

媒体 II 行业

2018-9-3

行业研究 | 行业周报

评级 **看好** 维持

子弹短信——颠覆还是昙花一现？

报告要点

■ 本周核心观点和个股推荐

本周核心观点：教育部等八部门关于印发《综合防控儿童青少年近视实施方案》的通知中，版署将对网络游戏实施总量调控，站在当前时点，游戏厂商将正式比拼“精品力”内功，“一波流”产品未来会越来越来少，头部产品未来有望拉长生命周期、提升市占率，挤压过去激进政策的小厂，联运平台价值可能弱化。

重点个股跟踪

芒果超媒：公司短期内业绩受到内容确认的影响，但中长期仍看好公司的平台属性，公司存货的大幅增长也彰显了丰富的内容储备，下半年公司精品内容集中上线，《爸爸去哪儿 6》延播非政策性原因，预计也会于下半年上线。

视觉中国：企业客户延续高增，长尾流量高速拓展。公司业绩稳健增长，毛利率保持稳定，平台影响力进一步增强。受益于客户的持续拓展，公司的核心图片业务收入仍旧保持 30% 以上的增速，毛利率与去年一致，稳定在 64% 的水平，收入稳健增长下净利润增速超过去年同期。

分众传媒：公司前三季度业绩中值 48 亿，三季度业绩预期 15 亿，考虑到扩屏成本主要计入下半年，下半年业绩增速有所放缓。但阿里 150 亿战略入股分众传媒，双方强强联合打开市场新空间。新潮影响有限，资源数量与资金状况均与分众有较大差距，公司媒体资源的迅速扩张将对冲毛利率下滑的影响，短期不惧竞争扰动。

■ 本周专题：子弹短信——颠覆还是昙花一现？

8 月 24 日，由快如科技开发的子弹短信仅上线 4 天快速升至 App Store 总榜和社交榜双榜第一名。8 月 28 日，锤子科技 CEO 罗永浩宣布，其投资的快如科技完成第一轮 1.5 亿元融资。8 月 29 日，持有锤子科技 1.13% 股权的迅游科技一度冲击涨停，为子弹短信的提供语音转译功能的科大讯飞大涨 6.55%。

子弹短信主打提高沟通效率和熟人社交，核心特色是“语音转文字”，在功能设计的各个节点上进行了全面优化，解决了部分微信聊天的用户痛点；子弹短信没有类似“朋友圈”功能而设置有资讯流功能，用于做用户留存和未来的变现。

我们认为在微信网络效应的强大护城河下，子弹短信仅靠微创新很难颠覆或者对微信产生威胁，进军空间广阔的协同办公 2B 领域或能在巨头中突围。

风险提示：

1. 传媒行业发展不及预期；
2. 传媒行业政策风险。

分析师 王傲野

☎ (8621) 61118753

✉ wangay@cjsc.com.cn

执业证书编号：S0490518010002

联系人 徐润

☎ (8621) 61118753

✉ xurun@cjsc.com.cn

相关研究

《从“近期综艺节目带”看芒果内容生态》
2018-8-26

《今日头条，巨头之路与格局之变》2018-8-22

《趣头条招股书要点梳理及背后思考》2018-8-20

目录

本周专题：子弹短信——颠覆还是昙花一现？	4
主打高效沟通和熟人社交	4
资讯流功能做用户留存及未来变现	8
仅靠产品微创新难以跨越微信护城河	9
专注 2B 细分领域或将杀出重围	11
本周核心观点及投资建议	12
本周传媒板块行情回顾	13
行业重要数据跟踪及点评	14
电影院线数据跟踪及点评	14
收视率网播量跟踪及点评	15
游戏数据跟踪及点评	17
行业一周要闻回顾	19
重要公司公告	19
行业重要动态及点评	20

图表目录

图 1：子弹短信定位于熟人社交	4
图 2：子弹短信用户数量和热度指数快速增长	4
图 3：子弹短信语音加文字的输入方法更加高效	5
图 4：子弹短信可实现在主界面直接快捷回复功能	6
图 5：子弹短信的“全局悬浮球”功能实现在手机任何界面随时发送语音功能	6
图 6：子弹短信多项创新功能提供更加高效沟通方式	7
图 7：子弹短信支持多平台同步登录	7
图 8：子弹短信资讯流功能短期内多次更新	8
图 9：微信的崛起史	9
图 10：信息流和短视频产品总用户时长趋势（万分钟）	10
图 11：本周传媒指数跑输沪深 300 指数 1.45pct，跑输创业板指 0.16pct	13
图 12：本周传媒子板块中游戏跌幅最大	13
图 13：2018.8.20-8.26 电视剧收视率排名情况	16
图 14：2018.8.20-8.26 综艺收视率排行榜	16
图 15：2018 年 8 月 31 日统计最近 7 日电视剧网播量情况	16
图 16：即将播出电视剧一览	17
图 17：2018 年 8 月 31 日中国 iOS 热门手游排行榜	18
图 18：2018 年 8 月 31 日华为应用商店和应用宝热销榜游戏排名	18
图 19：2018 年 8 月 31 日美国 iOS 热门 App 排行榜	19

表 1: 子弹短信和微信产品对比	11
表 2: 本周传媒板块涨幅前五和跌幅前五个股一览 (流通市值加权平均)	13
表 3: 2018.8.27-2018.8.31 (截至 31 号 20: 00) 影片票房排名	14
表 4: 下周 (2018. 9.3-2018.9.9) 上映新影片概况.....	14
表 5: 2018.8.27-2018.8.31 (截至 31 号 20: 00) 院线表现情况	15

本周专题：子弹短信——颠覆还是昙花一现？

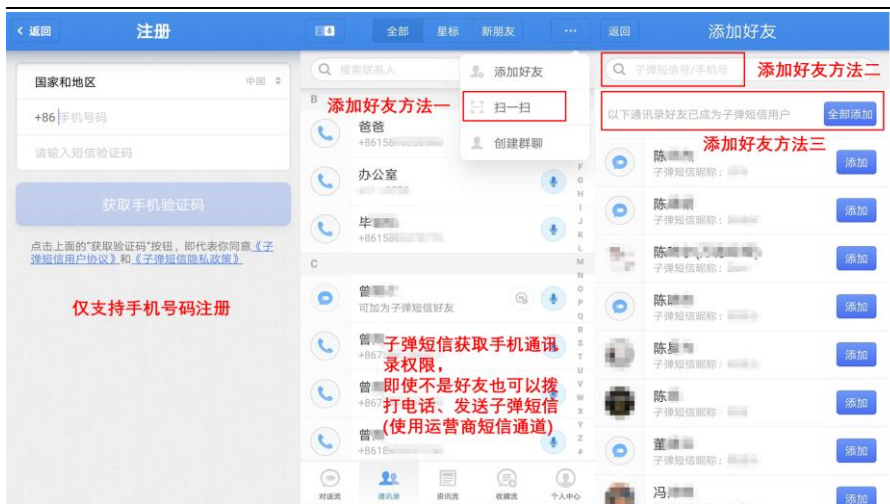
事件：8月24日，由快如科技开发的子弹短信仅上线4天快速升至App Store总榜和社交榜双榜第一名。8月28日，锤子科技CEO罗永浩宣布，其投资的快如科技完成第一轮1.5亿元融资。**8月29日，持有锤子科技1.13%股权的迅游科技一度冲击涨停，为子弹短信的语音转译功能提供技术支持的科大讯飞大涨6.55%。**

主打高效沟通和熟人社交

沟通更加高效快捷：子弹短信是一款追求“快”的IM聊天工具，核心特色是“语音转文字”，在功能设计的各个节点上进行了全面优化，致力于为用户提高效率，给用户带来“更快一步”的体验。

定位于“熟人社交”：但子弹短信仅支持手机号注册，需要授权手机通讯录；添加好友方式包括：搜索“子弹短信号”或者手机号、扫朋友分享的二维码、直接添加通讯录中已经成为子弹用户的联系人等；子弹短信也可以关联微信、微博、QQ账号。

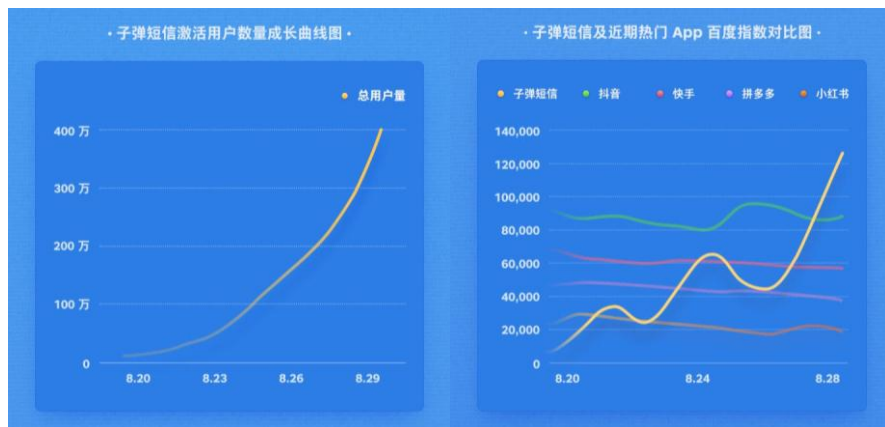
图1：子弹短信定位于熟人社交



资料来源：子弹短信 App，长江证券研究所

子弹短信上线后用户数量快速增长，8月31日，总激活用户量超过500万。

图2：子弹短信用户数量和热度指数快速增长



资料来源：子弹短信，长江证券研究所

亮点一：更快捷——语音+文字推送、列表快速回复、全局悬浮球

1、语音精准转化文字消息、语音文字消息同时发送，并可调节语音进度条

微信沟通中，连续多条长语音消息对于接收方体验不友好，逐个收听或手动转化成文字效率低下，尤其在工作场景中不便。子弹短信针对微信这个痛点进行创新：

- 1) 消息默认发送方式是**文字+语音**，将用户发送的语音转化为文字消息，伴随着语音同时发送，既提升发送效率，又避免接受者收听语音的不便。用户可以更改消息发送的方式（纯文字、纯语音）和语音识别的语言（普通话+英文），方便多种环境下使用。
- 2) **语音转化的文字可手动修改**。语音转化文字的功能由讯飞输入法提供技术支持，可实现 97% 的准确度，自动加入标点符号方便理解，且用户可以手动编辑更改。
- 3) **可拖动语音进度条**，节省用户时间，提高沟通效率。对于微信中收到的长语音，经常存在听到某处没听清，只能重头开始听，用户体验不友好，子弹短信推出的可拖动语音进度条功能，很好地解决了微信用户这一痛点。

图 3：子弹短信语音加文字的输入方法更加高效



资料来源：子弹短信 App，长江证券研究所

2、多聊天同时进行，一级界面实现快速回复

在用户多个聊天进程同时展开时，使用微信回复需要在不同用户对话框中切换，子弹短信实现一级界面快速回复多个用户，节省用户的切换时间，提供更加快捷的聊天体验。

在子弹短信的主界面，每个人的聊天框右侧有一个快速回复按钮，用户在收到信息时，无需点开聊天框，可直接在主界面回复，并可在界面左上角选择混合输入或纯语音输入。

安卓端的子弹短信可把单个联系人发送五条以内讯息铺列开，但 iOS 系统下单联系人的多条信息将会像折叠，在主界面只能浏览到接收到的最后一条信息，其余的仍像微信一样则折叠为信息条数提示。

对于安卓系统手机，这一功能可以让用户体验比微信更便捷的沟通方式，但子弹短信在 iOS 系统中的用户体验提升相对有限（有可能是系统 BUG 或者仍待优化）。

图 4：子弹短信可实现在主界面直接快捷回复功能



资料来源：子弹短信 App，长江证券研究所

3、无需进入 App，任何界面按住“全局悬浮球”直接发送信息

子弹短信一个提升沟通效率的创新在于“全局悬浮球”功能（目前仅适用于安卓端），开启这个功能后，在手机任何界面可见其悬浮窗口，长按即可进行语音输入发送消息，不用打开 App，发送信息之后即可回到原来的使用界面，不影响任何操作，节约用户时间，提升沟通效率。

图 5：子弹短信的“全局悬浮球”功能实现在手机任何界面随时发送语音功能



资料来源：子弹短信 App，网易云信，长江证券研究所

亮点二：更高效——稍后处理、引用并回复、转发至其他应用

1、“稍后处理”功能有效管理消息避免遗漏重要事项

子弹短信的稍后处理功能将“消息管理”和“任务清单”两个功能合二为一，可避免遗漏重要信息。用户可以将具备任务性质或暂时不便处理的消息放到稍后处理模块中，直接点击可快捷回复，完成后可勾选该消息，则消息便处于隐藏状态，也可长按删除。

2、“引用并回复”功能在群聊场景下避免混乱或误解

在微信群聊中，由于消息较多，群聊可能出现混乱甚至造成误解，导致沟通的低效。为了解决这一问题，子弹短信推出“引用并回复”，提升群聊的沟通效率。

3、转发至其他应用（仅安卓端）

子弹短信在安卓端可以实现跨应用转发，由于权限限制无法在 iOS 系统手机中实现。

图 6：子弹短信多项创新功能提供更加高效沟通方式



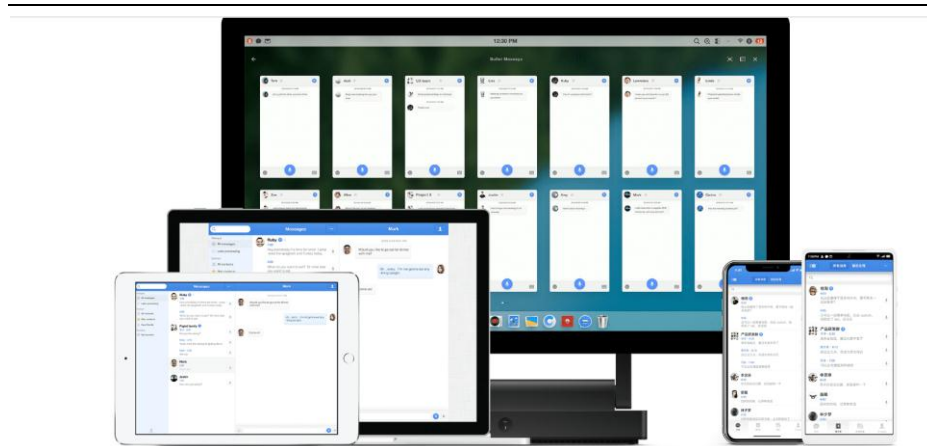
资料来源：子弹短信 App，长江证券研究所

亮点三：真同步——实现多平台多终端同时登录和消息同步

微信“伪同步”仍存在较大缺陷。在工作场景中，用户经常需要使用多个终端来登陆微信，微信最近也意识到这个问题，在最新版本中增加了消息同步功能——在微信登录确认的页面增加了一行“自动同步消息”，但微信是将手机上的记录同步到电脑上，并没有通过服务端，如果在手机上卸载微信，电脑上就无法同步聊天记录。

依托网易云信，子弹短信实现了真正意义上的多端信息漫游功能。

图 7：子弹短信支持多平台同步登录



资料来源：快如科技，长江证券研究所

子弹短信可以确保多终端同时登陆，聊天记录自动同步备份，因此用户可以无缝切换设备，任何设备都可以读取到最近的历史信息。

针对漫游消息，网易云信设计了二进制的存储结构，消息压缩，依托云计算提供的近乎无限的扩展能力，为用户提供真正稳定的 IM 服务。同时，网易云信将数据文件多重备份，在互联网信息时代最大程度确保数据本身的安全。

资讯流功能做用户留存及未来变现

子弹短信没有朋友圈功能，位居底端五个功能板块“C位”的是“资讯流”功能，最初的版本集成了“今日头条”和“腾讯新闻”的两家新闻源，尚没有广告。

但对于资讯流功能，用户认可度不高，一方面，没有通过算法分发技术、没有针对性的内容聚合意义不大；另一方面，会破坏产品高效简洁的体验感。

8月27日，子弹短信发布公告称，应腾讯要求将在下一个版本取消腾讯新闻源。为此，锤子科技 CEO 罗永浩期望子弹团队能够成立独立的内容运营团队，但8月30日他也在微博表示，快如科技的产品经理在考虑取消资讯流功能。

图 8：子弹短信资讯流功能短期内多次更新



资料来源：子弹短信 App，长江证券研究所

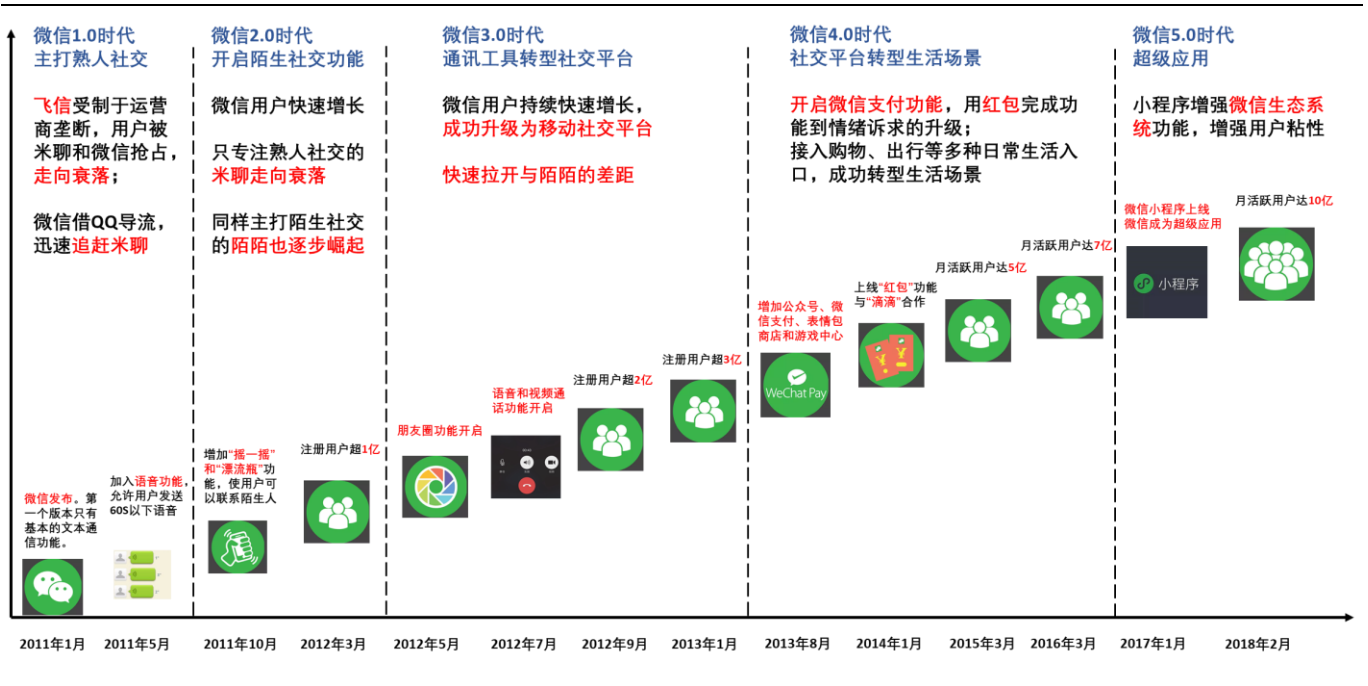
我们认为，子弹短信资讯流功能设立的初衷是提高用户粘性，并在适当的时候通过信息流广告等方式进行变现。结合目前的用户反馈，未来资讯流功能如何迭代，子弹短信是是否能够成立自有内容运营团队，未来依靠何种方式进行变现，仍值得持续关注。

仅靠产品微创新难以跨越微信护城河

1、微信之崛起：持续迭代升级，构建生态闭环

微信从上线至今已有 7 年，伴随版本和功能的持续更新迭代，完成了从即时通讯工具向全国最大的社交平台的华丽升级，并持续进化为生活场景、构建庞大的建微信生态圈。2018 年 2 月，微信 MAU 超过 10 亿，成为中国移动互联网用户日常不可或缺的一部分。

图 9：微信的崛起史



资料来源：TechinAsia, CSDN, 长江证券研究所

2、微信的护城河是什么？

虽然微信已成为一个庞大的生态圈，但总结来看，它建立在解决用户**即时通讯**、**内容消费**、**功能性服务**这三大核心需求的基础之上，且每一次产品升级均是围绕这三点展开。

- 1) 即时通讯功能构建微信的底层关系链，网络效应¹决定了微信的用户粘性；
- 2) 各类便捷服务功能重构用户生活场景，持续提升微信的使用频次；
- 3) 朋友圈（关系链分发）和公众号（资讯消费）等信息流决定用户在微信的停留时长。

我们认为，微信这三大块布局相辅相成，共同构成了微信的护城河，其中，微信拥有的**10亿活跃用户**所形成的网络效应即为**微信最深的护城河**。

在 PC 互联网时代，QQ 的 8 亿用户成功构建了自身的网络效应，而微信的崛起则是在移动互联网浪潮下，QQ 战略牺牲基础上进行的一次大规模社交迁移。

¹ “网络效应”，即产品对一名用户的价值取决于使用该产品的其他用户的数量。由于信息产品存在着互联的内在需要，这种需求的满足程度与网络的规模密切相关。如果网络中只有少数用户，他们不仅要承担高昂的运营成本，而且只能与数量有限的人交互。但随着用户数量增加，网络的价值呈几何级数增长，展现出用户规模效应，即网络效应。

3、微信繁荣背后的内忧外患

微信上线已有 7 年，处于产品的成熟期，活跃用户数不断增长接近峰值，微信的隐忧也逐渐浮现。

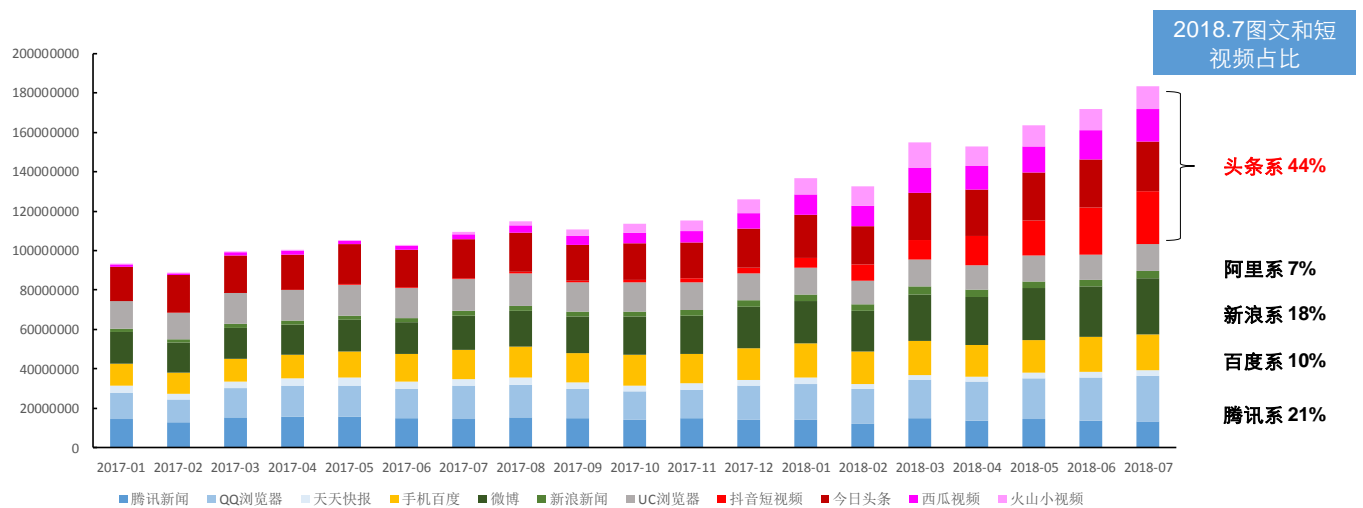
1) 内忧：极简主义理念下的产品迭代过慢

- **产品活跃用户增长已经接近天花板**，通过不断做减法优化留存促进活跃，来延长用户生命周期，比如朋友圈权限设置，朋友圈三天可见，清理不常联系的好友；
- **内容领域相对薄弱**，微信致力打造的封闭社交圈，朋友圈这种关系链分发效率底下，且容易内容同质化，不利于用户粘性的提升；
- **信息组织逻辑落后，内容分发效率低**，微信公众号主打信息筛选，意在振兴微信内容基因，但由于微信内容完全靠时间排序和关注分发，非常低效，导致微信公众号红利不再，公众号活跃度持续下滑；

2) 外患：算法+信息流打法下的头条系快速崛起抢占用户时长

- 今日头条系依靠算法技术引领流量分发从 1.0 时代进化到 2.0 时代，极大提升了内容分发的效率，用户数量快速增长、用户时长和粘性不断提升；
- 信息流（图文+短视频）广告市场高速增长，巨头纷纷加入争夺蛋糕，头条系占据 44% 的市场份额，收割了 60% 以上的信息流增量时长。

图 10：信息流和短视频产品总用户时长趋势（万分钟）



资料来源：Questmobile, 公司公告，长江证券研究所

为了应对头条系的冲击，今年 6 月，微信做出了近年来最大的改进——订阅号全面“信息流化”，将传统的折叠方式变为更直观的信息流模式。但从第一版更新反馈看，微信官方声称的“提升阅读效率”并没有实现，反而加重了用户的信息管理负担。

结合 Facebook、微博的发展经验表明，虽然初期会引起部分用户的“反弹”，信息流功能的持续优化将会带来用户使用时长和粘性的显著增长。

微信此举意在重夺流量分发大权，杀入信息流广告市场。在此之前微信的广告变现能力较差：一方面是由于产品经理为了维护产品调性对于广告比较克制；另一方面是由于朋

友圈广告填充率天花板很低，而头部订阅号们采用原生广告、电商、知识付费等“自选动作”变现，微信无法参与分成，广告联盟转化率也较低。

但据美国科技媒体 The Information 2018 年 2 月 9 日的新闻，腾讯希望能够提高微信的盈利能力，但遭产品经理反对。我们认为，在此背景下，微信进入变现能力强的信息流广告领域成为必然的趋势，微信的加入或将对今日头条系产生较大的影响。

4、子弹短信 VS 微信——尚未构成实质性威胁

我们从用户数量、产品功能和成熟度等角度对比子弹短信和微信。从下表可以看出，子弹短信仍处于产品的初期阶段，功能不够完善、产品体验也有待提升，仍处于相对小众的状态，且用户从微信迁移较难，对于一个主打熟人社交的即时通讯工具来说，用户留存方面尚存在较大缺陷。且子弹的资讯流目前仅是导入了今日头条的入口，没有自己的内容运营团队，较微信落后很多。

尽管子弹短信在沟通效率方面做出了优化，但并非颠覆性的创新，且对于大部分普通用户来说，沟通效率并不是第一位考量因素，大众不具备足够动力进行平台的迁移，子弹短信很难构建新的关系网，且微信可以很容易对这些优化功能进行升级完善，微创新产品意义不大。

因而我们认为，子弹短信尚未对微信构成实质性的威胁，在尚无颠覆性的技术革命和强大的社交平台基础的前提下，新一轮的大规模用户迁移出现的概率较低。

表 1：子弹短信和微信产品对比

	用户	即时通讯	信息流	服务性功能	变现方式
子弹短信	用户数量少约 500 万，仍属小众 App，目前用户从微信迁移较难	主打高效快捷，适合工作场景；表情功能较差，不能发送短视频和动图等	资讯流功能，接入今日头条	尚无	尚无
微信	月活超过 10 亿，基本覆盖移动互联网用户，网络效应导致微信用户粘性高	适合工作、社交沟通场合	朋友圈主打关系链分发，公众号做咨询消费	微信支付体系下已为用户构建完善的生活场景服务	广告

资料来源：子弹短信，微信，长江证券研究所

专注 2B 细分领域或将杀出重围

在微信这种超级应用的存在下，一款新的通讯工具，定位精准方能有立足之地，比如 YY、陌陌、钉钉等。但目前子弹短信出现了定位不清晰的问题：子弹短信的产品细节均是对微信的聊天功能进行优化，但创始团队对其定位是办公沟通软件，可资讯流功能提供的信息流却又与办公软件的定位相悖。

根据子弹短信创始人的采访表示，加入“资讯流”功能的初衷是为了吸引用户从微信迁移至子弹短信，有助于提升用户粘性做留存以及未来有可能做信息流广告变现，但根据团队透露的消息，也可能考虑取消资讯流。

1、我们认为，子弹短信适合的定位并不是社交。基于上文的微信和子弹短信的对比分析，由于子弹短信自身没有强大的社交基因，产品的微创新很难吸引大规模用户迁移，难以撼动微信在社交领域的地位，而在陌生人社交领域又有另一个巨头——陌陌。

2、找准定位，走 2B 路线深耕细分领域，子弹短信仍有可能在巨头垄断中突围。

- 1) 根据子弹短信最大的亮点和特色来看，它的目标人群是重视沟通效率的细分人群，且主要应用于工作场景中。
- 2) 2B 市场难以全部收割，不会出现赢家通吃的情况。从客户角度来说，2B 个体行为是理性决策，很多情况下，不是 2B 公司之间的互相竞争，而公司是和用户的之间博弈。从客户角度看，也希望有多个供应商同时存在。
- 3) 协同办公市场虽然进入者众多，但是市场潜力巨大。从企业组织用户数来看，钉钉和企业微信最新公布的数字分别为 700 万、150 万，但是市场上共有 4300 万的中小企业，潜力空间依然巨大。且近年来客户对协同办公软件的需求在不断增加。

3、子弹短信在协同办公领域的优势

- 1) 依托网易云信为用户提供真正稳定、安全的 IM 服务，实现多平台登录和消息同步；
- 2) 子弹短信的投资方锤子科技也在向 2B 方向转型，主要解决办公刚需。

子弹短信联合创始人郝浠杰表示，子弹短信接下来要做的就是完成钉钉没有触及到的领域：“要比钉钉更加细化，将办公中所有的环节打通，比如聊天、邮件、待办事项、文档、网盘、投票等等，所有的环节都在一个软件里完成”。

对于子弹短信这个十分年轻的产品，仅凭目前初期尚不完善的功能对其全盘否定或盲目吹捧是不客观的，我们将持续关注后续产品迭代情况。

本周核心观点及投资建议

本周核心观点：上周教育部等八部门关于印发《综合防控儿童青少年近视实施方案》的通知中，将对网络游戏实施总量调控，站在当前时点，游戏厂商将正式比拼“精品力”内功，“一波流”产品未来会越来越少了，从 2017 年 1-12 月的版号申请数据来看全年为 9254 款（其中棋牌类 35%，休闲益智类 13%，捕鱼 6%，消除 7%，RPG17%，SLG4%），而腾讯、网易两家精品大厂手游每年约在 40 款，腾讯 6 星级手游在 15 款左右，而完美世界、三七互娱、游族网络、吉比特等 A 股二线厂商一年手游数量约在 10-18 款，头部产品未来有望拉长生命周期，头部公司有望提升市占率，挤压过去激进政策的小厂，同时联运平台价值可能弱化。

重点个股跟踪

芒果超媒：三季度公司预计实现净利润 1.77 亿-2.77 亿，同比出现下滑，主要受制作周期影响，18 年三季度影视剧交片数量较上年同期有所下降，同时原电视购物业绩出现一定程度的下滑。我们认为，公司短期内业绩受到内容确认的影响，但中长期仍看好公司的平台属性，公司存货的大幅增长也彰显了丰富的内容储备，下半年公司精品内容集中上线，《爸爸去哪儿 6》延播非政策性原因，预计也会于下半年上线。

视觉中国：企业客户延续高增，长尾流量高速拓展。1) 企业客户：公司通过持续的技术投入，强化平台服务水平，提升获客能力，合作客户总数同比增长 48%，企业客户数同比增长 76%（17 年为 50%）。2) 自媒体：自 17 年公司接入大风号、企鹅号、百家号等自媒体平台后，18 年上半年公司完成与阿里巴巴（大鱼号）、微博云剪的自媒体平

台接入工作，自媒体流量进一步扩张；3) 其他长尾流量端口：广告平台方面公司完成了与阿里汇川广告平台、腾讯社交广告平台的对接；创意平台方面，公司与阿里巴巴“鹿班智能设计平台”签署战略合作协议，流量入口不断拓展。公司业绩稳健增长，毛利率保持稳定，平台影响力进一步增强。受益于客户的持续拓展，公司的核心图片业务收入仍旧保持 30% 以上的增速，毛利率与去年一致，稳定在 64% 的水平，收入稳健增长下净利润增速超过去年同期。

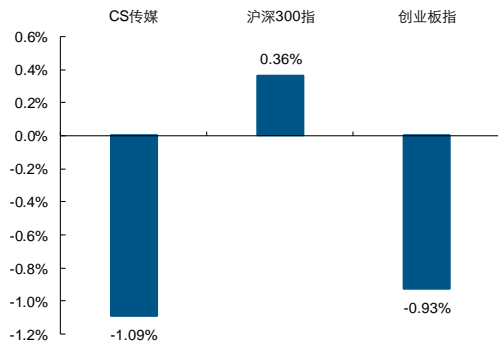
分众传媒：公司前三季度业绩中值 48 亿，三季度业绩预期 15 亿，考虑到扩屏成本主要计入下半年，下半年业绩增速有所放缓。但阿里 150 亿战略入股分众传媒，双方强强联合打开市场新空间。1) 阿里流量资源优势显著，丰富的 B 端客户数据有望为公司带来更多的广告主，进一步放大广告收入；2) 未来公司将与阿里在广告系统服务、人脸识别技术、OTT 智能电视广告等领域开展深度合作。OTT 广告市场目前增长迅速，公司有望借助阿里在此领域的布局切入这一潜力市场。新潮资源数量与资金状况均与分众有较大差距，公司媒体资源的迅速扩张将对冲毛利率下滑的影响，短期不惧竞争扰动。

本周传媒板块行情回顾

本周 CS 传媒板块下跌 1.09%，跑输沪深 300 指数 1.45pct，跑输创业板指 0.16pct。

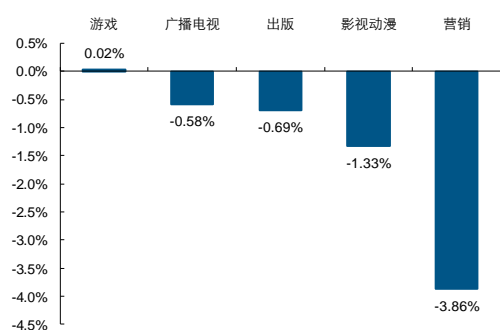
从传媒各个细分板块来看，本周游戏上涨 0.02%，广播电视下跌 0.58%，出版下跌 0.69%，影视动漫下跌 1.33%，营销下跌 3.86%。

图 11：本周传媒指数跑输沪深 300 指数 1.45pct，跑输创业板指 0.16pct



资料来源：Wind, 长江证券研究所

图 12：本周传媒子板块中营销跌幅最大



资料来源：Wind, 长江证券研究所

个股表现来看，传媒板块本周涨幅前五的个股分别为：乐视网 (23.32%)、思美传媒 (10.39%)、中国科传 (8.37%)、联建光电 (6.68%)、暴风集团 (6.55%)；本周跌幅前五的个股分别为：腾信股份 (-14.32%)、恺英网络 (-14.21%)、帝龙文化 (-13.62%)、文投控股 (-9.65%)、东方网络 (-9.58%)。

表 2：本周传媒板块涨幅前五和跌幅前五个股一览（流通市值加权平均）

股票代码	股票名称	周涨跌幅 (%)	股票代码	股票名称	周涨跌幅 (%)
300104.SZ	乐视网	23.32	300392.SZ	腾信股份	-14.32
002712.SZ	思美传媒	10.39	002517.SZ	恺英网络	-14.21
601858.SH	中国科传	8.37	002247.SZ	帝龙文化	-13.62
300269.SZ	联建光电	6.68	600715.SH	文投控股	-9.65
300431.SZ	暴风集团	6.55	002175.SZ	东方网络	-9.58

资料来源：Wind, 长江证券研究所

行业重要数据跟踪及点评

电影院线数据跟踪及点评

长江传媒点评：本周迎来暑期档最后一周，《碟中谍 6：全面瓦解》强势上映，单日斩获 1.92 亿票房，仅次于上映 8 天的《蚁人 2：黄蜂女现身》。这两部好莱坞大片有望在暑期档的末尾掀起一波新的观影高潮。下周共有 15 部电影集中上线，根据猫眼想看人数的数据，动作、冒险大片《阿尔法：狼伴归途》和《李宗伟：败者为王》有望表现良好，其中《李宗伟：败者为王》主角李宗伟和我国著名羽毛球运动员林丹在竞技场上的争夺已经成为家喻户晓的传奇，有望吸引大批体育迷观看。

2018.8.27-2018.8.31（截至 31 号 20:00），《蚁人 2：黄蜂女现身》登顶周榜首，周票房为 2.18 亿，上线 23 天，累计票房达 6.82 亿元。第二名为《碟中谍 6：全面瓦解》，上映首日斩获票房 1.92 亿元。

表 3：2018.8.27-2018.8.31（截至 31 号 20:00）影片票房排名

影片名称	单周票房 (亿元)	累计票房 (亿元)	上映天数	相关上市公司
蚁人2: 黄蜂女现身	2.18	6.82	8	中国电影
碟中谍6: 全面瓦解	1.92	1.92	1	中国电影
快把我哥带走	0.55	3.20	15	文投控股
大师兄	0.48	1.37	8	——
巨齿鲨	0.44	10.26	22	——
一出好戏	0.38	13.20	22	光线传媒
精灵旅社3: 疯狂假期	0.18	1.96	15	中国电影
爸，我一定行的	0.16	0.35	8	——
西虹市首富	0.16	25.20	36	金逸影视
浴血广昌	0.13	0.76	31	——

资料来源：艺恩数据，长江证券研究所

下周（2018.9.3-2018.9.9）即将上映 15 部新片，根据猫眼想看人数，预计《阿尔法：狼伴归途》、《李宗伟：败者为王》有望表现良好。

表 4：下周（2018.9.3-2018.9.9）上映新影片概况

上映时间	影片名称	类型	主演	猫眼想看人数	相关上市公司
2018/9/3	那些女人	剧情	江平、李作楠；，何赛飞、胡可、殷桃	9308	——
2018/9/6	遥远的他	爱情、历史	李嘉华；陈熙明	6	——
2018/9/7	阿尔法：狼伴归途	动作、冒险	艾尔伯特·休斯；科迪·斯密特-麦菲	64887	中国电影
2018/9/7	李宗伟：败者为王	剧情，励志	马逸腾；李宗伟,李国煌,杨雁雁,黄炜杰,曾冠源	62971	中国电影
2018/9/7	传奇的诞生	剧情、传记	Michael Zimbalist, Jeff Zimbalist	32782	中国电影
2018/9/7	道高一丈	悬疑、犯罪	姜凯阳；聂远,谭凯,徐露,于明加,曲高位,张陆	21990	华录百纳
2018/9/7	草戒指	爱情	洪亦平；洪亦平,马靓,黄海冰,胡锰,孙翔	16642	——
2018/9/7	吻隐者	爱情、剧情	李燕宁；谭卓,李至正,孙亦沐,张定涵	12732	——
2018/9/7	有五个姐姐的我就注定要单身了啊	青春、爱情	苏文圣；蔡凡熙,谢金燕,刘奕儿,张墨锡,高隽雅	4333	——
2018/9/7	黑暗深处之惊魂夜	恐怖、惊悚	玉素；葛凌芮,李劲峰,林潇,崔小田,高志刚	3345	——

2018/9/7	那条河	剧情	张锐; 张杨果而, 王庆祥, 迟蓬, 徐囡楠	914	——
2018/9/7	我们回家吧	剧情、家庭	邱晓军; 万梓良, 文熙, 王瑛瑛	789	——
2018/9/7	过往的梦	爱情、音乐	翔子; 宫哲, 张珏, 李骏诚, 张悦楠	462	——
2018/9/8	赛尔号大电影6: 圣者无敌	动画电影	王章俊; 罗玉婷, 翟巍	43384	——
2018/9/8	疯狂丑小鸭	动画电影	蒋叶峰; 苏倩芸, 王雪沁, 杨进, 张洋	8967	——

资料来源: 猫眼专业版, 长江证券研究所

院线表现方面, 本周 2018.8.27-2018.8.31 (截至 31 号 20: 00) 仍为万达院线票房第一, 市占率为 13.95%。

表 5: 2018.8.27-2018.8.31 (截至 31 号 20: 00) 院线表现情况

院线名称	票房 (亿元)	观影人次 (万人次)	市占率
万达院线	0.96	220.63	13.95%
大地院线	0.70	209.95	10.17%
上海联合院线	0.57	149.32	8.28%
中影南方新干线	0.55	157.19	7.99%
中影数字院线	0.48	143.63	6.98%
中影星美	0.37	105.09	5.38%
广州金逸珠江	0.35	95.24	5.09%
横店院线	0.27	82.86	3.92%
江苏幸福蓝海院线	0.25	71.81	3.63%
华夏联合	0.24	71.97	3.49%

资料来源: 艺恩电影智库, 长江证券研究所

收视率网播量跟踪及点评

长江传媒点评: 本周《香蜜沉沉烬如霜》表现优异, 继续上周强势表现, 收视率排名第一。《爱情进化论》收视率排名第二。下周多部电视剧集中开播, 包括年代谍战剧《走火》、都市情感剧《功夫之爱的速递》、剧情片《灵与肉》等作品。综艺方面, 本周浙江卫视《中国好声音》继续以 1.674% 的收视率位列第一且远高于其他综艺。

收视率情况

根据微博 ID: 卫视这些事儿提供的 CSM52 城数据, 上周 (2018.8.20-8.26) 电视剧收视率排名前十分别为: 《香蜜沉沉烬如霜》(江苏卫视 1.306%)、《爱情进化论》(上海东方卫视 0.763%)、《月嫂先生》(上海东方卫视 0.750%)、《流星花园》(湖南卫视 0.684%)、《那些年我们正年轻》(北京卫视 0.633%)、《爱情进化论》(浙江卫视 0.601%)、《猎毒人》(浙江卫视 0.593%)、《月嫂先生》(浙江卫视 0.541%)、《桃花依旧笑春风》(安徽卫视 0.503%)、《真爱的谎言之破冰者》(山东卫视 0.489%)。

综艺节目方面, 上周 (2018.8.20-8.26) 排名前十的综艺节目分别为: 《中国好声音》(浙江卫视 1.674%)、《非诚勿扰》(江苏卫视 1.011%)、《新舞林大会》(上海东方卫视 0.975%)、《快乐大本营》(湖南卫视 0.944%)、《相声有新人》(上海东方卫视 0.837%)、《跨界喜剧王》(北京卫视 0.834%)、《我家那小子》(湖南卫视 0.782%)、《新舞林大会武林前传》(上海东方卫视 0.746%)、《跨界喜剧王喜剧王来了》(北京卫视 0.657%)、《中餐厅 2018》(湖南卫视 0.628%)。

图 13: 2018.8.20-8.26 电视剧收视率排名情况

52城8月20日—8月26日1930-2400电视剧 4+				
排序	剧名	频道	收视率%	市场份额%
1	香蜜沉沉烬如霜	江苏卫视	1.306	4.778
2	爱情进化论	上海东方卫视	0.763	2.774
3	月嫂先生	上海东方卫视	0.750	2.793
4	流星花园	湖南卫视	0.684	5.254
5	那些年我们正年轻	北京卫视	0.633	2.328
6	爱情进化论	浙江卫视	0.601	2.184
7	猎毒人	浙江卫视	0.593	4.042
8	月嫂先生	浙江卫视	0.541	2.027
9	桃花依旧笑春风	安徽卫视	0.503	1.835
10	真爱的谎言之破冰者	山东卫视	0.489	1.793
11	天盛长歌	湖南卫视	0.396	1.477
12	武动乾坤之英雄出少年	上海东方卫视	0.359	2.325
13	我们的千阙歌	山东卫视	0.356	1.296
14	甄嬛传	北京卫视	0.266	2.209
15	远大前程	天津卫视	0.266	0.970
16	泡沫之夏	深圳卫视(新闻综合频道)	0.259	0.947
17	我和我的传奇情仇	重庆卫视	0.227	0.826
18	婚姻历险记	湖北卫视	0.209	0.762
19	养母的花样年华	江西卫视	0.207	0.753
20	战火中的兄弟	四川卫视	0.206	0.756

资料来源: CSM52, 卫视这些事儿, 长江证券研究所

图 14: 2018.8.20-8.26 综艺收视率排行榜

52城8月20日—8月26日1930-2400自办节目 4+						
排序	节目	频道	开始时间	结束时间	收视率%	市场份额%
1	中国好声音	浙江卫视	21:08:33	22:45:45	1.674	7.506
2	非诚勿扰	江苏卫视	20:32:27	21:53:40	1.011	3.629
3	新舞林大会	上海东方卫视	21:19:15	22:29:07	0.975	4.216
4	快乐大本营	湖南卫视	20:19:27	21:59:25	0.944	3.404
5	相声有新人	上海东方卫视	20:25:02	21:55:07	0.837	3.004
6	跨界喜剧王	北京卫视	21:25:21	22:04:52	0.834	3.294
7	我家那小子	湖南卫视	21:59:52	23:39:18	0.782	5.190
8	新舞林大会舞林前传	上海东方卫视	21:02:18	21:19:15	0.746	2.656
9	跨界喜剧王喜剧王来了	北京卫视	20:58:37	21:25:21	0.657	2.304
10	中餐厅2018	湖南卫视	21:59:53	23:48:48	0.628	4.512
11	跨界喜剧王喜剧先锋	北京卫视	22:04:52	22:33:24	0.628	3.130
12	我们在行动	上海东方卫视	21:56:57	23:01:32	0.623	3.433
13	一站到底	江苏卫视	21:17:27	22:09:07	0.603	2.486
14	嗨!蓝朋友演员的诞生	浙江卫视	20:52:54	21:52:03	0.583	2.117
15	幻乐之城2018	湖南卫视	20:08:33	21:58:26	0.569	2.112
16	跨界喜剧王特别节目	北京卫视	20:58:59	21:55:30	0.566	2.148
17	了不起的孩子	江苏卫视	21:23:18	22:38:59	0.557	2.520
18	一站到底世界名校争霸赛终极对决	江苏卫视	22:09:07	22:29:46	0.524	2.818
19	挑战主唱歌金曲榜	江苏卫视	22:06:11	23:16:31	0.493	3.118
20	一起来跳舞	安徽卫视	21:22:49	22:34:41	0.457	1.977

资料来源: CSM52, 卫视这些事儿, 长江证券研究所

网播量情况

最近 7 日网播量排名前三的剧目分别为:《延禧攻略》、《香蜜沉沉烬如霜》和《后宫如懿传》。

图 15: 2018 年 8 月 31 日统计最近 7 日电视剧网播量情况

电视剧网络播放排行榜				
昨日榜	7日榜	30日榜	半年榜	
名次	电视剧	播放量(万)	趋势	
★ 1ST	延禧攻略	333916	-	
★ 2ND	香蜜沉沉烬如霜	270123	-	
★ 3RD	后宫如懿传	110866	-	
4	武动乾坤	63457	-	
5	流星花园2018	60605	-	
6	沙海	60457	-	
7	惹上冷殿下	41110	-	
8	媚者无疆	34825	-	
9	天盛长歌	32887	-	
10	龙门飞甲	29931	-	

资料来源: 寻艺, 长江证券研究所

后续即将播出的电视剧为：

- 1) 由于荣光执导，万达影视传媒、新丽传媒联合出品，吴磊、林允领衔主演的古装、武侠剧《斗破苍穹》于2018年9月3日在湖南卫视首播；
- 2) 由蔡晶盛执导，浙江华策影视股份有限公司出品，郭涛、陈意涵领衔主演的都市爱情剧《爱情筑梦师》于2018年9月3日在深圳卫视首播。
- 3) 由郭靖宇、巨兴茂执导，天津建信文化传播有限公司出品，岳丽娜、于毅领衔主演，张少华、史可、刘智扬、肖茵、倪虹洁、杨昆、王绘春、张永刚、马赫等主演的年代剧《娘道》于2018年9月5日在江苏卫视首播。

图 16：即将播出电视剧一览
新剧预告


资料来源：电视猫，长江证券研究所

游戏数据跟踪及点评

长江传媒点评：《Happy Glass》排名上升一名，登顶 iOS 游戏免费榜。付费排行和畅销排行榜的首位分别是《死亡阴影》和《王者荣耀》，继续仍然延续上周强势表现。目前已经接近暑期档尾期，畅销榜排行保持稳定。随着游戏行业新监管政策的推出，我们预期游戏行业短期内头部游戏作品不会发生大的变动。

中国手游排行情况

根据 App Annie 手游 iOS 热门 App 排行榜，2018 年 8 月 31 日，中国手游排行如下：

- 1) 免费手游前五名分别为：《Happy Glass》、《香肠派对》、《绝地求生：刺激战场》、《万王之王 3D》、《Egg, Inc.》；
- 2) 付费排行前五名分别为：《死亡阴影》、《龙魂契约》、《热血私服·网游》、《票房大卖王》、《超进化物语：怪兽小队再集结》；
- 3) 畅销排行前五分别为：《王者荣耀》、《梦幻模拟战》、《梦幻西游》、《我叫 MT4》、《楚留香》。

iOS 畅销榜新入榜或排名进步较大的游戏有：1) 《楚留香》，为网易游戏推出的一款高自由度武侠手游，2018 年 8 月 31 日上升 9 名，排名第 5 名；《荒野行动：飓风突击》，是一款网易游戏推出的吃鸡类游戏，2018 年 8 月 31 日排名上升 63 名，排名第 10 名。

图 17：2018 年 8 月 31 日中国 iOS 热门手游排行榜

#	免费排行	付费排行	畅销排行
1	Happy Glass Lion Studios	死亡阴影 MENG MENG	王者荣耀 Tencent
2	香肠派对 X.D. Network	龙魂契约-唤醒你的魔幻世界 Shenzhen Muzi Era Netwo...	梦幻模拟战 Zilong
3	绝地求生:刺激战场 Tencent	热血私服-网游	梦幻西游 NetEase
4	万王之王3D Tencent	票房大卖王-看完电影, 来拍... Tuoyin	我叫MT4 Tencent
5	Egg, Inc. Auxbrain	超进化物语: 怪兽小队再集结 深圳市时光印记科技有限公司	楚留香 NetEase
6	戮天之剑OL LJS Games	幻境情缘-全民pk回合制对战... Cooper Doyle	圣斗士星矢 (腾讯) Tencent
7	逍遥武林传-问鼎江湖风云榜 Logan Garcia	三国之战神记-三国时代萌将... Feng Guan	QQ飞车 Tencent
8	腾讯广东麻将 Tencent	阿瑞斯病毒-Ares Virus Qcplay Digital Co., Ltd.	万王之王3D Tencent
9	王者荣耀 Tencent	诸葛军师-三国卡牌手游巅峰... Zongsi Mobile Games	大话西游 NetEase
10	赤血:霸业-散人天堂, 兄弟来战 yuqing ye	热血一刀斩 Zefen Zheng	荒野行动:飓风突击 NetEase

资料来源: App Annie, 长江证券研究所

Android 手游排行及畅销榜变动分析

2018 年 8 月 31 日, 华为应用商店和腾讯应用宝的手游热销榜的排名数据如下:

- 1) 华为应用商店游戏畅销榜排名前 5 的游戏分别为:《梦幻西游》、《开心消消乐》、《梦幻模拟战》、《永恒纪元》、《王者荣耀》;
- 2) 腾讯应用宝热销榜排名前 5 的游戏分别为:《王者荣耀》、《穿越火线》、《QQ 飞车手游》、《火影忍者》、《少年三国志》。

图 18：2018 年 8 月 31 日华为应用商店和应用宝热销榜游戏排名

排名	游戏名称	开发商	大小	描述
1	梦幻西游	网易	800.9 MB	至尊宝和沈月的故事。
2	开心消消乐	腾讯	110.8 MB	你有红包待领取, 满级玩家福利多!
3	梦幻模拟战	Zilong	760.8 MB	27年王道幻想神作归来
4	永恒纪元	完美世界	189.7 MB	魔境大逃杀, 绝版荣耀加持!
5	王者荣耀	Tencent	1.126 GB	火爆全球的5V5公平对战手游
6	王者传奇	腾讯	180.7 MB	正版传奇、经典战法道、决战沙城。
7	三国志2017	腾讯	322.1 MB	光荣正版授权, 三国策略手游。
8	大话西游	网易	844.4 MB	开启月光宝盒, 梦回大唐长安。
9	倩女幽魂	网易	1.239 GB	宁采臣降神兵, 拯救网红狐小倩。
10	武动乾坤	腾讯	946.5 MB	正版小说剧情授权 重修奇招修真路
1	王者荣耀	Tencent	5v5团队公平竞技游戏	网络游戏: 1.1GB
2	穿越火线-枪战...	腾讯	CF正版FPS手游震撼来袭!	飞行射击: 1.1GB
3	QQ飞车手游	Tencent	唯一官方正版手游, 体验最原...	赛车竞速: 1.09GB
4	火影忍者-疾风...	腾讯	正版火影忍者格斗手游	动作游戏: 1.21GB
5	少年三国志	腾讯	开放式剧情副本上线!	网络游戏: 323.0MB
6	圣斗士星矢 (腾讯)	Tencent	车田正美官方授权, 天美L1工...	网络游戏: 977.5MB
7	权谋者	腾讯	乱世经典, 烧脑权谋	网络游戏: 43.8MB
8	永恒纪元: 小姐姐陪玩	完美世界	全球排位, 抢夺百强席位	网络游戏: 193.8MB
9	问道-2周年庆典	腾讯	纸短情长 互诉衷肠	网络游戏: 587.8MB
10	欢乐斗地主 (腾讯)	Tencent	不要走, 决战到天亮!	棋牌中心: 78.0MB

资料来源: 华为应用商店, 应用宝, 长江证券研究所

美国手游排行情况

2018年8月31日，App Annie 的美国手游 iOS 热门 App 排行榜情况如下：

- 1) 免费排行前五分别为：《Happy Glass》、《Hello Stars》、《Go Fish!》、《Asphalt 9: Legends》、《Merge Plane》；
- 2) 付费排行前五分别为：《Minecraft》、《Plague Inc. (瘟疫公司)》、《Bloons TD6》、《Heads Up》、《Donut County》；
- 3) 畅销排行前五分别为：《Fortnite》、《部落冲突 (Clash of Clans)》、《Candy Crush Saga》、《最终幻想 15：新帝国》、《Toon Blast》；

图 19：2018 年 8 月 31 日美国 iOS 热门 App 排行榜

#	免费排行	付费排行	畅销排行
1	Happy Glass Lion Studios	Minecraft Mojang	Fortnite Chair Entertainment
2	Hello Stars Fastone	Plague Inc. (瘟疫公司) Ndemic Creations	部落冲突 (Clash of Clans) Supercell
3	Go Fish! Kwalee	Bloons TD 6 Ninja Kiwi	Candy Crush Saga King
4	Asphalt 9: Legends Gameloft	Heads Up! Warner Bros	最终幻想 15: 新帝国 Epic Action
5	Merge Plane - Best Idle Ga... Gaga Games	Donut County Annapurna	Toon Blast Peak Games
6	My NBA 2K19 2K Games	Geometry Dash RobTop	DRAGON BALL Z DOKKAN ... BANDAI NAMCO Entertain...
7	Fortnite Chair Entertainment	Bloons TD 5 Ninja Kiwi	Pokémon GO Niantic
8	Word Link - Word Puzzle G... Worzzle	Grand Theft Auto: San And... Rockstar Games	漫威: 超级争霸战 Kabam
9	The Noodle Hibiki Yano	True Skate True Axis	糖果苏打传奇 King
10	Bumper.io Voodoo	SIMULACRA Kaigan Games OÜ	Slotomania™ Vegas Casino... Playtika

资料来源：App Annie，长江证券研究所

行业一周要闻回顾

重要公司公告

【蓝色光标】关于公司实际控制人、持股 5%以上股东开展股票质押式回购交易及到期回购事项的公告。公司实际控制人、持股 5%以上股东赵文权于 2018 年 8 月 29 日质押股数 33,400,000 股，本次质押占其所持股份比例为 23.02%。赵文权于 2018 年 8 月 30 日解除质押股数 18,300,000 股，本次解质押占其所持股份比例为 12.62%。

【恺英网络】关于董事会秘书辞职的公告。恺英网络股份有限公司董事会于近日收到公司董事会秘书盛李原先生的书面辞职报告，盛李原先生因个人原因辞去公司董事会秘书职务。为保证董事会工作的正常进行，盛李原先生提交的辞职报告于 2018 年 8 月 27 日生效。盛李原先生辞职后，将继续担任公司董事、副总经理及财务总监职务。

【华谊兄弟】关于股东部分股份质押及解押的公告。股东王忠军先生于 2018 年 08 月 13 日及 2018 年 08 月 14 日共质押股数 25,900,000 股，质押占其所持股份比例为 4.21%。股东王忠军先生于 2018 年 08 月 24 日，解除质押股数 84,900,000 股，本次解除质押占其所持股份比例为 13.80%。截至本公告日，王忠军先生共持有公司股份

615,333,799 股，占截至 2018 年 6 月 30 日公司总股本的 22.18%。王忠军先生所持有的公司股份累计被质押共计 467,679,998 股，占截至 2018 年 6 月 30 日公司总股本的 16.86%。

【昆仑万维】关于全资子公司 Grindr Inc.或其上市主体拟境外上市的提示性公告。

Grindr Inc.公司主营业务分为移动游戏平台（GameArk，原昆仑游戏）、休闲娱乐社交平台（闲徕互娱）、社交平台(Grindr)等三大业务板块，Grindr 系公司社交平台板块全资子公司，是全球最大的同性社交网络，活跃用户主要分布在欧美等发达国家和地区。鉴于 Grindr 占本集团净资产、营业收入及净利润比重均较小，Grindr 或其上市主体境外上市后，公司仍将保留核心资产及业务，而 Grindr 或其上市主体境外上市将会进一步巩固公司的核心竞争力，促进公司的可持续发展。

【芒果超媒】关于会计估计和会计政策变更的公告。

公司重组完成后公司由原来的媒体零售业务单一业务板块变更为新媒体平台运营、新媒体互动娱乐内容制作、媒体零售全产业链，根据各业务板块自身特点，并参照同行业应收款项坏账准备的计提情况，公司对应收款项坏账准备计提进行了会计估计的变更。

行业重要动态及点评

重大事件一：8月30日消息，教育部、国家卫生健康委员会、国家体育总局、财政部、人力资源和社会保障部、国家市场监督管理总局、国家新闻出版署、国家广播电视总局等八部门联合印发了《综合防控儿童青少年近视实施方案》。《实施方案》称，近年来，我国儿童青少年近视率居高不下、不断攀升，近视低龄化、重度化日益严重，已成为一个关系国家和民族未来的大问题。全社会都要行动起来，共同呵护好孩子的眼睛，让他们拥有一个光明的未来。方案随后指出的一条防控措施也与游戏密切相关。《实施方案》称将“实施网络游戏总量调控，控制新增网络游戏上网运营数量，探索符合国情的适龄提示制度，采取措施限制未成年人使用时间。”

链接：<https://mp.weixin.qq.com/s/RNmV4HvU7SKAMIZgtb-DeQ>

长江传媒点评：

1) 此次实施网络游戏总量调控普遍被视为游戏行业的供给侧改革，将对不合法、不合规、低品质、同质化的内容加强约束。同时，自 2018 年 3 月游戏版号审批已经暂停，此次防控措施的落地，或将加快版号问题的解决。

2) 目前，市场上每年网络游戏超过 1 万款，同质化现象较为严重。我们认为此次防控措施将有利于优质的头部游戏厂商，中小游戏厂商可能会迎来一波洗牌。同时，随着国内游戏总量控制愈发严格，我国游戏出海速度有望加速。

重大事件二：随着新中产群体的崛起和消费升级的大趋势，整个儿童消费市场已经达到 4.5 万亿的规模，并且还在高速增长当中。在整个儿童消费市场中，正处于风口的还要数儿童视频领域，依托于近几年国内互联网视频行业的飞速发展，以及凭借着视频内容对于儿童用户天然的易接受性、直观性和产品的形态多元化，儿童视频正在逐步发展成一个愈加庞大的市场，引发越来越多的平台入场布局和竞争。作为当今互联网视频平台三巨头之一的爱奇艺，早在各家还在烧钱打版权大战，平台自制内容刚刚起步的阶段，就已经率先展开针对儿童视频的内容布局，于 2013 年 7 月上线了爱奇艺少儿频道，并

在顺利运营一年后，发布儿童专属独立 APP “爱奇艺动画屋” 来继续深耕。

链接：https://mp.weixin.qq.com/s/QeKcJleXiZhgXQ_a8Xslzw

长江传媒点评：

1) 随着我国视频平台竞争的日益激烈，优爱腾+芒果 TV 的头部视频厂商对于用户群体的维护已经进入精细化阶段，儿童视频领域作为暂未充分开发的蓝海市场，将成为视频网站争夺的下一个细分市场。目前爱奇艺、优酷、腾讯视频均推出专门的儿童平台，将其作为重点栏目进行发展、推广。

2) 随着头部互联网视频厂商对于儿童视频市场关注度的提高，上游儿童动画制作公司，例如奥飞娱乐等，有望迎来黄金发展期。

投资评级说明

行业评级	报告发布日后的 12 个月内行业股票指数的涨跌幅度相对同期沪深 300 指数的涨跌幅为基准，投资建议的评级标准为：
看好	相对表现优于市场
中性	相对表现与市场持平
看淡	相对表现弱于市场
公司评级	报告发布日后的 12 个月内公司的涨跌幅度相对同期沪深 300 指数的涨跌幅为基准，投资建议的评级标准为：
买入	相对大盘涨幅大于 10%
增持	相对大盘涨幅在 5%~10%之间
中性	相对大盘涨幅在-5%~5%之间
减持	相对大盘涨幅小于-5%
无投资评级	由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级。

联系我们

上海

浦东新区世纪大道 1198 号世纪汇广场一座 29 层 (200122)

武汉

武汉市新华路特 8 号长江证券大厦 11 楼 (430015)

北京

西城区金融街 33 号通泰大厦 15 层 (100032)

深圳

深圳市福田区中心四路 1 号嘉里建设广场 3 期 36 楼 (518048)

重要声明

长江证券股份有限公司具有证券投资咨询业务资格，经营证券业务许可证编号：10060000。

本报告的作者是基于独立、客观、公正和审慎的原则制作本研究报告。本报告的信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含信息和建议不发生任何变更。本公司已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，不包含作者对证券价格涨跌或市场走势的确定性判断。报告中的信息或意见并不构成所述证券的买卖出价或征价，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。

本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可升可跌，过往表现不应作为日后的表现依据；在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告；本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本公司及作者在自身所知范围内，与本报告中所评价或推荐的证券不存在法律法规要求披露或采取限制、静默措施的利益冲突。

本报告版权仅仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用须注明出处为长江证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。刊载或者转发本证券研究报告或者摘要的，应当注明本报告的发布人和发布日期，提示使用证券研究报告的风险。未经授权刊载或者转发本报告的，本公司将保留向其追究法律责任的权利。