

传媒互联网行业：上线迪家影视俱乐部能给腾讯带来什么？

2022 年 5 月 4 日

看好/维持

传媒

行业报告

走势概览：

本周（2022.4.18-2022.4.24），SW 传媒板块指数下跌 1.79%，上证指数下跌 1.29%，恒生科技指数上涨 11.76%，恒生中国企业指数上涨 4.68%，恒生指数上涨 2.18%，纳斯达克中国科技股指数上涨 9.71%。

重点事件跟踪：

腾讯视频上线迪家影视俱乐部，扩充海外内容。日前迪士尼中国方面宣布，迪家影视俱乐部正式在腾讯视频上线，用户可在该平台观看迪士尼电影、动画剧集、纪录片等内容，其中包括《复仇者联盟》、《钢铁侠》、《雷神》等漫威超级英雄系列电影。此外在相关活动规则中显示，用户观看迪士尼影视作品时可获得“星愿值”奖励，以用于兑换漫威相关奖品。

从长视频平台角度来看：1）腾讯视频与 HBO 从 2014 年开始合作，上线了《权力的游戏》《西部世界》等热门美剧，但因版权到期，2021 年 12 月 31 日 HBO 相关影片内容已下线；2）2021 年初以来，疫情反复影响影视内容制作进度，各大长视频平台或将面临一定的内容供给缺口，引进海外片源有助于长视频平台扩充内容库；3）与 Netflix、HBO 等平台相比，迪士尼平台大多为“合家欢”类型内容，更容易通过审核。而从迪士尼的角度来看，腾讯视频坐拥 4.5 亿月活用户及 1.24 亿付费会员，有助于其打开中国市场。

后续合作值得期待：爆款内容上线促进拉新，影迷生态强化用户粘性。从当前“迪家俱乐部”上线腾讯视频的片单来看，尚未与其他长视频平台如爱奇艺、芒果 TV 等形成显著的差异化，Disney+ 的王牌漫威衍生剧集等也未在腾讯视频上线，若后期这些剧集能够在腾讯视频独家上线，将有助于腾讯视频的会员拉新。同时，此次活动中还包括“星愿值”兑换奖励活动，有助于加强影迷生态建设，让用户在观影的同时提高会员身份认同感，提升用户粘性。此外，梳理腾讯与迪士尼以往的合作，其中包括 2018 年腾讯北极光工作室打造了《疯狂动物城：筑梦日记》手游等，若后续合作深化，腾讯有望扩充其爆款 IP 储备。

风险提示：监管政策变化，宏观经济大幅波动，行业增速不及预期，疫情反复对细分行业造成影响等。

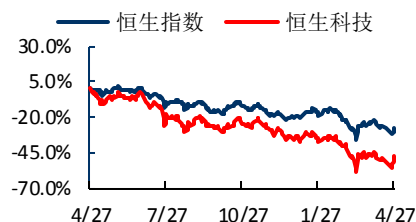
未来 3-6 个月行业大事：

无

行业基本资料

		占比%
股票家数	149	3.13%
重点公司家数	-	-
行业市值(亿元)	11419	1.43%
流通市值(亿元)	9756	1.58%
行业平均市盈率	24.14	--
市场平均市盈率	34.15	--

行业指数走势图



资料来源：iFinD，东兴证券研究所

分析师：石伟晶

021-25102907

shi_wj@dxzq.net.cn

执业证书编号：

S1480518080001

分析师：辛迪

010-66554013

xindi@dxzq.net.cn

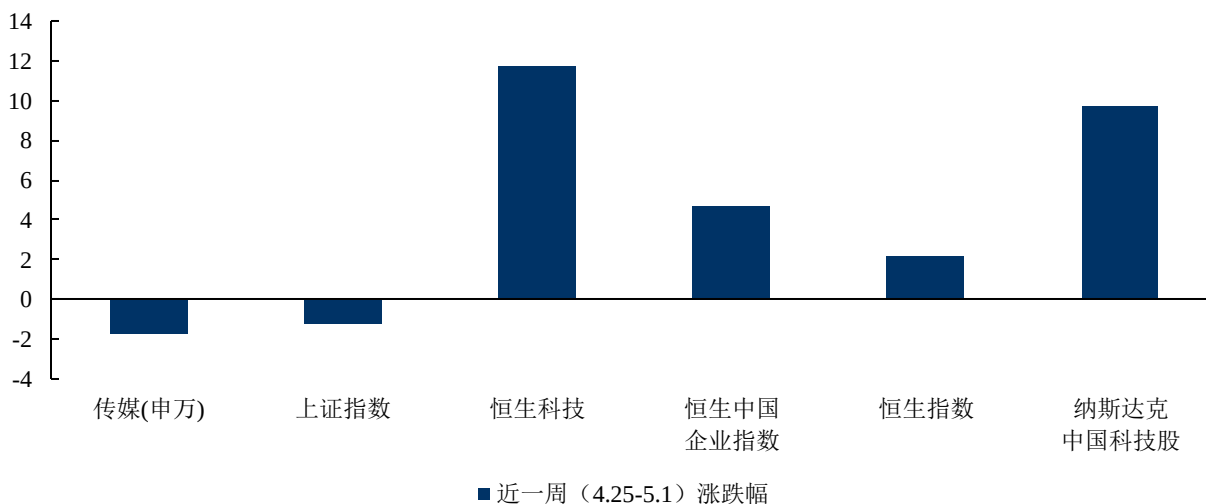
执业证书编号：

S1480521070008

1. 走势概览

本周(2022.4.18-2022.4.24), SW 传媒板块指数下跌 1.79%, 上证指数下跌 1.29%, 恒生科技指数上涨 11.76%, 恒生中国企业指数上涨 4.68%, 恒生指数上涨 2.18%, 纳斯达克中国科技股指数上涨 9.71%。

图1：重点指数周涨跌幅



资料来源：iFinD，东兴证券研究所

2. 重点事件跟踪及行业动态

2.1 重点事件跟踪

【腾讯视频上线迪家影视俱乐部】日前迪士尼中国方面宣布，迪家影视俱乐部正式在腾讯视频上线，用户可在该平台观看迪士尼电影、动画剧集、纪录片等内容，其中包括《复仇者联盟》、《钢铁侠》、《雷神》等漫威超级英雄系列电影。此外在相关活动规则中显示，用户观看迪士尼影视作品时可获得“星愿值”奖励，以用于兑换漫威相关奖品。

点评：

腾讯视频借助“迪家”扩充海外内容，符合双方利益诉求。从长视频平台角度来看：1) 腾讯视频与 HBO 从 2014 年开始合作，上线了《权力的游戏》《西部世界》等热门美剧，但因版权到期，2021 年 12 月 31 日 HBO 相关影片内容已下线；2) 2021 年初以来，疫情反复影响影视内容制作进度，各大长视频平台或将面临一定的内容供给缺口，引进海外片源有助于长视频平台扩充内容库；3) 与 Netflix、HBO 等平台相比，迪士尼平台大多为“合家欢”类型内容，更容易通过审核。而从迪士尼的角度来看，腾讯视频坐拥 4.5 亿月活用户及 1.24 亿付费会员，有利于其打开中国市场。

后续合作值得期待：爆款内容上线促进拉新，影迷生态强化用户粘性。从当前“迪家俱乐部”上线腾讯视频的片单来看，尚未与其他长视频平台如爱奇艺、芒果 TV 等形成显著的差异化，Disney+ 的王牌漫威衍生剧集

等尚未在腾讯视频上线，若后期这些剧集能够在腾讯视频独家上线，将有助于腾讯视频的会员拉新。同时，此次活动中还包括“星愿值”兑换奖励活动，有助于加强影迷生态建设，让用户在观影的同时提高会员身份认同感，提升用户粘性。此外，梳理腾讯与迪士尼以往的合作，其中包括 2018 年腾讯北极光工作室打造了《疯狂动物城：筑梦日记》手游，若后续合作深化，腾讯有望扩充其爆款 IP 储备。

2.2 行业动态

电商：

【美团优选暂停北京服务】4 月 25 日，美团优选在北京市场发布公告称，2022 年 4 月 26 日起，北京的自提点将暂时停止服务。公告显示，用户购买有效期内的省钱卡，于 4 月 25 日内按照购买价格全额原路退回，预计 1-3 天到账。对于暂停服务的原因，公告称是为了保障提供稳定可靠的次日达服务，不过美团优选客服并未给出重新恢复服务的计划和时间。

【快手电商宣布拿出 230 亿+流量扶持快品牌】4 月 25 日，快手电商发布“快品牌扶持计划”，将从流量红利、冷启动福利、产品特权、营销活动、专属服务等 5 个方面助力快品牌。流量方面将拿出超过 230 亿的流量助力快品牌成长。2022 年，快手电商计划扶持出 500 个快品牌。对于“快品牌”，官方给出的解释是快手电商生态里成长出来的一批重视粉丝服务的新势力商家，他们基于自有品牌，秉持“实在人、实在货、实在价”的经营理念，在直播间为粉丝提供高性价比的产品和服务。

【淘宝推出潮流家居平台“屋颜”布局本地家具选购服务】近日，一款名为“屋颜”的 App 在各大应用商店内上线，应用介绍显示，该产品由浙江淘宝网络有限公司开发，是阿里巴巴旗下直营精选家居品牌。据了解，“屋颜”App 融合了“种草+电商”的运营模式。具体是通过专业买手的线上笔记，为用户在购买家具商品上进行参考。目前，“屋颜”拥有 100+调性品牌、工厂品牌和屋颜自营品牌 homearch 家具、家纺、餐厨、饰品、大软、文创等商品。基本满足用户在家居商品上的购物需求。

【亚马逊：过去四年在亚马逊上完成品牌注册的中国卖家数量增长了 40 倍】亚马逊发布中国卖家品牌打造和跨境知识产权保护数据显示，93%的中国卖家表示在亚马逊全球站点上建立品牌非常重要，75%的中国卖家对在亚马逊上创建和提升品牌很有信心。与此同时，亚马逊相关数据显示，过去四年在亚马逊上完成品牌注册的中国卖家数量增长了 40 倍，14%亚马逊上的中国品牌已经在超过 5 个国家或地区拥有注册商标。

【深圳将通过美团、京东平台陆续发放 5 亿元消费券】4 月 28 日起，深圳将开始发放 5 亿元优惠券，持续推动扩大内需、促进消费，鼓励市民留深过节，做好疫情防控和经济社会发展“双统筹”。作为惠民惠企的重要举措，深圳将通过美团、京东平台，向深圳消费者陆续发放 5 亿元消费券，更好满足市民购物、美食、旅游等留深过节消费需求，在做好疫情防控的同时，促进各类消费有序恢复，营造安全、欢乐、祥和的留深过节氛围。

【5 倍备货、增员 7 成，美团全力以赴保供北京】据美团消息，当前，美团正配合政府的疫情防控政策，多措并举助力北京市保供。这些举措有：提升北京仓配能力，3 到 5 倍备货稳价；在政府有关部门指导下，美团配送在临时管控区内启动“内循环”式的独立外卖配送服务；优先保障特殊机构食材供应，开通线上 24 小时药店。其中包括启动“即时保供”专项行动。据介绍，美团买菜 4 月 24 日起北京订单配送时间延长至 24 点；自 4 月 25 日起，集中调度美团在北京地区的仓库和货物资源，美团优选在京仓库已转为买菜服务，部分人员也加入保供一线。美团买菜分拣人员已增加 70%，全面提升即时保供的服务能力。

【天猫、京东、抖音、快手四大平台 618 玩法新出炉】4 月末，天猫、京东、抖音、快手相继都推出了 2022 年 618 年中大促的一些规则与玩法、或趋势指南。具体如下：京东“618”活动分为种草期、预售期、开门红、场景期和高潮期五个阶段；“抖音 618 好物节”分为抢跑期及正式期两个阶段；快手“616 实在购物节”分为备战期和活动期两个阶段；阿里妈妈发布 2022 经营力关键词“平蓄促收，确定增长”暨 618 指导手册。

短视频：

【抖音内测听视频功能】抖音于近日测试了“听视频”功能，该功能可以让短视频放到特制的播放器内进行播放，并且锁屏或切换后台后，仍能继续听。根据测试图可以发现，在“听视频”的模式下，短视频会存在特制的播放器中，用户可以对短视频进行“定时”、“快进”、“快退”、“倍速”、“暂停”等操作，整个播放操作类似于音乐播放器。当用户切换相关音源时，只需对播放器中间的短视频左右滑动即可换成切换。

【知名律所合伙人担任字节跳动 CFO】4 月 25 日消息，字节跳动 CEO 梁汝波在内部全员信中宣布，全球知名律所世达国际律师事务所（Skadden）高级合伙人高准（Julie Gao）将加入字节跳动，担任首席财务官（CFO），其主要办公地点在香港和新加坡。去年 11 月，字节跳动调整公司组织架构，TikTok CEO 周受资不再兼任字节跳动 CFO 后，这一职位已空缺 5 个月。据悉，高准为 100 多家公司的上市和其他资本市场融资项目提供过法律服务，对象包括美团、京东、拼多多、小米等。她还为很多并购及私募项目提供法律服务，对象包括百度、字节跳动等。字节跳动收购 Musical.ly、沐瞳游戏公司，以及几轮私募股权融资，交易总额超过几十亿美元，相关过程均有高准的深度参与。

【唯品会或入局社区团购】据报道，唯品会在湖南株洲地区开启社区团购团长招募工作。如消息属实，唯品会将成为继滴滴、美团、拼多多、阿里、京东后，又一社区团购新玩家。

【央行上海总部：鼓励支付机构为“社区团购”等提供电子支付服务】日前，人民银行上海总部印发《关于进一步做好金融支持疫情防控和经济社会发展工作的指导意见》（以下简称《指导意见》），指出，鼓励银行业金融机构、非银行支付机构创新产品和服务，为“社区团购”等提供安全、高效的电子支付服务。

直播：

【快手上线“快手暴汗健身房”活动】4 月 27 日，快手正式上线“快手暴汗健身房”活动，邀请任子威、隋文静、韩聪等 10 余位奥运冠军、知名运动员，与魔鬼七月、Rosie 的瑜伽乐园等 20 余位健身达人开启连续 35 天的健身课程，带领广大网友了解专业科学的健身知识，培养良好健身习惯，收获健康好身材。

【抖音：第三次小范围测试付费直播】4 月 20 日，一位拥有 60 万粉丝的音乐博主，在抖音开启付费直播，即用户只可免费观看 2 分钟，之后需支付相应观看费用（抖币），该场直播大约有 10000 人同时在线观看。据接近字节跳动的内部人士透露，此次付费直播间尚处于小范围测试阶段，仍未大规模应用。这已经是从去年开始，抖音对于付费直播的第三次尝试，前两次分别为明星演唱会及播间付费连麦。

【美团直播助手软件已获登记批准】美团近日上架了“美团直播助手”产品。该产品是美团官方为商家和达人提供的免费开播工具，主播可以通过 App 随时开播。“美团直播助手”iOS 及 Android 版本软件著作权已于 4 月 12 日获得登记批准，作者人为北京三快科技有限公司，当前版本号分别为 V1.0.2 和 V1.0.4。

云计算：

【华为云：已建设40多个工业互联网创新中心 帮助1.7万家制造企业数字化转型】第19届华为全球分析师大会于4月26-27日在深圳召开。在“深耕数字化，一切皆服务”主题论坛上，华为云全球Marketing与销售服务总裁石冀琳公布，华为云已建设了40多个工业互联网创新中心，帮助1.7万家制造企业数字化转型。石冀琳表示，2021年，华为云保持快速增长，在政企和工业互联网双赛道持续突破，价值客户增长59%，存量客户每用户平均收入增长33%，云市场交易额增长105%。在政企市场，华为云已服务600多个政务云，帮助超过35个城市政务云升级到云原生。此外，华为云已服务中国六大银行、全部12家股份制商业银行以及Top5保险机构，同时还服务了超过30个智慧机场。2022年，华为云将在基础设施即服务、技术即服务、经验即服务上持续加强投入，践行“一切皆服务”战略。

【IDC：2021年全球云计算市场超900亿美元，阿里云市场份额排名全球第三】4月27日，行业研究机构IDC发布2021年全球云计算追踪数据，2021年全球云计算IaaS市场规模增长至913.5亿美元，同比增长35.64%，全球前三名云厂商依次为亚马逊、微软、阿里云，其中阿里云以7.4%份额位居全球第三。谷歌云、IBM分列第四、五名，其中IBM份额较2020年小幅收缩至3.1%。2021年IaaS市场前五名排名与2020年保持一致，累积市场份额从去年的76.96%微升至77.38%。

数字音乐：

【网易云音乐起诉腾讯音乐侵权，构成不正当竞争】4月27日，网易云音乐官方微博、微信公众号发布起诉腾讯音乐不正当竞争的声明。声明指出，网易云音乐已就腾讯音乐娱乐集团（含QQ音乐、酷我音乐、酷狗音乐等产品）的部分不正当竞争行为正式提起诉讼。网易云音乐在声明中列举了腾讯音乐娱乐多项不正当竞争行为，主要包括恶意侵犯歌曲著作权，及抄袭产品设计、产品功能、创新机制等两部分。

数字阅读：

【《2021年度中国数字阅读报告》发布】4月23日，由中宣部出版局指导，中国音像与数字出版协会、浙江省委宣传部主办，中国音数协数字阅读工作委员会、中国移动咪咕数字传媒有限公司承办的首届全民阅读大会数字阅读分论坛暨第八届数字阅读年会如期举行，会上发布了《2021年度中国数字阅读报告》，《报告》显示，2021年中国数字阅读产业总体规模达415.7亿元，增长率达18.23%；截止2021年底上架作品约3446.86万部，较2020年的3103.6万部增长11.06%，其中网络文学作品约3204.62万部，远超其他作品形式。用户规模层面，2021数字阅读用户规模达5.06亿，增长率为2.43%；人均电子阅读量为11.58本。随着用户对内容品质要求不断提升，其对知识付费的主动性也愈发提高。数字阅读用户已养成成熟的付费习惯，2021年92.17%的用户曾为数字阅读付费，且付费最多的阅读形式为电子阅读，占比60.07%。

社区社交：

【中央网信办部署开展“清朗·网络暴力专项治理行动”】为有效防范和解决网络暴力问题，切实保障广大网民合法权益，近日，中央网信办就加强网络暴力治理进行专门部署，要求网站平台认真抓好集中整治，建立健全长效机制，确保治理工作取得扎实成效。中央网信办有关负责人表示，这次“清朗·网络暴力专项治

理行动”主要聚焦网络暴力易发多发、社会影响力大的 18 家网站平台，包括新浪微博、抖音、百度贴吧、知乎等，通过建立完善监测识别、实时保护、干预处置、溯源追责、宣传曝光等措施，进行全链条治理。

各平台响应如下：新浪微博表示将不断加大对言论攻击及网络暴力等行为的排查处置力度；抖音宣布将优化私信功能规则：限制陌生人私信频次，强化涉网暴内容过滤；微信平台将开展“清朗·网络暴力专项治理行动”。

【微信公众平台发布公告即将展示用户 IP 属地】4 月 29 日，微信公众平台发布公告即将展示用户 IP 属地。据公众号“微信珊瑚安全”公告显示，为维护网络传播秩序，进一步打击仿冒搬运、造谣传谣等行为，微信公众平台将显示用户发布内容时的 IP 属地，境内帐号展示到省（自治区、直辖市），境外帐号展示到国家（地区），帐号 IP 属地以运营商提供信息为准，用户暂时无法主动开启或关闭相关展示。

其他：

【中共中央政治局：提出对平台经济常态化监管】中共中央政治局 4 月 29 日下午就依法规范和引导我国资本健康发展进行第三十八次集体学习。中共中央总书记习近平在主持学习时强调，必须深化对新的时代条件下我国各类资本及其作用的认识，规范和引导资本健康发展，发挥其作为重要生产要素的积极作用。本次政治局会议指出，要及时回应市场关切，稳步推进股票发行注册制改革，积极引入长期投资者，保持资本市场平稳运行。要促进平台经济健康发展，完成平台经济专项整改，实施常态化监管，出台支持平台经济规范健康发展的具体措施。

【腾讯控股：根据股份奖励计划发行 1079.5356 万股】腾讯控股 4 月 28 日在港交所公告，根据于 2013 年 11 月 13 日及 2019 年 11 月 25 日采纳的股份奖励计划于 2022 年 4 月 28 日发行 1079.5356 万股新股份。

（来源：金融界、36 氪、光明网、TechWeb、iFinD、晚点财经、财联社）

3. 重点标的估值和盈利预测

表1：重点港股、中概股及海外互联网龙头盈利预测

代码	公司名称	股价	市值	收入（亿元）			归母净利润（亿元）		
		原币种	（RMB）	21	22E	23E	21	22E	23E
社交&内容									
0700. HK	腾讯控股	340. 6	26, 958	5, 613	6, 305	7, 259	2, 248	1, 627	1, 862
1024. HK	快手-W	59. 3	2, 083	821	1, 014	1, 272	-781	-191	-61
9626. HK	哔哩哔哩-SW	169. 9	542	194	263	348	-67. 89	-68	-51
9898. HK	微博-SW	167. 5	336	144	157	170	27. 31	34	41
9999. HK	网易-S	137. 3	3, 906	876	1, 013	1, 152	168. 57	182	212
电商									
3690. HK	美团-W	141. 4	7, 198	1791	2, 314	3, 031	-235	-132	36
9618. HK	京东集团-SW	208. 4	5, 331	9516	11, 362	13, 345	-36	90	169

9988.HK	阿里巴巴-SW	86.7	15,473	8571*	9,716	11,038	913*	1,089	1,321
PDD.O	拼多多	34.7	2,812	939	1,201	1,473	78	142	270
海外互联网龙头									
FB.O	脸书 (META PLATFORMS)	184.1	32,371	7,519	8,683	9,959	2,510	2,250	2,655
AMZN.O	亚马逊 (AMAZON)	2887.0	94,894	29,954	36,251	42,339	2,127	1,728	2,665
GOOGL.O	谷歌 (ALPHABET)-A	2392.7	102,151	16,426	19,936	22,926	4,848	5,172	5,994
CRM.N	赛富时 (SALESFORCE)	171.4	10,963	1,689	2,131	2,482	93	93	99

资料来源：Wind 一致预期，彭博一致预期，东兴证券研究所，2021 年带*为预测值

表2：重点港股、中概股及海外互联网龙头估值情况

代码	公司名称	股价	市值	PE			PS		
		原币种	(RMB)	21	22E	23E	21	22E	23E
社交&内容									
0700. HK	腾讯控股	340. 6	26, 958	12	17	14	4. 8	4. 3	3. 7
1024. HK	快手-W	59. 3	2, 083	-	-	-	2. 5	2. 1	1. 6
9626. HK	哔哩哔哩-SW	169. 9	542	-	-	-	2. 8	2. 1	1. 6
9898. HK	微博-SW	167. 5	336	12	10	8	2. 3	2. 1	2. 0
9999. HK	网易-S	137. 3	3, 906	23	22	18	4. 5	3. 9	3. 4
电商									
3690. HK	美团-W	141. 4	7, 198	-	-	200	4. 0	3. 1	2. 4
9618. HK	京东集团-SW	208. 4	5, 331	-	59	32	0. 6	0. 5	0. 4
9988. HK	阿里巴巴-SW	86. 7	15, 473	17*	14	12	1. 8*	1. 6	1. 4
PDD. 0	拼多多	34. 7	2, 812	36	20	10	3. 0	2. 3	1. 9
海外互联网龙头									
FB. 0	脸书 (META PLATFORMS)	184. 1	32, 371	13	14	12	4. 3	3. 7	3. 3
AMZN. 0	亚马逊 (AMAZON)	2887. 0	94, 894	45	55	36	3. 2	2. 6	2. 2
GOOGL. 0	谷歌 (ALPHABET) -A	2392. 7	102, 151	21	20	17	6. 2	5. 1	4. 5
CRM. N	赛富时 (SALESFORCE)	171. 4	10, 963	118	118	111	6. 5	5. 1	4. 4

资料来源：Wind 一致预期，彭博一致预期，东兴证券研究所，2021 年带*为预测值

4. 风险提示

监管政策变化，宏观经济大幅波动，行业增速不及预期，疫情反复对细分行业造成影响等。

相关报告汇总

报告类型	标题	日期
公司深度报告	美团系列研究之 2-精细打磨供应链，社区电商业务进入新征程	2022-03-23
公司深度报告	腾讯控股 2004 年-2022 年复盘：当下股价处于第 5 次震荡期，微信与腾讯云奠定未来成长价值	2022-03-18
公司深度报告	途虎养车：线上线下一体化平台，汽车服务市场新龙头	2022-03-01
公司深度报告	喜马拉雅：IoT 助力流量稳定增长，三轮驱动变现效率加速提升	2022-02-28
公司深度报告	美团系列研究之 1-三维度提升外卖履约效率，降低骑手依赖度	2022-02-19
公司普通报告	中概互联网复盘系列报告之 4-声网 2021 年复盘：“双减政策”影响短期增速，中长期成长性无虞	2022-01-21
公司普通报告	中概互联网复盘系列报告之 3-腾讯控股 2021 年复盘：股价韧性强于市，强监管无碍微信价值	2022-01-18
公司普通报告	中概互联网复盘系列报告之 2-拼多多 2021 年复盘：GMV 增长遭遇挑战，但长期增长模式有望转变	2022-01-13
公司普通报告	中概互联网复盘系列报告之 1-快手 2021 年复盘：危机洗礼后，组织效率提升	2022-01-12
公司普通报告	腾讯 2022 年微信公开课点评：微信生态日益丰满，搜一搜为最大看点	2022-01-14
公司普通报告	腾讯控股：分红事件有望成为公司市场预期转好拐点	2021-12-26
行业深度报告	腾讯系列研究之 7-腾讯专题：微信的本质价值是分发	2021-12-21
行业深度报告	腾讯系列研究之 6- 腾讯专题：2018—2019，为何错过短视频？	2021-11-11
行业深度报告	腾讯系列研究之 5-社交网络专题：抖音、快手是社区还是社交网络？	2021-09-13
行业深度报告	腾讯系列研究之 4-金融科技行业报告：蚂蚁集团支付业务三个维度领先腾讯财付通	2020-09-14
行业深度报告	腾讯系列研究之 3-短视频行业报告：视频号为何能迅速突破“快抖”封锁	2020-08-25
公司深度报告	腾讯系列研究之 2-腾讯控股：微信生态孕育庞大广告市场	2020-06-17
行业深度报告	腾讯系列研究之 1：微信小程序：下一个十年，下一个入口，进入万物互联时代	2018-04-15
行业深度报告	传媒系列报告之 26-小红书：优质 UGC 电商生态，内容、用户、变现多维提升	2021-08-20
行业深度报告	传媒系列报告之 25-数字营销产业：中小厂商如何突围？出海与技术创新是关键	2021-08-04
行业深度报告	传媒系列报告之 24-数字音频产业商业模式之辨：流量、会员、版权	2021-07-15
行业深度报告	传媒系列报告之 23-快手达人播，抖音品牌播，共击十万亿增量市场	2021-05-09
行业深度报告	传媒系列报告之 22-长视频行业：TVB 兴衰 50 年对国内长视频平台的启示	2021-04-02
行业深度报告	传媒系列报告之 21-游戏行业：短视频买量渠道崛起，游戏研发商乘势而上	2021-02-04
公司深度报告	传媒系列报告之 20-快手科技：格局确立，电商冲锋	2021-01-21
公司深度报告	传媒系列报告之 19-快手科技：社交筑垒，百亿冲锋	2020-12-19
公司深度报告	传媒系列报告之 18-分众传媒：新模式，新估值	2020-10-29
公司深度报告	传媒系列报告之 17-芒果超媒如何进化？	2020-10-20

报告类型	标题	日期
行业深度报告	传媒系列报告之 16-金融科技行业报告：蚂蚁集团支付业务三个维度领先腾讯财付通	2020-09-14
行业深度报告	传媒系列报告之 15-短视频行业报告：视频号为何能迅速突破“快抖”封锁	2020-08-25
公司深度报告	传媒系列报告之 14-字节跳动：征途是星辰大海，坚守全球化愿景	2020-08-07
公司深度报告	传媒系列报告之 13-中国出版：百年商务印书馆价值几何	2020-07-27
公司深度报告	传媒系列报告之 12-爱奇艺：中国奈飞，盈利不难	2020-07-20
公司深度报告	传媒系列报告之 11-掌阅科技：卡位长音频赛道，稀缺性助推估值	2020-07-02
公司深度报告	传媒系列报告之 10-腾讯控股：微信生态孕育庞大广告市场	2020-06-17
公司深度报告	传媒系列报告之 9-网易游戏：520 产品发布会展现年轻化战略	2020-06-03
行业深度报告	传媒系列报告之 8-网红经济商业模式合集：模式创新驱动 MCN 提升变现规模与效率	2020-05-26
公司深度报告	传媒系列报告之 7-分众传媒：主营走出最难时刻，竞争格局压制估值	2020-05-17
行业深度报告	传媒系列报告之 6-网红经济：渐具马太效应，平台占据优势	2020-05-10
行业深度报告	传媒系列报告之 5-出版产业：互联网催生新业态，新业态带来新活力	2020-05-08
公司深度报告	传媒系列报告之 4-掌阅科技：精细化运营内容与流量，打造第二增长曲线	2020-04-25
行业深度报告	传媒系列报告之 3-中国云游戏商业模式在哪里	2020-02-21
公司深度报告	传媒系列报告之 2-光线传媒：艺术科技结合体，估值对标皮克斯	2019-12-13
行业深度报告	传媒系列报告之 1-电视游戏行业深度报告：旧娱乐，新风尚，大市场	2019-11-26

资料来源：东兴证券研究所

分析师简介

分析师：石伟晶

传媒与互联网行业高级分析师，上海交通大学工学硕士。6 年证券从业经验，2018 年加入东兴证券研究所。2019 年新浪金麒麟传媒行业新锐分析师。以腾讯为核心跟踪内容互联网行业发展趋势，覆盖社区社交、网游、短视频、长视频、直播、音乐及有声书等内容赛道；以美团为核心跟踪生活服务互联网发展趋势，覆盖餐饮外卖、旅游住宿、汽车服务等生活服务赛道。

分析师：辛迪

中央财经大学经济统计学硕士，本科毕业于中央财经大学金融数学专业，2019 年加入东兴证券研究所。以腾讯为研究核心，跟踪腾讯各块业务进展及竞争对手情况，覆盖网络社区、短视频、长视频、数字阅读等行业；以美团为核心跟踪生活服务互联网发展趋势，覆盖餐饮外卖、旅游住宿等生活服务赛道。

分析师承诺

负责本研究报告全部或部分内容的每一位证券分析师，在此申明，本报告的观点、逻辑和论据均为分析师本人研究成果，引用的相关信息和文字均已注明出处。本报告依据公开的信息来源，力求清晰、准确地反映分析师本人的研究观点。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也不会与本报告中的具体推荐或观点直接或间接相关。

风险提示

本证券研究报告所载的信息、观点、结论等内容仅供投资者决策参考。在任何情况下，本公司证券研究报告均不构成对任何机构和个人的投资建议，市场有风险，投资者在决定投资前，务必要审慎。投资者应自主作出投资决策，自行承担投资风险。

免责声明

本研究报告由东兴证券股份有限公司研究所撰写，东兴证券股份有限公司是具有合法证券投资咨询业务资格的机构。本研究报告中所引用信息均来源于公开资料，我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。我们已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，报告中的信息或意见并不构成所述证券的买卖出价或征价，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。

我公司及报告作者在自身所知情的范围内，与本报告所评价或推荐的证券或投资标的的存在法律禁止的利害关系。在法律许可的情况下，我公司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头寸并进行交易，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。本报告版权仅为我公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发，需注明出处为东兴证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

本研究报告仅供东兴证券股份有限公司客户和经本公司授权刊载机构的客户使用，未经授权私自刊载研究报告的机构以及其阅读和使用者应慎重使用报告、防止被误导，本公司不承担由于非授权机构私自刊发和非授权客户使用该报告所产生的相关风险和法律责任。

行业评级体系

公司投资评级（A股市场基准为沪深 300 指数，香港市场基准为恒生指数）：

以报告日后的 6 个月内，公司股价相对于同期市场基准指数的表现为标准定义：

强烈推荐：相对强于市场基准指数收益率 15% 以上；

推荐：相对强于市场基准指数收益率 5%~15% 之间；

中性：相对于市场基准指数收益率介于-5%~+5% 之间；

回避：相对弱于市场基准指数收益率 5% 以上。

行业投资评级（A股市场基准为沪深 300 指数，香港市场基准为恒生指数）：

以报告日后的 6 个月内，行业指数相对于同期市场基准指数的表现为标准定义：

看好：相对强于市场基准指数收益率 5% 以上；

中性：相对于市场基准指数收益率介于-5%~+5% 之间；

看淡：相对弱于市场基准指数收益率 5% 以上。

东兴证券研究所

北京

西城区金融大街 5 号新盛大厦 B 座 16 层

邮编：100033

电话：010-66554070

传真：010-66554008

上海

虹口区杨树浦路 248 号瑞丰国际大厦 5 层

邮编：200082

电话：021-25102800

传真：021-25102881

深圳

福田区益田路 6009 号新世界中心 46F

邮编：518038

电话：0755-83239601

传真：0755-23824526