

2022年3月13日

华鑫证券
CHINA FORTUNE SECURITIES

芒果TV与华为视频合作升级 南瓜电影望突围 板块回调关注 a 筑信心 -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

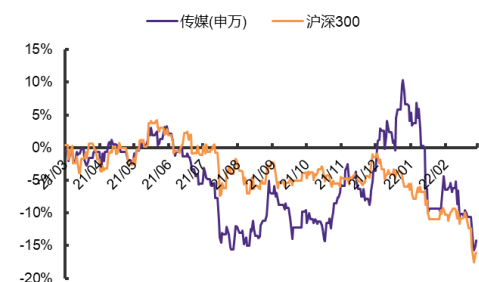
执业证书编号：S1050121110017

邮箱：yuyue@cfsc.com.cn

行业相对表现

表现	1M	3M	12M
传媒（申万）	-0.6	2.1	-14.3
沪深300	-1.8	1.9	-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：优质供给创需求泛体育新消费兴起》20220306

《传媒新消费行业周报：外部地缘政治致板块回调内看布局新经济正当时》20220227

《传媒新消费行业周报：关注估值占优基本面改善及新增量板块》20220220

《传媒新消费行业周报：2022一季报预期开启体育与元宇宙要素有望贯穿2022全年》20220213

《传媒新消费行业周报：春节与冬奥相逢数字人与数字藏品共举》20220207

本周观点更新

两会期间，游戏、教育、元宇宙、版权、图书、电影、短视频、艺人经纪均被提及，两会结束后，相关政策有望陆续落地，自上而下看，十四五规划已为行业发展提供顶层文件指导。自下而上看，新股如兆讯传媒、乐华娱乐、小影科技、Keep、VSPN英雄体育陆续披露招股书，再到中国儒意接手恒腾网络，从政策指引到企业资本化均凸显行业发展的车轮持续向前，从行业优胜劣汰到存量企业的自我修正，再到新势力企业的崛起，存量与新增量并行；政策端从反垄断到游戏版号的重启待定，再到元宇宙发展中的政策修正，均为行业中长期可持续健康发展奠定基础，板块调整，新秩序在建立，从基本面与估值层面看，均有望为下一阶段的再发展蓄力。

本周重点推荐个股及逻辑

给予传媒新消费行业增持评级。可关注中期估值相对占优、符合国家十四五规划长期目标板块（文化强国、体育强国、出版强国、电影强国等）。姚记科技（关注球星卡后续进展，海外头部企业Fanatics估值再提升）、蓝色光标（联合创业黑马共同推出黑马元宇宙数字人加速器）、芒果超媒（3月4日芒果TV与华为视频独家会员融合重磅上线）、奥飞娱乐（2022年玩具与大婴童战略已发布）、中国儒意（从恒腾影业更名为中国儒意，儒意影业的内容制作及南瓜电影app有望在新秩序中突围）、风语筑及锋尚文化（均有望受益元宇宙体验经济）、浙数文化（发力数字文化和数字科技产业，关注后续富春云数据中心建设推进）、图书阅读板块（中信出版、新经典）。电影板块，2022年3月主要为进口片上映为主，短期由于局部地区疫情波动致线下观影需求波动，静等疫情管控成效显现。

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	2022/3/11 股价	EPS			PE			投资评级
			2020	2021E	2022E	2020	2021E	2022E	
300133.SZ	华策影视	5.13	0.23	0.25	0.31	22.56	20.52	16.55	推荐
300413.SZ	芒果超媒	30.45	1.11	1.10	1.34	27.35	27.68	22.72	推荐
002605.SZ	姚记科技	19.45	2.72	1.37	1.78	7.15	14.20	10.93	推荐
603096.SH	新经典	21.97	1.62	1.21	1.67	13.59	18.16	13.16	推荐
300058.SZ	蓝色光标	7.76	0.29	0.27	0.33	26.69	28.74	23.52	推荐
002292.SZ	奥飞娱乐	5.17	-0.33	-0.26	0.09	-15.58	-19.88	57.44	推荐
603466.SH	风语筑	21.31	1.17	1.08	1.29	18.14	19.73	16.52	推荐
9626.HK	哔哩哔哩-SW	134.51	-8.71	-17.87	-17.00	-15.44	-7.53	-7.91	未评级
1024.HK	快手-W	55.96	-125.25	-14.64	-4.43	-0.45	-3.82	-12.64	未评级
IQ.O	爱奇艺	17.62	-1.36	-1.11	-0.62	-12.96	-15.88	-28.28	未评级
0700.HK	腾讯控股	297.66	16.52	16.81	18.24	18.01	17.70	16.32	未评级
002739.SZ	万达电影	12.55	-2.99	0.19	0.57	-4.20	65.64	22.14	未评级
603103.SH	横店影视	12.37	-0.76	0.02	0.51	-16.33	618.50	24.07	未评级
300251.SZ	光线传媒	8.69	0.10	0.19	0.35	87.60	45.31	24.91	未评级
000681.SZ	视觉中国	14.68	0.20	0.29	0.38	72.67	51.42	38.95	未评级
300860.SZ	锋尚文化	48.70	3.61	1.11	2.29	13.47	43.81	21.24	未评级
0772.HK	阅文集团	27.35	-4.49	1.50	1.45	-6.09	18.25	18.82	未评级
603533.SH	掌阅科技	17.30	0.66	0.72	0.91	26.26	24.19	19.03	未评级
300788.SZ	中信出版	25.81	1.48	1.54	1.89	17.40	16.79	13.63	未评级
2400.HK	心动公司	16.14	0.02	-1.72	-0.87	806.87	-9.39	-18.51	未评级
2100.HK	百奥家庭互 动	0.41	0.10	0.04	0.07	3.99	9.78	5.80	未评级
6633.HK	青瓷游戏	3.23	10.88	-0.28	0.81	0.30	-11.63	3.99	未评级
002555.SZ	三七互娱	20.37	1.31	1.22	1.48	15.58	16.66	13.77	未评级
603444.SH	吉比特	323.92	14.56	21.97	25.30	22.25	14.75	12.80	未评级
603258.SH	电魂网络	24.52	1.59	1.59	1.82	15.40	15.40	13.48	未评级
600633.SH	浙数文化	8.87	0.39	0.46	0.52	22.58	19.47	17.15	未评级
600556.SH	天下秀	8.60	0.16	0.24	0.38	52.60	35.27	22.47	未评级
002291.SZ	星期六	16.73	0.03	0.66	1.06	508.51	25.33	15.84	未评级
300896.SZ	爱美客	449.78	3.66	4.43	6.76	122.94	101.53	66.53	未评级
688363.SH	华熙生物	114.48	1.35	1.63	2.21	85.08	70.23	51.74	未评级
300144.SZ	宋城演艺	13.63	-0.67	0.18	0.40	-20.34	77.27	34.41	未评级
9992.HK	泡泡玛特	29.18	0.44	0.77	1.21	66.31	37.84	24.04	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=0.8093元人民币；美元对人民币汇率取1美元=6.3394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.....	13
4、本周重点推荐个股及逻辑.....	14
5、风险提示.....	16

图表目录

图表1：各行业周度涨跌幅（2022年3月07日-2022年3月11日）.....	6
图表2：传媒行业子板块周度涨跌幅（2022年3月07日-2022年3月11日）.....	6
图表3：2020年1月- 2022年3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（3月7日-3月10日）	9
图表6：热播综艺网络播放量排行榜（3月7日-3月10日）	10
图表7：过去7天网页游戏情况	11
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	12
图表10：重点关注公司及盈利预测	15

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-4.00%、-4.40%、-3.03%。细分到传媒各子行业来看，迪士尼指数跌幅较小，网络彩票指数跌幅较大。周涨跌幅个股中，涨幅Top3分别为吴通控股、长江传媒、祥源文化，分别上涨15.58%、14.23%、14.19%；跌幅Top3分别为阜博集团、哔哩哔哩-SW、传智教育，分别下跌25.33%、19.87%、18.92%。

视频端，芒果TV与华为视频会员战略合作重磅升级，共创融合新生态。2022年3月4日，芒果TV与华为视频独家会员融合重磅上线，这是继2018年后双方从会员、内容、广告、技术到运营的全方位深度合作升级，双方在核心领域发挥各自优势，共筑以用户体验为中心的内容生态，通过资源共享、运营创新等形式，共同提升内容价值，为用户打造更极致的视听体验和更优质的会员服务。内容互补助力芒果破圈，芒果TV拥有丰富、高质量的青春剧综及主旋律内容，华为视频拥有海量优质电影及少儿内容。双方强强联合、优势互补，助力芒果内容破圈，覆盖下沉市场，扩大业务基本盘和覆盖面，为会员拉新提供新引擎。

芒果TV与华为视频战略合作，推动华为视频成为终端行业第一综合视频平台，共同构筑以消费者体验为中心的内容生态，进一步提升芒果TV与华为1+8+N的软硬件生态的协同效率。芒果TV从“独播”走向“独特”，再到“独创”的战略升级与“以内容为核心”的战略驱动，打造出独特效应的内容传播体系。会员融合后，芒果TV内容将通过华为生态渠道，更高效、快速、精准触达数亿终端人群。扩大芒果TV品牌影响力，提升内容价值传递效率，在行业内形成差异化竞争优势。

本次芒果TV与华为视频战略合作升级，让内容触达更高效、会员的权益价值更具“含金量”，让用户获得更好的体验感和获得感。实现了双方内容品牌和效益的最大化。后续双方还将基于华为终端云服务的软件生态和华为手机、智慧屏、平板、车机等硬件生态开展更深度的合作，共创高效、协同的融合新生态，形成合作共赢的友好局面。广告端，2022年芒果营销中芒果TV广告营销中心将向市场推出“芒果营销*MMT”的品牌形象，系统输出营销新版图，以合作共赢，时代引领的姿态打造独一无二的营销厂牌。2022年芒果招商将以**电商、快消、日化、新消费**为突破口实施“芒种计划”；2022年广告营销布局将围绕打破内容中心化、破局PC移动智能电视场景、破局电商消费场景、破局粉丝交互场景四个方面开展。使单一营销平台迭代为集社交种草、短视频互动，私域反哺、电商带货等IP二次营销产品开发为一体的全域体系。从“品牌营销”向“生意经营”全面进击。线上流媒体发行新秀南瓜电影母公司中国儒意发布2021年业绩预告，2021年未经审计净利润预期为2020年同期约92至100倍，达到约人民币11至12亿元，视频平台在权衡用户新增留存、内容支出及降本增效大背景下，成立6年的南瓜电影作为轻营销的线上app有望突围。

字节跳动产业链数据更新。2022年2月抖音及海外版TikTok在全球App Store和Google Play收入超过2.58亿美元，是去年同期的2倍。蝉联全球移动应用(非游戏)收入榜冠军。其中，大约36%的收入来自中国版本抖音；21.6%的收入来自美国市场，3.9%的收入来自沙特阿拉伯市场。抖音电商周度数据（2022年2月28日至3月6日）美妆类GMV同比增加44.84%，子品类销售额占比中美容护肤中占比73.6%，彩妆香水美妆工具占比

18.8%；美妆品类总直播场次估计达85.7万场（较上一周期带货场次增长1.82%）。2022年抖音38节数据显示，中国女性社会经济地位的不断提升，“她消费”的影响力正在增大。为了让生活更舒适便捷“智能家居”成为女性用户关注较高赛道之一，例如九阳不用手洗破壁机Y1、usmile声波电动牙刷U4、科沃斯地宝X1、苏泊尔7升空气炸锅等大牌科技产品新品。在消费背后，女性对美好生活的追求与探索，成就品牌的精彩，抖音电商所做的，即伴随她们的所选所爱，以兴趣电商，折射生活价值亮光。2022年3月10日抖音安全中心针对“炫富、恶意炒作等不良信息治理公告”，**炫富类违规内容**宣扬金钱至上，放大物质需求，进行超出自身收入水平的消费，为虚构故事，宣导高额消费或贫富差距等。**字节跳动入局在线音乐**，继面向海外推出音乐流媒体平台Resso之后，“汽水音乐”App正式亮相应用商店，标志着字节跳动正式杀入国内音乐流媒体市场。与当下主流音乐平台不同，依靠字节系用户优势以及算法，汽水音乐通过小众音乐、算法推送、社交功能等功能形成自身特色。在文娱领域，字节跳动已经搭建起影视、游戏、音乐、漫画、小说等业务矩阵。

抖音公布新平台“抖音来客”。这是抖音专门推出的一个为本地生活商家服务的经营平台。“抖音来客”App于3月7日正式上线，目前在iOS端可查找到相关软件并下载。在App中，商家可通过“认领门店”和“资质认证”关联自己的店铺信息。当前入驻“抖音来客”不需缴纳费用，当有团购订单形成且用户完成核销后，平台与商家结算团购订单款项时会收取一定比例的平台服务费，实际以商家入驻时签订的服务协议中的条款为准。

兴趣电商供给与新生代用户需求端，2021年，抖音电商新品牌交易额月均环比增速超24%，新品牌对应新需要，品牌的出现是为了实现对某个细分品类的主导，新品牌界定为新兴数据渠道，使用创新营销手段，满足新生消费需求的品牌，抖音成为新兴数字渠道，伴随短视频用户规模提升后，消费者的购买路径也在被重塑。从需求角度看，主要分为新消费场景下的需求、未被满足的固有需求、新生消费群体的需求，后者可挖掘市场较大，中国Z世代消费者的消费偏好与新品牌的成长相辅相成。抖音平台数据显示，新品牌成立时间分布，2019年占比24%、2017年占比21%（其中行业分布食品饮料与美妆分别占26%、21%），抖音的商业化模型即通过兴趣匹配（商品与内容连接）与抖音海量用户形成乘数效应。从用户端看，00后的消费态度更加倾向为兴趣付费，在自己的能力范围内消费，00后的消费行为受KOL的影响力降低，并且认为国产品牌不比国外的品牌差，抖音电商的兴趣电商的推出与新生代用户的需求耦合。

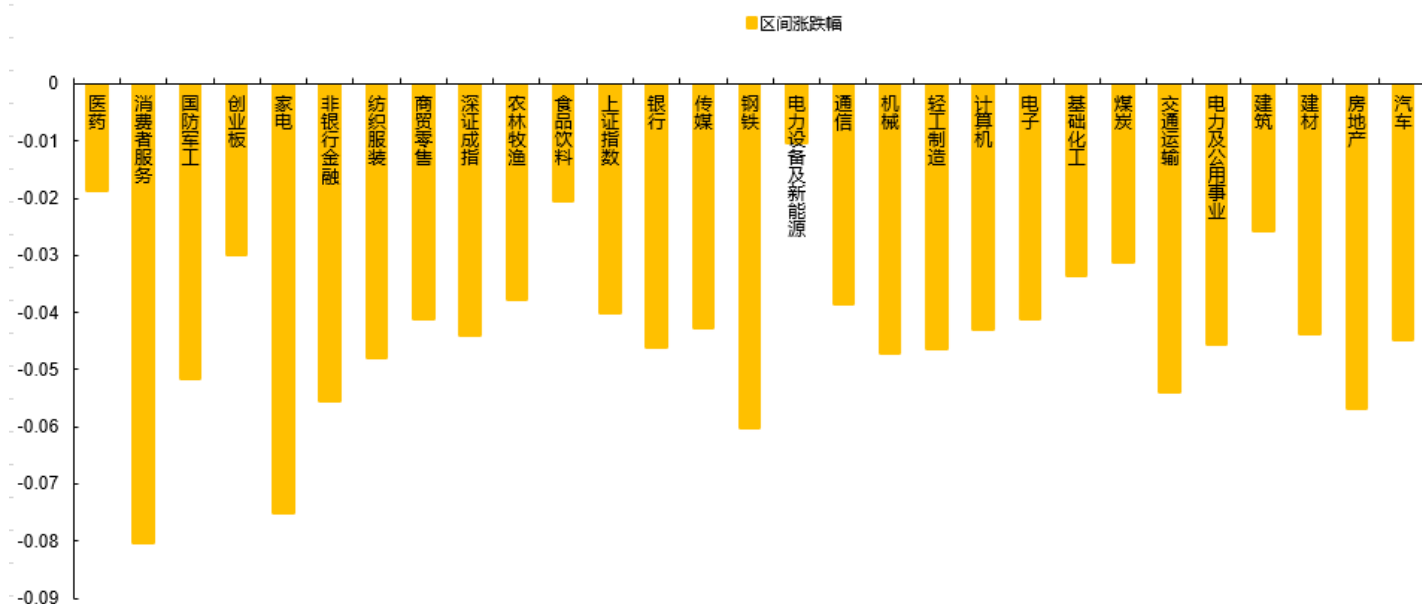
元宇宙数据跟踪，预计2030年全球元宇宙市场规模达6788亿美元（复合增速39.4%）。2021年至2030年，全球元宇宙市场的规模将从388.5亿美元增长到6788亿美元，复合年增长率将达到39.4%。市场将被不断提升的媒体、娱乐、教育、教育等最终用途行业的需求推动增长，元宇宙使用加密货币购买数字资产的需求不断增长，也将推动元宇宙市场发展。2021年NFT销售额达到176亿美元（同比增加213.6%），买家数量从7.5万增加到230万。中国在两会期间也有议员针对元宇宙进行建言，总体看，新行业发展，商业模式探索需要政策护航，地方政府均针对元宇宙提供相对应政策引导，企业端也从自身领域进行元宇宙商业模式试水、元宇宙带来的新商业模式、新业态的发展趋势与方向是当下每一家企业努力的结果。

游戏数据跟踪，Sensor Tower发布2022年2月中国手游发行商全球收入排行榜，本期共36个中国厂商入围全球手游发行商收入榜TOP100，合计吸金近20亿美元，占全球TOP100手游发行商收入近37.9%，腾讯游戏、网易游戏和米哈游位列全球手游发行商收入榜TOP3，友谊时光于1月推出的国风社交手游《凌云诺》收入稳步增长，使得发行商收入环比提升5%，重回榜单第29名。**游戏新势力进展**，近期叠纸投资上海月胧吟网络科

技有限公司，并持股7.67%，上海月胧吟成立于2019年11月，是一家专注于二次元品类游戏设计开发的公司，目前拥有在研产品《火环》，该游戏是一款偏像素风格的二次元横版动作手游，在TapTap已积累超过46万预约量，长期位于TapTap预约榜前列；米哈游《绝区零》微博和微信公众号都已通过认证，预计该游戏为一款3A级FPS/TPS游戏；鹰角网络《明日方舟终末地》B站官方账号已通过B站认证，《明日方舟终末地》可能为《明日方舟》IP的官方衍生游戏，静待官方公布新进展。游戏新势力深度洞察年轻用户需求，依靠创新性的产品与发行策略，从打造精品游戏内容到游戏的IP化与系列化，再到不断拓展IP衍生边界，游戏新势力凭借高品质内容和游戏外的生态延展性，在吸引高粘性用户群体的同时，也将游戏产品发展成具备影响力的原创文娱IP，形成年轻用户的文化圈层。

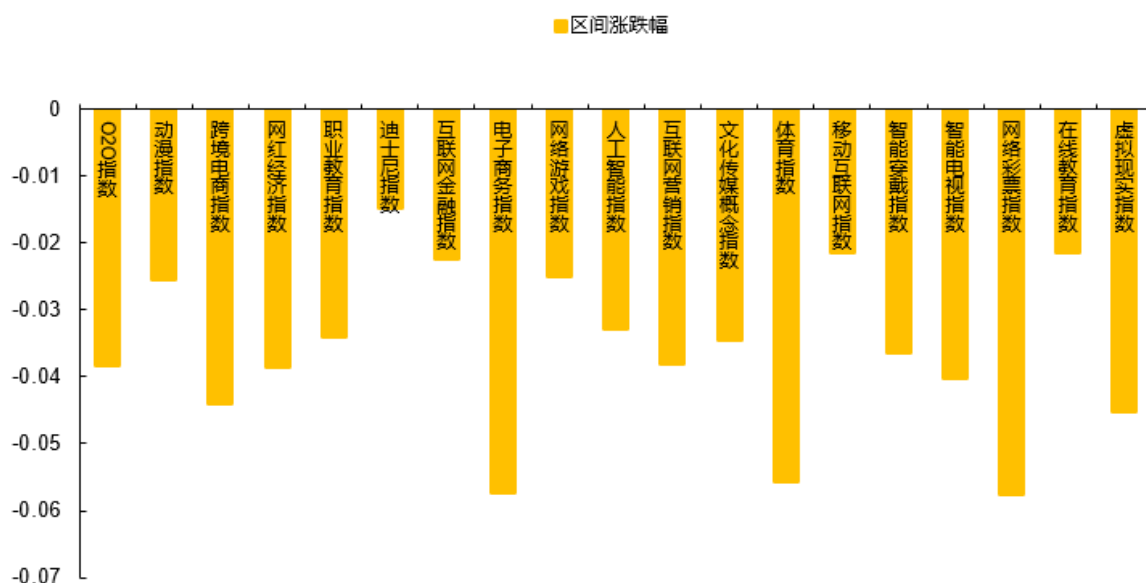
给予行业增持评级。

图表 1：各行业周度涨跌幅（2022 年 3 月 07 日-2022 年 3 月 11 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 3 月 07 日-2022 年 3 月 11 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、《王者荣耀》海外版升为腾讯战略级项目。腾讯游戏的出海策略是自研 + 发行 + 投资。2021 年 12 月，腾讯游戏成立了专注于海外发行品牌 Level Infinite，由腾讯副总裁、腾讯游戏全球 CEO 刘铭负责。新厂牌试图淡化“腾讯”的标签，而是以一家全球化公司的形象开拓新市场。腾讯游戏在2021年9月将《王者荣耀》海外版《Arena of Valor》升级为重要的战略级项目，投放预算也实现翻倍提升。此外，腾讯游戏旗下的天美工作室群与光子工作室群在海外多地陆续成立新的自研工作室。腾讯游戏的目标是海外市场的收入要占到游戏总收入的 50%。

1.2.2、电商

1、什么值得买38节消费报告发布。消费内容社区“什么值得买”数据显示，作为2022年开春首个电商大促活动，今年的38节大促，户外露营接棒冰雪消费成新热点。大促期间，什么值得买整体GMV提升67.91%，其中“露营”关键词商品GMV同比增长83%，跑鞋GMV同比增长105%。

1.2.3、影视

1、影片扎堆清明档，激烈程度堪比春节档。截止3月10日，将有10部新片在清明档与观众见面，分别为《人生大事》、《一周的朋友》、《被害人》、《最后的真相》、《你是我的春天》、《神探大战》、《镜世界》、《精灵旅社4:变身大冒险》、《草原大作战》、《永不独行》。这也是继2021年后，再次有10部新片定档清明档。2019年则有8部新片在该档期上映。

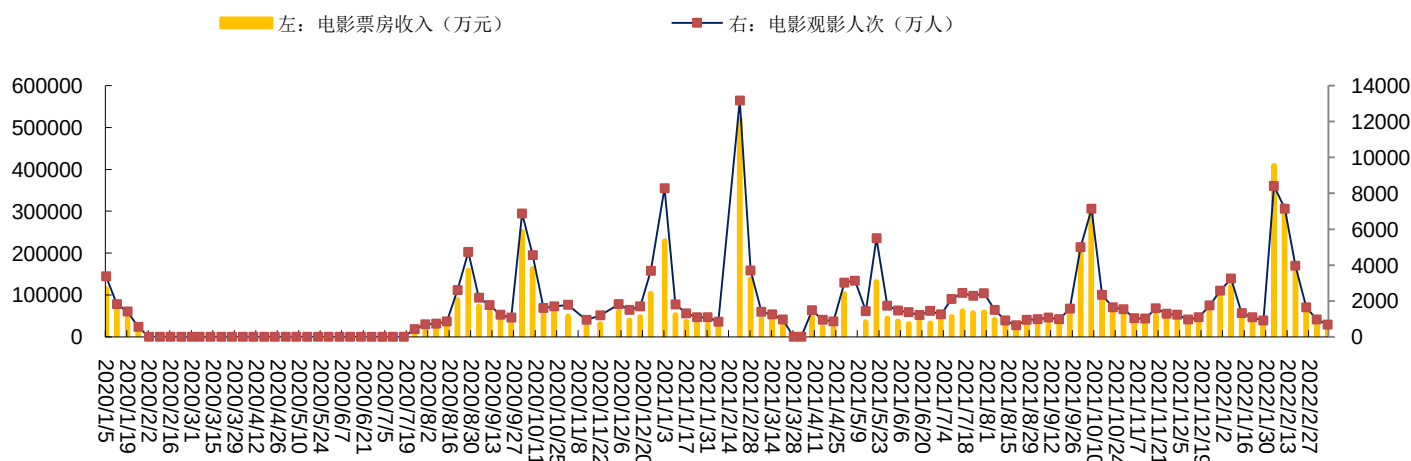
1.3、电影市场

【区间回顾】猫眼票房分析统计，截止2022年3月12日13时，2022年3月7日至2022年3月12日13时（第10周），周度分账票房为1.36亿元。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，以及影视剧、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月以来，疫情在多地出现反复，部分地区电影院暂停开放。

截至2022年3月12日13时，本周电影票房Top3分别为《长津湖之水门桥》《这个杀手不太冷静》《奇迹·笨小孩》，分账票房分别为0.39亿元、0.29亿元和0.18亿元。

图表 3：2020 年 1 月- 2022 年 3 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3月14日	南溟奇缘之爱情树	海南天尚星影视文化有限公司	谷泰映画（北京）影视文化传媒有限公司
2022年3月14日	神秘海域	美国哥伦比亚影片公司	华夏电影发行有限责任公司
2022年3月17日	传奇少年王阳明	宁波卡酷动画制作有限公司	宁波卡酷动画制作有限公司
2022年3月18日	年少有你	安徽南屏影业传媒有限公司	北京大得嘉影影视文化传媒有限公司
2022年3月18日	钟馗伏妖	山东橙果影视文化发展有限公司	北京辣条屋影视传媒有限公司
2022年3月18日	赤焱传说	上海仓城润之影业有限公司	华夏电影发行有限责任公司
2022年3月18日	“炼”爱	北京聚合影联文化传媒有限公司	北京聚合影联文化传媒有限公司
2022年3月18日	印度女孩	印度斯瓦卡蒂恩电影制片公司	华夏电影发行有限责任公司
2022年3月19日	玛纳斯人之失落的秘境	北京巨美星光文化传媒有限公司	北京巨美星光文化传媒有限公司

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《婚姻的两种猜想》、浙江卫视和上海东方卫视的《相逢时节》、江苏卫视《人世间》。电视剧网络播放方面，播放量前三为：《人世间》（爱奇艺）、《相逢时节》（优酷）、《尚食》（芒果TV）。

图表 5：电视剧情况（3月7日-3月10日）

CSM63 4+ 2022年3月7日周一省级卫视黄金剧场电视剧					CSM63 4+ 2022年3月8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	婚姻的两种猜想	0.913	4.99	1	湖南卫视	婚姻的两种猜想	0.736	4
2	浙江卫视	相逢时节	0.685	3.01	2	浙江卫视	相逢时节	0.67	3.01
3	上海东方卫视	相逢时节	0.662	2.91	3	上海东方卫视	相逢时节	0.639	2.87
4	江苏卫视	人世间	0.621	2.74	4	江苏卫视	人世间	0.6	2.71
5	广东卫视	埃博拉前线	0.343	1.51	5	安徽卫视	阿坝一家人	0.444	2
6	北京卫视	我们的婚姻	0.312	1.37	6	广东卫视	埃博拉前线	0.397	1.79
7	安徽卫视	阿坝一家人	0.304	1.35	7	北京卫视	我们的婚姻	0.262	1.17
8	黑龙江卫视	决战江桥	0.248	1.14	8	黑龙江卫视	冰雪之名	0.227	1.02
9	黑龙江卫视	冰雪之名	0.244	1.03	9	天津卫视	星辰大海	0.186	0.84
10	深圳卫视(新闻综合频道)	正青春	0.244	1.07	10	湖北卫视	你是我的城池营垒	0.184	0.81
11	湖北卫视	你是我的城池营垒	0.188	0.8	11	深圳卫视(新闻综合频道)	正青春	0.175	0.78
12	天津卫视	星辰大海	0.18	0.79	12	广西卫视	生死钟声	0.143	0.64
13	广西卫视	局中人	0.17	0.72	13	重庆卫视	零下三十八度	0.114	0.52
14	重庆卫视	理想之城	0.153	0.67	14	辽宁卫视	花开山乡	0.101	0.46
15	广西卫视	生死钟声	0.131	0.61	15	江西卫视	旗袍美探	0.09	0.41
16	辽宁卫视	花开山乡	0.088	0.39	16	重庆卫视	理想之城	0.086	0.38
17	东南卫视	归鸿	0.085	0.37	17	河北广播电视台卫视频道	正青春	0.073	0.34
18	河北广播电视台卫视频道	正青春	0.085	0.36	18	山东卫视	我们好好在一起	0.072	0.33
19	甘肃卫视	破冰行动	0.083	0.37	19	四川卫视	霞光	0.046	0.2
20	山东卫视	我们好好在一起	0.082	0.37	20	贵州卫视	大浪淘沙	0.042	0.2

CSM63 4+ 2022年3月9日周三省级卫视黄金剧场电视剧					CSM63 4+ 2022年3月10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	婚姻两种猜想	0.777	3.89	1	湖南卫视	婚姻两种猜想	0.838	4.3
2	江苏卫视	人世间	0.681	2.97	2	江苏卫视	人世间	0.7	3.03
3	上海东方卫视	相逢时节	0.602	2.62	3	上海东方卫视	相逢时节	0.674	2.91
4	浙江卫视	相逢时节	0.584	2.55	4	浙江卫视	相逢时节	0.603	2.6
5	广东卫视	埃博拉前线	0.351	1.53	5	广东卫视	埃博拉前线	0.365	1.58
6	北京卫视	我们的婚姻	0.35	1.52	6	安徽卫视	阿坝一家人	0.333	1.45
7	安徽卫视	阿坝一家人	0.346	1.52	7	深圳卫视(新闻综合频道)	正青春	0.329	1.44
8	深圳卫视(新闻综合频道)	正青春	0.311	1.35	8	北京卫视	我们的婚姻	0.321	1.38
9	黑龙江卫视	冰雪之名	0.254	1.1	9	黑龙江卫视	冰雪之名	0.235	1.01
10	湖北卫视	你是我的城池营垒	0.191	0.83	10	湖北卫视	你是我的城池营垒	0.212	0.91
11	广西卫视	生死钟声	0.139	0.6	11	广西卫视	生死钟声	0.156	0.67
12	天津卫视	星辰大海	0.138	0.6	12	河北广播电视台卫视频道	正青春	0.102	0.45
13	天津卫视	亲爱的爸妈	0.124	0.54	13	江西卫视	旗袍美探	0.1	0.43
14	重庆卫视	零下三十八度	0.11	0.48	14	重庆卫视	零下三十八度	0.099	0.43
15	安徽卫视	新嫉妒的密码	0.109	0.96	15	辽宁卫视	花开山乡	0.086	0.37
16	江西卫视	旗袍美探	0.1	0.44	16	山东卫视	我们好好在一起	0.083	0.36
17	四川卫视	霞光	0.097	0.42	17	天津卫视	亲爱的爸妈	0.079	0.34
18	辽宁卫视	花开山乡	0.082	0.36	18	四川卫视	霞光	0.066	0.28
19	山东卫视	我们好好在一起	0.081	0.35	19	甘肃卫视	破冰行动	0.061	0.26
20	河北广播电视台卫视频道	正青春	0.08	0.36	20	云南广播电视台卫视频道(一套)	刀锋下的替身	0.054	0.23

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《王牌对王牌第七季》《半熟恋人》《麻花特开心》。

图表 6：热播综艺网络播放量排行榜（3月7日-3月10日）

日榜 2022年3月7日/周一			日榜 2022年3月8日/周二		
前一天	猫眼热度榜数据规则	后一天	前一天	猫眼热度榜数据规则	后一天
综艺		当日热度	综艺		当日热度
1	王牌对王牌 第七季	9668.26	1	王牌对王牌 第七季	9308.32
-	多平台开播 上线11天	当日播放量：802.2万	-	多平台开播 上线12天	当日播放量：648.1万
2	麻花特开心	8814.28	2	朋友请听好 第二季	8846.50
-	优酷独播 上线58天	...	↑12	芒果TV独播 上线43天	当日播放量：3704.6万
3	闪光的乐队	8344.09	3	半熟恋人	8634.29
↑2	多平台开播 上线80天	当日播放量：209.7万	↑2	腾讯视频独播 上线71天	当日播放量：666.5万
4	麻花局中局	8245.84	4	麻花特开心	8354.98
-	优酷独播 上线56天	...	↓2	优酷独播 上线59天	...
5	半熟恋人	7990.28	5	麻花局中局	8194.53
↑2	腾讯视频独播 上线70天	当日播放量：589.0万	↓1	优酷独播 上线57天	...

◀ 前一天

日榜 2022年3月9日/周三▼

后一天 ▶

猫眼热度榜数据规则①

综艺

当日热度

1

王牌对王牌 第七季

多平台开播 上线13天

9726.64

当日播放量: 560.8万

2

半熟恋人

腾讯视频独播 上线72天

8841.49

当日播放量: 660.3万

3

麻花特开心

优酷独播 上线60天

8277.99

...

4

闪光的乐队

多平台开播 上线82天

8273.14

当日播放量: 145.3万

5

麻花局中局

优酷独播 上线58天

8200.61

...

◀ 前一天

日榜 2022年3月10日/周四▼

后一天 ▶

猫眼热度榜数据规则①

综艺

当日热度

1

王牌对王牌 第七季

多平台开播 上线14天

9563.76

当日播放量: 614.2万

2

大侦探 第七季

芒果TV独播 上线42天

8738.67

当日播放量: 6875.5万

3

半熟恋人

腾讯视频独播 上线73天

8225.93

当日播放量: 472.0万

4

麻花局中局

优酷独播 上线59天

8185.23

...

5

闪光的乐队

多平台开播 上线83天

8137.52

当日播放量: 119.0万

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3月11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

全部排行							榜单引用 >
排名	游戏名称	评分	状态	游戏类型	研发商	热度	趋势
热	冰雪打金★特爆	8.7	试玩	角色扮演	三七互娱		立即体验
热	武侠吃鸡3D	8.7	公测	角色扮演	三七互娱		立即体验
热	开局道士N条狗	8.0	试玩	角色扮演	三七互娱		立即体验
热	笑傲江湖网页版	8.3	公测	角色扮演			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	舰队Collection	6.4		策略	角川ゲームス	5383	-
2	火影忍者OL	6.1	公测	角色扮演	腾讯游戏	5161	-
3	植物大战僵尸OL	7.1	资料片	休闲竞技	腾讯五彩石工作室	4665	-

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》《原神》。

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 地藏入魔录—一念神魔	=	1 王者荣耀 Tencent	=
2 和平精英 Tencent	=	2 泰拉瑞亚 X.D. Network	=	2 原神 miHoYo	=
3 悠悠人生 姗姗李	=	3 铁血武林2 Hong Cheng Play	=	3 和平精英 Tencent	=
4 来玩削削乐 慧凯袁	^3	4 重生细胞 Bilibili	=	4 三国志战略版 Lingxi Games	^2
5 开心消消乐® Happy Elements	v1	5 人类跌落梦境 X.D. Network	^3	5 梦幻西游 NetEase	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
300364. SZ	中文在线	2022年3月7日	关于股东股份减持计划减持时间过半的进展公告
002602. SZ	世纪华通	2022年3月8日	关于持股5%以上股东所持部分股份被动减持的公告
002878. SZ	元隆雅图	2022年3月9日	关于控股股东减持计划时间过半的公告
603444. SH	吉比特	2022年3月10日	股东及董监高集中竞价减持股份结果公告
002619. SZ	*ST艾格	2022年3月11日	关于持股5%以上股东被动减持股份比例达1%的公告
300612. SZ	宣亚国际	2022年3月11日	关于控股股东股份减持计划实施完毕的公告

资料来源：Wind资讯，华鑫证券研究

3、本周观点更新

两会期间，游戏、教育、元宇宙、版权、图书、电影、短视频、艺人经纪均被提及，两会结束后，相关政策有望陆续落地，自上而下看，十四五规划已为行业发展提供顶层文件指导。自下而上看，新股如兆讯传媒、乐华娱乐、小影科技、Keep、VSPN英雄体育陆续披露招股书，再到中国儒意接手恒腾网络，从政策指引到企业资本化均凸显行业发展的车轮持续向前，从行业优胜劣汰到存量企业的自我修正，再到新势力企业的崛起，存量与新增量并行；政策端从反垄断到游戏版号的重启待定，再到元宇宙发展中的政策修正，均为行业中长期可持续健康发展奠定基础，板块调整，新秩序在建立，从基本面对估值层面看，均有望为下一阶段的再发展蓄力。

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

本周重点推荐个股及逻辑：

重点推荐标的：投资维度，可关注中期估值相对占优、符合国家十四五规划长期目标板块（文化强国、体育强国、出版强国、电影强国等）。

重点推荐个股近期进展，**姚记科技**（关注球星卡后续进展，海外头部数字体育球星卡平台企业Fanatics估值再提升）、**蓝色光标**（联合创业黑马共同推出黑马元宇宙数字人加速器，蓝色光标作为国内领先的数字营销集团和加速器的发起单位之一，不仅为加速器提供产业基金支持，还将基于多年积累的营销能力与用户前瞻洞察，为共创项目提供涵盖游戏、企业、互联网、社交娱乐、文创等9个行业领域的3000多个用户场景，提升创新创意的可落地性）、**芒果超媒**（3月4日芒果TV与华为视频独家会员融合重磅上线，共同提升内容价值，为用户打造更极致的视听体验和更优质的会员服务）、**奥飞娱乐**（旗下婴童业务营收连续3年保持双位数增长，2022年澳贝母婴春夏新品开启预热，玩具业务2022奥迪双钻品牌一方面将深度挖掘经典IP的价值势能，推出经典复刻产品及经典升级产品，同时致力推动儿童玩具领域的品类突破和玩法创新，孵化新的增长黑马）、**中国儒意**（从恒腾影业更名为中国儒意，儒意影业的内容制作及南瓜电影app有望在新秩序中突围）、**风语筑及锋尚文化**（均有望端受益元宇宙体验经济）、**浙数文化**（发力数字文化和数字科技产业，关注后续富春云数据中心建设推进）、**图书阅读板块（中信出版、新经典）**。**电影板块**，2022年3月主要为进口片上映为主，短期由于局部地区疫情波动致线下观影需求波动，静等疫情管控成效显现。

图表 10：重点关注公司及盈利预测

公司代码	名称	2022/3/11 股价	EPS			PE			投资评级
			2020	2021E	2022E	2020	2021E	2022E	
300133.SZ	华策影视	5.13	0.23	0.25	0.31	22.56	20.52	16.55	推荐
300413.SZ	芒果超媒	30.45	1.11	1.10	1.34	27.35	27.68	22.72	推荐
002605.SZ	姚记科技	19.45	2.72	1.37	1.78	7.15	14.20	10.93	推荐
603096.SH	新经典	21.97	1.62	1.21	1.67	13.59	18.16	13.16	推荐
300058.SZ	蓝色光标	7.76	0.29	0.27	0.33	26.69	28.74	23.52	推荐
002292.SZ	奥飞娱乐	5.17	-0.33	-0.26	0.09	-15.58	-19.88	57.44	推荐
603466.SH	风语筑	21.31	1.17	1.08	1.29	18.14	19.73	16.52	推荐
9626.HK	哔哩哔哩-SW	134.51	-8.71	-17.87	-17.00	-15.44	-7.53	-7.91	未评级
1024.HK	快手-W	55.96	-125.25	-14.64	-4.43	-0.45	-3.82	-12.64	未评级
IQ.O	爱奇艺	17.62	-1.36	-1.11	-0.62	-12.96	-15.88	-28.28	未评级
0700.HK	腾讯控股	297.66	16.52	16.81	18.24	18.01	17.70	16.32	未评级
002739.SZ	万达电影	12.55	-2.99	0.19	0.57	-4.20	65.64	22.14	未评级
603103.SH	横店影视	12.37	-0.76	0.02	0.51	-16.33	618.50	24.07	未评级
300251.SZ	光线传媒	8.69	0.10	0.19	0.35	87.60	45.31	24.91	未评级
000681.SZ	视觉中国	14.68	0.20	0.29	0.38	72.67	51.42	38.95	未评级
300860.SZ	锋尚文化	48.70	3.61	1.11	2.29	13.47	43.81	21.24	未评级
0772.HK	阅文集团	27.35	-4.49	1.50	1.45	-6.09	18.25	18.82	未评级
603533.SH	掌阅科技	17.30	0.66	0.72	0.91	26.26	24.19	19.03	未评级
300788.SZ	中信出版	25.81	1.48	1.54	1.89	17.40	16.79	13.63	未评级
2400.HK	心动公司	16.14	0.02	-1.72	-0.87	806.87	-9.39	-18.51	未评级
2100.HK	百奥家庭互动	0.41	0.10	0.04	0.07	3.99	9.78	5.80	未评级
6633.HK	青瓷游戏	3.23	10.88	-0.28	0.81	0.30	-11.63	3.99	未评级
002555.SZ	三七互娱	20.37	1.31	1.22	1.48	15.58	16.66	13.77	未评级
603444.SH	吉比特	323.92	14.56	21.97	25.30	22.25	14.75	12.80	未评级
603258.SH	电魂网络	24.52	1.59	1.59	1.82	15.40	15.40	13.48	未评级
600633.SH	浙数文化	8.87	0.39	0.46	0.52	22.58	19.47	17.15	未评级
600556.SH	天下秀	8.60	0.16	0.24	0.38	52.60	35.27	22.47	未评级
002291.SZ	星期六	16.73	0.03	0.66	1.06	508.51	25.33	15.84	未评级
300896.SZ	爱美客	449.78	3.66	4.43	6.76	122.94	101.53	66.53	未评级
688363.SH	华熙生物	114.48	1.35	1.63	2.21	85.08	70.23	51.74	未评级
300144.SZ	宋城演艺	13.63	-0.67	0.18	0.40	-20.34	77.27	34.41	未评级
9992.HK	泡泡玛特	29.18	0.44	0.77	1.21	66.31	37.84	24.04	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=0.8093元人民币；美元对人民币汇率取1美元=6.3394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。