

行业产业

新媒体未必希望，传统媒体未必没落

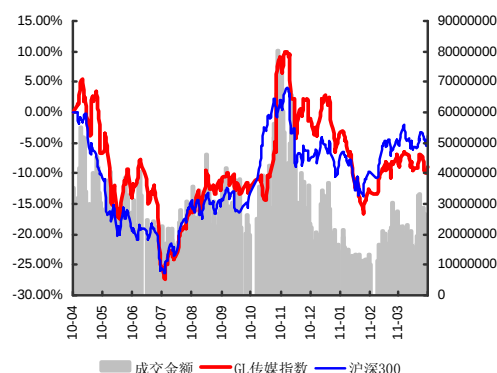
传媒行业

2010年4月6日

2011年第13期

跟踪区间：2011.3.28—2011.4.3

最近52周走势：



报告作者：

国联证券传媒娱乐组

组长：何冰冰

执业证书编号：S0590210040004

联系人：

顾佳

电话：0510-82833337

Email: gujia@glsc.com.cn

独立性申明：

作者保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于本人的职业理解，通过合理判断并得出结论，力求客观、公正。结论不受任何第三方的授意、影响，特此申明。

传媒行业周报

一周市场回顾：

传媒板块近期仍然呈现震荡趋势，由于近期投资热点回归大盘蓝筹股，板块上周下挫 2.32%，同期沪深 300 则下跌了 0.66%，显示板块近期上冲仍然乏力。上周我们重点推荐的乐视网上涨 0.03%，排名板块第五。上周涨幅最大的三只股票分别为皖新传媒、新华传媒和*ST 传媒，分别上涨 9.76%、3.05%和 0.98%。而上周板块跌幅最大的三只股票分别为顺网科技、省广股份和广电信息，跌幅分别为 9.67%、8.73%和 8.71%。

本周市场展望：

本周传统媒体个股继续引领板块，正如我们之前所说，随着社交网络、微博等新媒体的快速发展，传统媒体遭遇市场冷遇，但如果我们研究国外大型传媒集团例如新闻集团、时代华纳、迪斯尼，其业绩最为稳定，最持续提供现金流的仍然是传统的出版和电视业务，相反，时代华纳早前收购的美国在线（AOL）、新闻集团收购的 Myspace，反而都远远逊色于传统业务。如果在回顾中国的传播史，每一个新媒体要冲击传统媒体（更不要说替代），都需要几十年甚至上百年。媒体发展最为关键的是内容，所以在中国，限制传统媒体发展的桎梏在新媒体发展上也依然存在，但传统媒体的核心优势：编辑和记者等，却是新媒体所不具有的，所以，对于传统媒体，我们不妨耐心和鼓励；对于新媒体，我们不妨泼泼冷水，反而是对新媒体发展有着极大促进作用。

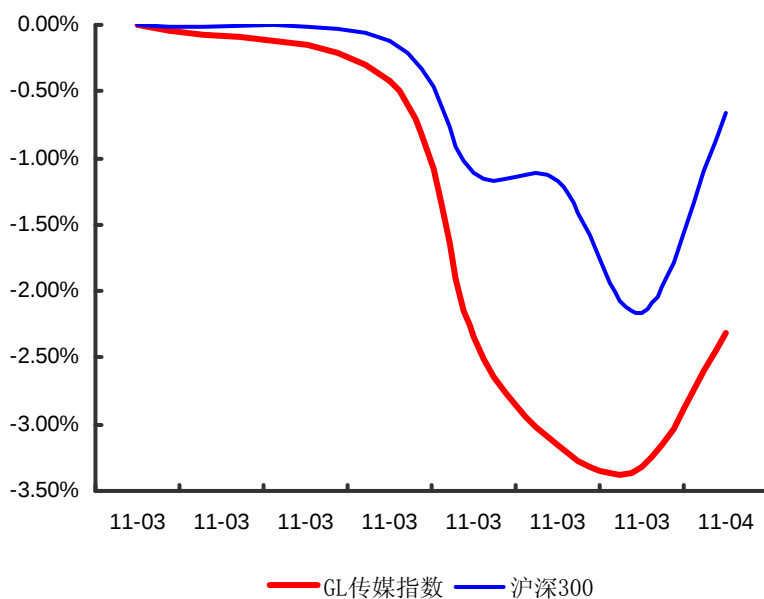
下周我们看好刚刚获批股权激励的蓝色光标（300058）和省广股份（002400），以及我们之前一直推荐的*ST 鑫新（600373）和捷成股份（300182）。

一周市场回顾

传媒板块近期仍然呈现震荡趋势，由于近期投资热点回归大盘蓝筹股，板块上周下挫 2.32%，同期沪深 300 则下跌了 0.66%，显示板块近期上冲仍然乏力。上周我们重点推荐的乐视网上涨 0.03%，排名板块第五。上周涨幅最大的三只股票分别为皖新传媒、新华传媒和*ST 传媒，分别上涨 9.76%、3.05%和 0.98%。而上周板块跌幅最大的三只股票分别为顺网科技、省广股份和广电信息，跌幅分别为 9.67%、8.73%和 8.71%。

传媒板块上周的最大焦点就是蓝色光标的股权激励方案修改稿已经获得了证监会的核准，由于之前一直在等待证监会核准文件的下发，蓝色光标的对外收购之路明显放缓，但随着证监会的通过，相信蓝色光标将会再次拉开收购的大幕。另外，板块公司的年报仍然在陆续发布，其中皖新传媒年报超出市场预期，而天威视讯的业绩仍然低于预期，三网融合对于有线网络的影响究竟如何，值得好好评估。另外，奥飞收购广州执诚服饰，进军童婴服饰市场的决心可见一斑。

图 1：文化传媒指数与沪深 300 对比



数据来源：国联证券研究所 WIND

本周市场展望:

本周传统媒体个股继续引领板块，正如我们之前所说，随着社交网络、微博等新媒体的快速发展，传统媒体遭遇市场冷遇，但如果我们研究国外大型传媒集团例如新闻集团、时代华纳、迪斯尼，其业绩最为稳定，最持续提供现金流的仍然是传统的出版和电视业务，相反，时代华纳早前收购的美国在线（AOL）、新闻集团收购的 Myspace，反而都远远逊色于传统业务。如果在回顾下中国的传播史，每一个新媒体要冲击传统媒体（更不要说替代），都需要几十年甚至上百年。媒体发展最为关键的是内容，所以在中国，限制传统媒体发展的桎梏在新媒体发展上也依然存在，但传统媒体的核心优势：编辑和记者等，却是新媒体所不具有的，所以，对于传统媒体，我们不妨耐心和鼓励；对于新媒体，我们不妨泼泼冷水，反而是对新媒体发展有着极大促进作用。

下周我们看好刚刚获批股权激励的蓝色光标（300058）和省广股份（002400），以及我们之前一直推荐的*ST 鑫新（600373）和捷成股份（300182）。

上周行业动态:

报刊出版:

1、《今日美国》目前正在制定新战略（来源：凤凰网传媒）

2011-3-29

从本周一开始，《纽约时报》开始对其网站浏览以及手机应用程序服务开始收费。《纽约时报》是美国第三大报业。目前其收费计划为：用户可以每月在其网站上免费阅读 20 篇文章，超过限额则需要订阅套餐，套餐价格为每 4 周 15 美元或者包年 195 美元，使用此套餐的用户也可以通过《纽约

时报》的智能手机应用程序进行阅读浏览。

图 2:《纽约时报》的转型令人担忧



数据来源：国联证券研究所 公开资料

《纽约时报》的网络收费计划并不令人意外，但更加令人感兴趣的是其收费计划的效果到底如何。

包括默多克旗下的《华尔街日报》和《泰晤士报》也都酝酿着自己的网络收费计划，在线收费的趋势一时间席卷全球传统出版。

但问题随之而来，首先是与互联网上的新闻网站的竞争问题，例如 Yahoo, AOL 等，正如在陆地上的霸主，到海洋上就毫无优势一样，虽然在纸面媒体上占尽优势，但真的到互联网上，《纽约时报》是否还是能够吸引众多读者愿意在线付费阅读，毕竟在线阅读的效果早已经被证明不能支撑长文章和深度文章了。而《纽约时报》是否愿意为了适应互联网而改变报纸风格，也确实值得关注。

其次是盗版问题，在互联网上，一直提倡的是免费，而实际上，也不得不免费，因为盗版过于强大，所以，如何避免文章不被随意搜索和转载，这也是《纽约时报》不得不面对的一个大问题。

广电行业:

1、中国电影院线发展着力点在何方

(来源：人民日报)

2011-3-31

今天，让我们将视角聚焦在中国电影产业的下游——院线。院线在电影产业中处于什么位置？院线的现状怎样？院线下一步发展的着力点在哪里？县乡的观众何时也能享受视听盛宴？请听电影公司的相关负责人怎么说。

图 3：院线多了，自然类似《观音山》这样的电影就有空间



数据来源：国联证券研究所 公开资料

这场关于制片方和发行方以及电影院线的讨论，非常有意思，参与讨论的有万达、星美、新影以及华谊兄弟的高管。

实际上，虽然中国的电影市场高速发展，去年 2010 年中国电影票房已经超过了 100 亿元，但如果除去《阿凡达》、《唐山大地震》和《让子弹飞》这些十年一遇的大片，其它的票房加起来未必就有大家想象的那么快。如果我们再看下今年中国电影的票房，按照不完全统计，基本上都是负增长，所以，当很多人高呼今年电影票房要达到 150 亿的时候，我们不妨多些冷静的思考。

很多人指责中国的电影院线过于“势力”，只喜欢放大片，对于一些小众电影和文艺片，几乎很少加以考虑，这进一步限制了中国电影多元化类型的转变。

但在商言商，指望院线做些赔本买卖，并且指望电影院线来培养新晋导演，这本身就是一个本末倒置的事情，我们要相信市场，随着中国电影屏幕的增多，以及大家对于那些“所谓大片”的反感，自然就会对其他类型的电影有所期盼和需求，那时，自然不愁没有院线放分众化的电影。

互联网：

1、百度文库或与 QQ 聊天室同样命运

（来源：红网）

2011-4-1

针对近日引起纠纷的百度文库问题，百度 CEO 李彦宏 3 月 28 日出席深圳 IT 领袖峰会时明确表示：“我在公司内部的态度很明确，如果管不好，就关掉百度文库。”目前正在调集公司力量加强反盗版力度。他还进一步强调：“当然，百度还是希望与版权方、作家达成一个满意的解决方案。”

图 4：挥泪打向百度文库



数据来源：国联证券研究所 公开资料

百度文库和众作家之争已经吸引足了眼球，而中国新晋首富李彦宏的一句“管不好就关了”更是把两者的矛盾推到了极点。

虽然对于很多人来说，百度文库的存在，帮助其扩大了阅读面，增长了很多知识，但另一方面，从之前的音乐唱片市场来看，数字盗版音乐几乎已经毁掉了整个音乐唱片市场，现在大多数歌手都只能靠开个唱来赚钱，传统的唱片几乎很少有人买了。而现在对于很多作家也是，自己辛辛苦苦写的一本书，刚出版就被搬到网上供“免费阅读”，长此以往，中国的作家也没法生存了。

所以，这一次，我们站在我们也必须站在这些作家的身边，支持他们起诉百度文库，盗版可以让我们一时享受免费的乐趣，但长此以往，必将让无论是影视还是出版，又或者音乐都是去创作的热情，那到时，对我们来说，损失更大。

综合:

1、分析称亚马逊增长空间巨大

(来源: TechWeb)

2011-3-21

据国外媒体报道, 摩根士丹利分析师斯科特-戴维特(Scott Devitt)日前称, 亚马逊未来仍有巨大增长机会, 甚至其书籍和消费电子等成熟业务也颇具潜力。

图 5: 亚马逊的成功值得借鉴



数据来源: 国联证券研究所 公开资料

亚马逊的快速发展确实出乎很多人的意料, 特别是其不断创新的精神, 不满足于只做 B2C 的业务, 创新性的推出了 Kindle, 而现在又再次推出云音乐服务 Cloud Player, 大力进军数字音乐市场。

而回过头来, 我们再看看我们的 B2C 市场, 当当网虽然上市, 上市的闹剧成了头条娱乐新闻, 随后又跟京东商城打了一场不小的价格战。而另一 B2C 巨头京东商城也是信誓旦旦的进军图书销售市场, 引得风波不断。

我们很多互联网企业, 从本质上仍然延续的还是传统的思维, 总是一味认为把竞争对手打趴下, 才能算是赢, 而从没有想过, 自己该如何迅速提高, 不断创新产品, 从而赢得消费者的喜爱和尊重, 看看苹果对于自己产品近乎苛刻的要求, 你就明白中国的互联网巨头为何屡屡遭遇非议了。

无锡

国联证券股份有限公司 研究所

江苏省无锡市县前东街 168 号国联大厦 7 层

电话: 0510-82833507

传真: 0510-82833217

上海

国联证券股份有限公司 研究所

上海市浦东新区源深路 1088 号葛洲坝大厦 22F

电话: 021-38991500

传真: 021-38571373

深圳

国联证券股份有限公司 研究所

广东省深圳市福华一路卓越大厦 16 层

电话: 0755-82878221

传真: 0755-82878221

国联证券投资评级:

类别	级别	定义
股票 投资评级	强烈推荐	股票价格在未来 6 个月内超越大盘 20%以上
	推荐	股票价格在未来 6 个月内超越大盘 10%以上
	谨慎推荐	股票价格在未来 6 个月内超越大盘 5%以上
	观望	股票价格在未来 6 个月内相对大盘变动幅度为 - 10% ~ 10%
	卖出	股票价格在未来 6 个月内相对大盘下跌 10%以上
行业 投资评级	优异	行业指数在未来 6 个月内强于大盘
	中性	行业指数在未来 6 个月内与大盘持平
	落后	行业指数在未来 6 个月内弱于大盘

免责条款:

本报告信息均来源于公开资料, 我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。报告中的内容和意见仅供参考, 并不构成对所述证券买卖的出价和询价。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业务服务。本报告版权归国联证券所有, 未经书面许可任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登。