

2021年04月26日

传媒

行业周报

快手强化国内联盟生态构建，关注一季报业绩超预期情况

投资要点

◆ **市场行情：**上周（2021年4月19日-4月23日）恒生科技指数上涨2.86%，跑赢恒生指数2.49pcts，跑输沪深300指数0.55pcts。港股通个股中，腾讯控股、美团-W、小米集团-W持仓市值分别为4020.2 / 1181.5 / 890.7亿港元，港股通持仓占比分别为6.6%/7.5%/16.1%，持仓周环比分别+0.02%/+0.21%/+0.30%，2021年至今较2020年港股通持股比例增幅分别为49.3%/2.6%/21.7%。

上周海内外主要互联网公司单用户价值（市值/MAU）最高的5家公司分别为富途控股、奈飞、阿里巴巴、腾讯控股、美团-W，单用户价值分别为1755/1101/695/637/455美元。

◆ 互联网传媒行业动态：

跟谁学、学而思、新东方在线、高思四家校外教育培训机构被顶格处罚：北京市市场监管局对跟谁学、学而思、新东方在线、高思四家校外教育培训机构价格违法行为分别给予警告和50万元顶格罚款的行政处罚。高途课堂、网易有道精品课、猿辅导均存在以明显低于成本价格售卖课程、违规提前招生收费问题，学而思网校存在违规提前招生收费、以不当用语误导学生报名缴费等问题。

快手强化国内联盟生态构建：4月20日在联盟生态大会上，快手对外公布利好APP开发者的五大措施并推出“2021超级伙伴计划”。在新版本激励方面，最高激励比例将达到10%左右；在变现侧与买量侧，按照相应比例或绝对值增幅进行调整，最高叠加46%。“2021超级伙伴计划”邀请工具、游戏、视频资讯、小说等各行业合作伙伴参与，并享受百亿专项扶持、优先投资等权益，合作伙伴最高可享受200%分成。

互联网监管持续发力：①工信部加大APP专项整治：工信部今年已对1862款APP提出整改要求，通报319款整改不到位APP，下架107款拒不整改APP，并聚焦工具类及通信类等，加大欺骗诱导用户下载、弹窗信息难以关闭、违规共享使用个人信息和利用第三方嵌入式软件损害用户权益等整治力度。②五矿发展被查，阿里牵涉其中：4月19日五矿发展公告，因公司与阿里巴巴合营企业龙腾数科涉嫌违法实施经营者集中，国家市场监督管理总局予以立案调查。龙腾数科CEO苗峰曾向媒体表示，该平台旨在解决中小微企业制造企业采购难、买钢难等问题，苗峰曾宣布自2016年3月成立至2019年7月，已有10000个商家入驻平台，累计发展会员超过35万家。

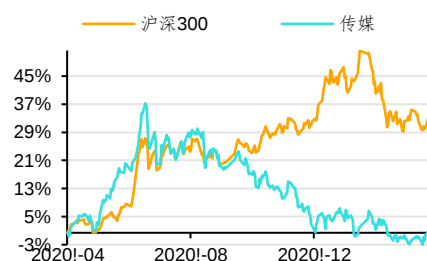
◆ **风险提示：**影视、游戏等内容表现不及预期的风险；监管政策趋严的风险；商誉减值的风险；市场竞争加剧的风险。

投资评级

领先大市-B 维持

首选股票	评级
002624	完美世界 买入-A
002027	分众传媒 买入-A
002739	万达电影 增持-A

一年行业表现



资料来源：贝格数据

升幅%	1M	3M	12M
相对收益	-0.98	3.80	-35.43
绝对收益	0.95	-3.04	-0.18

分析师

高猷嘉

SAC 执业证书编号：S0910520060002

gaoyoujia@huajinsc.cn

021-20377166

相关报告

传媒：反垄断治理推进，芒果优酷春季招商储备丰富 2021-04-19

传媒：低风险影院限制解除，关注财报季绩优公司 2021-03-23

传媒：大片重映增加影视优质内容供给，教育监管趋严利于竞争格局优化 2021-03-15

传媒：梯媒持续向好，关注低估值游戏、影视、营销布局机会 2021-03-10

传媒：影院正式复工，电影产业链危已现、机在途 2020-07-20

内容目录

一、互联网传媒行业重点关注个股情况	3
(一) 恒生科技指数及个股	3
(二) 港股通互联网传媒行业个股情况	4
(三) 重点互联网平台用户价值对比	5
二、互联网传媒行业数据	7
(一) 视频行业	7
(二) 广告行业	9
(三) 游戏行业	9
三、互联网传媒行业及重点公司要闻	11
四、风险提示	18

图表目录

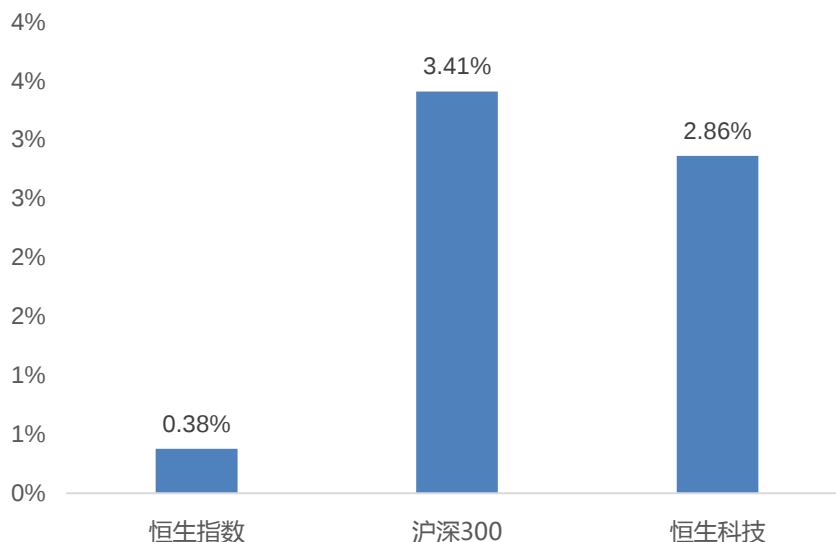
图 1: 上周 (2021 年 4 月 19 日-4 月 23 日) 恒生科技指数、恒生指数、沪深 300 指数周度涨跌幅情况对比 ...	3
图 2: 互联网公司单用户价值 (市值/MAU) 对比	6
图 3: 快手、抖音、淘宝三大平台直播带货销售额前十名 (万元) 对比	8
图 4: B 站近 30 日 UP 主情况	8
图 5: B 站本月投稿 UP 主占比变化趋势	8
图 6: 广告刊例花费变化情况	9
图 7: 2021 年 2 月各投放渠道广告刊例花费变化	9
图 8: 中国区 App Store iPhone 游戏类下载量排行榜 - 2021 年 03 月	9
图 9: 中国区 App Store iPhone 游戏类收入排行榜 - 2021 年 03 月	9
表 1: 上周 (2021 年 4 月 19 日-4 月 23 日) 恒生科技指数个股情况	3
表 2: 上周 (2021 年 4 月 19 日-4 月 23 日) 港股通互联网&传媒&教育行业个股情况	4
表 3: 互联网行业估值&用户价值情况	6
表 4: 快手网红直播带货榜单 (周榜: 2021-04-12 至 2021-04-18)	7
表 5: 抖音网红直播带货榜单 (周榜: 2021-04-12 至 2021-04-18)	7
表 6: 淘宝网红直播带货榜单 (周榜: 2021-04-12 至 2021-04-18)	7
表 7: 2021 年 4 月 24 日 IOS 移动游戏排行榜 (iPhone 中国游戏 APP)	10
表 8: Android 游戏预约榜 (截止时间: 2021-4-25 13:45)	10
表 9: iOS 游戏预约榜 (截止时间: 2021-4-25 14:11)	10

一、互联网传媒行业重点关注个股情况

（一）恒生科技指数及个股

上周（2021年4月19日-4月23日）恒生科技指数上涨2.86%，跑赢恒生指数2.49pcts，跑输沪深300指数0.55pcts。

图1：上周（2021年4月19日-4月23日）恒生科技指数、恒生指数、沪深300指数周度涨跌幅情况对比



资料来源：Wind，华金证券研究所

上周恒生科技指数中，周涨幅前三的个股分别为ASM PACIFIC（14.61%）、万国数据-SW（8.67%）、金蝶国际（7.30%），周跌幅前三的个股分别为阿里巴巴-SW（-4.75%）、瑞声科技（-4.40%）、新东方在线（-2.38%）。

表1：上周（2021年4月19日-4月23日）恒生科技指数个股情况

代码	简称	收盘价	周涨跌幅	总市值 (亿港元)	自由流通市值 (亿港元)	市盈率(TTM)	所属wind一级行业
9990.HK	祖龙娱乐	13.86	0.58%	113.03	26.49	-12.53	信息技术
0241.HK	阿里健康	23.8	6.97%	3210.14	935.75	1014.87	医疗保健
0268.HK	金蝶国际	26.45	7.30%	917.61	731.53	-230.21	信息技术
0285.HK	比亚迪电子	45.6	3.64%	1027.46	291.71	15.89	信息技术
0522.HK	ASM PACIFIC	117.7	14.61%	483.51	309.41	22.81	信息技术
0700.HK	腾讯控股	632	0.00%	60639.17	36831.88	31.93	信息技术
0763.HK	中兴通讯	20.1	3.18%	927.3	151.45	18.32	信息技术
0772.HK	阅文集团	84.6	6.89%	861.91	350.8	-16.18	可选消费
0909.HK	明源云集团控股	36.25	2.11%	698.59	254.52	-83.46	信息技术
0780.HK	同程艺龙	19.98	6.39%	438.16	189.18	112.57	可选消费
0981.HK	中芯国际	25.7	-0.19%	2030.28	1100.85	37.01	信息技术
0992.HK	联想集团	11.16	3.14%	1343.85	759.37	18.04	信息技术
1347.HK	华虹半导体	48.1	-1.84%	625.36	214.25	81.12	信息技术

代码	简称	收盘价	周涨跌幅	总市值 (亿港元)	自由流通市值 (亿港元)	市盈率 (TTM)	所属 wind 一级行业
1797.HK	新东方在线	15.62	-2.38%	156.19	54.52	-9.85	可选消费
1810.HK	小米集团-W	27.05	3.84%	6818.04	2210.21	28.19	信息技术
1833.HK	平安好医生	99.75	4.67%	1144.43	508.77	-101.55	医疗保健
9888.HK	百度集团-SW	210.4	1.64%	5951.88	4886.61	22.29	信息技术
2013.HK	微盟集团	17.96	6.40%	408.7	238.36	-29.74	信息技术
2018.HK	瑞声科技	44.55	-4.40%	538.39	264.08	30.07	信息技术
2382.HK	舜宇光学科技	197.1	6.54%	2161.89	1329.23	37.35	信息技术
9698.HK	万国数据-SW	80.85	8.67%	1208.85	623.62	-137.91	信息技术
6690.HK	海尔智家	34.2	1.18%	3197.09	653.12	30.31	可选消费
3690.HK	美团-W	306.4	5.58%	18042.55	9616.72	322.52	可选消费
3888.HK	金山软件	56.5	4.92%	775.59	408.31	6.5	信息技术
6060.HK	众安在线	47.4	1.61%	696.69	289.05	105.88	金融
6088.HK	FIT HON TENG	2.56	1.99%	176.45	43.56	53.54	信息技术
9618.HK	京东集团-SW	297	-1.98%	9295.49	4241.59	15.84	可选消费
9988.HK	阿里巴巴-SW	224.4	-4.75%	48670	36064.93	25.77	可选消费
9999.HK	网易-S	174.2	5.58%	6018.81	2847.31	41.99	信息技术
6618.HK	京东健康	112.6	5.23%	3585.6	1165.54	-17.51	可选消费
1024.HK	快手-W	256.8	6.12%	10680.14	3641.72	-7.71	信息技术

资料来源: Wind, 华金证券研究所 注: 除“周涨跌幅”外, 均为 2021 年 4 月 23 日数据

(二) 港股通互联网传媒行业个股情况

上周 (2021 年 4 月 19 日-4 月 23 日) 港股通个股中, 腾讯控股、美团-W、小米集团-W 持仓市值分别为 4020.2 /1181.5 /890.7 亿港元, 港股通持仓占比分别为 6.6%/7.5%/16.1%, 持仓周环比分别+0.02%/+0.21%/+0.30%。希望教育持仓比例周环比增加 1.15pcts, 为互联网&传媒&教育行业个股中增幅最高。

2021 年至今港股通持仓边际变化层面, 2021 年至今较 2020 年港股通持股比例增幅最高的前五支个股, 分别为京东健康 (377.8%)、同道猎聘 (350.0%)、汇量科技 (265.4%)、同程艺龙 (104.9%)、猫眼娱乐 (94.1%)。腾讯控股、美团-W、小米集团-W 2021 年至今较 2020 年港股通持股比例增幅分别为 49.3%/2.6%/21.7%。

表 2: 上周 (2021 年 4 月 19 日-4 月 23 日) 港股通互联网&传媒&教育行业个股情况

代码	公司名称	收盘价 (港元)	年内高点 (港元)	市值(港币 亿元)	年度涨跌幅 (%)	港股通持 仓市值(港 币亿元)	港股通持 仓占比 (%) (流通盘)	港股通边 际变化 (%, 2021 年至今)	持仓比例 变化 (% 周环比)
0700.HK	腾讯控股	632.00	775.50	60,639	12.1	4020.2	6.6	49.3	0.02
3690.HK	美团-W	306.40	460.00	18,043	4.0	1181.5	7.5	2.6	0.21
1810.HK	小米集团-W	27.05	35.90	6,818	-18.5	890.7	16.1	21.7	0.30
2013.HK	微盟集团	17.96	33.50	409	28.8	86.1	21.1	-2.3	-0.04
0772.HK	阅文集团	84.60	95.75	862	39.0	86.0	10.0	14.6	0.29

代码	公司名称	收盘价 (港元)	年内高点 (港元)	市值(港币 亿元)	年度涨跌幅 (%)	港股通持 仓市值(港 币亿元)	港股通持 仓占比(%, 流通盘)	港股通边 际变化 (%, 2021 年至今)	持仓比例 变化(%, 周环比)
0136.HK	恒腾网络	9.64	17.80	890	263.8	67.8	7.6	-8.0	-0.03
2400.HK	心动公司	62.20	114.50	299	32.8	51.9	17.4	16.4	0.88
1060.HK	阿里影业	1.14	1.47	306	18.8	43.5	14.2	5.1	-0.02
1765.HK	希望教育	3.07	3.47	245	42.6	41.8	17.1	43.8	1.15
6169.HK	宇华教育	7.06	7.95	237	6.0	41.1	17.3	-1.5	0.78
0667.HK	中国东方教育	18.30	20.85	402	-1.8	40.0	10.0	49.8	0.15
1773.HK	天立教育	7.98	10.68	173	-2.2	32.2	18.7	29.7	0.43
0780.HK	同程艺龙	19.98	20.15	438	33.2	25.6	5.8	104.9	0.08
0839.HK	中教控股	17.86	18.94	406	20.7	23.9	5.9	42.5	0.65
9992.HK	泡泡玛特	68.55	107.60	961	-15.7	22.4	2.3		0.14
1797.HK	新东方在线	15.62	30.05	156	-44.0	18.9	12.1	-24.5	-0.17
6618.HK	京东健康	112.60	176.90	3,586	-24.9	15.4	0.4	377.8	0.01
1317.HK	枫叶教育	2.09	2.40	63	2.5	13.8	22.1	26.4	-0.14
0799.HK	IGG	12.90	15.12	154	66.9	13.7	8.9	30.6	0.07
1896.HK	猫眼娱乐	14.72	19.30	168	20.3	10.0	6.0	94.1	-0.08
1357.HK	美图公司	2.39	4.50	104	66.0	9.5	9.1	18.1	-0.37
2001.HK	新高教集团	5.56	6.15	88	15.4	8.9	10.1	18.9	0.06
6068.HK	睿见教育	4.13	4.48	90	10.9	8.6	9.6	10.3	-0.10
0302.HK	中手游	3.31	3.79	77	19.9	6.8	8.2	10.1	0.17
1890.HK	中国科培	5.90	6.18	119	9.3	6.3	5.3	-3.8	-0.02
1860.HK	汇量科技	9.60	11.44	154	99.2	5.9	3.8	265.4	0.12
0777.HK	网龙	21.95	23.80	122	26.3	4.9	4.0	-11.1	-0.06
0811.HK	新华文轩	5.54	5.61	123	15.9	4.4	17.8	-10.2	-0.22
1119.HK	创梦天地	3.63	5.30	46	-11.5	2.1	4.6	25.0	-0.04
9990.HK	祖龙娱乐	13.86	24.40	113	-34.0	1.9	1.7	-6.0	-0.01
6988.HK	乐享互动	3.26	4.36	71	4.5	1.2	1.7		0.34
1981.HK	华夏视听教育	7.05	8.96	117	-14.2	1.2	1.0		0.16
1769.HK	思考乐教育	8.17	14.42	45	-37.2	0.4	1.0		0.00
6100.HK	同道猎聘	26.00	28.40	136	39.2	0.1	0.1	350.0	0.01

资料来源: Wind, 华金证券研究所 注: 上表均为 2021 年 4 月 23 日数据

(三) 重点互联网平台用户价值对比

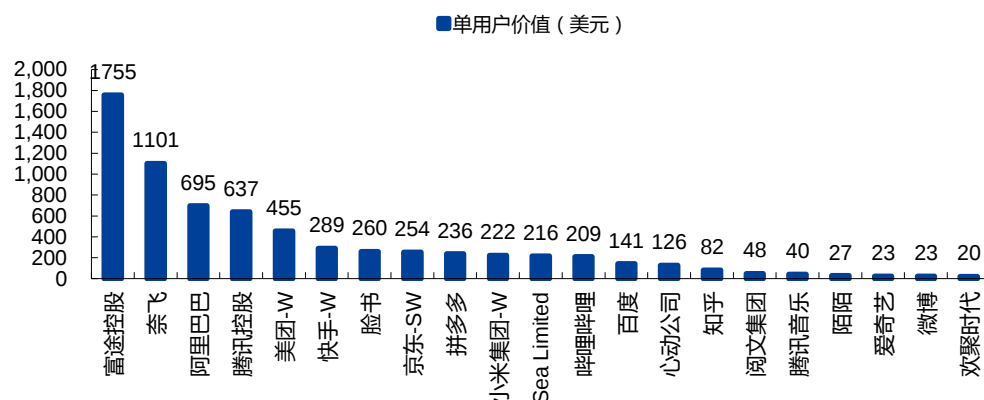
上周海内外主要互联网公司单用户价值(市值/MAU)最高的 5 家公司分别为富途控股、奈飞、阿里巴巴、腾讯控股、美团-W, 单用户价值分别为 1755/1101/695/637/455 美元(MAU 采用各公司最新披露数据, 披露时间点有差异)。

表 3：互联网行业估值&用户价值情况

所属行业	代码	公司名称	市值	MAU	单用户价值	市销率 (PS)				市盈率 (PE)			
			亿美元	百万	美元	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
社交网络	0700.HK	腾讯控股	7,807.7	1,225	637	10.5	8.6	7.1	6.0	41.4	32.6	26.6	21.7
	FB.O	脸书	8,575.2	3,300	260	10.0	7.9	6.7	5.7	29.4	24.9	20.9	19.9
	WB.O	微博	117.6	521	23	7.0	5.8	5.2	4.8	21.5	19.9	16.5	14.5
	MOMO.O	陌陌	31.2	113.8	27	1.4	1.3	1.2	1.1	7.4	7.9	6.4	5.4
	ZH.N	知乎	61.8	75.7	82	29.8				-119.4			
电商/服务	3690.HK	美团-W	2,323.1	511	455	13.2	8.4	6.1	4.7	484.3	-179.3	166.1	55.9
	BABA.N	阿里巴巴	6,271.3	902	695	8.0	5.8	4.4	3.7	30.8	24.3	21.2	17.0
	9618.HK	京东-SW	1,196.9	472	254	1.0	0.8	0.7	0.6	36.8	36.0	25.4	20.1
	PDD.O	拼多多	1,699.8	720	236	18.6	11.2	8.1	5.8	-373.0	-540.9	158.5	64.5
	1810.HK	小米集团-W	877.9	396	222	2.3	1.7	1.4	1.3	43.9	32.8	26.9	22.0
	AMZN.O	亚马逊	16,823.5	N/A		4.4	3.6	3.0	2.6	78.9	48.8	36.9	26.5
	AAPL.O	苹果	22,549.8	N/A		8.2	6.8	6.5	6.2	39.3	30.2	29.8	29.0
	SE.N	Sea Limited	1,316.7	611	216	30.1	15.0	10.7	8.0	-98.7	-126.5	-245.7	398.9
	FUTU.O	富途控股	208.9	11.9	1,755	58.4	24.7	16.9	12.7	121.8	56.4	36.2	26.7
文娱内容	9999.HK	网易-S	775.0	N/A		6.8	5.7	4.9	4.2	42.3	28.0	23.5	20.2
	1024.HK	快手-W	1,375.1	476	289	15.2	10.2	7.2	5.3	-112.6	-84.9	102.4	39.8
	9626.HK	哔哩哔哩	421.5	202	209	22.9	14.4	10.1	7.3	-106.3	-97.4	-213.9	479.9
	IQ.O	爱奇艺	122.3	524	23	2.7	2.4	2.2	1.9	-11.3	-17.5	-45.7	50.9
	NFLX.O	奈飞	2,241.5	204	1,101	9.0	7.5	6.4	5.6	62.5	46.9	37.5	28.7
	2400.HK	心动公司	38.5	31	126	8.8	7.4	6.1	5.4	724.4	117.1	59.9	58.2
	0772.HK	阅文集团	111.0	229	48	8.5	6.9	5.9	5.1	78.7	54.6	41.0	34.0
	TME.N	腾讯音乐	321.1	800	40	7.2	5.9	4.8	3.9	42.3	34.0	26.8	19.2
	YY.O	欢聚时代	79.2	393.7	20	4.1	2.4	1.9	1.7	-46.9	30.9	23.9	21.7
搜索引擎	9888.HK	百度	766.3	544	141	4.7	3.9	3.5	3.1	22.6	21.3	17.9	14.9
	GOOG.O	谷歌	15,555.0	N/A		10.4	8.4	7.1	6.2	43.6	29.3	25.3	20.9

资料来源：Wind，彭博，华金证券研究所 注：上表中市值等为2021年4月23日数据

图 2：互联网公司单用户价值（市值/MAU）对比



资料来源：Wind，各公司公告，华金证券研究所

二、互联网传媒行业数据

（一）视频行业

在 2021-04-12 至 2021-04-18 的周榜中，快手平台网红直播带货销售总额前三名分别为 3.1 亿元/1.6 亿元/4139.5 万元，抖音平台销售总额前三名分别为 6042.2/3859.8/3030.9 万元，淘宝平台销售总额前三名分别为 12/5.6/1.5 亿元。

表 4：快手网红直播带货榜单（周榜：2021-04-12 至 2021-04-18）

周排名	主播	粉丝数（万）	销售总额（万）	行业
1	时大漂亮 4 月 18 不见不散	2186.1	31000	服饰/珠宝/首饰/眼镜/钟表
2	驴嫂平荣 7 点直播	2454.3	16000	珠宝/首饰/眼镜
3	陈小硕 12 号安踏爆品专场	2074	4139.5	服饰/鞋靴/箱包
4	鹿 4 月 14 日下午 6 点	1014.3	3941.5	秀场
5	大璇 3.19 回馈千万粉丝	1053.6	3149.7	服饰/美妆护肤/家具
6	超级丹	1092.4	3030.2	美妆护肤/个护清洁/居家日用
7	大萍子家时尚穿搭	616.6	2956.6	服饰/鞋靴/箱包
8	猫妹妹 24 号猫超零食	4264.1	2689.9	休闲食品/奶粉/辅食
9	娃娃每晚 7 点服饰大上新	2510.7	2607.8	服饰/鞋靴/美妆护肤
10	瑜大公子	2109.1	2294	珠宝/首饰/眼镜/美妆护肤/个护清洁

资料来源：今日网红，华金证券研究所

表 5：抖音网红直播带货榜单（周榜：2021-04-12 至 2021-04-18）

周排名	主播	粉丝数（万）	销售总额（万）	行业
1	罗永浩	1535.9	6042.2	食品生鲜/男装
2	子安（今天下午两点直播）	354.1	3859.8	美妆护理
3	涂磊	3640.5	3030.9	食品生鲜
4	朱梓骁	532.7	2984.9	美妆护理
5	张庭	2501.1	2678.5	女装/家庭建材
6	冬姐精选-潮石专场今天下午 3 点	55.7	2487	女装/美妆护理
7	Tennie Weenie 官方旗舰店	83	2302.7	女装/男装
8	罗拉密码	451.8	2222.7	女装
9	曹颖（18 号下午三点凯百瑞珠宝专场）	1159.7	1969.3	
10	海莉（实力宠粉）	235.6	1708	美妆护理

资料来源：今日网红，华金证券研究所

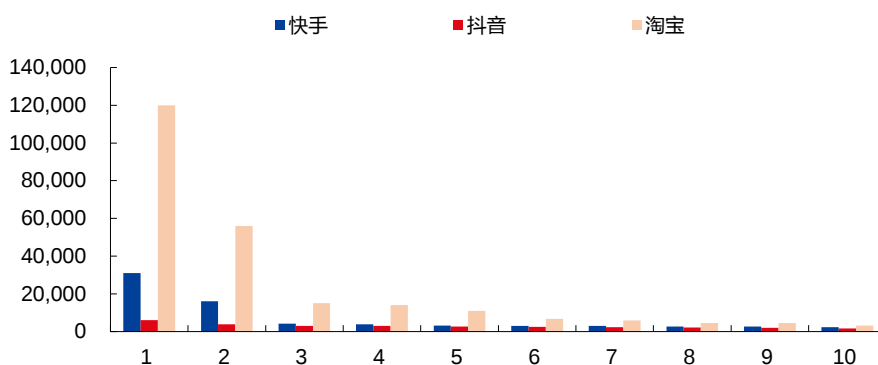
表 6：淘宝网红直播带货榜单（周榜：2021-04-12 至 2021-04-18）

周排名	主播	粉丝数（万）	销售总额（万）	行业
1	薇娅 viya	7497.1	120000	时髦穿搭
2	李佳琦 Austin	4024.9	56000	一起变美
3	雪梨 Cherie	2384.2	15000	时髦穿搭

周排名	主播	粉丝数 (万)	销售总额 (万)	行业
4	烈儿宝贝	989.2	14000	时髦穿搭
5	Timor 小小疯	475.2	11000	时髦穿搭
6	小米官方旗舰店	3603.6	6676	手机配件
7	陈洁 kiki	484.3	5854	时髦穿搭
8	林依轮	306.8	4533.6	吃货力荐
9	ASM_ANNA	954.9	4455.1	每日上新
10	蜗牛 Adie	94	3213.1	产地好货

资料来源：今日网红，华金证券研究所

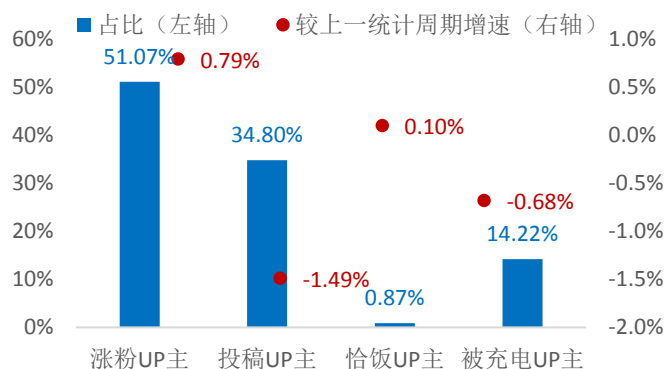
图 3：快手、抖音、淘宝三大平台直播带货销售额前十名（万元）对比



资料来源：今日网红，华金证券研究所 时间：2021-04-12 至 2021-04-18

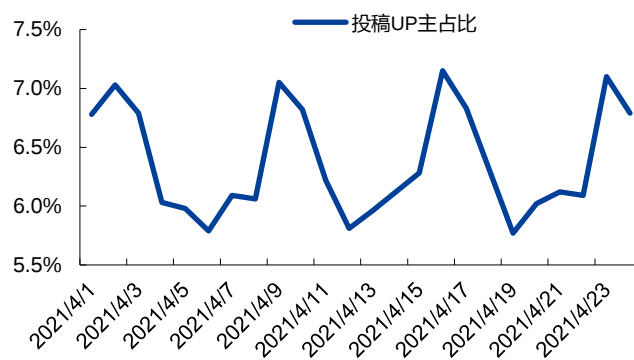
据 4 月 22 日新站数据，哔哩哔哩近 30 日涨粉 UP 主占比 51.07%，投稿 UP 主占比 34.80%，恰饭 UP 主占比 0.87%，被充电 UP 主占比 14.22%，环比增幅分别为 0.79%/-1.49%/0.10%/-0.68%。

图 4：B 站近 30 日 UP 主情况



资料来源：新站，华金证券研究所 注：数据更新于 2021-04-22 11:44:49

图 5：B 站本月投稿 UP 主占比变化趋势

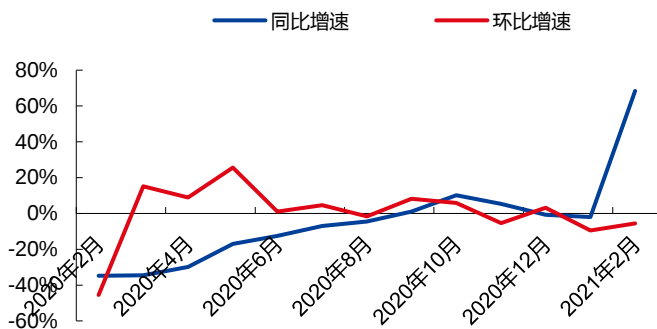


资料来源：新站，华金证券研究所

(二) 广告行业

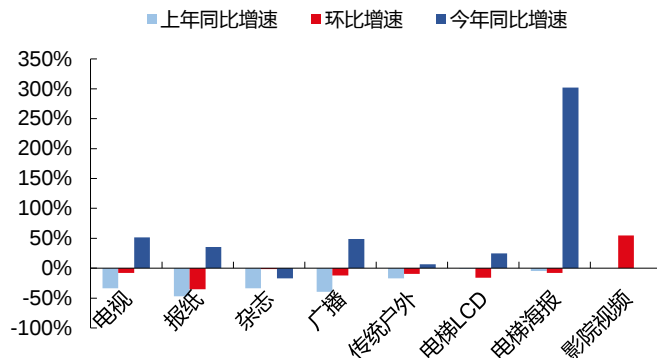
据 CTR 数据, 2021 年 2 月整体广告刊例花费同比增速为 68.4%, 环比增速为 -5.6%。从细分渠道层面来看, 电梯海报 2021 年 2 月同比增速达 301.9%, 环比增速为 -8.2%, 受 2020 年疫情下低基数影响, 电梯海报同比增速较高; 影院视频环比增速达 54.7%, 影院行业复苏带动下, 影院广告投放恢复趋势明显。

图 6: 广告刊例花费变化情况



资料来源: CTR, 华金证券研究所

图 7: 2021 年 2 月各投放渠道广告刊例花费变化

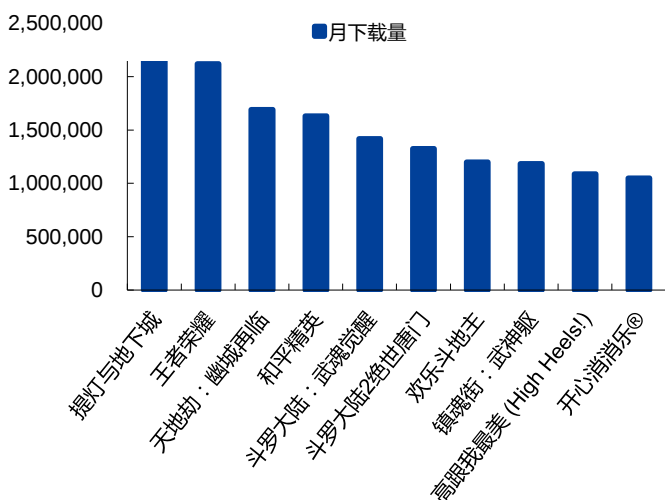


资料来源: CTR, 华金证券研究所 注: 影院视频 2020 年 2 月无广告投放

(三) 游戏行业

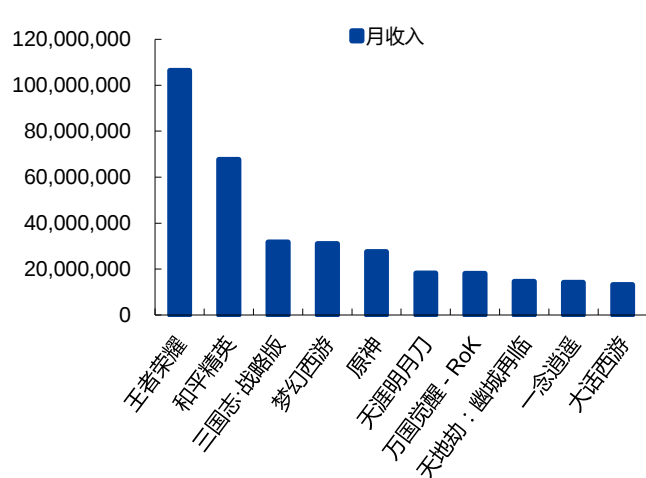
据七麦数据, 提灯与地下城、王者荣耀、天地劫: 幽城再临位列 2021 年 3 月中国区 App Store iPhone 游戏类下载量前三名, 王者荣耀、和平精英、三国志·战略版为月收入前三名, 月收入分别为 1.06 亿元/6763.75 万元/3177.00 万元。

图 8: 中国区 App Store iPhone 游戏类下载量排行榜 - 2021 年 03 月



资料来源: 七麦数据, 华金证券研究所

图 9: 中国区 App Store iPhone 游戏类收入排行榜 - 2021 年 03 月



资料来源: 七麦数据, 华金证券研究所

表 7: 2021 年 4 月 24 日 IOS 移动游戏排行榜 (iPhone 中国游戏 APP)

排名	免费排行	付费排行	畅销排行
1	航海王热血航线-正版授权 朝夕光年 Baoding LongChi Network Technology Co., Ltd.	大道争锋	王者荣耀 Tencent
2	王者荣耀 Tencent	聊斋异闻录-龙之影	和平精英 Tencent
3	和平精英 Tencent	太古修仙传-紫府苍穹	三国志·战略版 Aligame
4	我的饭店	浮生妖绘卷:黑神话 Huohuang Network	梦幻西游 NetEase
5	开心消消乐® Happy Elements	武林英雄传 Hong Cheng Play	航海王热血航线-正版授权 朝夕光年
6	云端问仙: 仙界百景 Hainan Youhu Network Technology Co.Ltd	犬夜叉-觉醒: 漫改巨作, 日式二次元冒险闯关游戏 广州北游网络科技有限公司	天涯明月刀 Tencent
7	今晚娶老婆	幻想英雄: 重生 Enjoy Mobile	阴阳师 NetEase
8	欢乐斗地主 Tencent	无上剑道:凡人修仙真放置类游戏-刀空 Bangxiao Games	万国觉醒-Rok Lilith
9	遇见你的猫	票房大卖王- 用喜爱明星, 拍大卖电影! Hefei Longcheng Network Technology	斗罗大陆: 武魂觉醒 37games
10	电子女孩	英雄之城 II-全球战争策略手游 Snail Games	天谕 NetEase

资料来源: AppAnnie, 华金证券研究所

表 8: Android 游戏预约榜 (截止时间: 2021-4-25 13:45)

游戏名称	类型	厂商	预约人数	关注人数	TapTap 评分	公测&上线
代号: 弥弥尔	动作	弥弥尔工作室	21575	20879	8.9	
奇门之上	角色扮演	极光计划	281486	283933	9.1	4 月 28 日上线
坎特伯雷公主与骑士唤醒冠军之剑的奇幻冒险	角色扮演	哔哩哔哩游戏	260488	257347	8.7	4 月 27 日上线
我们的星球	角色扮演	天津五麦科技有限公司	179455	179987	8.2	
露西她所期望的一切	模拟	心动	167334	181963	9.9	5 月 19 日 双端上线
星之彼端	角色扮演	AshesStudio 余烬组	378099	360755	9.0	4 月 26 日删档测试
某不稳定的气功波	文字	甜小鱼工作室	4204	4072	10.0	
Townscaper	角色扮演	Raw Fury	297653	304525	9.5	
冰与火之舞	音乐	indienova	66261	68206	9.8	
韵律源点	音乐	lowiro	38733	564333	9.5	

资料来源: TapTap, 华金证券研究所

表 9: iOS 游戏预约榜 (截止时间: 2021-4-25 14:11)

游戏名称	类型	厂商	预约人数	关注人数	TapTap 评分	公测&上线
坎特伯雷公主与骑士唤醒冠军之剑的奇幻冒险	角色扮演	哔哩哔哩游戏	260562	257418	8.7	4 月 27 日上线

英雄联盟手游	动作	腾讯	4768837	13127 (帖子)	9.4	
星之彼端	角色扮演	AshesStudio 余烬组	378126	360783	9.0	4月26日删档测试
奇门之上	角色扮演	哔哩哔哩激光计划游戏	281582	284027	9.1	4月28日上线
天神镇	模拟	星奕工作室	230109	228029	9.2	
幻塔	角色扮演	Hotta Studio	797659	816598	8.4	4月15日限量删档测试
霓虹深渊：无限	动作	声纳工作室	284536	278502	9.3	5月删档测试
斗罗大陆-斗神再临	角色扮演	史莱克学院建筑团队	292783	303997	7.9	4月28日上线
圣树唤歌	卡牌	歆瓊游戏	95433	96337	9.4	
花亦山心之月	角色扮演	亦心工作室	209762	211734	9.1	4月14日限量测试

资料来源：TapTap，华金证券研究所

三、互联网传媒行业及重点公司要闻

【互联网监管】①工信部摸底筛查互联网平台企业合规的情况：工信部开展行业不正当竞争的专项整治行动，重点整治恶意屏蔽、强制捆绑、流量劫持、违规经营等扰乱市场竞争秩序的行为。（来源：中国网）**②工信部加大 APP 专项整治，治理违规使用个人信息等难点问题：**4月20日，工信部新闻发言人、信息通信管理局局长赵志国表示，今年以来已累计完成29万款APP技术检测，对1862款违规APP提出整改要求，公开通报319款整改不到位APP，组织下架了107款拒不整改的APP。在前期APP专项整治的基础上，工信部进一步聚焦工具类、通信类等APP，加大欺骗诱导用户下载、弹窗信息难以关闭、违规共享使用个人信息和利用第三方嵌入式软件损害用户权益等热点难点问题的整治力度，取得让用户切身有感知的治理效果。（来源：财经网）**③五矿发展被查，阿里牵涉其中：**4月19日晚间，五矿发展发布公告称，因公司与阿里巴巴集团控股有限公司设立合营企业五矿电子商务有限公司的交易涉嫌构成违法实施经营者集中，国家市场监督管理总局决定予以立案调查。五矿电子商务有限公司现已更名为“龙腾数科技术有限公司”，简称“龙腾数科”。CEO 苗峰曾向媒体表示，要坚持做一家整合产业链的第三方平台，据悉该平台包括两大业务，旨在有效解决广大中小微制造业企业采钢难、买钢难等问题，苗峰曾宣布自2016年3月成立至2019年7月，已有10000个商家入驻平台，累计发展会员超过35万家，按照一个钢材市场容纳500家商户推算，一万家卖家开店相当于线下开设了20个钢材市场。（来源：券商中国，亿邦动力，Wind）

【游戏行业】①字节跳动入局元宇宙赛道，投资中国版 Roblox：竞核媒体独家获悉，字节跳动已投资代码乾坤，投资金额接近1亿元。目前国内拥有自研物理引擎的UGC游戏创作平台，除了舶来品《Roblox》，代码乾坤的《重启世界》占独一份。《重启世界》的物理引擎技术已获得几十项技术专利，能够模拟真实世界中的各种力学，如碰撞、重力，高空加速下落，车辆撞击等。聚焦同一赛道，今年3月Roblox以DPO的方式登陆纽交所，上市首日市值即破400亿美元，并得到了ARK CEO、“女版巴菲特”Cathie Wood约52万股的加仓。“元宇宙概念股”成为资本热衷的方向之一，红杉中国、五源资本、经纬中国、南山资本、真格基金等机构已投资相关公司，2021年这股势头有望迎来爆发。据统计2017年-2021年4月，字节跳动约投资11家游戏公司，其中，博游戏 MYBO、止于至善、盖姆艾尔、沐瞳科技、有爱互娱都与字节出海游戏业务相关。（来源：竞核，36氪）**②青瓷数码获 3.03 亿人民币战略融资，投资方为腾讯投资、阿里巴巴、哔哩哔哩：**

网络游戏及手机游戏研发运营青瓷数码完成 3.03 亿人民币战略融资，投资方为腾讯投资、阿里巴巴、哔哩哔哩。厦门青瓷数码技术有限公司成立于 2012 年 3 月，注册资本约 1427 万人民币，法定代表人为杨煦，经营范围包括软件开发、各类商品和技术的进出口等，股东信息显示，该公司股东包括杨煦、厦门吉比特网络技术股份有限公司等。（来源：猎云网）

【音频行业】①Spotify 推出硬件 Car Thing 进入智能汽车领域：4 月 13 日 Spotify 的车载智能设备“Car Thing”正式发布，2019 年初 Car Thing 诞生之际，Spotify 就提出了“音频优先”的战略，2020 年更是积极开拓音频赛道，刚刚完成播客布局就开始转向音频直播领域。今年 3 月底，Spotify 通过收购 Betty Labs 为其加速进入直播音频领域奠定了基础，Betty Labs 是一家专注于体育的实时聊天应用程序 Locker Room 的开发公司。与国内 TME 靠社交娱乐盈利不同，Spotify 虽然一直有着让其他流媒体音乐平台难以望其项背的付费订阅率，却长期苦于营收结构的单一，广告作为它的主营业务之一却始终有待激发，营收占比总是徘徊在 10%。对于 Spotify 而言，无论是布局播客还是试水硬件，虽然其本质都是通过丰富用户体验来拓展变现空间，但也都有着借此挖掘广告业务潜力的考量，而随着万物互联时代的加速到来，后者更会是音乐流媒体平台突破广告投放壁垒的方式。（来源：36 氪）②Facebook (FB.US) 或计划推出音频社交产品：公司计划推出一系列以“音频社交”为核心的产品，其中包括视频会议工具“Rooms”的音频版本、一款类似于 Clubhouse 的音频社交工具，以及一款能与 Spotify (SPOT.US) 连接的“播客发现 (podcast discovery)”产品。另外，该公司还将推出一款产品，允许用户录制简短的语音信息，并将其发布在 newsfeeds 中。Facebook 于本月早些时候开始对名为 Hotline 的新应用程序进行公开测试，创作者可以在其中发言并听取现场提问。该问答产品将音频与文本和视频元素结合在一起，并在社交媒体平台上试验了一系列新的实时音频功能。音频社交应用 Clubhouse 的成功，显示了该细分市场的潜力，疫情期间 Clubhouse 每周活跃用户达 1000 万。（来源：智通财经网）③4 月 19 日荔枝宣布与威马汽车达成车载音频合作：宣布将把荔枝的车载音频产品接入威马汽车的新能源汽车系统，此外，荔枝还与小鹏汽车、广汽传祺、广汽埃安以及车载智能平台达成合作，包括比亚迪的汽车智能网联系统 DiLink、智慧车载云服务解决方案华为 HMS for Car 等，在投资方五源资本的助力下，还与汽车芯片厂商地平线牵手，深入到芯片底层合作。4 月 6 日，荔枝宣布在荔枝播客中推出全新的播客直播功能，且率先上线小鹏汽车的智能车载系统，这也是播客直播在车载场景下的首次应用。荔枝创始人赖奕龙认为，在线音频最大的红利和机会，一个是 5G，另一个是 IoT。5G 提升速度和时延进而优化音频内容的用户体验，扩大音频内容的传播途径，IoT 让智能车载场景成为音频的重要舞台。赖奕龙表示，公司通过与众多 KOL 合作，优质内容配合针对性的投放，以及车载等多终端的接入能进一步触达更多样化的用户群体。（来源：砍柴网）

【在线教育行业】①作业帮拟下半年赴美 IPO：4 月 20 日晚间，据新浪科技援引据报道，知情人士称中国在线辅导平台“作业帮”正考虑赴美 IPO（首次公开招股），至少融资 5 亿美元。该知情人士称，作业帮目前正与顾问就潜在的上市事宜进行合作，最快可能在今年下半年 IPO。（来源：财经网）②跟谁学、学而思、新东方在线、高思四家校外教育培训机构被顶格处罚：北京市市场监管局对跟谁学、学而思、新东方在线、高思四家校外教育培训机构价格违法行为分别给予警告和 50 万元顶格罚款的行政处罚。高途课堂、网易有道精品课、猿辅导均存在以明显低于成本价格售卖课程、违规提前招生收费问题，学而思网校存在违规提前招生收费、以不当用语误导学生报名缴费等问题。（来源：Wind）

【社区团购行业】美团筹资 100 亿美元并征战生鲜领域：美团已加入到社区团购的战场中，对美团优选进行了大量的投入。社区团购目前赛道内仍处于竞争集中化阶段，目前幸存下来的生鲜电商平台，大都经过大规模融资输血，而且今年多家生鲜电商正在谋求上市。以叮咚买菜为例，其考虑最快年内赴美 IPO，至少募资 3 亿美元；每日优鲜则被曝已启动上市计划，并与多家金融机构接洽；多点新鲜也消息传出，将于今年内赴美上市，预计筹资约 5 亿美元。除此之外，2020 年中国生鲜电商领域共有 14 家平台获得融资，涉及平台包括：兔子鲜生、食行生鲜、叮叮猫特卖、味库海鲜、今时云科技、多点 Dmall、今时云科技、奇麟鲜品、新发地掌鲜、谊品生鲜、每日优鲜、叮咚买菜、T11、新冻网、鲜沐农场等，融资总额超 136.5 亿人民币。4 月 20 日早间，美团发布公告称，将通过配股和发债筹资近 100 亿美元，这次融资规模创港交所增发历史之最。美团该笔筹资分两步走。一是通过配售方式，发行 1.87 亿股股份，筹资最多 70 亿美元，每股发售价为 273.8 港元。相对比 292.8 港元的股份，该配股价折价 6.4%。其中，身为股东的腾讯，将认购价值 4 亿美元的股份。在配股发行前，腾讯及关联人持有美团 17.7% 的股份；紧随腾讯认购事项完成后，持股比例变为 17.3%。二是可转债筹资，美团将发行两部分规模为近 30 亿美元的无息债券，该可转债在 2027 年到期，可转换为 B 类普通股，高盛和美银为联席簿记管理人。（来源：科创板日报）

【游戏行业】①吉比特业绩公告：吉比特 2021 年 4 月 22 日晚间发布一季度报告称，一季度归属于母公司所有者的净利润 3.65 亿元，同比增长 13.36%；营业收入 11.18 亿元，同比增长 51.09%；基本每股收益 5.08 元，同比增长 12.89%。（来源：Wind）**②宝通科技业绩公告：**宝通科技 2021 年 4 月 23 日晚间发布 2020 年年报称，2020 年归属于母公司所有者的净利润 4.37 亿元，同比增长 43.18%；营业收入 26.38 亿元，同比增长 6.56%；基本每股收益 1.1341 元，同比增长 43.18%。（来源：Wind）

【潮玩行业】①IP 小站去年收入 4453 万元，净亏损 2743 万：IP 小站是一家采用无人零售方式来经营 IP 衍生品的专业线下渠道公司，目前主要在全国范围针对商业体和院线铺设智能无人零售终端用于销售 IP 盲盒产品。IP 小站此前披露，除了拥有 40 个独家 IP、200+ 合作 IP 之外，也拥有 5 个自有 IP。其合作方包括 Dreams 多丽梦、迪士尼、漫威、52TOYS、阿狸、十二栋文化、ACTOYS、空想造物、POKEMON 宝可梦等等。（来源：三文娱）**②泡泡玛特韩国二号潮玩店开业：**4 月 23 日，泡泡玛特韩国二号潮玩店开业，入驻龙山区汉江大路二三街 55 I'PARK 购物中心。二号店位于购物中心六层位置，整层都是模型手办品牌，泡泡玛特的入驻可以精准渗透到目标人群。同时，I'PARK 紧临地铁站、火车站等交通枢纽，超高客流量将助力品牌提升认知度。（来源：和讯）

【海内外互联网行业动态】①奈飞(NFLX.US)Q1 付费用户净增 398 万大幅不及预期：奈飞公布了 2021 年一季度财报，财报显示公司期内营收 71.6 亿美元，市场预期 71.4 亿美元；净利润 17.07 亿美元，市场预期 13.37 亿美元；一季度每股收益 3.75 美元，市场预期 2.97 美元。公司表示，一季度流媒体付费用户净增 398 万人，市场预估净增 629 万人，一季度全球流媒体付费用户约 2.08 亿人，同比增长 13.6%，低于前一年同期的增长率(22.8%)；预计二季度流媒体付费用户净增 100 万人，市场预估净增 444 万人。（来源：智通财经，资本邦）**②苹果欲改变流媒体音乐版权支付方式：**苹果在向音乐艺术家、唱片公司以及出版商发送的信件中提议，对于流媒体音乐服务设定固定的版权：用户每播放一首歌曲，苹果需向版权持有人（包括唱片公司、出版商和其他发行商）支付 1 美分。苹果表示，其用户每月订阅收入中的 52% 都支付给了唱片公司。（来

源：财经网) ③**苹果或将发布“隐私新政”，涉及精准的 App 广告推送信息流推送**：苹果新版隐私政策或有重要改变——App 必须获得用户同意，才能获取用户 iPhone 手机等设备的广告标志符，进而推送广告。也就是说，对于淘宝、微信、抖音、快手、拼多多、Facebook、TikTok 等企业而言，可能今后将无法像现在这样，针对每个用户进行精准的 App 广告推送信息流推送。随着用户隐私意识的加强，App 想要“监控”用户一举一动以获得精准推荐的路径变得愈发艰难。根据 AppsFlyer 最新调查，3 月份有 59% 的苹果用户禁止第三方应用追踪个人数据，平均每款应用仅有 28% 的用户做了授权允许。这意味着，绝大部分 App 将失去半数以上的用户行为数据。面对苹果 iOS14.5 隐私政策的收紧，中国国内广告市场诞生了多种替代方案。腾讯、阿里、百度、小米、华为等中国互联网巨头联合推动中国广告协会，测试一项新工具 CAID，旨在绕开苹果的隐私新规。对于小企业来说，iOS14.5 隐私新政可能迫使他们不得不选择更昂贵的手机渠道去投放广告，甚至在投放广告后还无法衡量是否触达消费者，更无法衡量广告效果。一些广告从业者认为，如果不能完成定向广告投放，依赖于平台数据做营销的小公司的收入将有可能减少 60% 以上。(来源：36 氪) ④**线上社交平台 Soul 或将赴美上市**：根据钛媒体的报道，Soul 创立于 2016 年，基于性格兴趣等心灵特征，应用大数据及人工智能技术为用户推送最感兴趣的人和内容，是一款号称“不看脸只看灵魂的”的社交应用。据 Soul 在 2020 年 12 月公布的信息，Soul 的累计用户量已经超过一亿。早在 2017 年 3 月和 2018 年 3 月就完成了由五源资本（原晨星资本）、元生资本等机构领投的 A 轮和 B 轮融资。根据 PitchBook 的数据，Soul 目前通过私有投资者累计融资 6000 万美元。该公司的股东包括 DST Global、5Y Capital（之前名为 Morningside Venture Capital）和纪源资本。Soul 的 IPO 财务顾问包括 CICC、摩根士丹利、Jefferies 和美国银行。据外媒报道，线上社交平台 Soul 拟赴美上市，知情人士称，Soul 计划以超过 10 亿美元的估值融资约 2 亿美元。(来源：云掌财经) ⑤**水滴赴美 IPO**：4 月 17 日，水滴公司向 SEC（美国证券交易委员会）递交招股书，计划在纽交所上市，股票代码“WDH”，承销商包括高盛、大摩、美银美林以及农银、招商证券、中信等中资券商，水滴公司或将成为国内第一家登陆纽交所的保险科技公司。此次上市暂定筹资额为 1 亿美元，据媒体报道，水滴公司最新估值达百亿美金。从 2016 年成立至今，水滴公司已完成 7 轮超 40 亿元融资，投资方包括腾讯、美团、IDG、高榕资本等一众知名企业和机构。(来源：时代周报) ⑥**4 月 24 日，哈啰出行正式在纳斯达克递交招股书赴美上市**，瑞信、摩根士丹利及中金公司为联席保荐人。招股书显示，哈啰出行 2018 年、2019 年、2020 年营收分别为 21.14 亿元、48.23 亿元、60.44 亿元（约 9.26 亿美元）；毛利分别为 -11.47 亿元、4.19 亿元、7.15 亿元（约 1.1 亿美元）。本次 IPO 前，蚂蚁集团全资子公司 Antfin (Hong Kong) Holding Limited 是哈啰出行第一大股东，持有公司 36.3% 的股份。(来源：Wind) ⑦**滴滴的自营电商业务正在灰度测试中**：滴滴于近日在滴滴出行 App 内，测试了首个自营电商业务，名为“今日爆款”（部分用户显示为“好货特卖”），有别于社区团购的购物方式，其商品不支持自提，由厂家直发。据了解，该业务的运营模式偏 To C 零售，主打下沉市场，其入口位于滴滴出行 App 内的菜单内。有业内人士分析，滴滴“今日爆款”对标拼多多和美团的团好货，用低价、拼团的形式抢夺市场。(来源：36 氪，Wind) ⑧**蘑菇街调整隐私保护声明**：蘑菇街 4 月 19 日发布《蘑菇街隐私保护声明》调整公示公告，此次规则变更主要针对《蘑菇街隐私保护声明》第三条，如何共享、转让、公开披露个人信息。具体来看，变更后，对于广告、分析服务类的授权合作伙伴，为了更好地向授权合作伙伴推荐他们感兴趣的商品或服务，这些合作伙伴同意授权蘑菇街将他们的设备识别码提供给浙江每日互动网络科技有限公司，用于获取其基于统计分析得出关于他们的间接用户画像信息。(来源：电商报) ⑨**上海促消费再放大招，数字经济全面赋能**：

助力新消费，阿里巴巴、腾讯、京东、拼多多等电商平台将大显身手，第二届“五五购物节”将坚持“政策+活动”双轮驱动的模式，横跨第二季度，实现4月预热、5月高潮、6月延续的效果。阿里巴巴将举办“城市生活狂欢节”，汇集华东特色产品、老字号、时令新品等举办天猫超市55大促；腾讯微信支付将推出“数字化转型工具包”；拼多多将与上海市合作交流办、上海市商务委共同开展消费助农，推出“百县百品”直营店五五折活动；京东将打造国潮京品、源头好物、放心服务、全民焕新、感恩母亲节等；达达集团将联动京东到家超10万家线下门店和众多品牌，推出618联合大促、达达海博数字生活赋能节等；哔哩哔哩将联合徐家汇商圈推出全新概念的“数字购物乐园”。（来源：上海证券报）

【快手】①快手4月20日迎来一位新的海外技术总负责人王美宏：王美宏为原Facebook华人工程高管，其在快手将直接向CTO陈定佳汇报。从2018年开始，快手就在为吸引海外高级人才的加入不断发力，招聘团队不惜成本，从“FAAG”、Uber、Airbnb等硅谷企业成功撬动一批回流人才，如来自Uber的连乔、曾在Google工作7年的宋世军等人。2020年底，原滴滴国际化事业部COO仇广宇(Tony Qiu)入职快手，出任国际化总负责人，此前仇广宇曾在摩根士丹利、贝恩资本任职，王美宏的加入也从一方面印证了快手推进国际化的决心。多位快手业务部门人士指出，许多字节跳动增势较慢的地区，目前正是快手发展的沃土，如南美的巴西、中东及阿拉伯地区，而针对这些地区的拓展，市场部、产品部也紧跟步伐，向海外人才招聘高层级职位。2019年9月，快手海外产品Kwai在巴西的DAU突破300万，快手内部代号“XYZ”的部门是快手国际化的核心，据36氪报道，除去Kwai和Zynn外，该部门至少开发了4款产品，分别为卡点音乐视频制作平台MV Master、中短视频社区产品UVideo和VStatus、以及图文社区产品Lolita。（来源：亿邦动力）②**医美直播入驻快手：**近日，快手开辟本地生活服务电商业务，将医美列入其范畴，邀请变美日记成为第一批入驻快手服务电商的机构，与达人一起直播售卖医美产品。2021年4月17日，变美日记在快手平台的扶持下，与快手达人徐杉进行全平台医美首秀直播，GMV突破3000万元，订单量达14000个，近5000人下单，客单价高达6000元。今年2月底，变美日记已完成数百万元天使轮融资，由启峰资本领投，多位天使投资人跟投。创立于2020年4月，变美日记将医美机构、主播、医生链接：先对医美机构进行筛选，再对接已经培训过的主播和专业医生，以直播的形式促进医美项目转化率。盈利模式上，主播收坑位费和直播分成，驻场医生收取驻场费，变美日记收取直播分成。（来源：36氪）③**辛有志旗下时大漂亮2021首播情况：**4月18日，时值时大漂亮加入辛选首播一周年之际，也是本年度其作为国际大牌选品官的首次直播，据第三方平台“壁虎看看”显示，这场时长12.5小时的直播上架商品84款，销售额超过3亿元，销售额高居当天平台直播带货日榜之首。据悉，2020年4月18日，时大漂亮曾以快手“品牌发现官”的身份为大牌美妆等产品带货，GMV破5亿。在一年的时间内，辛选从辛有志“一枝独秀”发展到拥有了蛋蛋、时大漂亮、猫妹妹、赵梦澈等十多位亿元主播形成的“头部主播矩阵”。（来源：太平洋财富网）④**快手磁力聚星“星光行动”上线：**快手磁力聚星于近日推出全国性培训合作伙伴体系、聚星学院线上课堂教学、定向对接保量商单三大举措的“星光行动”，让高潜力创作者和机构“会接单、能接单、接好单”，从0-1打造创作者商业化能力闭环。据悉，“星光行动”是今日磁力聚星推出以千亿流量激励为核心的“星海计划”中赋能创作者方向的重要动作。4月起，快手磁力聚星“星光行动”将进入北京、上海、广州、哈尔滨在内的十座城市，与当地优质创作机构对接，开展巡回宣讲。（来源：牛华网）⑤**4月15日至25日义乌小商品城还与快手合作举办全球直采节：**鲸平台4月20日讯，新华社杭州记者19日从义乌中国小商品城获悉，小商品城Chinagoods超级供应链平台日前正式上线。平台整合了义乌市场7.5

万商户及服务链产业上下游 200 万中小微企业最具竞争力的商品,加快数字经济和数字贸易创新发展。数据显示,2020 年义乌开展网红直播带货 18.33 万场,销售额 207.02 亿元,同比增长 62%。4 月 15 日至 25 日义乌小商品城还与快手合作举办全球直采节,快手遴选出多名千万级头部主播支持本次活动,并导入海量流量。义乌市场挑选出近千款爆款商品,供网红主播销售,向世界展示“义乌好货”品质,不断扩大“生意圈”和“朋友圈”。(来源:鲸平台)

⑥**快手推出“2021 超级伙伴计划”**:4 月 20 日,在 2021 快手联盟生态大会上,快手对外公布利好 APP 开发者的五大措施,同时推出“2021 超级伙伴计划”。快手高级副总裁(快手商业化负责人)马宏彬表示,快手联盟希望携手生态共建者一起,完成第一个百亿“小目标”。据快手联盟商务负责人李程介绍,在新版本激励方面,最高激励比例将达到 10%左右;在变现侧与买量侧,按照相应比例或绝对值增幅进行调整,最高叠加 46%;此外,快手联盟承诺优质预算保价保填充包断流量,同时按照年框框架实际完成金额给予阶梯激励,并开设场景激励,进行场景金额分成、开屏专项奖励等。快手联盟还推出“2021 超级伙伴计划”,邀请工具、游戏、视频资讯、小说等各行业合作伙伴参与,并享受百亿专项扶持、优先投资等权益,合作伙伴最高可享受 200%分成。(来源:云掌财经)

⑦**快手商业化推出电商营销平台“磁力金牛”,已开始内测**:36 氪报道,快手高级副总裁马宏彬在快手光合大会上透露,快手商业化正在内测为电商商家提供更确定性成长的营销平台“磁力金牛”,磁力金牛借助打通账号、完善数据后台等升级,将为有电商营销诉求的客户提供综合解决方案,进一步打通公私域流量,帮助电商商家及客户营销升级。(来源:Wind)

【京东】①京东物流宣布云仓业务升级,联合腾讯智慧零售推出京腾云仓:4 月 17 日,京东物流宣布京东云仓进行战略、服务、技术和产品的四大升级,以云仓为中心,聚合更多开放生态,联合腾讯智慧零售正式推出全新产品——京腾云仓。据悉,京腾云仓集成了京东物流的云仓技术、物流中台能力、供应链行业标准和腾讯智慧零售的全域数字化触点、智慧零售技术能力,进行双品牌赋能,为品牌商家、MCN 机构和仓储企业等合作伙伴提供“商流+营销流+物流”的一站式解决方案。京东云仓生态业务负责人表示,在零售形态多样化演变的时代,无论商流如何变化,商品始终是从仓库发出,京东云仓将做好“在仓货品”向“在仓商品”的技术化转变,丰富腾讯生态的营销玩家和商家的商品库,并解决一件代发和全程的物流履约。(来源:封面新闻)

②**京东牵手 OPPO 合作,未来三年手机成交额复合年增长 100%**:京东与 OPPO 签署战略合作协议,双方将围绕中高端手机营销、IoT 多品类运营、全渠道资源深度打通、产品规划和定制、企业级市场拓展、高品质服务共建等方面展开全方位的深度合作。在此次的战略签约中,双方制定了共同的战略目标。2021 年,OPPO 品牌在京东的成交额同比增长将达到 170%。三年内,即截至 2023 年,OPPO 品牌在京东的成交额将达到复合年增长率 100%。据 Strategy Analytics 的最新数据显示,2021 年第一季度全球智能手机销量达到 3.4 亿部,相比去年同比增长 24%。其中,OPPO 以 68%的大幅同比增幅(不含 Realme 和 一加),稳居全球手机销量榜的第四名,市场份额 11%。(来源:资本邦)

【阿里巴巴】①阿里影业业绩公告:阿里影业(01060.HK)公布,预期集团于截至 2021 年 3 月 31 日止财政年度归属于公司所有者的净亏损将较去年同期大幅减少不少于 90%,而截至 2020 年 3 月 31 日止财政年度归属于公司所有者的净亏损约为人民币 11.51 亿元。(来源:Wind)

②**淘宝商家工具“生意参谋”将减免费用**:淘宝天猫商家必备运营工具“生意参谋”的部分功能将由收费变成免费,预计从 5 月底开始,“流量纵横”、“品类罗盘”两个板块的全部功能会首先免费,这一降费用措施对所有淘宝和天猫商家都适用,记者获悉阿里巴巴还在考虑在下一阶段对“生

意参谋”更多的版本功能进行费用减免，对已付费购买商家也或将有相应退费安排。生意参谋是由阿里巴巴于 2011 年开始推出的数据分析工具，迄今已有 10 年历史，通过该工具可以进行店铺的经营诊断和优化，以及了解最新的市场特征和趋势、商品的预估市场规模等，是商家日常经营活动必不可少的工具。当前，生意参谋被广泛用于商家和品牌的电商经营，尤其是在月销售额超过 1 万元的商家群体中，其使用率超过 95%。据《新普惠经济》一书对商家调查显示，使用“生意参谋”的商家平均每月销售额比未使用的商家高出 10%。近期，阿里巴巴出台多项降平台经营门槛、减平台经营成本的举措，比如天猫商家可支用保证金、首次设置天猫试运营期、淘宝商家“三宝一券”免费化等举措。（来源：财经网）

③**阿里向土耳其电商平台 Trendyol 投资 3.5 亿美元**：4 月 21 日讯，土耳其电商市场高度分散，为了巩固地位，Trendyol 向外国投资者融资。2018 年阿里巴巴曾向 Trendyol 注资，加上本次投资，阿里巴巴所占股份上升到 86.5%。（来源：零壹财经）

【腾讯】

①**首期投入 500 亿元设立“可持续社会价值事业部”**：证券时报报道，腾讯再次启动战略升级，提出“可持续社会价值创新”战略，并宣布将为此首期投入 500 亿元，设立“可持续社会价值事业部”，推动战略落地。这 500 亿元将用于——可持续社会价值创新，对包括基础科学、教育创新、乡村振兴、碳中和、FEW（食物、能源与水）、公众应急、养老科技和公益数字化等领域展开探索。（来源：Wind）

②**亚马逊取消魔戒网游开发，与腾讯发生分歧**：财经网科技 4 月 19 日讯，据新浪科技消息，亚马逊电子游戏部门取消了早在 2019 年就宣布的一款基于《魔戒》改编的角色扮演网络游戏，该游戏由亚马逊游戏工作室与乐游共同开发，后者去年 12 月被腾讯收购。（来源：财经网）

③**恒腾网络与腾讯科技达成合作，南瓜电影获独家版权影视作品**：4 月 20 日，恒腾网络集团有限公司发布公告表示，与腾讯科技合作，有关提供播放授权节目的服务的持续关联交易。恒腾网络表示，订立合作协议将有助集团充分整合和利用平台资源，未来将依托公司股东在整个产业链生态及相关数据领域的优势和实力，进一步提升和完善产业链上下游业务及线上线下渠道，打造数字科技赋能、世界领先的流媒体平台。南瓜电影将与腾讯视频深度合作，届时南瓜电影将获得腾讯独家版权的海量影视作品授权。（来源：观点地产网）

④**腾讯教育将培养 1 万名人工智能教师**：腾讯教育 4 月 20 日宣布，将在主管部门的指导下，与各级院校、教育机构、合作伙伴，携手推出“光合计划 2.0”。腾讯教育将与行业共建 100 个职业的体系化课程、助力行业开发 1000 款数字化教育应用、助力培养 10000 名人工智能教师。（来源：新浪，Wind）

⑤**腾讯与中国太保签署战略合作协议**：腾讯与中国太保签署战略合作协议，双方将在金融科技、微信生态场景与业务创新、大健康生态协同等方面开展多层次的技术与业务合作。（来源：36 氪，Wind）

⑥**腾讯互娱 NEXT Studios 联手新华社打造全球首位数字航天员**：2021 年 4 月 24 日中国航天日，新华社正式对外发布“数字航天员”计划，将用计算机图形和人工智能技术打造中国第一位数字记者和全球首位数字航天员。腾讯互娱旗下 NEXT Studios 作为技术战略合作伙伴，将以其深厚的前沿数字技术能力积累，为数字航天员的制作提供技术支持，助力完成此次主流价值观虚拟偶像的塑造任务。（来源：上方网）

⑦**飞鱼科技获腾讯控股入股 10%**：飞鱼科技发布公告，公司拟以每股 0.6941 港元向 THL H Limited 发行 1.7 亿股，相当于扩大股本 10%。所得款项净额 1.19 亿元，公告称认购方为腾讯控股的全资附属公司。（来源：智通财经）

【百度】百度 5 年内将培养 500 万 AI 人才：在 4 月 19 日举行的“后疫情时代的人工智能”分论坛上，百度 CTO 王海峰透露，百度未来五年要培养 500 万人工智能方面的人才，他表示从人工智能应用的角度，门槛在越来越低，更多的人可以不关心核心的人工智能算法，甚至不了解这

个算法，但是如果有一个好的平台，和现成的模型库，就可以直接应用这些平台和模型库来解决自己的应用问题，进而更快推进产业智能化。（来源：中国新闻网）

【美团】①美团融资 100 亿美元与阿里巴巴在社区电商等新领域展开较量：4 月 20 日消息，据报道，美团通过创纪录的追加配售和可转换债券销售，筹集了 99.8 亿美元资金，该公司在社区电商、网上杂货等较新领域与阿里巴巴等公司展开了激烈较量。条款显示，美团计划将此次融资所得用于技术创新，包括研发自动送货车、无人机送货和其他尖端技术，以及一般企业用途。

（来源：金融虎）**②美团自研 L4 无人配送车落地北京顺义**：4 月 19 日，美团新一代自研无人配送车在北京顺义正式落地运营，这是美团推出的新一代 L4 级别自动驾驶能力的车型。该车的发布标志着美团无人配送自研产品开始拥有标准化量产能力。预计未来 3 年，美团将在北京顺义、亦庄以及深圳等多地区和城市落地，实现外卖、买菜、闪购等业务场景的无人配送服务。美团 CEO 王兴在近期财报沟通会中曾表示，近年美团持续在机器人等领域加强布局。他认为，生活服务领域还有巨大的潜力去提高效率，降低成本。美团有一定的业务规模，对用户的需求也有更深入的了解，所以可以通过前沿科技的探索，让服务运行得更高效、更好，为用户创造更好的体验。

（来源：上海证券报，中国证券网）

四、风险提示

影视、游戏等内容表现不及预期的风险：影视、游戏等行业依靠供给拉动的特征明显，若目标消费群体对内容的喜爱程度不及预期，会对相关公司的收入及利润端产生较大负面影响。

监管政策趋严的风险：由于文化内容会对公众的思想产生较为深远的影响，政府相关部门对内容生产行业监管较为严格，若行业监管政策趋严，互联网传媒行业相关公司的内容生产与国家政策导向若产生较大背离，存在产品下架、行政处罚等多方面风险。

商誉减值风险：互联网传媒行业的并购事件相较其他行业更为普遍，受目标消费群体喜好及监管政策等多方面因素影响，若生产经营情况不及预期，或存在商誉减值风险。

市场竞争加剧风险：互联网传媒行业普遍通过内容生产吸引目标消费群体，从而实现商业化变现，由于目标消费者群体整体文化娱乐时间有限，不同平台间存在争夺消费者注意力的竞争关系，若市场参与者增多，行业内市场参与者发展空间均将受到挤压。

行业评级体系

收益评级：

领先大市—未来 6 个月的投资收益率领先沪深 300 指数 10%以上；

同步大市—未来 6 个月的投资收益率与沪深 300 指数的变动幅度相差-10%至 10%；

落后大市—未来 6 个月的投资收益率落后沪深 300 指数 10%以上；

风险评级：

A —正常风险，未来 6 个月投资收益率的波动小于等于沪深 300 指数波动；

B —较高风险，未来 6 个月投资收益率的波动大于沪深 300 指数波动；

分析师声明

高猷嘉声明，本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，勤勉尽责、诚实守信。本人对本报告的内容和观点负责，保证信息来源合法合规、研究方法专业审慎、研究观点独立公正、分析结论具有合理依据，特此声明。

本公司具备证券投资咨询业务资格的说明

华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）经中国证券监督管理委员会核准，取得证券投资咨询业务许可。本公司及其投资咨询人员可以为证券投资人或客户提供证券投资分析、预测或者建议等直接或间接的有偿咨询服务。发布证券研究报告，是证券投资咨询业务的一种基本形式，本公司可以对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析，形成证券估值、投资评级等投资分析意见，制作证券研究报告，并向本公司的客户发布。

免责声明：

本报告仅供华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因为任何机构或个人接收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告基于已公开的资料或信息撰写，但本公司不保证该等信息及资料的完整性、准确性。本报告所载的信息、资料、建议及推测仅反映本公司于本报告发布当日的判断，本报告中的证券或投资标的价格、价值及投资带来的收入可能会波动。在不同时期，本公司可能撰写并发布与本报告所载资料、建议及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息及资料保持在最新状态，本公司将随时补充、更新和修订有关信息及资料，但不保证及时公开发布。同时，本公司有权对本报告所含信息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。任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以本公司向客户发布的本报告完整版本为准，如有需要，客户可以向本公司投资顾问进一步咨询。

在法律许可的情况下，本公司及所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券或期权并进行证券或期权交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务，提请客户充分注意。客户不应将本报告为作出其投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代客户自身的投资判断与决策。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议，无论是否已经明示或暗示，本报告不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证。在任何情况下，本公司亦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。

本报告版权仅为本公司所有，未经事先书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表、转发、篡改或引用本报告的任何部分。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“华金证券股份有限公司研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

华金证券股份有限公司对本声明条款具有惟一修改权和最终解释权。

风险提示：

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或询价。投资者对其投资行为负完全责任，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。

华金证券股份有限公司

地址：上海市浦东新区杨高南路 759 号（陆家嘴世纪金融广场）31 层

电话：021-20655588

网址：www.huajinsc.cn