

传媒互联网行业周报：市场偏好带来波动，面向中线无需悲观

投资评级 **领先大市-A**
维持评级

首选股票 目标价 评级

■**上市公司重要变化**：【乐视网】乐视体育7月27日全球首发；因筹划非公开发行股票事项28日起停牌；【百视通】中国电信成为Xbox One 运营商独家合作伙伴，于今年9月开卖；【光线传媒】非公开发行股票申请材料获得受理；《四大名捕3》定档8月22日；【华录百纳】《女神的新衣》定档东方卫视，8月23日起每周六晚21:00黄金档播出；【凤凰传媒】出资4004.14万元专项投资天翼阅读文化传播有限公司，增资后持有5.967%股权；【博瑞传播】14H1净利润1.57亿元，同比下降-12.79%；【中文传媒】预计上半年净利润同比增长25-35%；【利欧股份】14H1净利润1.25亿元，同比增长165.25%；【骅威股份】拟发行股份及支付现金并募集配套资金购买其持有的第一波剩余80%股权，交易价额8.06亿元，第一波承诺14-16年度扣非净利润分别不低于8,000万元、1.04亿元和1.3亿元；【省广股份】14H1净利润1.64亿元，同比增长48.72%，与荣之联签订《战略合作框架协议》，使用自有资金收购广州中懋55%股权和尚道公司25%的股权；

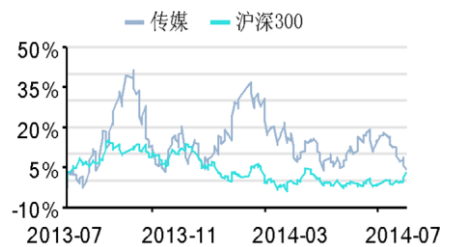
■**行业要闻**：【重大融资并购】巨人网络宣布完成私有化交易；【游戏】阿里数娱获Gameloft旗下游戏《近地联盟先遣队3》和《冰川时代·村庄》授权；腾讯获《火影忍者》手游独家改编权；【影视】IMAX与上影签订重要合作协议将新增19家影院；【移动互联网】工信部将深入开展整治利用APP传播淫秽色情信息相关工作；广点通正式接入腾讯新闻客户端；【互联网金融】阿里联手7大银行推无抵押贷款，最高授信1000万；天猫推出大额汽车信贷业务；【电商】中国电信委托京东独家首发天翼4G共20万个号码。

■**走势回顾**：上周传媒板块指数下跌-1.05%，上证综指和深证成指分别上涨3.28%和4.39%，创业板指同期下跌-1.54%。板块涨幅前三分别是乐视网(12.68%)、华闻传媒(7.45%)和远东股份(5.19%)，涨幅后三分别是人民网(-11.00%)、蓝色光标(-9.95%)和利欧股份(-9.47%)。

■**安信策略**：结合基本面和催化剂，今年传媒投资强调灵活，波动中灵活操作，建议关注：乐视网、东方财富、顺荣股份、顺网科技、人民网、华录百纳、奥飞动漫、光线传媒、华策影视、科冕木业、游族网络、互动娱乐、华谊嘉信、蓝色光标、省广股份、新文化、华谊兄弟(停牌华策影视 掌趣科技 联建光电)

■**风险提示**：宏观经济整体影响，板块估值较高，政策支持不确定性。

行业表现



资料来源：Wind 资讯

%	1M	3M	12M
相对收益	-13.17	-5.52	4.53
绝对收益	-7.21	-1.25	5.55

文浩 分析师

SAC 执业证书编号：S1450514060001

衡昆 分析师

SAC 执业证书编号：S1450511020004

hengkun@essence.com.cn

010-66581658

许彬 分析师

SAC 执业证书编号：S1450514070001

xubin3@essence.com.cn

相关报告

传媒:传媒互联网行业周报: 2014-07-23

悲观情绪中寻找个股超跌机会

传媒:传媒互联网行业周报 2014-07-15

传媒:传媒互联网行业周报 2014-07-07

1. 市场回顾与一周策略

上周传媒板块指数下跌-1.05%，上证综指和深证成指分别上涨 3.28%和 4.39%，创业板指同期下跌-1.54%。板块涨幅前三分别是乐视网（12.68%）、华闻传媒（7.45%）和远东股份（5.19%），涨幅后三分别是人民网（-11.00%）、蓝色光标（-9.95%）和利欧股份（-9.47%）。

美国中概股最近一周涨幅前三为网秦（33.13%）、搜房网（20.38%）和百度（18.48%），涨幅后三为新东方（-20.46%）、酷6（-6.60%）和优酷土豆（-1.94%）。

港股最近一周涨幅前三为中国网络教育（20.97%）、汉传媒（12.31%）和壹传媒（10.00%），涨幅后三为云游控股（-11.70%）、中彩网通控股（-7.02%）和国际娱乐（-6.97%）。

本周传媒观点：

结合基本面和催化剂，今年传媒投资强调灵活，波动中灵活操作，建议关注：乐视网、东方财富、顺荣股份、顺网科技、人民网、华录百纳、奥飞动漫、光线传媒、华策影视、科冕木业、游族网络、互动娱乐、华谊嘉信、蓝色光标、省广股份、新文化、华谊兄弟。（停牌华策影视 掌趣科技 联建光电）

此外关注我们挖掘有志于借助互联网完成跨越发展的煤炭供应链公司瑞茂通，以及积极从旅游扩张延展综合文化集团的宋城演艺。

国企改革板块：浙报传媒、华闻传媒、中文传媒、歌华有线、凤凰传媒、粤传媒

表 1：传媒行业上市公司最近一周重点数据

证券代码	证券简称	周前收盘价(元)	周收盘价(元)	周涨跌幅%	周换手率%	预测 2013 年 PE	总市值(亿元)	流通 A 股 占总股本 比例%	周成交额(亿元)	周成交(万股)
300104.SZ	乐视网	32.65	36.79	12.68	19.55	107.70	309.47	56.64	33.13	9,318
000793.SZ	华闻传媒	11.68	12.55	7.45	8.91	0.00	231.71	73.63	14.73	12,116
000681.SZ	远东股份	19.85	20.88	5.19	10.12	0.00	139.89	21.15	2.99	1,434
002280.SZ	新世纪	26.32	27.48	4.41	25.62	0.00	29.40	54.07	4.16	1,482
002354.SZ	科冕木业	38.45	39.71	3.28	5.18	0.00	37.13	69.85	1.32	339
000917.SZ	电广传媒	15.67	16.09	2.68	12.21	0.00	228.08	49.42	13.56	8,553
601801.SH	皖新传媒	13.20	13.52	2.42	2.39	0.00	123.03	100.00	2.91	2,179
002174.SZ	游族网络	44.91	45.78	1.94	7.67	68.95	126.22	30.08	2.88	636
600386.SH	北巴传媒	9.09	9.26	1.87	5.76	0.00	37.34	100.00	2.10	2,323
300113.SZ	顺网科技	24.43	24.83	1.64	10.32	27.62	72.11	58.67	4.41	1,759
600831.SH	广电网络	7.84	7.95	1.40	6.48	0.00	44.79	100.00	2.86	3,649
300226.SZ	上海钢联	33.52	33.96	1.31	14.98	132.76	52.98	85.79	6.76	2,004
600255.SH	鑫科材料	8.88	8.99	1.24	2.83	-112.52	56.23	71.86	1.13	1,274
002315.SZ	焦点科技	41.47	41.94	1.13	5.25	0.00	49.28	50.39	1.28	311
601928.SH	凤凰传媒	8.81	8.86	0.57	7.30	0.00	225.48	25.89	4.26	4,812
600088.SH	中视传媒	14.33	14.37	0.28	3.49	38.42	47.63	100.00	1.64	1,157
600037.SH	歌华有线	10.19	10.21	0.20	3.87	30.63	108.27	100.00	4.16	4,099
002619.SZ	巨龙管业	23.06	23.10	0.17	16.34	68.81	28.08	46.79	2.14	929
300269.SZ	联建光电	31.75	31.75	0.00	0.00	0.00	54.99	33.63	0.00	0
600757.SH	长江传媒	8.85	8.85	0.00	0.00	0.00	107.41	28.85	0.00	0
002502.SZ	骅威股份	12.83	12.83	0.00	0.00	44.06	36.13	55.93	0.00	0
600832.SH	东方明珠	10.98	10.98	0.00	0.00	59.06	349.86	100.00	0.00	0
300133.SZ	华策影视	29.16	29.16	0.00	0.00	61.66	188.62	66.12	0.00	0

300315.SZ	掌趣科技	15.83	15.83	0.00	0.00	51.97	205.41	42.00	0.00	0
600637.SH	百视通	32.03	31.99	0.00	0.00	50.87	356.28	75.02	0.00	0
601999.SH	出版传媒	7.25	7.24	-0.14	2.43	0.00	39.89	100.00	0.96	1,336
000665.SZ	湖北广电	11.75	11.71	-0.34	6.24	0.00	45.52	48.86	1.38	1,184
002238.SZ	天威视讯	12.66	12.60	-0.47	2.46	29.91	40.37	100.00	0.98	788
600158.SH	中体产业	8.76	8.71	-0.57	11.41	66.79	73.49	77.93	6.47	7,504
600633.SH	浙报传媒	12.14	12.06	-0.66	10.79	14.58	143.31	48.70	7.54	6,247
002633.SZ	中科股份	22.30	22.15	-0.67	41.63	0.00	33.23	41.65	5.79	2,601
600180.SH	瑞茂通	11.16	11.05	-0.99	5.84	21.72	97.05	29.41	1.67	1,509
300071.SZ	华谊嘉信	13.31	13.16	-1.13	11.52	33.71	45.85	63.79	3.27	2,560
600551.SH	时代出版	16.16	15.76	-1.18	4.71	23.66	79.72	100.00	3.75	2,383
002181.SZ	粤传媒	14.34	14.15	-1.32	12.86	32.28	102.68	30.04	4.04	2,803
002143.SZ	高金食品	17.22	16.99	-1.34	33.15	0.00	35.45	50.52	6.17	3,494
002329.SZ	皇氏乳业	15.37	15.16	-1.37	16.51	72.92	32.44	47.54	2.62	1,680
000156.SZ	华数传媒	28.36	27.92	-1.55	16.01	0.00	320.15	6.13	3.17	1,126
002400.SZ	省广股份	20.61	20.28	-1.60	6.59	27.54	117.27	89.35	6.71	3,405
601929.SH	吉视传媒	10.79	10.56	-2.13	3.36	0.00	155.01	59.01	3.07	2,907
300059.SZ	东方财富	10.18	9.95	-2.26	12.26	588.76	120.36	75.73	11.36	11,233
300027.SZ	华谊兄弟	21.95	21.43	-2.37	9.06	39.16	265.23	65.62	15.80	7,358
000719.SZ	大地传媒	12.24	11.95	-2.37	13.47	0.00	52.55	24.22	1.70	1,435
600825.SH	新华传媒	8.10	7.90	-2.47	3.72	69.36	82.55	100.00	3.07	3,887
601098.SH	中南传媒	13.55	13.21	-2.51	2.61	21.54	237.25	100.00	6.31	4,692
300130.SZ	新国都	31.22	30.41	-2.59	6.62	0.00	34.76	55.65	1.29	421
002095.SZ	生意宝	20.17	19.64	-2.63	2.77	0.00	41.36	99.31	1.14	580
600373.SH	中文传媒	12.43	12.10	-2.65	4.91	11.62	143.47	100.00	7.16	5,818
000607.SZ	华智控股	8.35	8.11	-2.87	8.43	0.00	39.56	100.00	3.37	4,112
000673.SZ	当代东方	14.55	14.11	-3.02	5.02	0.00	29.36	100.00	1.49	1,045
300052.SZ	中青宝	26.01	25.20	-3.11	8.61	126.00	65.52	100.00	5.75	2,238
600880.SH	博瑞传播	10.47	10.14	-3.15	14.57	19.73	110.86	60.60	9.79	9,650
002711.SZ	欧浦钢网	35.87	34.54	-3.71	17.91	0.00	51.81	25.02	2.34	672
002712.SZ	思美传媒	46.08	44.30	-3.86	17.24	0.00	37.80	25.00	1.66	368
002071.SZ	长城影视	19.90	19.13	-3.87	6.34	0.00	100.51	34.29	2.22	1,142
300148.SZ	天舟文化	17.46	16.78	-3.89	10.22	0.00	59.06	32.81	2.02	1,180
300336.SZ	新文化	23.66	22.73	-3.93	13.09	0.00	43.64	38.54	2.23	968
002292.SZ	奥飞动漫	33.00	31.68	-4.00	5.76	0.00	198.10	51.28	5.95	1,848
300028.SZ	金亚科技	12.11	11.60	-4.21	22.89	0.00	30.89	78.51	5.72	4,785
300144.SZ	宋城演艺	25.03	23.97	-4.23	4.24	45.01	133.70	35.06	2.01	829
002555.SZ	顺荣股份	44.00	42.11	-4.30	8.17	0.00	56.43	43.96	2.05	481
002113.SZ	天润控股	15.91	15.21	-4.40	26.87	0.00	18.01	100.00	5.03	3,182
002261.SZ	拓维信息	18.15	17.34	-4.46	13.60	109.75	68.81	65.79	6.21	3,552
002445.SZ	中南重工	14.75	14.07	-4.61	5.86	64.51	35.48	99.41	2.05	1,470
300295.SZ	三五五网	92.37	87.88	-4.86	21.25	0.00	46.88	47.27	4.74	536
002290.SZ	禾盛新材	13.20	12.54	-5.00	6.15	0.00	26.42	62.83	1.04	814
300291.SZ	华录百纳	30.80	29.20	-5.19	9.82	25.71	77.09	55.00	4.28	1,426
300251.SZ	光线传媒	18.63	17.33	-6.98	18.50	23.86	175.50	28.13	9.34	5,270
300043.SZ	互动娱乐	15.21	14.11	-7.23	18.39	27.46	79.80	33.18	5.06	3,451
002131.SZ	利欧股份	22.06	19.97	-9.47	8.86	80.65	74.44	48.45	3.32	1,601
300058.SZ	蓝色光标	23.12	20.82	-9.95	12.66	22.74	200.87	55.98	14.32	6,714
603000.SH	人民网	35.53	31.62	-11.00	17.49	0.00	174.81	40.34	12.87	3,901

数据来源: wind、安信证券研究中心

● 美股近期概况

表 2: 传媒互联网美国中概股最近一周重点数据

表 3: 证券代码	证券简称	周前收盘价(美元)	周收盘(美元)	周涨跌幅%	周换手率%	总市值(亿美元)	周成交(万股)
NQ.N	网秦	5.01	6.67	33.13	195.63	3.22	5,326
SFUN.N	搜房网	10.06	12.11	20.38	19.83	49.59	5,709
BIDU.O	百度	191.17	226.50	18.48	11.13	794.13	3,067
EJ.N	易居中国	9.70	11.43	17.84	12.43	15.76	1,714
JMEI.N	聚美优品	27.19	31.60	16.22	5.92	45.23	499
NCTY.O	第九城市	3.28	3.76	14.63	3.18	0.87	74
DANG.N	当当网	12.46	14.09	13.08	29.67	11.36	1,610
CTRP.O	携程	59.29	67.00	13.00	5.15	90.66	697
QIHU.N	奇虎 360	87.83	99.15	12.89	16.87	124.86	1,508
WBAI.N	500 彩票网	33.41	37.50	12.24	75.41	12.33	502
VISN.O	华视传媒	12.83	14.40	12.24	1.85	0.73	9
JRJC.O	金融界	3.97	4.44	11.84	6.66	0.99	148
TOUR.O	途牛	16.92	18.71	10.58	17.17	9.08	204
YY.O	欢聚时代	72.40	79.25	9.46	18.20	44.15	625
PWRD.O	完美世界	19.15	20.81	8.67	3.53	10.31	154
CCIH.O	蓝汛	12.07	13.09	8.45	4.98	3.06	117
VIPS.N	唯品会	198.61	213.49	7.49	7.33	120.65	414
GOMO.O	久邦数码	10.43	11.20	7.38	13.60	3.74	134
BITA.N	易车	52.92	56.71	7.16	7.60	24.98	335
CMCM.N	猎豹	19.42	20.63	6.23	18.41	28.49	287
SINA.O	新浪	46.75	49.60	6.10	0.00	32.75	956
CMGE.O	中国手游	13.65	14.39	5.42	6.45	4.47	117
QUNR.O	去哪儿网	26.96	28.29	4.93	20.70	32.27	271
SOHU.O	搜狐	54.73	57.40	4.88	0.00	22.08	237
BONA.O	博纳影业	6.78	7.08	4.42	2.40	4.30	146
FENG.N	凤凰新媒体	9.77	10.20	4.40	2.94	7.67	104
JD.O	京东商城	27.82	29.03	4.35	1.24	396.87	1,347
WUBA.N	58 同城	48.28	50.23	4.04	36.73	39.90	497
JOBS.O	前程无忧	69.66	72.10	3.50	0.97	21.43	29
UTSI.O	UT 斯达康	2.89	2.96	2.42	0.00	1.18	18
TEDU.O	达内科技	11.57	11.84	2.33	12.92	6.00	217
LONG.O	艺龙	19.65	20.10	2.29	0.49	7.08	9
NTES.O	网易	81.99	83.63	2.00	1.39	108.73	181
AMCN.O	航美传媒	2.09	2.13	1.91	2.22	1.27	132
CYOU.O	畅游	23.56	23.95	1.66	1.53	12.65	81
MOBI.O	斯凯	6.61	6.70	1.36	4.08	2.01	122
GAME.O	盛大游戏	6.59	6.64	0.76	1.42	17.82	91
RENN.N	人人	3.29	3.30	0.30	0.90	12.05	236
LITB.N	兰亭集势	5.78	5.79	0.17	1.39	2.87	69
AMAP.O	高德软件	20.90	20.90	0.00	0.00	11.35	0
GA.N	巨人网络	11.92	11.92	0.00	0.00	28.68	0
DATE.O	世纪佳缘	5.36	5.31	-0.93	1.63	1.77	54

MCOX.O	麦考林	4.29	4.23	-1.40	0.38	0.55	5
XNET.O	迅雷	12.95	12.75	-1.54	2.49	8.14	159
XRS.N	好未来	27.46	27.02	-1.60	10.99	21.31	430
TAOM.N	淘米	4.99	4.91	-1.60	0.14	1.77	5
DL.N	正保远程教育	15.94	15.67	-1.69	2.38	5.59	85
YOKU.N	优酷土豆	20.08	19.69	-1.94	8.90	33.16	1,173
KUTV.O	酷6	1.28	1.20	-6.60	0.48	0.57	23
EDU.N	新东方	24.39	19.40	-20.46	14.62	30.40	2,291

数据来源: wind、安信证券研究中心

● 港股近期概况

表 4: 传媒互联网港股最近一周重点数据

证券代码	证券简称	周前收盘价(港元)	周收盘价(港元)	周涨跌幅%	周换手率%	总市值(亿港元)	周成交量(万股)
8055.HK	中国网络教育	0.25	0.30	20.97	5.95	6.45	12,521
0491.HK	汉传媒	0.33	0.37	12.31	6.10	5.45	9,118
0282.HK	壹传媒	0.90	0.99	10.00	0.63	24.07	1,537
0745.HK	中国国家文化产业	0.33	0.35	6.15	29.03	24.42	205,468
0550.HK	先传媒	1.20	1.26	5.00	0.48	4.20	161
1070.HK	TCL 多媒体	2.86	2.98	4.20	0.78	39.74	1,038
0027.HK	银河娱乐	61.40	63.65	3.66	1.12	2,701.36	4,744
0205.HK	财讯传媒	0.30	0.31	3.33	0.09	5.39	163
0082.HK	第一视频	0.67	0.69	2.99	2.97	22.76	9,789
0309.HK	新华通讯频媒	0.35	0.36	2.86	3.65	4.69	4,760
3636.HK	保利文化	26.20	26.90	2.67	4.70	66.26	420
1137.HK	香港电视	2.54	2.60	2.36	1.76	21.03	1,279
0700.HK	腾讯控股	122.90	124.90	1.63	0.90	11,668.83	8,424
1060.HK	文化中国传播	1.64	1.66	1.22	1.21	348.80	25,321
2100.HK	百奥家庭互动	1.22	1.23	0.82	0.89	34.74	2,516
8228.HK	国艺娱乐	0.20	0.21	0.49	0.66	5.92	1,910
1980.HK	天鸽互动	5.73	5.74	0.17	2.15	69.86	2,611
8243.HK	大贺传媒	0.27	0.27	0.00	0.27	2.24	69
0198.HK	星美国际	0.30	0.30	0.00	0.58	28.19	5,410
3888.HK	金山软件	23.30	23.30	0.00	2.58	275.79	3,058
0685.HK	世界华文媒体	2.10	2.10	0.00	0.01	35.43	11
8010.HK	成报传媒	0.02	0.02	0.00	0.00	0.30	0
8400.HK	寰亚传媒(退市)	0.63	0.63	0.00	0.00	8.44	0
0426.HK	万华媒体	0.53	0.53	0.00	0.19	2.12	77
1371.HK	华彩控股	0.66	0.66	0.00	5.79	51.42	45,098
8393.HK	国艺娱乐	0.20	0.20	0.00	0.16	5.89	459
0777.HK	网龙	14.12	14.10	-0.14	1.22	72.10	626
8356.HK	中国新华电视	0.45	0.44	-1.12	1.25	12.77	3,634
0072.HK	现代传播	1.60	1.58	-1.25	0.00	6.92	0
1132.HK	橙天嘉禾	0.57	0.56	-1.75	1.00	15.01	2,677
1000.HK	北青传媒	4.79	4.70	-1.88	0.11	9.27	6
2008.HK	凤凰卫视	2.86	2.75	-3.85	0.40	137.43	1,985
2618.HK	TCL 通讯	10.68	10.26	-3.93	1.44	123.75	1,737
0100.HK	白马户外媒体	7.85	7.54	-3.95	0.02	40.46	11
0623.HK	中视金桥	6.26	5.96	-4.79	2.50	33.70	1,415

股票代码	公司简称	0.31	0.29	-6.56	1.04	11.20	4,075
2371.HK	中国创联教育	4.88	4.54	-6.97	0.43	53.53	502
1009.HK	国际娱乐	0.29	0.27	-7.02	1.18	5.88	2,619
8071.HK	中彩网通控股	22.40	19.78	-11.70	6.99	25.11	887
0484.HK	云游控股						

数据来源: wind、安信证券研究中心

2. 上市公司动态

2.1. 上市公司公告概览

【乐视网】7月27日乐视体育全球首发;TV版V2.5面世,拥有电影、电视剧、动漫、体育、音乐等海量视频资源,以及“4K+1080P+杜比+3D”的高科技观影效果,费用490元/年;授予69名激励对象第二期股票期权激励计划预留部分158.8万份股票期权,预留部分股票期权授予日7月25日,预留部分的股票期权的行权价格为42.26元;因筹划非公开发行股票事项,公司股票及债券自7月28日起停牌;

【省广股份】14年上半年实现营业收入26.23亿元,同比增长11.02%;实现归属上市公司股东的净利润1.64亿元,同比增长48.72%,2014年1-9月归属于上市公司股东的净利润变动区间为2.19亿元至2.53亿元,同比增长30%-50%;

战略合作:省广股份与荣之联于2014年7月签订《战略合作框架协议》。

对外投资:1)公司拟使用自有资金人民币18,810万元,以增资并受让广州中懋广告原股东部分股权之方式投资入股广州中懋,将持有广州中懋55%股权。中懋成立于1997年,专注于为客户提供电台广告代理及电台整合营销服务。14-16年分别承诺净利润3800万、4400万和5100万元,分别对应PE9倍、7.77倍和6.71倍。

2)公司拟使用自有资金人民币1,250万元,以增资并受让尚道公司原股东部分股权之方式投资入股尚道公司,将持有尚道公司25%的股权。尚道公司专注于为客户提供以微博、微信为主的社会化媒体整合营销策略策划及执行。14-17年分别承诺净利润500万、700万、840万和1008万元,分别对应PE10倍、7.14倍和5.95倍。

【百视通】微软XBOX系列主机销量同比增14%达到110万台;中国电信成为Xbox One运营商独家合作伙伴,Xbox One游戏主机将全面进入中国电信销售渠道体系,于今年9月开卖,同时将融入电信悦me卡,对消费者发售,CIBN也纳入电信合作;微软将在8月2日在上海举办Xbox One开发者专项活动;

【蓝色光标】公司股票期权激励计划预留期权已授予的77名激励对象在第二个行权期可行权共计185.6万份股票期权,首次授予的150名激励对象第三个行权期可行权共计1482.03万份股票期权,上市时间均为7月24日;

【光线传媒】非公开发行股票申请材料获得受理;《四大名捕3》定档8月22日;

【华谊兄弟】非公开发行股票申请材料获得受理;

【华录百纳】《女神的新衣》定档东方卫视,8月23日起每周六晚21:00黄金档播出,7月23日于北京开录,张柏芝确定加盟;

【骅威股份】拟发行股份及支付现金并募集配套资金购买其持有的第一波剩余80%股权,交易价额8.06亿元,对应标的14年估值12.6倍PE,第一波承诺14-16年度扣非净利润分别不低于8,000万元、1.04亿元和1.3亿元;继续停牌,争取8月15日前披露重大资产重组预案或报告书;

【博瑞传播】14H1净利润1.57亿元,同比下降-12.79%;

【凤凰传媒】中国电信将引入中文在线、凤凰传媒、新华网作为天翼阅读的战略投资者,

三家共投资 1.38 亿元,占天翼阅读增资后 20.7%的股权,其中凤凰传媒拟投资 4004 万元,持有增资后 5.967%股权;拟出资 4004.14 万元专项投资天翼阅读文化传播有限公司,增资后持有 5.967%股权,目标公司是中国电信集团旗下专项运营数字阅读业务的企业,主要以 PC、手机平板电脑和 TV 为阅读载体,为用户提供图书、报刊杂志、漫画、有声读物、资讯等各种类型的数字化阅读服务;

【华数传媒】增加《证券日报》、《中国证券报》为指定信息披露媒体;

【中文传媒】预计上半年净利润同比增长 25-35%;

【思美传媒】公司以自有资金人民币 1000 万元设立全资子公司浙江思美广告有限公司已办理完毕工商设立登记手续;

【长江传媒】继续停牌不超过 30 日;

【新华传媒】7 月 31 日(周四) 15:00 召开 14 年第二次临时股东大会,审议关于认购“825 新媒体产业基金”暨关联交易的议案;

【出版传媒】公司累计使用 23.2 亿元暂时闲置自有资金购买短期银行理财产品,其中尚未到期银行理财产品余额 1.1 亿元;

【利欧股份】14H1 净利润 1.25 亿元,同比增长 165.25%,扣非净利润 7174.15 万元,同比增长 114.37%,受益于无锡锡泵处置日立泵 30%股权实现投资收益,以及漫酷广告 4 月起纳入公司合并报表,报告期漫酷广告实现并表利润 863.6 万,占总利润的 6.89%;1-9 月归属于上市公司股东的净利润变动区间 13,528.26 万元至 15,782.97,同比增长 200%至 250%;

【爱使股份】并购重组委将于近日审核公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易事项;

【皇氏乳业】发行股份购买御嘉影视 100%股权的申请得到证监会受理;

【上海钢联】全资子公司钢银电商拟增资扩股,兴业投资、朱军红拟分别出资 25,000 万元、5,000 万元认缴银电商新增注册资本 12,500 万元、2,500 万元。增资完成后上海钢联对钢银电商的持股比例为 44.21%;8 月 11 日(星期一)召开第四次临时股东大会;

【新国都】上半年营收 28008 万元,同比增 35.28%,净利润 4651.7 万元,同比增 96.07%;

【当代东方】上半年营收 1221 万元,同比增 84.05%,净利润为 214.6 万元,同比增 54.52%;

【大地传媒】分红派息后调整发行股份购买中原出版传媒图书发行等业务发行价格 9.18 元/股,发行数量 273,889,389 股,配套融资发行价格不低于 8.26 元/股,发行数量调整为不超过 119,341,745 股;

【中南传媒】预计上半年净利润同比增长 28%-36%;

【皖新传媒】拟使用自有闲置资金 6000 万元认购北京正和岛基金合伙企业有限合伙人份额

2.2. 重要公司及海外公司财报概览

【华为】2014 年上半年实现销售收入 1358 亿元人民币,同比增长 19%,营业利润率 18.3%;

【9158】公布 IPO 后首个季度(2014Q1)业绩:净利 2742.9 万元;

【新东方】第四财季净利润 4290 万美元,同比增长 52%;

【微软】2014 第四财季净利润 46.12 亿美元,受诺基亚负面影响,同比下滑 7%;

【Facebook】二季度净利润 7.91 亿美元,同比增长 138%;

【宏盟集团】二季度净利润 3.18 亿美元,同比增 13%;

3. 行业要闻

3.1. 重大投融资并购

● 【巨人网络】宣布完成私有化交易

7月21日下午消息，巨人网络7月18日宣布，该公司已经完成了2014年3月17日与巨人投资有限公司全资子公司 Giant Merger Limited 签订的并购协议，以及2014年5月12日签订的增补协议。根据该协议，巨人投资有限公司已经以约30亿美元的现金收购了巨人网络。

该并购协议已于2014年7月14日在特别股东大会上获得批准。根据该协议，所有符合条件的巨人网络股东都将获得每股普通股12美元，或每股美国存托股份12美元的收购价格。符合条件的巨人网络股东将收到一封指导信，告知其相关事宜的操作方式。

巨人网络还宣布，该公司已经要求纽交所于7月18日之后停止交易该公司的ADS。巨人网络还向纽交所提出申请，要求其向美国证券交易委员会提交Form 25文件，将该公司的ADS退市事宜告知SEC。（资料来源：新浪科技）

● 【奢侈品电商寺库】宣布获新一轮融资，金额超1亿美元

7月21日消息，奢侈品电商平台寺库 SECOO 宣布，已完成总规模超过1亿美元的新一轮融资。寺库官方披露，此轮融资由黎瑞刚创办并担任董事长的华人文化投资基金领投，IDG资本、法国风投 Ventech China、森和投资、盘古创富等基金联合跟投，美国硅谷银行同期提供数千万美金级别的授信。据了解，此前IDG资本、法国风投 Ventech China(银泰资本)、森和投资(法国 Mulliez 家族投资基金)、盘古创富、贝塔斯曼亚洲投资基金等都曾对寺库进行过投资。

寺库 CEO 李日学表示，本轮融资将主要用于寺库全球化战略布局及海外业务扩张。寺库方面并未公布具体融资数额，但称超过10亿美元。如果此数额属实，则寺库创下了中国奢侈品电商的融资记录。此前，奢侈品电商走秀网曾因获得B轮1亿美元融资而创下行业融资的最大金额。寺库也已经历过三轮融资，金额都在千万美元级别，最近的一次是在去年8月，金额达到数千万美元。

不过即便经历了数轮融资，奢侈品电商整个行业的生存状况并不理想。本月初，香港二手奢侈品零售商米兰站预警中期业绩将“重大亏损”，又在上周更换了行政总裁的人选。两年内，行业内已有呼哈网、佳品网、品聚网及尊享网等4家倒闭。李日学不久前曾表示，奢侈品电商必须跨过的生命线是货源与消费者的信任度。此前，寺库也曾从二手奢侈品寄卖业务转向主要做全新奢侈品销售。本月初，寺库曾宣布开通海外直邮业务，通过在米兰、纽约、东京、香港设立海外分公司来直采当季新品。（资料来源：网易科技）

● 【魅族】魅族首轮融资已于6月完成 估值或200亿元以上

腾讯科技独家获悉魅族目前融资进展顺利并已经于6月完成，而其融资额至少在20亿元以上。据魅族内部人士介绍，融资已于6月正式完成，此次融资为财务融资，未来还会引入战略融资，但对于投资方的信息并未透露。

腾讯科技了解到，此次融资额保守估计至少在20亿以上，投资方占股不会超过10%，也就是说魅族的估值将超过200亿元，超过业界对其100亿元的估计。

魅族副总裁马麟和莫翠天在今年先后加入了乐视，因此业界一直认为魅族无法锁定人才，导致其一直无法竞争过小米。此次融资的主要目的是加强营销和研发，其次可以吸引到更多的京沪深人才到魅族工作。

今年4月，腾讯科技了解到黄章本人曾表态称魅族本轮融资在30亿以上，力图不惜成本争夺低端市场。对于黄章所说的争夺低端市场，据魅族内部人士介绍，魅族将要改变之

前一年一款机型的策略，下半年将使用新的产品线，并推出 4 款 4G 手机，其中有已经确认的 MX4，和 MX4 pro，后续两款价位不明，但很可能有低端版本。

而据腾讯科技了解，目前魅族内部股权激励计划已经开始，公司内部五年以上员工以及 P5（含）以上员工都有份，目前第一批员工已经拿到了股权和行权方式，并签订了保密协议。此外，此次魅族发放的股权分为历史贡献股和未来贡献股两种，5 年内每年可兑换 20%，所有股份与公司实际控制人的持有股份同股同权，但不允许员工私下交易。（资料来源：腾讯科技）

● 【猿题库】获 C 轮 1500 万融资

7 月 22 日，猿题库宣布公司近期获得新一轮 1500 万美元融资。猿题库本轮投资的机构为经纬中国和 IDG 资本，投资完成后公司估值达 1.25 亿美元，经纬中国和 IDG 资本也是猿题库前两轮的投资人。

据记者了解，猿题库是为学生免费提供在手机上做题与知识点测评的在线教育公司，通过智能算法和大数据挖掘技术，猿题库能准确评估每一位考生的能力，并实现一对一智能出题，提升做题练习的效率。去年 10 月初，猿题库发布了 K—12 领域首个产品——猿题库高考，截至今年 6 月底的数据，用户数超过 150 万，这个数据相当于 2014 年全国高考考生人数的六分之一。（资料来源：新浪科技）

【Line】组建投资基金 瞄准美国初创公司

7 月 21 日消息，日本移动聊天应用开发商 Line 与美国风险投资公司 Collaborative Fund 合资组建了一只投资基金，专门瞄准美国创业公司。Collaborative Fund CEO 克雷格·夏皮罗 (Craig Shapiro) 表示，该基金目前的体量不足 1000 万美元，他们将重点关注处于发展最早期的创业公司。

Line 希望借此突破本土市场的局限，并对产品进行多元化，不再只发展聊天工具。Line 在日本拥有大量用户，截至 2014 年 7 月底，全球用户数量有望达到 5 亿人。该公司考虑在东京 IPO。其母公司韩国 Naver 表示，该公司可能会在日本或美国上市，也有可能两国同时上市。

夏皮罗表示，通过与 Collaborative Fund 合作投资创业公司，Line 可以与一批新的企业建立关系，倘若机会合适，还有可能展开投资。夏皮罗曾是媒体公司 Good 的总裁，他在以个人身份投资创业公司后，于 2010 年创办了 Collaborative Fund。他投资的公司包括众筹网站 Kickstarter 和租车服务 Lyft。

Collaborative Fund 的投资者主要是个人，包括 YouTube 联合创始人查德·赫利 (Chad Hurley) 等科技界著名人士和音乐人法瑞尔·威廉姆斯 (Pharrell Williams) 等。（资料来源：新浪科技）

● 【雅虎】收购 APP 数据分析公司 Flurry

7 月 21 日，雅虎宣布，已经收购移动应用数据分析公司 Flurry。这也是雅虎掌门人梅耶尔主导的，在移动互联网领域的又一次并购行为。双方并未宣布收购交易的金额。美联社分析，金额未透露，表明规模并不大，不足以影响雅虎业绩。Re/code 引消息人士的话称，这起交易的价格可能为数百万美元或上千万美元。不过，另据一些媒体的消息，雅虎收购 Flurry 的价格至少为 3 亿美元，或者是在 3 亿美元到 10 亿美元之间。

腾讯科技在雅虎的官方新闻通稿中看到，被收购之后，Flurry 团队仍将在现有旧金山的地点办公，该公司的发展愿景、关注焦点将保持不变，不过其后续产品的开发，将获得雅虎资源的支持。雅虎在官方通稿中，指出了这次收购的几个动机。雅虎表示，收购 Flurry 可以支持、推进雅虎的移动互联网战略，尤其是开发精彩应用以及营收模式。

雅虎表示，对于移动应用软件开发而言，用户数据分析十分重要，可以帮助开发者了

解用户行为习惯，并据此优化应用。未来，雅虎和 Flurry 将继续提供优秀的数据分析产品。另外借助于雅虎的规模优势，Flurry 未来可以给移动应用生态中的开发者和发行者带来收入高增长。雅虎也表示，雅虎和 Flurry 携手之后，可以帮助移动广告主，制定更高效的营销方案。

Flurry 从 2008 年开始从事移动互联网分析业务。据称，目前有 17 万名开发者使用名为“Flurry-Analytics”的分析工具。Flurry 每个月监控着全球 14 亿个设备上的移动应用使用情况。在每一个智能设备上，Flurry 平均可以获取七个应用的数据。另外，共有 8000 多家移动应用发行商，通过 Flurry 扩大了营收。

在移动互联网的市场竞争中，出现了一个新现象，每一家巨头都忙着收购移动应用数据分析业务或公司，比如苹果公司去年底就斥资两亿美元，收购了社交数据分析公司 Topsy，今年四月份，Twitter 一下子收购了两家欧洲的电视数据分析公司（资料来源：腾讯科技）

● 【盛大文学】天音控股否认塔读文学被盛大收购

7 月 24 日，针对昨天传出的盛大文学 3 亿元收购塔读文学的传言，塔读文学控股方天音控股发布公告否认了这条传言。天音控股称，塔读文学是公司核心业务，拥有运营良好，拥有大量用户。公司将一如既往地加大对业务发展的支持，不会出售塔读文学。塔读文学是一款在 2010 年 7 月上线的手机阅读应用，它同时集成了图书内容与文字阅读，是国内主要的网络文学移动分发平台之一。易观智库的调查报告显示，塔读文学在移动阅读应用中的份额已经上升至 9.6%，位居市场第 3。目前塔读文学已经实现盈利。（资料来源：腾讯科技）

● 【盛大集团】否认将被阿里巴巴打包收购

7 月 25 日，针对再度传闻盛大将打包出售给阿里巴巴集团的说法，盛大集团发言人日前接受媒体连线采访时公开否认，直指这是谣言，根本不属实。据此前媒体报道，盛大创始人陈天桥将在 Chinajoy 期间出席盛大的一场发布会。有人猜测，这场发布会上将会公布盛大被阿里巴巴收购，打包进这次近 2000 亿市值的大型 IPO 中，部分媒体高层已收到相关邀请。这是今年以来又一次传闻盛大将被阿里巴巴收购。早在今年 2 月，就有传闻称阿里 35 亿美元打包收购盛大五大业务，不过，这一传闻已被盛大公开否认，盛大总裁邱文友当时对媒体直接表示，这是可笑的谣言。据了解，外界传闻陈天桥将出席的发布会，应该是盛大离职员工每年举办的“盛斗士沙龙”活动，陈天桥曾录制视频在现场播放。2012 年陈天桥在当年活动中以视频形式出现，并透露盛大动态，包括拆分盛大在线拆分，集团三横三纵架构形成等战略，引发外界对盛大走势的关注。（资料来源：腾讯科技）

3.2. 游戏

● 【阿里数娱】获 Gameloft 两款王牌游戏授权

7 月 21 日晚间消息，著名游戏开发与发行商 Gameloft 宣布与阿里数字娱乐事业群达成合作，阿里巴巴数字娱乐事业群获得 Gameloft 旗下两款最成功的游戏授权：包括科幻色彩的 3D 大型动作射击游《近地联盟先遣队 3》、以及同名电影官方游戏《冰川时代·村庄》。

“阿里巴巴集团是全球电子商务领域的领导者，我们非常期待能够为他们的内容创新提供高品质的游戏体验。”——公司出版高级副总裁 Gonzague De Vallois 表示，“基于阿里巴巴对中国用户的理解，合作将让我们在中国市场有更出色的表现。”

旗下拥有包括《混沌与秩序之英雄战歌》、《现代战争》系列与《地牢猎手》系列等多款知名游戏的 Gameloft 在全球拥有大量的粉丝，公司现有开发人员超过 5200 名，并在各大洲超过一百个国家发行自己的游戏作品。“我们非常高兴与 Gameloft 达成此次合作，并将 Gameloft 一系列精彩游戏带给我们平台用户。”阿里巴巴集团数字娱乐事业群总裁刘

春宁表示，“合作有助于我们提供更多元化的内容，为我们的用户开启一个崭新的娱乐世界。”而在与 Gameloft、EA 等全球知名的游戏厂商合作之外，根据上周阿里数娱家庭数字娱乐生态合作伙伴大会上透露的信息，阿里数娱未来还将启动“云游戏”服务：届时所有游戏都在云端服务器端运行，用户无需下载游戏，用极低的配置就可以畅享之前只有游戏家用机、高端配置的电脑主机才能承载的“大制作”。（资料来源：新浪科技）

● 【火影忍者】腾讯获《火影忍者》手游独家改编权

火影忍者，作为日本动漫的殿堂级作品有着极其强大的粉丝效应，在百度搜索风云榜上《火影忍者》长期位列动漫类第 1，将其列为当前在中国市场最具商业价值的日本动漫 IP 毫不为过。2014 年作为手游的 IP 年，很多业界厂商都盯着“火影”这个香馍馍跃跃欲试、积极参与火影正版 IP 的争夺战，而此前已拿到《火影忍者》网页游戏(微博)改编权的腾讯游戏一直被看做最有可能胜出的巨头。

根据多个可靠信源证实，经由日本集英社、东京电视台、Studio Pierrot、万代南梦宫株式会社授权，腾讯正式获得人气漫画《火影忍者》在中国大陆地区的移动游戏独家改编权。据了解，腾讯在今年 6 月份已经获得该授权，并将于 CJ 期间正式公布此消息。

腾讯与《火影忍者》的合作早有渊源。2013 年 1 月，腾讯曾与集英社、万代战略合作，宣布获得《火影忍者》等 11 部经典漫画的电子版发行权。此后，腾讯宣布推出独家正版授权火影网游《火影忍者 online》。腾讯此次获得《火影忍者》的手游改编权，可谓是目前一系列合作的延续。腾讯内部人士证实，腾讯此前在《火影忍者》电子漫画及页游上的表现非常不错，因此，获得《火影忍者》的手游改编权并不意外。

值得注意的是，此前外界曾传闻腾讯已经获得《智龙迷城》的代理权，那么再加上此次的《火影忍者》手游，腾讯可谓是把日本 ACG 领域最红的 IP 和产品都已经拿下。作为热门人气漫画，《火影忍者》一直是众多手游厂商喜爱的题材。但《火影忍者》此前并未给中国任何厂商授权。此次腾讯获得《火影忍者》的手游独家改编权，或将让国内火影手游从一片乱象走向正规。（资料来源：腾讯游戏）

● 【Tango】2500 万美元建立手游发展基金，“聊天软件+游戏平台”打入手游发行

移动聊天应用 Tango 之前曾宣布，他们获得由阿里巴巴领投的 2.8 亿美元新一轮融资。如今 Tango 将建立 2500 万美元的游戏发展基金，效仿一些亚洲社交应用建立游戏生态。

根据 TNW 的报道，资金有一大部分将用于优化游戏平台——Tango Platform。这个平台在去年正式建立，和微信或者 Line 的游戏平台是一样的，用户通过朋友圈子晒自己的成绩或者相互对战。

Tango CEO 在接受采访时曾经介绍过：Tango 平台专门有一个团队专门负责中国游戏在西方市场的分销和翻译。跟微信相比，Tango 可以做西方最大的平台，在移动端走的是精简路线。游戏的发布也会 Tango 带来了极大的利益输送，到现在一共发布了 40 个游戏，绝大多数都比较挣钱。

为了在游戏领域更为专业，Tango 还特别雇佣了游戏公司 GREE 前发展与发行关系部门 VP Jim Ying 作为自己第一个游戏发行的 VP，负责管理基金。Jim Ying 说，游戏发展基金是为了扶持 Tango 生态之外的那些应用，这笔钱有可能投在像 Facebook 这样的移动广告上，也有可能用于投资更多的游戏公司或者进行并购。

和其他的游戏平台一样，Tango 平台专注于为开发者导流和变现，导流方面，比如 Tango 的 2 亿个注册用户，其中 2500 万个活跃用户，都可以为游戏开发者所用。而 Tango 的注册用户在使用游戏时会有更好的体验，享受增值服务，这些反过来也为 Tango 带来了流量，实现互利。像是游戏 Road Riot 就为 App 带来了 55 万日活用户，比以前的单机版提高了两到三倍。

运作模式上，就像刚才所说的，Tango 游戏一般来自于现有的单机游戏，然后重新打包接入 Tango 平台的 SDK。不过在基金帮助下，Tango 接下来会带来专属原创游戏。Ying 认为这样可以在北美和其他市场猛刷存在感。

目前正在做游戏平台，或者特别关注它的有 Facebook、Line（专注美国市场）、微信（正在计划进入北美市场）。（资料来源：36Kr）

● 【盛大游戏】自研国漫 IP《血族》公测

手游市场依旧处于激烈的竞争中，而二次元市场因其用户忠诚度高、消费能力强等特点，逐渐开始被厂商重视起来。如今也有不少产品，凭借其精准的定位，最终以知名 IP 或日式美术成功打开市场，取得很好的成绩。不过，这些动漫 IP 大部分都是海外的舶来品，国内动漫的 IP 使用的则相对较少。

《血族》是第五届金龙奖最佳少年漫画奖得主爱欧的作品，最初于国漫平台有妖气上进行连载，并聚集了较高的人气。作为一款吸血鬼题材的华丽风漫画，其故事情节与魔幻背景等元素都非常适合改编为游戏。

ACG 用户是个很值得研究的群体，他们对产品的忠诚度非常高，且有很强大的口碑扩散及内容自主产出能力；但同时，他们对于产品的要求非常苛刻。在经过数次技术测试之后，《血族》也逐渐形成了一套自己的二次元打法：以最“声动”为卖点，邀请到了山新、新月冰冰等国内声优来实现全剧情配音，并同步参与公测宣传。对于二次元群体的宣传上，达到了精准的推广营销效果。

《血族》采用了更利于单手握持的竖屏显示方式，战斗画面以 Q 版三头身为主，而界面风格则使用了大量哥特元素，来体现原作中偏华丽向的吸血鬼背景。

作为第二代卡牌类游戏，《血族》采取了卡牌+手势操控的玩法。游戏在传统回合制卡牌战斗的基础上，还加入手势操控系统。游戏中，滑动屏幕下方的卡牌头像即可施放各类指令：向上滑为施放技能，向下滑为防御，而向右方向滑则为进攻。

漫画原作者爱欧曾在采访中表示，国漫目前处于一个百花齐放的年代，反攻日漫或许就快要来临，或许不久之后，国漫 IP 会达到现在无法想象的影响力。不过在当下，国漫 IP 尚且还处于崛起期，而此次《血族》公测最终会取得什么样的成绩，还需等待市场来检验。（资料来源：GameLook）

● 【捕鱼达人3】已破千万下载:免费榜第1

触控发家致富的王牌休闲手游《捕鱼达人》系列最新作品《捕鱼达人3》自7月17日开启全平台发布以来,24小时即实现了1000万下载量,延续了这款休闲游戏系列的高人气,并在7月18日一举拿下appstore免费榜第1的宝座、力压腾讯微信游戏。据触控对 gamelook 表示,《捕鱼达人3》在7月17日11:00-24:00,仅安卓下载达544.8万,收入74.6万元。而24小时下载数据来看,截止到7月18日11:00,iOS、安卓双平台破千万。

值得注意的是,本周五苹果更新了精品推荐之后,《捕鱼达人3》与多款国产手游都荣登苹果首页推荐,苹果近期多次出手对国产手游力挺的做法值得玩味,这一方面说明了国内优质厂商与苹果官方的联系日益紧密、产品上线当天或隔天苹果推荐即与厂商的步调保持一致,而另一方面,也说明了苹果目前对中国区新手游的推荐开始尝试接地气的方式,主动出击来为非腾讯产品提供有利的帮助。

《捕鱼达人3》获得了苹果的官方支持也意味着在未来一周的时间内,《捕鱼达人3》都将保持这一推荐位,毫无疑问这将有助于《捕鱼达人3》在appstore继续取得高下载量。

而在 android 平台方面,据触控表示,360是《捕鱼达人3》首日首发的最大用户来源,延续了捕鱼2首发的数据,据360对 gamelook 反馈,360首日下载量突破100万,截至7月18日在360的累计下载量已突破260万次

其他渠道来看,手机厂商渠道在首发下载里成为了《捕鱼达人3》较大的下载量来源,联想是本次《捕鱼达人3》首发的黑马,据触控表示,联想、小米、华为等手机厂商渠道的下载流量占整体的30%;

《捕鱼达人》系列新品发布已成为触控科技每年一道的“例菜”,而每次新系列的发布都意味着Cocos2d-x引擎功能的又一次有效升级,在《捕鱼达人3》中最大的变化就是由前作的2D手游升级为3D产品,通过上面的下载量、收入表现来看,《捕鱼达人3》实现了其升级的目标,不仅技术得以提升、同时依旧保持了高下载和高收入。

从安装包体来看,《捕鱼达人3》iOS版安装包为36.4M,而其android版安装包为23.4M,相比《捕鱼达人2》iOS 50.8M、android 47M大小来看,采用3D技术的《捕鱼达人》包体得到进一步的优化,同时提升了游戏的质量。(资料来源:GameLook)

● 【刀塔传奇】蝉联AppStore畅销榜榜首超一周

由莉莉丝开发,龙图游戏代理的今年风头最劲的国民动作卡牌手游《刀塔传奇》开启正式公测,线上线下多渠道广告投放,系列游戏内活动及市场活动、以及和可口可乐、招商银行等知名企业的异业合作共同发力,全面上演了一场“无处不欢乐”的盛宴狂欢。龙图游戏联合莉莉丝正式公布一周公测成绩,并首曝产品日流水。龙图游戏对外宣布,《刀塔传奇》在公测期间营收保持了高速增长的势头,7月18日单日流水突破2000万元大关,其后势头更是有增无减。在微信系游戏的围追堵截下,依然稳定在公测周持续占据AppStore畅销榜榜首。

业内人士分析,本次公测《刀塔传奇》营收实现更高规模的增长,首先在于公测期间整个版本节奏的控制和运营活动的规划。《刀塔传奇》此次的公测版本将玩家的等级限制从80级开放至90级,同步开放了两章新副本和新的橙色装备;同时在活动方面,推出了新服有礼、掉率翻倍、宵夜体力和剑圣再临等一系列活动,全面提升了用户的活跃度。

其次,《刀塔传奇》进一步的成功也很大程度上得益于龙图游戏在线下媒体广告的投放和娱乐营销策略的实施。从7月14日开始,恰逢世界杯结束,世界杯主题的《刀塔传奇》公测广告片在全国几十个城市的公交电视和影院大荧幕上正式登陆,并同步在楼宇视频广告、地铁视频等渠道上线,线下平面广告也登陆北上广三地的地铁站,广告主题定为“世界杯虽已结束,另一场战斗才刚刚开始”,重点强调“上刀塔传奇,无处不欢乐”的品牌理念,短时间内吸引了大量新用户涌入。

另外,娱乐营销方面,《刀塔传奇》联手网络人气极高的热播剧《万万没想到》和搜狐王牌自制节目《大鹏嘣吧嘣》进行联合推广,通过视频营销拓展新用户;同时在异业合作方面,《刀塔传奇》启动了与招商银行、苏宁易购、快的打车、乐语通讯等不同行业的合作,力图让这款游戏做到真正的“刀塔传奇,无处不在”。据悉,8月份龙图游戏还将启动与可口可乐的合作,这将使《刀塔传奇》的品牌形象更加深入人心。

单日流水2000万元的全新纪录,对《刀塔传奇》来说可谓是一战封王,现已成为2014年手游行业最为瞩目的超级明星,一周来稳居iOS和安卓各平台排行榜榜首的成绩也令其成为当之无愧的第一人气手游。至此,有多家媒体评论称,正如其新版icon的皇冠所示,《刀塔传奇》已成功加冕成为2014年度手游的新王者。对此,龙图游戏对记者表示,真正的战斗才刚刚开始……(资料来源:腾讯游戏)

● 【谷歌】将内购游戏从Top10免费榜移除

当你玩着免费下载的游戏却发现要花费现金来解锁人物、关卡,一定会想这和付费游戏有何区别?打着免费的旗号吸引用户,然后再通过内购的形式来获利,这是如今很多移动游戏惯用的手法。

由于接到越来越多的关于应用内购的投诉和担忧,欧盟委员会和欧盟的立法机构已向谷

歌和苹果发出了通知，要求二者的应用商店不得将具有内购功能的游戏列入免费栏目，更不能利用“免费游戏”的口号来误导用户。除此之外，还要求游戏不得直接诱导儿童进行游戏内购；游戏要告知用户所有关于该游戏会产生的付费项目，不得有隐藏或默认付费内容；必须设置相关的用户投诉和反馈的联系方式。

该规定发出后，谷歌的表现非常积极，同意为游戏增加详细的消费指导，并承诺将在9月底之前整改 Google Play 商店中的违规内容，这样孩子们就不会在家长未同意的情况下付费。不过，至于是否会在欧盟之外的地区也实行这一规定，谷歌方面没有做出明确的回复。相信除非所有地区都出台相关规定，否则这些应用商店是不会主动更改的。谷歌现在已将有内购的免费游戏排除在了其商店的 TOP 10 免费游戏的排行中。

尽管苹果公司也同意解决这些问题，但并没有提供一个确切的时间表。此前，苹果被要求在 iOS 7.1 中通知用户即将进行 IAP。还被 FCC 要求返还了 3250 万美元的资金，主要是支付那些未经家长们允许而进行的消费。苹果并没有跟着欧盟的言论而随着发表声明，而是表示苹果公司已经推出了‘更为简单的方法’，那就是家长控制。而且该公司已经在 App Store 标明了带 IAP 的免费游戏或者应用。苹果还指出，App Store 里的儿童应用部分可以起到更大的保护作用，因为这些应用完全是为 13 岁以下儿童设计的。不过有趣的是，苹果计划在 iOS 8 推出时增加一个新的功能，那就是‘询问购买’，这样家长们在儿童消费方面有更大的控制权。（资料来源：GameLook）

● 【陌陌】游戏分成比例首曝光：多数五五分账

陌陌科技副总裁兼游戏部总经理杨晔在游戏开发者沙龙上首次曝光了游戏分成比例，目前陌陌大概每月发 2 至 3 款游戏，分成比例多数都是五五分账。杨晔透露，陌陌的注册用户一直在快速平稳增长，截止到今年 6 月 30 日，注册用户达 1.48 亿，月活用户达到 5243 万，下载过陌陌游戏的用户也达数千万级别。

目前在陌陌游戏中心上线的游戏中，《陌陌争霸》现在累计激活用户达 380 万，最好的成绩是畅销榜第十名；《陌陌炸弹斗地主》上线之后，一天激活量达 20 万。

陌陌游戏中心于去年 6 月成立，主要工作包括产品服务、运营服务、技术支持、产品推广等四部分内容。杨晔介绍，陌陌对于合作模式逐渐走向开放化，运营、独代、产品定制，甚至投资方向的合作均有可能。陌陌的合作流程也非常简单——经过商务接触、专业测评、结果初审、技术初审、签约条款等环节，即可立项。

“从立项到正式上线，至少会经历三次测试。测试后，陌陌会安排完善整个推广计划。目前陌陌大概每月发 2-3 款游戏。”杨晔还透露，目前陌陌和游戏开发者之间的分成比例多数都是五五分，根据合作情况不同，还会给开发者非常优惠的政策。（资料来源：新浪科技）

● 【蓝港在线】更名蓝港互动，启用新 logo

北京时间 7 月 22 日消息，国内移动游戏研发及发行商蓝港在线宣布更换新简称“蓝港互动”，新版 Logo 同步启用。

蓝港互动 CEO 王峰表示：“‘蓝港互动’明确传递出专注于游戏产品的研发和发行，同时新版 Logo 更符合公司的的气质与形象，彰显蓝港互动个性化的文化、国际化的愿景。”

蓝港公司成立于 2007 年 3 月，一直从事网络游戏产品的研发及发行。2013 年初，蓝港公司开始专注于移动游戏的研究和发行，连续推出了《王者之剑》《苍穹之剑》《神之刃》及《萌萌冲冲冲》四款手游。（资料来源：新浪科技）

● 【芬兰手游开发公司 Fingersoft】与日本仙台市达成战略合作

产业带动城市经济发展的例子有很多，不过以“手游产业”来推进城市发展的却并不多见。近日日本仙台等市宣布于今年 8 月开始与芬兰手游开发公司 Fingersoft 开始战略合作，

共同开发手机游戏、开拓欧洲市场、推出 Fingersoft 游戏的日语版。Fingersoft 是手游大国芬兰的优秀公司之一，旗下游戏《登山赛车》(原名: HILL CLIMB RACING) 的累积下载数突破 2 亿, 2013 年全球下载量位居第 7。

该计划将以仙台市为核心, 市内的 IT 企业、程序员、制作人将以“全球实验基地仙台”这一身份与 Fingersoft 展开合作。合作将充分利用 Fingersoft 的品牌力量, 将仙台的 APP 开发公司制作的手游推向欧洲市场, 双方预计年内将同时开展手游的共同开发。而 Fingersoft 将得到日本地区销售方面的大力支持, 仙台的企业将负责 fingersoft 旗下产品的日语版制作, 除了将字幕从英语翻译成日语之外, 人设等方面也将按照日本地区用户的喜好进行本地化处理。(资料来源: GameLook)

● 【魔兽世界】2013 时长收费网游收入榜: 魔兽世界列第一

毫无悬念, 2013 年度全世界范围里, 《魔兽世界》比其他所有的付费网游都赚得多, 数据来自 SuperData Research。但令人惊喜的是, 《星球大战: 旧共和国》居然名列第四。

根据 SuperData 的报告, BioWare 开发的《星球大战》网游在 2013 年度收入为 1.65 亿美元。虽然跟《魔兽世界》同期收入的 10.41 亿美元相比只是九牛一毛, 但排在更前列的也只有《天堂 1》(2.53 亿美元, 但是美服数年前就倒闭了, 而且本作首发是 1998 年) 和《TERA》(2.36 亿美元)。出于报告的目的, “付费游戏”指的是“通过用户费、资料片以及内购虚拟商品和服务(如经验提升、物品、坐骑、转服)获得收入的游戏”。

付费 MMO 游戏市场从 2010 年起就逐步缩水。2010 年, 全世界月度活跃玩家有 3.06 亿, 到了 2013 年降到了 2.34 亿。如此一来, 游戏作品便逐步倾向于增加内购, 又或者直接完全变成免费游戏, 把收入全部寄托在内购上。《星球大战: 旧共和国》便是如此, 虽然可以选择付用户费, 但不选的话就是内购的商业模式。这种状况是从 2012 年 11 月开始的, 因为之前本作作为收费游戏, 一直挣扎着想要维持一定的用户数量, 但最终还是改为了免费模式。2013 年 5 月, EA 表示, 改为免费游戏后, 本作收入翻了一番。

报告继续说, MMO 网游内购的收入比例在过去 5 年中从 14% 提高到了 27%。(上图显示了内购收入的增长与用户费收入的下降是如何齐头并进的)。全世界玩家在数字版游戏的花费上也有了提高, 从平均 16 美元提高到了 46 美元。2014 年度有两款付费 MMO 网游高调亮相, 分别是《上古卷轴在线》(4 月) 和《狂野星球》(6 月)。不过《狂野星球》为购买游戏的玩家提供了一个月的免费时间, 所以本作到底能吸引多少玩家留在游戏中还是未知数。按照惯例来说, 收费 MMO 网游在第一个月结束后都会丢失一部分用户群, 因为他们决定不再继续付费, 不过, 根据 SuperData 的数据, 《上古卷轴在线》到了 6 月还是留住了 772374 名用户。当然, 不管在什么时候, 如果拿 MMO 网游的数据跟《魔兽世界》比, 肯定都是相形见绌的。3 月 31 日《魔兽世界》的用户数是 760 万, 但《上古卷轴在线》这个数字已经非常喜人了。(资料来源: 新浪游戏)

● 【KAKAO】上线两年 游戏平台月活跃用户突破 2000 万

韩国即时通信网络 Kakao 7 月 24 日宣布, 在上线两年后, Kakao Game 的月活跃用户已经超过 2000 万。KakaoGame 是 KakaoTalk 旗下的移动社交游戏平台, 2012 年 7 月 30 日正式上线。截至目前, KakaoGame 与逾 230 家开发商合作, 接入了 520 款游戏。平均每月通过该平台玩游戏的用户人数超过 2000 万, 占韩国总人口的 40%。平均每名玩家每周访问 KakaoGame 5.2 次。(资料来源: 游戏葡萄)

3.3. 影视

● 【上影股份】IMAX 与上影签订重要合作协议 将新增 19 家影院

IMAX 公司与上海电影股份有限公司、上海联和电影院线有限责任公司及上海上影依普亚影城开发管理有限公司签订协议, 将在其中国的新建项目中建造 19 家 IMAX® 影院。这 19 家 IMAX 影院都是以销售形式签订并几乎都已确定建造地点, 其中许多影院都将在

2015 年底之前安装完毕。至此，上影承诺在中国建造的 IMAX 影院已达 22 家，成为 IMAX 全球第五大合作伙伴（资料来源：腾讯娱乐）

● 【腾讯】微博事业部被撤销 微视“上位”

腾讯昨天宣布，腾讯网络媒体事业群将深入布局媒体全产业链。这一战略调整方案下，腾讯网及腾讯微博将在新闻与社交的融合上做出全新的探索。在一些观察人士看来，此次调整正式宣告了微博业务被腾讯战略放弃。腾讯方面对此说法并未否认但也没有承认。

“此轮调整后，微博产品仍正常运营。同时新的战略方案下，腾讯微博产品运营团队将与腾讯新闻团队进行整合，以强化整体社交资讯服务功能。”腾讯方面说，这一“变革”缘于“随着社交媒体的兴起，我们看到新闻与社交天然存在关联性，用户在看新闻的同时需要发声及参与讨论，这些已经成为新闻的一部分，同时微博也成了最主要的新闻来源之一”。在腾讯微博被放逐的同时，腾讯内部对微视业务的重视得到证实。在昨天腾讯公布的调整方案中，腾讯的视频业务将由“版权合作”、“平台运营”、“产品技术”、“客厅业务”等四个部门组成，以完成其全产业链布局；将在微视运营团队基础上成立微视产品部，以支撑该产品的长远发展。来自腾讯内部尚未证实的消息是，腾讯微博的部分中高层已经转去最有潜力的微视业务部门。

腾讯方面告诉记者，微视成立独立部门背后的考虑是：在社交网络领域，短视频产品正在成为主流，并随着 4G 网络的发展迎来爆发。微视上线不到一年已成为移动社交领域最新锐的产品之一，在用户及行业间的影响力也不断扩大。此轮调整中，原微视产品运营团队将升级成为微视产品部，以支持该产品长期运营发展。据悉，腾讯微视应用于 2013 年 9 月发布，定位为基于开放关系链的 8 秒短视频分享社区，用户可将拍摄的短视频同步分享到微信好友、朋友圈、腾讯微博。（资料来源：京华时报）

● 【小米电视】撤换搜狐专区 盒子依然保留

7 月 21 日消息，新浪科技发现，原本在小米电视中的“搜狐专区”现已经更名为“热播专区”，小米已经开始着手根据要求整改旗下产品的视频内容。7 月 17 日广电总局指出：“商业网站以节目服务平台形式，与牌照商进行服务专区合作，是总局坚决不允许的合作模式”。这便意味着，各大盒子建立的视频网站内容专区，引进视频网站的版权资源和内容，属于“打擦边球”，属于违规。

不过新浪科技发现，修改后的“热播专区”与此前的“搜狐专区”在内容上并没有差别。此外，在小米盒子中，搜狐专区依然没有被撤换。

此前，另一家相关企业乐视，已经针对广电总局的指示做出了调整。7 月 17 日晚间，乐视网(300104,股吧)公告称，乐视与央视在互联网机顶盒合作中存在违规并被要求整改，在整改期间除央视以外的其他牌照方将暂停与乐视合作，待整改完成并验收后其他牌照方再继续与乐视网进行正常合作。同时乐视宣布，目前正主动就上述机顶盒中存在的违规问题进行整改，乐视商城已经停止该机顶盒的销售。（资料来源：新浪科技）

● 【Netflix】Q2 用户过 5000 万大关，付费用户同比增长 34.7%

据 New York Times 消息，Netflix 于周一宣布，其总会员量在今年 Q2 超过了 5000 万，把免费试用用户也算进来的话，全球新增用户为 169 万（其中国际新增用户占了 112 万），达到 5005 万这样一个数字。单算付费用户的话，同比增长 34.7%，总数为 4799 万。

总收入而言，本季度该公司同比增长了 36.9%，增长至 13.4 亿美金，净收益则增长了 144% 到 7100 万美金，即每股收益 1.15 美金。

这些数字印证了 Netflix 近年业务的转型。三年前，Netflix 分裂为两家公司，一个负责 DVD 邮寄业务，另一个负责流媒体视频服务。当时 Netflix 还想实施提价计划，但在用户以退订抗议之下及时道歉，该计划不了了之，股价还因此从近 300 美金下跌到了 53 美金。

从那时起，公司业务开始稳步转型，但一向遵循这个理论基础：互联网电视正在取代传统电视，App 正在取代频道，遥控器正在消失，屏幕将无处不在。为吸引更多用户，该公司一向不惜投入收购独播节目和原创电视剧，《纸牌屋》和《女子监狱》皆是如此。

随着国内市场增长缓慢，Netflix 把未来押在国际扩张上，它已宣布将在欧洲启动服务，包括奥地利、比利时、法国、德国、卢森堡和瑞士。据此，该公司还预测了自己 Q3 的增长，其总用户将增长 369 万，增长到 5274 万。（资料来源：36Kr）

● 【乐视影业】张艺谋状告前东家新画面索要《三枪》1500 万票房分成

因未拿到大约 1500 万的票房分成，张艺谋将《三枪拍案惊奇》的出品公司告上法庭。23 日下午，北京东城区法院称，该院已经受理这起纠纷案件，将择日开庭。

张艺谋在诉状中称，2009 年，张艺谋与北京新画面影业有限公司达成协议，合作拍摄《三枪拍案惊奇》，张艺谋为导演，新画面负责中国境内的一切宣传和发行事宜，这部影片则由香港一家公司投资。

按照约定，该影片在中国境内的票房收入，减去宣传费用，剩下的三方平均分配。按照估算，三方应各分到至少 1500 万元。张艺谋称，至今他仍未收到这部分分成。（资料来源：新京报）

● 【SMG】尚世影业 CEO 苏晓离职

7 月 24 日消息，昨日晚间，原尚世影业 CEO 苏晓以一篇《梦想，换条路继续前行》的文章，正式宣布自己将结束在 SMG 的九年工作，选择离职创业，搜狐传媒从 SMG 内部了解得知，原看看新闻网总经理，上海广播电视台电视新闻中心副主任陈思劼或代替苏晓领衔尚世影业。

SMG 尚世影业成立于 2011 年初，系国内首批进行转企改制的国有影视企业，由 SMG 控股。苏晓也历任东方卫视副总监、SMG 影视剧中心主任、SMG 尚世影业 CEO。苏晓在离职感言中表示，尚世影业最大的优势和最大的劣势都是因为背靠 SMG；国有体制对文化内容产业而言，最核心的有两大问题无法解决：对核心人才的激励和运营效率不高；影视行业已高度市场化，本质上到今天，这个行业已经不需要国有化。

在苏晓的领导下，尚世影业年来出品的《蜗居》、《悬崖》、《浮沉》等剧集注重品质，每年一度的电视剧制播年会也成为业内颇有影响力的品牌活动。

有关继任者陈思劼，公开资料显示，他同黎瑞刚、田明等一样，出身复旦大学新闻系，曾先后主创《1/7》、《看东方》等知名电视栏目，2009 年开始，陈思劼任上海看看牛视网网络传播有限公司总经理，看看新闻网由上海看看牛视网网络传播有限公司运营，是上海广播电视台旗下的网络新闻媒体。（资料来源：搜狐传媒）

3.4. 移动互联网

● 【CNNIC】中国互联网中心发布第 34 次报告

截至 2014 年 6 月，我国手机网民达 5.27 亿，较 2013 年底增加 2699 万人，网民中使用手机上网的人群占比由 2013 年的 81.0% 提升至 83.4%，手机网民规模首次超越传统 PC 网民规模(80.9%)；网络游戏用户规模达到 3.68 亿，使用率升至 58.2%，手机网络游戏用户规模为 2.52 亿，手机游戏使用率为 47.8%，成为游戏用户增长的主要动力；（资料来源：新浪科技）

● 【工信部】将深入开展整治利用 APP 传播淫秽色情信息相关工作

据新华社电 工信部将组织通信管理局、电信研究院、中国互联网协会等开展整治利用 APP 传播淫秽色情信息相关工作。这是记者 22 日从工信部获悉的。

随着移动互联网高速发展和移动智能终端迅速普及,淫秽色情信息传播形式日益多样化,出现了利用移动互联网、移动智能终端应用传播淫秽色情非法有害信息的情况。

工信部称,将加大对基础电信企业、移动智能终端厂家、应用商店等的管理力度,督促建立健全 APP 开发者真实身份核验、淫秽色情违法信息监测和处置等机制,并在终端进网环节加强对预置 APP 的测试,严禁移动智能终端预置传播淫秽色情等有害信息的 APP。

此外,组织基础电信企业、移动智能终端厂家、应用商店、APP 开发者共同建立企业间监督制度,鼓励手机安全软件厂家开发淫秽色情 APP 一键举报功能,并建立 APP 黑名单数据库,通知相关接入服务企业停止黑名单 APP 的互联网接入和域名解析服务。(资料来源:人民网)

● 【中国电信】推智慧家庭“悦 me”产品 融入 Xbox One

7月24日,中国电信在北京召开发布会,推出智慧家庭全新产品“悦 me”,同时宣布与电视机厂商、芯片厂商、终端厂商、渠道商和应用提供商等共同发起成立智慧家庭产业联盟,并发布首个技术成果——“悦 me”终端技术规范(标准)。

发布会现场,中国电信公司展出部分即将上市的新产品新技术,例如魔眼,可自动侦测温度、光感、振动和人体移动的无限运动传感器。

据介绍,新产品“悦 me”则包括悦 me 盒、悦 me 网关和悦 me 电视三部分,可为用户提供电视频道和高清视频点播服务以及正版应用下载。此外,中国电信还推出悦 me 卡,宽带速通卡和宽带提速卡,提供一卡服务。

中国电信表示,公司将进一步与联盟各方合作,制定统一规范,并结合自身的网络、品牌和资源整合优势,分阶段推出“悦 me”智能机顶盒和智能网关产品,并将于今年发布定制的“悦 me”智能电视产品。

据悉,去年10月底于江苏成立的中国电信 iTV 增值业务运营中心将承担“悦 me”产品在全国的运营工作,包括技术研究、平台建设、新产品开发、对外合作和业务推广等。

此外,该发布会上还有另外一大亮点:中国电信与百视通签约,成为 Xbox One 的运营商独家合作伙伴,Xbox One 游戏主机将全面进入中国电信销售渠道体系,并于今年9月开卖,同时也将融入悦 me 卡,对消费者发售。(资料来源:腾讯科技)

● 【中移动】推6项服务承诺:4G资费门槛再降低

中移动对外正式推出六项针对网络、资费、安全、消费等便民服务承诺,以加快4G普及和提升中移动整体服务。其中,降低4G资费门槛,将4G飞享套餐、流量叠加包资费门槛分别降至58元、30元,并推出70元包2G等大流量包资费。

六项承诺具体为:一是4G网络加速覆盖。二是流量资费,实惠简明。三是订购收费,清晰透明。四是不良信息,严厉打击。五是实名登记,严格落实。六是星级服务,便捷提供。(资料来源:腾讯科技)

● 【腾讯】腾讯新闻 APP 接入广点通,首推效果广告

近日广点通正式接入腾讯新闻客户端,广告将展示在腾讯新闻 APP 的新闻评论页和订阅号文章底部。以腾讯新闻 APP 目前的用户数量来看,此次接入的两个广告位将为广点通带来亿级移动流量资源,将有力地驱动和增强广点通自身在移动端的能力,让移动营销更高效。(资料来源:21CN)

● 【微信公共账号】要变:显示文章阅读次数 设点赞按钮

微信公众账号正在酝酿新改版。以“骑行西藏”为代表的内部测试账号透露了调整方向:用户将能看到每篇公众账号文章的阅读次数,并可对文章点赞。根据“骑行西藏”账号的显示,用户打开文章后,在发布日期旁边可看到“阅读(1452)”字样,其中该数字

代表文章的阅读次数。在文章的末尾，设置新的“点赞”按钮，并显示获赞次数。

此轮新功能测试反映了微信公众账号未来的趋势：1.数据公开和透明化；2.为账号带来更多内部互动功能。

此前微信公众账号的文章阅读次数仅在公众平台内部显示，读者并不能清晰了解该文章的热门程度，如今直接显示阅读次数除了能帮助读者判断文章的效果，也能为第三方提供决策依据。

文章内设置“点赞”功能是继“投票”按钮后一项最新的互动功能，可获得最直观的读者反馈数据。新功能的调整目前还处于内测阶段，未来具体会以何种形式呈现仍不确定。但据微信内部透露，根据内测效果的反馈，会不断优化体验。（资料来源：腾讯科技）

● 【搜狗】上线微信公众平台搜索

7月23日报道获得腾讯强有力资源支撑的搜狗在2014年正不断布局移动搜索。搜狗正式上线“微信公众平台搜索”，并喊出：“微信内容，搜狗一下”的口号。

搜狗CEO王小川信心满满，称微信公众平台搜索的上线，是搜狗与腾讯合作不断深化结晶。微信公众平台搜索成搜狗搜索独有标志，未来搜狗搜索会结合手机QQ等产品做更多创新。王小川指出，“微信公众平台搜索”的上线对搜狗是新的起点，在往后的日子，随着搜狗搜索继续发展，搜狗会与竞争对手有更多差异化的内容出来，能在搜索领域进行破局。

微信帮助搜狗打开想象空间。自全面入驻腾讯版图以来，搜狗搜索已全面接入QQ、QZone、手机QQ浏览器等各种应用场景，并逐步将腾讯社交关系链融入产品，推动搜索引擎向人机智能共通形态进化。

与微信合作更打开搜狗搜索的想象空间。搜狗搜索也不断发力，今年5月，搜狗搜索启用全新LOGO，正式发布移动搜索App，6月，搜狗搜索进一步接入微信公众号数据。

搜狗搜索与搜狐新闻客户端也在整合。借助腾讯和搜狐的资源，搜狗搜索正拥有其他竞争对手在移动端无法拥有的优势，也是差异化的基础。王小川说，“微信公众平台搜索”的上线，是目前为止其他竞争对手无法追赶的，微信也给搜狗搜索的品质带来很大提升。

“由于有了搜狗搜索，媒体在‘微信公众平台搜索’平台也很容易发现自己原创内容是否被竞争对手抄袭，是否得到网民更大关注和喜爱。对于自媒体等也是极大的极好。”

被问及为何只有搜狗能够搜到微信内容，其他搜索引擎不能的问题时，搜狐CEO张朝阳表示，搜索引擎在抓取网上内容时需要尊重一个原则，Robots协议（又称爬虫协议）。被抓取的内容是授权方允许被抓取，搜索引擎才能够抓取，如早年百度起来时，门户的内容若门户不允许百度搜索，则百度也没有权利获得门户的内容。（资料来源：腾讯科技）

3.5. 互联网金融

● 【阿里】联手7大银行推无抵押贷款 最高授信1000万

7月22日，阿里巴巴与中国银行、招商银行、建设银行、平安银行等7家银行宣布深度合作，为中小企业启动基于网商信用的无抵押贷款计划——网商贷高级版，最高授信可达1000万元。这是银行首次基于大数据和信用体系给中小企业提供无抵押信用贷款。

据介绍，此次多方合作推出的“网商贷高级版”，为阿里小贷原有网商贷产品的升级版。2011年推出的网商贷，旨在服务阿里巴巴B2B平台进出口行业小微企业，截至目前，已服务超过13000多家小微企业，累计贷款超过43亿元。

升级后的网商贷高级版，则主要服务于阿里巴巴旗下一达通平台上的外贸企业。与原有网商贷中，风险管理、资金提供、贷后管理、坏账均由阿里小贷独自承担不同，网商贷

高级版引入银行合作。其贷款资金来自合作银行，并由银行或保险公司担保坏账。

一达通外贸服务平台推出的补贴政策显示，目前累计为近 5000 家企业累计补贴 350 万，而此次联合银行再推贷款服务，意味着一达通外贸综合平台对中小外贸企业打出了“补贴+贷款”的组合拳，前者为外贸中小企业增加利润，后者为中小企业解决融资困难。

据悉，企业获得的贷款出口数据绑定在一起，通过一达通外贸综合服务平台出口的企业，每出口一美元可获得一元人民币贷款，最高授信额度可以达到 1000 万。

与传统信贷的信用评级不同的是，在网商贷高级版中，阿里小贷将借助企业在一达通平台上所积累的出口流水等数据，与银行共同搭建风险模型。通过大数据分析，挖掘平台上外贸企业的信用，以此作为授信依据。对于银行来说，可以通过对大数据的应用，向一达通平台上的中小企业提供无担保、无抵押的纯信用贷款。

据悉，后续阿里小贷信贷风险管理、大数据运用等能力都将对外开放。尤其令人关注的是，即使在阿里小贷目前自营的 100 万元以下的小微企业融资，以及个人消费金融领域，阿里小贷也在寻求银行等外部金融机构的合作，通过共享阿里小贷风险管理能力，引入外部资金进行直投等方式，帮助更多小微企业和普通消费者分享金融创新的实惠（资料来源：和讯网）

● 【天猫】推出大额汽车信贷业务

7 月 23 日，天猫汽车借“天猫汽车节”，推出大额汽车信贷业务，用户最低交付 20% 首付即可购买整车。此前的汽车电商大多采取线上交付定金，线下 4S 店支付尾款的方式。而天猫上线分期付款的付款方式，意味着将汽车整个交易环节都搬到了线上。

此次天猫配合汽车节的分期付款活动，主打“零利率”和“低首付”，首付最低 20%，可分 18 期还款 0 利率 0 手续费。在用户完成首付款支付后，金融服务提供方会验证用户身份并在 24 小时内发起到店邀约，用户到店签署合同后就可以直接提车。

目前天猫汽车分期仅部分区域开放(上海、浙江、福建、广东四省)。同时，不同用户的授信额度因人而异，最高可以申请到 6 万元的额度。额度的差异主要与用户信用等级、实名认证、交易情况等相关。

天猫汽车提供的分期业务由天猫及阿里小微金融服务集团联合金融服务方共同推出。此前，在阿里小微金服筹建一周年的节点上，小微金融 CEO 彭蕾表示，小微金服未来会搭建一个开放平台，让所有金融机构“到这个平台上跳舞”。

汽车分期也并不是天猫在信贷上的第一次尝试。此前天猫已经开始试水小额信贷业务，3C 数码产品可以采用“分期购”的形式购买。（资料来源：安卓版）

3.6. 电商

● 【京东】中国电信委托京东独家首发天翼 4G 共 20 万个号码

中国电信今年 6 月正式获得工信部颁发的 FDD-LTE 经营许可试验牌照，并与京东达成战略合作，委托京东独家首发天翼 4G，一共 20 万个号码。

此前，中国电信曾表示，将会有 3600 万个 4G 号码销售。因此，中国电信此次在京东出售的 4G 号码相对低于外界预期。

对此，中国电信集团公司市场部副总经理陆良军接受采访时回应称，中国电信 4G 号码上市的时间相对延后，使得销售的号码数量也有相应调整。

陆良军对腾讯科技表示，中国电信很重视农村市场，平日与其他运营商在竞争中有一招是“刷墙”，最近发现京东也在“刷墙”，所以京东和中国电信的渠道合作是从“刷墙”开始。

京东集团高级副总裁王笑松补充说，中国电信与京东对三、四线城市都非常重视，会深入战略捆绑合作，一起来推广中国电信 4G 号码发售。

京东今年已发布旗下虚拟通讯运营品牌“京东通信”，并推出专属通讯产品及新的 170 号码段供用户选择，京东还发布“京东通信”品牌 Logo 和 SIM 卡样卡。

京东虚拟运营商结合京东用户自身的特点，优先与 JDPhone 合作，也可和金融业务推进零元购机。虚拟运营商业与手机和 JDPhone 计划紧密相连，是因为要依托终端落地。

陆良军透露，中国电信的 4G 上市主要在 16 个省市，在整个 4G 的转售问题上，中国电信还在与虚拟运营企业沟通。具体的转换时间要根据 4G 整体上市运营阶段来确定

之所以中国电信 4G 发布时间最晚，主要有两层原因，一方面中国电信希望把套餐、资费、IT 准备更充分，希望 4G 精采亮相。第二点，是“一去、两化、新三者”的“去电信化”，希望渗入互联网发展的趋势，包括产品和销售方面希望在互联网方面更往前走一步。(资料来源：腾讯科技)

4. 下周重大事件展望

表 5：下周重大事件展望

(07/28)周一	(07/29)周二	(07/30)周三	(07/31)周四	(08/01)周五	(08/02)周六
新华传媒(600825): 股东大会召开	焦点科技(002315): 分红股权登记	光线传媒(300251): 股东大会股权登记	新华传媒(600825): 股东大会召开	光线传媒(300251): 股东大会会议登记起 始	新国都(300130): 中 报预计披露
三六五网(300295): 股东大会召开	宋城演艺(300144): 中报预计披露	爱使股份(600652): 并购重组发审委审核 会议	利欧股份(002131): 业绩发布会		
骅威股份(002502): 复牌	华闻传媒(000793): 中报预计披露	焦点科技(002315): 分红派息、除权			
歌华有线(600037): 分红除权、派息		华策影视(300133): 中报预计披露			
省广股份(002400): 中报预计披露					

数据来源：wind、安信证券研究中心

5. 重点数据跟踪

5.1. 电影

● 【票房】

据 EBOT 艺恩日票房智库数据显示，内地电影市场 2014 年第 29 周 (7.14-7.20) **周总票房约 8.4 亿，环比上升 12%，同比飙升 130%，观影人次 2466 万，全年累计票房 159.81 亿，累计同比增长 35%。**乐视影业和华策影视制作发行的《小时代 3》4 天近 3.1 亿夺冠；《变形金刚 4》1.6 亿位居第二，累计约 18.8 亿，在新片入市冲击下，突破 20 亿有一定难度；《京城 81 号》3 天 1.5 亿排第三，成首部超亿元的国产惊悚片；国产片以近 80% 的周票房占比夺回市场。

图 1: 2014 年第 29 周内地票房 Top10

2014年第29周 (2014.7.14-2014.7.20) 内地票房Top10						
排名	影片	本周票房(万)	票房占比	累计票房(万)	场均人次	上映天数
总计		84,033	100.0%	84,033	32	
1	小时代3:刺金时代	30840	36.7%	30840	52	4
2	变形金刚4:绝迹重生	16046	19.1%	188439	29	24
3	京城81号	15440	18.4%	15440	54	3
4	老男孩之猛龙过江	7793	9.3%	18208	23	11
5	分手大师	6909	8.2%	63926	24	24
6	赛尔号4大电影:圣魔之战	1737	2.1%	5651	12	11
7	开心超人2启源星之战	1608	1.9%	1608	20	3
8	洛克王国3:圣龙的守护	1290	1.5%	4337	10	11
9	沉睡魔咒	756	0.9%	29358	20	31
10	笔仙III	525	0.6%	4853	8	17

Source: EBOT艺恩日票房智库
©2014.7艺恩咨询EntGroup Inc. www.entgroup.com.cn

数据来源: 艺恩咨询、安信证券研究中心

【排片】

根据微信 ID “中国电影票房吧”提供的数据, 7月26日(周六) 大盘 1.53 亿, 7月27日(周日) 全国二十大城市电影(不完全排片) 统计: 《后会无期》38.93%, 8600 万, 3 天累计 2.21 亿; 《京城 81 号》17.02%, 2060 万, 9 天累计 3.01 亿; 乐视影业、华策影视联合出品《小时代3: 刺金时代》16.46%, 1610 万, 10 天累计 4.47 亿; 《神笔马良》9.75%, 1140 万, 2 天累计 1738 万; 《幻影车神: 魔盗激情》4.16%, 234 万, 2 天累计 450 万; 光线传媒发行的《我就是我》3.73%, 182 万, 2 天累计 424 万; 《变形金刚 4: 绝迹重生》5.17%, 1250 万, 29 天累计 19.54 亿; 乐视影业制作发行的《老男孩之猛龙过江》1.89%, 144 万, 16 天累计 2 亿; 奥飞动漫出品《开心超人2 启源星之战》1.74%, 113 万, 8 天累计 2483 万; 光线传媒出品《分手大师》136 万, 累计 6.56 亿。

【下周预告】 根据艺恩数据统计, 第三十一周将上映 6 部影片, 包括《闺蜜》、《龙之谷: 破晓奇兵》、《暴力街区》、《不再说分手》、万达影视联合发行的《白发魔女传之明月天国》和《我想结婚的时候你在哪》。

表 6: 2014 年第 31 周即将上映影片

首映日期	片名	类型	发行公司	国家地区
7月31日	闺蜜	爱情/青春	福建恒业	中国
7月31日	龙之谷: 破晓奇兵	动画/动作/冒险	华夏	中国
8月1日	暴力街区	动作	中影	法国/加拿大
8月1日	不再说分手	爱情	北京寰亚发行/华夏	中国/中国香港
8月1日	白发魔女传之明月天国	古装/武侠/动作	博纳影业/万达影视/华夏	中国
8月1日	我想结婚的时候你在哪	爱情	禾木恩泽/中影/珠江影业	中国

数据来源: 艺恩咨询、安信证券研究中心

【本周院线】 据 EBOT 艺恩日票房智库数据显示, 2014 年 1 至 6 月全国 IMAX 城市票房累计达到 5.58 亿元, 其中上海市贡献最多约为 5568 万元, 其次为北京市约 4810 万元,

成都市约 2391 万元获得第三名。TOP10 城市中上座率最高的为广州市 25.48%；平均票价最高的为北京市 90 元。在全国 IMAX 票房 TOP10 的城市中一线城市 7 个，2 线城市占 3 席。

图 2：2014 年上半年全国 IMAX 城市票房 Top10

2014年上半年全国IMAX城市票房TOP10					
排名	城市等级	城市	票房(万元)	上座率	平均票价
1	1线城市	上海市	5568.0	24.77%	87
2	1线城市	北京市	4810.3	22.20%	90
3	1线城市	成都市	2391.5	15.91%	63
4	2线城市	长春市	2039.4	18.33%	63
5	1线城市	深圳市	1928.6	23.55%	83
6	1线城市	天津市	1810.9	15.91%	51
7	2线城市	无锡市	1805.8	21.25%	63
8	1线城市	广州市	1754.4	25.48%	88
9	1线城市	武汉市	1725.1	15.25%	54
10	2线城市	苏州市	1695.7	13.49%	58

Source : EBOT日票房决策智库
©2014.7艺恩EntGroup Inc. www.entgroup.com.cn

数据来源：艺恩咨询、安信证券研究中心

5.2. 电视剧

【网络播放量】据艺恩 enTVbase 电视决策智库统计，第 29 周网络 TOP10 电视剧累计播放量约 24.3 亿次，环比上升 14.6%。欢瑞世纪出品电视剧《古剑奇谭》以约 6.7 亿次的播放量蝉联冠军；亚军华策影视出品电视剧《杉杉来了》本周网络播放量约为 6 亿次，该剧于 20 日收官。完美世界电视剧《神犬奇兵》第二周上榜排名未发生变化，以 4.3 亿次的播放量稳居第三名。新丽传媒出品《相爱十年》排名第四，网络播放量 1.88 亿次，华策影视《真爱遇到他》排名第六，网络播放量 1.24 亿次。

图 3：2014 年第 29 周电视剧网络播放量 Top10

2014年第29周电视剧网络播放量TOP10				
排名	电视剧名	类型	播放量(万次)	出品公司
1	古剑奇谭	神话 / 古装	66853	欢瑞世纪
2	杉杉来了	言情	60339	上海剧酷
3	神犬奇兵	军事	43479	江河工作室
4	相爱十年	都市 / 言情	18795	新丽传媒
5	结婚前规则	都市 / 言情	13498	陕西文投
6	真爱遇到他	言情 / 喜剧	12389	浙江华策
7	战长沙	战争 / 历史	8609	山东电影电视剧制作中心
8	小时代之折纸时代	都市	7187	打赢国际
9	恋恋不忘	都市	6208	浙江唐德/中国电影
10	寒山潜龙	古装	6077	TVB

数据来源：艺恩咨询、安信证券研究中心

【卫视收视率】根据微博 ID “卫视小露电”提供的数据，7 月 20（上周日）csm50 卫视

黄金剧场电视剧收视排名前五为：第一名完美世界出品《神犬奇兵》（湖南）（1.526）、第二名华策影视《杉杉来了》（江苏）（1.157）、《豆腐西施杨七巧》（山东）（1.012）、第四名《爱情最美丽》（江苏）（0.810）和第五名华策影视的《婚前潜规则》（北京）（0.605）。

图 4：7 月 20 日省级卫视黄金剧场电视剧收视排名 Top10

CSM50 4+ 2014年7月20日周日省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	湖南电视台卫星频道	神犬奇兵	1.526	4.35
2	江苏卫视	杉杉来了	1.157	3.08
3	山东卫视	豆腐西施杨七巧	1.012	2.88
4	江苏卫视	爱情最美丽	0.810	2.39
5	天津卫视	爱情最美丽	0.617	1.80
6	北京卫视	结婚前规则	0.605	1.77
7	辽宁卫视	豆腐西施杨七巧	0.523	1.50
8	重庆卫视	汉阳造	0.519	1.50
9	贵州卫视	生死相依	0.459	1.31
10	江西电视台卫星频道(一套)	钟点工们	0.437	1.26

数据来源：CSM50、引自微博 ID “卫视小露电”、安信证券研究中心

7 月 24 日（本周四）csm50 卫视黄金剧场电视剧收视排名前五为：第一名《豆腐西施杨七巧》（山东）（1.299）、第二名《深圳合租季》（湖南）（1.170）、第三名花儿影视《产科医生》（山东）（0.984）、第四名《爱情最美丽》（江苏）（0.808）和第五名《爱情最美丽》（天津）（0.740）。

图 5：7 月 24 日省级卫视黄金剧场电视剧收视排名 Top10

CSM50 4+ 2014年7月24日周四省级卫视黄金剧场电视剧				
排名	频道	名称	收视率%	市场份额%
1	山东卫视	豆腐西施杨七巧	1.299	3.51
2	湖南电视台卫星频道	深圳合租记	1.170	3.33
3	山东卫视	产科医生	0.984	2.83
4	江苏卫视	爱情最美丽	0.808	2.30
5	天津卫视	爱情最美丽	0.740	2.11
6	上海东方卫视	爱情最美丽	0.667	1.90
7	北京卫视	产科医生	0.590	1.69
8	湖北卫视	汉阳造	0.509	1.45
9	贵州卫视	生死相依	0.500	1.42
10	黑龙江卫视	爱情回来了	0.493	1.40

数据来源：CSM50、引自微博 ID “卫视小露电”、安信证券研究中心

5.3. 栏目制作

根据微博 ID “卫视小露电”提供的数据，7 月 19 日（上周六）csm50 省级卫视晚间节目收视率前五为：《快乐大本营》（湖南）（2.275）、《非诚勿扰》（江苏）（1.907）、《我们都爱笑》（湖南）（1.168）、《年代秀》（深圳）（.739）和《我为歌狂第二季》（安徽）（0.665）。

图 6：7 月 19 日卫视晚间时段节目 Top10

排名	名称	频道	开始时间	结束时间	类别	收视率%	市场份额%
1	快乐大本营	湖南电视台卫星频道	20:19:54	22:19:39	综艺	2.275	6.45
2	非诚勿扰	江苏卫视	21:11:37	22:54:37	综艺	1.907	5.99
3	我们都要笑	湖南电视台卫星频道	22:20:19	0:18:56	综艺	1.168	6.67
4	年代秀	深圳卫视(新闻综合频道)	21:17:22	23:03:58	综艺	0.739	2.41
5	我为歌狂第二季	安徽卫视	22:21:55	23:59:09	综艺	0.665	3.34
6	非诚勿扰	江苏卫视	22:55:12	0:37:53	综艺	0.658	5.28
7	12道锋味	浙江卫视	21:09:56	22:23:12	生活服务	0.646	1.87
8	直播港澳台	深圳卫视(新闻综合频道)	23:08:09	0:18:02	新闻/时事	0.553	4.36
9	天才想得到	湖北卫视	22:00:00	22:57:01	综艺	0.527	1.88
10	金牌调解	江西电视台卫星频道(一套)	22:00:00	22:43:10	专题	0.463	1.58

数据来源：CSM50、引自微博 ID “卫视小露电”、安信证券研究中心

7 月 24 日(本周四) csm50 省级卫视晚间节目收视率前五为：《中国面孔》(山东) (0.736)、《一站到底》(江苏) (0.723)、《爸爸回答吧》(浙江) (0.661)、《爱情保卫战》(天津) (0.659) 和《谁能百里挑一》(上海东方) (0.596)。

图 7：7 月 24 日卫视晚间时段节目 Top10

排名	名称	频道	开始时间	结束时间	类别	收视率%	市场份额%
1	中国面孔	山东卫视	21:38:06	22:55:02	综艺	0.736	2.41
2	一站到底	江苏卫视	21:59:08	23:19:11	综艺	0.723	2.41
3	爸爸回答吧	浙江卫视	22:00:44	23:08:35	综艺	0.661	2.41
4	爱情保卫战	天津卫视	21:59:22	22:57:32	综艺	0.659	2.41
5	谁能百里挑一	上海东方卫视	22:00:00	23:26:35	综艺	0.596	2.41
6	金牌调解	江西电视台卫星频道(一套)	22:00:01	22:43:10	专题	0.526	1.58
7	身边	北京卫视	21:11:34	21:51:34	专题	0.489	1.58
8	传奇故事	江西电视台卫星频道(一套)	21:25:58	21:56:03	专题	0.414	1.58
9	直播上海	上海东方卫视	21:00:00	21:11:00	新闻/时事	0.410	1.58
10	真爱在阿达	东南卫视	21:17:56	22:31:02	综艺	0.406	1.58

数据来源：CSM50、引自微博 ID “卫视小露电”、安信证券研究中心

根据微博 ID “卫视小露电”提供的数据 7 月 20 日(上周日) 省级卫视全天收视率排名前五位为：湖南 (0.463)、江苏 (0.425)、浙江 (0.253)、山东 (0.240)、和北京 (0.224)。

图 8：7 月 20 日省级卫视全天收视排名 Top10

排名	频道	收视率%	市场份额%
1	湖南电视台卫星频道	0.463	3.58
2	江苏卫视	0.425	3.29
3	浙江卫视	0.253	1.96
4	山东卫视	0.240	1.86
5	北京卫视	0.224	1.73
6	上海东方卫视	0.201	1.55
7	天津卫视	0.197	1.53
8	安徽卫视	0.188	1.45
9	湖北卫视	0.172	1.33
10	江西电视台卫星频道(一套)	0.161	1.25

数据来源：CSM50、引自微博 ID “卫视小露电”、安信证券研究中心

7月24日(本周四)省级卫视全天收视率排名前五位为:湖南(0.433)、山东(0.258)、江苏(0.232)、安徽(0.224)和天津(0.205)。

图9:7月24日省级卫视全天收视排名Top10

排名	频道	收视率%	市场份额%
1	湖南电视台卫星频道	0.433	3.71
2	山东卫视	0.258	2.21
3	江苏卫视	0.232	1.99
4	安徽卫视	0.224	1.92
5	天津卫视	0.205	1.76
6	浙江卫视	0.196	1.68
7	上海东方卫视	0.189	1.62
8	北京卫视	0.184	1.58
9	江西电视台卫星频道(一套)	0.139	1.19
10	湖北卫视	0.126	1.08

数据来源:CSM50、引自微博ID“卫视小露电”、安信证券研究中心

5.4. 互联网金融

根据iResearch艾瑞咨询推出的网民连续用户行为研究系统iUserTracker最新数据显示,2014年7月7日-7月13日,东方财富网日均覆盖人数达966万人,网民到达率为3.7%,位居第一;中国经济网日均覆盖人数达368万人,网民到达率为1.4%,位居第二;和讯日均覆盖人数达353万人,网民到达率为1.4%,位居第三。

图10:iUserTracker-2014年7.7-7.13垂直财经网站日均覆盖人数排名

排名	网站	日均覆盖人数	日均网民到达率	排名变化
		万人	%	
1	东方财富网	966	3.7%	→
2	中国经济网	368	1.4%	↑
3	和讯	353	1.4%	↓
4	同花顺	147	0.6%	→
5	金融界	147	0.6%	→
6	我爱卡	111	0.4%	↑
7	中金在线	109	0.4%	↓
8	财新网	106	0.4%	↑
9	环球财经网	73	0.3%	→
10	前瞻网	72	0.3%	↓

注:日均网民到达率=该网站日均覆盖人数/所有网站总日均覆盖人数
Source: iUserTracker. 家庭办公版 2014年7月7日-7月13日, 基于对40万名家庭及办公(不含公共上网地点)样本网络行为的长期监测数据获得。
©2014.7 iResearch Inc www.iresearch.com.cn

数据来源:艾瑞咨询、安信证券研究中心

根据艾瑞iUserTracker最新监测数据显示,2014年7月7日-7月13日,垂直财经网站有

效浏览时间达 2031.3 万小时。其中，东方财富网有效浏览时间达 1009 万小时，占总有效浏览时间的 49.7%，位居第一；和讯有效浏览时间达 90 万小时，占总有效浏览时间的 4.4%，位居第二；同花顺有效浏览时间达 85 万小时，占总有效浏览时间的 4.2%，位居第三。

图 11: iUserTracker-2014 年 7.7-7.13 垂直财经网站有效浏览时间排名

iUserTracker-2014年7月7日-7月13日垂直财经网站有效浏览时间排名

排名	网站	周度有效浏览时间	周度有效浏览时间比例	排名变化
		万小时	%	
1	东方财富网	1009	49.7%	→
2	和讯	90	4.4%	→
3	同花顺	85	4.2%	→
4	我爱卡	60	2.9%	↑
5	中国经济网	59	2.9%	↑
6	中金在线	58	2.9%	→
7	雪球网	52	2.6%	↑
8	环球财经网	48	2.4%	↓
9	第一财经	42	2.1%	↓
10	深谋财经网	41	2.0%	↑

注：月度有效浏览时间比例=该网站月度有效浏览时间/该类别所有网站总月度有效浏览时间
 Source: iUserTracker. 家庭办公版 2014年7月7日-7月13日，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

数据来源：艾瑞咨询、安信证券研究中心

5.5. 游戏

● 【开服数据】

6月一线平台共开服 16679 组，引进新游 128 款（目前均正式开区）；6月排名前三的运营平台依然未发生变化：37 游戏排名第一、360 游戏、顺网游戏排名第三，平台开服总数 4429 组，占榜单开服总数的 52.4%；上榜平台的开服总数为 8450 组占 6 月开服总数的 50.7%，占比均过半，涨势良好。37 游戏 6 月有 5 款新游戏正式开区：《大天使之剑》、《西游斗神》、《笑傲九天》、《天下足球》、《独步天下》，其中前两款均为独代产品，《大天使之剑》更是自研大作，目前无论是从游戏排行还是主打占比来看《大天使之剑》的表现都十分优越。360 游戏 6 月有三款游戏正式开区：《大天使之剑》、《魔龙诀》、《热血龙族 2》，6 月排名前三的平台中 360 游戏的开服量呈下滑的趋势，相比其他平台 6 月入驻新游较少且之前主打的几款游戏 6 月开服频率均有所下降，在一定程度上影响了开服总量。顺网游戏 6 月 6 款游戏正式开区：《范特西篮球 2》、《黑暗之光》、《开天辟地 2》、《魔龙诀》、《三国物语》、《卧龙 OL》，从其目前的开服走势来看《黑暗之光》、《魔龙诀》主打之势更突出。

图 12: 运营平台开服排行



数据来源: 安信证券研究中心

据 9K9K 网页游戏数据统计 6 月开服量排行榜 TOP5 中的《风云无双》、《烈焰》和《黑暗之光》流水均过亿元,《七杀》排名第四,开服数 947 组,月流水超过 5000 万元,37 自研游戏《大天使之剑》排名第五,6 月开服数量 840 组,流水超过 6000 万元;游族网络的《女神联盟》进入前十名,开服数量为 362 组,月流水超过 5000 万元。

图 13: 开服前十游戏收入监测

2014.6 开服前十游戏收入监测			
游戏名称	开服数量	流水(亿)	开服前三平台
风云无双	1526	1.0+	37游戏 顺网游戏 PPS游戏
烈焰	1025	1.1+	9377 XY游戏 51游戏社区
七杀	947	0.5+	4399平台 51游戏社区 49you
黑暗之光	863	1.1+	游戏网 360游戏 哥们网
大天使之剑	840	0.6+	37游戏 YY游戏 百度游戏
赤月传说	581	0.8+	9377 2144 XY游戏
武易	541	0.5-	XY游戏 37游戏 5399
攻城掠地	450	0.7+	37游戏 360游戏 602游戏
大闹天宫OL	382	0.5-	37游戏 顺网游戏 百度游戏
女神联盟	362	0.5+	360游戏 顺网游戏 37游戏

数据来源: 9K9K、安信证券研究中心

● 【游戏排行】

根据 App Store 7 月 25 日数据中国区免费榜下载量排名前五位为:《全民农场》、《挑竹签》、《捕鱼达人 3》、《滑你妹》、《疾风勇者传》。

根据 App Store 7 月 25 日数据中国区畅销榜下载量排名前五位为:奥飞动漫的《雷霆战机》、《刀塔传奇》、《天天酷跑》、《天天炫斗》、《魔力宝贝》。

图 14: App Store 中国区免费榜 Top5

类别	游戏	
		付费排行 免费排行 畅销排行
1	全民农场 游戏 ★★★★☆ (627)	免费 App 内购买
2	挑竹签 (Mikado) 游戏 ★★★★☆ (1,776)	免费
3	捕鱼达人3 游戏 ★★★★★ (12,320)	免费 App 内购买
4	滑你妹 游戏 ★★★★☆ (1,339)	免费
5	疾风勇者传 游戏 ★★★★★ (131)	免费 App 内购买
		精品推荐 排行榜 我的附近 搜索 更新

数据来源: 魔方网,安信证券研究中心

图 15: AppStore 中国区畅销榜 Top5

类别	游戏	
		付费排行 免费排行 畅销排行
1	雷霆战机 游戏 ★★★★☆ (2,387)	免费 App 内购买
2	刀塔传奇-动作卡牌 手游 游戏 ★★★★☆ (1,468)	免费 App 内购买
3	天天酷跑 游戏 ★★★★★ (8,928)	打开
4	天天炫斗 游戏 ★★★★☆ (1,688)	免费 App 内购买
5	魔力宝贝 游戏 ★★★★★ (9,338)	免费 App 内购买
		精品推荐 排行榜 我的附近 搜索 更新

数据来源: 魔方网,安信证券研究中心

根据各安卓平台客户端数据,应用宝平台安卓游戏下载前五为:《天天酷跑》、《天天飞车》、《QQ 游戏》、《欢乐斗地主》、《节奏大师》,奥飞动漫《雷霆战机》排名第八。91 助手平台安卓游戏下载前五为:《天天爱消除》、《神庙逃亡 2》、《天天酷跑》、《节奏大师》、《捕鱼达人》。360 平台安卓游戏下载前五为:《捕鱼达人 3》、《单机斗地主》、《植物大战僵尸》、《神庙逃亡 2》、《开心消消乐》。

图 16: 安卓游戏分发平台下载 Top10

	应用宝 (总下载量)	91 助手 (总下载量)	360 (周下载量)
1	天天酷跑	天天爱消除	捕鱼达人 3
2	天天飞车	神庙逃亡 2	单机斗地主
3	QQ 游戏	天天酷跑	植物大战僵尸
4	欢乐斗地主	节奏大师	神庙逃亡 2
5	节奏大师	捕鱼达人	开心消消乐
6	天天爱消除	天天连萌	爸爸去哪 2
7	欢乐麻将全集	欢乐斗地主	雷电 2014
8	雷霆战机	保卫萝卜	地铁酷跑圣保罗
9	全民飞机大战	水果忍者	神偷奶爸: 小黄人
10	天天炫斗	找你妹	保卫萝卜 2

数据来源: 应用客户端、安信证券研究中心

根据各安卓平台客户端数据,应用宝平台安卓网游榜前五为:《全民炫舞》、银汉科技《时空猎人》、《全民斩仙》、银汉科技《神魔》、《全民打怪兽》。91 助手平台安卓游戏网游榜前五为:《天尊》、《刀塔传奇》、《微型突击队》、《我是火影》、《格斗拳皇 97》。360 平台安卓游戏下载前五为:《魔力宝贝》、银汉科技《时空猎人》、《剑魂之刃》、《刀塔传奇》、《去吧皮卡丘》。

图 17: 安卓游戏分发平台网游榜 Top10

	应用宝 (总安装量)	91 助手 (总安装量)	360 (周安装榜)
1	全民炫舞	天尊	魔力宝贝
2	时空猎人	刀塔传奇	时空猎人
3	全民斩仙	微型突击队	剑魂之刃
4	神魔	我是火影	刀塔传奇
5	全民打怪兽	格斗拳皇 97	去吧皮卡丘
6	全民英雄	时空猎人	暖暖环游世界
7	全民精灵	天天爱闯关	坦克风云: 红警
8	傲世西游	去吧皮卡丘	极品飞车最高通
9	QQ 部落	格斗刀魂	格斗江湖
10	QQ 降龙	暗黑战神	梦幻蛋糕店

数据来源: 应用客户端、安信证券研究中心

■ 公司评级体系

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

文浩声明, 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

安信证券股份有限公司(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

本报告仅供安信证券股份有限公司(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“安信证券股份有限公司研究中心”, 且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

安信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。

■ 销售联系人

上海联系人	侯海霞	021-68763563	houhx@essence.com.cn
	梁涛	021-68766067	liangtao@essence.com.cn
	凌洁	021-68765237	lingjie@essence.com.cn
	潘艳	021-68766516	panyan@essence.com.cn
北京联系人	朱贤	021-68765293	zhuxian@essence.com.cn
	温鹏	010-59113570	wenpeng@essence.com.cn
	刘凯	010-59113572	liukai2@essence.com.cn
	李倩	010-59113575	liqian1@essence.com.cn
深圳联系人	周蓉	010-59113563	zhourong@essence.com.cn
	张莹	010-59113571	zhangying1@essence.com.cn
	沈成效	0755-82558059	shencx@essence.com.cn
	胡珍	0755-82558073	huzhen@essence.com.cn
	范洪群	0755-82558087	fanhq@essence.com.cn
	孟昊琳	0755-82558045	menghl@essence.com.cn

安信证券研究中心

深圳市

地址：深圳市福田区深南大道 2008 号中国凤凰大厦 1 栋 7 层

邮编：518026

上海市

地址：上海市浦东新区世纪大道 1589 号长泰国际金融大厦 16 层

邮编：200123

北京市

地址：北京市西城区金融大街 5 号新盛大厦 B 座 19 层

邮编：100034

