垂类开发者的一种广告变现商业化模式。当前垂类开发者整体广告变现规模呈上升趋势，依靠广告变现的潜力及价值越来越受到开发者重视。对此，快手联盟结合垂类行业特性与变现现状，推出垂类行业变现指导建议，助力开发者提升变现效率。快手联盟垂类行业由一级行业生活、购物电商、社交、音乐、教育及其他构成，细分来看，消耗top为综合（其他电商）、本地（其他生活）、出行旅游、社区论坛、社交媒体、音乐播放器、优惠比价、学前教育、婚恋交友等细分分子行业。根据2022年Q2与2022年Q1变现应用数量对比来看，购物电商整体变现APP个数增长70%，消耗增长80%，其中增长最快的细分品类是综合购物、锦鲤盲盒等品类；生活类整体变现APP个数增长50%，消耗增长55%，其中增长最快的细分品类是出行旅游及本地生活，尤其是出行旅游类应用对程序化广告变现需求持续走高，消耗增长高达227%；社交类整体变现APP个数增长36%，消耗增长40%，其中社交媒体、婚恋交友类应用因Q1买量规模提升整体在快手联盟侧变现增长明显。

美妆及新消费行业进展，2022年中国面部护肤行业规模拟达3555亿元，中国医用敷料市场2025年有望达到90亿元。行业端看，2020年中国美妆护肤行业规模5000亿元，其中基础护肤和个护品类规模较大，2022年中国面部护肤行业规模拟达3555亿元（同比增加12%），中国面部护肤市场商业模式的潜在变化是品牌矩阵及契合市场风向的营销在未来依旧会帮助品牌吸引消费者，但随着国家监管收紧，消费者心智成熟，核心研发配方将会在同质化竞争中起到越来越关键的作用。从整体中国面部护肤品市场来看，

市场集中度较低，竞争格局较分散，国际公司占据了较高的份额，本土公司仅百雀羚和伽蓝市占率较高，未来随着本土公司多品牌矩阵的逐步建立，市场份额将持续提升。功能性护肤行业，2017年以前，薇诺娜、修丽可等“药妆”玩家主要在专业渠道（OTC、医美机构）销售，知名度有限；2017年国内具深厚医学背景的玩家利用线上电商渠道、私域流量的营销增强了消费者的认知、行业迅速增长，2018年国际玩家开始进入大众渠道、国内老牌护肤品品牌纷纷孵化相关品牌，2019年新兴品牌迎合抖音、私域流量营销，行业持续火热；新玩家不断涌入、疫情催化带动行业高速增长直至2021年。目前，行业规模已超过320亿元。未来预测市场集中度会进一步升高，头部玩家优势更加明显。主要是由于1. 政策层面对原材料备份机制已出预案，新进入者机会减少，2. 头部玩家已建立一定品牌壁垒、研发壁垒（申报周期均较长），销售渠道也逐渐成熟。可关注华熙生物等。医用敷料市场中，敷尔佳、创尔生物等公司拓展线上大众销售部渠道、开发相关产品，带动消费者意识提升，从而促使行业高速增长，2018、2019年行业增速分别达到51.1%、67.1%；2020年，国家限制I类冷敷贴等OEM贴牌以及医疗器械领域“两票制”，影响了市场增值，医美市场增长会持续拉动消费者对医用敷料的需求，未来5年行业仍会维持在15%的增速，行业成长因素会是产品渗透率的提升及产品复购率的提升，预计中国医用敷料市场有望从2022年的59亿元增加至2025年的90亿元。轻医美端，从消费规模来看，今年4月，紧致提升依然以11.33%的绝对优势占比，居第一位，且消费规模占比较3月提升4.79%；光子嫩肤从上个月的第5位，本月超越热玛吉跃居第2位，消费占比5.28%，而热玛吉以1%差距降至第5位。从订单量来看，水光补水从第3位跃居第2，超微小气泡从第8位跃居第4位，夏季中以美白祛斑需求为主的皮秒激光，也从第10位跃居第8位。光子嫩肤作为传统的普及度极高的医美项目，依然能获得强势增长，一方面在于轻医美光电项目在求美人群中渗透率不断提升；另一方面，技术和服务的升级，不断满足消费日益精细化的需求，也为医美市场带来新增长机遇，光子嫩肤项目奇致CC光为例采用AI智能脉冲技术，作用到皮肤的能量均匀温和，治疗痛感降低，体验感提高，因此被称为“无痛”光子。此外，CC光含有6个滤波片，从420nm到695nm不等，可更多的满足痤疮、色斑、皱纹、红血丝、毛孔粗等不同适应症的治疗需求。

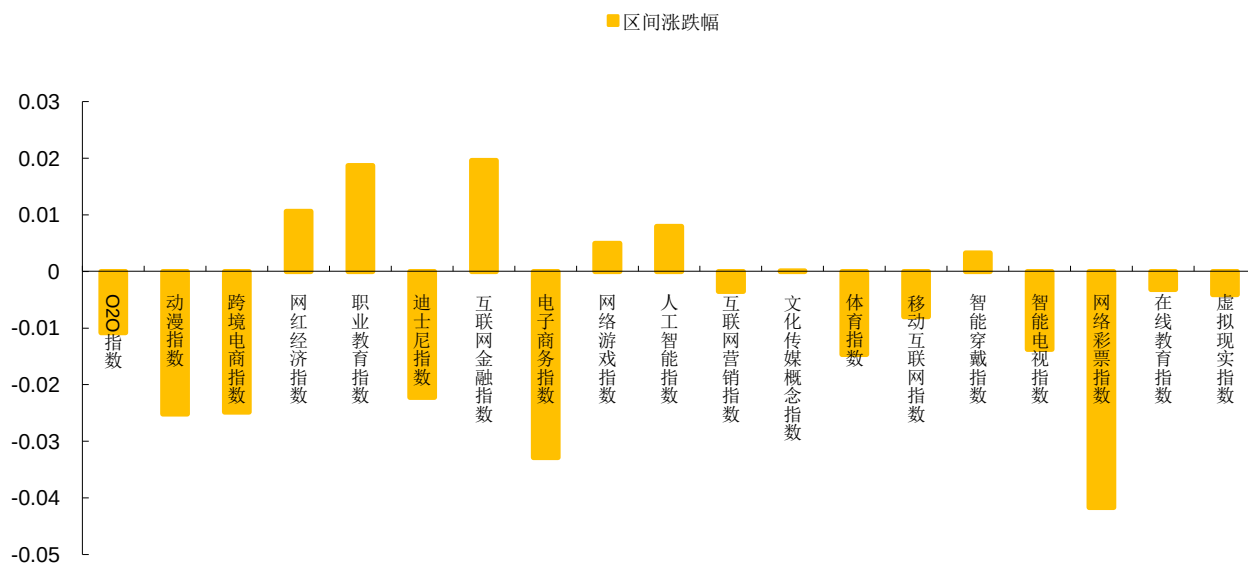
给予行业增持评级。

图表 1：各行业周度涨跌幅（2022 年 6 月 6 日-2022 年 6 月 10 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 6 日-2022 年 6 月 10 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、腾讯游戏国际业务品牌Level Infinite携4款合作新游亮相夏日游戏节。腾讯游戏国际业务品牌Level Infinite在夏日游戏节中揭晓旗下产品全新预告片及实机演示内容。Level Infinite于2021年12月推出，旨在为全球玩家带来超越期待的跨终端游戏体验。此次夏日游戏节中，Level Infinite重点推荐由合作工作室研发的三款新品：来自Inflexion Games的《夜莺（Nightingale）》，来自Fatshark的《战锤40K：暗潮（Warhammer 40,000:Darktide）》，以及来自Funcom的《重金属：地狱歌手（Metal: Hellsinger）》。此外，在夏日游戏节开放日当天，品牌实机演示及成员对谈环节还包括其将在海外发行的产品《幻塔国际版（Tower of Fantasy）》。

1.2.2、电商

1、阿里巴巴国际站推出数字化出海口计划，开放外贸服务能力。近日，由商务部主办的跨境电商交易会在福州圆满落幕。本次跨境电商交易会，吸引了福建、广东、浙江等66个特色产业带的2000多家跨境企业参会。在交易会上，阿里巴巴国际站推出“数字化出海口计划”，开放沉淀多年的数字化外贸服务能力，将“数字出海口”开到产业带的家门口。帮助外贸商家实现确定性履约和稳健经营。包括物流、跨境收款、合规保障等在内的一揽子产品化服务，涵盖跨境贸易所有环节。用确定性的数字化产品和服务，帮助中小商家更好地应对不确定性挑战。

1.2.3、影视

1、《侏罗纪世界3》票房破5000万元，创今年进口片首日票房纪录。截至6月10日13时38分，影片《侏罗纪世界3》票房突破5000万元。另外，今日全国共有9326家电影院营业，这已经是全国营业影院连续9天突破9000家。新上映的《侏罗纪世界3》是目前最受欢迎的电影，排片率高达55.2%。

1.3、电影市场

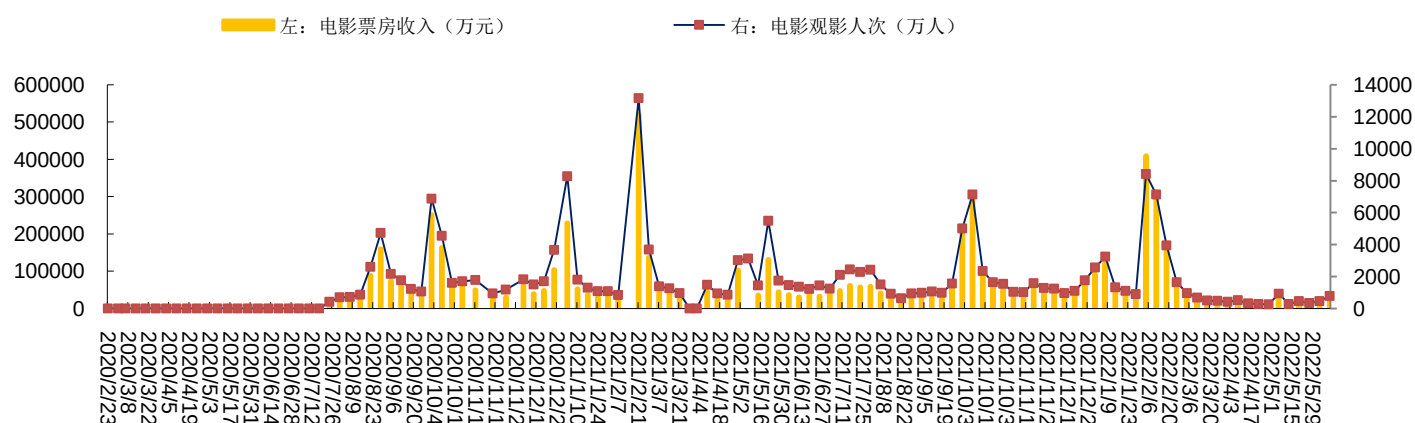
【区间回顾】猫眼票房分析统计，截止2022年6月11日15时，2022年6月6日至2022年6月11日15时（第23周），周度分账票房为2.43亿元。受疫情影响，线下电影院自2020年1月24日停止更新票房，7月20日正式复工，自上而下，第一波政策给予支持，2020年5月8日国务院也明确指出“采取预约、限流等方式，开放公园、旅游景点、运动场所，图书馆、博物馆、美术馆等室内场馆，以及影剧院、游艺厅等密闭式娱乐休闲场所”。

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。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。

截至2022年6月11日15时，本周电影票房Top3分别为《侏罗纪世界3》《暗恋·橘生淮南》《坏蛋联盟》，分账票房分别为1.68亿元、0.31亿元和0.14亿元。

图表 3：2020 年 1 月- 2022 年 6 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6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6月17日	云霄之上	浙江影视（集团）有限公司	东阳首嘉影视文化有限公司
2022年6月17日	黎乡遇见你	海南椰云数字影视动漫有限公司	东方稻田（北京）文化传媒有限公司
2022年6月17日	绿茵之外	北京正午东方影业有限公司	北京正午东方影业有限公司
2022年6月17日	杰拉米	新疆世纪山河文化传播有限公司	谷泰映画（北京）影视文化传媒有限公司
2022年6月18日	一周的朋友	北京阿里巴巴影业文化有限公司等	北京阿里巴巴影业文化有限公司等
2022年6月18日	焚情	上海鸣艺文化传媒有限公司	北京朔果莲蓬文化传媒有限公司

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湖南卫视的《凭栏一片风云起》、北京卫视的《欢迎光临》、江苏卫视的《春风又绿江南岸》。电视剧网络播放方面，播放量前三为：《梦华录》（腾讯视频）、《警察荣耀》（爱奇艺）、《传家》（优酷视频）。

图表 5：电视剧情况（6月6日-6月9日）

CSM63 4+ 2022年6月6日周一省级卫视黄金剧场电视剧					CSM63 4+ 2022年6月7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	北京卫视	欢迎光临	1.384	5.98	1	湖南卫视	凭栏一片风云起	1.735	7.77
2	上海东方卫视	欢迎光临	1.329	5.76	2	浙江卫视	春风又绿江南岸	1.46	6.31
3	湖南卫视	凭栏一片风云起	1.308	5.92	3	江苏卫视	春风又绿江南岸	1.165	5.04
4	浙江卫视	春风又绿江南岸	1.26	5.46	4	湖南卫视	妻子的选择	1.054	8.26
5	江苏卫视	春风又绿江南岸	1.111	4.83	5	上海东方卫视	林深见鹿	0.908	3.92
6	湖南卫视	妻子的选择	0.98	7.56	6	北京卫视	林深见鹿	0.745	3.22
7	深圳卫视	余生请多指教	0.451	1.95	7	深圳卫视	余生请多指教	0.455	1.96
8	安徽卫视	今生有你	0.443	1.93	8	安徽卫视	今生有你	0.436	1.89
9	广东卫视	请叫我总监	0.43	1.81	9	广东卫视	请叫我总监	0.38	1.64
10	广东卫视	心居	0.418	1.86	10	黑龙江卫视	心居	0.292	1.26
11	湖北卫视	医圣	0.273	1.18	11	湖北卫视	医圣	0.275	1.18
12	黑龙江卫视	心居	0.244	1.06	12	天津卫视	东四牌楼东	0.148	0.64
13	辽宁卫视	我的左手右手	0.143	0.62	13	四川卫视	不惑之旅	0.134	0.58
14	天津卫视	东四牌楼东	0.116	0.5	14	河北广播电视台卫视频道	人世间	0.111	0.48
15	广西卫视	密查	0.106	0.46	15	山西卫视	太行山上	0.098	0.42
16	安徽卫视	爱的束缚	0.091	0.68	16	吉林卫视	生活家	0.094	0.4
17	吉林卫视	陪你一起长大	0.089	0.39	17	江西卫视	亲爱的孩子们	0.083	0.36
18	河北广播电视台卫视频道	人世间	0.086	0.37	18	安徽卫视	爱的束缚	0.078	0.61
19	山西卫视	太行山上	0.077	0.33	19	贵州卫视	人世间	0.078	0.34
20	贵州卫视	人世间	0.072	0.31	20	广西卫视	密查	0.077	0.33
中央	中央电视台综合频道	三泉溪暖	0.66	2.96	中央	中央电视台综合频道	三泉溪暖	0.863	3.81

CSM63 4+ 2022年6月8日周三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	湖南卫视	凭栏一片风云起	1.831	8.21
2	江苏卫视	春风又绿江南岸	1.577	6.83
3	浙江卫视	春风又绿江南岸	1.199	5.18
4	上海东方卫视	林深见鹿	0.758	3.28
5	北京卫视	林深见鹿	0.756	3.27
6	深圳卫视	余生请多指教	0.452	1.95
7	安徽卫视	今生有你	0.436	1.89
8	广东卫视	请叫我总监	0.387	1.67
9	黑龙江卫视	心居	0.297	1.28
10	湖北卫视	医圣	0.253	1.09
11	天津卫视	鼓楼外	0.125	0.54
12	重庆卫视	医圣	0.105	0.45
13	四川卫视	不惑之旅	0.101	0.44
14	山西卫视	太行山上	0.097	0.41
15	广西卫视	密查	0.096	0.41
16	河北广播电视台卫视频道	人世间	0.095	0.41
17	吉林卫视	生活家	0.09	0.39
18	陕西卫视	都挺好	0.079	0.65
19	山东卫视	心居	0.079	0.34
20	贵州卫视	人世间	0.077	0.33
中央 中央电视台综合频道		三泉溪暖	0.781	3.48

CSM63 4+ 2022年6月9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%
1	江苏卫视	春风又绿江南岸	1.63	7.06
2	湖南卫视	凭栏一片风云起	1.41	6.61
3	浙江卫视	春风又绿江南岸	1.026	4.43
4	上海东方卫视	林深见鹿	0.859	3.7
5	北京卫视	林深见鹿	0.725	3.13
6	深圳卫视	余生请多指教	0.577	2.51
7	安徽卫视	今生有你	0.481	2.08
8	深圳卫视	亲爱的孩子	0.432	1.96
9	广东卫视	请叫我总监	0.427	1.85
10	黑龙江卫视	心居	0.301	1.3
11	湖北卫视	医圣	0.213	0.91
12	天津卫视	鼓楼外	0.128	0.55
13	四川卫视	不惑之旅	0.109	0.47
14	广西卫视	密查	0.095	0.41
15	山西卫视	太行山上	0.094	0.4
16	吉林卫视	生活家	0.087	0.38
17	重庆卫视	医圣	0.084	0.36
18	河北广播电视台卫视频道	人世间	0.081	0.35
19	江西卫视	亲爱的孩子们	0.072	0.31
20	贵州卫视	人世间	0.07	0.3
中央 中央电视台综合频道		三泉溪暖	0.739	3.32

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》《萌探探案》《开播！情景喜剧》《声生不息》。

图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（6月6日-6月9日）

◀ 前一天		日榜 2022年6月6日/周一 ▼	后一天 ▶
		猫眼热度榜数据规则 ①	
综艺		当日热度	
1	奔跑吧 第十季	9334.00	
	↑3 多平台开播 上线 25 天	当日播放量：863.3 万	
2	萌探探案 第二季	9104.75	
	↓1 爱奇艺独播 上线 11 天	...	
3	声生不息	9036.49	
	— 多平台开播 上线 44 天	当日播放量：6544.6 万	
4	开始推理吧	8733.77	
	↑3 腾讯视频独播 上线 11 天	当日播放量：425.8 万	
5	开播！情景喜剧	8691.87	
	↑1 多平台开播 上线 16 天	当日播放量：2115.3 万	
◀ 前一天		日榜 2022年6月7日/周二 ▼	后一天 ▶
		猫眼热度榜数据规则 ①	
综艺		当日热度	
1	奔跑吧 第十季	9217.90	
	— 多平台开播 上线 26 天	当日播放量：312.6 万	
2	萌探探案 第二季	8816.80	
	— 爱奇艺独播 上线 12 天	...	
3	开播！情景喜剧	8737.52	
	↑2 多平台开播 上线 17 天	当日播放量：557.1 万	
4	声生不息	8696.34	
	↓1 多平台开播 上线 45 天	当日播放量：3857.8 万	
5	乘风破浪 第三季	8678.84	
	↑1 芒果 TV 独播 上线 19 天	当日播放量：4912.8 万	

前一天

日榜 2022年6月8日/周三

后一天

猫眼热度榜数据规则

综艺

当日热度

1

奔跑吧 第十季

多平台开播 上线 27 天

9279.66

当日播放量：暂无

2

向往的生活 第六季

多平台开播 上线 41 天

8900.38

当日播放量：2774.5 万

3

开播！情景喜剧

多平台开播 上线 18 天

8722.73

当日播放量：暂无

4

乘风破浪 第三季

芒果 TV 独播 上线 20 天

8691.22

当日播放量：4531.8 万

5

萌探探探案 第二季

爱奇艺独播 上线 13 天

8490.74

...

前一天

日榜 2022年6月9日/周四

后一天

猫眼热度榜数据规则

综艺

当日热度

1

奔跑吧 第十季

多平台开播 上线 28 天

9225.72

当日播放量：暂无

2

开播！情景喜剧

多平台开播 上线 19 天

8848.29

当日播放量：暂无

3

乘风破浪 第三季

芒果 TV 独播 上线 21 天

8815.78

当日播放量：5234.7 万

4

开始推理吧

腾讯视频独播 上线 14 天

8436.55

当日播放量：暂无

5

萌探探探案 第二季

爱奇艺独播 上线 14 天

8399.37

...

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6月10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《全民大灌篮》《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
002878. SZ	元隆雅图	2022年6月7日	关于公司控股股东股份减持计划期限届满的公告
603466. SH	风语筑	2022年6月7日	股东集中竞价减持股份计划公告
600715. SH	文投控股	2022年6月7日	股东集中竞价减持股份计划公告
300612. SZ	宣亚国际	2022年6月7日	关于控股股东股份减持比例达到1%暨权益变动达到5%的提示性公告
603598. SH	引力传媒	2022年6月8日	董事、高级管理人员减持股份进展公告
002558. SZ	巨人网络	2022年6月9日	关于持股5%以上股东及其一致行动人减持公司股份达到1%的公告
300781. SZ	因赛集团	2022年6月9日	关于控股股东, 实际控制人通过大宗交易减持股份的预披露公告
300781. SZ	因赛集团	2022年6月9日	关于持股5%以上股东减持股份的预披露公告
300459. SZ	汤姆猫	2022年6月10日	关于特定股东减持计划届满暨未来减持计划预披露的公告
000802. SZ	ST北文	2022年6月11日	关于持股5%以上股东减持股份预披露公告
300556. SZ	丝路视觉	2022年6月11日	关于公司持股5%以上股东, 董事, 高管拟减持股份的预披露公告
002174. SZ	游族网络	2022年6月11日	关于持股5%以上股东被动减持时间过半暨进展公告
002354. SZ	天娱数科	2022年6月11日	关于股东减持股份进展暨数量过半的公告

资料来源：Wind资讯，华鑫证券研究

3、本周观点更新

2022年一季度中，3月疫情多点散发，致企业经济活动受影响，4月华东地区受疫情扰动，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，5月疫情已从相对高发阶段回到总体可控，6月复工复产复市逐步开启，2022年步入年中，后疫情下如何恢复与重启经济也成为企业在下半年工作的重点。政策助力先行，2022年下半年看，三季度有望实现业绩的环比改善。投资维度，第一维度，可关注业绩环比改善标的；第二维度，抖音产业链红利；第三维度，元宇宙驱动新增量；第四维度，体育新经济。

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：

浙文互联（主业数字营销有望在后疫情下逐渐回暖，新业务数字藏品米塔艺术新品供给不断）；**掌阅科技**（受益抖音产业链发展红利）；**姚记科技**（关注体育球星卡后续进展以及后疫情下的业务恢复）；**视觉中国**（小红书成为视觉中国500px摄影社区官方摄影合作平台；元视觉取得国家网信办《区块链信息服务备案》，守正创新助力产业发展，2019年2月15日，由国家互联网信息办公室颁布的《区块链信息服务管理规定》正式实施，已发布八批境内区块链信息服务名称及备案编号）；**蓝色光标**（北京疫情波动短期影响，主业端，公司成立蓝色宇宙国际创新中心，推动国内外元宇宙业务协同发展，旗下蓝色宇宙为客户东风标致联合打造的虚拟数字人IP小狮妹Léa跨次元登场）；

哔哩哔哩（第一季度B站总营收达50.54亿元人民币，同比增长30%，月均活跃用户同比增长31%，达2.94亿；日均使用时长达95分钟，创下历史新高，广告收入持续高速增长）；**华策影视**（备案电视剧《一路朝阳》）；**芒果超媒**（芒果TV、小芒、湖南卫视联合推出全国应届毕业生招募培养计划，综艺与剧集加持有望助推二季度业绩）；2022年暑假档开启预热，片单定档有望驱动阶段性热度，如光线传媒的《深海》作品待定档，有望带来电影与院线新热度，**新经典**（出品电影《一周的朋友》）；**横店影视**（出品《人生大事》6月24日全国上映）；**心动公司**（由心动代理、汉家松鼠开发的国产沙盒RPG游戏《部落与弯刀》将于6月16日正式登陆手机平台）；**吉比特与百奥家庭互动**（6月21日《奥比岛：梦想国度》将公布具体上线时间，暑假档有望上线）；**电魂网络**（《跃迁旅人》获得版号）；**青瓷游戏**（《最强蜗牛》日本地区上线首日登顶iOS免费榜，国服将在6月24日开启二周年生日会）。

图表 10：重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2022/6/10 股价	EPS			PE			投资评级
			2020	2021E	2022E	2020	2021E	2022E	
300133.SZ	华策影视	4.44	0.21	0.26	0.31	21.08	17.08	14.32	推荐
300413.SZ	芒果超媒	36.26	1.13	1.38	1.77	32.09	26.28	20.49	推荐
002605.SZ	姚记科技	15.90	1.42	1.67	2.06	11.21	9.52	7.72	推荐
603096.SH	新经典	18.28	0.80	1.12	1.42	22.74	16.32	12.87	推荐
300058.SZ	蓝色光标	6.28	0.21	0.26	0.34	29.98	24.15	18.47	推荐
002292.SZ	奥飞娱乐	4.45	-0.28	0.09	0.20	-15.78	49.44	22.25	推荐
603466.SH	风语筑	18.09	1.04	0.83	1.01	17.39	21.80	17.91	推荐
603103.SH	横店影视	11.18	0.02	0.22	0.37	517.59	50.82	30.22	推荐
600986.SH	浙文互联	6.04	0.22	0.29	0.37	27.13	20.83	16.32	推荐
603258.SH	电魂网络	20.87	1.37	1.43	1.66	15.20	14.59	12.57	推荐
603444.SH	吉比特	356.00	20.43	22.24	26.22	17.42	16.01	13.58	推荐
603533.SH	掌阅科技	16.73	0.34	0.55	0.78	48.76	30.42	21.45	推荐
002739.SZ	万达电影	12.60	0.05	0.23	0.55	264.15	54.74	22.76	未评级
300251.SZ	光线传媒	8.90	-0.11	0.28	0.37	-83.80	31.55	24.06	未评级
000681.SZ	视觉中国	14.70	0.22	0.30	0.38	67.37	48.87	38.72	未评级
300860.SZ	锋尚文化	45.30	0.67	2.22	2.93	67.47	20.40	15.47	未评级
300788.SZ	中信出版	20.05	1.27	1.40	1.60	15.78	14.31	12.54	未评级
002555.SZ	三七互娱	22.63	1.30	1.49	1.71	17.45	15.17	13.23	未评级
600633.SH	浙数文化	6.97	0.41	0.49	0.55	17.07	14.30	12.62	未评级
600556.SH	天下秀	7.84	0.20	0.28	0.38	40.00	27.84	20.43	未评级
002291.SZ	星期六	15.63	-0.77	0.80	1.15	-20.31	19.57	13.64	未评级
300896.SZ	爱美客	528.50	4.43	6.77	9.81	119.38	78.02	53.85	未评级
688363.SH	华熙生物	140.51	1.63	2.15	2.83	86.21	65.36	49.68	未评级
300144.SZ	宋城演艺	12.74	0.12	0.16	0.41	105.73	77.35	30.77	未评级
2400.HK	心动公司	22.65	-1.86	-0.91	0.06	-12.18	-24.82	398.76	未评级
2100.HK	百奥家庭互动	0.48	0.01	0.07	0.11	48.35	6.96	4.28	未评级
6633.HK	青瓷游戏	3.82	-0.96	0.62	1.35	-3.98	6.13	2.83	未评级
0772.HK	阅文集团	31.88	1.82	1.25	1.53	17.52	25.46	20.85	未评级
9992.HK	泡泡玛特	30.43	0.62	0.94	1.29	49.08	32.23	23.57	未评级
0700.HK	腾讯控股	338.80	23.16	14.42	17.41	14.63	23.49	19.47	未评级
9626.HK	哔哩哔哩-SW	187.86	-17.87	-18.34	-12.72	-10.51	-10.25	-14.77	未评级
1024.HK	快手-W	73.93	-20.37	-4.21	-1.49	-3.63	-17.55	-49.74	未评级
3690.HK	美团-W	171.97	-3.90	-2.34	0.52	-44.09	-73.54	329.44	未评级
IQ.O	爱奇艺	28.51	-1.11	-0.10	0.06	-25.69	-293.95	501.10	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=0.8547元人民币；美元对人民币汇率取1美元=6.7089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。