



## 传媒互联网

优于大市（维持）

### 证券分析师

花小伟

资格编号：S0120521020001

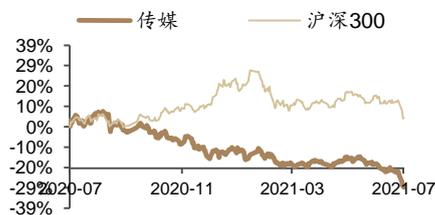
邮箱：huaxw@tebon.com.cn

### 联系人

崔世峰

邮箱：cuishf@tebon.com.cn

### 市场表现



### 相关研究

1. 《游戏行业数据周报 2021.07.19-2021.07.25:国内手游市场流水环比回升,三七互娱新游表现亮眼》, 2021.7.27
2. 《移动音视频数据周报 2021.07.12-07.18:在线视频下载量大多继续稳步增长,芒果TV数据表现惊艳》, 2021.7.21
3. 《游戏行业数据周报 2021.07.12-2021.07.18:全球各大市场表现稳健,关注后续新游上线》, 2021.7.21
4. 《三七互娱(002555.SZ):优势品类地位稳固,多元化与国际化成果进入释放期》, 2021.7.20
5. 《2021H1院线数据回顾及暑期档前瞻》, 2021.7.16

# 移动音视频数据周报

## 2021.07.19-07.25:国内市场娱乐类应用下载量向好,芒果TV数据表现依然亮眼

### 投资要点:

- 国内市场的娱乐类应用下载量大幅上升,净收入数据除日韩外继续回落。国内市场方面,大陆娱乐类应用下载量上周环比大幅上升约14%;净收入继前一周的大幅下降之后,上周环比小幅下降。港澳台娱乐类应用下载量经历前几周的持续下降后,上周环比大幅上升约11%;净收入数据上周环比继续小幅下降。主要海外市场中,上周北美市场娱乐类应用下载量出现小幅下降;净收入数据自2020年3月疫情爆发后持续保持在高位,继7月初创新高后开始下降,上周环比继续小幅下降。日韩市场方面,下载量数据继续保持在一年内的较低水平,上周环比上升约9%;净收入数据上周环比微幅上升。东南亚市场方面,上周下载量数据环比微幅上升;净收入数据环比继续小幅下降。
- 上周在线视频芒果TV数据表现依然亮眼,短视频数据稍显低迷。下载量方面,上周爱奇艺、优酷和哔哩哔哩环比下降,腾讯视频和芒果TV环比上升,其中芒果TV大幅上升约41.5%。净收入数据方面,上周除芒果TV环比大幅上升约46%外,其余均下降,其中腾讯视频大幅下降约16.6%,优酷大幅下降约11%。短视频应用中,上周抖音和快手iOS端下载量环比均下降,其中快手iOS端大幅下降约14.3%;净收入数据环比均下降。活跃度方面,爱奇艺、腾讯视频、优酷、哔哩哔哩和快手iOS端上周日活用户规模大部分时间呈环比下降。
- 上周移动音乐类应用下载量和净收入均下降,日活用户规模大部分时间均下降。iOS端下载量方面,QQ音乐、网易云音乐和酷狗音乐上周均环比小幅下降。iOS端净收入数据方面,三大应用均环比下降。月活用户规模方面,三大应用的7月iOS端平均月活用户规模均环比上升。日活用户规模方面,三大应用的iOS端日活用户规模上周除个别天数外,其余时间均呈环比下降。
- 报告数据来源为第三方数据库 Sensor Tower,经数据整理后呈现,不代表团队观点,具体数据以公司披露为准。周报数据时间区间为2019.12.30-2021.07.25,文中所使用“上周”指2021.07.19-2021.07.25(表1除外)。口径为扣除渠道分成后收入(渠道分成30%),货币单位为美元。各公司数据为全球iOS端与Google Play端的加总,不包括国内安卓端及海外Facebook端。
- 风险提示:剧集、综艺内容热度不及预期,政策监管趋严,行业竞争加剧。



## 内容目录

1. 上周市场行情回顾 .....	5
1.1. 板块走势 .....	5
1.2. 股票表现 .....	5
2. 周度数据跟踪 .....	5
2.1. 娱乐类应用市场数据 .....	5
2.1.1. 国内市场数据 .....	5
2.1.2. 国际市场数据 .....	6
2.2. 重点视频类公司数据跟踪 .....	7
2.3. 其他娱乐类公司数据跟踪 .....	12
3. 上周公司公告及新闻回顾 .....	14
3.1. 公司公告回顾 .....	14
3.2. 行业新闻回顾 .....	14
4. 风险提示 .....	15

## 图表目录

图 1: 2019.12.30-2021.07.25 国内娱乐类应用 iOS 端下载量 .....	6
图 2: 2019.12.30-2021.07.25 国内娱乐类应用 iOS 端净收入 .....	6
图 3: 2019.12.30-2021.07.25 港澳台市场全渠道下载量 .....	6
图 4: 2019.12.30-2021.07.25 港澳台市场全渠道净收入 .....	6
图 5: 2019.12.30-2021.07.25 北美市场全渠道下载量 .....	6
图 6: 2019.12.30-2021.07.25 北美市场全渠道净收入 .....	6
图 7: 2019.12.30-2021.07.25 日韩市场全渠道下载量 .....	7
图 8: 2019.12.30-2021.07.25 日韩市场全渠道净收入 .....	7
图 9: 2019.12.30-2021.07.25 东南亚市场全渠道下载量 .....	7
图 10: 2019.12.30-2021.07.25 东南亚市场全渠道净收入 .....	7
图 11: 2019.12.30-2021.07.25 爱奇艺全渠道下载量 .....	7
图 12: 2019.12.30-2021.07.25 爱奇艺全渠道净收入 .....	7
图 13: 2019.12.30-2021.07.25 爱奇艺月活用户规模 MAU .....	8
图 14: 2021.01.01-2021.07.25 爱奇艺日活用户规模 DAU .....	8
图 15: 2019.12.30-2021.07.25 腾讯视频全渠道下载量 .....	8
图 16: 2019.12.30-2021.07.25 腾讯视频全渠道净收入 .....	8
图 17: 2019.12.30-2021.07.25 腾讯视频 MAU .....	8
图 18: 2021.01.01-2021.07.25 腾讯视频 DAU .....	8
图 19: 2019.12.30-2021.07.25 优酷全渠道下载量 .....	9
图 20: 2019.12.30-2021.07.25 优酷全渠道净收入 .....	9
图 21: 2019.12.30-2021.07.25 优酷 MAU .....	9
图 22: 2021.01.01-2021.07.25 优酷 DAU .....	9
图 23: 2019.12.30-2021.07.25 芒果 TV 全渠道下载量 .....	9
图 24: 2019.12.30-2021.07.25 芒果 TV 全渠道净收入 .....	9
图 25: 2019.12.30-2021.07.25 芒果 TV MAU (iOS 端) .....	10
图 26: 2021.01.01-2021.07.25 芒果 TV DAU (iOS 端) .....	10
图 27: 2019.12.30-2021.07.25 哔哩哔哩全渠道下载量 .....	10
图 28: 2019.12.30-2021.07.25 哔哩哔哩全渠道净收入 .....	10
图 29: 2019.12.30-2021.07.25 哔哩哔哩 MAU (iOS 端) .....	10
图 30: 2021.01.01-2021.07.25 哔哩哔哩 DAU (iOS 端) .....	10
图 31: 2019.12.30-2021.07.25 抖音 iOS 端下载量 .....	11
图 32: 2019.12.30-2021.07.25 抖音 iOS 端净收入 .....	11

图 33: 2019.12.30-2021.07.25 抖音 MAU (iOS 端) .....	11
图 34: 2021.01.01-2021.07.25 抖音 DAU (iOS 端) .....	11
图 35: 2019.12.30-2021.07.25 快手 iOS 端下载量 .....	11
图 36: 2019.12.30-2021.07.25 快手 iOS 端净收入 .....	11
图 37: 2019.12.30-2021.07.25 快手 MAU (iOS 端) .....	12
图 38: 2021.01.01-2021.07.25 快手 DAU (iOS 端) .....	12
图 39: 2019.12.30-2021.07.25 QQ 音乐 iOS 端下载量 .....	12
图 40: 2019.12.30-2021.07.25 QQ 音乐 iOS 端净收入 .....	12
图 41: 2019.12.30-2021.07.25 QQ 音乐 MAU (iOS 端) .....	12
图 42: 2021.01.01-2021.07.25 QQ 音乐 DAU (iOS 端) .....	12
图 43: 2019.12.30-2021.07.25 网易云音乐 iOS 端下载量 .....	13
图 44: 2019.12.30-2021.07.25 网易云音乐 iOS 端净收入 .....	13
图 45: 2019.12.30-2021.07.25 网易云音乐 MAU (iOS 端) .....	13
图 46: 2021.01.01-2021.07.25 网易云音乐 DAU (iOS 端) .....	13
图 47: 2019.12.30-2021.07.25 酷狗音乐 iOS 端下载量 .....	13
图 48: 2019.12.30-2021.07.25 酷狗音乐 iOS 端净收入 .....	13
图 49: 2019.12.30-2021.07.25 酷狗音乐 MAU (iOS 端) .....	14
图 50: 2021.01.01-2021.07.25 酷狗音乐 DAU (iOS 端) .....	14

表 1: 上周在线视频行业重点公司市场表现 .....	5
-----------------------------	---

## 1. 上周市场行情回顾

### 1.1. 板块走势

中信传媒指数上周下跌 2.76%；同期上证指数上涨 0.31%；中信传媒板块跑输上证指数 3.07 个百分点。

### 1.2. 股票表现

重点上市公司市场表现如下：

表 1：上周在线视频行业重点公司市场表现

A 股上市公司	近一年涨跌幅-%	近一月涨跌幅-%	上周涨跌幅-%	最新市值 (亿元)
芒果超媒	-17.77	-15.07	-3.85	1,026.74
新媒股份	-56.65	8.20	-7.27	122.00
蓝色光标	-24.70	-6.89	-2.35	144.73
港股上市公司	近一年涨跌幅-%	近一月涨跌幅-%	上周涨跌幅-%	最新市值 (亿元)
快手	-56.83	-31.04	-16.34	4482.04
猫眼娱乐	-20.23	-7.18	-4.79	105.58
欢喜传媒	26.28	-1.70	-5.46	52.92
美股上市公司	近一年涨跌幅-%	近一月涨跌幅-%	上周涨跌幅-%	最新市值 (亿元)
哔哩哔哩	125.03	-13.55	-13.54	2622.12
爱奇艺	-49.76	-23.51	-11.08	573.57
虎牙	-43.72	-17.85	-15.31	204.17
斗鱼	-67.29	-48.78	-16.67	83.89
奈飞	5.22	1.30	-5.07	14747.85
迪士尼	47.98	1.52	-4.35	20690.22

资料来源：WIND，德邦研究所

注：数据截至 2021 年 7 月 23 日（如无特殊说明，上周涨跌幅数据区间起始日为截止日前的第 7 个自然日）

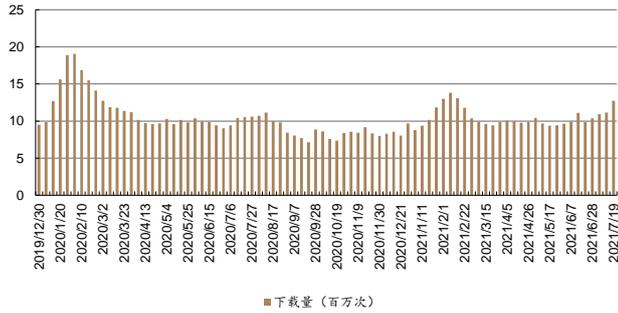
## 2. 周度数据跟踪

### 2.1. 娱乐类应用市场数据

#### 2.1.1. 国内市场数据

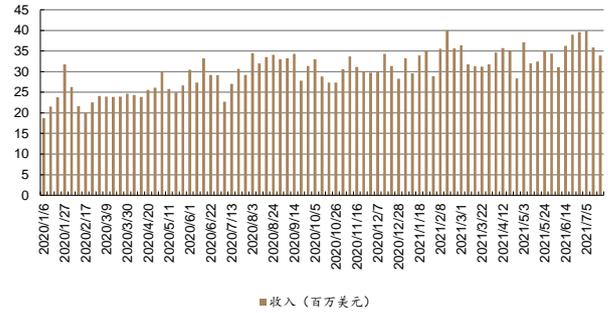
**大陆市场娱乐类应用 iOS 渠道收入及下载量：**大陆娱乐类应用下载量上周环比大幅上升约 14%；净收入继前一周的大幅下降之后，上周环比小幅下降。

图 1：2019.12.30-2021.07.25 国内娱乐类应用 iOS 端下载量



资料来源：Sensor Tower，德邦研究所

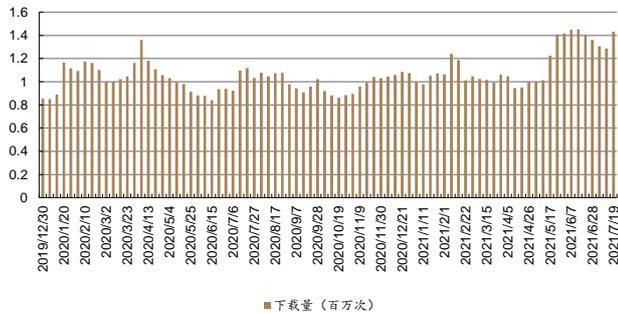
图 2：2019.12.30-2021.07.25 国内娱乐类应用 iOS 端净收入



资料来源：Sensor Tower，德邦研究所

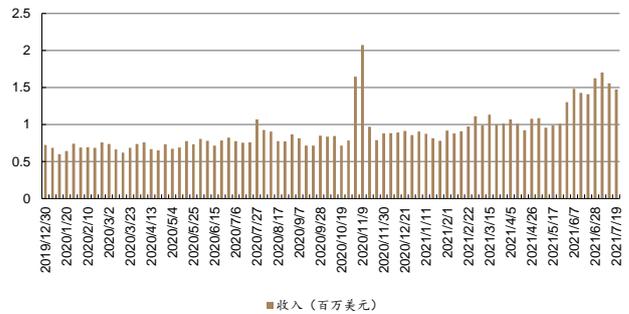
**港澳台市场娱乐类应用全渠道收入及下载量：**港澳台娱乐类应用下载量经历前几周的持续下降后，上周环比大幅上升约 11%；净收入数据上周环比继续小幅下降。

图 3：2019.12.30-2021.07.25 港澳台市场全渠道下载量



资料来源：Sensor Tower，德邦研究所

图 4：2019.12.30-2021.07.25 港澳台市场全渠道净收入

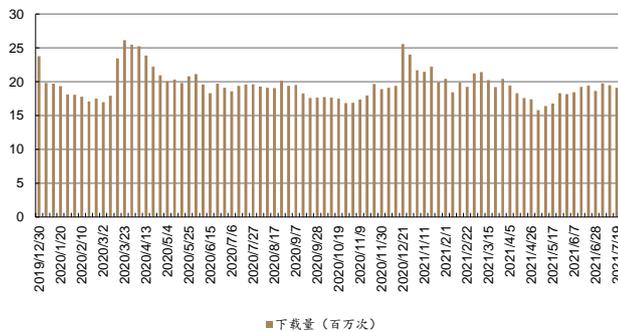


资料来源：Sensor Tower，德邦研究所

### 2.1.2. 国际市场数据

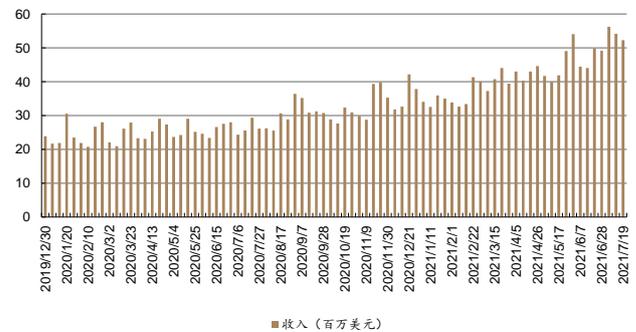
**北美市场娱乐类应用下载量及收入：**上周北美市场娱乐类应用下载量出现小幅下降；净收入数据自 2020 年 3 月疫情爆发后持续保持在高位，继 7 月初创新高后开始下降，上周环比继续小幅下降。

图 5：2019.12.30-2021.07.25 北美市场全渠道下载量



资料来源：Sensor Tower，德邦研究所

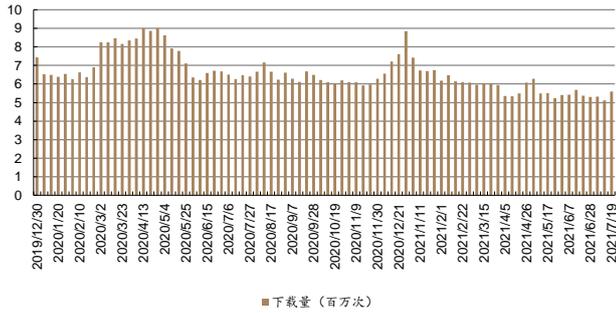
图 6：2019.12.30-2021.07.25 北美市场全渠道净收入



资料来源：Sensor Tower，德邦研究所

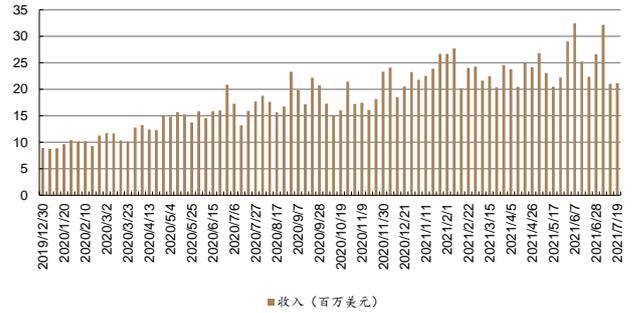
**日韩市场娱乐类应用下载量及收入：**下载量数据继续保持在一年内的较低水平，上周环比上升约 9%；净收入数据上周环比微幅上升。

图 7：2019.12.30-2021.07.25 日韩市场全渠道下载量



资料来源：Sensor Tower，德邦研究所

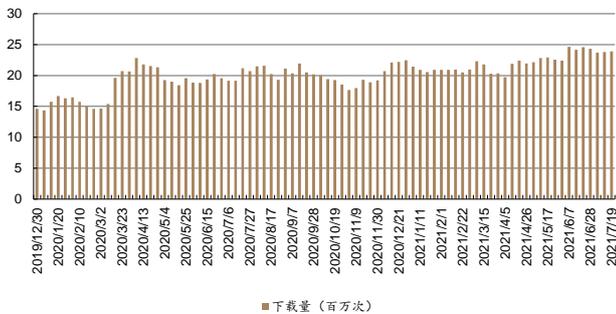
图 8：2019.12.30-2021.07.25 日韩市场全渠道净收入



资料来源：Sensor Tower，德邦研究所

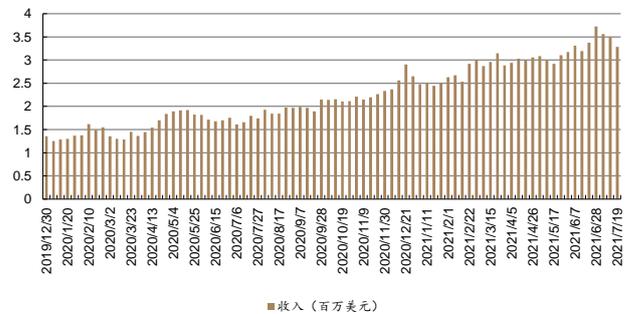
**东南亚市场娱乐类应用收入及下载量：上周下载量数据环比小幅上升；净收入数据环比继续小幅下降。**

图 9：2019.12.30-2021.07.25 东南亚市场全渠道下载量



资料来源：Sensor Tower，德邦研究所

图 10：2019.12.30-2021.07.25 东南亚市场全渠道净收入

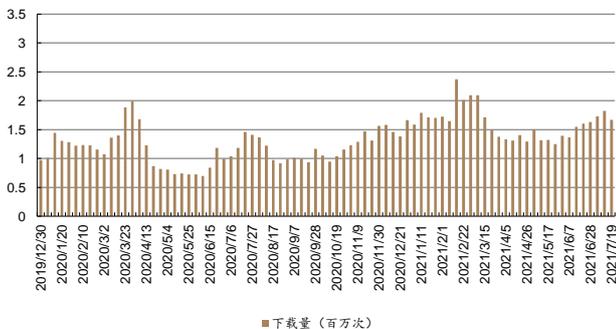


资料来源：Sensor Tower，德邦研究所

## 2.2. 重点视频类公司数据跟踪

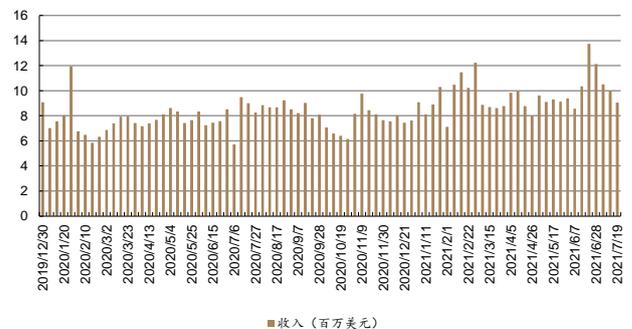
**爱奇艺：**含 6 个 iOS 端发行账号，9 个安卓端发行账号；下载量经历前几周的持续上升后，上周环比下降约 8.4%；净收入数据继 6 月下旬创新高后下降明显，上周环比继续下降约 9.6%。

图 11：2019.12.30-2021.07.25 爱奇艺全渠道下载量



资料来源：Sensor Tower，德邦研究所

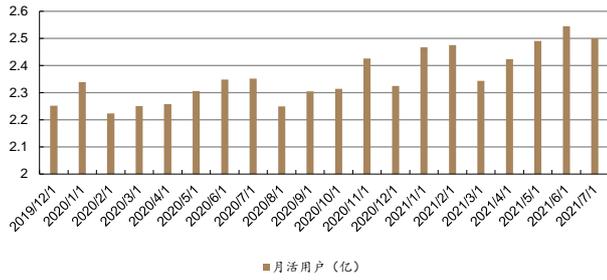
图 12：2019.12.30-2021.07.25 爱奇艺全渠道净收入



资料来源：Sensor Tower，德邦研究所

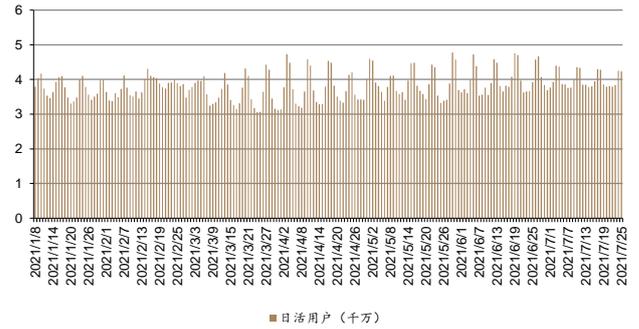
7 月以来爱奇艺的平均月活用户规模环比小幅下降。日活用户规模 DAU 方面，上周除周一和周三外，其余时间呈环比下降的态势。

图 13: 2019.12.30-2021.07.25 爱奇艺月活用户规模 MAU



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

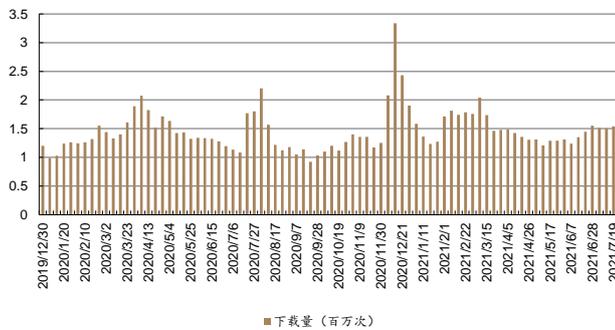
图 14: 2021.01.01-2021.07.25 爱奇艺日活用户规模 DAU



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

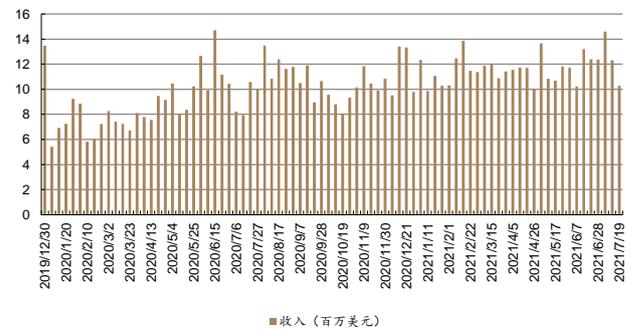
**腾讯视频:** 含 5 个 iOS 端发行账号, 7 个安卓端发行账号; 上周下载量环比小幅上升; 净收入数据上周环比继续大幅下降约 16.6%。

图 15: 2019.12.30-2021.07.25 腾讯视频全渠道下载量



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

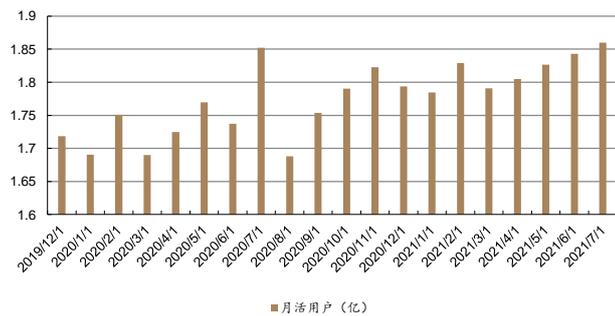
图 16: 2019.12.30-2021.07.25 腾讯视频全渠道净收入



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

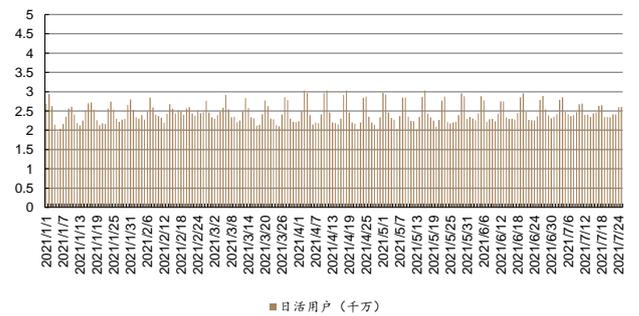
7 月以来腾讯视频的平均月活用户规模小幅上升, 日活用户规模上周环比均呈下降的态势。

图 17: 2019.12.30-2021.07.25 腾讯视频 MAU



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

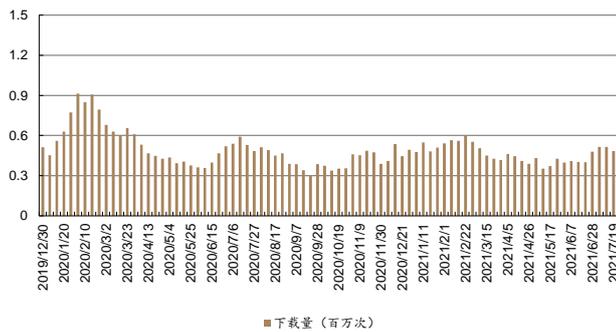
图 18: 2021.01.01-2021.07.25 腾讯视频 DAU



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

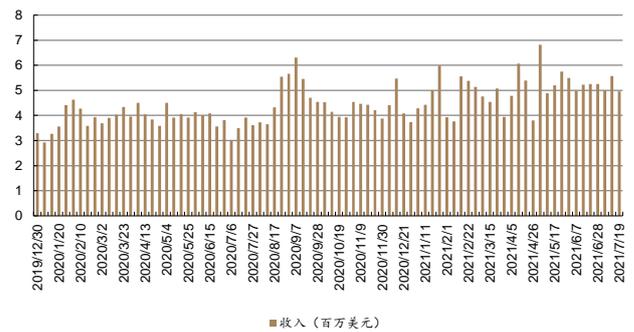
**优酷:** 含 3 个 iOS 端发行账号, 2 个安卓端发行账号; 下载量环比小幅下降; 净收入数据在五一假期期间创一年来新高、后下降明显, 上周环比大幅下降约 11%。

图 19: 2019.12.30-2021.07.25 优酷全渠道下载量



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

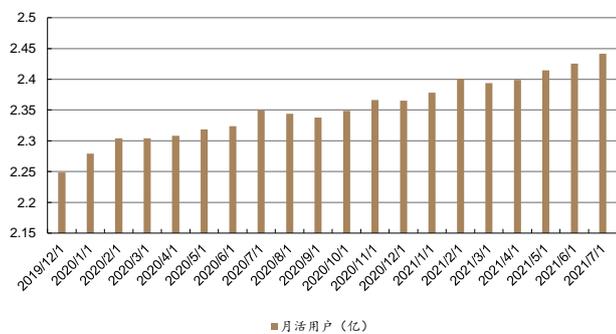
图 20: 2019.12.30-2021.07.25 优酷全渠道净收入



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

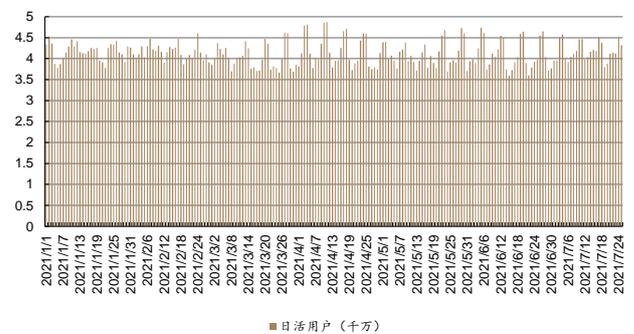
7 月以来优酷的平均月活用户规模较 6 月小幅上升, 日活用户规模上周均呈环比下降的态势。

图 21: 2019.12.30-2021.07.25 优酷 MAU



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

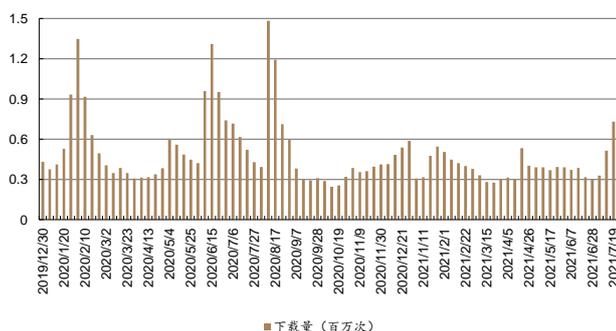
图 22: 2021.01.01-2021.07.25 优酷 DAU



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

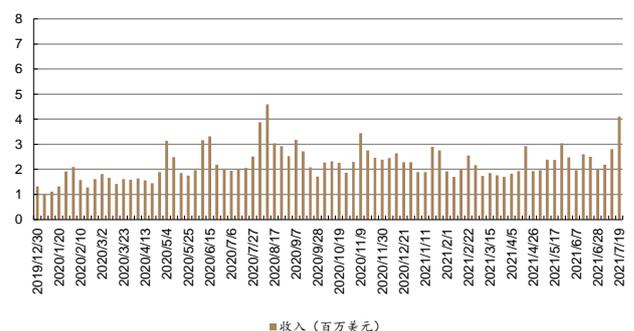
芒果 TV: 含 5 个 iOS 端发行账号, 2 个安卓端发行账号; 上周下载量环比继续大幅上升约 41.5%; 同时净收入数据上周环比继续大幅上升约 46%。

图 23: 2019.12.30-2021.07.25 芒果 TV 全渠道下载量



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

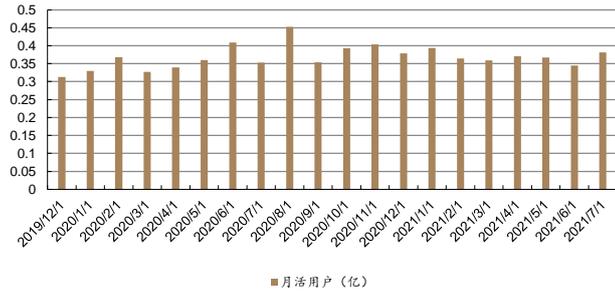
图 24: 2019.12.30-2021.07.25 芒果 TV 全渠道净收入



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

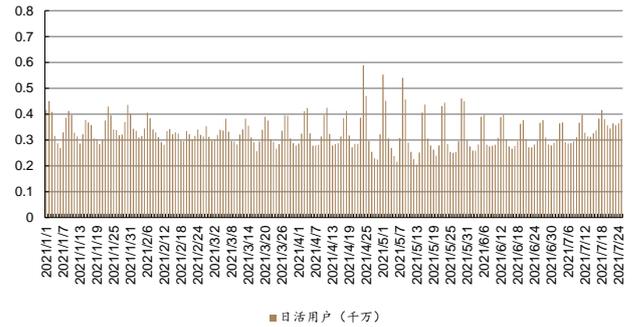
7 月以来芒果 TV 的 iOS 端平均月活用户规模呈现环比上升; 上周日活用户规模除周末外, 其余时间均呈环比上升的态势。

图 25: 2019.12.30-2021.07.25 芒果 TV MAU (iOS 端)



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

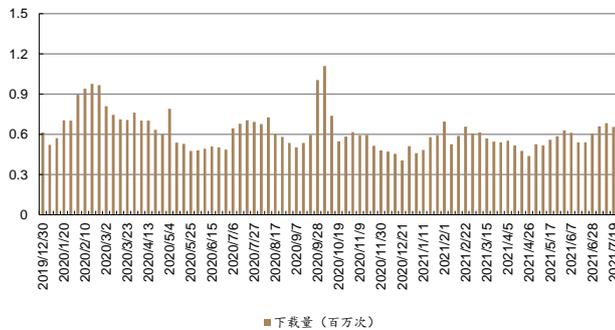
图 26: 2021.01.01-2021.07.25 芒果 TV DAU (iOS 端)



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

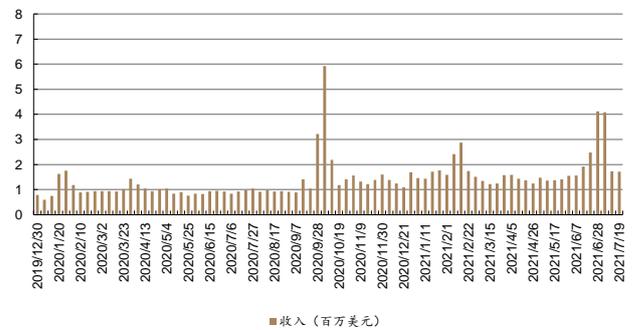
**哔哩哔哩:** 含 5 个 iOS 端发行账号, 2 个安卓端发行账号; 上周下载量环比小幅下降; 净收入数据继前一周大幅下降之后, 上周环比小幅下降。

图 27: 2019.12.30-2021.07.25 哔哩哔哩全渠道下载量



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

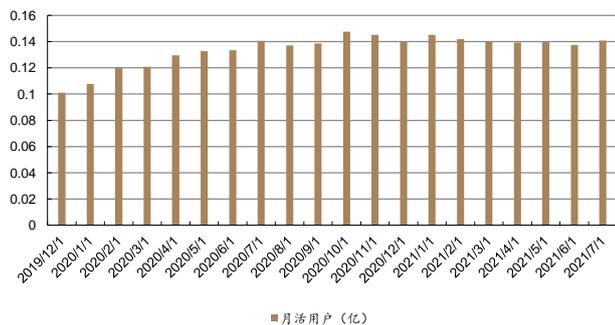
图 28: 2019.12.30-2021.07.25 哔哩哔哩全渠道净收入



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

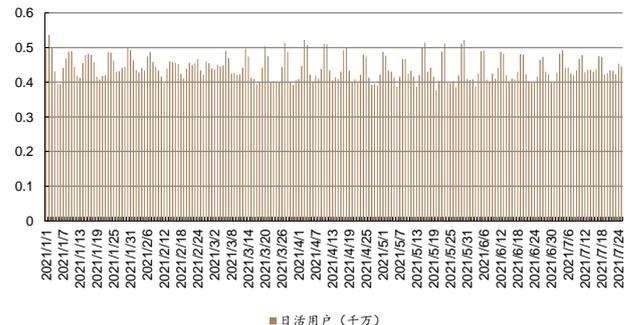
7 月以来哔哩哔哩 iOS 端平均月活用户规模小幅上升; 上周日活用户规模除周四外, 其余时间呈环比下降的态势。

图 29: 2019.12.30-2021.07.25 哔哩哔哩 MAU (iOS 端)



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

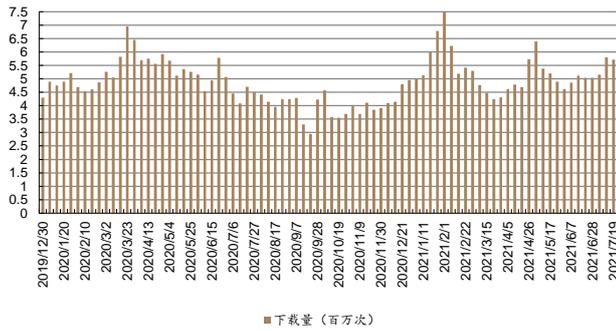
图 30: 2021.01.01-2021.07.25 哔哩哔哩 DAU (iOS 端)



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

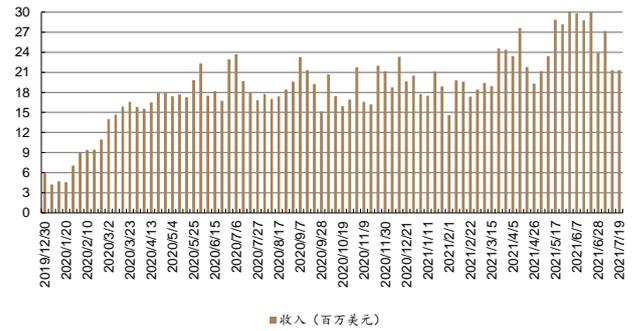
**抖音:** 含 4 个 iOS 端发行账号, 6 个安卓端发行账号; iOS 端下载量继前一周大幅上升之后, 上周环比小幅回落; 净收入数据上周环比小幅下降。

图 31: 2019.12.30-2021.07.25 抖音 iOS 端下载量



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

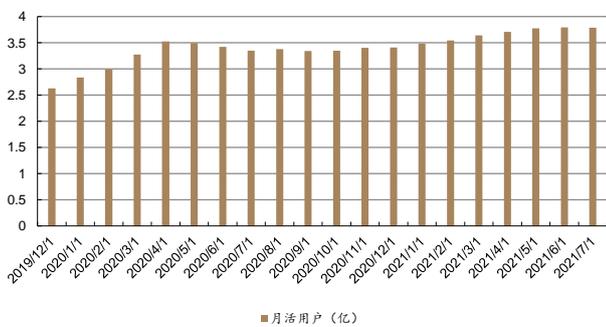
图 32: 2019.12.30-2021.07.25 抖音 iOS 端净收入



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

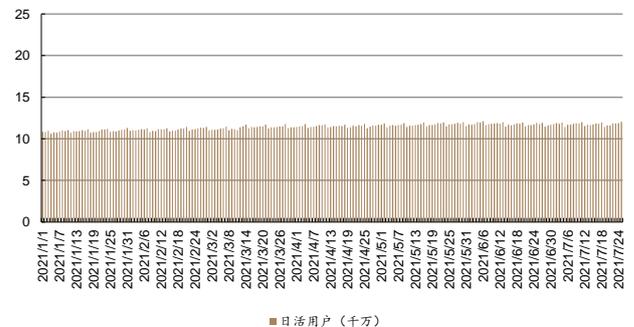
7 月以来抖音 iOS 端平均月活用户规模环比微幅下降; 上周的日活用户规模从后半周开始呈环比上升的态势。

图 33: 2019.12.30-2021.07.25 抖音 MAU (iOS 端)



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

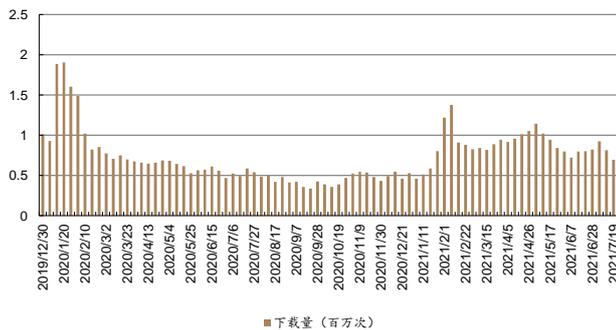
图 34: 2021.01.01-2021.07.25 抖音 DAU (iOS 端)



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

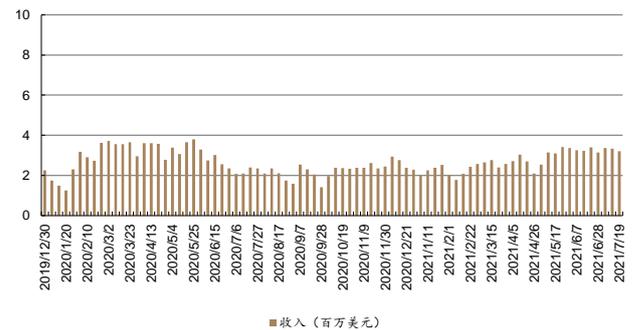
快手: 含 2 个 iOS 端发行账号, 4 个安卓端发行账号; 上周 iOS 端下载量环比继续大幅下降约 14.3%; 净收入数据环比小幅下降。

图 35: 2019.12.30-2021.07.25 快手 iOS 端下载量



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

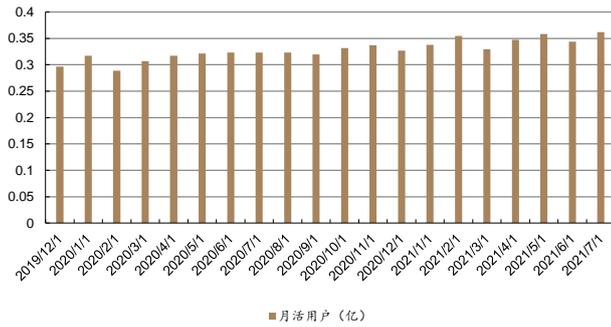
图 36: 2019.12.30-2021.07.25 快手 iOS 端净收入



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

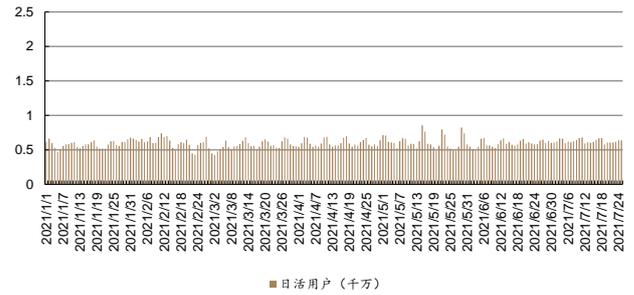
7 月以来快手的 iOS 端平均月活用户规模呈环比小幅上升; 上周日活用户规模除周三外均呈环比下降的态势。

图 37: 2019.12.30-2021.07.25 快手 MAU (iOS 端)



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

图 38: 2021.01.01-2021.07.25 快手 DAU (iOS 端)

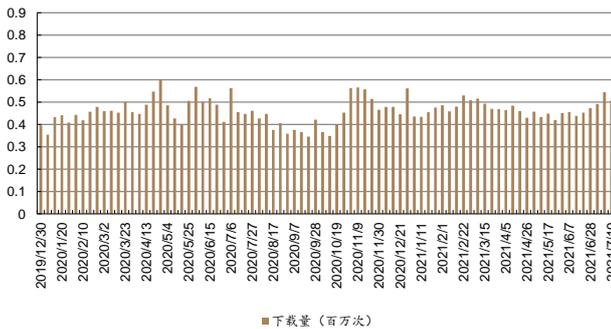


资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

### 2.3. 其他娱乐类公司数据跟踪

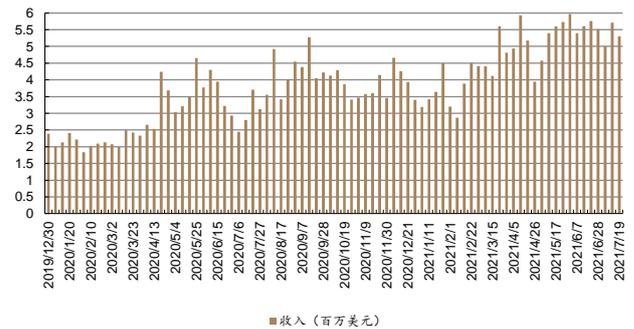
**QQ 音乐:** 含 2 个 iOS 端发行账号, 2 个安卓端发行账号; 上周 iOS 端下载量环比小幅下降, 同时净收入数据环比下降约 7%。

图 39: 2019.12.30-2021.07.25 QQ 音乐 iOS 端下载量



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

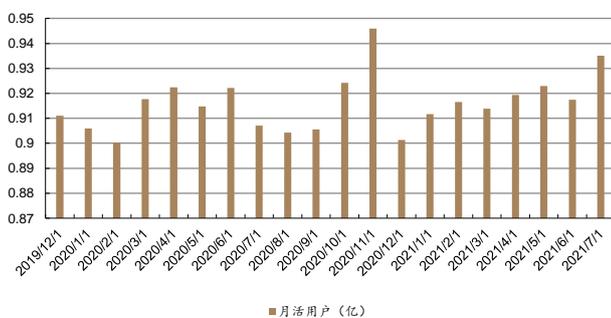
图 40: 2019.12.30-2021.07.25 QQ 音乐 iOS 端净收入



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

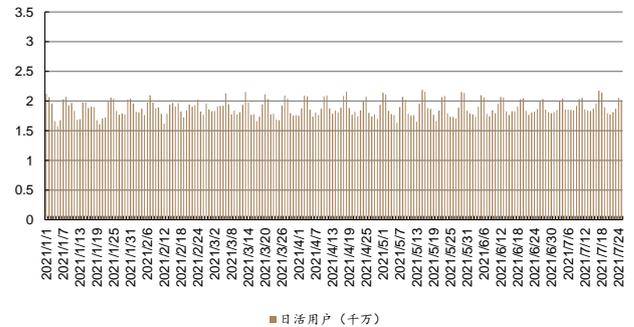
7 月 QQ 音乐 iOS 端平均月活用户规模呈环比上涨; 上周除周一外, 其余时间日活用户规模均呈环比下降的态势。

图 41: 2019.12.30-2021.07.25 QQ 音乐 MAU (iOS 端)



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

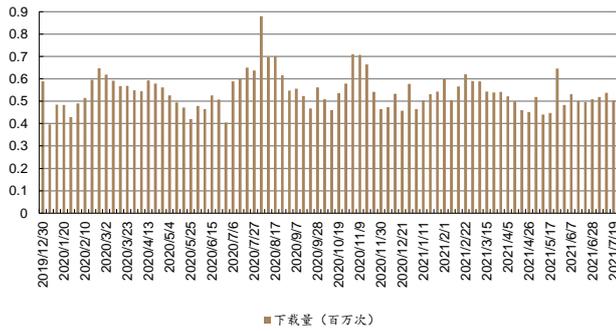
图 42: 2021.01.01-2021.07.25 QQ 音乐 DAU (iOS 端)



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

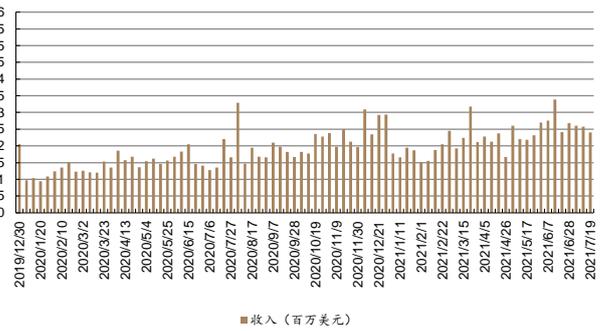
**网易云音乐:** 含 2 个 iOS 端发行账号, 1 个安卓端发行账号; 上周 iOS 端下载量环比小幅下降; 同时净收入数据上周环比小幅下降。

图 43: 2019.12.30-2021.07.25 网易云音乐 iOS 端下载量



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

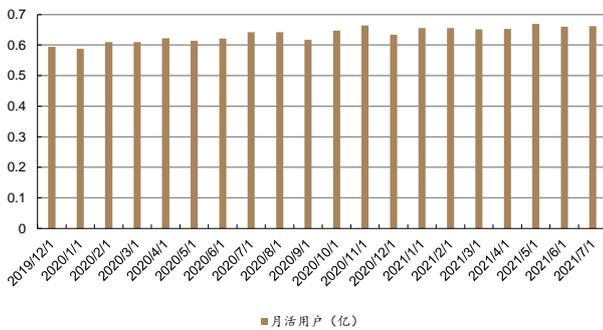
图 44: 2019.12.30-2021.07.25 网易云音乐 iOS 端净收入



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

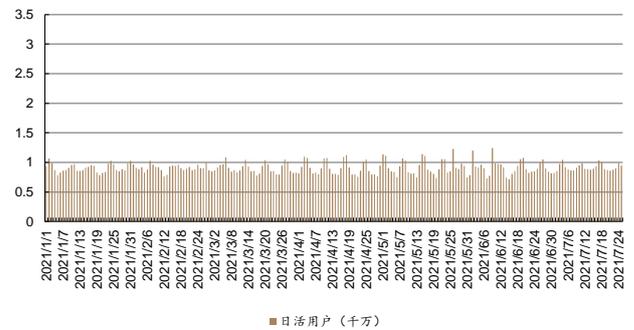
7 月网易云音乐 iOS 端平均月活用户规模环比微幅上升; 上周日活用户规模环比均呈下降的态势。

图 45: 2019.12.30-2021.07.25 网易云音乐 MAU (iOS 端)



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

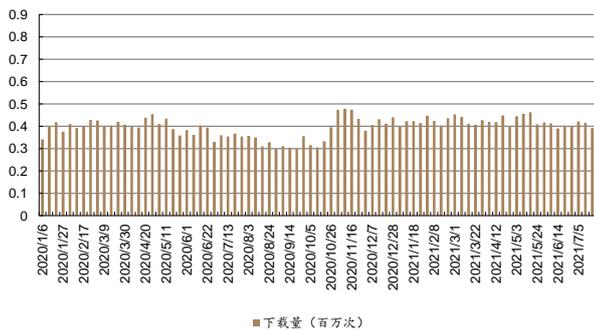
图 46: 2021.01.01-2021.07.25 网易云音乐 DAU (iOS 端)



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

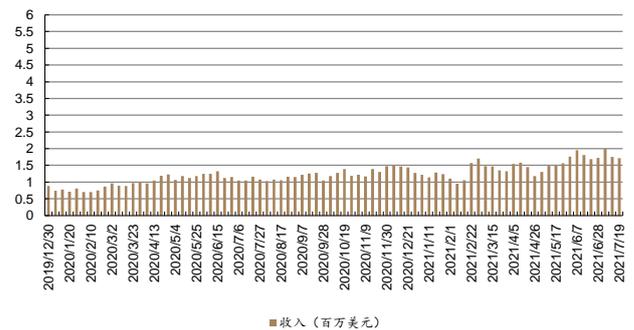
酷狗音乐: 含 2 个 iOS 端发行账号, 3 个安卓端发行账号; 上周 iOS 端下载量继续环比小幅下降; 同时净收入数据上周环比小幅下降。

图 47: 2019.12.30-2021.07.25 酷狗音乐 iOS 端下载量



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

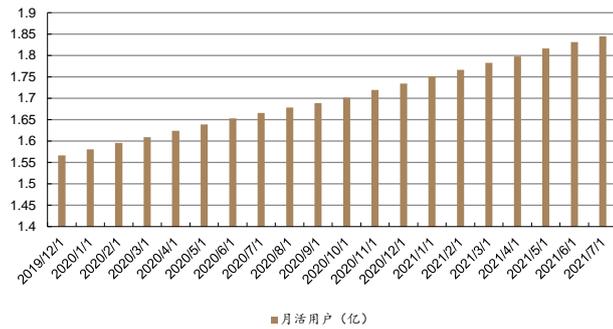
图 48: 2019.12.30-2021.07.25 酷狗音乐 iOS 端净收入



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

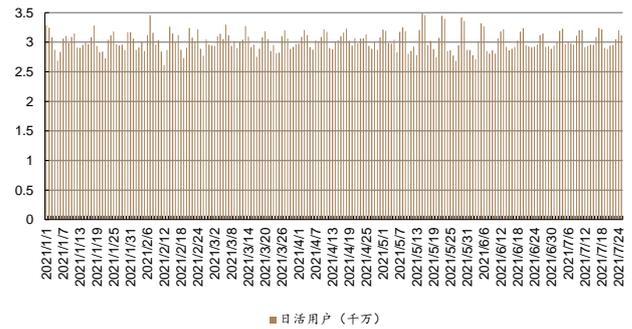
7 月酷狗音乐 iOS 端平均月活用户规模环比小幅上升; 上周日活用户规模均呈环比下降的态势。

图 49: 2019.12.30-2021.07.25 酷狗音乐 MAU (iOS 端)



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

图 50: 2021.01.01-2021.07.25 酷狗音乐 DAU (iOS 端)



资料来源: Sensor Tower, 德邦研究所

### 3. 上周公司公告及新闻回顾

#### 3.1. 公司公告回顾

**奈飞公司(NETFLIX):2021 年第二季度报告。**公司二季度收入 73.42 亿美元, 同比增长 19.4%; 营业利润 18.48 亿美元, 同比增长 36.1%; 净利润 13.53 亿美元, 同比增长 87.9%。

#### 3.2. 行业新闻回顾

**爱奇艺体育与英超联盟达成四年独家版权合作, 成为未来 4 个赛季英超联赛独家新媒体转播平台。**7 月 22 日, 爱奇艺体育对外宣布与英超联盟正式达成合作, 成为英格兰足球超级联赛中国大陆及澳门地区独家新媒体转播平台, 将全程直播 2021/22—2024/25 四个赛季英超联赛的全部赛事。继爱奇艺体育转播 2020 欧洲杯之后, 英超将在 8 月成功接档。同时爱奇艺体育将继续播出西甲、世界杯亚洲区预选赛(12 强赛)、亚冠等头部足球赛事。爱奇艺体育汇聚了世界足坛多项顶级足球赛事, 球迷可在平台享受最丰富的一站式内容服务, 继续畅爽的足球赛事体验。(央广网)

**四网收视率第一, 芒果 TV 新综艺《夏日少年派》上线。**提起夏天, 很多人会立刻想到空调、冰西瓜还有充满欢乐的夏令营, 在 7 月 23 日晚, 芒果台推出了一档充满“夏令营”感觉的综艺, 一经播出就拿下四网收视率第一, 那就是由何炅担当主持, 郎朗、钟汉良、萧敬腾、杨迪、丁程鑫、张真源等人共同参加的《夏日少年派》。(搜狐网)

**腾讯音乐被责令解除网络音乐独家版权。**7 月 24 日, 市场监管总局依法作出行政处罚决定, 责令腾讯及关联公司采取三十日内解除独家音乐版权、停止高额预付金等版权费用支付方式、无正当理由不得要求上游版权方给予其优于竞争对手的条件等恢复市场竞争状态的措施。这意味着腾讯音乐, 包括旗下的 QQ 音乐、酷狗音乐和酷我音乐不再有版权护城河。(金融界)

**网综榜:《萌探探探案》热度断层第一, 与第二名拉开差距。**在本周网综周榜中,《萌探探探案》继续保持热度领先。《奇异剧本鲨》以 52.28 的热度指数排名第二。素人恋爱观察综艺《心动的信号第四季》距离上周上升 3 位, 排名第三。夫妻观察治愈真人秀《妻子的浪漫旅行第五季》排名第四,《草莓星球来的人》排名第五。《说唱听我的第二季》上升至第六。爱奇艺视频综艺《做家务的男人第三季》和腾讯视频综艺《当燃是少年第二季》分别排名第七、第八。《恰好是少年》《萌鲨突击队第一季》分列第九、第十。本周新综艺上线有待观察, 推理探案类综

艺热度稳定。(骨朵)

**网剧榜:**《千古玦尘》以高热度收官,《古董局中局之掠宝清单》上线即入榜。本周仙侠剧《千古玦尘》以 76.15 的热度继续霸榜,成为本周唯一一部热度破 70 的网剧作品,女性群像剧《北辙南辕》升至本周第二,热度值为 69.58,而争议不断的《你微笑时很美》排名第三,热度值为 65.01。相较上周,《不说再见》上升 2 位,排名本周第四,《云顶天宫》下降 2 位,排名第五,《你好,火焰蓝》上升一位,排名第六。新上映的《古董局中局之掠宝清单》跻身本周周榜第七。《陌生的恋人》《海上繁花》《变成你的那一天》继续出现在本周 TOP10 中。(骨朵)

**网影榜:**主旋律片《我们的新生活》热度夺冠,怪兽片两部同入榜。本周上映 3 天的《我们的新生活》空降本周周榜榜首,该片由申奥、包贝尔、姚婷婷、卢正雨、张栾五位 80 后导演执导,是一部由五个单元故事组成的现实题材喜剧电影。《狂鳄海啸》排名第二,热度值未破 50,为 48.32,《另类民兵葛二蛋》位居第三,热度值为 44.58。上映仅 1 天的《变种狂蜥》以 44.58 的热度跻身榜单第四。本周网络电影热度虽然较上周有所提升,但依旧表现较冷。(骨朵)

#### 4. 风险提示

剧集、综艺内容热度不及预期,政策监管趋严、行业竞争加剧。

# 信息披露

## 分析师与联系人简介

花小伟，德邦证券研究所副所长，董事总经理，大消费组长，食饮和轻工首席分析师。十年卖方大消费经验，曾任职于中国银河证券，中信建投证券；曾率队获 2015 年轻工消费新财富最佳分析师第 5 名；2016 年轻工消费新财富第 4 名，2016 年水晶球第 2 名，金牛奖第 4 名；2017 年轻工消费新财富最佳分析师第 3 名，水晶球第 2 名，保险资管（IAMAC）最受欢迎卖方轻工第 1 名；2018 年轻工消费新财富最佳分析师第 3 名，水晶球第 2 名，Wind 金牌分析师第 1 名，IAMAC 第 2 名；2019 年获轻工《财经》最佳分析师第 2 名，Wind 金牌分析师第 3 名，水晶球第 4 名，新浪金麒麟分析师第 4 名，等等。

崔世峰，南京大学硕士，曾任职于东吴证券传媒互联网组，2019 及 2020 年新财富第二团队成员；曾任职于浙商基金权益投资部。

## 分析师声明

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告所采用的数据和信息均来自市场公开信息，本人不保证该等信息的准确性或完整性。分析逻辑基于作者的职业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

## 投资评级说明

1. 投资评级的比较和评级标准：	类别	评级	说明
以报告发布后的 6 个月内的市场表现为比较标准，报告发布日后 6 个月内的公司股价（或行业指数）的涨跌幅相对同期市场基准指数的涨跌幅；	股票投资评级	买入	相对强于市场表现 20%以上；
		增持	相对强于市场表现 5%~20%；
		中性	相对市场表现在-5%~+5%之间波动；
		减持	相对弱于市场表现 5%以下。
2. 市场基准指数的比较标准： A 股市场以上证综指或深证成指为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以标普 500 或纳斯达克综合指数为基准。	行业投资评级	优于大市	预期行业整体回报高于基准指数整体水平 10%以上；
		中性	预期行业整体回报介于基准指数整体水平-10%与 10%之间；
		弱于大市	预期行业整体回报低于基准指数整体水平 10%以下。

## 法律声明

本报告仅供德邦证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。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、价值及投资收入可能会波动。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。

市场有风险，投资需谨慎。本报告所载的信息、材料及结论只提供特定客户作参考，不构成投资建议，也没有考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。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。在法律许可的情况下，德邦证券及其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并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

本报告仅向特定客户传送，未经德邦证券研究所书面授权，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。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。如欲引用或转载本文内容，务必联络德邦证券研究所并获得许可，并需注明出处为德邦证券研究所，且不得对本文进行有悖原意的引用和删改。

根据中国证监会核发的经营证券业务许可，德邦证券股份有限公司的经营经营范围包括证券投资咨询业务。