

传媒行业月度报告 (2019年8月) ——

短视频收割流量，布局 PGC 完善内容生态

■ **短视频积极布局 PGC 内容生态。**近两年短视频成为移动互联网泛娱乐新宠，其独特的娱乐性使得短视频极大瓜分了用户注意力。2019年6月短视频APP月活用户数达到8.2亿，同比增速32%。月均使用时长超过22小时，同比增长8.6%，是泛娱乐移动互联网唯一正增长的行业。当前，我们认为短视频到了一个较为重要的发展节点，其内容生态需要更多专业化的改变。去年下半年以来，短视频龙头加大了对PGC内容的投入，快手抖音先后推出对内容的补贴计划，今年7、8月份分别两家龙头公司分别召开创作者大会全力推进各垂直领域和信息咨询类的专业创作。如果短视频内容生态顺利构建完善的话，其终局定位可能是视频界的“微博”。

■ **电影《哪吒》超预期，独力护航暑期档票房。**1-7月国内票房(含服务费)367亿，观影人次9.7亿，降幅扩大。单月国内票房(含服务费)57亿，较去年70亿同比下降18%；观影人次1.61亿，较去年1.98亿同比下降19%。7月单月数据上偏弱，主要原因来自高基数和多部国产头部片撤档的影响。受《哪吒》票房大爆，7-8月整体暑期档票房约135亿左右，超出我们此前的预期。因此，我们小幅上调**2019年全年票房预测至600-610亿，大致与去年水平持平**，关注国庆电影档期以及后续进口大片引进情况。中期看，电影整体需求仍主要受制于观影人次增长乏力，期待未来国产电影内容的专业化。

■ **电视剧政策环境维持边际改善：**7月电视剧《亲爱的，热爱的》、网剧《全职高手》、网剧《陈情令》、网剧《宸汐缘》等实时热度较高。卫视综艺收视率中浙江卫视的《2019中国好声音》系列收视上1。湖南卫视的《中餐厅第三季》接档《向往的生活第三季》后收视有所下滑。**后续三个月将进入庆祝新中国成立70周年电视剧“百日展播”，期间不得播出娱乐性较强的古装剧、偶像剧。电视剧供给端继续出清，备案数下滑。**7月全国电视剧拍摄制作备案公示的剧目共74部、3030集；全年累计共505部、19281集，分别同比下降-28%、-30%。

■ **国产游戏获批量有所加速：**App Store中国区游戏免费榜下载量前三为：《我的小家》、《全民弹弹弹》、《激斗火柴人》；畅销榜前三为《王者荣耀》、《龙族幻想》、《和平精英》。**国产游戏版号方面，继4月版号暂停后，6月28号新一批国产网络游戏版号获批，今年累计合计1126款。**其中7月一批(31款)、8月两批(43款、31款)。

夏雪

行业研究员

☎：0755-83165382

✉：xiaxue001@cmbchina.com

相关研究报告

《行业深度：互联网洗礼下的影视行业“量变”到“质变”》
2019.6.21



目录

1. 短视频布局 PGC 完善自身内容生态.....	1
1.1 短视频是移动互联网流量新高地	1
1.2 短视频龙头加大引入 PGC，改变现有内容生态	2
1.3 信息资讯短视频的长期价值可能会更大	3
2. 行业情况：电影暑期档数据略超预期，电视剧进入 70 周年献礼期.....	5
2.1 电影：《哪吒》超预期，独力护航暑期档票房	5
2.2 电视剧&网剧：8 月起进入建国题材电视剧“百日展播”	8
2.3 游戏：8 月国产游戏获批量有所加速	10
3. 重要事件评析	12
3.1 建国 70 周年献礼“百日展播”：省级卫视黄金档由 2 集上调为 3 集.....	12
3.2 人民网“游戏适龄提示”平台正式上线	12
3.3 爱奇艺二季报：归母亏损有所扩大，三季报收入指引低于预期.....	12
3.4 腾讯二季报：广告收入特别是媒体广告低于预期	13
3.5 抖音快手分别召开创作者大会	13



图目录

图 1: 移动网络试听应用使用时长 (2019.3)	1
图 2: 短视频现有格局及渗透率	2
图 3: 主要短视频 APP 月活数 (2019.6): 亿	2
图 4: 抖音、快手短视频内容时长类型	3
图 5: 短视频承担的功能	4
图 6: 2018 年短视频媒体号粉丝量 TOP10	4
图 7: 互联网社交+资讯类工具的内容变迁方向	4
图 8: 历年及 2019 年以来电影票房收入	5
图 9: 月度电影票房收入	5
图 10: 历年及 2019 年以来观影人次	5
图 11: 月度观影人次	5
图 12: 历年前十大院线票房占比	8
图 13: 月度前十大院线票房占比	8
图 14: 7 月 26 日 (周五) 电视剧热度排名	9
图 15: 7 月 26 日 (周五) 网剧热度排名	9
图 16: 7 月 26 日 (周五) 卫视电视剧收视率	9
图 17: 7 月 26 日 (周五) 卫视综艺收视率	9
图 18: 全国电视剧拍摄制作备案公示部数及增速	10
图 19: App Store 中国区游戏排行榜	11
图 20: 重启游戏版号以来各月获批数量	11
图 21: 爱奇艺二季报收入	13
图 22: 爱奇艺二季报净利润	13
图 23: 快手首届光合创作者大会 (2019.7.23)	14
图 24: 抖音创作者大会 (2019.8.24)	14

表目录

表 1: 2019 年暑期档部分片单及预计票房 (截至 8 月 20 日)	6
表 2: 2019 年全年票房敏感性分析	6
表 3: 近三年内地电影票房排行 (截至 8 月 20 日)	7
表 4: 2019 年后续上映重点影片	7
表 5: 电视剧制作备案公示数量: 按题材分	10



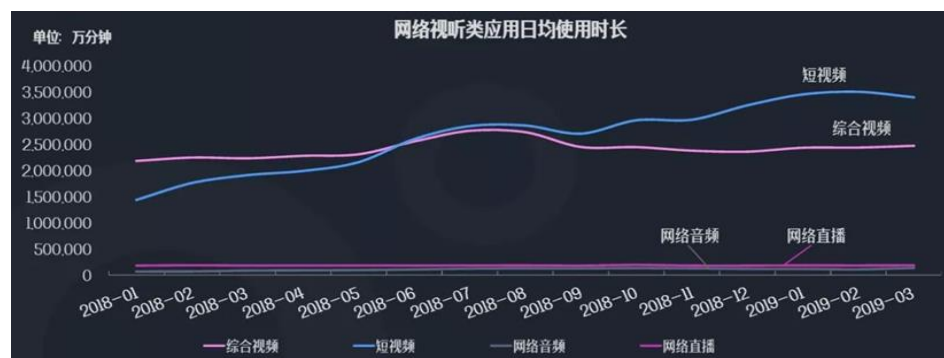
1. 短视频布局 PGC 完善自身内容生态

近两年短视频成为移动互联网泛娱乐新宠，其独特的娱乐性使得短视频极大瓜分了用户注意力，使其收获大量互联网流量。但是目前，我们认为短视频到了一个较为重要的发展节点，其内容生态需要并且正在发生一些改变。

1.1 短视频是移动互联网流量新高地

根据 QuestMobile 报告，2019 年 6 月短视频 APP 月活用户数达到 8.2 亿，同比增速 32%，在移动互联网的渗透率 72%。月均使用时长超过 22 小时，同比增长 8.6%，是泛娱乐移动互联网唯一正增长的行业。从整体移动互联网来看，2018 年 12 月，中国网民平均每天用手机上网 341 分钟，相比 2017 年增加 63 分钟，而短视频就贡献了其中 20 分钟的增量。从时长的绝对占比来看，短视频（11.4%）仅次于即时通讯（28.7%），位列第二位。

图 1：移动网络试听应用使用时长（2019.3）

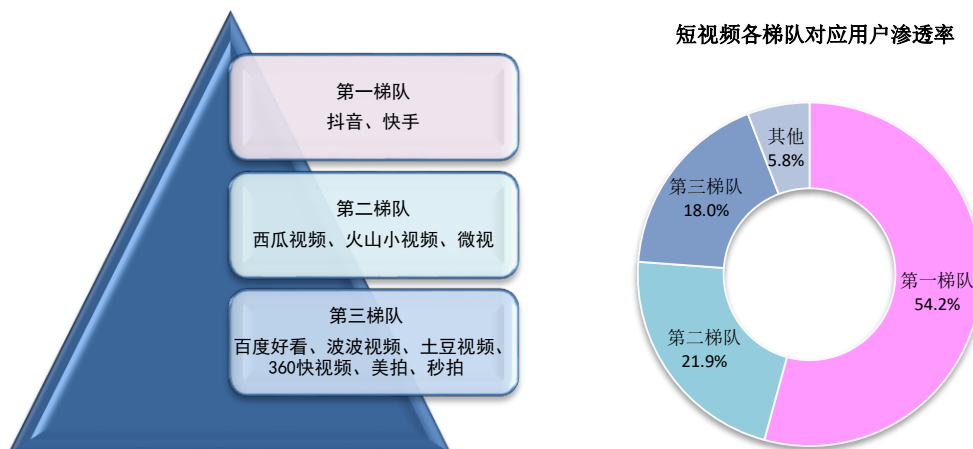


资料来源：QuestMobile，招商银行研究院

短视频行业当前呈现“两超多强”格局。抖音、快手是行业龙头，MAU 在 3 亿以上。第二梯队的是进入亿级月活的西瓜、火山、微视。其余是第三梯队。

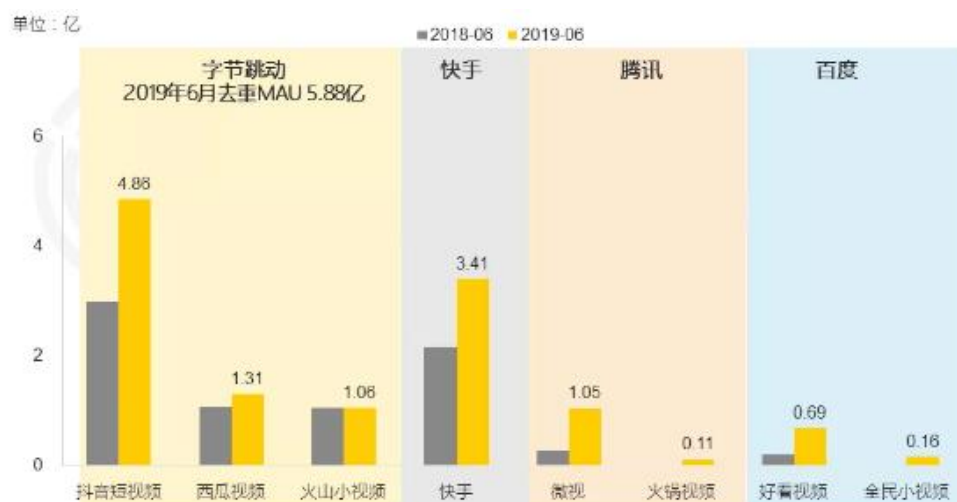
从增速来看，虽各方数据有所不同，但都显示 2018 年抖音、微视发展最快。QuestMobile 显示，抖音月活直接拉开快手 1 亿多，腾讯系的微视通过微信、QQ 等导流，月活迅速突破 1 亿。

图 2：短视频现有格局及渗透率



资料来源：2019 中国网络视听发展研究报告，招商银行研究院

图 3：主要短视频 APP 月活数（2019.6）：亿



资料来源：QuestMobile，招商银行研究院

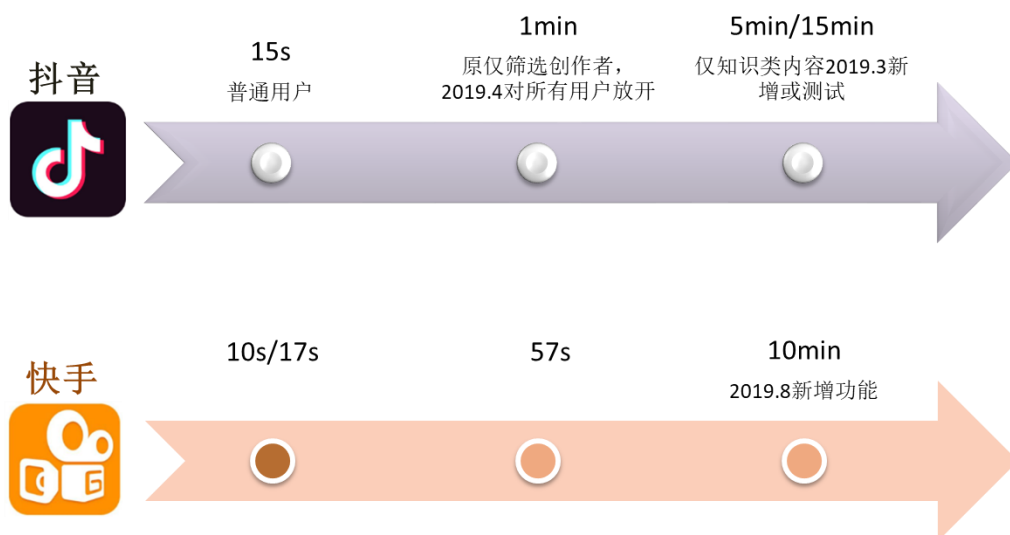
1.2 短视频龙头加大引入 PGC，改变现有内容生态

抖音和快手都属于社交类短视频，抖音定位于一二线青年的音乐短视频社区，快手定位于三四线城市和乡村以短视频记录生活的社交平台。但两者都是以 UGC（用户原创内容）为基础，普通用户通过上传原创短视频达到与陌生人社交的目的。而陌生人社交是一种弱社交关系，不同于微信等即时通讯类熟人社交的高粘性，短视频平台要维持流量，只有通过两种方式，一是做强内容，精品内容的持续生产可以吸引和留存流量；二是做强关系，陌生人社交可能短期通过某些爆款可获得很多关注，长期来看，将陌生人社交转化为半熟人社区进行“固化”，才是留存流量的长久之道。

因此，2018 年短视频平台先后推出对内容的补贴计划，旨在通过高质量持续的内容，吸引和留存用户。直到目前，抖音和快手对内容的渴求大有升级之势。例如，抖音推出“创作者成长计划”，表示要让未来一千万创作者有收入。快手发布了一系列针对内容创作者的流量扶植计划和激励补贴政策。同时还配合了多个垂直领域的创作者推广大会。两者的这些行为都旨在通过引入 PGC、MCN，为平台构筑一个具有专业性且可持续的内容护城河，将现有的以 UGC 为主内容生态转化为更为精品化的 UGC、PGC 并重的生态模式。

为迎接未来大量的专业内容入驻，抖音快手将内容时长上限打开。由此可以看出，短视频龙头对专业内容的态度越来越积极。

图 4：抖音、快手短视频内容时长类型



资料来源：公开信息整理，招商银行研究院

1.3 信息资讯短视频的长期价值可能会更大

当前短视频主要承担娱乐功能，但未来其在信息咨询领域的增长将不容忽视。抖音快手等短视频头部企业发力 PGC 专业内容，除了各类垂直内容（如生活、汽车、娱乐等），媒体政务等信息咨询内容也是其重点布局的方向。从去年以来，各类官方或主流媒体号陆续入住短视频平台，收获较高关注度。

图 5：短视频承担的功能



资料来源：2019 中国网络视听发展研究报告，招商银行研究院

图 6：2018 年短视频媒体号粉丝量 TOP10



资料来源：2019 中国网络视听发展研究报告，招商银行研究院

从长期来看，信息咨询类短视频的价值可能会更大。一方面，信息咨询具有天然持续性，可以不断被生产和更新；另一方面社交+资讯的打法具有更长生命周期。因为社交+资讯的各种网站或应用可以同时满足关系固化（垂直社群）和内容广度两方面的要求，利于用户的留存和黏性。随着短视频龙头持续构建自身的内容生态，最终成为垂直社群+信息咨询的短视频版的“微博”，可能是抖音快手们理想的结果。

图 7：互联网社交+资讯类工具的内容变迁方向



资料来源：公开信息整理，招商银行研究院

2. 行业情况：电影暑期档数据略超预期，电视剧进入70周年献礼期

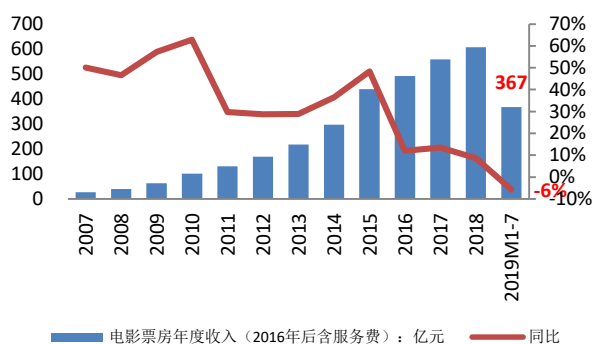
2.1 电影：《哪吒》超预期，独力护航暑期档票房

2.1.1 总票房

1-7月全国电影票房整体降幅扩大，高基数以及撤档影响导致7月数据偏弱。2019年1-7月国内票房（含服务费）367亿，较去年390亿同比下降6%（降幅扩大，1-6月为-3%）；观影人次9.7亿，较去年11亿同比下降12%（降幅扩大，1-6月为-10%）。

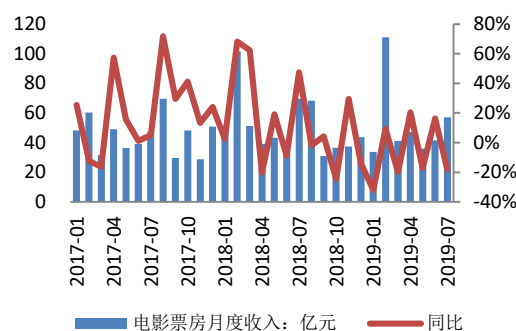
7月单月国内票房（含服务费）57亿，较去年70亿同比下降18%；观影人次1.61亿，较去年1.98亿同比下降19%。7月单月数据上偏弱符合我们此前的预期，主要原因来自高基数和多部国产头部片撤档的影响。

图8：历年及2019年以来电影票房收入



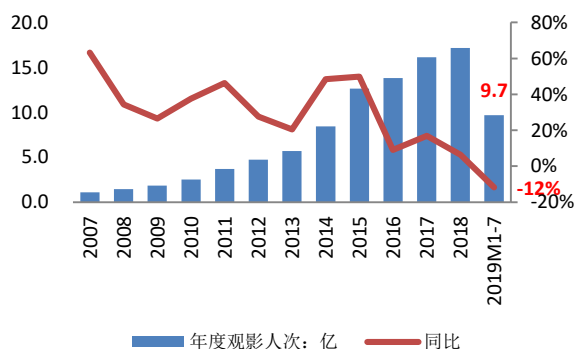
资料来源：WIND，招商银行研究院

图9：月度电影票房收入



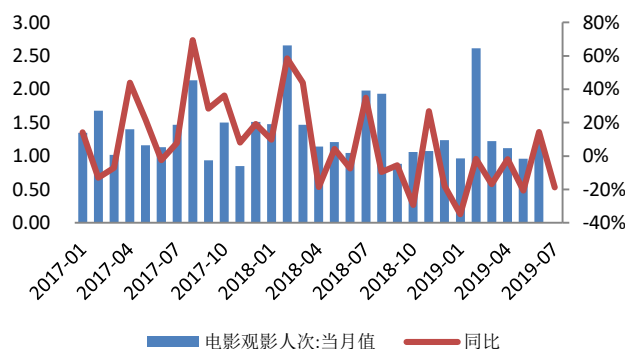
资料来源：WIND，招商银行研究院

图10：历年及2019年以来观影人次



资料来源：WIND，招商银行研究院

图11：月度观影人次



资料来源：WIND，招商银行研究院



《哪吒之魔童降世》（7-26，光线彩条屋出品）票房超预期，独立支撑今年暑期档；后续关注环球影业的《速度与激情：特别行动》。由于《哪吒》超预期，综合预计暑期档票房有望 130-140 亿，高于我们 7 月预计的 120 亿左右。

表 1：2019 年暑期档部分片单及预计票房（截至 8 月 20 日）

2019 年暑期档部分片单	映前预测票房	最终或猫眼实时预测票房	上映日期	出品
哪吒魔童降世	16	47	7 月 26 日	彩条屋（光线控股）、十月文化
速度与激情：特别行动	18	18	8 月 23 日	环球影业
烈火英雄	12	16	8 月 1 日	博纳影业、阿里影业
扫毒 2：天地对决	12	13	7 月 5 日	寰宇娱乐、昇格传媒
银河补习班	9	9	7 月 18 日	橙子映像、猫眼微视、光线影业
狮子王	10	8	7 月 12 日	迪士尼
蜘蛛侠：英雄远征	8	8	6 月 28 日	美国哥伦比亚影业
使徒行者 2：谍影行动	10	7	8 月 7 日	嘉映影业、邵氏兄弟、耳东影业、猫眼微视
深夜食堂	4	4	8 月 30 日	福星文化、引力影视

资料来源：灯塔专业版，公开信息整理，招商银行研究院

注：蜘蛛侠预计最终票房 15 亿，贡献 7 月票房 8 亿；8 月播出的电影，表格中为高亮。

由于暑期档票房超预期，我们对全年票房小幅上调。我们继续维持 9 月及后续月份票房将随着基数影响的减弱，将同比正增长。通过敏感性分析，在暑期档票房 135 亿，9-12 月票房同比大个位数增长的假设下，全年票房在 600-610 亿元左右（上月预期为 590 亿），大致持平于去年。中期来看，电影整体需求仍主要受制于观影人次增长乏力，这还需等待国产电影内容更加专业化和成熟化。

表 2：2019 年全年票房敏感性分析

暑期档票房：亿元	9-12 月票房同比				
	0%	3%	6%	9%	12%
100	559	563	568	572	577
110	569	573	578	582	587
120	579	583	588	592	597
130	589	593	598	602	607
140	599	603	608	612	617

资料来源：WIND，招商银行研究院

2.1.2 单片票房



截至 8 月 20 日，根据艺恩数据，由彩条屋（光线全资控股）、十月文化出品，由光线传媒发行的《哪吒之魔童降世》超预期，收获票房 41.9 亿，预计最终票房 47 亿左右，大幅高于其映前预期票房 16-17 亿。博纳影业出品的《烈火英雄》略超预期。

表 3：近三年内地电影票房排行（截至 8 月 20 日）

2019 年票房前 14				2018 年票房前 20			2017 年票房前 20		
排名	电影名称	总票房	上映时间	排名	电影名称	总票房	排名	电影名称	总票房
1	流浪地球	46.6	2019/2/5	1	红海行动	36.2	1	战狼 2	56.4
2	复仇者联盟 4: 终局之战	42.4	2019/4/24	2	唐人街探案 2	33.7	2	速度与激情 8	26.5
3	哪吒之魔童降世	41.9	2019/7/26	3	我不是药神	30.8	3	羞羞的铁拳	21.9
4	疯狂的外星人	21.8	2019/2/5	4	西虹市首富	25.3	4	前任 3: 再见前任	19.3
5	飞驰人生	17.2	2019/2/5	5	复仇者联盟 3: 无限战争	23.7	5	功夫瑜伽	17.5
6	烈火英雄	14.6	2019/8/1	6	捉妖记 2	22.2	6	西游伏妖篇	16.5
7	蜘蛛侠: 英雄远征	14.1	2019/6/28	7	海王	20.0	7	变形金刚 5: 最后的骑士	15.5
8	扫毒 2: 天地对决	13.0	2019/7/5	8	毒液: 致命守护者	18.6	8	芳华	14.1
9	大黄蜂	11.5	2019/1/4	9	侏罗纪世界 2	16.8	9	摔跤吧! 爸爸	13.0
10	惊奇队长	10.3	2019/3/8	10	头号玩家	13.9	10	寻梦环游记	12.0
11	比悲伤更悲伤的故事	9.5	2019/3/14	11	后来的我们	13.5	11	加勒比海盜 5: 死无对证	11.8
12	哥斯拉 2: 怪兽之王	9.3	2019/5/31	12	一出好戏	13.4	12	金刚: 骷髅岛	11.6
13	阿丽塔: 战斗天使	8.9	2019/2/22	13	无双	12.6	13	极限特工: 终极回归	11.3
14	银河补习班	8.7	2019/7/18	14	碟中谍 6: 全面瓦解	12.3	14	生化危机 6: 终章	11.1
15	狮子王	8.3	2019/7/12	15	巨齿鲨	10.4	15	乘风破浪	10.4
16	反贪风暴 4	7.9	2019/4/4	16	狂暴巨兽	9.9	16	神偷奶爸 3	10.3
17	熊出没原始时代	7.2	2019/2/5	17	超时空同居	8.9	17	蜘蛛侠: 英雄归来	7.7
				18	蚁人 2: 黄蜂女现身	8.3	18	大闹天竺	7.6
				19	无名之辈	7.9	19	雷神 3: 诸神黄昏	7.4
				20	无问西东	7.5	20	猩球崛起: 终极之战	7.3
合计		293.2		合计		345.8	合计		309.1

资料来源：电影票房网，招商银行研究院

2019 年后续重点关注的电影主要集中在国庆档期，《我和我的祖国》、《中国机长》等影片关注度较高。后续关注政策对电影市场的呵护，在淡季月份更为积极的引进进口大片可能实现较好票房增长。

表 4：2019 年后续上映重点影片

2019 年后续上映重点影片				
排名	电影名称	上映时间	出品	备注
1	深夜食堂	2019/8/30	福星全亚文化	主演梁家辉
2	小小的愿望	2019/9/12	恒业影业	
3	诛仙 1	2019/9/13	新丽传媒	IP 玄幻
4	攀登者	2019/9/30	上海电影	讲述珠峰登顶，主演吴京
5	中国机长	2019/9/30	博纳影业	2018 年真实故事改编，空难片，主演张涵予
6	我和我的祖国	2019/10/1	华夏电影	献礼片，陈凯歌导演
7	摸金校尉之九幽将军	2019/10/1	华谊兄弟	导演徐克，主演陈坤
8	双子杀手	2019/10/18		导演李安，主演威尔·史密斯

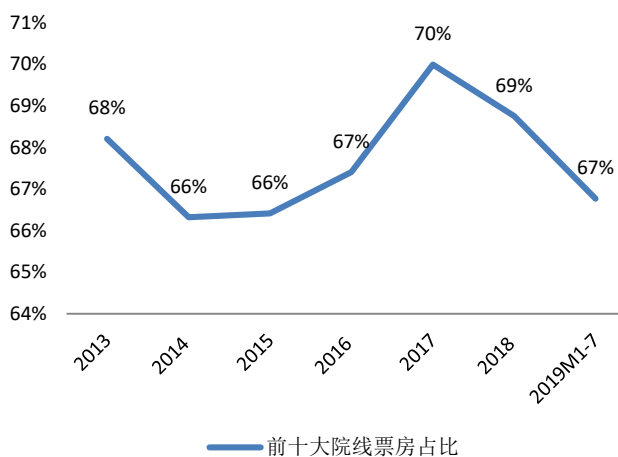
9	好莱坞往事	2019/7/26 美	主演莱昂纳多·布拉德皮特
10	星际探索	2019/9/20 美	导演詹姆斯格雷, 主演布拉德皮特
11	星球大战 9	2019/12/20 美	

资料来源：公开信息整理，招商银行研究院

2.1.3 院线及影院

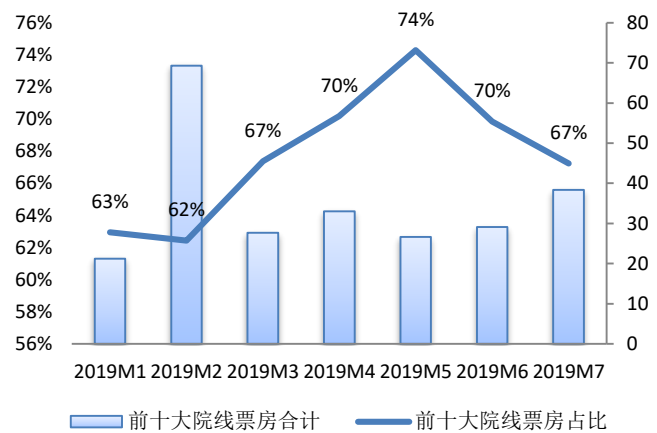
根据艺恩电影智库显示，7 月前十大院线票房排名基本不变。万达、大地、上海联合分列前三，票房分别为 7.7、5.5、4.7 亿元。前十大院线票房合计 38 亿元，占全国总票房的 67%。

图 12：历年前十大院线票房占比



资料来源：艺恩，招商银行研究院

图 13：月度前十大院线票房占比



资料来源：艺恩，招商银行研究院

2.2 电视剧&网剧：8 月起进入建国题材电视剧“百日展播”

2.2.1 播出热度和收视

根据灯塔专业版电视剧&网剧热度统计，7 月电视剧《亲爱的，热爱的》（华策剧酷传播出品）、网剧《全职高手》（企鹅影视出品）、网剧《陈情令》（企鹅影视、新湃传媒出品）、网剧《宸汐缘》（华策克顿出品）等实时热度较高。卫视综艺收视率中浙江卫视的《2019 中国好声音》系列收视上 1。湖南卫视的《中餐厅第三季》接档《向往的生活第三季》后收视有所下滑。

后续三个月将进入庆祝新中国成立 70 周年电视剧“百日展播”。国家广播电视总局电视剧司发布通知，拟在 8 月开始重点电视剧“百日展播”活动，向新中国成立 70 周年献礼。展播遴选 86 部展播活动剧目，各电视台尤其是各省级卫视自 8 月起选购播出，同时要求加强宣传期播出调控，不得播出娱乐性



较强的古装剧、偶像剧。此前6月底7月初一批古装头部剧快速定档播出，不排除有部分出于上述原因考虑。

图 14：7 月 26 日（周五）电视剧热度排名

排名	节目	当日热度
1	亲爱的，热爱的 — 多平台 上线18天	2106213
2	全职高手 — 腾讯视频独播 上线3天	1529192
3	陈情令 — 腾讯视频独播 上线30天	1084122
4	宸汐缘 — 爱奇艺独播 上线12天	953782
5	长安十二时辰 — 优酷独播 上线30天	861352

资料来源：灯塔专业版，招商银行研究院

图 15：7 月 26 日（周五）网剧热度排名

排名	节目	当日热度
1	全职高手 — 腾讯视频独播 上线3天	1529192
2	陈情令 — 腾讯视频独播 上线30天	1084122
3	宸汐缘 — 爱奇艺独播 上线12天	953782
4	长安十二时辰 — 优酷独播 上线30天	861352
5	无主之城 — 爱奇艺独播 上线3天	505987

资料来源：灯塔专业版，招商银行研究院

图 16：7 月 26 日（周五）卫视电视剧收视率

排名	节目	直播关注度(%)	市占率(%)
1	亲爱的，热爱的 32 33 浙江卫视 19:32-21:00	1.4028	8.5718
2	亲爱的，热爱的 32 33 东方卫视 19:32-21:13	0.7612	4.5725
3	流淌的美好时光 44 湖南卫视 19:35-20:11	0.4160	2.7697
4	时间都知道 20 21 北京卫视 19:32-21:04	0.2613	1.5871
5	归还世界给你 13 14 江苏卫视 19:31-21:15	0.2430	1.4593

资料来源：灯塔专业版，招商银行研究院

图 17：7 月 26 日（周五）卫视综艺收视率

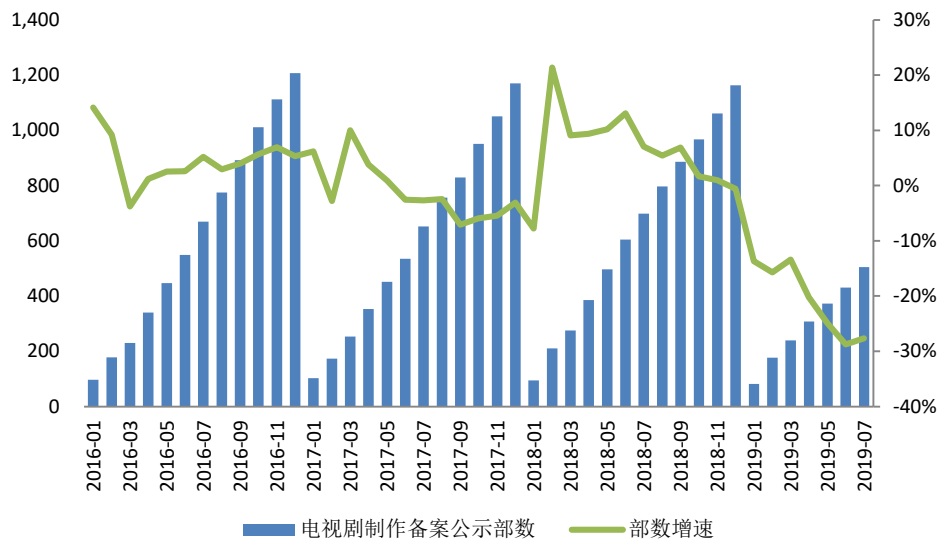
排名	节目	直播关注度(%)	市占率(%)
1	2019中国好声音 浙江卫视 21:10-22:49	2.2739	14.8952
2	2019中国好声音炫彩时刻 浙江卫视 21:01-21:09	1.6491	8.8499
3	真声音 浙江卫视 22:50-23:05	1.5408	15.5226
4	2019中国好声音炫彩时刻 浙江卫视 23:06-23:13	1.0400	12.1277
5	中餐厅第三季 湖南卫视 22:00-23:58	0.9824	10.0361

资料来源：灯塔专业版，招商银行研究院

2.2.2 电视剧备案

7 月全国电视剧拍摄制作备案公示的剧目共 74 部、3030 集；全年累计共 505 部、19281 集（同比下降-28%、-30%）。广电总局今年以来加强电视剧制播管理，一定程度影响了电视剧备案通过情况。

图 18：全国电视剧拍摄制作备案公示部数及增速



资料来源：国家新闻出版广电总局，招商银行研究院

从备案电视剧题材来看，古装题材受“限古令”的影响下降较为明显。

表 5：电视剧制作备案公示数量：按题材分

	电视剧制作备案公示数量				合计
	当代题材	现代题材	近代题材	古代题材	
2018-01	61	5	16	13	95
2018-02	67	5	20	23	115
2018-03	45	2	8	11	66
2018-04	69	9	18	14	110
2018-05	58	5	28	20	111
2018-06	67	5	22	14	108
2018-07	61	6	13	13	93
2018-08	55	8	19	17	99
2018-09	51	3	19	16	89
2018-10	51	5	15	10	81
2018-11	54	7	24	9	94
2018-12	71	3	11	17	102
2019-01	54	2	18	8	82
2019-02	63	2	19	11	95
2019-03	45	6	5	6	62
2019-04	46	8	10	5	69
2019-05	49	3	12	1	65
2019-06	47	3	5	3	58
2019-07	58	8	6	2	74

资料来源：WIND，招商银行研究院

2.3 游戏：8 月国产游戏获批量有所加速

2019 年 7 月 27 日，App Store 中国区游戏免费榜下载量前三为：《我的小家》、《全民弹弹弹》、《激斗火柴人》；畅销榜前三为《王者荣耀》（腾讯）、《龙族幻想》、《和平精英》（腾讯）。

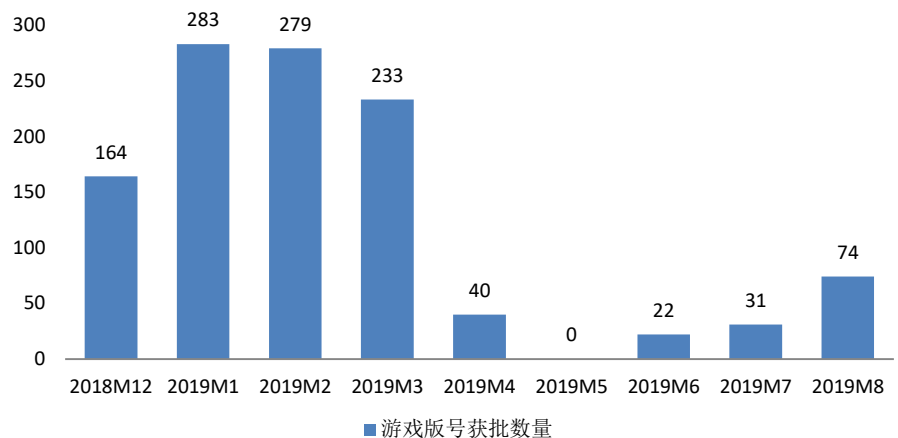
图 19: App Store 中国区游戏排行榜

#	免费排行	付费排行	畅销排行
1	我的小家 Kunpo	西游幻境 zhiqing Chen	王者荣耀 Tencent
2	全民弹弹弹 Gaming Hippo	异化之地 Ggame Studio	龙族幻想 Tencent
3	激斗火柴人 Giant Network	逍遥剑客-热血武侠手游 Guangzhou Qiao Photography Co., L...	和平精英 Tencent
4	跑酷卡丁车官方竞速版 Tencent	星期六魔王-日本战国策略卡牌手游 More2 Game	跑酷卡丁车官方竞速版 Tencent
5	*****	萌萌军团-3D卡牌挂机手游 姜玩玩	梦幻西游 NetEase
6	全民漂移 Joyfort	英雄之城II-全球战争策略手游 Snail Games	完美世界 Tencent
7	*****	无尽大冒险: 真兽皇制 zhi qiang huang	明日方舟 Hypergryph
8	和平精英 Tencent	放置远征团-3D策略放置RPG游戏 xingfuyun	精灵盛典-李连杰黎明代言-奇迹MU正版 37games
9	龙族幻想 Tencent	乱斗堂3 More2 Game	一梦江湖-楚留香现已全面升级 NetEase
10	全民消砖块 Yang Li	凌烟诀之江湖侠客行 xiaoyi zhang	*****

资料来源: App Annie, 招商银行研究院

游戏版号重新放开后情况跟踪: 8月国产游戏获批量有所加速。继4月版号暂停后, 6月28号新一批国产网络游戏版号获批, 今年累计合计1126款。其中7月一批(31款)、8月两批(43款、31款)。

图 20: 重启游戏版号以来各月获批数量



资料来源: 国家新闻出版广电总局, 招商银行研究院



3. 重要事件评析

3.1 建国 70 周年献礼“百日展播”：省级卫视黄金档由 2 集上调为 3 集

8 月 2 日，广电总局电视剧司发布了《关于做好庆祝新中国成立 70 周年电视剧展播工作的通知》，根据通知，总局拟于 8 月份开始重点电视剧“百日展播”活动，向新中国成立 70 周年献礼。展播活动遴选 86 部剧目，供全国各级电视台尤其是各省级卫视自 8 月起选购播出。各省广电局要切实加强电视剧播出工作指导，把旗帜鲜明讲政治作为电视剧选购播出的生命线，坚持讲政治、顾大局，严把选剧关、内容关、播出关，加强宣传期播出调控，**不得播出娱乐性较强的古装剧、偶像剧**，确保编排播出剧目与宣传期整体氛围相协调，圆满完成“百日展播”活动。

省级卫视黄金档由 2 集上调为 3 集，加速剧集去化。8 月 19 日晚，湖南卫视黄金档在播剧目《加油，你是最棒的》开启三集连播模式，将提前至月底收官，暂定接档剧目为庆祝新中国成立 70 周年推荐播出剧目《遇见幸福》（原名《我们这些年》）。浙江卫视、东方卫视联播剧目《小欢喜》也将于 8 月 21 日、22 日两晚进行三集连播，预计于 8 月 27 日正式收官，暂定接档剧目为庆祝新中国成立 70 周年推荐播出剧目《陆战之王》。

3.2 人民网“游戏适龄提示”平台正式上线

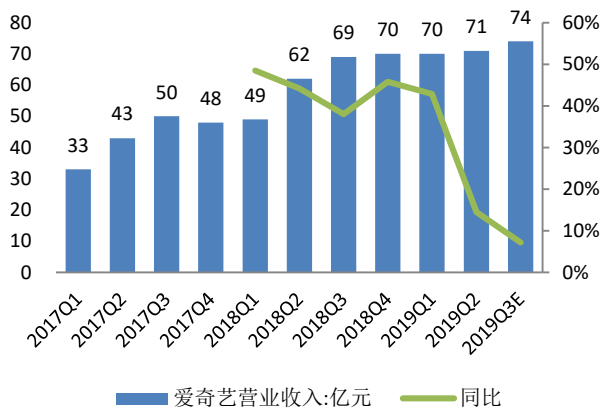
7 月 26 日，人民网“游戏适龄提示”平台正式上线。平台的推出是为了展示《游戏适龄提示草案》的基本内容以及最新修订情况、参与《游戏适龄提示倡议》的企业、标记适龄提示的游戏情况、以及社会各方对适龄提示的修改意见和建议。

首批参与的企业有：腾讯互娱、网易游戏、完美世界、盛趣游戏、三七互娱、巨人网络、游族网络、畅游时代、网龙、创梦天地、多益网络、西山居、漫游谷、4399。

3.3 爱奇艺二季报：归母亏损有所扩大，三季报收入指引低于预期

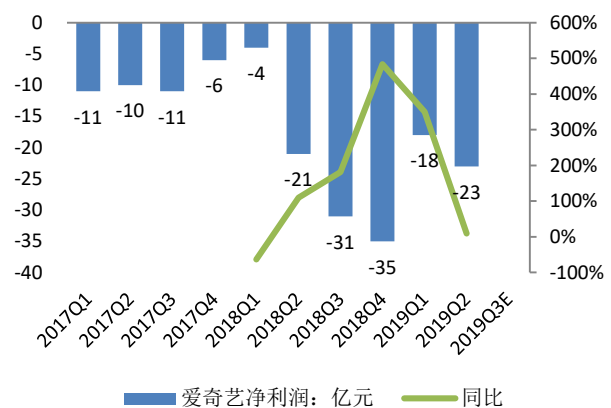
爱奇艺 2019 年二季度营收 71 亿，同比+15%，符合公司一季度 12%~18%业绩指引；公司同时预期三季度净营收 72.1-76.3 亿元，市场预期 77.9 亿元人民币；净亏损 23 亿，亏损率 33%，环比有所扩大。

图 21：爱奇艺二季报收入



资料来源：WIND，招商银行研究院

图 22：爱奇艺二季报净利润



资料来源：WIND，招商银行研究院

3.4 腾讯二季报：广告收入特别是媒体广告低于预期

腾讯 8 月 14 日港股盘后披露了第二季度业绩，营收同比增长 21% 至 888.21 亿元，远低于市场预期的 934.09 亿元；净利润同比增长 19% 至 241.36 亿元，高于市场预期的 211.01 亿元。腾讯本季度营收增长主要受商业支付及金融科技业务、手游及数字内容销售（即直播及腾讯视频会员订阅）推动。

腾讯核心的游戏业务本季度继续回暖，收入同比增长 8%，主要受手游带动，手游收入同比增长了 22%，端游则下滑了 9%。第二大业务支付及云服务收入增速最快，为 37%。网络广告收入本季度增速 16%，腾讯表示这块业务受到了宏观环境疲软和短视频对广告需求争夺的拖累。（36 氪）

3.5 抖音快手分别召开创作者大会

7 月 23 日，快手首届光合创作者大会在北京举办，吸引了上千名来自全国各地的创作者参加。快手高级副总裁马宏彬在会上宣布“光合计划”——未来一年，快手将拿出价值 100 亿元的流量，扶持 10 万个优质创作者的加速成长，同时快手将与更多内容专业机构进行深入合作，更好地服务创作者。（人民网）

8 月 24 日，首届抖音创作者大会在上海举办。活动上，抖音总裁张楠对抖音“美好”的产品定位与短视频的社会价值做了阐释。官方发布“创作者成长

计划”，包括新场景、新流量、新服务三大板块，让千万创作者展现创作价值。
(搜狐)

图 23：快手首届光合创作者大会（2019.7.23）



资料来源：公开信息，招商银行研究院

图 24：抖音创作者大会（2019.8.24）



资料来源：公开信息，招商银行研究院

免责声明

本报告仅供招商银行股份有限公司（以下简称“本公司”）及其关联机构的特定客户和其他专业人士使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。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。

本报告的信息来源于已公开的资料，本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。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。本公司可能采取与报告中建议及/或观点不一致的立场或投资决定。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为投资决策的唯一参考因素，亦不应认为本报告可以取代自己的判断。在决定投资前，如有需要，投资者务必向专业人士咨询并谨慎决策。

本报告版权仅为本公司所有，未经招商银行书面授权，本研究报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“招商银行研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

未经招商银行事先书面授权，任何人不得以任何目的复制、发送或销售本报告。

招商银行版权所有，保留一切权利。

招商银行研究院

地址 深圳市福田区深南大道 7088 号招商银行大厦 16F（518040）

电话 0755-83195702

邮箱 zsyhyjy@cmbchina.com

传真 0755-83195085



更多资讯请关注招商银行研究微信公众号
或一事通信息总汇