

## 市场数据(人民币)

市场优化平均市盈率	18.90
沪深300指数	3910.08
上证指数	2985.66
深证成指	9753.31
中小板综指	9268.86

## 短视频、手游增长显著，巨头加码动漫二次元 ——移动互联网APP八月数据分析

### 行业动态

- **暑期流量王者：受益于暑期到来，短视频、手游的 MAU 和时长增长显著。** 暑假期间，泛娱乐行业展现出了强大的流量收割能力，其中短视频和手游的 MAU 分别实现了 35%和 22%的同比增长，使用时长的同比增速均超过了 50%。短视频双雄——抖音和快手的 MAU 环比增速均在 5%左右，与追赶者的领先优势在不断扩大。
- **动漫二次元：巨头加码，快看漫画获腾讯投资。** 8月27日，快看漫画获得腾讯投资，巨头紧盯动漫二次元市场。目前快看漫画、腾讯动漫头部地位稳固，微博动漫异军突起。巨头加码二次元领域，本质上是看中了潜力巨大的 95 后用户市场。典型“95 后”APP 的加总 MAU 相比去年同期，同比增速为 21%，总使用时长增速达到了 50%，远高于移动互联网平均增速 19%。
- **人口红利见顶，MAU 高增长分布在社交电商和泛娱乐类：**我们统计了千万级 MAU 应用的季度环比增速，增速最高的 APP 分布分散，包括社交电商类的淘集集和拼多多，其中拼多多的 MAU 季度环比增速达到了 23%；泛娱乐类的 Keep 和七猫免费小说的 MAU 环比增速均超过 40%。汽车交易相关 APP 和亲子平台 APP 增速同样可观，值得关注。
- **时长同比增速回升，泛娱乐类仍是使用时的主要增量来源：**8 月用户总使用时长的同比增速经历连续四个月下滑后，开始回升至 19%。泛娱乐类贡献了最大的时长增量，19 年 8 月的同比增速达到了 24%，游戏类的时长同比增速最高，为 52%。细分来看视频、社交以及资讯类 APP 类 APP 贡献了近一半的时长增量。

### 投资建议

- 未来几年，95 后乃至 00 后将成为互联网娱乐消费的中坚力量，对应的用户市场值得重点关注。腾讯控股的流量壁垒被市场严重低估了，尤其是 QQ 建立起来的 95 后用户封闭文化圈。哔哩哔哩是无可争议的 95 后泛二次元用户大本营。

**重点关注：腾讯控股 (0700.HK)，哔哩哔哩 (BILI.O)**

- 学生群体对于泛娱乐类和社交类的需求更强，暑期的到来有望带动相关 APP 的热度和用户活跃度，尤其是视频、音乐和游戏类。

**重点关注：爱奇艺 (IQ.O)，芒果超媒 (300413.SZ)，腾讯音乐 (TME.N)**

### 风险提示

- 1) 数据准确性说明：相关数据通过自有技术监测获得，并进行去重去噪点处理，力求客观地反映业务表现。因统计方法和口径的差异，与官方数据可能存在差异，仅为定性分析而用。
- 2) 政策监管；
- 3) 用户行为变化。

黄梓灿 联系人  
huangzican@gjqz.com.cn

王平 联系人  
wangping@gjqz.com.cn

唐川 分析师 SAC 执业编号：S1130517110001  
tangchuan@gjqz.com.cn

## 内容目录

关键词：暑期流量王者、动漫二次元 .....	3
暑期流量王者：短视频、长视频和手游实现 MAU 和时长双增长 .....	3
动漫二次元：巨头加码，快看漫画获腾讯投资 .....	5
人口红利见顶，时长增速显著回升 .....	7
MAU 高增长分布在社交电商和泛娱乐类 .....	7
时长同比增速回升，泛娱乐类仍是时长增量的主要来源 .....	9
风险提示 .....	14

## 图表目录

图表 1：泛娱乐类（包含游戏）的加总 MAU 对比（亿） .....	3
图表 2：泛娱乐类（包含游戏）的总使用时长对比（亿分钟） .....	3
图表 3：短视频头部 APP 的 MAU 对比（万） .....	4
图表 4：短视频头部 APP 的 MAU 同比增速对比 .....	4
图表 5：短视频头部 APP 的使用时长对比（分钟/天） .....	4
图表 6：手游 APP 暑期前后的加总 MAU 变化对比（亿） .....	5
图表 7：手游 APP 暑期前后的总使用时长变化对比（亿分钟） .....	5
图表 8：动漫 APP 的 MAU 对比（单位：万） .....	6
图表 9：动漫 APP 的每日使用时长对比（单位：分钟） .....	6
图表 10：典型 95 后 APP 的 95 后用户比例 TGI 对比 .....	6
图表 11：典型 95 后 APP 的加总 MAU 和总使用时长 .....	6
图表 12：中国移动互联网月活跃用户规模及增速（亿） .....	7
图表 13：一级行业分类的加总 MAU .....	8
图表 14：一级行业分类的加总 MAU 同比增速 .....	8
图表 15：千万级 MAU 季度环比增速排行榜（MAU/万） .....	8
图表 16：中国移动互联网月活用户总使用时长（十亿分钟） .....	9
图表 17：一级行业分类的使用总时长（十亿分钟） .....	9
图表 18：一级行业分类的使用总时长占比 .....	9
图表 19：人均使用时长（分钟/天） .....	10
图表 20：一级行业分类的人均使用时长（分钟/天） .....	10
图表 21：使用时长占比分布（2019 年 8 月） .....	11
图表 22：一级行业分类的使用时长同比增量分布（分钟/天） .....	12
图表 23：细分行业分类的使用时长同比增量占比 .....	12
图表 24：一级行业分类的用户黏性对比（8 月） .....	13

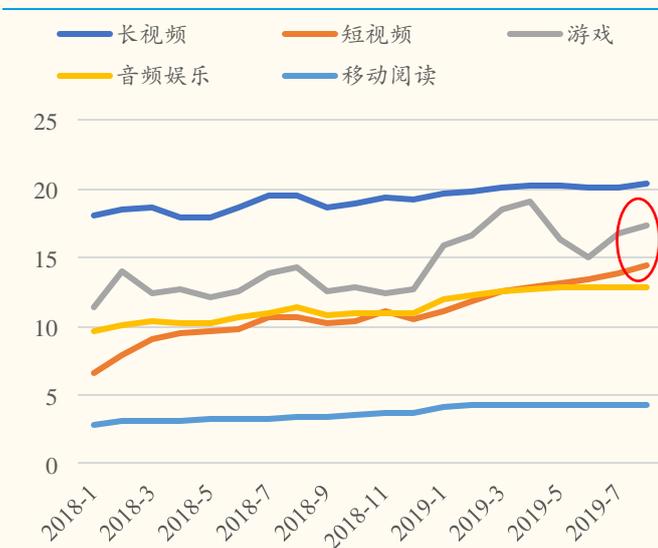
关键词：暑期流量王者、动漫二次元

暑期流量王者：短视频、长视频和手游实现 MAU 和时长双增长

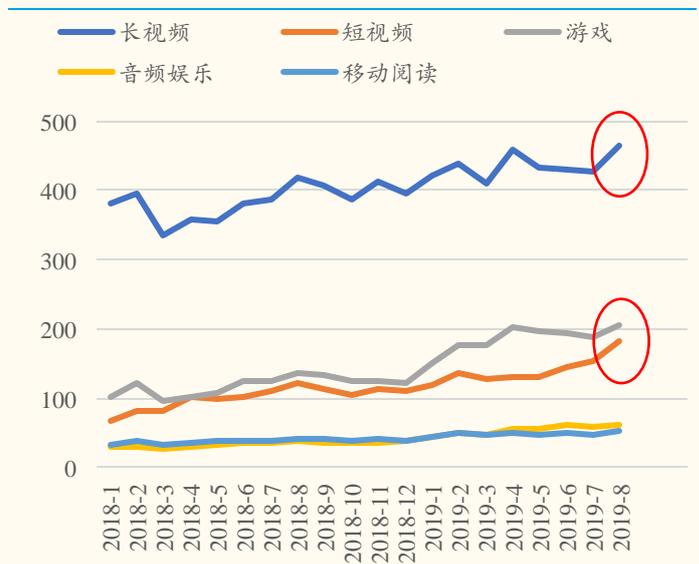
暑期是学生群体的休假时段，因此成为了各大厂商抢占学生年轻群体，收割假期流量的好时机。学生群体以 95 后和 00 后为主，其对于泛娱乐类和社交的需求更强，尤其是短视频、在线视频、音乐和游戏类。暑假期间，短视频和长视频行业均展现出了强大的流量收割能力，其中 MAU 分别同比增长 35% 和 5%，环比分别增长了 4% 和 2%。手游的加总 MAU 同样增长显著，同比增长 22%，环比增长 3%。而音频娱乐和移动阅读的 MAU 反而出现环比下滑。

使用时长方面，短视频行业的总使用时长同比增长 52%，环比增长 19%；长视频行业的总使用时长同比增长 11%，环比增长 9%；手游的总使用时长同比增长 52%，环比增长 9%。

图表 1：泛娱乐类（包含游戏）的加总 MAU 对比（亿）



图表 2：泛娱乐类（包含游戏）的总使用时长对比（亿分钟）

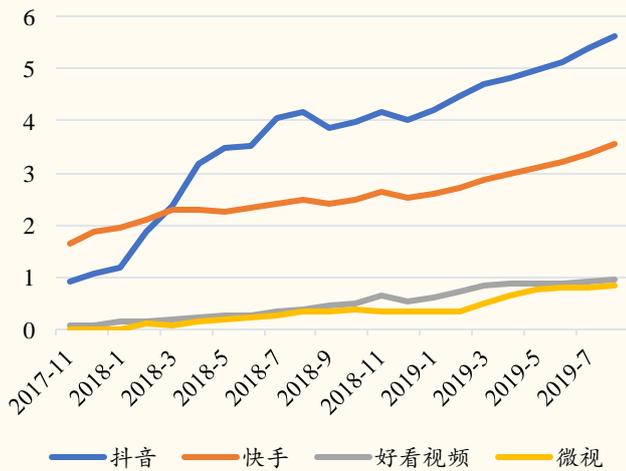


来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

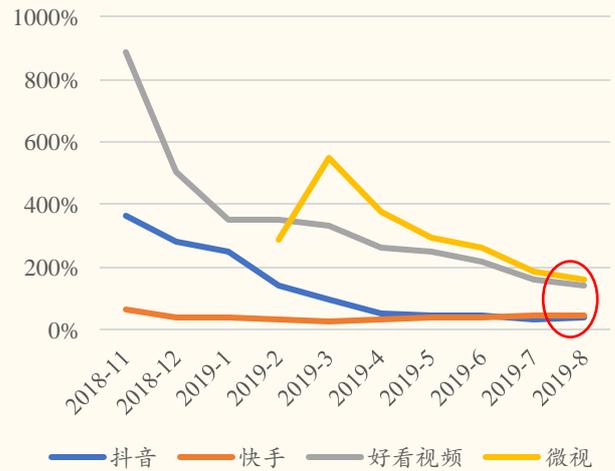
**短视频：抖音、快手的领先优势进一步扩大，好看视频和微视 MAU 环比几乎零增长。** 根据国金证券研究创新数据中心的监测数据，短视频行业双雄，抖音和快手 8 月 MAU 同比增速均超过 30%，环比增速保持在 5% 左右。而好看视频和微视表现不佳，8 月 MAU 环比几乎零增长。

图表 3：短视频头部 APP 的 MAU 对比 (万)



来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

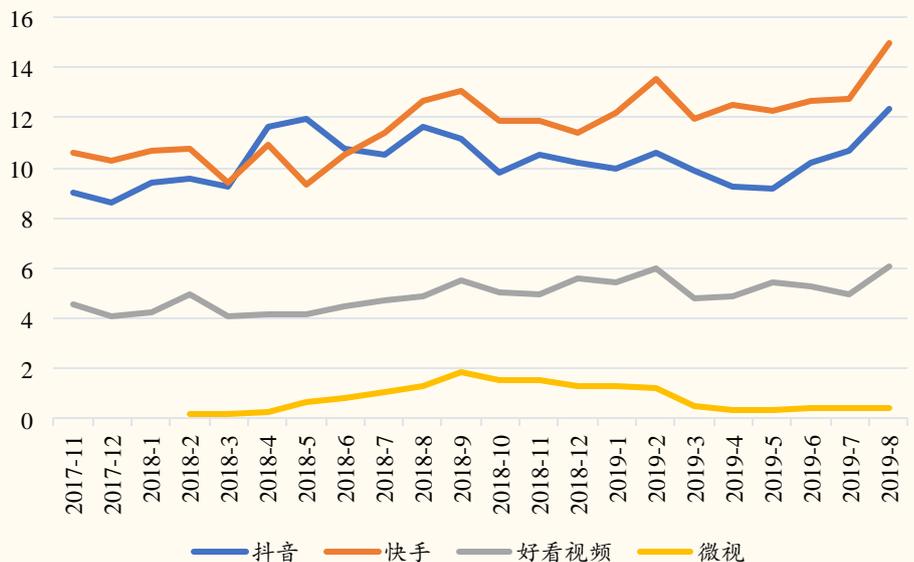
图表 4：短视频头部 APP 的 MAU 同比增速对比



来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

使用时长方面，目前快手最高，达到 15 分钟每天；抖音增速惊人，每日使用时长增长至 12 分钟，大有向快手逼近的趋势。好看视频的使用时长小幅提升至 6 分钟每天，微视继续下滑，与抖音、快手的差距进一步拉大。事实上从春节过后，微视的用户使用时长便不断下滑。即便在 6 月份微信开放微视的朋友圈分享功能之后，整个暑假期间微视的用户使用时长和活跃度都未能止住下滑趋势。

图表 5：短视频头部 APP 的使用时长对比 (分钟/天)

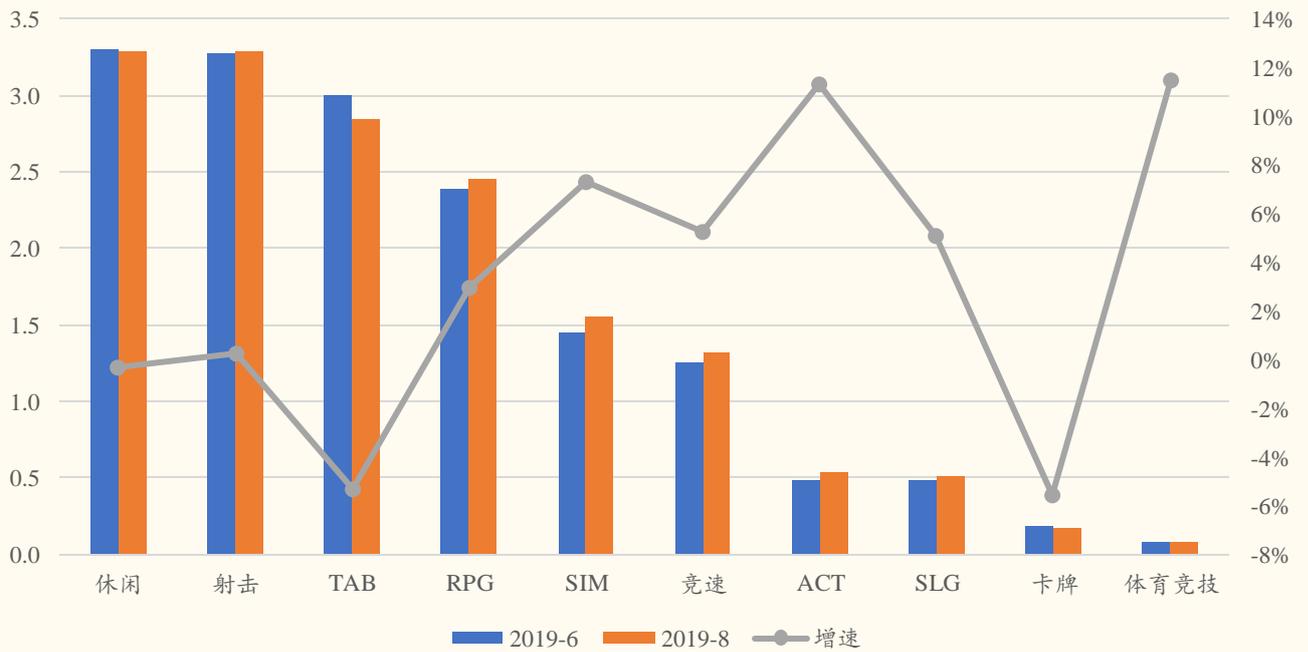


来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

**手游：**手游用户中，学生群体占据了相当高的比例，因此手游同样是暑期来临的主要受益者。8 月手游的加总 MAU 实现了 22% 的同比增长，环比增长为 3%；总使用时长实现了 52% 的同比增长，环比增长为 9%。

细分品类来看，ACT(动作类游戏)和体育竞技暑期前后 (8 月份相对 6 月份) 的 MAU 增速最高，均超过 11%，SIM(模拟游戏)、竞速和 SLG(策略游戏)的增速次之。TAB(桌面游戏)和卡牌类游戏的 MAU 反而出现了下滑。

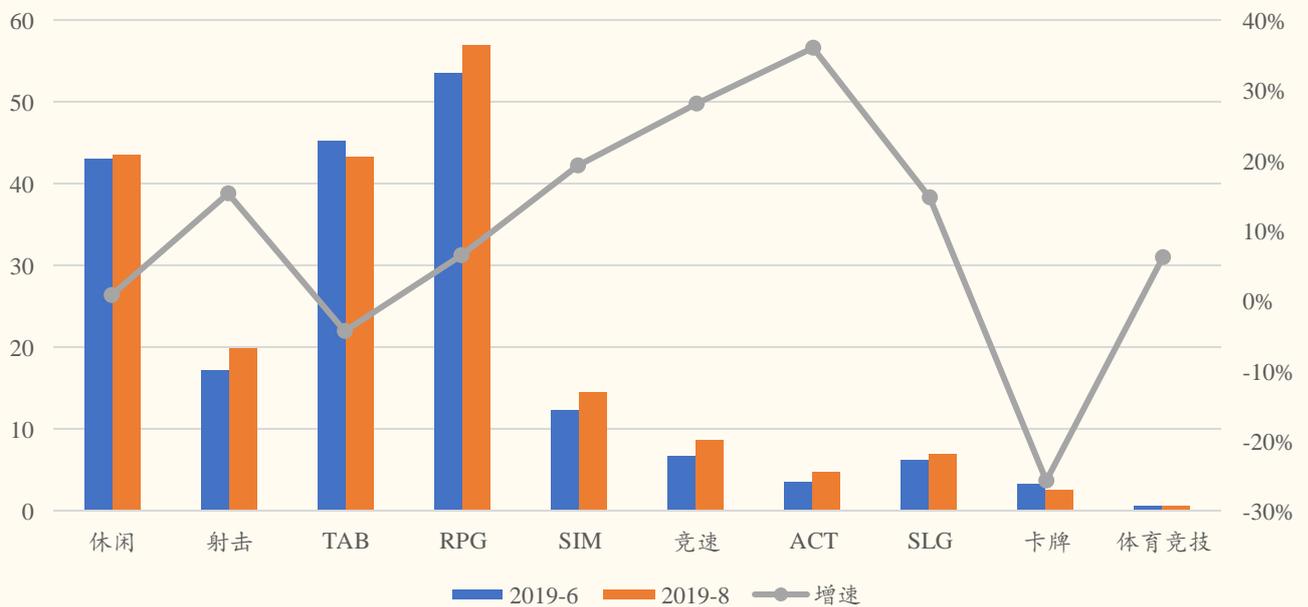
图表 6：手游APP 暑期前后的加总 MAU 变化对比（亿）



来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

总使用时长来看，ACT(动作类游戏)的增速最快，达到了 36%，竞速和SIM(模拟游戏)的增速次之，而卡牌类的使用时长下滑最为明显。

图表 7：手游APP 暑期前后的总使用时长变化对比（亿分钟）



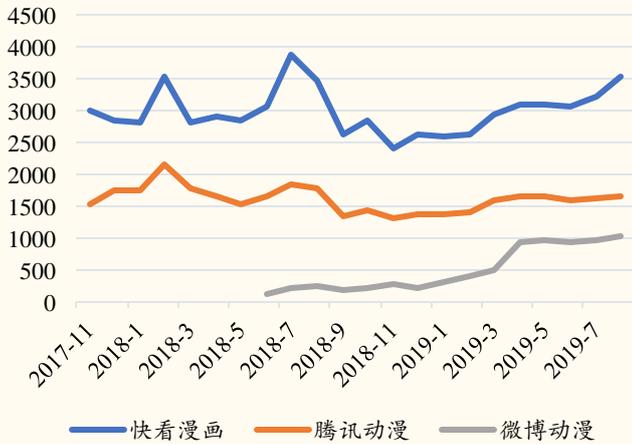
来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

### 动漫二次元：巨头加码，快看漫画获腾讯投资

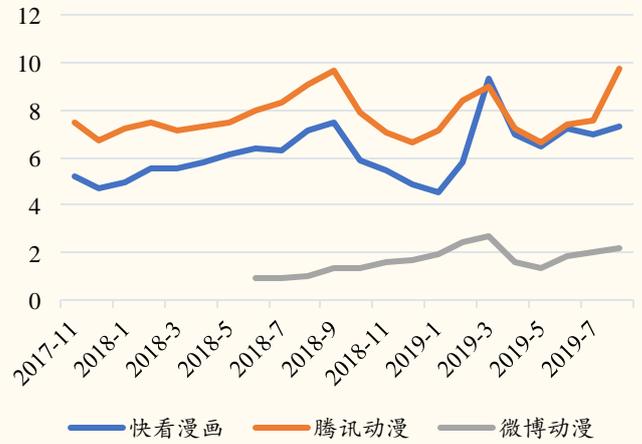
快看漫画获得腾讯投资，巨头紧盯动漫二次元市场。8月27日，动漫领域明星项目——快看漫画宣布获得腾讯 1.25 亿美元投资，用于加大对原创国漫 IP 的扶持力度。据 36 氪报道，快看漫画将会继续与腾讯旗下的动漫业务部门保持独立发展。

快看漫画、腾讯动漫头部地位稳固，微博动漫异军突起。动漫领域的领头羊——快看漫画的8月 MAU 超过了 3500 万，是第二名腾讯动漫的 2 倍；另一方面，去年 7 月才正式以独立 APP 运作的微博动漫追赶迅猛，月活已经突破千万。使用时长方面，腾讯动漫的每日使用时长接近 10 分钟，快看漫画为 8 分钟左右，微博动漫的用户每日使用时长仅有 2.2 分钟，尚有很大的提升空间。

图表 8：动漫 APP 的 MAU 对比 (单位：万)



图表 9：动漫 APP 的每日使用时长对比 (单位：分钟)



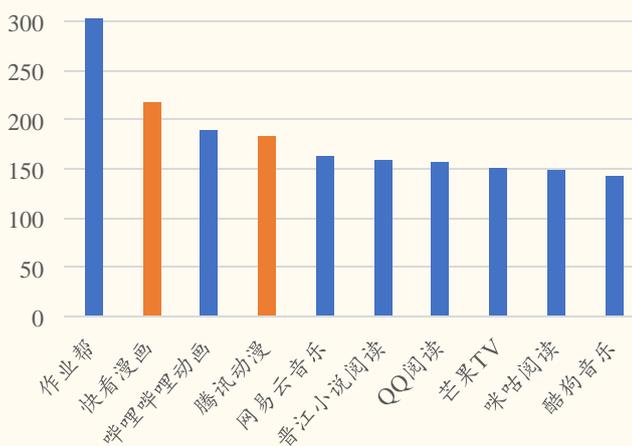
来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

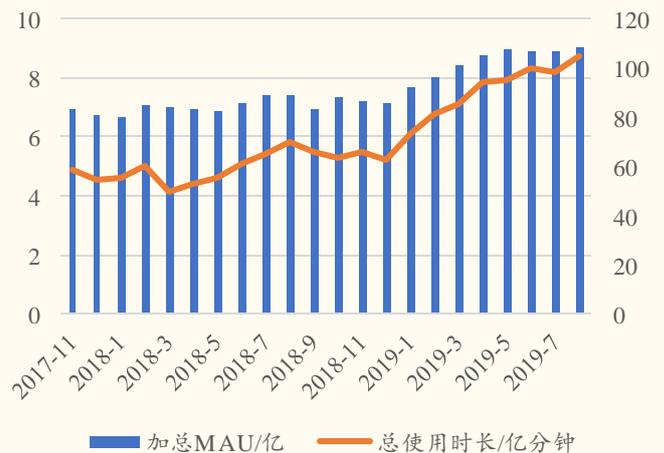
巨头加码二次元领域，本质上是看中了潜力巨大的 95 后用户市场。95 后乃至 00 后逐渐成长为移动互联网的中坚力量，其对于互联网娱乐 APP 的黏性更强，愿意花费的时间和金钱更多。谁能进入 95 后的文化圈，谁就能获得他们的信任，从而在娱乐消费、电商导流等多个领域获得巨大的商业前景。

哪些 APP 能称为典型的“95 后”APP？头部 APP 中，除了作业帮 (TGI 超过 300)，动漫类 APP (快看漫画、腾讯动漫) 以及 B 站的 95 后用户比例最高，而移动阅读和移动音乐类 APP 次之。这些典型“95 后”APP 的加总 MAU 相比去年同期，同比增速为 21%，而加总使用时长增速达到了 50%，远高于移动互联网平均增速 19%。

图表 10：典型 95 后 APP 的 95 后用户比例 TGI 对比



图表 11：典型 95 后 APP 的加总 MAU 和总使用时长增长情况



来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

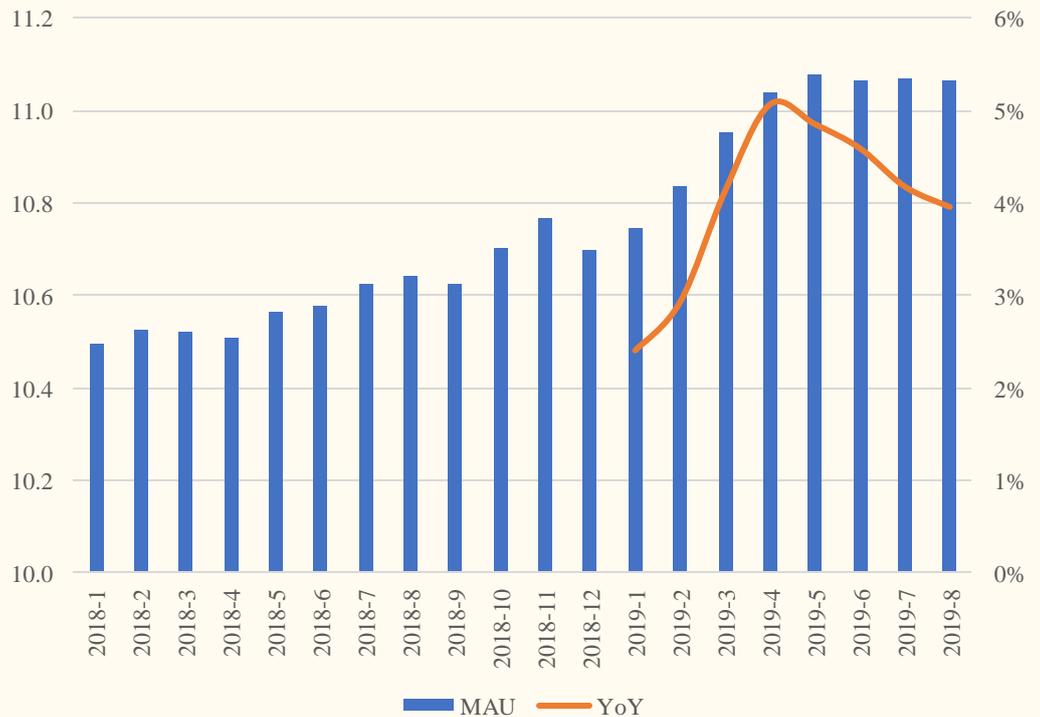
注：95 后用户比例 TGI=该 APP 的 95 后用户比例 / 移动互联网的 95 后用户比例\*标准数 100

## 人口红利见顶，时长增速显著回升

### MAU 高增长分布在社交电商和泛娱乐类

根据我们的监测数据，2019 年 8 月中国移动互联网月活跃用户规模环比小幅下滑，同比增速连续五个月下滑。国内智能手机的普及过程已经基本完成，移动互联网用户数近年来增长非常缓慢，同比增速连续五个月下滑，保持在 5% 以内。人口红利已经渐行渐远，用户增长面临着巨大考验。

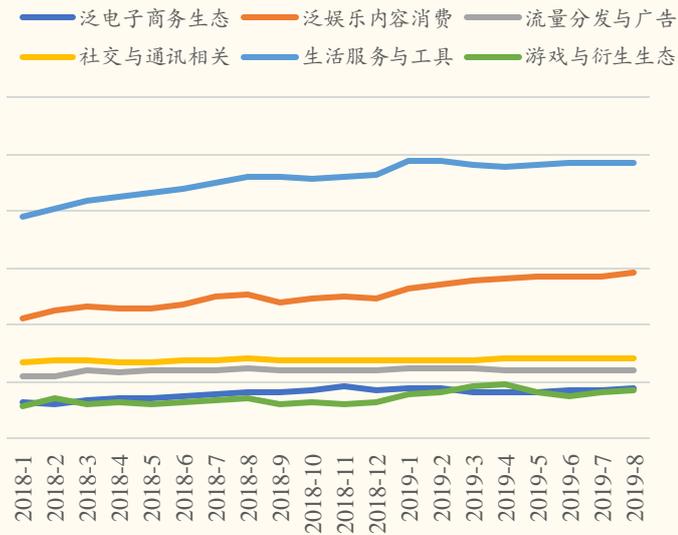
图表 12：中国移动互联网月活跃用户规模及增速（亿）



来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

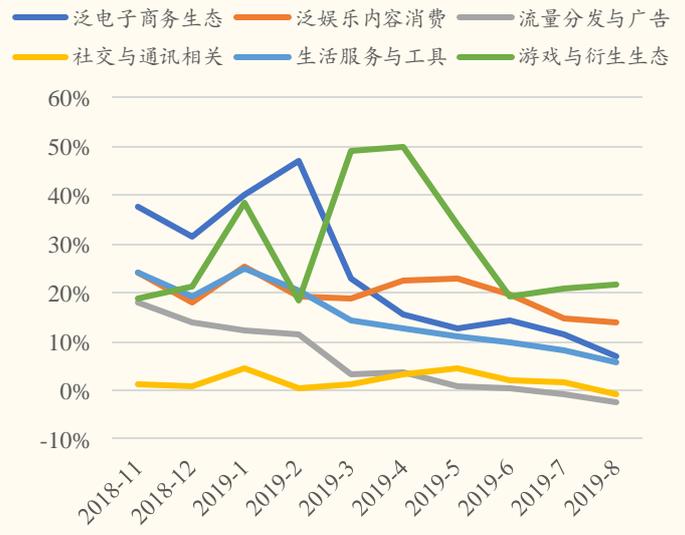
从一级行业分类来看，目前生活服务与工具类的加总 MAU 最高，泛娱乐内容消费类次之。从加总 MAU 的同比增速来看，游戏与衍生生态类和泛娱乐内容消费类受益于暑期的到来，加总 MAU 增速明显上升。社交与通讯相关类已经诞生了微信和 QQ 两大十亿级 MAU 巨头，拥有极高的渗透率，积累了足够高的壁垒。社交与通讯相关类的加总 MAU 增速始终不温不火，短期内很难出现现象级的社交 APP 新玩家。泛电子商务生态类和流量分发与广告类的加总 MAU 同比增速近期呈不断下滑趋势，其中流量分发与广告类的加总 MAU 几乎零增长。

图表 13：一级行业分类的加总 MAU



来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

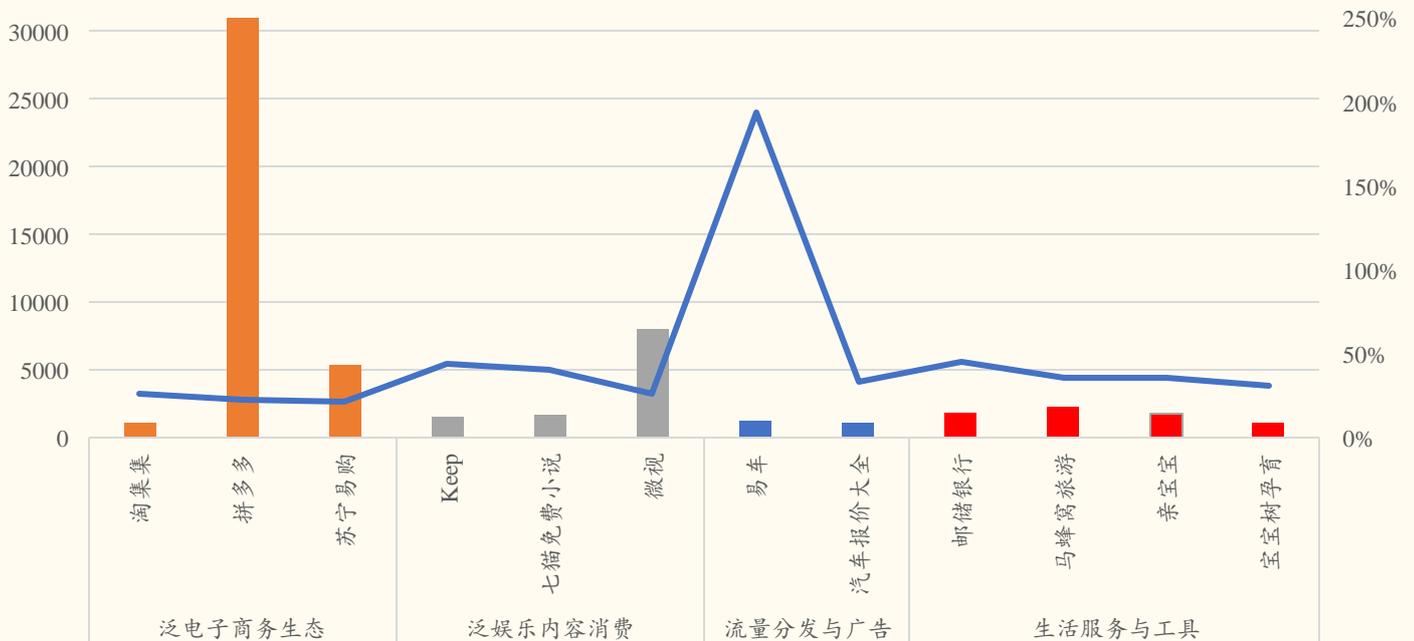
图表 14：一级行业分类的加总 MAU 同比增速



来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

为了跟踪近期月活用户数持续高增长的 APP，我们将近三个月平均 MAU 在 1000 万以上的 APP 作为样本，统计了平均 MAU 季度环比增长最快的前十个 APP（此处的季度环比是将近三个月作为最新一个季度周期进行计算）。可以看出，季度环比增速最高的 APP 分布较为分散，包括社交电商类的淘集集和拼多多，其中拼多多的 MAU 季度环比增速达到了 23%；泛娱乐类的 Keep 和七猫免费小说的 MAU 环比增速均超过 40%。近期汽车交易相关 APP 火爆，易车 APP 的 MAU 突破千万大关，季度环比增速接近 200%。此外，多个亲子平台 APP，包括宝宝树孕育和亲宝宝增速同样可观，值得关注。

图表 15：千万级 MAU 季度环比增速排行榜 (MAU/万)



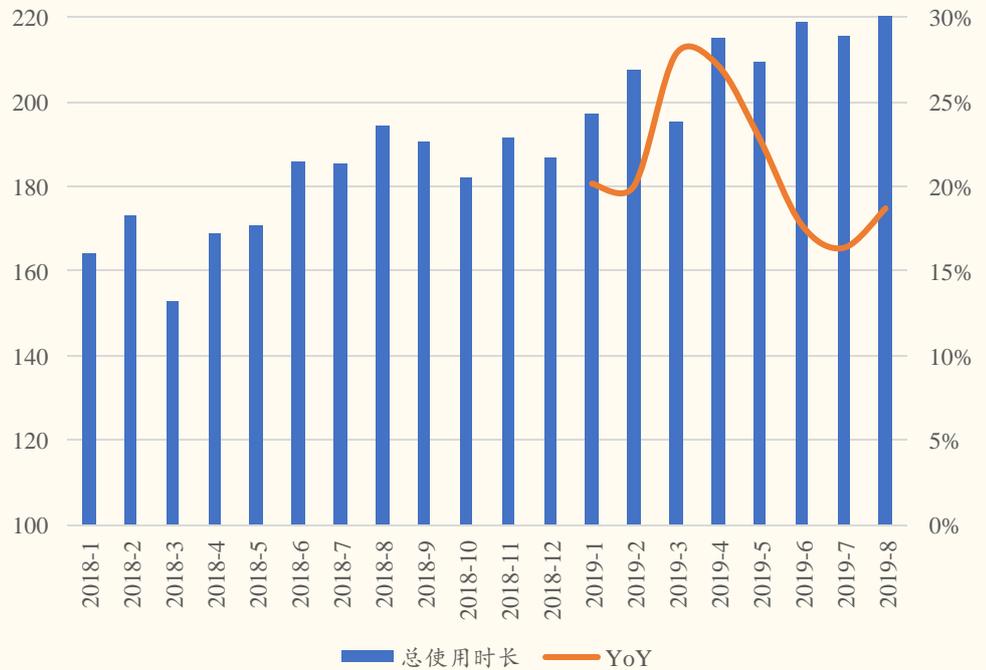
来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

注：季度环比是将近三个月作为最新一个季度周期进行计算

时长同比增速回升，泛娱乐类仍是时长增量的主要来源

人口红利逐渐见顶，移动互联网进入了争夺存量用户注意力的竞争阶段。根据研究创新数据中心的监测数据，受益于暑期的到来，8月用户总使用时长环比明显上升，同比增速连续四个月下滑后开始回升至19%。

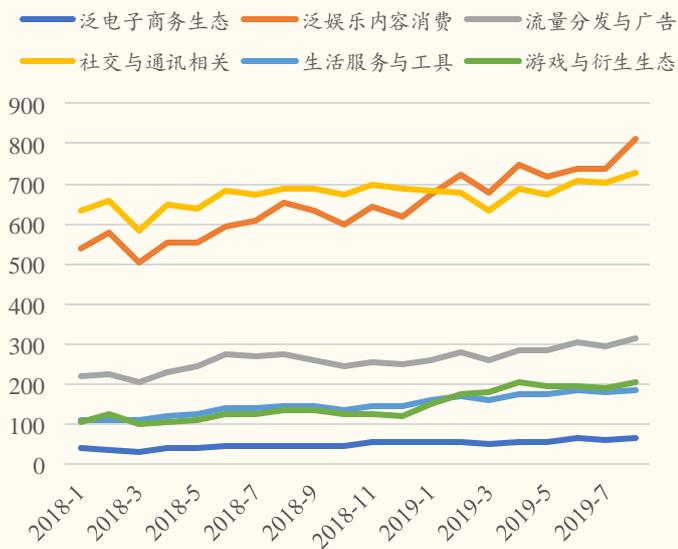
图表 16：中国移动互联网月活用户总使用时长（十亿分钟）



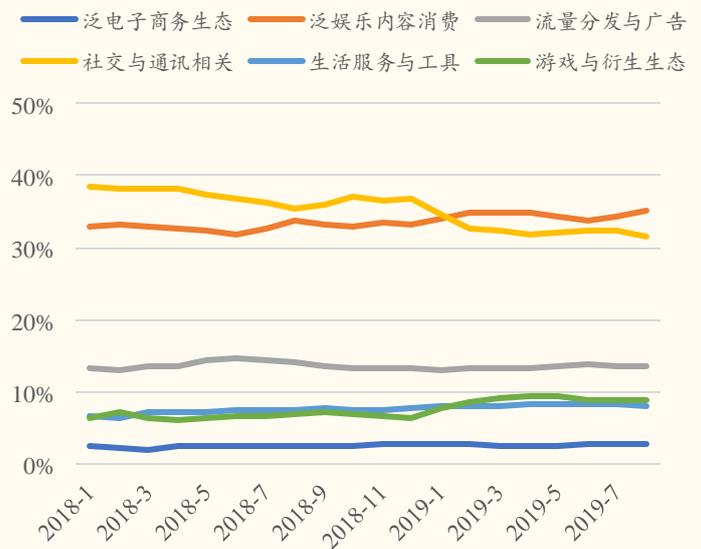
来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

受益于暑期的到来，泛娱乐类和游戏与衍生生态的使用时长环比上升显著。从使用总时长占比来看，社交与通讯相关的占比在不断下降，从17年11月的40%下降到了19年8月的不足三分之一。而随着泛娱乐应用的多样化发展，泛娱乐内容消费的使用总时长增速惊人，泛娱乐类与游戏类APP的时长占比均小幅上升。

图表 17：一级行业分类的使用总时长（十亿分钟）



图表 18：一级行业分类的使用总时长占比



来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

### 泛娱乐类增长迅猛，短视频时长占比提升显著

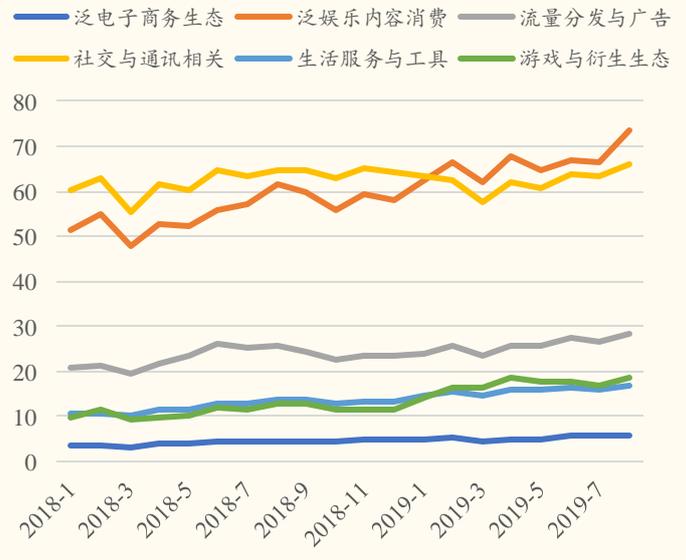
如今，沉迷手机已经呈现出全年龄段的共同行为特征，手机俨然成为了人类的一个新器官。为了更直观的理解手机 APP 究竟占据了我们多少时间，我们测算了全网 APP 的人均使用时长情况。数据显示，国人平均每天在手机 APP 的使用上花费超过三小时，同比增速为 14%，环比显著上升。其中在首位的是泛娱乐内容消费类，人均使用时长环比增长迅猛，泛电子商务类近期增长平平。

图表 19：人均使用时长（分钟/天）



来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

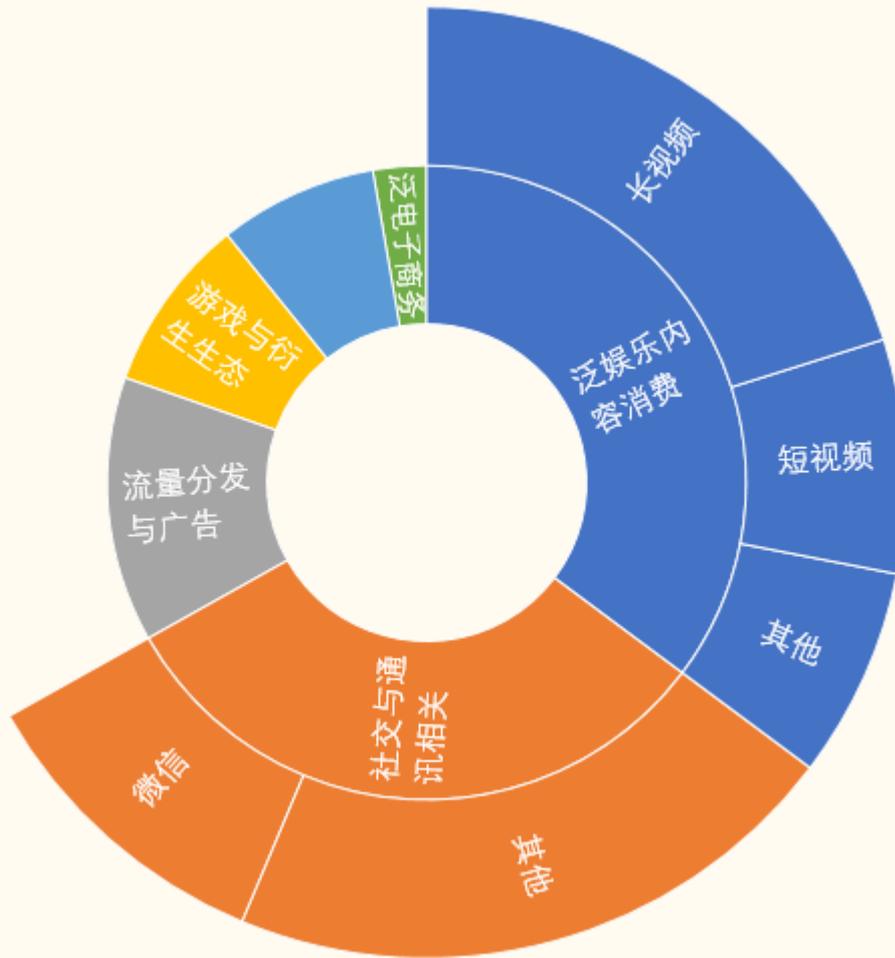
图表 20：一级行业分类的人均使用时长（分钟/天）



来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

细分来看，微信仍然是最大的流量入口。用户平均每天会花费 22% 的时间，约 44 分钟在微信上。而随着移动网络技术的发展，在线视频（长视频）逐步成为了除社交以外的最大流量入口，占据了总体应用使用时长的 20%。8 月份短视频的时长占比接近 8%，提升显著。

图表 21：使用时长占比分布（2019 年 8 月）

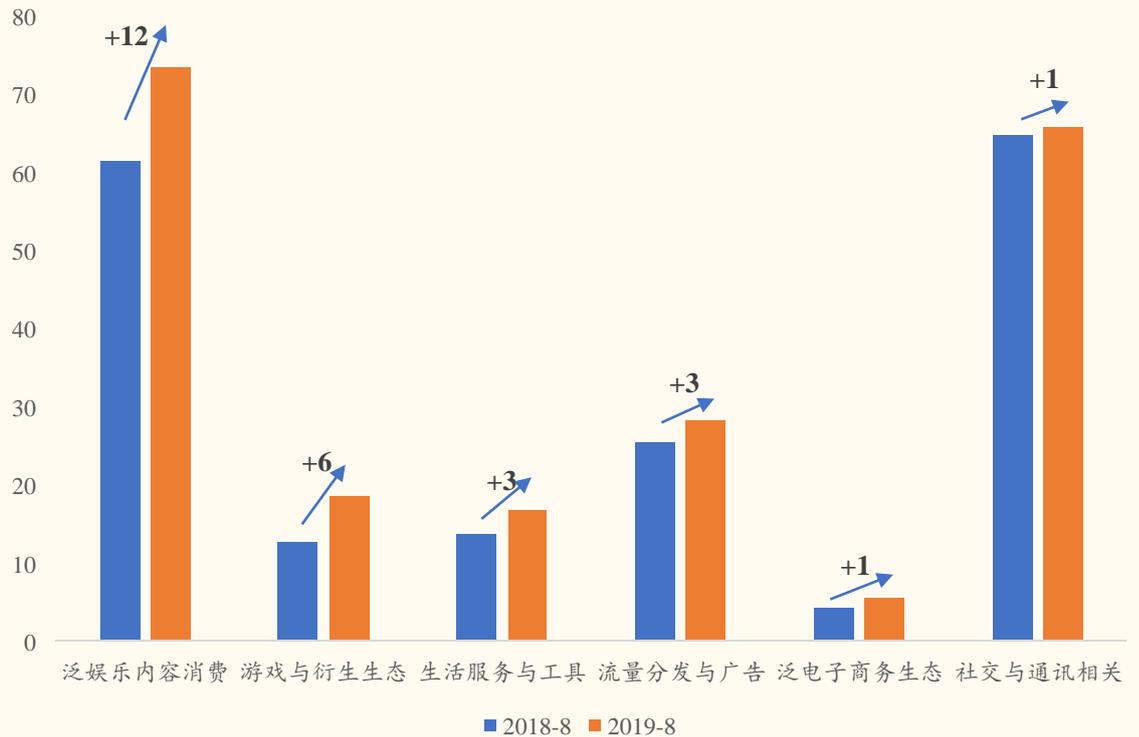


来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

### 泛娱乐类 APP 仍是使用时长的主要增量

步入用户存量时代，如何吸引用户的注意力，把握下一波浪潮成为了关键。在用户使用时长的红利阶段，究竟是哪些细分领域 APP 赢得了先机呢？我们计算了 19 年 8 月的使用时长同比增量分布，可以看出，一级行业分类中，泛娱乐内容消费在原来接近 1 小时的基数上，贡献了最大的时长增量，相比 18 年 8 月，用户每天平均多花了 12 分钟在泛娱乐类 APP 上，目前平均每日人均使用时长接近 74 分钟；而泛电子商务生态和社交与通讯相关类的日均使用时长增长较为平缓。

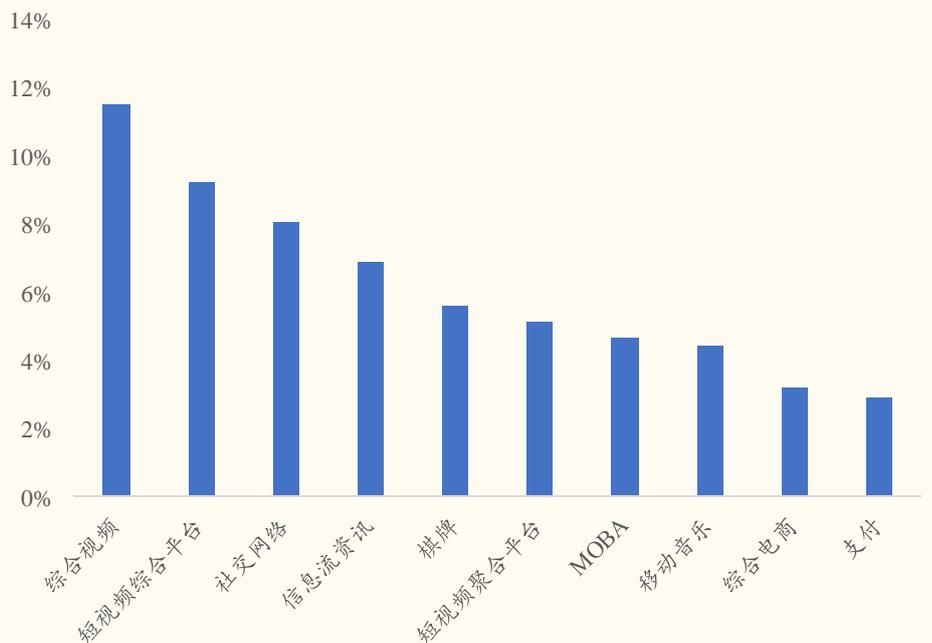
图表 22：一级行业分类的使用时长同比增量分布（分钟/天）



来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

进一步细分，视频、社交以及资讯类 APP 贡献了接近一半的时长增量，其中视频类 APP 主要得益于短视频的崛起以及综合视频的渗透率提高，资讯类的增量来源主要是以今日头条和趣头条为代表的信息流资讯。而社交类微信和 QQ 的使用时长仍有小幅上升，叠加上其可观的用户数，助推社交类的使用时长同比显著增长。

图表 23：细分行业分类的使用时长同比增量占比



来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

从用户的黏性来看，一级行业分类的人均月使用频率同比均有明显的上升，其中泛电子商务生态类提升最为显著。人均使用次数方面，一级行业分类相比去年同期均有所增加，其中游戏与衍生生态和泛电子商务生态的增长最为显著。

图表 24：一级行业分类的用户黏性对比（8月）



来源：国金证券研究创新数据中心，国金证券研究所

## 风险提示

- 1) 数据准确性说明：相关数据通过自有技术监测获得，并进行去重去噪点处理，力求客观地反映业务表现。因统计方法和口径的差异，与官方数据可能存在差异，仅为定性分析而用。
- 2) 政策监管风险：在分析互联网与传媒行业时，政策监管风险的考量必不可少。不论是对于内容的监管，还是游戏版号的审批皆不离政策的出台和落实。如果互联网与传媒行业监管环境趋严，行业内公司或将面临政策监管风险。
- 3) 用户行为和习惯或发生重大变化：不同年龄层以及不同地域间用户会随着周边环境的改变成长变化，其习惯和行为也会随之改变。互联网产品紧随需求要求互联网行业内公司在用户行为和习惯变迁时不要落后。如果未及时捕捉用户行为和习惯变化，行业内公司或失去优势地位。

**公司投资评级的说明：**

买入：预期未来 6—12 个月内上涨幅度在 15%以上；  
增持：预期未来 6—12 个月内上涨幅度在 5%—15%；  
中性：预期未来 6—12 个月内变动幅度在 -5%—5%；  
减持：预期未来 6—12 个月内下跌幅度在 5%以上。

**行业投资评级的说明：**

买入：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 15%以上；  
增持：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 5%—15%；  
中性：预期未来 3—6 个月内该行业变动幅度相对大盘在 -5%—5%；  
减持：预期未来 3—6 个月内该行业下跌幅度超过大盘在 5%以上。

**特别声明:**

国金证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告版权归“国金证券股份有限公司”（以下简称“国金证券”）所有，未经事先书面授权，任何机构和个人均不得以任何方式对本报告的任何部分制作任何形式的复制、转发、转载、引用、修改、仿制、刊发，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。经过书面授权的引用、刊发，需注明出处为“国金证券股份有限公司”，且不得对本报告进行任何有悖原意的删节和修改。

本报告的产生基于国金证券及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，但国金证券及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，对由于该等问题产生的一切责任，国金证券不作出任何担保。且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，在不作事先通知的情况下，可能会随时调整。

本报告中的信息、意见等均仅供参考，不作为或被视为出售及购买证券或其他投资标的邀请或要约。客户应当考虑到国金证券存在可能影响本报告客观性的利益冲突，而不应视本报告为作出投资决策的唯一因素。证券研究报告是用于服务具备专业知识的投资者和投资顾问的专业产品，使用时必须经专业人士进行解读。国金证券建议获取报告人员应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。报告本身、报告中的信息或所表达意见也不构成投资、法律、会计或税务的最终操作建议，国金证券不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。

在法律允许的情况下，国金证券的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能为这些公司正在提供或争取提供多种金融服务。

本报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法，故本报告所载观点可能与其他类似研究报告的观点及市场实际情况不一致，且收件人亦不会因为收到本报告而成为国金证券的客户。

根据《证券期货投资者适当性管理办法》，本报告仅供国金证券股份有限公司客户中风险评级高于 C3 级（含 C3 级）的投资者使用；非国金证券 C3 级以上（含 C3 级）的投资者擅自使用国金证券研究报告进行投资，遭受任何损失，国金证券不承担相关法律责任。

此报告仅限于中国大陆使用。

上海	北京	深圳
电话：021-60753903	电话：010-66216979	电话：0755-83831378
传真：021-61038200	传真：010-66216793	传真：0755-83830558
邮箱：researchsh@gjzq.com.cn	邮箱：researchbj@gjzq.com.cn	邮箱：researchsz@gjzq.com.cn
邮编：201204	邮编：100053	邮编：518000
地址：上海浦东新区芳甸路 1088 号 紫竹国际大厦 7 楼	地址：中国北京西城区长椿街 3 号 4 层	地址：中国深圳福田区深南大道 4001 号 时代金融中心 7GH