

广告业资源优势显威强者恒强

——传媒行业周报（10.08.02-10.8.06）——

强于大市

内容摘要:

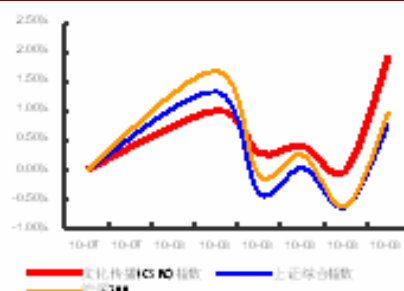
- **上周传媒板块强于大市。**上周，沪深 300 指数呈现震荡整理走势，全周上涨 1.00%，具体情况为开盘 2868 点，收盘 2897 点，最高 2929 点，最低 2818 点。上周传媒周涨幅 1.95%，强于大市。
- **行业视角。**国务院三网融合工作协调小组办公室日前印发了《关于三网融合试点工作有关问题的通知》，要求各试点地区尽快建立健全三网融合组织协调机构，并于 8 月 16 日前上报试点方案。这意味着“三网融合”将正式试运行。
- **数据传媒。**中国广告业协会发布 2009 年广告业经营 100 排序报告，媒体服务类只占 0.16% 的 200 家广告公司创造了 2009 年整个广告业 32% 的营业份额。媒体单位 119 家上榜单位，营业总额为 7345856 万元，占 2009 年广告业营业额的 36%。综合性广告公司依然占据排行的前十名，这折射出广告业优势资源的集中度居高不下，强者恒强。
- **本周表现：跟随大市。**本周传媒板块可能跟随大市。大盘进入震荡调整期。原因主要是：一是面对 2680 点前期密集成交区，振荡整理应是常理。二是，本周将公布 7 月份 GDP、CPI 等宏观经济数据。股市也会在稳增长和调结构的博弈中区间震荡。而传媒板块今年以来涨幅为 -0.83%，沪深 300 为 -18.03%，两者相差 17.2 个百分点，需要寻求相对平衡。

研究员

马凤桃
执业证号：S1250200010002
电话：010-57631231
邮箱：mft@swsc.com.cn

潘红敏
执业证号：S1250110030182
电话：010-57631226
邮箱：phm@swsc.com.cn

行业一周市场表现



原始 BETA	0.67
调整 BETA	0.78

注：标的指数为沪深 300 指数。

资料来源：Wind 资讯

目 录

一、市场动态	1
上周整体跟随大市	1
二、行业视角	2
国务院：三网融合方案 16 日前上报	2
二季度网游 TOP5 厂商占据市场份额七成	3
三、数字传媒	4
2009 年度中国广告公司营业额百强	4
2009 年度中国媒体单位广告营业额前 100 名	4
2009 年度中国广告企业（非媒体服务类）广告营业收入前 100 名排序成	7
2009 年度中国广告企业（非媒体服务类）广告营业额前 100 名排序	9
2009 年度中国广告企业（媒体服务类）广告营业额前 100 名排序	12
网络广告二季度同比增长 57% 50 强出炉	15
四、投资策略	17
本周大盘震荡盘整，传媒板块将跟随大市	17

一、市场动态

上周整体强于大市

上周，沪深 300 指数呈现震荡整理走势，全周上涨 1.00%，具体情况为开盘 2868 点，收盘 2897 点，最高 2929 点，最低 2818 点。全周成交 366.9 万手（3912 亿元），和前一周 341.9 万手（3578 亿元）相比微增 7%。

上证综指和深综指的走势与之类似。深综指更强，全周上涨 2.98%。上周传媒周涨幅 1.95%。

表 1: 100730 - 0806 传媒板块市场表现

板块名称	区间涨跌幅(算术平均) %	区间换手率(算术平均) %
传播与文化产业	2.9	19.27
出版业	1.73	15.66
广播电影电视业	4.8	27.62
信息传播服务业	2.14	9.11
其他传播、文化产业	3.03	47.12

资料来源 WIND 西南周证券研究中心

表 2: 板块内上市公司一周内表现

证券代码	证券简称	周收盘价 元	周涨跌幅 %	周换手率 %	相对大盘区间涨跌幅 (沪深 300) %	总市值 (亿元)
600551.SH	时代出版	19.56	8.4859	9.607	5.3898	82.4495
300027.SZ	华谊兄弟	35.5	4.6272	36.4778	4.0977	119.28
002238.SZ	天威视讯	22.19	2.211	15.0301	2.1428	59.2473
000917.SZ	电广传媒	18.46	3.3016	19.3592	7.9682	75.0175
600880.SH	博瑞传播	18.34	0.4932	10.9863	0.2517	112.9414
600037.SH	歌华有线	14.6	0.6897	7.5477	0.0057	154.8127
000839.SZ	中信国安	12.44	3.8397	8.0495	5.0085	195.0506
600831.SH	广电网络	9.96	2.4691	27.1909	2.2086	56.1185
600088.SH	中视传媒	16.32	3.9197	21.217	4.1856	54.0881
000504.SZ	*ST 传媒	8.94	-0.9967	5.7734	-0.2345	27.8547
000793.SZ	华闻传媒	6.28	0.1595	3.9232	0.2807	85.4163
300058.SZ	蓝色光标	34.11	8.6306	13.2311	6.244	40.932
600825.SH	新华传媒	9.15	4.4521	12.6367	3.0576	95.6072
300052.SZ	中青宝	23.14	2.1634	26.2627	1.9325	30.082
601999.SH	出版传媒	11.84	0.0845	21.6232	-0.9367	65.2283
601801.SH	皖新传媒	12.65	2.1809	16.923	-0.0475	115.115
300071.SZ	华谊嘉信	31.99	4.5767	41.0803	2.3435	16.5565
002292.SZ	奥飞动漫	28.46	-1.0087	27.0364	1.4697	72.8576

资料来源 WIND 西南周证券研究中心

上周传媒板块表现最好的是时代出版和蓝色光标，前者涨幅 8.486%；后者蓝色光标涨幅 8.63%。第三名由华谊兄弟占据，周涨幅 4.627%。

经过分析可以发现，时代出版作为出版业中不错的公司，今年又成功实现定向增发，但估值相对偏低。截止 8 月 6 日，其 09PE 为 33.72 倍，相对于传媒板块 PE（中值）52.2X 来说，相对处于估值洼地。

蓝色光标一直以来，以“购而不并”的独特购并方式吸引投资者关注，周五一举涨停，周一公告称，因重大事项停牌，业内估计可能有重大购并项目落地。

华谊兄弟则因《唐山大地震》的激发而涨势良好，8 月 6 日，公司公告称，自 7 月 22 日公开上映，截至 2010 年 8 月 5 日 24 时，上映 15 天，电影《唐山大地震》的票房达到人民币 4.8 亿元。《唐山大地震》有 6 家投资方，总投资 1.2 亿元。唐山市政府出资 6000 万元；华谊出资 5400 万元，中影出资 600 万元。而后，华谊又将其部分投资转卖给浙江影视集团、英皇影业和寰亚公司，其中浙江影视集团出资 1200 万，英皇出资 600 万。6 家投资方，获取收益和回报的方式各不相同。

其中，中影集团、浙江影视集团和英皇影业都只拿固定收益，不参与影片利润分成，寰亚则主要参与香港地区利润分成。内地票房所产生的利润主要归唐山市政府和华谊兄弟来分配。

根据华谊 2009 年创业板上的“招股说明书”所说“该剧的发行总收入在扣除发行代理费以及返还电影集团制片分公司的投资款和固定投资收益、华谊传媒投资款、唐山公司 15% 的投资款后，余额由华谊传媒和唐山公司平均分配。”简单来说，唐山方面 85% 的投资是无偿的，但如果盈利，则可分配 50% 的利润。

照此估算，当影片的票房达到 4 亿元，算上贴片广告和植入广告的收益，唐山市可以得到利润是 3000 多万，华谊可以得到 8000 多万利润，而如果票房到达 5 亿元，华谊得到的利润则将 1 亿。如果乐观地看，票房一旦达到 6 亿，则华谊获益则有望达 1.2 亿元。

华谊兄弟总股本 3.36 亿股，1.2 亿收入将增厚 EPS0.36 元。年底华谊投资的《非诚勿扰 2》亦将上映，有望增厚 EPS0.15 元，上调 10 年 EPS 为 0.65 元。上周五公司收盘 35.5 元，PE09 为 141.07X，PE10 为 52.2X，提高评级至“买入”。

二、行业视角

国务院：三网融合方案 16 日前上报

事件：国务院三网融合工作协调小组办公室日前印发了《关于三网融合试点工作有关问题的通知》（以下简称“通知”），要求各试点地区尽快建立健全三网融合组织协调机构，并于 8 月 16 日前上报试点方案。这意味着“三网融合”将正式试运行。

点评：目前，各地区正就具体实施方案进行密集商讨。最新下发的通知明确提出，各省级协调小组尽快组织制定试点地区的三网融合试点实施方案，包括广播电视播出机构负责制定 IPTV、手机电视集成播控平台的建设方案；电信企业负责制定在当地开展 IPTV 传输、手机电视分发、除广播电台电视台形态以外的公共互联网音视频节目服务等广电业务的实施方案；有

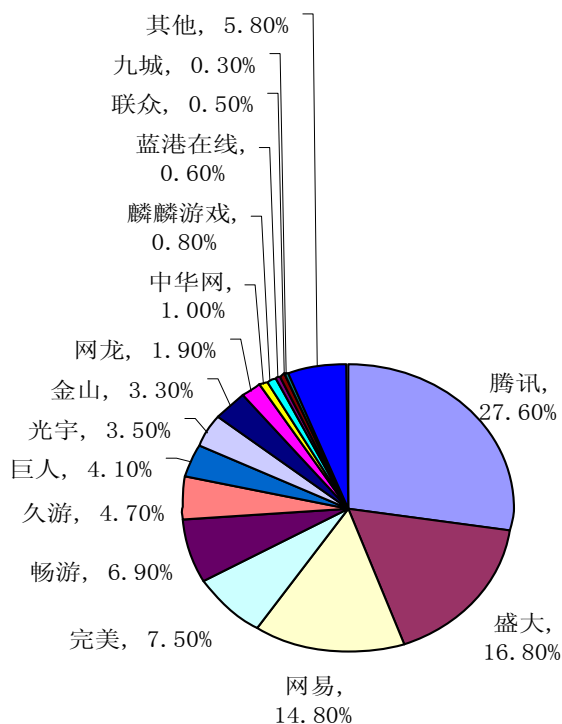
线电视网络企业负责制定在当地开展增值电信业务、比照增值电信业务管理的基础电信业务、基于有线电视网络的互联网接入、互联网数据传送增值业务和国内 IP 电话业务的实施方案；试点地区的行业主管部门负责制定安全监管平台的建设方案；当地党委政府的政策规划措施，包括试点地区三网融合工作的具体目标任务、发展规划、扶持政策和组织保障措施等内容。

短期来看，最受益三网融合的是设备商，对于内容制作方而言，是长期利好。当然核心永远是运营，是盈利的商业模式。歌华有线因其政策、政府的强力支持，可以关注；而天威视讯作为有线网络中市场运营较好的公司，亦值得关注。

二季度网游 TOP5 厂商占据市场份额七成

事件：易观国际发布的《2010 年第 2 季度中国网络游戏市场季度监测》数据显示，2010 年第 2 季度中国网络游戏市场 TOP5 的厂商占据了市场的 73.6%。

图 1：二季度主要网游厂商市场份额占比图



资料来源 易观国际 西南证券研发中心

点评：根据易观国际 EnfoDesk《2010 年第 2 季度中国网络游戏市场季度监测》数据显示，2010 年第 2 季度中国网络游戏市场 TOP5 的厂商占据了市场的 73.6%，腾讯、巨人、畅游等厂商凭借产品更新业绩回暖，而盛大、网易、完美等厂商遇到产品瓶颈，业绩低迷。在 10-15 名厂商中，麒麟、蓝港在线已积累了良好的运营经验，并形成可持续的产品供给能力，形成了稳定的市场竞争力，进入市场主要竞争厂商梯队。整体市场发展趋缓，格局出现松动。

与此同时，艾瑞咨询亦发布了 2010 年第二季度中国网络游戏市场监测数据，称整个网络游戏市场规模预计为 73.4 亿元，环比下降 1.8%，同比增长 8.8%。规模下跌的原因是二季度大多厂家未发布新的游戏产品。随着市场规模放缓，2010 第二季度中国游戏运营商，网络广告

投放规模同比下降了 29.4%，环比下降 13.7%。

另外，文化部网游管理暂行办法 8 月 1 日实施，暂行办法从实名注册、游戏内容、虚拟货币发行和交易等诸多方面制定了明确的监管办法。

三、数字传媒

2009 年度中国广告公司营业额百强

表 3: 2009 年度中国媒体单位广告营业额前 100 名排序（万元）

序号	单位	营业额（万元）
1	中央电视台	1610000
2	上海东方传媒集团有限公司（原上海文广新闻传媒集团）	385200
3	深圳报业集团	372700
4	湖南电广传媒股份有限公司广告分公司	288063
5	北京电视台	260000
6	广州日报	215000
7	浙江广播电视集团	205759
8	安徽电视台广告中心	155000
9	新浪	138100
10	搜狐	120900
11	国家广播电影电视总局电影卫星频道节目制作中心广告部	117290
12	天津电视台	115000
13	广东羊城晚报广告公司	104000
14	湖北省广电总台	103720
15	广东电视台	101000
16	福建广播电视集团	100000
16	福建报业集团	100000
17	腾讯	96200
18	钱江报系有限公司	96003
19	百度	90000
20	辽宁电视台	86000
21	四川广播电视集团广告中心	85200
22	湖北电视台	83700
23	天津市今晚传媒广告有限公司（今晚报社）	80000
23	江西电视台广告中心	80000
24	都市快报	77800
25	江苏新华日报报业集团	76722
26	陕西电视台广告中心	73800
27	北京人民广播电台	62328
28	贵州电视台	62000

29	西安华商广告有限公司（华商报）	60676
30	厦门广播电视集团	60000
31	云南电视台广告管理中心	58300
32	吉林电视台	55000
33	宁波日报报业集团	45635
34	半岛都市报	45000
35	新民晚报社	43279
36	新安晚报社	40000
37	海南电视台	38300
38	无锡市广电广告有限公司	37785
39	武汉晚报广告发展公司	35000
39	中央人民广播电台	35000
40	天津人民广播电台	34500
41	温州日报报业集团	33248
42	广东人民广播电台	32000
43	山西电视总台广告中心	31700
44	新闻报社（新闻晨报）	31411
45	常州广播电视台	30120
46	宁波广播电视广告中心	28500
47	温州市广播电视总台	28000
47	青岛日报报业集团	28000
48	云南日报报业集团广告中心	26500
49	江苏人民广播电台	26328
50	海峡都市报	25000
51	北京环宇广告公司（参考消息）	23875
52	贵州日报报业集团	23000
53	陕西人民广播电台广告中心	22500
54	贵阳日报传媒集团	22000
54	内蒙电视台	22000
55	厦门日报社广告部	21800
56	山东人民广播电台	21000
57	乌鲁木齐晚报社	20909
58	陕西人民广播电台	20500
59	西安晚报广告经营中心	19208
60	辽宁人民广播电台	18800
61	黑龙江人民广播电台	18000
62	浙江日报新闻发展有限公司	17000
62	浙江日报	17000
62	浙江人民广播电台	17000
62	湖北人民广播电台	17000
63	山西日报社广告中心	16731

64	上海第一财经日报	16661
65	厦门广播电视广告有限公司	16502
66	济南日报报业集团	16000
67	杭州日报	15500
68	合肥晚报社广告中心	15300
69	海南日报报业集团广告中心	15000
69	西安电视台广告部	15000
69	南京人民广播电台	15000
69	河南人民广播电台	15000
70	杭州电视台综合生活频道	14300
71	安徽人民广播电台	14000
72	河北人民广播电台	13600
73	泉州刺桐广告公司（东南日报社）	13500
74	济南电视台广告信息中心	13354
75	珠海特区报	13300
76	泉州晚报社	13034
77	福州广电中心	13000
77	大连人民广播电台	13000
78	常州日报社	12536
79	太原电视台广告中心	12500
80	福州日报广告部	12000
80	泉州电视台	12000
80	台州广播电视总台广告中心	12000
80	四川人民广播电台	12000
81	上海世纪出版股份有限公司译文出版社	11869
82	佛山人民广播电台	11800
83	江西人民广播电台	11000
84	南京日报	10890
85	绍兴日报广告有限公司	10566
86	绍兴广播电视总台	10500
87	金华日报社	10200
88	重庆人民广播电台	10000
88	青岛人民广播电台	10000
89	山西太报传媒公司	9793
90	金华广播电视总台	9400
91	新闻报社（新闻晚报）	9200
92	吉林人民广播电台	9000
93	上海教育电视台	8664
94	嘉兴市广播电视总台	8511
95	江苏教育电视台	8483
96	嘉兴嘉报传媒广告有限公司	8457

97	东方日报社	8346
98	广州人民广播电台	8000
99	经济日报社广告部	7800
100	唐山广播电视传媒有限公司	7600

资料来源：中国广告业协会 西南证券研发中心

表 4：2009 年度中国广告企业（非媒体服务类）广告营业收入前 100 名排序（万元）

序号	单位	营业收入（万元）
1	北京电通广告有限公司	110757
2	盛世长城国际广告有限公司	75609
3	上海广告有限公司	73751
4	中航文化股份有限公司	71104
5	上海灵狮广告有限公司	55437
6	上海美术设计公司	36484
7	思美传媒股份有限公司	11410
8	长春吉广传媒集团有限公司	10205
9	四川省巴蜀新形象广告传媒股份有限公司	9971
10	北京互通联合国际广告有限公司	9568
11	上海宝迪广告有限公司	8747
12	南京银都广告商务有限责任公司	8568
13	深圳市风火广告有限公司	8078
14	上海蓝梦广告有限责任公司	8040
15	泉州精彩广告有限公司	7536
16	上海国泰广告有限公司	7217
17	上海网迈广告有限公司	6700
18	上海千胜广告事务所	6000
19	江苏华实广告有限公司	5896
20	上海四维文化传媒有限公司	5705
21	上海观池文化传播有限公司	5572
22	大广（上海）广告有限公司	5550
23	广州交易会广告有限公司	5505
24	上海通锐广告有限公司	5367
25	上海焦点广告传播有限公司	5200
26	上海麒灵广告有限公司	5088
27	上海梅高创意咨询有限公司	5000
28	上海云鹤广告传播有限公司	4956
29	上海天硕广告有限公司	4859
30	上海网策广告有限公司	4761
31	百比赫广告（上海）有限公司	4738
32	上海浩方在线信息技术有限公司	4457
33	上海欣劲广告有限公司	4391

34	上海杰凡文化传媒有限公司	4277
35	上海新泽广告有限公司	4200
36	上海同盟广告有限公司	4151
37	上海大白兔广告有限公司	4132
38	上海大瀚广告有限公司	4025
39	上海电气广告有限公司	4024
40	上海欣影国际传播有限公司	3864
41	上海拜占廷广告有限公司	3823
42	上海汇申广告有限公司	3753
43	上海欧润吉广告传播有限公司	3688
44	群策广告有限公司上海分公司	3686
45	上海策众广告有限公司	3669
46	湖南大华国际广告有限公司	3605
47	苏州工业园区嘉都广告有限公司	3555
48	上海贞观文化传播有限公司	3519
49	上海美远文化传播有限公司	3484
50	上海畅思广告有限公司	3475
51	上海高文传播装潢有限公司	3441
52	上海中艺美术合作公司	3419
53	上海奔动广告有限公司	3414
54	上海触感广告有限公司	3359
55	江苏金鼎广告传播有限公司	3356
56	武汉利器传播集团有限公司	3295
57	上海鸿图大洋广告有限公司	3290
58	上海三欣广告装潢有限公司	3211
59	上海桑桥广告有限公司	3167
60	浙江义乌中国小商品城广告有限责任公司	3100
61	上海大同广告有限公司	3024
62	北京国安广告总公司	2936
63	图素广告（上海）有限公司	2934
64	辽宁龙邦传播事业有限公司	2901
65	上海兰飞鱼广告有限公司	2842
66	上海昂立广告有限公司	2833
67	上海传能广告有限公司	2817
68	上海爱戈文化传播有限公司	2800
69	上海华绍文化传播有限公司	2790
70	上海智艺广告有限公司	2722
71	北京华扬联众广告有限公司上海分公司	2710
72	上海南方广告有限公司	2680
73	上海博派广告有限公司	2633
74	上海创智广告有限公司	2614

75	中影电通太科广告有限公司上海分公司	2601
76	上海新易传媒广告有限公司	2569
77	湖州中杰广告有限公司	2500
78	汉唐极创国际广告（北京）有限公司上海分公司	2498
79	爱德威广告（上海）有限公司	2480
80	凯立广告（上海）有限公司	2462
81	上海智维互动广告有限公司	2448
82	上海音特莱迪广告有限公司	2400
83	上海东派广告有限公司	2384
84	上海吉广文化传播有限公司	2344
85	合肥嘉宝传媒有限公司	2343
86	上海传广广告传播有限公司	2335
87	上海恒怡月和文化传播有限公司	2313
88	大广（广州）广告有限公司上海分公司	2258
89	读广大广（上海）广告有限公司	2242
90	湖南木林森文化发展有限公司	2228
91	上海韵创广告有限公司	2226
92	上海那伽文化传播有限公司	2223
93	上海风颖文化传播有限公司	2200
94	上海海溢广告有限公司	2158
95	上海伊夫广告设计制作有限公司	2153
96	上海大由广告有限公司	2141
97	上海云指广告有限公司	2115
98	上海华泰文化传播有限公司	2106
99	哈尔滨海润国际广告传播（集团）有限公司	2100
100	上海诚诺广告有限公司	2100

资料来源：中国广告业协会 西南证券研发中心

表 5：2009 年度中国广告企业（非媒体服务类）广告营业额前 100 名排序（万元）

序号	单位	营业额（万元）
1	智威汤逊－中乔广告有限公司上海分公司	566800
2	上海李奥贝纳广告有限公司	496205
3	盛世长城国际广告有限公司	421895
4	麦肯·光明广告有限公司	368590
5	北京电通广告有限公司	367416
6	北京恒美广告有限公司上海分公司	225596
7	广东省广告股份有限公司	205024
8	上海广告有限公司	131815
9	中航文化股份有限公司	111718
10	福建奥华集团	100000
11	思美传媒股份有限公司	80012

12	南京银都广告商务有限责任公司	68000
13	北京互通联合国际广告有限公司	61800
14	福建鼎力营销顾问公司	60000
15	上海灵狮广告有限公司	55437
16	上海博报堂广告有限公司	54765
17	上海美术设计公司	51037
18	上海旭通广告有限公司	48200
19	博达大桥国际广告传媒有限公司上海分公司	43342
20	上海龙韵广告传播股份有限公司	38116
21	四川省巴蜀新形象广告传媒股份有限公司	32860
22	福建新恒基广告公司	32000
23	上海先河文化传播有限公司	30116
24	上海奥美广告有限公司	29186
25	广东广旭广告有限公司	26000
26	哈尔滨海润国际广告传播（集团）有限公司	25500
27	上海印迹广告有限公司	18207
28	合肥嘉宝传媒有限公司	17987
29	上海威汉广告有限公司	17951
30	旭通世纪（上海）广告有限公司	15797
31	上海四维广告印务有限公司	14303
32	北京国安广告总公司	14239
33	上海扬子江广告有限公司	12662
34	天联广告有限公司上海分公司	12063
35	上海唐神广告传播有限公司	11203
36	上海韦柯广告有限公司	10850
37	长春吉广传媒集团有限公司	10748
38	上海腾迈广告有限公司	10558
39	深圳市风火广告有限公司	10218
40	泉州精彩广告有限公司	9680
41	上海蓝梦广告有限责任公司	9281
42	灵智精实广告有限公司上海分公司	9103
43	上海宝迪广告有限公司	8747
44	山西丹特森广告公司	8675
45	山东省国际广告有限公司	8500
46	广州交易会广告有限公司	8000
47	江苏华实广告有限公司	7694
48	陕西典汇传播咨询公司	7555
49	上海国泰广告有限公司	7217
50	上海网迈广告有限公司	6700
51	北京美通互动广告有限公司	6194
52	上海千胜广告事务所	6000

53	湖南大华国际广告有限公司	5809
54	上海四维文化传媒有限公司	5705
55	上海观池文化传播有限公司	5572
56	大广（上海）广告有限公司	5550
57	上海通锐广告有限公司	5367
58	泉州市艺林广告有限公司	5357
59	上海焦点广告传播有限公司	5200
60	上海麒灵广告有限公司	5088
61	上海梅高创意咨询有限公司	5000
62	上海云鹤广告传播有限公司	4956
63	上海天硕广告有限公司	4859
64	上海网策广告有限公司	4761
65	百比赫广告（上海）有限公司	4738
66	合肥新方舟广告有限责任公司	4644
67	武汉利器传播集团有限公司	4621
68	上海浩方在线信息技术有限公司	4457
69	上海欣劲广告有限公司	4391
70	上海杰凡文化传媒有限公司	4277
71	辽宁龙邦传播事业有限公司	4211
72	湖南木林森文化发展有限公司	4208
73	上海新泽广告有限公司	4200
74	浙江亚视传播有限责任公司	4176
75	上海同盟广告有限公司	4151
76	上海大白兔广告有限公司	4132
77	上海大瀚广告有限公司	4025
78	上海电气广告有限公司	4024
79	江苏卓越形象媒体传播有限公司	3875
80	上海欣影国际传播有限公司	3864
81	上海拜占廷广告有限公司	3823
82	苏州工业园区嘉都广告有限公司	3763
83	上海汇申广告有限公司	3753
84	上海欧润吉广告传播有限公司	3688
85	群策广告有限公司上海分公司	3686
86	上海策众广告有限公司	3669
87	上海贞观文化传播有限公司	3519
88	上海美远文化传播有限公司	3484
89	上海畅思广告有限公司	3475
90	上海高文传播装潢有限公司	3441
91	上海中艺美术合作公司	3419
92	上海弈动广告有限公司	3414
93	上海触感广告有限公司	3359

94	江苏金鼎广告传播有限公司	3356
95	上海鸿图大洋广告有限公司	3290
96	上海三欣广告装潢有限公司	3211
97	上海桑桥广告有限公司	3167
98	浙江义乌中国小商品城广告有限责任公司	3100
99	上海大同广告有限公司	3024
100	重庆金牛慧通广告有限公司	3023

资料来源：中国广告业协会 西南证券研发中心

表 6：2009 年度中国广告企业（媒体服务类）广告营业额前 100 名排序（万元）

序号	单位	营业额（万元）
1	分众传媒	344915
2	凯帝珂广告（上海）有限公司	171618
3	广东凯络广告有限公司上海分公司	158592
4	江苏大贺国际广告集团有限公司	114600
5	中视金桥国际传媒有限公司	108551
6	海南白马广告媒体投资有限公司	96651
7	上海中视国际广告有限公司	54923
8	上海中润解放传媒有限公司	53627
9	福建分众传媒有限公司	50100
10	北京桦榭广告有限公司上海分公司	49905
11	上海橡果广告传播有限公司	49352
12	上海新民传媒广告有限公司	43279
13	上海机场德高动量广告有限公司	40193
14	福建号百信息服务分公司	38000
15	星尚传媒（上海）有限公司	37713
16	上海印纪广告有限公司	35051
17	安徽省金娟国际广告有限公司	33800
18	德高广告（上海）有限公司	31561
19	上海印济广告有限公司	31226
20	上海申通德高地铁广告有限公司	28474
21	三人行广告有限公司上海分公司	27302
22	北京巴士传媒股份有限公司	26000
23	江苏永达广告有限公司	23800
24	上海郁金香广告传媒有限公司	23696
25	上海大漠神灯广告有限公司	22000
26	上海格致广告有限公司	21022
27	太原好运达国际广告公司	20550
28	上海雅仕维广告传播有限公司	20503
29	厦门世通华纳传媒公司	20000
30	上海亚风文化传播有限公司	18068

31	上海詮释广告有限公司	17271
32	上海康泰纳仕广告有限公司	15155
33	中国广告联合总公司	14616
34	上海华君广告有限公司	13746
35	德高广告（北京）有限公司上海分公司	13636
36	上海嘉美信息广告有限公司	13345
37	西部机场集团广告传媒公司	13213
38	上海东杰广告传媒有限公司	12857
39	上海恺润广告有限公司	12535
40	贵州天马广告公司	12490
41	南京雷迪欧广告公司	11858
42	上海新华传媒文化传播有限公司	11621
43	上海智高广告有限公司	10296
44	上海前景广告有限公司	10255
45	杭州公交广告公司	10059
46	上海中广影视广告有限公司	10043
47	上海翰荣文化传播有限公司	9618
48	上海杨航文化传媒有限公司	9439
49	南京梅迪派勒公交广告有限公司	9216
50	上海外联发文化传媒有限公司	9008
51	上海优扬动漫文化传媒有限公司	8996
52	西安沙龙广告装饰公司	8900
53	上海地铁时代传媒发展有限公司	8791
54	浙江高速广告有限责任公司	8500
55	上海二十一世纪文化传播有限公司	8436
56	中铁世纪传媒广告有限公司	8366
57	上海东方明珠移动电视有限公司	8300
58	道琼斯广告（上海）有限公司	8046
59	上海天浩广告有限公司	8042
60	安徽黑白广告有限责任公司	7730
61	上海全土豆网络科技有限公司	7517
62	湖北东方广告有限公司	7479
63	上海飞帆广告有限公司	7456
64	上海铁路文化广告发展有限公司	7256
65	四川唐码西南户外传媒有限公司	7200
66	上海电广媒体传播有限公司	7033
67	北京东方英龙广告有限公司上海分公司	6969
68	上海中浦广告装潢有限公司	6747
69	上海迪岸广告有限公司	6639
70	山东通广传媒广告有限公司	6500
71	上海天润广告传播有限公司	6338

72	星空传媒（中国）有限公司	6224
73	上海报章分类广告有限公司	6008
74	西安市振兴公交广告有限责任公司	5962
75	宁波联合动力广告有限公司	5925
76	上海东湖广告装饰有限公司	5909
77	上海凌克翡尔广告有限公司	5845
78	上海二十一世纪广告有限公司	5837
79	河南天明公交广告有限公司	5429
80	太原领先盛世文化传媒有限公司	5380
81	上海通锐广告有限公司	5367
82	上海新云传媒有限公司	5300
83	上海华映文化传媒有限公司	5235
84	杭州东方龙广告传媒有限公司	5200
85	安徽传媒信息广告公司	5100
86	上海广播电视报业经营有限公司	5072
87	上海艾普广告有限公司	5004
88	上海雅仕维广告有限公司	5000
89	上海优视广告传播有限公司	4878
90	贵州高速广告有限公司	4798
91	东莞市心域广告有限公司	4704
92	上海热线信息网络有限公司	4654
93	上海红博文化传播有限公司	4500
94	上海电力广告有限公司	4434
95	江苏宁沪投资发展有限责任公司	4411
96	上海海亚广告有限公司	4408
97	上海盛越广告有限公司	4395
98	上海大众广告有限公司	4358
99	上海魅惑广告有限公司	4294
100	福建省锦绣广告有限公司	4260

资料来源：中国广告业协会 西南证券研发中心

点评：每年七月发布的这份“中国广告经营排行榜”，由中国广告协会统计发布，是许多“圈内”评价自己的座标，也是圈外人了解广告业的最好途径。

2009 年，中国广告经营单位的数量是 204982 户，其中广告公司 124886 户，总体营业额为 8494297 万元，而上榜的前 100 家非媒体服务公司的营业额为 4211435 万元，媒体服务类广告公司前 100 名营业额为 2344481 万元，这意味着只占 0.16% 的 200 家广告公司创造了 2009 年整个广告业 32% 的营业份额。在媒体单位广告营业额排序中，占 2009 年广告业营业额的 36%。

央视再次以绝对的优势独占鳌头。这折射出广告业优势资源的集中度居高不下，而综合性广告公司依然占据排行的前十名。现 A 股上市公司中，广东省广告股份有限公司（省广股份

002400)作为综合性广告公司位列前十,北京巴士传媒股份有限公司(北巴传媒 600386)亦排名前列。

而在极具价值的营业收入中,北京电通再次蝉联冠军。2003年北京电通首次在中国广告公司营业收入排名第一位。至2007年北京电通已连续4年在中国广告公司营业收入前100名排序中位列榜首,并荣入中国广告公司综合实力10强榜。

(备注:广告营业额是指从事广告策划、设计、制作、发布代理以及与其他广告业务活动的全部实际收入(以给客户开出的发票数额为准);广告营业收入是指广告营业额减去付给媒介单位广告发布费用后的实际收入(以缴纳营业税的发票数额为准)。

媒体服务类是指为媒体提供代理、销售、品牌运营以及为广告主提供媒体策划、媒体广告资源购买等专项服务的企业(例如电视、平面、户外、网络等媒体的代理、销售公司、媒体广告资源策划购买公司等)。

网络广告二季度同比增长 57% 50 强出炉

事件:易观国际《2010年第2季度中国互联网广告市场监测报告》显示,2010年第2季度,中国互联网广告运营商市场呈现良好发展态势,市场规模达到59.5亿元,环比增长43%,同比增长57%。互联网杂志同时推出网络广告TOP50强。

表 7: 中国网络广告公司 TOP50 排行榜

序号	网络广告公司	广告技术 (30%)	创新成长潜力 (25%)	资源整合度 (15%)	广告主评价 15%	公开数据专业性 (10%)	综合评价 5%
1	好耶	28.1	24.1	14.5	13.7	9.2	3.9
2	华扬联众	26.1	24	13.2	13.9	9.6	4.1
3	科思世通	27.6	23.8	12.1	13.7	9.1	3.6
4	知世·安索帕	27.5	23.1	12.9	13.5	8.9	3.1
5	腾信互动	27.8	23.9	12.2	13.2	8.8	3
6	Neo@Ogilvy 奥美世纪	26.9	23.4	12.3	13	9.3	3.8
7	Digitas(狄杰斯)	27.1	23.1	12.1	13.1	9.2	4
8	电众数码	27.2	23.3	12	13.1	9	3.5
9	新意互动	27.1	23.1	12	12.8	9.1	3.6
10	安瑞索思	27.7	20.7	14.5	13.2	8.3	2.8
11	Agenda(安捷达)	26.4	23.1	11.7	13.1	9.1	3.6
12	Euro4D(灵智 4D)	26.5	22.9	12.3	12.9	8.9	3.4
13	三星鹏泰	26.3	22.8	12.3	11.9	8.8	4
14	互动通控股	26.7	22.9	11.8	12.1	8.6	3.8
15	竞立媒体	27.1	23.2	12	12.3	7.9	3.1
16	麦肯(MRM)	26.1	22.3	12.5	12.2	8.9	3.4
17	Ogilvy One(奥美互动)	26.6	22.8	10.7	12.8	8.8	3.3
18	创世奇迹	26.4	22.5	11.7	11.6	8.7	3.9
19	龙拓互动	26.2	22.9	11.7	11.4	8.6	3.8

20	Zed Digital	26.9	23.1	10.5	12.1	8.6	2.9
21	盛世长城(互动)	26.5	22.5	11.8	11.8	8.1	3.3
22	Soho square	26.4	22.9	9.3	12.9	8.9	3.4
23	OMD Digital	26.6	21.3	12.3	11.7	8	3.2
24	G2(精诚信忠)	26.1	22.5	10	12.5	8.5	3
25	TBWA Digital	27.7	21.9	12.6	9.9	6.7	2.8
26	Razorfish	26	22.5	8.6	12.5	8.5	3
27	灵锐互动	26.1	21.1	10.7	11.1	7.8	3.0 9.8
28	Blue Interactive (蓝互动)	26.3	20.7	11.7	10.7	6.7	2.9
29	平成竞介	26	20.7	9.5	11.4	7.3	2.5
30	广东省广	25.9	20.5	9.4	11.3	7.2	2.4
31	Arc(李奥贝纳)	26	20.8	9.1	10.3	6.4	3.1
32	Proximity	26	21.3	7.9	11.3	7.3	1.8
33	易传媒	26.4	20.1	9.4	10.2	7.1	2.2
34	蓝门广告	25.8	20.1	8.4	10.5	6.9	3.6
35	易步	25.4	20.6	9.2	10.4	6.3	3
36	网迈	25.9	20.6	8.7	10.6	6.8	2
37	美通互动/(美通联盟)	25.9	20.5	9	10.2	6	2.7
38	古美互动	25.8	20.6	9	10.1	5.8	2.5
39	计世在线	25.9	20.6	7.2	10.6	6.6	2.2
40	史努克广告	24.9	18.4	9.4	10.6	6.8	2.2
41	悠易互通	25.3	19.2	10.7	9.1	5.1	2.7
42	博圣云峰	25.5	19.9	8.7	10	5.5	2.2
43	万摩	25.6	19.4	8.8	10.1	5.4	2.1
44	达闻	25.3	19.5	8.6	9.8	5.2	2.9
45	世奇	25.2	19.3	8.7	9.6	5.1	2.8
46	九赢	25.2	19.3	8.5	9.5	5.1	2.8
47	MEC Interaction	25	18.9	7.4	9.1	4.7	2.4
48	宣亚 D 平线	25.1	18.9	7.3	8.7	4.5	2.2
49	北京众成就网络科技(原三人行互动业务部)	24.9	17.5	8.6	7.5	3.5	2.5
50	上海麦悠	25.3	17.9	7.2	7.6	3.1	2

点评：网络广告自一出现便开始了迅猛发展的过程，行业数据显示，广告主品牌非行销部分预算当中，互联网广告预算已经上升到所有媒体的第二名，占 14%。传统媒体中，电视以 60%排在第一，报纸 9%，户外 7%，杂志 2%。

根据易观国际《2010 年第 2 季度中国互联网广告市场监测报告》显示，2010 年第 2 季度，中国互联网广告运营商市场呈现良好发展态势，市场规模达到 59.5 亿元，环比增长 43%，同比增长 57%。

一般而言，二季度是广告旺季，而 2010 年的第 2 季度，又多了世界杯、世博会等大事件，

可以说广告市场一片繁荣。而在网络广告中,关键字广告、品牌图文广告等广告形式环比增幅均达到 30%以上,尤其是视频广告等新型互联网广告形式,市场比重持续上升,市场规模同比增长达 90%以上。

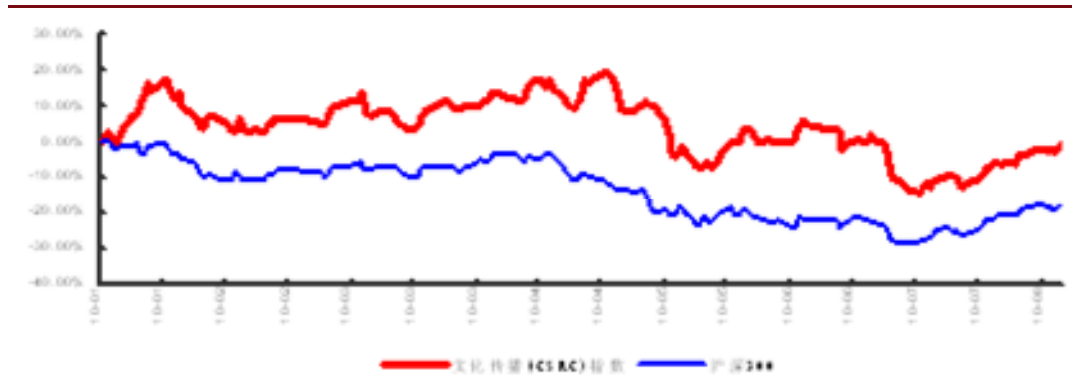
乐视网(300104)作为国内第一家视频上市网站,有望分享行业增长盛宴。

四、投资策略

本周大盘震荡盘整,传媒板块将跟随大势

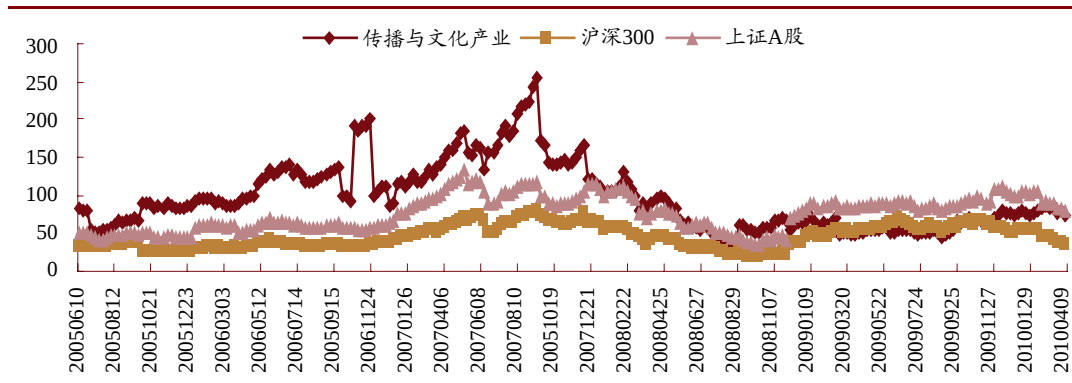
本周传媒板块可能跟随大势。大盘进入震荡调整期。原因主要是:一是面对 2680 点前期密集成交区下沿,冲高后遇阻回落也是意料中的事,沪深股市将进入振荡整理期。二是,本周将公布 7 月份 GDP、CPI 等宏观经济数据。股市也会稳增长和调结构的博弈中区间震荡。而传媒板块今年以来涨幅为 -0.83%,沪深 300 为 -18.03%,两者相差 17.2 个百分点,需要寻求相对平衡。

图 2: 传媒板块今年以来走势



资料来源: WIND 西南证券研发中心

图 3: 自 2005.6 年至今 PB 传媒与沪深 300 及上证综指比较图



资料来源: WIND 西南证券研发中心

图 4: 近 5 年 PE - BANDS 图



资料来源: WIND 西南证券研发中心

表 8: 重点公司估值与评级

代码	简称	10-8-6 收盘价	投资评级	每股收益			市盈率(倍)		
				09	10	11	09	10	11
600551.SH	时代出版	19.56	买入	0.58	0.66	0.71	33.72	29.64	23.32
300027.SZ	华谊兄弟	35.5	买入	0.5	0.63	0.73	141	56.35	48.63
600880.SH	博瑞传播	18.34	买入	0.7	0.69	0.73	41.92	26.58	25.12
600037.SH	歌华有线	14.6	增持	0.31	0.34	0.36	47.09	42.94	40.56
300052.SZ	中青宝	23.14	增持	0.55	0.75	1.09	71.52	52.45	36.09

资料来源: 西南证券研发中心

西南证券投资评级说明

西南证券公司评级体系：买入、增持、中性、回避

买入：未来 6 个月内，个股相对沪深 300 指数涨幅在 20%以上

增持：未来 6 个月内，个股相对沪深 300 指数涨幅介于 10%与 20%之间

中性：未来 6 个月内，个股相对沪深 300 指数涨幅介于-10%与 10%之间

回避：未来 6 个月内，个股相对沪深 300 指数涨幅在-10%以下

西南证券行业评级体系：强于大市、跟随大市、弱于大市

强于大市：未来 6 个月内，行业整体回报高于沪深 300 指数 5%以上

跟随大市：未来 6 个月内，行业整体回报介于沪深 300 指数-5%与 5%之间

弱于大市：未来 6 个月内，行业整体回报低于沪深 300 指数-5%以下

免责声明

本报告中的信息均来源于已公开的资料,我公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。在任何情况下,报告中的信息或所表达的意见并不构成所述证券买卖的出价或询价。我公司及其雇员对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。我公司或关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易,还可能为这些公司提供或争取提供投资银行或财务顾问服务。本报告版权归西南证券所有,未经书面许可,任何人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。

西南证券研究发展中心

北京市西城区金融大街 35 号国际企业大厦 B 座 16 层

邮编: 100140

电话: (010) 57631232/1230

邮箱: market@swsc.com.cn

网址: <http://yf.swsc.com.cn/>