

投资评级：强烈推荐（维持）

分析师

金炜 010-88366060-8876

Email:jinw@cgws.com

执业证书编号:S1070512080001

联系人:

刘浩然 0755-83464814

Email:liuhr@cgws.com

从业证书编号:S1070112090016

何思霖 0755-83515591

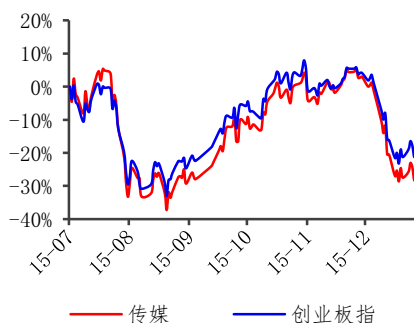
Email:hesilin@cgws.com

从业证书编号:S1070115120058

重点推荐公司盈利预测

股票名称	EPS		PE	
	15E	16E	15E	16E
北京文化	0.35	0.52	61	41
新文化	0.8	1.04	53	40
富春通信	1.05	1.38	32	24
东方国信	0.53	0.73	48	35
博瑞传播	0.46	0.63	21	15
昆仑万维	0.67	0.87	49	38

行业表现



数据来源: WIND

相关报告

<<互联网+传媒周报 2016 第 2 期>> 2016-01-18

<<互联网+传媒周报 2016 第 1 期>> 2016-01-11

<<互联网+传媒周报 2015 第 5 期>> 2015-12-28

选个股，等待信心回归

——传媒周报 2016 第 3 期

投资建议

本周传媒行业虽有反弹，但整体仍弱于创业板走势。受到“太子妃”等剧下架影响，相关 IP 标的周中出现较大跌幅。我们认为年轻人观剧习惯的改变是不可逆的，是趋势，网络剧整体向好趋势不变，接下来将考验网络剧制作团队平衡收视与监管红线的能力。如果本轮反弹得以持续，从行业配置方面我们建议配置 1. 游戏：推荐 2016 年重点拓展海外市场的游戏标的，例如富春通信、中文传媒和昆仑万维。2. 影视：我们建议重点配置有望与美国优秀影视制作团队或公司合作的内地公司，我们建议配置北京文化。另外我们还推荐新文化、东方国信和博瑞传播。

要点

- 本周传媒行业止跌略有收涨，表现略强于大盘，弱于创业板指，细分子行业普遍录得一定涨幅：本周（2016.1.18-2016.1.22），沪深 300 下跌-0.17%，创业板指涨幅为 1.74%。传媒板块略有涨幅，中信传媒指数涨幅为 1.33%。从细分行业看，细分子板块均录得一定涨幅，涨幅最大的为游戏，达 8.96%，广告营销 5.38%，广电 4.82%，影视动漫 2.42%，VR 为 2.06%，出版 1.86%；互联网方面，互联网医疗跌幅为-0.25%，互联网教育-2.83%。
- 本周传媒行业观点：受到“太子妃”等剧下架影响，相关 IP 标的周中出现较大跌幅。我们认为年轻人观剧习惯的改变是不可逆的，是趋势，监管更宽松的网络剧整体向好趋势不变，接下来将考验网络剧制作团队平衡收视与监管红线的能力。但也需要密切关注监管方对网剧的审查制度是否会出现改变。目前我们维持对网络剧行业的推荐。
- 下周重点提示：完美环球在上周复牌后，收获三个涨停，目前市值达到 366 亿，下周走势值得关注，如果公司在 500 亿市值之前打开，考虑到公司利润体量以及后续成长性，建议参与。
- 重点推荐标的：北京文化（000802）、新文化（300336）、富春通信（300299）、东方国信（300166）、博瑞传播（600880）及昆仑万维（300418）。

1. 上周行业回顾

1.1 互联网医疗

- CNNIC 报告称中国互联网医疗用户规模为 1.52 亿: 1 月 22 日, 中国互联网络信息中心 (CNNIC) 发布《第 37 次中国互联网络发展状况统计报告》。报告显示, 截至 2015 年 12 月, 我国互联网医疗用户规模为 1.52 亿, 占网民的 22.1%, 相比于其他网络应用, 互联网医疗的使用习惯仍有待培养。其中, 诊前环节的互联网医疗服务使用率最高——在线医疗保健信息查询、在线预约挂号和在线咨询问诊总使用率为 18.4%; 在医药电商和互联网健康管理等领域, 使用率分别占到网民的 4.6% 和 3.9%; 而在慢病管理、预约体检、健康保健等 O2O 医疗健康领域, 使用率都低于 1%。

1.2 互联网教育行业

- 国泰君安力鼎资本斥资 1.4 亿做电商教育: 国泰君安力鼎资本与老 A 电商集团签署战略投资协议, 国泰君安力鼎资本今年将投入 1.4 亿元用于老 A 电商在电商教育、创客孵化等领域的发展。老 A 电商计划在 2016 年完成 50 所新华创客大学实验技术学院, 2017 年这一数字将达到 150 所。这一计划将带动全国电商职业教育创新, 通过互联网+创客带动地区传统企业进行互联网转型, 提升就业率, 满足电商人才本地化需求。

1.3 影视综艺

- 根据 EBOT 艺恩票房智库, 2016 年第 3 周周末 (2016 年 1 月 15 日-2016 年 1 月 17 日) 中国内地周末票房达 4.97 亿元, 环比下降 17.29%, 周末放映场次 55.45 万场, 观影人数 1,504 万人次。根据互联网电影数据库 (IMDb.com), 该周末北美地区票房为 2.00 亿美元 (约合 12.82 亿元人民币), 环比增长 25.83%。

表 1: 中国内地第 3 周 (2016 年 1 月 15 日-2016 年 1 月 17 日) 票房排行榜前十

排名.影片名	周末票房(万)	累计票房(万)	平均票价	场均人次	口碑指数	上映天数	制作方
1.星球大战: 原力觉醒	13385	63367	39	33	7.78	9	卢卡斯影业、迪士尼
2.熊出没之熊心归来	10540	13093	32	39	7.6	2	华强数字动漫、乐视影业、珠江影业
3.极限挑战之皇家宝藏	7726	7752	32	23	6.79	3	尚视影业、东方卫视
4.最后的巫师猎人	6177	6208	28	29	7.13	3	狮门影业、顶峰娱乐
5.消失爱人	4046	4157	31	18	7.09	3	完美星空传媒
6.唐人街探案	3173	72640	33	33	8.01	18	万达影业、骋亚影视
7.通灵神探	1527	2919	29	14	6.92	4	新线电影
8.老炮儿	1375	86878	33	29	8.58	25	华谊兄弟
9.寻龙诀	689	166003	31	26	8.33	31	万达影业、华谊兄弟、光线传媒
10.神探夏洛克	468	15414	37	31	7.47	14	BBC, 华夏影业

资料来源: EBOT 艺恩票房智库, 长城证券研究所整理

表 2: 中国内地 2016 年 1 月 23 日单日票房排行榜前十

排名: 影片名	单日票房 (万)	环比变化	累计票房 (万)	平均票价	场均人次	口碑指数	上映天数
1.功夫熊猫 3	4178	--	4186	35	53	8.28	点映
2.星球大战: 原力觉醒	1901	34%	73191	37	25	7.77	15
3.熊出没之熊心归来	1681	77%	19728	32	27	7.71	8
4.云中行走	1553	20%	2854	35	16	7.9	2
5.最后的巫师猎人	995	24%	12545	30	22	7.03	9
6.真相禁区	748	-31%	1850	28	11	7.34	2
7.唐人街探案	745	31%	76840	33	29	8.01	24
8.恶人报喜	386	389%	474	30	16	8.16	1
9.极限挑战之皇家宝藏	275	-13%	11482	30	13	6.59	9
10.老炮儿	262	37%	88528	33	24	8.58	31

资料来源: EBOT 艺恩票房智库, 长城证券研究所整理

- 最强贺岁档线上份额占八成: 2015 年贺岁档 (11.27-12.31) 影市大盘报收超 47 亿元, 同比增幅 38%, 其中线上票房贡献率高达 77%; 观影人次 1.43 亿, 同比增长 51.1%。从贺岁档第三方主要电影票务平台份额看, 猫眼占比最高, 百度糯米第二, 微票以微弱差距排名第三。线上平台通过大数据指导、超强流量入口以及在影院端渗透等对电影观众和电影市场影响日益加深。(艺恩网)
- 乐视正式冠名国安: 1 月 19 日, 乐视和北京国安足球俱乐部联合宣布达成深度战略合作伙伴关系, 双方将在俱乐部经营、俱乐部品牌建设、俱乐部青训体系建设等方面展开全面战略合作, 并探讨未来股权合作的可能性。2016 年乐视将正式冠名北京国安足球队, 球队名称变更为“北京国安乐视队”。
- 合一集团联手阿里百川投资 10 亿扶植创业: 1 月 19 日, 合一集团与阿里百川在北京联合发布“合一百川创业加速计划”。通过融合的“文娱+电商”生态, 以平台资源支持、资金投入和人才培养等综合扶持方案, 为创业者提供从内容到商业的加速动力。
- 2015 年全球票房 380 亿美元, 中国市场居次席: 2015 年全球电影总票房 380 亿美元, 其中北美票房为 110 亿美元, 占比 29% 居首位; 中国 67.8 亿美元, 占比 17.8% 居次席。2015 年中国电影取胜的最大因素是“新力量”不断出现, 涌现大量新导演、新编剧、新制片人, 使中国电影呈现出四大特点: 在类型“常规动作”上有各种突破、在类型创作上实现本土化突破、流行文化元素注入了类型化创作、类型电影文艺化或将文艺电影类型化的尝试。(中国新闻网)
- “太子妃”创 27 亿播放量, 乐视声称优化内容后重新上线: 乐视自制第一网剧《太子妃升职记》开播即得到广大热心媒体及乐迷的关注和热捧, 在创下近 27 亿播放量, 26.6 亿微博话题阅读量等多项纪录的同时, 颠覆了互联网剧制作、营销、播出的传统模式, 获得了空前的关注。乐视声称“太子妃”部分内容正在做优化处理, 并且应该很快就能重新上线。
- 本周六, CSM34 城电视剧收视率排行榜首及网络日播榜首均由“天天有喜之人间有爱”夺得; “半月传”热度不减, 日点播量依然高达近 1.1 亿, 占据电视剧网络日播排行榜单第二。

表 3: 2016 年 1 月 23 日 CSM34 城电视剧收视榜

排名	电视剧	集数	频道	收视率%	市场份额%	上线时间
1	天天有喜之人间有爱	15-16 集	湖南卫视	1.745	4.428	2016/1/13
2	煮妇神探	25-26 集	浙江卫视	1.62	4.004	2016/1/8
3	少帅	21-22 集	北京卫视	1.572	3.881	2016/1/11
4	搭错车	-集	山东卫视	1.525	3.765	-
5	特种兵四霹雳火	12-13 集	江苏卫视	1.294	3.185	2016/1/15
6	剑侠传奇	11-12 集	安徽卫视	0.989	2.44	2016/1/16
7	少帅	21-22 集	上海东方卫视	0.896	2.215	2016/1/11
8	嘿老头	-集	深圳卫视	0.749	1.843	-
9	伪装者	11-12 集	贵州卫视	0.713	1.76	2016/1/16
10	*寻找爱的冒险	-集	湖南卫视	0.699	3.48	-

资料来源: 克顿传媒, 长城证券研究所整理

表 4: 2016 年 1 月 23 日电视剧网络日播榜

名称	类型	优酷	土豆	爱奇艺	搜狐	腾讯	乐视	芒果	总播放量(万次)	
1	天天有喜 2 之 人间有爱	神话/言情/ 喜剧/古装	---	---	3354	---	4734	---	7577	15666
2	半月传	古装/女性/ 励志	---	---	---	---	3079	8635	---	11714
3	煮妇神探	悬疑/励志/ 喜剧/民国/ 言情	---	---	5811	1627	3904	---	---	11342
4	特种兵之霹雳 火	都市/军事/ 励志	2446	107	3568	823	3232	916	134	11226
5	少帅	传记/历史	2631	98	3675	---	3678	---	---	10082
6	秦时明月	历史/励志/ 古装/武侠	2756	61	1813	519	---	---	215	5363
7	搭错车	家庭/励志/ 都市	565	59	1855	387	1254	---	---	4120
8	狐影	抗战/谍战	---	---	1625	---	915	359	---	2899
9	蜀山战纪剑侠 传奇	古装/言情/ 动作/仙侠	---	---	2865	---	---	---	---	2865
10	刀光枪影	动作/悬疑/ 言情/抗战	---	---	1126	360	752	205	---	2443

资料来源: EBOT 艺恩票房智库, 长城证券研究所整理

■ 本周六, “我是歌手” 以 3,000 万次点播率占据综艺网络日播排行榜单第一。

表 5: 2016 年 1 月 23 日综艺网络日播榜

名称	优酷	土豆	爱奇艺	搜狐	腾讯	乐视	芒果	总播放量(万次)
----	----	----	-----	----	----	----	----	----------

名称	优酷	土豆	爱奇艺	搜狐	腾讯	乐视	芒果	总播放量 (万次)
1 我是歌手第4季 160122 黄致列首唱中文李玟逆袭夺冠	---	---	---	---	---	---	3953	3953
2 二十四小时 160122 穿越泰国吴磊惨遭安以轩抓内裤	---	---	1654	---	253	---	---	1907
3 最强大脑 160122 周杰伦回归唱蜗牛	---	56	432	---	255	460	---	1203
4 非正式会谈 160122 举报朋友作弊是否有错引发争议	---	---	37	---	449	522	---	1008
5 奔跑吧兄弟 160115 跑男收官再玩超能力撕名牌	---	---	694	---	---	---	---	694
6 天天向上 160122 欧弟“产后复出”黄致列联手金希澈卖白菜	---	---	---	---	---	---	497	497
7 二胎时代 160122 王子高烧40度远赴沈阳找艾米	66	16	163	37	114	48	---	445
8 欢乐喜剧人第2季 160117 小沈阳《不差钱2》回归	285	33	---	---	---	---	---	319
9 我是歌手第4季 160115 李玟赤脚上阵忘情献唱	---	---	---	---	---	---	284	284
10 金星秀 160120 金星惨遭歹人蒙脸毒打	257	11	---	---	---	---	---	268

资料来源: EBOT 艺恩票房智库, 长城证券研究所整理

1.4 游戏

- 暴风魔镜获 2.3 亿 B 轮注资, 2015 年国内 VR 行业融资超 10 亿: 国内 VR 硬件商暴风魔镜宣布获得 B 轮融资, 融资金额 2.3 亿元人民币, 由中信集团旗下中信资本领投, A 股上市公司天神互动、暴风鑫源跟投。融资后, 暴风魔镜估值达到 14.3 亿元人民币。暴风魔镜主要专注于移动端的虚拟现实硬件设备, 自 2014 年 9 月发布第一代产品至 2015 年 12 月, 出货量已超过 50 万, 官方消息称其为全球第一家实现虚拟现实设备量产的公司, 且用户规模居全球第一。2015 年国内可统计的 VR 项目融资总额已超过 10 亿元, 且百度、腾讯、乐视、小米等科技巨头正在纷纷进军 VR, 让这个领域获得了前所未有的关注。
- 虚拟现实去年获 7 亿美元风投, 今年将迎投资爆发: 科技市场研究公司 Digi-Capital 发布了一份关于 VR 和 AR 的报告, 报告声称, 去年 VR/AR 领域吸引的风险投资总额

为 6.86 亿美元。上述的投资总额囊括了软件（内容）投资和硬件投资。根据分解结果，虚拟现实视频成为投资重点，甚至超过了呼声较高的游戏。据分析，和游戏相比，视频内容制作成本更低，容易获得大量用户，因此也获得了风投机构的青睐。

- 从 2015 年底开始，一直专注自己平台分发产品的腾讯互娱开始对外开放渠道合作（分包），与包括小米、UC 等多家安卓渠道展开联运、CPS 等合作，以重点产品 7:3 或个别产品 5:5 的分成展开合作。而最近游戏陀螺发现腾讯旗下的多款手游还在进行着另外一种合作方式：“大区合作”，目前已知产品为《火影忍者》、《王者荣耀》等。所谓的大区合作可以理解为端游时代的联合推广或是端游时代的推广，也就是给合作者（主要是网站）分包，合作者进行用户引导下载以及消费促进。不过，腾讯的项目组对合作者有考核要求，大方向为：下载量和留存还有消费，另外要求平均消费值大于产出比。如果不大于则不会结款。举例：假如一个用户消费标准 1 元，如果用户未消费满 1 元，则不会结算。而且结算支付的是 QB。据参与者透露，这类合作多在游戏首发时开始，由于存在很多刷数据的情况，被项目组砍掉的数据也很多。（游戏陀螺）
- 1 月 22 日消息，盟云移软近日分别以 1.1 亿收购了深圳市酷炫游科技有限公司（以下简称酷炫游）100% 股权、以 1.6 亿元收购深圳市一点网络科技有限公司（以下简称一点网络）100% 股权、以 1.9 亿元收购深圳市易天互网络科技有限公司（以下简称易天互联）100% 股权，三家公司总收购金额达到 4.72 亿元，布局 VR 产业链。酷炫游成立于 2012 年 6 月，主要业务为手游研发，发行，运营以及 VR 内容、工具研发等。旗下产品有《天天跑吧》、《植物射僵尸》、《海岛消消乐》等产品，以休闲类型为主。在 VR 方面，暂时还没有推出内容。一点网络成立于 2014 年，业务包括移动广告、VR（虚拟现实）内容的推广、游戏联运、游戏发行等，在 VR 领域推出了 VR/AR 虚拟现实广告 SDK。据悉，目前一点网络正在研发“移动虚拟现实内容和游戏推广平台”，布局虚拟现实游戏和虚拟现实内容的发行，打造内容分发平台。易天互联公司主要业务及产品包括游戏业务和 VR 业务。公司真正涉及 VR 领域是从 2015 年初开始，并组建了一支 VR 团队，负责 VR 内容制作和相关 APP 开发，为游戏娱乐、教育、医疗、旅游等行业客户提供解决方案和定制技术开发服务。收购方盟云移软是国内较大的 VR 云移动软件平台商之一，此次收购三家 VR 相关公司，主要是从内容、平台、营销推广等方面布局 VR 产业链。

1.5 广告营销

- 湖南卫视广告创收 109 亿：湖南广告经营管理中心 2015 年创收为 109.1 亿元，同比增长 30.9%，超额全年任务 31.5%。其中，湖南卫视 2015 年全年创收 101.8 亿元，同比增长 35.7%，净增 26.8 亿元，超额全年任务 35.7%，成为首个单频道创收突破百亿的省级卫视。2015 年，湖南卫视三大剧场凭借《武媚娘传奇》、《伪装者》、《花千骨》等几十部精品大剧获得收视、口碑双丰收。而且，湖南卫视拥有包括《快乐大本营》、《我是歌手》、《爸爸去哪儿》等在内的品牌综艺节目。仅《爸爸去哪儿 3》一档综艺的广告总收益就高达 15 亿元。

2. 重点公司动态及点评

2.1 奥飞动漫（002292）战略发布会

我们于 2016 年 1 月 20 日参加了奥飞动漫在北京举办的战略发布会,简要情况介绍如下:

【会议背景】

1 月 20 日消息,广东奥飞动漫文化股份有限公司公告称,公司将与北京光年无限科技有限公司签订增资协议,向光年无限投资人民币 5000 万元,获得光年无限 5% 的股权,并享有业务优先合作权。光年无限是一家专注于从事智能机器人操作系统研发、人工智能深度学习的语义理解和认知计算技术的研发和场景应用的公司。财务数据显示,截至 2015 年 10 月 31 日,光年无限总资产为 5340.50 万元,净资产为 5229 万元;2015 年 1~10 月,公司营业收入为 92.02 万元,净利润亏损 448.13 万元。经评估,于评估基准日 2015 年 10 月 31 日,在持续经营假设前提下,光年无限全部股东权益评估价值为 10 亿元。奥飞动漫此番向该公司投资 5000 万元,其中 1.6186 万元计入公司注册资本,其余部分计入资本公积金。增资完成后,光年无限的注册资本由 30.754 万元增加至 32.3726 万元,奥飞动漫持股 5%。光年无限研发的云端机器人**图灵机器人**,能够向第三方提供一体化、接入和使用门槛低的云端机器人**大脑服务**,使第三方产品快速拥有智能人机交互功能,具有广泛的应用场景。**光年无限基于图灵机器人后台的移动互联网产品“虫洞语音助手”**累计下载用户已超**3500 万**;图灵机器人平台开放后,已为**超过 6 万个合作伙伴提供智能人机对话和问答交互服务**,相应用户交互请求已达**100 亿次以上**,是目前中文语境下智能度较高的人工智能机器人。

■ 第一代飞侠机器人设计者:廖冰 with 乐迪机器人

产品的灵感源于一位父亲最基本最朴素的想法——为孩子们创造快乐和梦想。缺乏陪伴的孩子往往在智能情商&好习惯的养成&人际交往能力方面比同龄人差,当代父母的社会压力和工作压力较大,没有足够的时间陪伴孩子,孩子需要一个可交互的小伙伴来陪同。而飞侠机器人则在一定程度上承接了这一任务,作为交互的桥梁,飞侠机器人可以陪伴孩子快乐健康成长。那么,孩子们需要什么样的机器人呢?答案是,明星 IP+人工智能。飞侠机器人乐迪定位于学龄前儿童陪伴机器人,创造孩子的快乐与梦想,侧重陪伴。明星 IP《超级飞侠》在 28 个国家地区播出,中美韩均为同类 IP 第一名,13.8 亿次全网点击。) + 人工智能 (TURINGOS)。作为明星 IP,《超级飞侠》中的情节和机器人陪伴的定位非常吻合,而超级飞侠在中美韩三地的收视表现都非常的亮眼,而且在同类节目同时段取得 13.8 亿点击的第一名的好成绩也使之具备市场基础。最后机器人的原型便是《超级飞侠》中的主角——乐迪。乐迪具备了语音识别+语义理解+情感识别+自我学习能力以及视觉识别等功能,为了更好地用户体验,乐迪同时配备了摄像头、微投影(保护小朋友的视力)、和强大的内容平台(自研和开放 SDK)。

而双向交互式机器人的基本条件就是听得懂看得懂会思考,察言观色洞察情绪并且和孩子们一起学习成长;通过丰富的多模态交互:动作、表情、声音、图像来和孩子们互动。

1.双向仿真式交互引领幼教方式变革---在双向仿真的模式下,乐迪可以记录包括看电视时、玩乐时、学习时,儿童的日常点滴,并提供孩子的每日成长报告),而《飞侠幼儿英语》《小伴龙》《宝宝巴士》《贝瓦儿歌》《唐诗三百首》等作为优质的内容源头提供强大的内容支持,并为孩子们创造更多的应用场景,在平台上分发更多的精品应用,构造完整的机器人生态圈。

2.情感计算(孩子是否开心,若不开心,那是几级的不开心,会主动讲笑话。开心的话,安排专注化的学习内容)——强大黑科技。通过情感计算,可以知道小朋友的情绪,开心 OR 不开心,如果不开心,乐迪可以给孩子听欢快的音乐,如果开心,乐迪会安排给孩子需要专注力的学习课程。而在每日成长报告中,家长可以看到乐迪每天的工作记录,

包括给儿童提供了什么内容性质的服务和指导。但是我们需要知道，最终机器人无法取代父母的陪伴，只是提供了一个陪伴他们的伙伴，孩子们的成长里，父母总是扮演着不可缺失的重要角色。

■ 图灵机器人 CEO 俞志晨

智能机器人分为两部分，一部分是载体，看得见摸得着的硬件。另一部分是人工智能。在他看来智能汽车不需要太多干预就可以自动驾驶，这更像是机器人汽车，只不过载体是汽车的形状。今天可能会看到很多玩具，学习机，音响。将来都会被整合到一款产品——智能机器人。智能机器人不仅是一个玩具，更是一个巨大的计算平台。现阶段的图灵机器人通过多维传感器处理、信息感知交互等丰富使用体验，外形上虽然能做到 80% 的仿真，但功能上还远不够。而机器人现阶段的智商能力只处于 6-7 岁的学龄儿童水平，所以在应用上更加适合儿童。而用户需求小孩是整个家庭的消费重心，而从用户习惯上来看，小孩天生就习惯使用智能交互。目前智能机器人定位儿童占比大于 80%。但是未来机器人不只会是玩具，而是家庭娱乐、教育、生活的互联网超级入口。人类的交互方式也一定会从键盘—》鼠标—》触控—》多模式形态。图灵机器人累计用于已经超过 3 亿，每日积累数剧超过一亿次，拥有 100+知识产权，“在中文语音处理领域处于绝对领先”。

■ 奥飞智能科技 CEO 陈锦清 with 嘉佳机器人

80 后儿童时代回忆是红白机和电视机。现在，智能手机、ipad、电脑已经进入人们生活，很多儿童也在使用这些产品，但这些产品是成人化的设计，而且使用时家长孩子一人一台，使得孩子和家人的交流疏远。所以，奥飞要发布针对孩子需求的产品。奥飞科技发布的产品嘉佳是一款专属儿童的社交机器人，针对孩子需求，将打造儿童的朋友圈。“嘉佳”的谐音是两个加号，一个“+”连接家人，一个“+”连接伙伴，从而让“儿童朋友圈”的概念成为现实。其产品形态既可以是智能机器人，也可以是可穿戴手表；在娱乐、教育、社交等很多场景里，嘉佳是通过父母的手机 APP 来实现连接，而嘉佳同时也是奥飞的家庭娱乐电视频道。嘉佳的功能包括社交、教育、电视互动、游戏互动等功能。

在与家长互动上，家长可以通过机器人随时了解孩子的学习情况。在交友上，有类似微信摇一摇功能，让孩子结识新伙伴。在教育上，嘉佳具有三大特点：(1)游戏互动学习，将学习融入游戏；(2)双向仿真体验，孩子答对问题时有笑脸奖励，答错问题时红色警报，就像老师一样，双向体验；(3)鼓励式机制，家长可以立刻看到小朋友学习情况，针对孩子表现，家长可以在嘉佳上给小朋友奖励动画片，买玩具。同时，嘉佳是一款绿色产品，具体表现在：(1)嘉佳的健康内容，嘉佳上所有内容经都过教育专家审核，保证适合儿童；(2)限时娱乐，具有提醒小朋友规律健康作息功能；(3)安全设计，无棱角，采用食品级材质。软硬件上，嘉佳分别拥有强大的合作伙伴，业务上合作共赢此外嘉佳机器人还将会配备智能手表，将于今年 3.21 全球同步众筹上线。主要功能除了定位通话等基本内容，还会有我们独特的 IP 与内容、儿童财商、不懂问问等。

■ 奥飞集团首席战略官李斌：IP+科技，奥飞智能计划将投入 20 亿，围绕丰富的 IP 资源开发系列机器人

2016 年将是新中产消费的元年。C2B（用户与企业）的关系已经从以往产品、内容、数据的连接，跨越到 4.0 版本的情感连接。奥飞要打造的不是冷冰冰的硬件和平台，而是一个孩子喜欢，家长放心的家庭情感入口。奥飞的智能机器人目标是打造心伙伴，心生

态，不是华而不实的娱乐或者刻板的教育等功能。奥飞智能机器人是孩子独立成长上的良师益友，孩子与社会环境交流的桥梁，将指引孩子认识世界，同时也指引父母认识孩子。奥飞 20 多年的历程，做的一直是倾听孩子心声变成现实。从最初的奥迪双钻、动画片到智能机器人，生产各种类型的产品，不仅仅是生产玩具，而是满足孩子的需求。现在奥飞要打造家庭智能生态，而家庭智能生态的基础与核心，是对用户的亲和力以及对合作伙伴的吸引力我们成立奥飞智能科技公司，未来将投入 20 亿元资金，研制机器人、可穿戴手表等智能终端，将奥飞“儿童内容第一”的核心优势延伸至“儿童智能终端第一”，为全面进入家庭智能市场打下基础。预计 2016 年，奥飞智能手表和儿童机器人的总存量超过 100 万台，未来将发展成儿童智能领域最大入口平台。奥飞切入人工智能领域，构建智能“新生态”的初衷和起点就是将技术转化为应用，让孩子与虚拟的动漫形象进行现实、真实的交互。2017 年，奥飞智能生态云系统将向合作伙伴开放，未来还会在孤儿院安排 1 万台机器人回报社会。同时，针对成人也有 Vr、人机交互等泛娱乐生态。联合国际内容、教育和科技公司，全球推进智能生态，让中国的科技温暖世界。

2.2 影视动漫

暴风科技 (300431) 公司于 2016 年 1 月 18 日公告，暴风科技及关联方等 17 方拟将所持北京暴风魔镜科技合计 50.65% 股权增资入股北京中芯铭弈科技。本次增资完成后，公司持有中芯铭弈 40.2126 万元出资额，持股 18.8518%，暴风控股持有中芯铭弈 41.5404 万元出资额，持股 19.4742%。

唐德影视 (300426) 公司牵手 Talpa 进军综艺领域，由 Talpa 及唐德影视或各自的关联公司共同设立中外合资公司，在中国（包括香港、澳门及台湾地区）开发和电视模式、商标以及其他知识产权。Talpa 向唐德影视授予《……好声音》（“The voice of...”）节目相关权利并向后者提供相关服务（以下简称“模式交易”）。

新文化 (300336) 重大资产重组，继续停牌。

2.3 游戏

昆仑万维 (300418): 昆仑万维于 2016 年 1 月 19 日公告，为拓展公司业务，依据公司战略发展规划，昆仑集团将投资美国新一代机器人公司 Woobo Inc. 80 万美元，认购 20% 优先股。公司致力于发展成为全球领先的互联网综合服务提供商，立足游戏本业不断进取，努力为玩家持续提供交互性优良的精品大作。本次公司投资人工智能领域，将进一步拓展公司在游戏行业及人工智能行业的研发能力，相互精进对实现传统游戏行业的突破及跨领域结合皆有裨益。公司研发实力的不断钻研与提升对打造以昆仑万维为核心的全球化互联网生态链提供了技术保障。

博瑞传播 (600880): 2015 年 9 月 16 日至 2016 年 1 月 15 日期间，公司股票因重大资产重组原因持续停牌，导致该部分董事、监事、高管无法在原承诺期内增持本公司股票。基于对未来发展前景的信心以及对本公司价值的认可，为支持公司做大做强和持续稳定发展，进一步稳定投资者市场预期，增强投资者对公司的发展信心，该部分董事、监事、高管计划在后续将通过上海证券交易所证券交易系统完成原增持公司股票的承诺。

3. 下周重点事件提醒

我们收集了传媒行业股价跌破控股股东高管增持价或定增价的标的，供参考。

表 6: 2016 年 1 月 22 日价格低于高管增持平均价格的股票

代码	股票	目前股价	高管、控股股东增持平均价格(复权)	增持数量(万股)	公告日	折价率
300027.SZ	华谊兄弟	28.90	40.00	322.00	2015/12/18	72.25%
300058.SZ	蓝色光标	10.02	13.30	1,322.60	2016/1/7	75.34%
600825.SH	新华传媒	8.35	10.56	300.00	2016/1/7	79.07%
300133.SZ	华策影视	23.70	27.91	1,733.27	2015/7/1	84.92%
601801.SH	皖新传媒	21.93	23.91	110.00	2015/8/5	91.72%
601928.SH	凤凰传媒	12.15	12.64	1,305.00	2015/8/26	96.15%
600715.SH	*ST 松辽	36.00	36.05	246.72	2015/12/12	99.86%

资料来源: Wind, 公司公告, 长城证券研究所整理

表 7: 2016 年 1 月 22 日股价低于定增价格的股票

代码	股票	目前股价	定增价格(复权)	增持数量(万股)	公告日	折价率
000793.SZ	华闻传媒	9.85	12.31	7,473.60	2015-03-20	80.02%
600637.SH	东方明珠	27.50	32.43	15,974.61	2015-06-12	84.80%
000156.SZ	华数传媒	21.61	22.80	28,667.10	2015-05-12	94.78%
002131.SZ	利欧股份	17.58	17.68	9,942.31	2015-12-14	99.43%

资料来源: Wind, 公司公告, 长城证券研究所整理

4. 下周服务通告, 请与长城对口销售同事联系获取详细信息

暂无

研究员介绍及承诺

金炜: 通信工程专业硕士, 2010 年加入长城证券, 任通信行业分析师, 4 年通信行业工作经验。

刘浩然: 格拉斯哥大学经济学硕士, 2012 年加入长城证券, 2014 年任传媒行业研究员

何思霖: FRM, 美国布兰戴斯大学金融学硕士, 2015 年加入长城证券并任传媒行业研究员

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力, 在执业过程中恪守独立诚信、勤勉尽职、谨慎客观、公平公正的原则, 独立、客观地出具本报告。本报告反映了本人的研究观点, 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接收到任何形式的报酬。

免责声明

长城证券股份有限公司(以下简称长城证券)具备中国证监会批准的证券投资咨询业务资格。

本报告由长城证券向其机构或个人客户(以下简称客户)提供, 除非另有说明, 所有本报告的版权属于长城证券。未经长城证券事先书面授权许可, 任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布, 亦不得作为诉讼、仲裁、传媒及任何单位或个人引用的证明或依据, 不得用于未经允许的其它任何用途。如引用、刊发, 需注明出处为长城证券研究所, 且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

本报告是基于本公司认为可靠的已公开信息, 但本公司不保证信息的准确性或完整性。本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用, 并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向他人作出邀请。在任何情况下, 本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。在任何情况下, 本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。

长城证券在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或进行证券交易, 或向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务在内的服务或业务支持。长城证券可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系, 并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

长城证券版权所有并保留一切权利。

长城证券投资评级说明

公司评级: 强烈推荐——预期未来 6 个月内股价相对行业指数涨幅 15%以上;
推荐——预期未来 6 个月内股价相对行业指数涨幅介于 5%~15%之间;
中性——预期未来 6 个月内股价相对行业指数涨幅介于-5%~5%之间;
回避——预期未来 6 个月内股价相对行业指数跌幅 5%以上。

行业评级: 推荐——预期未来 6 个月内行业整体表现战胜市场;
中性——预期未来 6 个月内行业整体表现与市场同步;
回避——预期未来 6 个月内行业整体表现弱于市场。

长城证券销售交易部

深圳联系人

刘 璇: 0755-83516231, 18938029743, liux@cgws.com
李 丹: 0755-83699629, 18665289977, ldan@cgws.com
李嘉禾: 0755-83516287, 18201578698, lijiah@cgws.com
李小音: 0755-83516187, 18562591899, lixiaoyin@cgws.com
吴林蔓: 075583515203, 13418560821, wulinman@cgws.com

北京联系人

赵 东: 010-88366060-8730, 13701166983, zhaodong@cgws.com
王 媛: 010-88366060-8807, 18600345118, wyuan@cgws.com
李珊珊: 010-88366060-1133, 18616891195, liss@cgws.com
杨徐超: 010-88366060-8795, 18611594300, yangxuchao@cgws.com
申 涛: 010-88366060-8777, 15801188620, shentao@cgws.com

上海联系人

谢彦蔚: 021-61680314, 18602109861, xieyw@cgws.com
徐佳琳: 021-61680673, 13795367644, xujl@cgws.com
凌 云: 021-61683504, 18621755986, lingyun@cgws.com
王 一: 021-61683504, 13761867866, wangy@cgws.com

长城证券研究所

深圳办公地址: 深圳市福田区深南大道 6008 号特区报业大厦 17 层

邮编: 518034 传真: 86-755-83516207

北京办公地址: 北京市西城区西直门外大街 112 号阳光大厦 8 层

邮编: 100044 传真: 86-10-88366686

上海办公地址: 上海市民生路 1399 号太平大厦 3 楼

邮编: 200135 传真: 021-61680357

网址: <http://www.cgws.com>