

传媒行业周报（20190325-20190331）

2019年第14期：头腾小游戏大战——无端化与流量的碰撞

推荐（维持）

投资要点

❖ 一周行业表现：下跌 5.65%，行业排名 27/28

传媒板块指数下跌 5.65%，在申万 28 个行业中涨幅排名第 27 名。上证指数下跌 0.43%，深圳成分指数上涨 0.28%，创业板指数下跌 0.02%。本周传媒板块涨幅前五：美盛文化（32.05%），盛讯达（14.90%），华录百纳（14.15%），星辉娱乐（10.38%），共达电声（9.81%）；板块涨幅后五：ST 天润（-18.08%），广电网络（-17.56%），中视传媒（-16.39%），电广传媒（-15.51%），新华传媒（-13.37%）。

❖ 行业动态

互联网：Synergy Research Group 发布数据，腾讯云的市场份额首超 Google。

游戏娱乐：抖音用户进入青少年模式后，每日使用时长将限定为累计 40 分钟，且包括打赏、充值、提现、直播等功能将不可用。

教育：四川省制定了校外培训机构发展总量布局规划，新批校外培训机构必须坚持“退二进一”的原则。

❖ 行业主要观点

广电：3 月 21 日国网与中信集团、阿里巴巴签署战略合作协议，拟在国网融合等层面深度合作，未来在 5G 建设上有望进一步合作。广电板块在国网融合维度获得实质性进展，未来在 5G 内容牌照落地与推进、超高清视频建设与推广等唯有望继续获推进，积极关注年内超强主题投资机会。

游戏：游戏进口版号重开可期，bilibili 众多进口产品等待放号、游族进口号申报产品《权力的游戏》首测数据优异；金山软件《剑网三》六月上线可期；完美世界同名手游畅销榜超过 20 天第一，仅 3 月流水大幅拉升一季报；腾讯 2 月王者荣耀再创新高，3 月完美世界流水助力，光子工作室再发射击新品；三七互娱传奇手游《一刀传奇》畅销榜第 8，IP 产品《斗罗大陆》畅销榜 30 左右，安卓或优于 ios 表现；吉比特新游《跨越星弧》上线，《贪婪洞窟 2》付费榜第 4，期待《失落城堡》、《螺旋英雄谭》等产品表现；宝通科技期待 Q2、Q3《龙族幻想》、《剑网三》亚太表现。

影视：之前网传的“限古令”撤回，改为“视频平台报备每月上线剧目并控制古装剧播出比例，未拿到上线许可的不得提前排播和宣发”，但网络剧监管趋严的趋势未变。《复仇者联盟 4》已定档于 2019 年 4 月上映，票房有望超过 20 亿元。2019 年 Q2，腾讯的《创造营 2019》和芒果 tv 的《密室大逃脱》将上线，推荐关注视频平台的会员增长情况。

教育：港股学校标的财报陆续出炉，高校股通过并购维持业绩稳定增长。从 2018 年政策推行的事件来看高校标的并购风险较低，预计民办 K9 学校关联交易监管加剧、今年上半年课外培训机构将延续整治行动、职业教育政策以鼓励为主基调。因此，推荐关注民办高校和职业培训的龙头公司，长期推荐课外培训龙头机构。

营销：紧预算情况下，品牌广告竞争力弱于效果广告，期待 Q3 经济复苏带来的梯媒品牌广告弹性，短期建议谨慎关注分众传媒和新潮传媒之间的竞争演绎。

❖ 投资建议

广电板块建议关注广电网络、贵广网络、华数传媒、湖北广电，游戏板块建议关注腾讯、吉比特、完美世界、游族网络、宝通科技、三七互娱；教育板块建议关注中公教育、科斯伍德、中教控股，影视院线板块建议关注中国电影、欢瑞世纪，营销板块建议关注分众传媒、视觉中国。

❖ 风险提示

行业竞争加剧；政策监管风险；宏观经济风险。

华创证券研究所

证券分析师：潘文韬

电话：021-20572578
邮箱：panwentao@hcyjs.com
执业编号：S0360518070003

证券分析师：肖丽荣

电话：010-63214676
邮箱：xiaolirong@hcyjs.com
执业编号：S0360517080006

证券分析师：李雨琪

电话：021-20572555
邮箱：liyuqi@hcyjs.com
执业编号：S0360519010001

联系人：徐呈隽

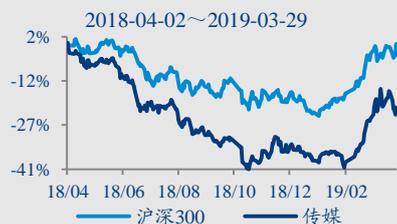
电话：021-20572562
邮箱：xuchengjun@hcyjs.com

行业基本数据

		占比%
股票家数(只)	151	4.2
总市值(亿元)	15,698.33	2.51
流通市值(亿元)	11,302.15	2.5

相对指数表现

%	1M	6M	12M
绝对表现	5.86	21.19	-16.31
相对表现	0.59	8.59	-15.75



相关研究报告

《华创传媒行业周报 2019 年第 11 期：新批版号放出，网易腾讯在列》

2019-03-10

《传媒行业周报 2019 年第 12 期：渠道重于研发禀赋，有望撬动考研培训“红海”市场》

2019-03-17

《传媒行业周报 2019 年第 14 期：持续关注广电板块政策催化，短期留意影视板块限古令政策冲击》

2019-03-24

目录

一、头腾小游戏大战——无端化与流量的碰撞.....	4
(一)内置录屏功能推动导流，字节跳动再次布局小游戏领域.....	4
(二)微信 VS QQ：去中心化&强中心化试水两种思路.....	5
(三)平台分成：微信 vs 抖音	5
二、无端化提高用户转化，买量成本同类型具有一定优势.....	6
三、5G 标准引入，重度产品无端化成为大趋势.....	7
四、一周行业表现：下跌 5.65%，行业排名 27/28.....	8
五、上市公司公告.....	9
六、行业动态.....	11
七、数据追踪.....	11
(一) 游戏.....	11
(二) 电影&电视剧	14

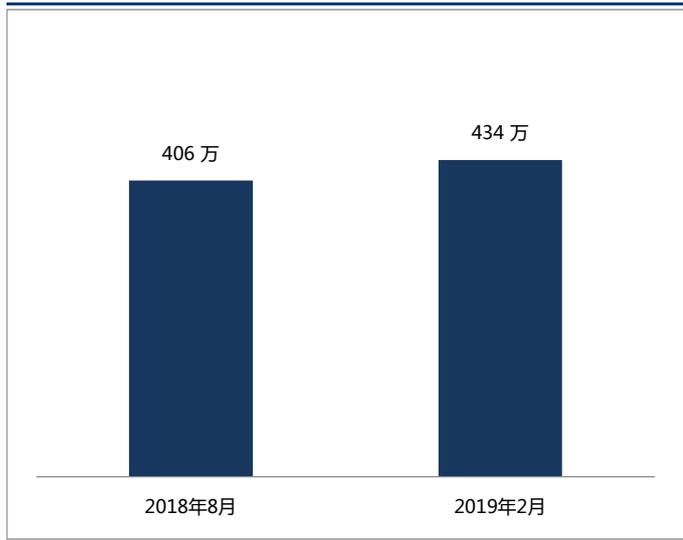
图表目录

图表 1 APP 数量 (MAU > 500 万)	4
图表 2 微信小程序数量 (MAU > 500 万)	4
图表 3 同程旅游用户来源	4
图表 4 肯德基用户来源	4
图表 5 头条小游戏自动录屏功能	5
图表 6 头条小游戏广告流水分成	6
图表 7 头条小游戏内购流水分成	6
图表 8 微信小游戏广告流水分成	6
图表 9 微信小游戏内购流水分成	6
图表 10 中国移动网民安装 APP 数量占比	7
图表 11 部分大型手游安装包大小	7
图表 12 2G 到 5G 移动宽带速度	8
图表 13 2G 到 5G 流量价格变化 (元/G)	8
图表 14 申万一级行业涨跌幅排序	8
图表 15 子版块一周涨跌幅排序	9
图表 16 行业涨幅前五	9
图表 17 行业涨幅后五	9
图表 18 一周重要公告	9
图表 19 中国 IOS (iphone) 游戏畅销排行榜 TOP10	11
图表 20 3.22 中国 IOS (iphone) 游戏畅销排行榜 TOP30 (仅列上市公司游戏)	12
图表 21 2019 年第 12 周 (3.18-3.24) 网页游戏开服排行榜 TOP30 (仅列上市公司游戏)	13
图表 22 2019 年第 9 周-第 12 周 (2.25-3.22) 电影周票房及环比增速	14
图表 23 2019 年第 11 周 (3.18-3.24) 影片票房 TOP10	14
图表 24 近期影片排片量 (场次)	15
图表 25 3.22 电视剧全网热度 TOP10	16
图表 26 3.22 网络剧全网热度 TOP10	16
图表 27 3.28 电视剧收视率 TOP10	17

一、头腾小游戏大战——无端化与流量的碰撞

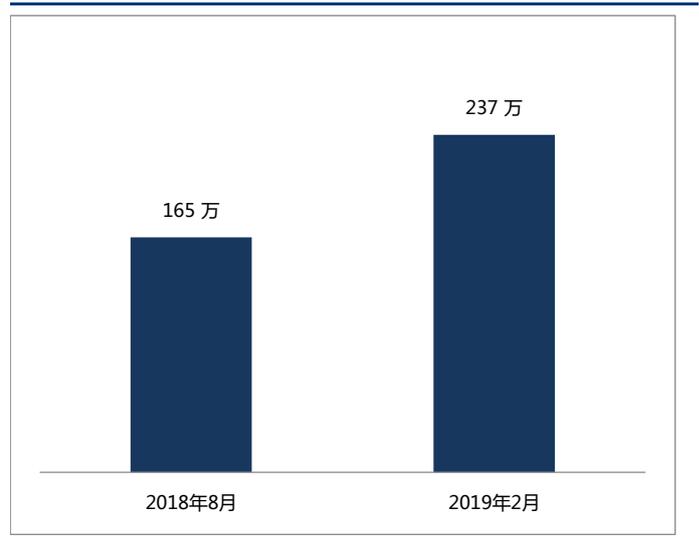
小程序已经为多款应用导入了巨大的流量。QuestMobile 数据显示，从 2018 年 8 月到 2019 年 2 月，MAU 大于 500 万的 APP 数量仅增长 6.9%，而同期 MAU 大于 500 万的微信小程序数量增长 43.6%。很多企业已经从小程序中获得大量用户。2019 年 2 月同程旅游去重用户总量 18803 万，其中从微信小程序端获取的用户数量高达 18370 万，占比高达 97.7%；肯德基去重用户总量 4730 万，其中支付宝小程序用户 948 万，微信小程序 3385 万，充分体现了小程序的助力功能。

图表 1 APP 数量 (MAU > 500 万)



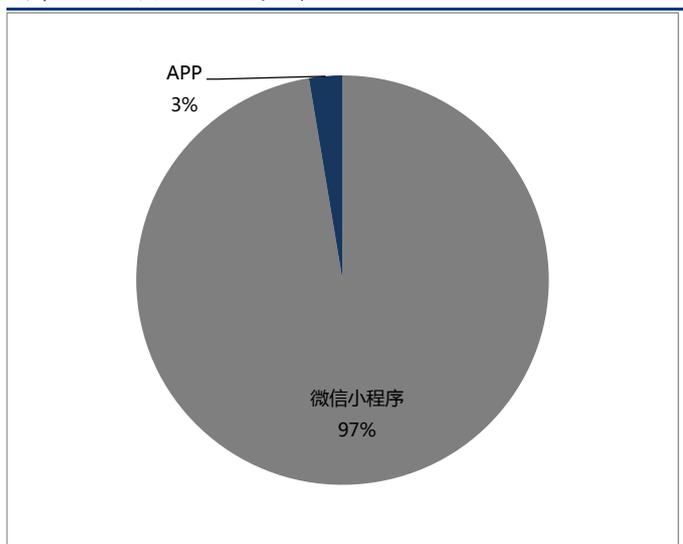
资料来源: QuestMobile, 华创证券

图表 2 微信小程序数量 (MAU > 500 万)



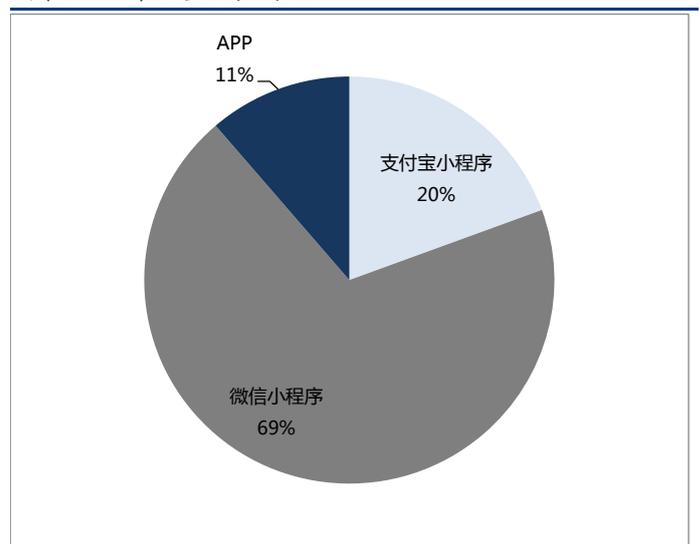
资料来源: QuestMobile, 华创证券

图表 3 同程旅游用户来源



资料来源: QuestMobile, 华创证券

图表 4 肯德基用户来源



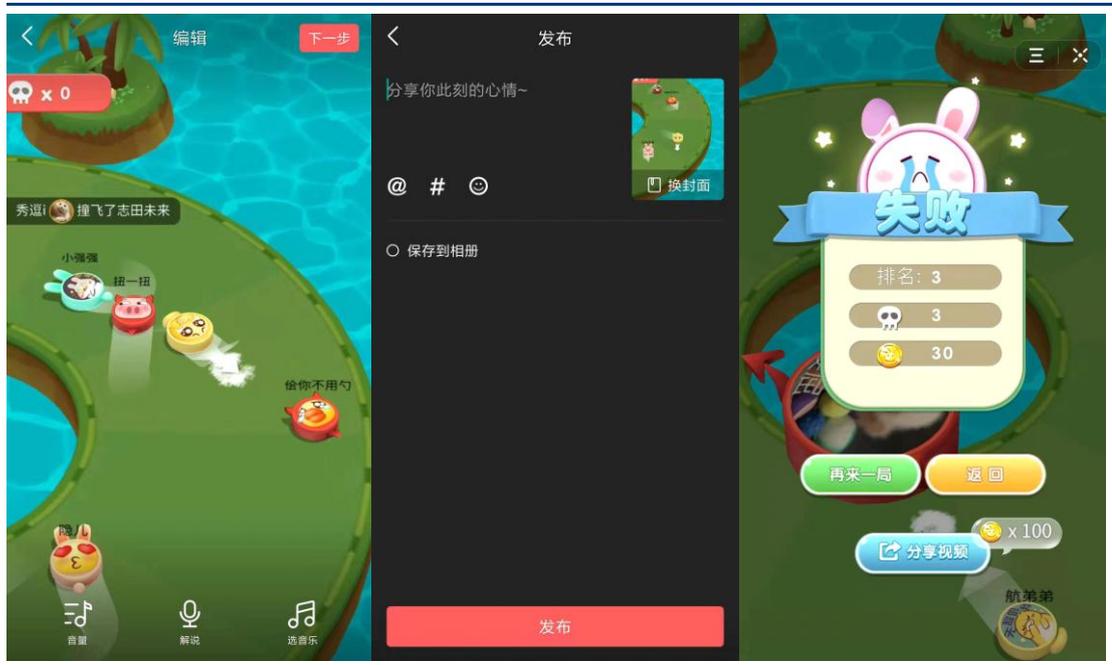
资料来源: QuestMobile, 华创证券

(一)内置录屏功能推动导流，字节跳动再次布局小游戏领域

2月18日，“抖音游戏”官方账号发布了一款名为“音跃球球”的小游戏。这是继去年今日头条客户端上线三款小游戏后，字节跳动在游戏业务上的再次发力。现在，“音跃球球”的用户已经有超过29万粉丝，获赞数超过25万。

从 2018 年开始，字节跳动就已经在“今日头条”上面推出了自己的小程序，去年 11 月份，今日头条上线了游戏过程自动录屏功能，今日头条小游戏的录屏片段可以由用户自主配音后再进行发布。除了在小程序/小游戏上进行机制的试验之外，头条还为抖音储备了足够多的小游戏资源。在今日头条上搜索“头条小游戏”，就可以看到这个官方的游戏聚合平台，这里囊括了几乎所有类型的小游戏。“头条系”的这些尝试，为抖音小游戏打下了基础

图表 5 头条小游戏自动录屏功能



资料来源：今日头条

(二)微信 VS QQ: 去中心化&强中心化试水两种思路

2017 年 12 月 28 日，微信小游戏正式上线，“跳一跳”推出 3 天后 DAU 达到了 1 亿多。之后，小程序游戏类目开放测试的同时，开发者就可以在安卓版本小游戏内提供道具购买等服务，iOS 版本暂不支持。2018 年微信小游戏市场规模达到 60 亿元，日活跃用户超过 1 亿。背靠 10 亿的微信用户，微信小游戏成了很多开发团队的第一选择。据 talkingdata 统计，小程序的用户周留存率为 3.2%，日均使用时长为 7.5 分钟。

去中心化是微信小程序的大发展方向，张小龙明确表示，小程序在微信没有入口、没有小程序商店、没有订阅关系、没有粉丝，只有访问，只有访问量。微信不会给特定的小游戏流量推荐，相比之下，QQ 则通过制造各种推荐榜单，把中心化的主动权牢牢掌握在自己手里。这种差异的原因在于两种产品的定位不同：微信是效率工具，不容许小游戏的分享滥用污染微信群聊；QQ 是兴趣社区，鼓励游戏公司搭建一个个基于兴趣的小游戏群。

(三)平台分成：微信 vs 抖音

抖音小游戏将为不同商业化模式的游戏提供差异化的分成比例。对象主要包括“广告接入款”和“内购接入款”。小游戏渠道费为 5%，因此下述所有收入皆为剔除渠道费后的分成比例。

广告接入款：主打广告商业化的小游戏，首发游戏广告日流水低于 100 万的，开发者可享受 70%的分成比例，超过 100 万的部分分成比例为 60%。普通发布的游戏分成则对应下降 10 个百分点。

图表 6 头条小游戏广告流水分成

	流水区间	开发者	平台
普通游戏	广告日流水 ≤ 100W 的部分	60%	40%
	广告日流水 > 100W 的部分	50%	50%
首发游戏	广告日流水 ≤ 100W 的部分	70%	30%
	广告日流水 > 100W 的部分	60%	40%

资料来源: 公司官网, 华创证券

内购接入款: 主打内购付费收入的游戏, 如果在字节平台进行首发, 则免渠道费。普通游戏采用区间分成, 月流水低于 50 万, 开发者获得 60% 的分成, 而超过 50 万的部分, 则享受 70% 的分成。

图表 7 头条小游戏内购流水分成

	流水区间	开发者	平台
普通游戏	内购月流水 ≤ 50W 的部分	60%	40%
	内购月流水 > 50W 的部分	70%	30%
首发游戏	全部流水	70%	30%

资料来源: 公司官网, 华创证券

2018 年 11 月, 微信小游戏也推出了自己的鼓励措施, 对于广告分成激励, 创意小游戏单日广告流水 (banner 和激励式视频) 在 100 万元以内 (包含 100 万元) 的部分, 开发者将多获得 20% 的分成; 对于内购分成激励, 单月安卓内购流水在 50 万元以上的部分, 开发者将多获得 10% 的分成。

图表 8 微信小游戏广告流水分成

小游戏类型	广告日流水区间	开发者	平台
创意小游戏	日流水 ≤ 100 万	70%	30%
普通小游戏	日流水 ≤ 100 万	50%	50%

资料来源: 做个小游戏公众号, 华创证券

图表 9 微信小游戏内购流水分成

小游戏类型	内购流水区间	开发者	平台
创意小游戏	月流水 > 50 万	70%	30%
普通小游戏	月流水 > 50 万	60%	40%

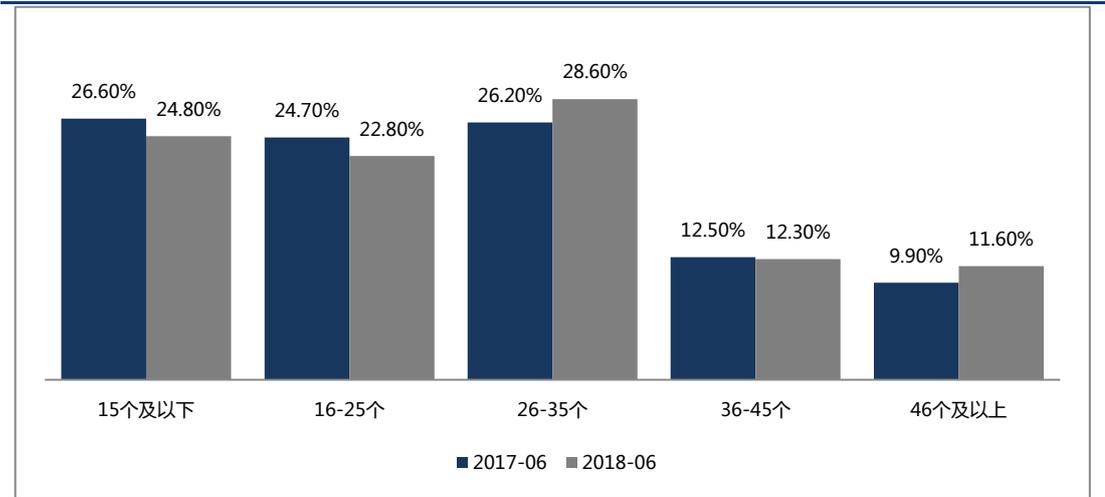
资料来源: 做个小游戏公众号, 华创证券

从分成比例上看, 抖音和微信的侧重点有所不同。抖音更加看重首发游戏, 首发游戏是指之前未在任何小游戏平台上线过的, 并且在玩法、美术等方面有亮点的产品。值得注意的是, 首发并不等于独占, 开发者可同步于其他平台上线。微信则鼓励创意小游戏的开发。想要成为创意小游戏, 需要自荐报名, 还要经过评审、认证、展示三个流程。

二、无端化提高用户转化, 买量成本同类型具有一定优势

用户获取成本将大幅降低。根据 questmobile 的数据, 2018 年 6 月中国移动互联网活跃用户规模缓慢增至 11 亿, 2018 上半年仅增长 2 千万, 2019 年 2 月份较去年 12 月仅增长 700 万用户, 流量的竞争越发严峻。移动互联网用户逐渐饱和, 流量红利逐渐消失。同时, 用户安装的 app 数量也趋于饱和, 大多数手机上的 app 数量都不超过 35 个, 未来用户获取的难度越来越大。

图表 10 中国移动网民安装 APP 数量占比



资料来源: QuestMobile Truth, 华创证券

2018年7月微信大会披露, 微信朋友圈广告CPC为3元、CAC10-15元。公众号广告CPC为1元、CAC为5元。小程序小游戏广告CPC为0.4元、CAC为2元。相比于现在几十甚至一百的买量成本, 无疑非常便宜。

三、5G 标准引入, 重度产品无端化成为大趋势

目前小游戏以轻度休闲为主, 5G时代可能走向重度化。腾讯的两大社交平台微信和QQ是游戏类小程序的主要投放地, 字节跳动也加快布局小游戏, 背靠社交平台, 小游戏获得可观的活跃用户。目前, 小游戏平台主要是轻度休闲游戏, 用户粘性不高、变现能力差, 模仿抄袭的痕迹较重, 缺乏精品和大IP的游戏。而制作精美的大型游戏受制于技术条件的限制也无法登陆小游戏平台。随着5G时代传输速度的提升, 大型游戏和小游戏平台之间的壁垒将不复存在。

图表 11 部分大型手游安装包大小

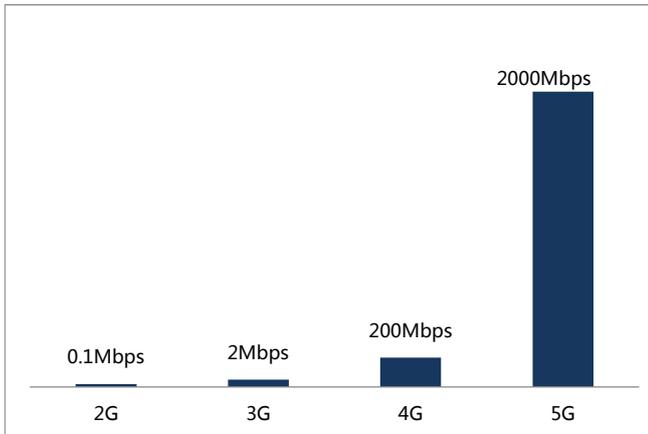
游戏名称	安装包大小	4G 下载时间	5G 下载时间
QQ 飞车	2.7G	1106 秒	1.08 秒
崩坏 3	2.1G	860 秒	0.84 秒
王者荣耀	1.94G	795 秒	0.78 秒
刺激战场	1.8G	737 秒	0.72 秒
绝地求生 全军出击	1.8G	737 秒	0.72 秒
完美世界	1.61G	659 秒	0.64 秒
穿越火线: 枪战之王	1.5G	614 秒	0.60 秒
阴阳师	1.42G	582 秒	0.57 秒
拳皇全明星: 拳魂觉醒	0.9758G	400 秒	0.39 秒

资料来源: 各游戏官网, 华创证券

3G到4G时代, 因为网络速度的提高和资费的下降, 视频和在线游戏的体验大大提升。从2015Q2到2016Q1, 4G手机用户的增长率分别为39.24%/24.12%/27.72%/38.10%, 到2016Q1到达53336.7万。与此同时, 2016Q2整个A股游戏公司营收84.51亿元, 环比增长80.46%。4G的普及加快游戏“端转手”的进程, 行业收入进一步提高。

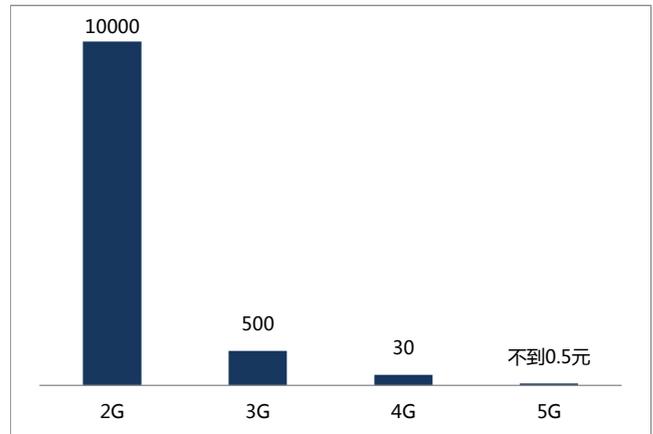
随着5G标准带来无端化游戏加载速度的巨幅提升, 以及资费的优化, 当前GB级别的重度手游产品也能顺利移植到小游戏, 配合游戏直播间一键导入的新流量入口, 小游戏产品从质量到流量都有往上升一个台阶。

图表 12 2G 到 5G 移动宽带速度



资料来源: 搜狐网, 华创证券

图表 13 2G 到 5G 流量价格变化 (元/G)

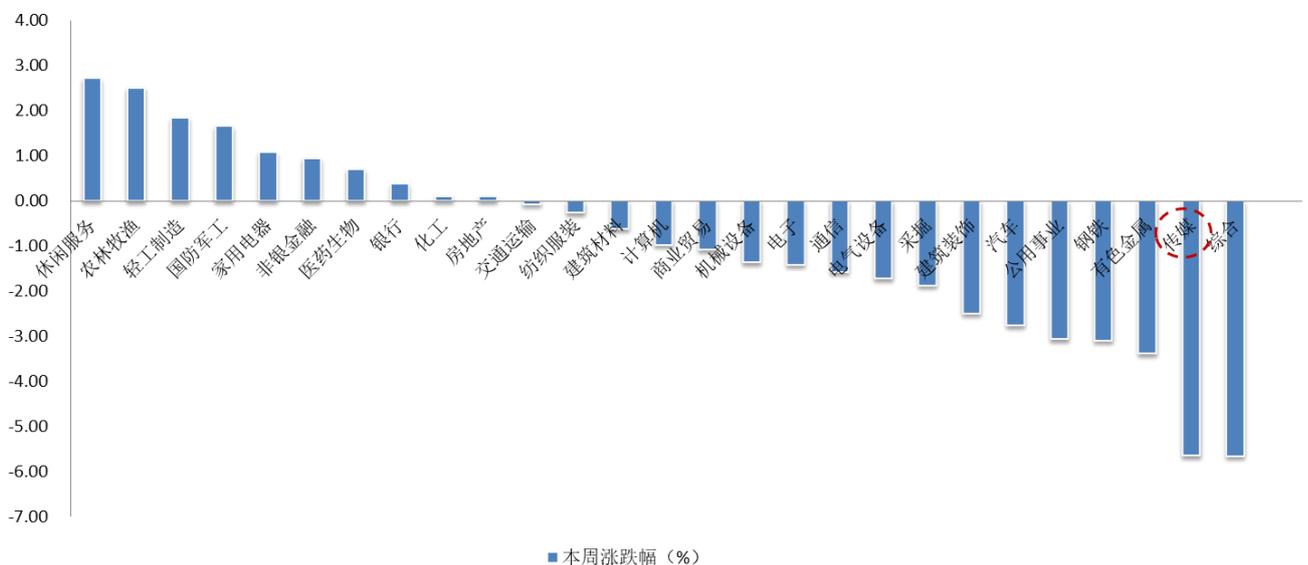


资料来源: 搜狐网, 华创证券

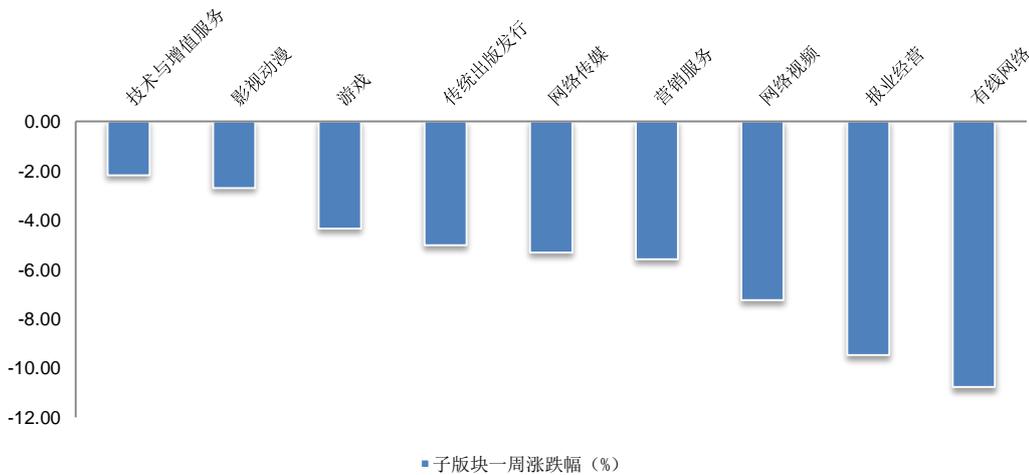
四、一周行业表现: 下跌 5.65%, 行业排名 27/28

传媒板块指数下跌 5.65%，在申万 28 个行业中涨幅排名第 27 名。上证指数下跌 0.43%，深圳成分指数上涨 0.28%，创业板指数下跌 0.02%。本周传媒板块涨幅前五：美盛文化（32.05%），盛讯达（14.90%），华录百纳（14.15%），星辉娱乐（10.38%），共达电声（9.81%）；板块涨幅后五：ST 天润（-18.08%），广电网络（-17.56%），中视传媒（-16.39%），电广传媒（-15.51%），新华传媒（-13.37%）。

图表 14 申万一级行业涨跌幅排序



资料来源: Wind, 华创证券

图表 15 子版块一周涨跌幅排序


资料来源: Wind, 华创证券

图表 16 行业涨幅前五

股票代码	股票简称	总市值 (亿元)	市盈率(TTM)	EPS(TTM)	本周收盘价	一周涨跌幅 (%)
002699.SZ	美盛文化	87.32	64.33	0.28	9.60	32.05
300518.SZ	盛讯达	30.08	261.33	1.32	32.23	14.90
300291.SZ	华录百纳	57.68	-1.71	0.38	7.10	14.15
300043.SZ	星辉娱乐	87.34	36.63	0.28	7.02	10.38
002655.SZ	共达电声	34.67	162.38	0.05	9.63	9.81

资料来源: Wind, 华创证券

图表 17 行业涨幅后五

股票代码	股票简称	总市值 (亿元)	市盈率(TTM)	EPS(TTM)	本周收盘价	一周涨跌幅 (%)
600825.SH	新华传媒	70.43	186.84	0.06	6.74	-13.37
000917.SZ	电广传媒	128.15	-18.06	0.27	9.04	-15.51
600088.SH	中视传媒	77.12	82.58	0.08	19.39	-16.39
600831.SH	广电网络	74.22	43.33	0.24	11.13	-17.56
002113.SZ	ST 天润	56.25	-15.34	-0.04	3.67	-18.08

资料来源: Wind, 华创证券

五、上市公司公告

图表 18 一周重要公告

股票代码	股票简称	公告时间	公告内容
300242	佳云科技	03月25日	2019年第一季度业绩预告: 归属于上市公司股东的净利润 1,800 万元~2,550 万元, 比上年同期增长: -28.12%~1.83%。
300242	佳云科技	03月25日	2018年,受行业变化、宏观经济及自身发展等多重因素影响,公司实现营业收入 5,610,196,453.49

股票代码	股票简称	公告时间	公告内容
			元, 归属于上市公司股东的净利润-1,251,313,765.73 元, 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-1,258,761,542.00 元。
002343	慈文传媒	03 月 26 日	2019 年第一季度业绩预告: 归属于上市公司股东的净利润 500 万元~1,500 万元, 比上年同期增长: -94.28%至-82.83%, 主要由于影视项目生产的周期性及在收入确认上存在一定的季度性波动等原因, 报告期内, 公司影视业务确认收入的项目较少。
300205	天喻信息	03 月 27 日	经国家税务总局武汉东湖新技术开发区税务局审核批准, 武汉天喻信息产业股份有限公司及其子公司武汉天喻教育科技有限公司于 2019 年 3 月 25 日分别收到软件产品增值税返还款 10,116,364.05 元、4,852,003.94 元, 分别占公司 2017 年度经审计净利润的 44.77%、21.47%。
603258	电魂网络	03 月 28 日	2018 年, 公司实现营业收入 44,838.81 万元, 同比 2017 年度减少 10.19%; 归属母公司股东的净利润为 12,967.40 万元, 同比减少 21.18%; 基本每股收益 0.54 元。
002174	游族网络	03 月 28 日	游族网络股份有限公司近日与福建省纾困一号股权投资合伙企业(有限合伙)签署了《游族网络股份有限公司与福建省纾困一号股权投资合伙企业(有限合伙)战略合作协议》。
601811	新华文轩	03 月 28 日	2018 年, 公司实现营业收入 818,658.30 万元, 同比增长 11.44%; 净利润 92,671.65 万元, 同比增长 1.12%; 归属于上市公司股东的净利润 93,218.48 万元, 同比增长 0.90%; 扣除非经常性损益后的归属于上市公司股东净利润 86,759.08 万元, 同比增长 19.49%。
300144	宋城演艺	03 月 28 日	2018 年, 公司实现营业收入 321,119.28 万元, 同比去年增长 6.20%; 实现利润总额 154,245.89 万元, 同比去年增长 18.89%; 归属于上市公司股东的净利润 128,718.65 万元, 同比去年增长 20.57%; 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 127,973.31 万元, 同比去年增长 15.62%。
002137	麦达数字	03 月 29 日	2019 年第一季度业绩预告: 归属于上市公司股东的净利润 4,600 万元 - 6,200 万元, 比上年同期增长: 42.55%-92.13%。
002678	珠江钢琴	03 月 29 日	广州珠江钢琴集团股份有限公司控股子公司广州珠江艾莱森数码乐器股份有限公司获得全国中小企业股份转让系统挂牌企业补贴 100 万元。
000156	华数传媒	03 月 29 日	2018 年业绩快报: 报告期内实现营业收入 342,363.82 万元, 同比增长 6.68%; 归属于上市公司股东的净利润 64,415.78 万元, 同比增长 0.45%。
000719	中原传媒	03 月 29 日	2018 年, 公司实现营业收入 90.01 亿元, 同比增长 10.11%; 归属于上市公司股东的净利润 7.34 亿元, 同比增长 5.92%; 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 7.18 亿元, 同比增长 11.87%, 公司基本每股收益 0.72 元, 同比增长 5.88%。报告期末, 公司资产总额为 115.22 亿元, 同比增长 5.08%; 归属于上市公司股东的净资产 77.05 亿元, 同比增长 7.24%, 资产保值增值效果显著。
002238	天威视讯	03 月 29 日	截止 2018 年 12 月 31 日, 公司共拥有的有线数字电视用户终端数为 193.35 万个, 较 2017 年底减少 12.18 万个; 高清交互电视用户终端数为 124.86 万个, 较 2017 年底增加 4.65 万个; 付费频道用户终端数为 13.84 万个, 较 2017 年底减少 8.11 万个; 有线宽带缴费用户数为 55.05 万户, 较 2017 年底增加 4.62 万户。2018 年, 公司实现营业收入 156,040.55 万元, 较上年降低 1.92%; 实现营业利润 20,670.70 万元, 较上年降低 16.25%; 实现利润总额 20,194.38 万元, 较上年降低 19.24%; 实现归属于上市公司股东的净利润 19,722.34 万元, 较上年降低 16.28%。
600373	中文传媒	03 月 29 日	2018 年, 公司实现归属于母公司股东的净利润 16.19 亿元, 同比增长 11.53%; 扣非后归母净利润 14.63 亿元, 同比增长 7.47%。其中: 智明星通合并层面归母净利润 7.38 亿元, 对公司利润净贡献同比增长 4.45%。公司实现经营活动产生的净现金流量为 26.06 亿元, 经营质量、产业结构进一步优化。公司基本每股收益 1.18 元, 同比增长 12.38%, 扣非后每股收益 1.06 元, 同比增长 7.07%; 加权平均净资产收益率 12.77%, 同比增长 0.28 个百分点。销售净利率 14.13%, 同比增长 3.22 个百分点, 盈利能力进一步提升。

股票代码	股票简称	公告时间	公告内容
600633	浙数文化	03月29日	2018年,公司实现营业收入190,992万元,同比增加17%,净利润57,267万元,同比下降67%;归属于上市公司股东的净利润47,835万元,同比下降71%;基本每股收益0.37元/股,同比下降71%。扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润24,879万元,同比增加32%;扣除非经常性损益后基本每股收益0.19元/股,同比增加36%。

资料来源: Wind, 华创证券

六、行业动态

- 3月28日,抖音宣布对其“向日葵计划”中的青少年模式进行升级,以加大对未成年人良性上网的引导力度。当用户打开抖音的时候,抖音就会弹出进入青少年模式的提醒,点击进入可以进行时间锁和青少年模式的设定,含有密码,从而对青少年使用进行管控。用户进入青少年模式后,每日使用时长将限定为累计40分钟,且包括打赏、充值、提现、直播等功能将不可用。在青少年模式下,内容也进行了大幅调整和补充,在青少年课程知识方向上增加了众多积极向上的内容。(TechWeb)
- 据 ScientiaMobile 调查,82.5%的受访者在访问视频网站时将手机纵向放置。只有17.5%的观众保持横向收看。将非视频网站与视频网站进行比较时,智能手机用户在访问前者时横向模式使用量增加了9.2%。有趣的是,82.5%的智能手机用户认为纵向观看视频并不是最佳的体验。此外,Wibbitz的一项研究也表明50%的千禧一代的“首选模式”是横向。17.5%的使用横向模式收看视频的手机用户可以分为两类,一类是一开始就使用横向模式(78%),另一类是视频播放后旋转手机(22%)。(199IT)
- 中国社会科学院法学研究所、社会科学文献出版社在京发布《法治蓝皮书·四川依法治省年度报告 No.5(2019)》。《报告》指出,四川省制定了校外培训机构发展总量布局规划,在各地有证有照校外培训机构规模基础上,按10%的比例上浮,明确各地校外培训机构发展总量。其中暂停新批城区(设区的城市)开办资金(或注册资本)少于100万元、县(市)开办资金(或注册资本)少于30万元的小型培训机构。新批校外培训机构必须坚持“退二进一”的原则,即被吊销2家校外培训机构办学许可证,方可新批1家校外培训机构。四川对培训机构数量的严控可以说是全国之最,不仅暂停开办资金(或注册资本)少于100万元、县(市)开办资金(或注册资本)少于30万元的小型培训机构,同时“退二进一”的原则也给新入局教培行业的机构设下强制门槛,行业将更加集中。(芥末堆)
- 美国市场研究机构 Synergy Research Group 日前公布了2018年第四季度及全年的全球云基础设施服务市场数据。亚马逊、阿里巴巴和微软依然占据了亚太地区的前三名,而此次腾讯云的市场份额首超 Google,位列亚太区第四。本份报告显示,在2018年第四季度的亚太市场中,亚马逊占据24.1%的市场份额,保持云计算基础设施服务市场的领先地位。但值得注意的是,腾讯云本季度以5.8%的份额超越 Google 所占的4.7%,位列亚太市场第四名,在亚太厂商中增速最高。从2018年全年的数据来看,腾讯云占据了5.4%的市场份额,同样超越 Google 位列第四,前三名分别为 AWS、阿里云和微软。(TechWeb)

七、数据追踪

(一) 游戏

图表 19 中国 IOS (iphone) 游戏畅销排行榜 TOP10

排名	游戏	研发方	发行方
----	----	-----	-----

排名	游戏	研发方	发行方
1	王者荣耀	腾讯	腾讯
2	完美世界	完美世界	腾讯
3	梦幻西游	网易	网易
4	明日之后	网易	网易
5	一刀传世-跨服战	三七游戏	三七互娱
6	QQ飞车	腾讯	腾讯
7	风之大陆	简悦科技	紫龙游戏
8	梦幻模拟战	紫龙游戏	紫龙游戏
9	大话西游	网易	网易
10	乱世王者	腾讯	腾讯

资料来源: App Annie, 华创证券

图表 20 3.22 中国 IOS (iphone) 游戏畅销排行榜 TOP30 (仅列上市公司游戏)

畅销榜排名	游戏	研发方	发行方
1	王者荣耀	腾讯	腾讯
2	完美世界	完美世界	腾讯
3	梦幻西游	网易	网易
4	明日之后	网易	网易
5	一刀传世-跨服战	三七游戏	三七互娱
6	QQ飞车	腾讯	腾讯
7	大话西游	网易	网易
8	乱世王者	腾讯	腾讯
9	率土之滨	网易	网易
10	红警 OL	有爱互娱	腾讯
11	神武 3	多益网络	多益网络
12	斗罗大陆-官方正版热血来袭	三七互娱	三七互娱
13	倩女幽魂	网易	网易
14	天龙八部手游	北京畅游时代数码技术有限公司	腾讯
15	穿越火线:枪战王者	Smilegate、腾讯	腾讯
16	火影忍者 OL-忍者新世代	腾讯	腾讯
17	阴阳师	网易	网易
18	魂斗罗:归来	腾讯、KONAMI	腾讯
19	侍魂-胧月传说	乐道互动	腾讯
20	新剑侠情缘	腾讯	腾讯
21	问道	雷霆游戏	雷霆互动
22	楚留香-高自由度武侠冒险	网易	网易
23	三国群英传: 霸王之夜	广东星辉天拓互动娱乐	腾讯

畅销榜排名	游戏	研发方	发行方
24	万王之王 3D	祖龙科技有限公司	腾讯
25	腾讯欢乐麻将全集	腾讯	腾讯
26	火影忍者	腾讯	腾讯
27	自由幻想	腾讯	腾讯
28	QQ 炫舞	腾讯	腾讯
29	碧蓝航线-战舰拟人即时海战手游	Manjuu, Yongshi	哔哩哔哩游戏
30	天天爱消除	腾讯	腾讯

资料来源: App Annie, 华创证券

图表 21 2019 年第 12 周 (3.18-3.24) 网页游戏开服排行榜 TOP30 (仅列上市公司游戏)

排名	游戏	服务器	开发商	发行商
1	灭神	446	杭州盛游	360 游戏
2	蓝月传奇	196	浙江盛和 (恺英网络)	XY.COM (恺英网络)
3	猛将天下	196	成都阿拉蕾	三七互娱
4	武动苍穹	195	上海众源	三七互娱
5	七魂	192	深圳乐趣游	三七互娱
6	武林 3	172	北京青云互动	360 游戏
7	传奇霸业	172	三七互娱	三七互娱
8	传奇世界	148	浙江盛和 (恺英网络)	贪玩游戏 (恺英网络)
9	黑域战界	116	厦门精深	三七互娱
10	血盟荣耀	98	极光网络 (三七互娱)	三七互娱
11	御魂九霄	87	悦乐网络	360 游戏
12	唐门六道	76	深圳肃羽	搜狗游戏
13	虎啸龙吟	75	趣酷科技	搜狗游戏
14	大天神	63	深圳战龙	三七互娱
15	魔域永恒	63	雷亚网络	三七互娱
16	红月传说	63	上海我要	搜狗游戏
17	金装传奇	61	极光网络 (三七互娱)	三七互娱
18	大天使之剑	58	极光网络 (三七互娱)	三七互娱
19	鹿鼎记	56	趣酷科技	三七互娱
20	战神风云	54	广州华多	YY 游戏
21	血饮传说	49	河北文脉	趣游
22	绝世仙王	49	极光网络 (三七互娱)	三七互娱
23	太极崛起	48	墨非科技	三七互娱
24	传奇盛世	46	杭州盛锋	XY.COM (恺英网络)
25	斗罗大陆之史莱克	44	风云互动	妙聚游戏
26	镇魔曲	42	网易	网易
27	剑灵洪门崛起	41	腾讯	腾讯

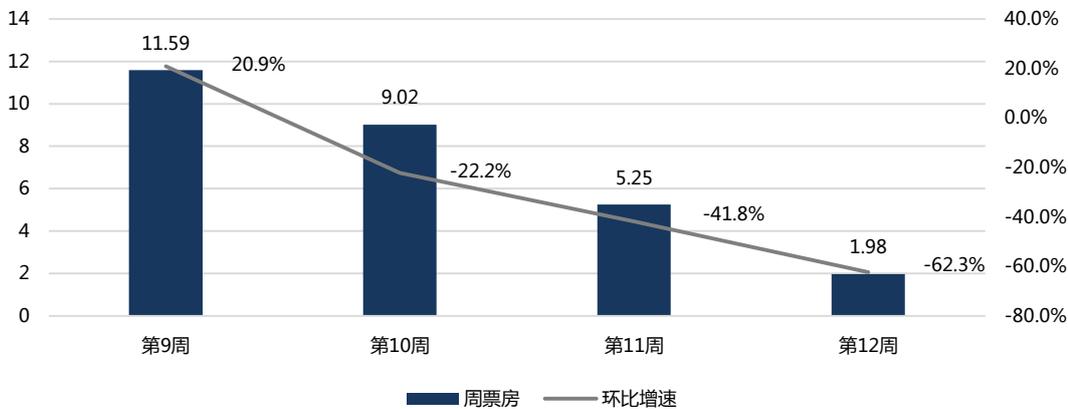
排名	游戏	服务器	开发商	发行商
28	北斗神兵	35	智远时空	爱奇艺
29	传奇荣耀	34	上海灵娱	乐都网
30	攻沙	33	文脉互动	哥们网 (趣游科技)

资料来源: 9K9K, 华创证券

(二) 电影&电视剧

本周: 第12周 (3.25-3.28) 票房 1.98 亿元。

图表 22 2019 年第 9 周-第 12 周 (2.25-3.22) 电影周票房及环比增速



资料来源: 猫眼专业版, 华创证券 (数据更新截止 3 月 28 日)

图表 23 2019 年第 11 周 (3.18-3.24) 影片票房 TOP10

排名	影片	单周票房 (万元)	累计票房 (万元)	平均票价	场均人次	出品方	发行方
1	比悲伤更悲伤的故事	47603	80747	31	17	满满额娱乐股份有限公司、好好看文创有限公司、白聿数码创意、唯喜影业有限公司	华夏发行
2	惊奇队长	9686	98177	37	7	美国漫威影业	华特·迪士尼影业
3	老师·好	8277	8466	34	14	普照影业有限公司、耳东影业(北京)、天津猫眼微影文化传媒有限公司、喀什建信影视、墨客行影业、万达影视传媒	耳东时代影业(天津)有限公司
4	绿皮书	4904	45693	33	9	美国参与者影片公司、美国梦工厂影片公司、阿里巴巴影业集团有限公司	华夏、Universal Pictures International、eOne Entertainment、CJ Entertainment America

排名	影片	单周票房 (万元)	累计票房 (万元)	平均票价	场均人次	出品方	发行方
5	波西米亚狂想曲	4179	4412	40	18	GK Films	华夏电影
6	狂暴凶狮	3536	3541	30	9	荷兰降落伞影业、荷兰射星电影	中国电影
7	地久天长	2531	2841	36	10	冬春(上海)影业、和和(上海)影业、浙江博纳影视、风山渐文化传播	--
8	乐高大电影2	1540	1544	34	7	美国华纳兄弟影片公司、丹麦乐高集团	中国电影、华夏电影发行有限责任公司
9	流浪地球	1100	464372	33	6	中国电影、北京京西文化、北京登峰国际、郭峰文化传媒	中影、北京京西文化
10	驯龙高手3	1064	36162	34	6	美国环球影片公司、美国梦工厂公司	中国电影、华夏电影发行有限责任公司

资料来源: 猫眼专业版, 艺恩, 华创证券 (数据更新截止3月24日)

图表 24 近期影片排片量 (场次)

	3月22日	3月23日	3月24日	3月25日	3月26日	3月27日	3月28日	3月29日
全国	346155	355175	353367	318802	315500	312611	303752	344355
比悲伤更悲伤的故事	115989 33.51%	126658 35.66%	122674 34.72%	109905 34.47%	106623 33.79%	104058 33.29%	93192 30.68%	43921 12.75%
老师·好	51317 14.82%	49355 13.90%	54858 15.52%	58144 18.24%	61703 19.56%	64502 20.63%	62967 20.73%	34822 10.11%
惊奇队长	28549 8.25%	32446 9.14%	35160 9.95%	33814 10.61%	34340 10.88%	34368 10.99%	31100 10.24%	9920 2.88%
狂暴凶狮	51743 14.95%	42177 11.87%	37169 10.52%	33100 10.38%	30474 9.66%	28932 9.25%	22255 7.33%	2807 0.82%
绿皮书	10130 2.93%	13053 3.68%	14431 4.08%	14938 4.69%	15403 4.88%	15578 4.98%	13574 4.47%	3482 1.01%
地久天长	22791 6.58%	21343 6.01%	19785 5.60%	18475 5.80%	17931 5.68%	17342 5.55%	14292 4.71%	3915 1.14%
波西米亚狂想曲	20392 5.89%	18782 5.29%	17831 5.05%	16220 5.09%	16091 5.10%	15914 5.09%	14187 4.67%	6601 1.92%
人间·喜剧	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%	6 0.00%	110061 31.96%
乐高大电	22082	24410	21931	11208	9508	8627	6666	489

影 2	6.38%	6.87%	6.21%	3.52%	3.01%	2.76%	2.19%	0.14%
流浪地球	3558	4766	5412	5740	6065	6292	5625	1688
	1.03%	1.34%	1.53%	1.80%	1.92%	2.01%	1.85%	0.49%

资料来源: 猫眼专业版, 艺恩, 华创证券 (数据更新截止 3 月 15 日)

图表 25 3.22 电视剧全网热度 TOP10

排名	剧名	当日最高热度	播放平台	出品方
1	都挺好	9470	优酷、爱奇艺、腾讯视频	东阳正午阳光影视有限公司
2	青春斗	8932	优酷、爱奇艺、腾讯视频、芒果 TV	北京鑫宝源、北京百思艺腾
3	推手	8064	优酷、爱奇艺、搜狐视频、PPTV 聚力、芒果 TV	愚恒影业·梅尔卡巴影视、悦虎文化传媒、合喜文化传媒、泰海影业
4	重耳传奇	7757	优酷、爱奇艺、腾讯视频	中影股份、北京环球浩翔影业、煜聪文化
5	芝麻胡同	7736	爱奇艺、腾讯视频	新丽电视传媒(北京)有限公司
6	春暖花又开	7629	腾讯视频、PP 视频、搜狐视频	东阳中奥影业、辽宁七星传媒
7	只为遇见你	7584	芒果 TV、优酷视频	思美·观达影视、芒果 TV
8	邪王追妻	7558	爱奇艺、PPTV 聚力	爱奇艺
9	小女花不弃	7544	优酷、爱奇艺、腾讯视频、PPTV 聚力	喀什飞宝文化传媒有限公司
10	老中医	7540	优酷、爱奇艺、腾讯视频	上海儒意影视制作有限公司、上海尚世影业有限公司、霍尔果斯吉翔影坊影视传媒有限公司

资料来源: 猫眼专业版, 华创证券 (数据更新截止 3 月 22 日)

图表 26 3.22 网络剧全网热度 TOP10

排名	剧名	当日最高热度	播放平台	出品方
1	倚天屠龙记	9226	腾讯视频	华夏视听环球传媒集团有限公司
2	黄金瞳	8911	爱奇艺	爱奇艺、腾讯影业
3	招摇	8810	爱奇艺	愚恒影业、逸锦影业、羲和影视
4	爱上北斗星男友	8470	爱奇艺	爱奇艺、北京乐合、上海儒意、北京瑞格
5	夜空中最闪亮的星	8092	爱奇艺、腾讯视频、芒果 TV	北京龙韬、北京百思艺腾
6	兄弟	7788	优酷	香港电视广播有限公司
7	人鱼恋爱法则	7769	爱奇艺	北京新片场传媒股份有限公司、迦萌文化传播(上海)
8	皓镧传	7690	爱奇艺、腾讯视频	东阳欢娱、爱奇艺、腾讯影业
9	拜见宫主大人 2	7673	搜狐视频	搜狐视频、畅游、搜狗
10	独孤皇后	7661	优酷、爱奇艺、腾讯视频	浙江华策影视股份有限公司、琰玉影视

资料来源: 猫眼专业版, 华创证券 (数据更新截止 3 月 22 日)

图表 27 3.28 电视剧收视率 TOP10

排名	剧名	频道	收视率 (%)	出品方
1	只为遇见你	湖南卫视	1.237	思美·观达影视、芒果 TV
2	青春斗	上海东方卫视	0.993	北京鑫宝源、北京百思艺腾
3	推手	浙江卫视	0.91	愚恒影业·梅尔卡巴影视、悦虎文化传媒、合喜文化传媒、泰海影业
4	推手	江苏卫视	0.838	愚恒影业·梅尔卡巴影视、悦虎文化传媒、合喜文化传媒、泰海影业
5	青春斗	北京卫视	0.577	北京鑫宝源、北京百思艺腾
6	黄土高天	安徽卫视	0.369	中央电视台、陕西文化产业投资、北京完美影视、上海尚世影业
7	刘家媳妇	天津卫视	0.362	沈阳黛朦影视传播有限公司
8	橙红年代	深圳卫视 (新闻综合频道)	0.309	华策克顿旗下宽厚文化、公安部金盾影视文化中心
9	姥姥的饺子馆	黑龙江卫视	0.282	世纪长龙影视有限公司
10	春暖花又开	山东卫视	0.218	东阳中奥影业、辽宁七星传媒

资料来源: 卫视这些事儿, 华创证券

传媒组团队介绍

组长、分析师：潘文韜

同济大学经济学硕士。曾任职于国金证券。2017 年加入华创证券研究所。

分析师：肖丽荣

北京大学管理学硕士，香港大学经济学硕士。曾任职于中信证券。2016 年加入华创证券研究所。

助理分析师：李雨琪

美国波士顿大学经济学硕士。2016 年加入华创证券研究所。

助理研究员：徐呈隽

复旦大学经济学硕士。2017 年加入华创证券研究所。

华创证券机构销售通讯录

地区	姓名	职务	办公电话	企业邮箱
北京机构销售部	张昱洁	北京机构销售总监	010-66500809	zhangyujie@hcyjs.com
	杜博雅	高级销售经理	010-66500827	duboya@hcyjs.com
	侯春钰	销售经理	010-63214670	houchunyu@hcyjs.com
	侯斌	销售助理	010-63214683	houbin@hcyjs.com
	过云龙	销售助理	010-63214683	guoyunlong@hcyjs.com
	刘懿	销售助理	010-66500867	liuyi@hcyjs.com
广深机构销售部	张娟	所长助理、广深机构销售总监	0755-82828570	zhangjuan@hcyjs.com
	王栋	高级销售经理	0755-88283039	wangdong@hcyjs.com
	汪丽燕	高级销售经理	0755-83715428	wangliyan@hcyjs.com
	罗颖茵	高级销售经理	0755-83479862	luoyingyin@hcyjs.com
	段佳音	销售经理	0755-82756805	duanjiayin@hcyjs.com
	朱研	销售经理	0755-83024576	zhuyan@hcyjs.com
上海机构销售部	石露	华东区域销售总监	021-20572588	shilu@hcyjs.com
	沈晓瑜	资深销售经理	021-20572589	shenxiaoyu@hcyjs.com
	杨晶	高级销售经理	021-20572582	yangjing@hcyjs.com
	张佳妮	高级销售经理	021-20572585	zhangjiani@hcyjs.com
	沈颖	销售经理	021-20572581	shenyong@hcyjs.com
	乌天宇	高级销售经理	021-20572506	wutianyu@hcyjs.com
	汪子阳	销售经理	021-20572559	wangziyang@hcyjs.com
	柯任	销售经理	021-20572590	keren@hcyjs.com
	何逸云	销售经理	021-20572591	heyiyun@hcyjs.com
	张敏敏	销售经理	021-20572592	zhangminmin@hcyjs.com
蒋瑜	销售助理	021-20572509	jiangyu@hcyjs.com	

华创行业公司投资评级体系(基准指数沪深 300)

公司投资评级说明:

强推: 预期未来 6 个月内超越基准指数 20% 以上;
推荐: 预期未来 6 个月内超越基准指数 10% - 20%;
中性: 预期未来 6 个月内相对基准指数变动幅度在 -10% - 10% 之间;
回避: 预期未来 6 个月内相对基准指数跌幅在 10% - 20% 之间。

行业投资评级说明:

推荐: 预期未来 3-6 个月内该行业指数涨幅超过基准指数 5% 以上;
中性: 预期未来 3-6 个月内该行业指数变动幅度相对基准指数 -5% - 5%;
回避: 预期未来 3-6 个月内该行业指数跌幅超过基准指数 5% 以上。

分析师声明

每位负责撰写本研究报告全部或部分内容的分析师在此作以下声明:

分析师在本报告中对所提及的证券或发行人发表的任何建议和观点均准确地反映了其个人对该证券或发行人的看法和判断; 分析师对任何其他券商发布的所有可能存在雷同的研究报告不负有任何直接或者间接的可能责任。

免责声明

本报告仅供华创证券有限责任公司(以下简称“本公司”)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。

本报告所载资料的来源被认为是可靠的, 但本公司不保证其准确性或完整性。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。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。本公司在知晓范围内履行披露义务。

报告中的内容和意见仅供参考, 并不构成本公司对具体证券买卖的出价或询价。本报告所载信息不构成对所涉及证券的个人投资建议, 也未考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况, 自主作出投资决策并自行承担投资风险, 任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。本报告中提及的投资价格和价值以及这些投资带来的预期收入可能会波动。

本报告版权仅为本公司所有, 本公司对本报告保留一切权利。未经本公司事先书面许可, 任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用本报告的任何部分。如征得本公司许可进行引用、刊发的, 需在允许的范围内使用, 并注明出处为“华创证券研究”, 且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

证券市场是一个风险无时不在的市场, 请您务必对盈亏风险有清醒的认识, 认真考虑是否进行证券交易。市场有风险, 投资需谨慎。

华创证券研究所

北京总部	广深分部	上海分部
地址: 北京市西城区锦什坊街 26 号 恒奥中心 C 座 3A 邮编: 100033 传真: 010-66500801 会议室: 010-66500900	地址: 深圳市福田区香梅路 1061 号 中投国际商务中心 A 座 19 楼 邮编: 518034 传真: 0755-82027731 会议室: 0755-82828562	地址: 上海浦东银城中路 200 号 中银大厦 3402 室 邮编: 200120 传真: 021-50581170 会议室: 021-20572500