

# 传媒互联网产业行业研究 买入（维持评级）

## 行业周报

证券研究报告

传媒与互联网组

分析师：陆意（执业 S1130522080009）

luyi5@gjzq.com.cn

分析师：廖馨瑶（执业 S1130522060005）

liaoxinyao@gjzq.com.cn

分析师：许孟婕（执业 S1130522080003）

xumengjie@gjzq.com.cn

## AIGC 发展步入快车道，关注技术发展及应用动态

### 本周观点

- AIGC 发展步入快车道，关注国内外技术发展动态及应用落地情况。**3月15日-3月16日期间，AIGC 行业相继发生：Open AI 发布 GPT-4、百度发布文心一言并启动内测、微软发布由 GPT-4 技术驱动的 365 Copilot，快速发展的 AIGC 再次受到广泛关注。我们认为，AIGC 技术发展已步入快车道，应用场景将越来越丰富，365 Copilot 的根据 word 文档生成 PPT、对 excel 中数据分析并生成图表等功能使 AIGC 的应用更具象化。我们认为，AIGC 对于文本、图像、音视频生成的能力将赋能游戏、出版、影视等传媒各领域，对于降本增效、提升内容质量而言具有重大意义，中文语料库对适用中文场景的模型的训练具有较高重要性，关注国内外 AIGC 相关技术、模型发展及应用落地情况。

### 投资逻辑

- 2023 年投资主线为：寻找在虚拟现实行业初期获益的公司；电商及即时零售消费新趋势；疫后复苏。**个股方面，关注直接受益线下场景修复且具有费率提升逻辑、近期回调的三方支付龙头拉卡拉，社交壁垒及游戏工业化能力强、各业务线基本面均向好且 AIGC 促进游戏业务降本增效的腾讯，出版主业稳健、处于数字化转型中的中原传媒，主业和到店业务均直接受益疫后线下场景修复、支付业务迎量价齐升逻辑的移卡。

### 行业要闻

- 3月14日，中国音数协游戏工委发布了《关于对〈游戏分发与推广基本要求〉团体标准征求意见的通知》，《征求意见稿》对“游戏分发与推广模型”，“游戏分发基本要求”，“游戏推广基本要求”等相关要求进行了罗列。若落实，国内游戏在获批版号之前将无法再使用预订、预售、抢先体验等方式进行产品预热。**
- 据亿邦动力，美团的前置仓电商业务美团买菜已于今年2月重启去年初搁置的苏州开城计划，目前已在当地完成选址，将于近期开城。此外，美团买菜今年还将在保证盈亏平衡的前提下去更多华东城市，开启新一轮扩张计划。**
- 据亿邦动力，拼多多跨境平台 Temu 计划 3 月 25 日在英国正式上线，而这也将是继美国、加拿大、新西兰、澳大利亚之后，Temu 进入的又一个市场。**
- 3月16日，中国信息通信研究院布《人工智能研发运营体系（MLOps）实践指南（2023年）》指南从组织如何布局 and 落地 MLOps 的角度出发，以模型的高质量、可持续交付作为核心逻辑，系统性梳理 MLOps 概念内涵、发展过程、落地挑战，为组织高效构建 MLOps 框架体系和关键能力提供方法论和实践案例的参考与借鉴，并研判 MLOps 未来发展趋势。**
- 3月15-16日，Sensor Tower 分别发布 2 月全球热门移动游戏收入及下载量 TOP10。2023 年 2 月，全球手游玩家在 App Store 和 Google Play 付费近 61 亿美元，同比-8.9%，收入榜单中《王者荣耀》在全球 App Store 和 Google Play 吸金 2.25 亿美元，蝉联全球手游畅销榜冠军，其次是《原神》、《PUBG Mobile》；2023 年 2 月，全球手游在 App Store 和 Google Play 的下载量为 41 亿次，同比-4.5%，其中，印度市场占全球总下载量的 16.1%，排名第一；巴西、美国排名第二、第三，下载量占比分别为 8.5%、8%，下载量最大的游戏是《Roblox》。**

### 风险提示

- 宏观经济不及预期风险，疫后修复不及预期风险，政策风险，行业竞争加剧，元宇宙技术迭代和应用不及预期风险，数据统计误差。**

## 内容目录

一、本周观点.....	3
1.1 行业观点.....	3
1.2 重点公司跟踪.....	3
二、行业政策及新闻动态.....	10
2.1 政策更新.....	10
2.2 行业新闻.....	11
2.3 行业投融资情况.....	12
三、周度数据跟踪.....	12
3.1 电影：电影票房周度数据跟踪.....	12
3.2 电视剧：连续剧热度指数排行榜周度跟踪.....	13
3.3 综艺：综艺热度指数排行榜周度跟踪.....	14
四、重点公司估值表更新.....	15
五、风险提示.....	15

## 图表目录

图表 1： 政策更新.....	10
图表 2： 3月11日-3月17日行业投融资情况.....	12
图表 3： 3月11日-3月17日电影票房及占比周度数据跟踪.....	13
图表 4： 3月11日-3月17日周度电影平均票价及排片占比数据跟踪.....	13
图表 5： 本周（3.13-3.17）连续剧热度指数排行榜.....	13
图表 6： 上周（3.6-3.11）连续剧热度指数排行榜.....	14
图表 7： 本周（3.13-3.17）综艺热度指数排行榜.....	14
图表 8： 上周（3.6-3.11）综艺热度指数排行榜.....	14
图表 9： 重点公司估值表（2023年3月17日）.....	15

## 一、本周观点

### 1.1 行业观点

■ AIGC 发展步入快车道，关注国内外技术发展动态及应用落地情况。3 月 15 日-3 月 16 日期间，AIGC 行业相继发生：Open AI GPT-4 发布、百度发布文心一言并启动内测、微软发布由 GPT-4 技术驱动的 365 Copilot，快速发展的 AIGC 再次受到广泛关注。我们认为，AIGC 技术发展已步入快车道，应用场景将越来越丰富，365 Copilot 的根据 word 文档生成 PPT、对 excel 中数据分析并生成图表等功能使 AIGC 的应用更具象化。我们认为，AIGC 对于文本、图像、音视频生成的能力将赋能游戏、出版、影视等传媒各领域，对于降本增效、提升内容质量而言具有重大意义，中文语料库对适用中文场景的模型的训练具有较高重要性，关注国内外 AIGC 相关技术、模型发展及应用落地情况。

### 1.2 重点公司跟踪

**A 股：关注线下场景修复直接受益标的，及“低估值”+“高成长性”的游戏板块和优质流媒体公司**

1) 三七互娱：长线游戏 P&S 排名趋稳进入变现期，关注 SLG 迭代产品加速出海业绩承载及后续品类突破。10 月 30 日，三七互娱发布了 2022 年三季度财报，今年前三季度，公司实现总营收 116.78 亿元，同比下降 3.6%；归母净利润 22.57 亿元，同比增长 31.11%。Q3 业绩承压主要受制于新游上线少及存量产品步入成熟期。

①公司产品储备丰富，关注《小小蚁国》等新游带来的增量。2022 年 9 月《小小蚁国》国内上线。据七麦数据，截止 3 月 17 日，近 3 个月该游戏稳定于 iOS 策略游戏免费榜前 5 位，建议关注公司后续蚂蚁题材的 SLG 储备产品表现。目前公司储备了《霸业》等 20 余款游戏，其中《霸业》《空之要塞：启航》《光明冒险》等游戏已拿到版号，后续有望陆续上线。卡牌类：关注公司全球性定位的重点自研产品《代号：C6》带来海外业绩增量。

②坚持精品化、多元化、全球化战略，海外业务有望复制成功案例之路。据 Sensor Tower，公司在 22 年 10/11 月/12 月，中国手游发行商收入排行榜中始终位于第 4 名，23 年 1 月位于第 5 位，23 年 2 月位于第 4 位。彰显海外市场开拓的稳健性。目前以《Puzzles & Survival》、《云上城之歌》、《叫我大掌柜》为代表的全球发行游戏取得显著成功，这些成功案例为公司积累了丰富的全球化研发、发行的经验，利于公司延续成功出海产品的道路。SLG 生命周期较长，长线 SLG 游戏 P&S 美国 iOS 畅销榜排名趋稳，预计未来持续变现，贡献利润。据 Sensor Tower，2023 年 1 月，《Puzzles & Survival》海外收入依旧稳固，排名进一步提升 2 位至收入榜第 2 名，截止 2023 年 1 月底海外累计收入已突破 10 亿美元，日本和美国分别贡献了 40%和 36%的海外总收入。《P&S》模式跑通，后续“P&S-like”的迭代产品有望持续推动海外业绩提升。

③3 月 6 日，光波导 AR 眼镜研发商雷鸟创新宣布完成首轮融资，总金额过亿元，由容亿投资和复星创富领投，三七互娱、润兴锐华、博士眼镜战略投资，野草创投和海南盈添等跟投。

④据 Sensor Tower，2023 年 2 月三七互娱旗下奇幻冒险主题 MMORPG 手游《데블 M》(英文：Devil M)位于中国手游海外收入增长排行榜第 4 名，2 月海外收入环比+107%，截至 2023 年 3 月 5 日，《데블 M》全球收入已超过 1100 万美元。据七麦数据，三七旗下《下町ドリム～心に染みる人情物語》于 2 月 22 日在日本预定转上架，2 月 23 日-3 月 10 日，该游戏位于日本 iOS 策略类游戏免费榜首位。此外，《Yes Your Highness》(宫廷养成游戏)《Emily's Resort: Match3》(三消+)已于海外测试。

2) 吉比特：具有超长线运营能力，主力游戏 DAU 稳定，关注所布局赛道的出圈。2022 年 10 月 26 日，公司发布 2022 年三季度报告，前三季度实现营收 38.30 亿元，同比+9.89%，归母净利 10.12 亿元，同比-16.07%，其中，《摩尔庄园》永久性道具摊销周期据实际运营调短，前三季度营收调增约 0.72 亿元；单 Q3 营收 13.19 亿元，同比+20.17%，归母净利 3.23 亿元，同比+6.15%。主力产品表现稳健，《奥比岛》等贡献增量，业绩符合预期。

①公司长线运营能力处于二线厂商龙头水平。市场大多手游平均生命在 1 年左右，而公司较强的“超长线”运营能力，推动核心游戏《问道》手游已持续运营了 5 年，相比同类竞品，主力游戏 DAU 保持较高水平的稳定状态，我们认为公司在长线运营能力上已处于二线厂商头部梯队。1) RPG 品类：除低于一线网易的《梦幻西游》外，《问道》DAU 高于其他二线厂商竞品。截止 2023 年 3 月 17 日，《问道手游》于 iOS 角色扮演畅销榜排名第 15 名，相对 22 年变化不大，总体表现保持稳健。2) 放置类：《一念逍遥》4 月 DAU 已反超 20 年的爆款竞品，且 DAU 稳定性更高。

②长线运营能力+多赛道布局，增加出圈概率，版号储备较多，关注新游上线。据公司公告，自研产品中，预计在 2023 年上线的产品包括：代号 M66 产品的海外版本，初步计划于 2023 年初在部分国家或地区进行付费测试；《重装前哨》海外版本初步计划 2023 年发售；《超喵星计划》(由青瓷游戏运营)，该产品目前已取得版号并开始付费测试。此外，代号 M66 国内版本于 2021 年申请版号，国内版本的付费测试及上线时间尚待取得版号后安排。公司储备的代理产品中，2023 年 3 月 10 日，代理游戏《皮卡堂之梦想起源》开启手游预约。2023 年 3 月 1 日，代理游戏《新庄园时代》开启付费删档首测，其他代理产品《黎明精英》《失落四境》已取得版号。

③吉比特子公司雷霆网络的《封神幻想世界》于 2 月 10 日获批版号；《超进化物语 2》于 1 月 17 日获批版号；《渊海王座》于 12 月 28 日获批版号；《问道手游》2023 年 3 月 10 日位于 iOS 角色扮演畅销榜排名第 9 名；《一念逍遥》2023 年 3 月 4 日位于角色扮演游戏畅销榜第 4 名，表现稳定；《一念逍遥》已推出微信小程序版本，处于初期的测试阶段。

据 Sensor Tower,《云上城之歌》成为 2022 年出海韩国手游收入第 1 位,挺进韩国手游畅销榜 Top20。

④3 月 2 日,吉比特&雷霆游戏未来游戏制作人大赛启动报名,本次大赛为第五届。

3) 宝通科技:1 月 30 日发布 2022 年业绩预告。预计 2022 年归母净亏损 2.8-3.8 亿,同比下降 170-195%,上年同期为盈利 4 亿,扣非净亏损 2.7-3.7 亿,去年同期为盈利 3.8 亿。其中,公司旗下子公司广州易幻整体经营业绩首次出现亏损,出于谨慎性原则,公司对广州易幻计提商誉减值准备,预计减值金额为 4.7-4.9 亿元。

移动互联网业务由于版号、产品结构优化、在研产品投入等而短期承压,关注新品表现及产品结构优化效果。1) 经营端,①海外市场竞争加剧,广州易幻为保障存量游戏竞争力而加大买量成本;②广州易幻上线了《终末阵线》《元素方尖》《剑侠世界 3》《有杀气童话 2》《DK》《天龙八部 2》《魔力宝贝:旅人》等 21 款新品,预计使广州易幻的推广费用较去年同期增加 90%;③广州易幻在优化产品结构,优化及调整研发团队和项目的,加大了国内外市场在研(定制)产品的投入,主动下架和关停了 20 款表现不达预期的海外及自研游戏项目,预计 2022 年广州易幻研发费用同比+225%。2) 财务角度,广州易幻根据宏观经济形式及行业政策等变化,依据会计谨慎性原则,对公司部分发行周期长且预计回本较难的游戏《D5》《卧龙吟 2》《kingdom: Flames of War(全球)》等产品,对其预付的分成款、版权金未摊销的部分进行了结转。

工业互联网表现稳健,预计 2022 年该业务营收同比增长 30%+,深化布局保障未来发展。1) 数字化输送系统:①输送带产能基本满产,其中,海外营收预计占工业互联网板块业务营收的比例 40%+,创历史新高;同时公司和必和必拓共同研发的世界首条碳中和输送带产品正式下线,并大力拓展智慧矿山市场,预计 22 年数字化输送带在矿山领域的收入占数字化输送带收入比例为 60%,产品及服务出口业务同比增长 50%+。②智能在线监测产品已有输送带纵撕检测系统实现规模化商业应用,22 年智能在线检测产品签约客户 13 家,预计 22 年营收同比增长 310%+。2) 智能运营服务:深耕多年,①22 年增资踏歌智行深化布局,将矿车无人驾驶技术与公司智能输送检测系统技术联动,解决输送环节痛点;②与兖矿能源集团合作,增资山东新宝龙,成立山东宝能智维,推动智能化输送带产品、服务技术与煤炭产业融合发展,预计 22 年山东新宝龙收入超 2 亿,山东宝能智维签订了 1850 万元的项目合同,将稳步贡献收入。

4) 芒果超媒:出品内容保持高热度彰显自制综艺优势,打造内容电商小芒 APP 和线下实景娱乐 M-CITY 培育新增长极。2 月 27 日公布 2022 年业绩快报,预计全年实现营业总收入 137.04 亿元,同比下降 10.76%;归母净利润 18.21 亿元,同比下降 13.86%;扣非归母净利预计 15.84 亿元,同比下降 23.07%,其中,预计会员收入为 39.44 亿元,同比增长 6.95%,2022 年末有效会员规模为 5916 万,再创新高;运营业务收入为 25.09 亿元,同比增长 18.36%;广告收入收入为 39.94 亿元,同比-26.77%,降幅较 1H22 收窄 4pct,该业务是导致芒果超媒业绩下滑的主因;小芒电商全年 GMV 同比实现 7 倍增长,DAU 峰值达 206 万。

长期而言,系列化+爆款内容制作能力强劲,内容电商有望带来业绩弹性。恋综、迷综等题材综艺的“出新-成为爆款-持续迭代”路径印证公司打造优质综艺的能力,且衍生综艺的推出也在进一步挖掘系列综艺价值,未来公司持续推出优质内容,尤其综艺的确定性相对较大。公司内容 pipeline 丰富,目前,芒果超媒待播综艺包括《乘风破浪 4》《披荆斩棘 3》《青年π计划》等,剧集方面有《我的人间烟火》《以爱为营》《大宋少年志 2》等剧集待播。

内容表现:综 N 代保持高热度,剧集表现向好。1) 综 N 代:据骨朵数据,《声生不息·宝岛季》于 3 月 16 日上线,上线当天全网热度位于全部综艺榜的第 2 位,反响热烈;据骨朵数据,《大侦探第八季》23 年 1 月 26 日上映,2 月全部综艺热度榜中位于第 1 名,《时光音乐会 第二季》12 月 16 日上线,上映首周全网热度位于全部综艺的第 9 名,12 月全部综艺热度榜中位于第 6 名,2 月全部综艺热度榜中位于第 3 名;《妻子的浪漫旅行第六季》于 11 月 24 日上线,上线首周位居全部综艺的第 3 名,12 月全部综艺热度榜中位于第 2 名,2 月全部综艺热度榜中位于第 7 名;《你好星期六》(《快乐大本营》改版)1 月全网热度排名稳定在第 10 位,2 月全部综艺中热度排名第 6,体现出改版的成功。2) 剧集:据骨朵数据,截至 2023 年 3 月 16 日,3 月 14 日上线的《归路》首周位于全部剧集热度榜第 4 位;据骨朵数据,2 月 6 日上线的《女士的品格》首周位于全部剧集热度榜第 7 位,2 月全部剧集热度榜中位于第 9 名;1 月 3 日上线的《去有风的地方》当周位于全部剧集热度榜第 3 位,1 月位于全部剧集热度榜第 3 位,目前热度下降,2 月全部剧集热度榜中位于第 19 名;1 月 27 日上线的《今生也是第一次》上线首周位于全部剧集热度榜第 14 位,2 月全部剧集热度榜中位于第 16 名。

5) 分众传媒:短期关注疫后消费复苏,对客户品牌建设的重要性在宏观经济增速放缓下愈加凸显,随消费趋势的自然变化,长期有增长潜力。1 月 21 日,分众发布 2022 年度业绩预告,预计全年归母净利润 27.7-28.5 亿元,同比下滑 52.98%-54.3%,扣非净利润 23.7-24.5 亿元,同比下滑 54.7%-56.2%。

短期:关注疫后消费复苏及宏观景气度。2022 年 12 月以来疫情逐步放开,预计广告投放 23 年将有所回暖,关注宏观经济态势走势。2 月公司与今世缘达成深度合作。

长期:媒体资源基础扎实,梯媒龙头地位稳固,看好对客户品牌建设的重要性。截止 22 年 7 月底,公司电梯电视媒体设备 84.4 万台,较 21 年底增长 4.0%,电梯海报设备 181.7 万个,较 21 年底小幅下跌,为-2.2%;覆盖影厅 1.3 万个,较 21 年底减少约 600 个,整体稳健,于点位覆盖上占据绝对市场地位。梯媒/影院媒体所呈现的广告具有强势触达、低干扰的效果,且楼宇电梯为必经之地,于品牌曝光方面具备异于互联网广告的优势,品牌迭代及新能源等

新兴行业的出现均会为公司带来业绩弹性。

6) 国联股份: 1月11日, 公司发布2022年度业绩预增公告, 预计2022全年实现收入726.5-734.0亿元, 同比增长95.14%-97.15%; 归母净利润11.20-11.35亿元, 同比增长93.6%-96.2%; 扣非净利润10.38亿元-10.53亿元, 同比增长95.4%-98.2%。

①3月9日, 国联股份发布《关于公司变更经营范围及修订《公司章程》的公告》, 公告指出, 根据公司实际经营需要, 公司拟对经营范围进行修订, 增加“数字技术服务; 物联网技术研发; 基于云平台的业务外包服务; 数字文化创意软件开发; 数字创意产品展览展示服务; 智能控制系统集成; 互联网直播技术服务; 人工智能基础软件开发; 人工智能理论与算法软件开发”, 具体经营范围变更最终以市场监督管理部门核准的内容为准。

7) 遥望科技: 公司聚焦移动互联网营销, 利润逐渐释放。直播电商GMV同比增长60%, 旗下头部主播GMV数据稳定。积极拓展新营销手段, 上线孔襄虚拟数字人形象, 并设立遥望创新研究院, 对虚拟数字人、AI等领域加强研究。2023年1月30日, 遥望科技出具2022年度业绩预告, 报告期内归属于上市公司股东的净利润亏损1.7亿至2.55亿元, 上年为亏损约7亿元, 扣除非经常性损益后的净利润亏损1.78亿元至2.63亿元, 上年为亏损7.2亿元, 公司逐步减轻亏损程度, 2022年由于受到疫情影响, 对公司经营尤其是鞋履销售业务造成重大影响, 受到疫情管控放开, 公司23年业绩有望进一步向好。

①据3月16日公司投资者问答, 公司计划基于GPT框架做直播带货的AIGC生成, 目前处于研究阶段; 商城项目正在建设中, 具体开业时间视政府验收情况。

#### 港股: 港股互联网公司具备长期投资价值, 目前整体估值较低, 适合长期配置

1) 腾讯控股: 11月16日, 腾讯控股发布2022年第三季度财报。财报显示, 腾讯控股Q3营收1401亿元人民币, 同比下滑2%; 第三季度净利润399亿元, 同比增长1%; 调整后净利润323亿元人民币; 营业利润515.9亿元人民币。代表数实经济的金融科技及企业服务业务表现亮眼, Q3收入448亿元, 同比增长4%, 收入占比提升至32%。

①社交基本盘: 3月16日, 安卓微信8.0.34内测版正式上线, iOS平台的同一版本已经在10天前上线, 此次更新具有安装包体积小、文章下划线变点赞功能、新消息通知取消关闭红点提示、聊天图片搜索功能全面上线、发现页管理改版、优化小程序和小游戏稳定性和性能六大变化。3月3日, 微信发布消息称, 视频号小任务将全新升级, 内容涉及分成政策、任务筛选和运营服务。该消息称, 升级将为“创作者带来全新流程体验和丰厚收入回报”。小任务上线于2022年8月, 是视频号面向百粉创作者和广告主的撮合交易渠道, 任务覆盖电商、零售、影视、综艺、游戏等类型。应用持续迭代, 2月23日微信手机版本8.0.33安卓端上线, 安装包体积小、相比8.0.32版本缩小0.2%; 搜一搜页面改版, 移除最上方的单独一栏; 小程序搜索页新增“小功能”卡片, 默认功能包括墨迹天气等; 公众号文章新增“划线”和“划线并转发”功能; 优化小程序和小游戏稳定性和性能。

②游戏: 3月15日, Sensor Tower发布《2023年2月全球热门移动游戏收入TOP10》, 腾讯《王者荣耀》在全球App Store和Google Play收入2.25亿美元, 蝉联全球手游畅销榜冠军, 《PUBG Mobile》收入超过1.4亿美元, 位列榜单第3。3月8日, 《王者荣耀》正式上线巴西地区的App Store、Play Store、Samsung Apps, 其初期阶段提供的语言为葡萄牙语、英语。据腾讯游戏官方内测平台消息, 一款名为《代号H》的赛博朋克风格格斗手游开启测试招募, 时间为2月23日-3月5日上午10:00, 本次测试预计3月上旬开启。2月27日, 世纪天成官宣与腾讯将合作联运《冒险岛: 枫之传说》手游, 2月23日, 《黎明觉醒: 生机》开启不限号不删档测试, 截止3月4日, 位于iOS游戏免费榜第7位; 2月10日, 腾讯旗下《王者荣耀》衍生的《王者万象棋》版号获批; 据Sensor Tower, 腾讯在2022年出海游戏中总收入排名第2, 仅次于米哈游, 2023年1月位于出海游戏商总收入第一位; 《PUBG Mobile》12月海外收入环比增长36%, 排名上升2位至收入榜第2名; 《王者荣耀》在1月蝉联全球手游畅销榜冠军, 收入达到2亿美元; 由腾讯Level Infinite发行、韩国Shift Up工作室研发的《胜利女神:Nikke》12月收入超过7000万美元, 位列第8名。

③剧集综艺: 据骨朵数据, 《重紫》2月15日上线, 上线首周热度位于全部剧集第4名, 2月整体位于第3位; 《三体》1月15日上线, 上线首周和1月均位于全部剧集第1名, 2月全部剧集热度榜中位于第5名; 《纵有疾风起》1月1日上线, 上线首周热度位于全部剧集第6名, 1月整体位于第8位, 目前热度下降, 2月全部剧集热度榜中位于第35名; 《时光与他, 恰是正好》12月25日上线, 1月位于全部剧集热度周榜36名, 目前热度下降; 《毛雪汪》于3月13日, 上映首周位于全部综艺排名榜第20名, 2月24日上线的《哈哈哈哈哈第3季》首周位于全部综艺热度榜第13位, 2月全部综艺热度榜中位于第20名, 目前热度上升; 1月31日上线的《半熟恋人第2季》首周位于全部综艺热度榜第17位, 2月全部综艺热度榜中位于第3名; 11月29日上线的《令人心动的offer第四季》, 12月全网热度位于全部网综的第3位, 1月位于第12位, 2月热度略有下降, 位于全部综艺热度榜第17位。

④对外投资: 继续筛选优质标的投资, 据游戏陀螺, 库洛游戏于3月17日获得广西腾讯创投认缴出资21.72万的战略投资, 占股比例为14.33%, 为库洛游戏第三大股东。12月16日, 投资韩国游戏开发商Shift Up, 旗下作品有叙事性收集式卡牌游戏《命运之子》、美少女射击游戏《胜利女神:NIKEE》等, 该公司最新估值9750万元人民币。10月4日, 波兰独立游戏开发工作室Gruby Entertainment宣布, 腾讯控股有限公司已同意收购该公司少数股权。9月20日, 腾讯对《雷霆一击》的开发商Triternion进行了投资并获得少数股权。

⑤科技及企业服务：3月14日，腾讯会议官方发布公告称，将从2023年4月4日起调整免费版和会员版的多项服务功能涉及会议规模、时长和会员价格等方面。3月9日，腾讯旗下数字藏品平台幻核发布下线通告，幻核APP将于2023年6月30日24时下线。2月16日，腾讯推出企业跨境支付平台“智汇鹤”，面向跨境电商卖家、进出口电商平台及机票酒旅商户，提供全球收款、付款、汇兑等一站式解决方案，支持20多种主流币种交易；2月8日，腾讯云与东吴证券签署战略合作协议，双方将在金融科技新基建、数字新连接、全真互联财富管理等方面深化合作。

⑥其他：腾讯数字藏品平台幻核发布下线通告，表示基于业务调整的安排，幻核App将于2023年6月30日24:00下线。据36氪，今年1月腾讯XR业务暂停，临时负责接管的GM（部门总经理）为钱赓——也是腾讯游戏任天堂合作部的总经理。

2) 快手：广告和电商变现加速，商业化快步迈进中。11月22日，快手发布2022年第三季度业绩，总营收同比增长12.9%至231亿元，净亏损为27.1亿元，此前预估亏损37.3亿元。调整后净亏损6.719亿元，预估亏损17.4亿元，表现好于市场预期。公司直播打赏业务更注重付费率的提高而非追求付费用户更高的打赏金额，新规对公司业务影响中单位数，长期影响更小。

用户增长趋稳，流量基本盘稳固，21年9月调整组织架构，职能型架构变更为事业部制，主站产运线+四大事业部成型，聚焦商业化。①广告：主站双列变单列，加之极速版用户过亿，激励机制提升用户广告容忍度，广告承载力提升，此外20年公司人均广告收入约为抖音的1/4，存在提升空间，磁力引擎打通公私域流量，未来有望获取更多头部广告主，推升广告收入。②电商：打造信任电商闭环，快手优势SKU对社零渗透率大致在3%-15%，约为主流电商的1/5，未来伴随对用户需求的不断渗透，转化率有望提高；同时，2022年快手电商货币化率约1%，抽佣率与主流电商平台相当，待商户补贴逐步推出后货币化率有望提升。而公司本身致力于打造信任电商闭环，流量扶持推动商家入驻快手小店，利于降低第三方平台分佣，货币化率有望向主流电商平台靠拢。

①据DoNews，3月16日，快手在浙江成立新公司浙江快手信息技术有限公司，注册资本1亿人民币，法定代表人、执行董事兼总经理为杨远熙，经营范围含网络技术服务；信息技术咨询服务；网络与信息安全软件开发；数据处理服务；广告设计、代理、制作等。股东信息显示，该公司由快手关联公司北京达佳互联信息技术有限公司全资持股。

②3月13日，快手电商官宣推出“拦截物流”服务，商家开通后可以在售后详情页面进行物流拦截，拦截成功后可自动同意退款，可以提升商家的售后处理效率。拦截退货的商品未经过三方代收和买家，商品货损的比例大大降低，和买家的纠纷也大大降低，如果产生货损，商家只需要和快递公司索赔即可。

③3月16日，由快手星空工作室研发的音乐手游《舞动星闪耀》正式上线。在TapTap、好游快爆等社区，该作评分均在8.0左右，口碑较佳。七麦数据显示，游戏上线首日位列中国区App Store音乐免费榜Top1，畅销榜排名第三名。

3) 美团：11月25日晚，美团发布2022年第三季度业绩，公司营收达626亿元，同比增长28.2%，净利润为12.2亿元。截至三季度末，过去12个月的年交易用户数为6.87亿，交易用户年均交易笔数达39.5笔，同比增长15%。

①据亿邦动力，美团的前置仓电商业务美团买菜已于今年2月重启去年初搁置的苏州开城计划，目前已在当地完成选址，将于近期开城。此外，美团买菜今年还将在保证盈亏平衡的前提下去往更多华东城市，开启新一轮扩张计划。

②据晚点LatePost，3月6日，美团创始人王兴发布内部邮件，宣布网约车业务调整，转入美团平台，网约车负责人张星远向美团平台负责人李树斌汇报。同时，美团打车放弃自营，全面转向聚合模式。

4) 网易：2月23日，公司披露2022四季度及全年业绩公告，2022Q4单季实现营收254亿元，同比增长4%，实现Non-GAAP净利润48亿元，同比下滑27%；2022全年实现营收965亿元，同比增长10%，实现Non-GAAP净利润228亿元，同比增长15%。其中，2022Q4，公司游戏及相关增值服务收入191亿元，同比增长1.6%，毛利率59.1%，同比-1.8pct，环比-5.9pct，手游收入118亿元，同比下滑0.9%，端游收入60亿元，同比增长8%，老游戏表现稳健，新游戏表现亮眼，2023年产品线丰富，有望在国内市场推出《大话西游：归来》、《逆水寒》手游、《超凡先锋》、《巅峰极速》、《永劫无间》手游等新产品，在海外推出《哈利波特：魔法觉醒》，储备丰富，有望带动收入增长；云音乐收入24亿元，同比增长25.8%，毛利率17.8%，同比+13.7pct，环比+3.6pct，2022全年云音乐MAU达到1.89亿，同比增长4%，在线音乐付费用户数达到3827万，同比增长32.2%，付费率从16%增长至20%，毛利率及用户付费向上明显；有道经营利润2022Q4实现首次季度性盈利。

①海外发展：公司持续加强海外研发，发力优质内容制作，据Fami通消息，2月28日，原《罪恶装备》《苍翼默示录》系列的制作人森利道与青木利则（曾在Sega、Marvelous任职）两人共同宣布：得到网易游戏投资，将在日本东京成立新工作室“STUDIO FLARE”，注册资金近3亿日元，今后将与网易合作进行游戏开发。目前开放工作室正在建造中。据游资网，23年网易推出了由AAA级资深游戏开发人士组成的新团队Spliced，目标打造“世界级的游戏体验”；22年已成立包括名越工作室、Jackalope Games等工作室。全球化游戏储备丰富，520发布会上也公布自研《永劫无间》手游实机演示，《萤火突击》、《零号任务》等游戏宣布海外测试时间；《暗黑破坏神：不朽》已于海外上线，据Sensor Tower，网易位居22年海外发行商收入榜第6名，23年1月中国手游发行上收入第2名。

②国内游戏：3月16日，网易全新史诗大世界魔幻冒险MMORPG手游《龙之灵域》将在3月30日正式开启公测。3月

9日,网易游戏自研的三国无双类游戏《三国诛将录》开启不收费删档测试。3月9日,网易游戏自研的3A级拟真操控竞速游戏《巅峰极速》开启首测;《逆水寒》官方宣布于4月28日开启删档付费测试,付费将在公测超额返还,测试持续14天,将支持5万名玩家参与,版本号为V0.90。2月10日网易旗下的《梦幻西游:时空》获批版号;1月17日,网易旗下生存射击手游《超凡先锋》获批版号、《逆水寒》增报移动端版本;12月30日,Steam公布2022年度畅销游戏榜,涵盖了2022年Steam平台收入最高的100款游戏,并根据销量将游戏分为了铂金、黄金、白银和青铜四个“段位”,网易的国产买断制游戏《永劫无间》成功冲上最高的铂金段位,与《艾尔登法环》《使命召唤:19》等游戏并列前十;12月28日,网易游戏出品的《幻想生活》和《突袭:暗影传说》获得国内游戏版号批准;12月17日,网易开放世界《射雕》正式开启了TapTap预约,游戏将登陆PC/手机平台,截至1月14日14:00,预约人数2.85万人,评分8.3;

5)心动公司:8月31日发布中报业绩。关注后续新游戏对游戏增长的拉动和TapTap国际版的用户增长、货币化。①收入端:1H22营收15.94亿元/yoy+15.6%,游戏运营收入11.26亿元/yoy+8%,TapTap信息服务收入4.68亿元,同比增长39.3%至。②利润端:净亏损3.86亿元,同比扩大18.7%。③用户端:TapTap中国版MAU为4173万,同比增长45.5%,国际版MAU为897.3万人,同比减少31.9%。主要是由于《仙境传说M》等老游戏的平均MAU较去年同期有所下降。

①心动游戏代理发行的游戏《无尽旅图Carto》在3月7日宣布,手机版将在3月29日发售,平台为TapTap、App Store,游戏原价25元,首发半价优惠12元,截止3月18日,体验版下载次数超5.2万次。

②心动公司自研的《火炬之光:无限》宣布5月开启公测,目前可在TapTap、App Store和官网预约。

6)阅文集团:3月16日,公司发布2022年业绩报告,2022Q1-Q4营收76.26亿元/yoy-12%,得益于公司降本增效、聚焦业务优势能力建设等系列措施的高效执行,Non-IFRS净利润13.5亿元,同比+9.6pct,实现Non-IFRS归母净利润两个财年实现连续增长,对应净利率达17.7%,同比+3.5pct,在线业务收入达43.6亿元,版权运营及其他业务收入达32.6亿元。

①不断加强IP创作,核心自有产品MAU同比增80%。2022年公司精品付费产品代表起点读书APP成功突破增长瓶颈,其2022年12月的MAU同比上涨80%,2022年全年收入同比上涨超30%。2022在线阅读平台新增了约54万名作家及95万本小说,新增字数超过390亿。受益于精品策略和有效的反盗版措施,优质内容数量和收入增长明显,全平台2022年新增的均订(平均每章节订阅量)3,000以上的作品数量同比上涨超50%。

②持续加码IP可视化,影视、动画、漫画领域表现突出。在影视领域,继续保持一线水准。2022年出品电影《这个杀手不太冷静》和电视剧《人世间》、《卿卿日常》、《心居》、《天才基本法》、《风起陇西》、《请叫我总监》、《玫瑰之战》均获好评。其中,上半年推出的《人世间》创下央视一套黄金档近8年收视新高,全网各榜单稳居榜首;下半年推出的《卿卿日常》在爱奇艺开播仅144小时热度值破万,刷新了2021年《赘婿》创下的爱奇艺破万最快记录。据云合、酷云、猫眼及灯塔等多家专业数据平台显示,《卿卿日常》在多个维度的热度值和播放量排行榜中均位列全年第一。此外,该剧集还在越南、马来西亚及欧美等地的主流媒体平台播出。在动画领域,延续此前强势表现。《斗破苍穹》系列和《星辰变》系列分别在2022年推出了2部新赛季内容,其他上新动画作品《武动乾坤》、《萌妻食神》、《星域四万年》等IP热度也在持续提升。据骨朵数据,2022年腾讯视频上新的国产动画热度榜前10的作品中,有7部改编自阅文IP。在漫画领域,持续提升产能、加速可视化进程。2020年下半年攻速提出与腾讯动漫合作,在今后3年完成300部IP的漫画改编。截至2022年底已上线230多部漫画作品,进度超预期,并出现多部一线作品如《大奉打更人》、《从红月开始》、《全球高武》等。

③深入挖掘IP商品化和变现价值,加强跨产品形态联动。在商品化方面,2022年在搭建衍生品体系和建设内部团队的核心能力、消费品、潮流玩具等领域取得了阶段性成绩。2022年《斗破苍穹》的数款雕像累计GMV超过2,000万元;自主研发的《诡秘之主》系列盲盒也即将面世。未来将围绕其他更多的IP如《全职高手》、《庆余年》、《大奉打更人》等开发多种形态的衍生品,配合相关内容的上线播出。在游戏领域,与业内优质的研发商合作,将阅文IP转化为游戏,不断加强自身游戏研发和运营基础能力的搭建。

④加快海外业务拓展板块,挖掘海外市场潜力。2022年以《大国重工》、《赘婿》等为代表的16部阅文作品被收录至大英图书馆的中文馆藏书目中;2022年海外阅读平台WebNovel向海外用户提供约2,900部中文翻译作品和约50万部当地原创作品。

过去对阅文估值在于在线阅读付费业务和现有IP项目开发,受限于部分待消化项目。重估阅文包含潜在IP开发由“供给驱动”转向“需求拉动”和电影业务崛起。随着阅文与腾讯、新丽成立业务委员会后,公司有望打破过去沉淀较多IP未发掘的问题,加快IP转化影视化进程。①潜在IP转化(影视剧):随着IP开发从“供给驱动”转向“需求拉动”,阅文IP转化产出能力有望进一步得到提升。阅文目前年产出8-10部影视剧约占腾讯年自制剧20%,预计2025年有望提升,年产出达20部剧左右。②电影业务崛起:当前阅文集团IP转化电影存较大增长空间,预期未来阅文电影业务有望对标漫威影业,以每年两部的20亿票房级别电影突破业务天花板。

7)哔哩哔哩:3月2日,B站公布了全年及第四季度财报。财报显示,2022年B站总营收219亿元,同比增长13%;

2022 年第四季度营收 61.4 亿元，同比增长 6%，净亏损 15 亿元。

①用户实现高质量增长，精品 OGV 视频带动用户使用时长同比持续提升。2022Q4 公司月活用户达到 3.26 亿，同比+20%，日活用户达到 9280 万，同比+29%，日活占月活比例同比提升 1.9pct 至 28.5%。单用户日均使用时长达到 96 分钟，同比+14%。Q4 季度公司聚焦 OGV 精品视频，释放国创品牌价值，推出的《跨年晚会》、《三体》、《中国奇谭》皆火爆出圈。

②降本增效下毛利率提升，营销费用大幅度降低，亏损同环比收窄。2022Q4 公司毛利率达到 20.3%，环比+2.1pct，同比+1.3pct。营销费用 12.7 亿元，同比降低 28%，营销费用率 20.6%，环比-0.6pct，管理费用 8.2 亿元，同比增长 52%，管理费用率 13.3%，环比-4.0pct，管理费用同比大幅增长主要由于组织优化的产生 2.5 亿元遣散费用，研发费用 14.9 亿元，同比增长 87%，研发费用率 24.3%，环比+4.8pct，研发费用同比大幅增长主要由于公司在精品游戏战略下终止了多款在研游戏项目产生 4.2 亿元相关开支。

③内容生态繁荣发展带动变现提升，增值业务保持较高增速。分业务来看：1) 游戏：2022Q4 公司游戏收入达到 11 亿元，同比下滑 12%，主要由于缺少新产品带动游戏增长，2023 年公司自研产品《斯露德》、《依露希尔：星晓》有望上线带动公司游戏收入增长，此外公司独代游戏《赛马娘》若上线将为公司游戏业务带来较大增量。2) 增值服务：2022Q4 公司增至服务收入达到 23 亿元，同比增长 24%，在用户及付费用户稳健增长趋势下 23 年将持续增长。3) 广告：2022Q4 公司广告收入 15 亿元，同比下滑 5%，2022 年整体广告环境承压，预计 2023 年在整体经济回暖、广告需求回暖情况下将实现更高增长。4) 电商和其他：2022Q4 电商及其他业务收入 11 亿元，同比增长 13%，主要由于电竞版权转授权营业额增加。

近况：①番剧：1Q23 将上线 25 部独播/出品番剧，8 部为国产，储备丰富，《三体》12 月 10 日开播（全 15 话，已播出 13 话），截至 3 月 17 日 16:00，播放量 5.0 亿；②剧集：22 年上线《正义的算法》、《珍馐记》等 12 部大会员专享电视剧，《守护解放西 3》等 57 部大会员专享纪录片，《侏罗纪世界 3》《明日战记》、《精灵旅社 4：变身大冒险》、《新蝙蝠侠》等 30 部大会员专享电影；③综艺：《非正式会谈第 7 季》（全 10 集更新完毕）4 月上线，《90 婚介所 2022》（全 13 集更新完毕）5 月上线，《哔哩哔哩向前冲》（全 16 集更新完毕）8 月上线，截止 2023 年 3 月 17 日播放量分别为 2.1 亿、3.2 亿、2.7 亿；④游戏：2023 年 3 月 17 日-2023 年 3 月 31 日共有 12 款代理游戏开始测试。⑤哔哩哔哩 1 月 MCN 榜单发布，商业影响力榜 TOP3 为蜂群文化、麻瓜联盟、纯初文化；内容影响力榜 TOP3 为蜂群文化、碎星文化、纯初文化；时尚 MCN 综合排行榜 TOP3 为蜂群文化、青藤文化、萤火虫；游戏 MCN 榜单 TOP3 为小象大鹤、碎星文化、纯初文化；1 月 29 日，哔哩哔哩宣布与晋江原创订立为期三年的综合合作框架协议，包括但不限于购买多部作品（包括文学作品）的版权，并将该版权用于指定用途，而哔哩哔哩同意向晋江原创支付相关交易金额，包括但不限于授权费、采购费及任何利润分成安排所得款项。

8) 阿里巴巴：2 月 23 日，公司发布 2023 财年第 3 季度业绩（截止 2022 年 12 月底的季度业绩）。公司 FY2023Q3 收入 2477.56 亿元，同比+2%，高于彭博一致预期的 2458.75 亿元，中国商业业务收入 1699.86 亿元，同比-1%，略高于彭博一致预期的 1662.63 亿元。NON-GAAP 净利润 499.32 亿，同比+12%，高于彭博一致预期的 432.68 亿元。

①据亿邦动力，淘宝天猫产业发展及运营中心、消费电子市场营销总经理彭艳萍透露，2023 年整个阿里手淘的策略将由图文走向视频。

②3 月 16 日，据阿里云，近期阿里云提供技术支持的上海证券交易所（下称“上交所”）新交易系统已正式上线运行。新系统部署在上交所私有云上，其交易数据实时处理能力扩展达 50 万笔/秒以上，总体消息处理能力可达每秒千万级，计算时延大幅降低，能够应对未来业务持续增长的交易量和复杂性需求。

③据韩联社，阿里巴巴旗下跨境电商平台“全球速卖通”3 月 9 日在首尔江南区的韩国会展中心（COEX）召开记者会，宣布今年将在韩国市场营销、物流流通等领域投资 1000 亿韩元（约合人民币 5.3 亿元）。

9) 京东：公司业绩稳健，自营+供应链的模式壁垒深厚。3 月 9 日，京东集团发布了 2022 年四季度及全年业绩。Q42022 净收入为 2954 亿人民币，yoy+7.1%，非美国通用会计准则下归属普通股股东的净利润为 77 亿元，去年同期为 36 亿元，yoy+113.9%。全年净收入 10462 亿人民币，yoy+9.9%，非美国通用会计准则下归属普通股股东的净利润为 282 亿元，21 年为 172 亿元，yoy+64%。①22 年费用率得到控制，履约费用率进一步降低至 6.0%，推动零售经营净利润继续保持稳步增长，2022 年全年达 3.7%。②用户数继续保持高质量增长，日均活跃用户数同比双位数增长，零售用户购物频次和用户平均贡献收入（ARPU）继续保持增长势头。其中，京东 PLUS 会员在籍会员数量截至四季度末达 3400 万，保持高速增长态势。京东零售的第三方商家数量连续 8 个季度取得 20% 以上的同比增长，其中，2022 年全年新入驻的商家数量同比增长 34%，有效地丰富了品类、满足用户多元化需求。2023 年初，京东发布了“春晓计划”，为自然人提供快速入驻通道、“0 元试运营”等扶持举措，借助京东在供应链、物流、技术和服务的核心能力，提升商家的经营效率，帮助商家特别是中小微商家在不确定的环境下保持增长。

①3 月 17 日，京东公布自有品牌“京东京造”成立五年以来的系列成果。公布数据显示，2022 年“京东京造”销售额同比增长 60%，100 余个品类年均销售额增长超过 300%，新品开发成功率在 90% 以上。

②3 月 17 日，京东超市正式发布 2022 年度宠物消费趋势，并推出三大趋势增长计划。在 2023 年，京东超市在宠物品类上将重点聚焦单品打造、品牌扶持、渠道拓展，扶持品牌布局烘焙主粮、宠物智能用品等趋势赛道，助力品牌实现高速增长。数据显示，在 2022 年，京东超市宠物趋势品类成交额同比增长 121%，占比提升 82%。其中，冻干猫粮同



比增长 162%，烘焙猫粮同比增长近 9 倍，智能宠物用品更受欢迎，宠物智能厕所销量同比增长 66%。在用户方面，京东超市宠物品类 22 年度用户增速超 40%，是行业平均增速的 2 倍，其中第一次在宠物品类购买商品的新用户占比达到 53%。在高净值用户上，京东 PLUS 会员的年平均宠物品类消费额是全量用户的 1.5 倍，同时持有京东 PLUS 宠物特权卡的用户年平均宠物品类消费额是全量用户的 6 倍，京东用户高价值特征体现明显。

③据电商报，2023 京东大商超 POP 业务部商家大会 3 月 14 日在北京举办。会上，京东超市发布 2023 年开放生态全新战略，将聚焦成本、效率、产品、价格、服务五大核心方向推出十二大举措，帮助商家降低成本、提升效率，实现好产品、好价格、好服务。

④3 月 16 日，建谊集团与京东科技达成战略合作，京东科技将助力建谊集团打造基于建筑领域的供应链金融服务平台，实现对建筑产业链从设计、制造、生产到流通、贸易、供应链金融服务以及企业管理多个环节的数字化升级，助力产业链上下游的中小微企业融资高效便捷获得融资服务。

10) 百度：2 月 22 日，百度发布 2022 年 Q4 及全年业绩。2022Q4 百度集团实现营收 331 亿元，同比持平，略高于彭博一致预期的 320.6 亿元；其中，广告业务收入 195.71 亿元，同比下降 5.6%；非广告业务收入 135 亿元，同比增长 9.2%；百度 Core 营收 257 亿元，同比-1.25%，环比增长 1.64%，略高于彭博一致预期的 250.9 亿元，广告收入 181 亿元，同比-6%；非广告收入 75.5 亿元，同比+11%。Non-GAAP 净利润 54 亿元，同比+31.5%，净利润率 16.2%，高于彭博一致预期的 47.37 亿元。

①3 月 17 日，百度旗下“萝卜快跑”获准在北京经开区 60 平方公里范围内划定区域开展全无人自动驾驶运营示范。此次萝卜快跑共投入 10 辆全无人自动驾驶车，目前萝卜快跑已在北京、武汉、重庆三个城市开启全无人自动驾驶出行服务。

②3 月 16 日下午百度举行发布会，正式公布大语言模型“文心一言”，这是一款基于人工智能技术的智能对话系统，可进行语义理解、智能问答和情感交流等多种形式的对话。3 月 16 日起，首批用户即可通过邀请测试码在文心一言官网体验产品，后续将陆续开放给更多用户。

③百度营销发布《“AI 自有光”她经济消费新图鉴》，提出新时代女性的 8 个消费新趋势：ALL IN 式撸妆、松弛感穿搭、清醒加微醺、断网式运动、零费力宠伴、躺平式宅家、黑科技育儿、相亲式购车。

11) 汇通达：农业农村数字化趋势下，汇通达深耕自营模式。8 月 23 日公司发布中期财报。收入端，上半年 398.9 亿元/yoy+33.1%，交易业务板块整体销售收入 394.9 亿元/yoy+32.7%，服务业务（门店 SaaS+及商家解决方案）收入 3.64 亿元/yoy+117.2%；利润端，经调整归母净利润 1.87 亿元/yoy+57.7%；用户端，活跃会员店总数 65264 家，同比+62.6%，SaaS+订阅用户数 11.1 万家，同比+55.1%。

12) 宝尊电商：11 月 29 日公司发布 2022 年 Q3 业绩。Q3 营业收入 17.41 亿元/yoy-8.3%，Non-IFRS 归母净利润-0.13 亿元，较 21 年同期的-0.88 亿元有所改善。其中，服务收入 12.44 亿元/yoy+3.8%。

13) 其他港股科技互联网公司：物联网（小米集团）、游戏（祖龙娱乐）。

①祖龙娱乐旗下新游《以闪亮之名》与 3 月 3 日停止游戏测试，将于 3 月 24 日迎来公测，截止 3 月 18 日 3:00，预约人数达 221.6 万。

## 美股：关注美国 SEC 对中概股的政策变化

■ 美国东部时间 12 月 15 日上午，美国公众公司会计监督委员会（PCAOB）表示，鉴于 2022 年 9 月至 11 月在中国香港开展的中概股审计检查工作的流程符合既定标准，PCAOB 董事会已于当日投票撤销了 2021 年作出的判定（涉事在美注册的中国会计师事务所“无法完成检查或调查”）。

1) 拼多多：11 月 28 日，拼多多发布 2022 年第三季度业绩报告。财报显示，三季度，平台实现营收 355.0 亿元，同比增长 65.1%，超市场预期。美国通用会计准则下归属于普通股股东的净利润为 105.9 亿元。

①据亿邦动力，拼多多跨境平台 Temu 计划 3 月 25 日在英国正式上线，而这也将是继美国、加拿大、新西兰、澳大利亚之后，Temu 进入的又一个市场。

②据亿邦动力，拼多多正在通过旗下社群团购平台快团团低调推进本地生活业务，目前已开启招商。

2) 达达集团：“零售+配送”双轮驱动，万物即时达。3 月 9 日，达达集团发布了 2022 财年四季度和全年业绩。四季

度总营收 26.8 亿元，yoy+31.9%，其中达达快送营收 8.8 亿元，京东到家营收 18.0 亿元，Non-GAAP 归母净亏损 1.8 亿元，上年同期为 4.9 亿元；全年总营收 93.7 亿元，同比+36.4%，其中，达达快送营收 31.6 亿元，京东到家营收 62.1 亿元，同比+53.5%，Non-GAAP 归母净亏损 133 亿元，去年同期为 21.0 亿元，亏损收窄。

即时零售高成长性，盈利曙光展现。行业在疫情催化下，用户渗透率显著提升，疫情好转后需求企稳且增长恢复，较疫情前活跃度提升。即时零售行业预计 2021-2025 年年复合增长率将达 51.33%，即时配送行业预计 2021-2026 年年复合增长率达 28%。

达达集团助力实体零售，万物即时达。①京东到家：4Q22 京东到家平台营收 18 亿元，GMV yoy 超 80%。2022 全年，京东到家平台营收 62 亿元，yoy+54%。增长的驱动力包括：继搜索、同城频道入口后，Q4 实现京东首页推荐流的 LBS 化，为京东小时购带来更多流量；品质用户高速增长，活跃用户数达 7860 万，yoy+47%，预计长期可渗透京东约 50% 的用户，用户体量近 3 亿；平台活跃门店高速增长，2022 年平台活跃门店数超 22 万，yoy 超 50%；增长品类多元化，百强商超已合作就成，Q4 生鲜垂店 GMV 获得显著增长，家电 GMV 同比增长超 4 倍，母婴 GMV 同比增长超 3 倍，酒水 GMV 同比增长超 2 倍；合作品牌商高速增长，2022 年与京东到家合作品牌商超 280 家，同比增超 30%。②达达快送：行业内企业均以“快”为核心，向全场景覆盖发展。用户选择即时配送平台的决定因素为“品牌>时效>价格”，超七成用户接受配送费溢价 6%到 20%。达达快送的差异化体现在采取众包形式，骑手供给充足的前提下，运营更为灵活。达达快送日活骑手约 10 万，达达优拣月完单拣货员约 1 万左右；自主研发全自动派单系统和达达智配 SaaS 系统。实现订单和运力的实时匹配、配送路径优化助力降本提质。四季度，达达快送正式成为抖音生活服务的主要即时配送服务商之一，持续拓宽运力覆盖并大力支持疫情期间跑腿需求，中小商家和个人业务也取得快速增长，总单量同比增长超过 40%，营收为 9 亿人民币，同比增长 23%。2022 年活跃骑手达 100 万，同比增长超 40%。截至 2023 年 1 月底，达达无人配送开放平台通过和无人车厂商的合作，已累计完成超过 8 万个商超即时配送订单，使达达快送成为国内最大的商超无人配送应用方。

3) 唯品会：2 月 23 日，公司发布 2022 年业绩，全年实现净营收 1032 亿元（人民币，下同）；Non-GAAP 净利润 68 亿元，同比增长 14%；全年实现 GMV 1752 亿元，总订单 7.395 亿份，超级 VIP 活跃用户数量增至 670 万人，对线上消费的贡献占比提升至 41%。

4) 叮咚买菜：2 月 14 日，公司发布 2022Q4 业绩。2022Q4 实现营收 62.0 亿元，同比+13.1%，实现净利润 0.5 亿元，去年同期为-11.0 亿元，Non-GAAP 净利润 1.2 亿元，去年同期为-10.3 亿元，首次实现盈利。

## 二、行业政策及新闻动态

### 2.1 政策更新

■ 互联网监管趋向常态化，国家对数字经济、元宇宙发展予以支持。知识产权保护、数字化再提上日程，3 月 7 日，国家知识产权局发布《2023 年全国知识产权行政保护工作方案》，提出要全面加强知识产权保护，继续加大对重点领域、关键环节侵犯知识产权行为的打击和治理力度。国务院提请审议的《国务院机构改革方案的议案》予以通过，《议案》指出，要重新组建科学技术部，组建国家金融监督管理总局，深化地方金融监管体制改革，组建国家数据局，优化农业农村部职责，完善老龄工作体制，完善知识产权管理体制，国家信访局调整为国务院直属机构，精减中央国家机关人员编制。河南省教育厅发布的《2023 年教育信息化和网络安全工作要点》将教育数字化转型定为 2023 年教育信息化和网络安全工作的主要任务。

图表1：政策更新

时间	政策/文件名称	主要内容
2023.01.11	《国家广播电视总局关于印发全国广播电视和网络视听“十四五”人才发展规划的通知》	《通知》深刻把握广电工作是政治工作的鲜明定位，把政治建设作为人才队伍建设的首要任务，着力提高人才队伍政治素质和政治能力；紧紧围绕构建大视听发展格局、全面推进未来电视发展，着力提高行业人才核心竞争力，打造支撑高质量发展的广播电视和网络视听人才梯队；牢牢把握媒体深度融合大背景下新时代网络视听在壮大主流思想舆论、传播繁荣先进文化、促进经济社会发展等方面的重要使命作用，打造一支立足新阶段、展现新姿态、推动新传播的网络视听领域先进人才队伍，推动网络视听精品不断推出。
2023.01.16	《关于促进数据安全产业发展的指导意见》	《意见》提出到 2025 年，我国数据安全产业规模超过 1500 亿元，年复合增长率超过 30%，建成 5 个省部级及以上数据安全重点实验室，攻关一批数据安全重点技术和产品，数据安全产业基础能力和综合实力明显增强。
2023.01.18	《关于进一步鼓励外商投资设立研发中心若干措施的通知》	《通知》表明外资研发中心是我国科技创新体系的重要组成部分。为加快实施创新驱动发展战略，扩大国际科技交流合作，加大对外商投资在华设立研发中心开展科技研发创新活动的

时间	政策/文件名称	主要内容
2023.02.01	《关于跨境电子商务出口退税商品税收政策的公告》	支持力度，更好发挥其服务构建新发展格局、推动高质量发展的积极作用。 《公告》表明将降低跨境电商企业出口退运成本，积极支持外贸新业态发展。
2023.02.04	《国家发展改革委办公厅关于招标投标领域数字证书跨区域兼容互认功能的通知》	为落实《国务院关于开展营商环境创新试点工作的意见》等要求，加快推动招标投标领域数字证书（CA）跨区域兼容互认，降低市场主体交易成本，持续优化营商环境，国家发展改革委组织编制了《网络共享数字证书技术标准》，并以首批6个营商环境创新试点城市为重点，部署在部分地方公共资源交易平台和企业招标采购平台开展技术标准验证工作。
2023.02.15	《教育部关于发布智慧教育平台系列两项教育行业标准的通知》	为深入贯彻落实党的二十大精神，扎实推进国家教育数字化战略行动，完善教育信息化标准体系，提升各级各类智慧教育平台建设与应用水平，我部研究制定了智慧教育平台系列的两项标准，包括《智慧教育平台 基本功能要求》和《智慧教育平台 数字教育资源技术要求》，现作为教育行业标准予以发布，并自发布之日起施行。
2023.02.24	《个人信息出境标准合同办法》	《办法》自2023年6月1日起施行。国家互联网信息办公室有关负责人表示，出台《办法》旨在落实《个人信息保护法》的规定，保护个人信息权益，规范个人信息出境活动。近年来，随着数字经济的蓬勃发展，个人信息出境需求快速增长。为满足日益增长的个人信息出境需要，保护个人信息权益，《办法》规定了个人信息出境标准合同（以下简称标准合同）的适用范围、订立条件和备案要求，明确了标准合同范本，为向境外提供个人信息提供了具体指引。
2023.02.27	《汉阳区关于加快元宇宙创新发展扶持政策》（试行）	鼓励产业集聚，对于入驻基地的企业，按照其实缴注册资本的比例给予一次性奖励，最高100万元；推动应用场景落地，支持元宇宙基地平台建设，对于在基地率先搭建XR虚拟演播室、动作捕捉系统、算力等技术平台，最高可给予200万元的一次性奖励。
2023.03.07	《2023年全国知识产权行政保护工作方案》	按照《知识产权强国建设纲要（2021—2035年）》、《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》和《关于强化知识产权保护的意见》（以下简称《意见》）及其推进计划的相关工作部署，强化法治保障、严格产权保护，坚持改革驱动、质量引领，全面加强知识产权行政保护，继续加大对重点领域、关键环节侵犯知识产权行为的打击和治理力度，高质量推进知识产权行政保护工作，不断提升知识产权全链条保护水平，持续建设支撑国际一流营商环境和创新环境的知识产权保护体系，为加快推进知识产权强国建设、全面建设社会主义现代化强国提供有力支撑保障。
2023.03.07	《国务院机构改革方案的议案》	《议案》指出，要重新组建科学技术部，组建国家金融监督管理总局，深化地方金融监管体制改革，中国证券监督管理委员会调整为国务院直属机构，统筹推进中国人民银行分支机构改革，完善国有金融资本管理体制，加强金融管理部门工作人员统一规范管理，组建国家数据局，优化农业农村部职责，完善老龄工作体制，完善知识产权管理体制，国家信访局调整为国务院直属机构，精减中央国家机关人员编制。
2023.03.07	河南省《2023年教育信息化和网络安全工作要点》	《通知》指出，2023年教育信息化和网络安全工作的主要任务是：深入贯彻落实党的二十大精神和习近平总书记关于教育的重要论述，按照教育部和省委省政府推进教育数字化转型的部署要求，坚持“应用为王、服务至上、简洁高效、安全运行”的基本原则，加快构建省—市（高校）—县—校四级信息化支撑保障体系、管理服务体系、数据治理体系和安全可信体系，强化数据生产要素作用，夯实教育数字化转型根基。
2023.03.14	《关于对〈游戏分发与推广基本要求〉团体标准征求意见的通知》	《征求意见稿》对“游戏分发与推广模型”，“游戏分发基本要求”，“游戏推广基本要求”等相关要求进行了罗列。其中，团体标准征求意见稿对网络游戏在分发前应取得游戏版号一事提出了相关要求，若《游戏分发与推广基本要求》落实，在国内应用商店和相关游戏平台上架的游戏，在获批版号之前将无法再使用预订、预购、抢先体验等方式进行产品预热。

来源：中国政府网等各级政府官网，国金证券研究所整理

## 2.2 行业新闻

- 3月16日，微软通过其官网宣布，正在将其基于GPT-4的人工智能（AI）技术植入到其Office办公软件当中，该功能名为“Microsoft 365 Copilot”。微软称其是基于大语言模型的下一代AI生产力技术，目前已经向部分

商业用户开放。根据微软公布的演示视频显示，由 OpenAI GPT-4 大模型驱动的 Copilot，会像在 New bing 中的 AI 助手一样出现在 Microsoft 365 应用的侧边栏，作为一个 AI 聊天机器人，可以辅助用户在 Microsoft 365 应用和服务中仅仅依靠文字描述或草稿速来快速生成 Word、PPT、Excel、电子邮件等，用户可以自由地编辑和调整由 AI 生成的文本。

- 3月16日，“AI 工程化论坛暨 MLOps 实践指南发布会”在京举办。会上，中国信息通信研究院（简称“中国信通院”）发布《人工智能研发运营体系（MLOps）实践指南（2023年）》。指南从组织如何布局和落地 MLOps 的角度出发，以模型的高质量、可持续交付作为核心逻辑，系统性梳理 MLOps 概念内涵、发展过程、落地挑战，为组织高效构建 MLOps 框架体系和关键能力提供方法论和实践案例的参考与借鉴，并研判 MLOps 未来发展趋势。
- 3月15-16日，Sensor Tower 分别发布 2 月全球热门移动游戏收入及下载量 TOP10。2023 年 2 月，全球手游玩家在 App Store 和 Google Play 付费近 61 亿美元，同比-8.9%，收入榜单中《王者荣耀》在全球 App Store 和 Google Play 吸金 2.25 亿美元，蝉联全球手游畅销榜冠军，其次是《原神》、《PUBG Mobile》；2023 年 2 月，全球手游在 App Store 和 Google Play 的下载量为 41 亿次，同比-4.5%，其中，印度市场占全球总下载量的 16.1%，排名第一；巴西、美国排名第二、第三，下载量占比分别为 8.5%、8%，下载量最大的游戏是《Roblox》。
- 3月15日，OpenAI 发布了多模态预训练大模型 GPT-4，这也是其大型语言模型的最新版本。与此前的版本相比，GPT-4 具备强大的识图能力，文字输入限制也提升至 2.5 万字；GPT-4 的回答准确性也显著提升，还能够生成歌词、创意文本从而实现风格变化。同时，GPT-4 在各类专业测试及学术基准上也表现优良。
- 据 36 氪，3月13日，淘宝发布《2022 年中国电子竞技产业报告》。数据显示，目前中国电竞产业规模约 1400 亿，电竞人群约 4.8 亿。过去一年，淘宝电竞相关商品的规模已经达到 1 亿，其中 30% 是 00 后，女性消费者占比超过 40%，电竞音响、电竞手机、电竞耳机、电竞键盘、电竞鼠标、电竞按摩椅等衍生品也在淘宝天猫热销。

### 2.3 行业投融资情况

据 IT 桔子统计，3月11日-3月17日期间，共发生 6 起行业投融资，文娱传媒行业 1 起，社交网络行业 1 起，游戏行业 4 起。1) 文娱传媒：Afuninteractive 获得 Shinhan Asset Managem 的 1000 万美元的 A+ 轮融资，最新估值 1.72 亿人民币；2) 社交网络行业：游戏派对获得冰狐互娱和微见资本的数百万人民币的天使轮融资，最新估值 1500 万人民币；3) 游戏行业：Blissful Link 获得 COOL LINK 的 1780 万港元的战略投资，最新估值 7120 万人民币；液态喵游戏 LiquidMeow 获得鹰角网络的战略投资，最新估值 5 亿人民币；Fallen Planet 获得 Creative Growth Finance 的 50 万英镑的种子轮，最新估值 2200 万人民币；库洛游戏获得腾讯投资的战略投资，最新估值 5 亿人民币；

图表2：3月11日-3月17日行业投融资情况

时间	公司名称	行业	轮次	金额	投资方	最新估值(估算)
2023/3/17	Fallen Planet	游戏	种子轮	50 万英镑	Creative Growth Finance	2200 万人民币
2023/3/17	库洛游戏	游戏	战略投资	未透露	腾讯投资	5 亿人民币
2023/3/17	游戏派对	社交网络	天使轮	数百万人民币	冰狐互娱 微见资本	1500 万人民币
2023/3/15	液态喵游戏 LiquidMeow	游戏	战略投资	未透露	鹰角网络	5 亿人民币
2023/3/14	Afuninteractive	文娱传媒	A+ 轮	530 万美元	Shinhan Asset Managem	1.72 亿人民币
2023/3/14	Blissful Link	游戏	战略投资	1780 万港元	COOL LINK	7120 万人民币

来源：IT 桔子，国金证券研究所

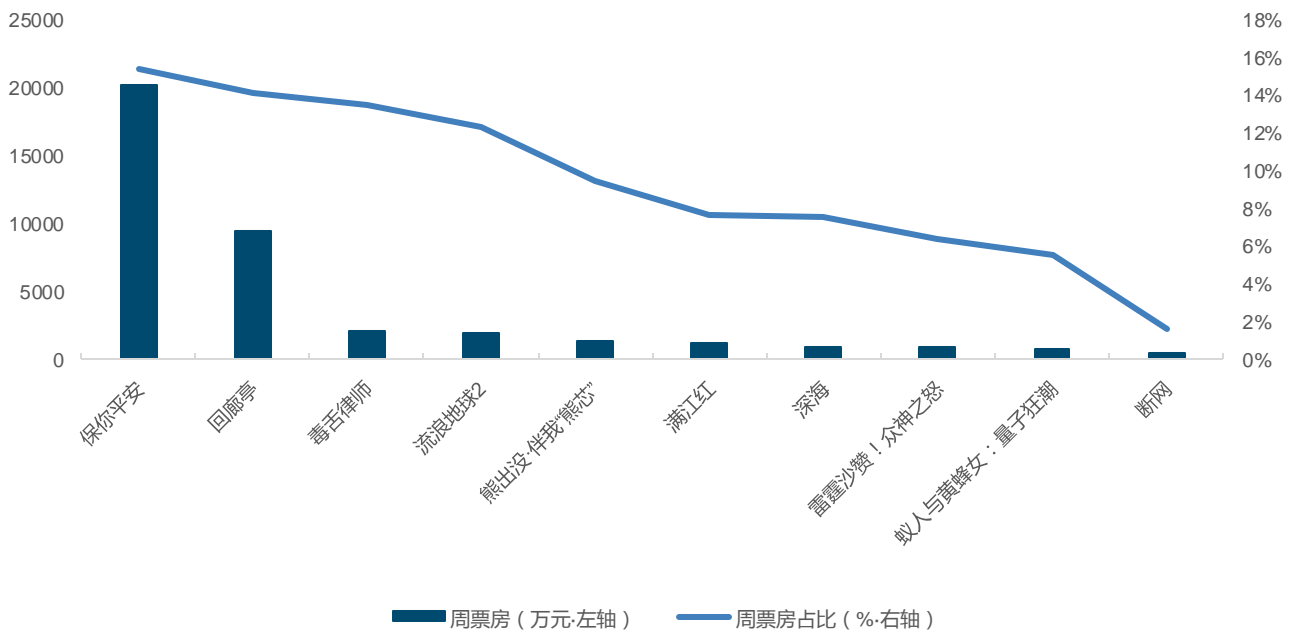
## 三、周度数据跟踪

### 3.1 电影：电影票房周度数据跟踪

3月11日-3月17日，单周总票房较上周（3.33 亿元）上升至 4.11 亿元，前十名总票房 3.86 亿元，占比 96.23%，较上周（95.45%）略有提高。《保你平安》（票房占比 49.2%）排名第 1，《回廊亭》（票房占比 22.9%）为第 2 名，《毒舌律师》（票房占比 5.1%）为第 3 名，《流浪地球 2》（票房占比 4.8%）为第 4 名，《熊出没·伴我“熊芯”》（票房占比 3.2%）为第 5 名，其余影片票房占比均未超过 3%。前三票房合计占比 77.3%。

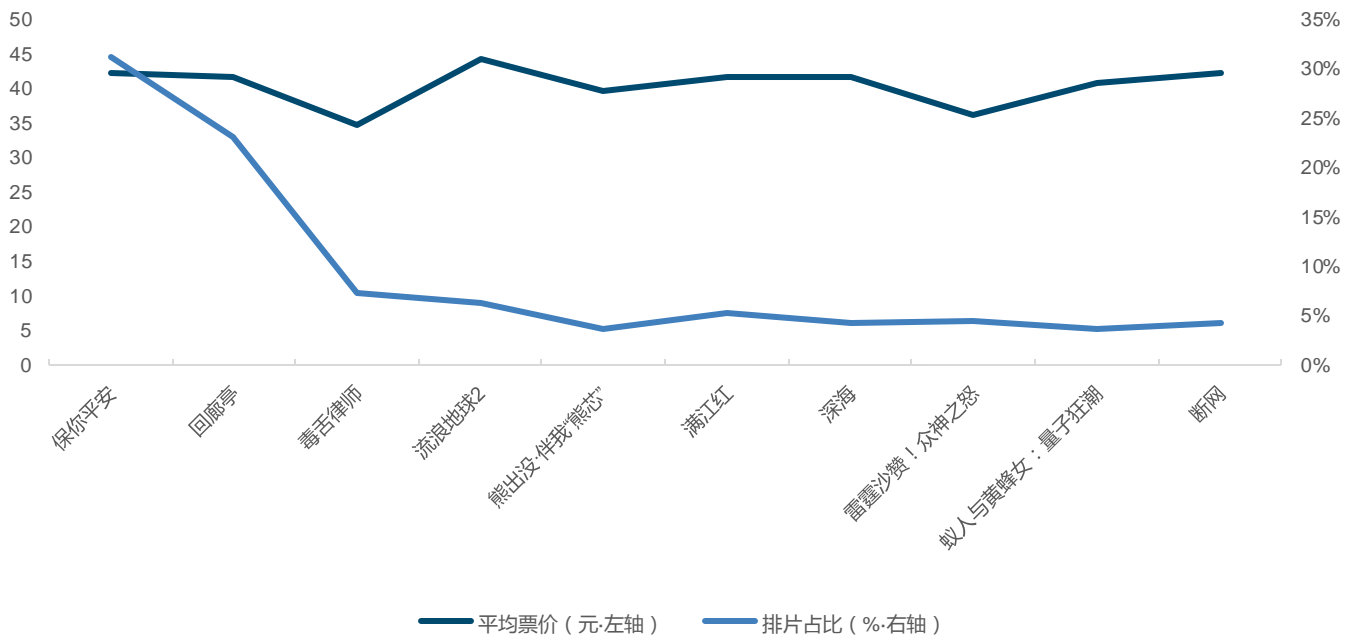
排片与票价方面，《保你平安》排片占比 31.1%，《回廊亭》排片占比次之，为 23.0%，《毒舌律师》为 7.2%，位列第 3；本周平均票价（41.4 元）较上周（40.3 元）有所上升，本周《流浪地球 2》《保你平安》《断网》为票价前 3，分别为 44.3、42.2、42.1 元，《毒蛇律师》平均票价最低，为 34.7 元。

图表3: 3月11日-3月17日电影票房及占比周度数据跟踪



来源: 猫眼专业版, 国金证券研究所

图表4: 3月11日-3月17日周度电影平均票价及排片占比数据跟踪



来源: 猫眼专业版, 国金证券研究所

### 3.2 电视剧: 连续剧热度指数排行榜周度跟踪

根据骨朵数据, 3.13-3.17 期间, 电视剧热度指数排行榜中, 排名第 1 为《他是谁》(全网热度 75.46); 《星落凝成糖》(全网热度 75.08) 本周排名第 2 名; 《归路》(全网热度 74.35) 保持排名第 3, 多周保持高热度; 《重紫》(全网热度 74.17, 本周排名第 4 名, 《狂飙》(全网热度 66.56), 本周排名下降 2 名到达第 5 名, 《春日暖阳》(全网热度 69.81)、《春日暖阳》(全网热度 67.06)、《花琉璃轶闻》(全网热度 64.96) 本周进入前 10 榜。前十连续剧中, 爱奇艺独占 30%、腾讯视频独占 20%、优酷独占 30%。

图表5: 本周 (3.13-3.17) 连续剧热度指数排行榜

片名	上映天数 (天)	上线时间	单周播放量	全网热度	播放平台
他是谁	4	2023/3/14	-	75.46	优酷
星落凝成糖	30	2023/2/16	-	75.08	优酷

片名	上映天数(天)	上线时间	单周播放量	全网热度	播放平台
归路	4	2023/3/14	-	74.35	爱奇艺、芒果TV
重紫	31	2023/2/15	-	74.17	腾讯视频
狂飙	63	2023/1/14	-	73.30	爱奇艺
心想事成	9	2023/3/9	-	71.17	腾讯视频、爱奇艺
九霄寒夜暖	21	2023/2/25	-	69.95	爱奇艺
春日暖阳	5	2023/3/13	-	69.81	优酷
回响	2	2023/3/16	-	67.06	爱奇艺
花琉璃轶闻	3	2023/3/15	-	64.96	腾讯视频

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为3月18日12:00

图表6：上周（3.6-3.11）连续剧热度指数排行榜

片名	上映天数(天)	上线时间	单周播放量	全网热度	播放平台
星落凝成糖	24	2023/2/16	-	75.10	优酷
重紫	25	2023/2/15	-	74.84	腾讯视频
狂飙	57	2023/1/14	-	74.03	爱奇艺
九霄寒夜暖	15	2023/2/25	-	68.10	爱奇艺
今日宜加油	19	2023/2/21	-	66.56	爱奇艺
听说你喜欢我	30	2023/2/10	-	66.53	腾讯视频
我们的日子	34	2023/2/6	-	62.98	腾讯视频、爱奇艺
夏花	27	2023/2/13	-	62.34	腾讯视频
许你万家灯火	11	2023/3/1	-	62.12	腾讯视频、爱奇艺、优酷、搜狐视频、乐视网、芒果TV、咪咕
女士的品格	34	2023/2/6	-	61.91	芒果TV、咪咕

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为3月11日12:00

### 3.3 综艺：综艺热度指数排行榜周度跟踪

根据骨朵数据，3月13日-3月17日期间，综艺热度指数排行榜中，《声生不息·宝岛季》（全网热度52.84）上线3日，本周位于第1名，《哈哈哈哈哈第3季》（全网热度52.48），《大侦探第八季》（全网热度51.56）本周分别保持在第2、3名，《无限超越班》（全网热度50.92）本周下降3名至第4名，《我们的客栈》（全网热度50.31）本周第5名。前十综艺中，芒果TV独占比50%（咪咕为芒果超媒第二大股东中移资本旗下平台，将芒果自制、二者同时播放的综艺归为芒果TV独占），腾讯视频、爱奇艺、优酷独占均为10%。

图表7：本周（3.13-3.17）综艺热度指数排行榜

片名	上映天数(天)	上线时间	单周播放量	全网热度	播放平台
声生不息·宝岛季	2	2023/3/16	-	52.84	芒果TV
哈哈哈哈哈第3季	22	2023/2/24	-	52.48	腾讯视频、爱奇艺
大侦探第八季	51	2023/1/26	-	51.56	芒果TV
无限超越班	91	2022/12/17	-	50.92	优酷
我们的客栈	71	2023/1/6	-	50.31	优酷、腾讯视频、爱奇艺
你好星期六	441	2022/1/1	-	50.26	芒果TV、咪咕
半熟恋人第二季	39	2023/2/7	-	49.86	腾讯视频
种地吧	42	2023/2/4	-	49.85	爱奇艺
时光音乐会第二季	92	2022/12/16	-	48.24	芒果TV、咪咕
名侦探学院第六季	94	2022/12/14	-	47.42	芒果TV

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为3月18日12:00

图表8：上周（3.6-3.11）综艺热度指数排行榜

片名	上映天数(天)	上线时间	单周播放量	全网热度	播放平台
----	---------	------	-------	------	------

半熟人第二季	33	2023/2/7	-	50.06	腾讯视频
无限超越班	85	2022/12/17	-	49.35	优酷
种地吧	36	2023/2/4	-	48.37	爱奇艺
大侦探第八季	45	2023/1/26	-	48.30	芒果TV
哈哈哈哈哈第3季	16	2023/2/24	-	47.62	腾讯视频、爱奇艺
展开说说	37	2023/2/3	-	46.27	腾讯视频
我们的客栈	65	2023/1/6	-	45.75	优酷、腾讯视频、爱奇艺
你好星期六	435	2022/1/1	-	45.65	芒果TV、咪咕
时光音乐会第二季	86	2022/12/16	-	45.61	芒果TV、咪咕
快乐再出发第二季	92	2022/12/10	-	45.00	芒果TV

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为3月11日12:00

#### 四、重点公司估值表更新

3月13日-3月17日期间，重点公司（19家）中16家股价有所下跌。从细分赛道看，涨幅最大的是游戏行业，跌幅最大的是即时零售类。具体看个股，宝通科技上周涨幅最大，为28.69%，跌幅最大的是达达集团，为-20.42%。当前PE大部分位于（15，40）的区间，腾讯、拼多多、吉比特、芒果超媒、分众传媒的PS值均高于5。3/4月为各公司财报密集发布期，关注业绩披露情况。

图表9：重点公司估值表（2023年3月17日）

细分行业	上市公司	证券代码	市值 (亿人民币)	周涨幅 (%)	估值 PS	PE	1H22营业收入 (亿人民币)	1H22营业收入 YOY	1H22净利润(亿 人民币)	1H22净利润 YOY	2022全年业绩预计 发布时间
互联网平台	腾讯	0700.HK	28567	2.35	5.31	16.60	2695	-1.9%	420	-53.5%	2023-03-22
	美团	3690.HK	7104	2.35	3.44	-	972	20.3%	-68	-16.9%	2023-03-24
	快手	1024.HK	2035	6.37	2.33	-	432	18.2%	-94	-85.4%	2023-03-29
电商/即时零售	京东	9618.HK	4297	-1.58	0.42	42.03	5073	11.0%	14	-68.6%	已发布
	拼多多	PDD.O	8027	7.24	7.00	28.75	552	22.2%	115	-2442.1%	2023-03-20
	达达集团	DADA.O	121	-20.42	1.30	-	43	36.8%	-12	-12.4%	已发布
	叮咚买菜	DDL.N	65	-1.54	0.27	-	121	43.0%	-5	-85.8%	已发布
游戏与软件	网易	9999.HK	3909	6.03	4.11	19.52	467	13.8%	97	21.4%	已发布
	心动公司	2400.HK	102	6.39	3.40	-	16	15.6%	-4	18.7%	-
	三七互娱	002555.SZ	528	9.02	3.34	15.47	81	7.4%	17	98.6%	2023-04-28
	吉比特	603444.SH	275	7.06	5.54	21.58	25	5.5%	7	-23.6%	2023-03-31
	完美世界	002624.SZ	287	5.88	3.83	28.34	39	-6.8%	11	341.5%	2023-04-07
	宝通科技	300031.SZ	84	28.69	2.66	49.63	15	14.0%	1	-79.7%	2023-04-27
	移卡	9923.HK	93	5.32	2.75	46.86	16	16.2%	1	-75.2%	2023-03-27
	中手游	0302.HK	50	-2.48	1.62	24.96	12	-43.4%	-0	-105.6%	2023-03-22
传媒	哔哩哔哩	9626.HK	648	22.00	3.01	-	100	18.7%	-43	111.9%	已发布
	芒果超媒	300413.SZ	687	4.56	5.01	37.71	67	-14.9%	12	-17.9%	2023-04-22
广告	阅文集团	0772.HK	323	9.53	4.30	53.98	41	-5.8%	2	-78.9%	已发布
	分众传媒	002027.SZ	956	4.75	8.65	25.35	48	-34.7%	14	-51.6%	2023-04-29

来源：wind，国金证券研究所

#### 五、风险提示

- 宏观经济运行不及预期风险。一方面疫情反复影响正常出行和消费，影响宏观经济的正常运行；另一方面，国内经济由高速度转向高质量发展，若宏观经济不及预期，则互联网广告、电商等变现方式均会受到一定冲击。
- 疫后修复不及预期风险。22年12月以来防疫逐步优化，居民出行限制减少，线下场景有望修复，但若消费修复不及预期，则影响疫后修复节奏。
- 政策风险。21年以来，互联网传媒行业的监管收紧，若后续行业监管政策发生变化则会对影响个股及行业表现；另外，元宇宙发展过程中，可能会因技术进步、应用创新等而触及监管红线，进而对未来发展造成影响。
- 行业竞争加剧。电商用户红利接近尾声，各电商平台用户增长减缓，导致市场整体空间受限，进而加剧网络零售业内部竞争。抖音大力发展本地生活业务，拼多多、小红书也将入局，本地生活行业虽然市场空间较大，但参与者增多仍有可能导致竞争加剧。
- 元宇宙技术迭代和应用不及预期风险。元宇宙底层技术包括网络及运算技术、交互技术、人工智能技术等，若底层技术发展较慢，元宇宙的推进会遇到技术瓶颈，影响元宇宙时代的到来；若元宇宙底层技术突破后，实际应用的落地不及预期，则会影响元宇宙虚拟世界的构建及其商业价值。
- 数据统计结果与实际偏差风险。报告结论基于我们的线上数据跟踪，数据的样本情况以及统计方式与实际情况有可能有所偏差。

**行业投资评级的说明：**

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



**特别声明：**

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

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

本报告的产生基于国金证券及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，但国金证券及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。本报告反映撰写研究人员的不同设想、见解及分析方法，故本报告所载观点可能与其他类似研究报告的观点及市场实际情况不一致，国金证券不对使用本报告所包含的材料产生的任何直接或间接损失或与此有关的其他任何损失承担任何责任。且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，在不作事先通知的情况下，可能会随时调整，亦可因使用不同假设和标准、采用不同观点和分析方法而与国金证券其它业务部门、单位或附属机构在制作类似的其他材料时所给出的意见不同或者相反。

本报告仅为参考之用，在任何地区均不应被视为买卖任何证券、金融工具的要约或要约邀请。本报告提及的任何证券或金融工具均可能含有重大的风险，可能不易变卖以及不适合所有投资者。本报告所提及的证券或金融工具的价格、价值及收益可能会受汇率影响而波动。过往的业绩并不能代表未来的表现。

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

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

本报告并非意图发送、发布给在当地法律或监管规则下不允许向其发送、发布该研究报告的人员。国金证券并不因收件人收到本报告而视其为国金证券的客户。本报告对于收件人而言属高度机密，只有符合条件的收件人才能使用。根据《证券期货投资者适当性管理办法》，本报告仅供国金证券股份有限公司客户中风险评级高于 C3 级（含 C3 级）的投资者使用；本报告所包含的观点及建议并未考虑个别客户的特殊状况、目标或需要，不应被视为对特定客户关于特定证券或金融工具的建议或策略。对于本报告中提及的任何证券或金融工具，本报告的收件人须保持自身的独立判断。使用国金证券研究报告进行投资，遭受任何损失，国金证券不承担相关法律责任。

若国金证券以外的任何机构或个人发送本报告，则由该机构或个人为此发送行为承担全部责任。本报告不构成国金证券向发送本报告机构或个人的收件人提供投资建议，国金证券不为此承担任何责任。

此报告仅限于中国境内使用。国金证券版权所有，保留一切权利。

上海	北京	深圳
电话：021-60753903	电话：010-85950438	电话：0755-83831378
传真：021-61038200	邮箱：researchbj@gjzq.com.cn	传真：0755-83830558
邮箱：researchsh@gjzq.com.cn	邮编：100005	邮箱：researchsz@gjzq.com.cn
邮编：201204	地址：北京市东城区建内大街 26 号	邮编：518000
地址：上海浦东新区芳甸路 1088 号	新闻大厦 8 层南侧	地址：中国深圳市福田区中心四路 1-1 号
紫竹国际大厦 7 楼		嘉里建设广场 T3-2402