

# 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

## 阿里云峰会召开，Deep Speed Chat 开源

### 本周观点

- 传媒板块市场表现持续受 AIGC 事件催化，后续或出现分化。本周 AI 大事件主要为：商汤发布自研大模型“日日新 SenseNova”、阿里云峰会召开、网信办发布《生成式人工智能服务管理办法（征求意见稿）》、微软宣布开源 Deep Speed Chat、亚马逊云科技推出大语言模型和生成式 AI 新服务等，传媒板块继续被催化，其中出版和影视院线板块领涨，3 月以来，传媒板块整体涨幅明显，主要系 AIGC 事件的催化，但每周各细分赛道的涨跌幅呈现一定差异性。我们认为，市场关注度或逐步转向业绩兑现或其可能性，传媒板块市场表现或出现分化，建议关注 AI 赋能逻辑硬、自身  $\alpha$  较强的标的。

### 投资逻辑

- 建议关注 AIGC 在技术和应用端的落地情况。个股方面，关注社交基本盘护城河深筑、各业务基本面 23 均向好且稳健布局 AI 的腾讯控股，AIGC 有望较快赋能的游戏及营销公司，比如神州泰岳、三七互娱，老游戏表现稳健、23 年产品线丰富的吉比特。

### 行业要闻

- 4 月 11 日，阿里云峰会召开，张勇表示，阿里巴巴所有产品未来将接入“通义千问”大模型，钉钉、天猫精灵已率先接入通义千问测试，并会在评估认证后正式发布新功能；阿里云智能集团 CTO 周靖人称，通义千问将基于阿里云基础设施向企业开放，企业可以在阿里云上训练企业自己的行业、垂类大模型。
- 4 月 14 日，据 IT 之家，淘宝天猫商业集团已经按照新的组织架构进入正式运转。其核心电商业务按照行业对消费者提供的价值设立三大行业发展部，分别由七公、奥文和一漫负责，向 CEO 戴珊汇报。
- 4 月 13 日，亚马逊云服务部门(AWS)宣布推出 Bedrock 生成式人工智能服务，以及自有大型语言模型泰坦(Titan)。亚马逊表示，其云产品将作为“中立平台”，为“一切想使用生成式人工智能平台的企业”服务。除了 Titan，其他 AI 公司的模型也将被接入 AWS，比如 Anthropic、Stability AI。
- 4 月 13 日，据量子位，OpenAI 开源了一致性模型 (Consistency Model)，一致性模型最大的特点在于快又好。相比扩散模型，它主要有两大优势：一是无需对抗训练 (adversarial training)，就能直接生成高质量的图像样本；二是相比扩散模型可能需要几百甚至上千次迭代，一致性模型只需要一两步就能搞定多种图像任务。
- 4 月 11 日，国家互联网信息办公室公布了《生成式人工智能服务管理办法（征求意见稿）》，规范内容共 21 条，涵盖了知识产权、隐私安全、内容风险等大部分 AIGC 发展所面临的问题。
- 4 月 10 日，中国支付清算协会发布《关于支付行业从业人员谨慎使用 ChatGPT 等工具的倡议》。其中提出，支付行业从业人员要遵守所在地区的网络使用规定，正确认识 ChatGPT 等工具的机遇和风险，全面评估使用 ChatGPT 等工具处理工作内容的风险，依法合规使用 ChatGPT 等工具。
- 4 月 10 日，据英国《金融时报》，字节跳动去年的利润飙升至创纪录水平，首次超过腾讯公司和阿里巴巴公司。报告援引两位了解相关数据的投资者称，尽管快速增长的 TikTok 业务部门亏损不断，字节跳动 2022 年息税折旧及摊销前利润 (EBITDA) 约为 250 亿美元 (1718 亿元)，同比增长 79%，上一财年该项约 140 亿美元。腾讯 2022 年 EBITDA 为人民币 1640 亿元 (239 亿美元)，而阿里巴巴同期的数字约 227 亿美元。

### 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.....	5
二、行业政策及新闻动态.....	14
2.1 政策更新.....	14
2.2 行业新闻.....	17
2.3 行业投融资情况.....	18
三、周度数据跟踪.....	18
3.1 电影：电影票房周度数据跟踪.....	18
3.2 电视剧：连续剧热度指数排行榜周度跟踪.....	19
3.3 综艺：综艺热度指数排行榜周度跟踪.....	20
四、重点公司估值表更新.....	21
五、风险提示.....	21

## 图表目录

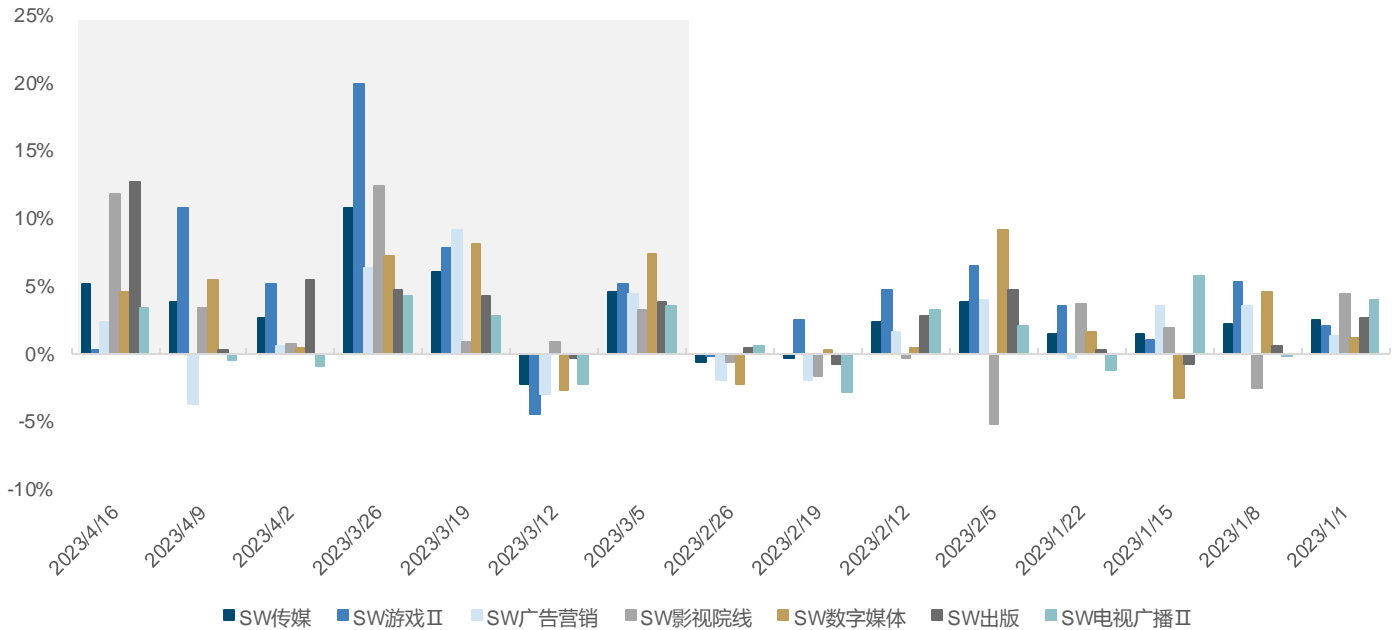
图表 1： 2023 年以来传媒板块周涨跌幅.....	3
图表 2： 近两周 AIGC 领域事件.....	3
图表 3： 政策更新.....	15
图表 4： 4 月 8 日-4 月 14 日行业投融资情况.....	18
图表 5： 4 月 8 日-4 月 14 日电影票房及占比周度数据跟踪.....	19
图表 6： 4 月 8 日-4 月 14 日周度电影平均票价及排片占比数据跟踪.....	19
图表 7： 本周（4.10-4.14）连续剧热度指数排行榜.....	19
图表 8： 上周（4.3-4.7）连续剧热度指数排行榜.....	20
图表 9： 本周（4.10-4.14）综艺热度指数排行榜.....	20
图表 10： 上周（4.3-4.7）综艺热度指数排行榜.....	20
图表 11： 重点公司估值表（2023 年 4 月 14 日）.....	21

## 一、本周观点

### 1.1 行业观点

- 传媒板块市场表现持续受 AIGC 事件催化，后续或出现分化。本周 AI 大事件主要为：商汤发布自研大模型“日日新 SenseNova”、阿里云峰会召开、网信办发布《生成式人工智能服务管理办法（征求意见稿）》、微软宣布开源 Deep Speed Chat、亚马逊云科技推出大语言模型和生成式 AI 新服务等，传媒板块继续被催化，其中出版和影视院线板块领涨，3 月以来，传媒板块整体涨幅明显，主要系 AIGC 事件的催化，但每周各细分赛道的涨跌幅呈现一定差异性，我们认为，市场关注度或逐步转向业绩兑现或其可能性，传媒板块市场表现或出现分化，建议关注 AI 赋能逻辑硬、自身  $\alpha$  较强的标的。

图表1：2023 年以来传媒板块周涨跌幅



来源：wind，国金证券研究所

图表2：近两周 AIGC 领域事件

时间	相关公司/机构	事件
4月15日	—	根据美国内达华州的备案文件，马斯克在该州新成立了一家名为 X.AI 的人工智能公司。
4月15日	—	第六届上海人工智能大会召开。
4月14日	腾讯	腾讯云发布新一代 HCC 高性能计算集群，采用最新一代星星海自研服务器，搭载 NVIDIA H800 Tensor Core GPU，基于自研网络、存储架构，带来 3.2T 超高互联带宽、TB 级吞吐能力和千万级 IOPS，实测结果显示，新一代集群算力性能较前代提升 3 倍。
4月13日	知乎	“2023 知乎发现大会”举行，知乎创始人、董事长兼 CEO 周源和知乎合伙人、CTO 李大海共同宣布了知乎在 AI 大模型上的最新合作与应用，正式发布“知海图 AI”中文大模型，官宣即开启内测，内测功能“热榜摘要”上线，背后的大语言模型 CPM-Bee 来自当清华系大模型创业公司面壁智能。
4月13日	—	“2023 数字经济峰会”在香港会展中心举行，会上，广东省政务服务数据管理局局长杨鹏飞在主题发言中透露，《广东省数据条例》即将出台，广东正在研究推动将数据生产要素纳入国民经济核算体系。
4月13日	亚马逊	亚马逊云科技推出大语言模型和生成式 AI 新服务—Amazon Bedrock 和 Amazon Titan 模型。在 Bedrock 上，用户可以通过可扩展、可靠且安全的亚马逊云科技托管服务，访问从文本到图像的一系列强大的基础模型，Amazon Titan 基础模型目前包括了两个全新的大语言模型。
4月12日	微软	据 Business Insider 报道，推特首席执行官埃隆·马斯克最近购买了约 1 万个 GPU（图形处理器），用于公司的两个数据中心之一。该项目涉及创建一个生成式人工智能，推特将根据自己的海量数据进行训练。
4月12日	—	微软宣布开源 Deep Speed Chat，可帮助用户轻松训练类 ChatGPT 等大语言模型。Deep Speed Chat 基于

时间	相关公司/机构	事件
		微软 Deep Speed 深度学习优化库开发，具备训练、强化推理等功能，使用 RLHF（人工反馈机制的强化学习）技术，可将训练速度提升 15 倍以上，并大幅降低成本。
4 月 12 日	蓝色光标	据 wind，有截图显示，蓝色光标华东区总部运营采购部下发邮件称“为了遏制核心能力空心化的势头，也为了给全面拥抱 AIGC 打下基础，管理层决定无期限全面停止创意设计、方案撰写、文案撰写、短期雇员四类相关外包支出。
4 月 12 日	—	4 月 12 日，据机器之心，AutoGPT 是一个开源的 AI 代理 Python 应用程序，由开发人员 Significant Ggravitas 发布在 GitHub 上，它使用 GPT-4 作为驱动基础，允许 AI 自主行动，完全无需用户提示每个操作，30 分钟内就可以完成设置。
4 月 11 日	阿里	阿里云峰会召开，张勇表示，阿里巴巴所有产品未来将接入“通义千问”大模型，钉钉、天猫精灵已率先接入通义千问测试，并会在评估认证后正式发布新功能；阿里云智能集团 CTO 周靖人称，通义千问将基于阿里云基础设施向企业开放，企业可以在阿里云上训练企业自己的行业、垂类大模型。
4 月 11 日	网信办	国家互联网信息办公室就《生成式人工智能服务管理办法（征求意见稿）》公开征求意见，提供生成式人工智能产品或服务应当遵守法律法规的要求，尊重社会公德、公序良俗，符合五大要求。
4 月 11 日	老虎证券	宣布推出人工智能（AI）投资助手—TigerGPT，属于运用老虎国际的金融数据库即 OpenAI 技术开发的文本生成式 AI 聊天机器人，将内置于其交易平台 TigerTrade。
4 月 11 日	日本政府	日本政府正考虑在国会答辩等行政领域对 ChatGPT 加以利用。
4 月 10 日	—	中国支付清算协会发布《关于支付行业从业人员谨慎使用 ChatGPT 等工具的倡议》。
4 月 10 日	商汤	商汤科技的技术交流日活动上，商汤科技董事长兼首席执行官徐立宣布推出商汤自研的大模型“日日新 SenseNova”，并基于这一模型推出了一系列生成式 AI 应用，从文本聊天到 AI 绘画。其中，商汤最新自研的中文语言大模型应用平台“商量 SenseChat”备受关注，这款模型是一款千亿级参数的自然语言处理模型，参数规模达到 1800 亿。
4 月 10 日	昆仑万维	经过公司与奇点智源团队的合作，公司宣布即将推出对标 ChatGPT 的双千亿级大语言模型—“天工”3.5，并定于 4 月 17 日启动邀请测试。
4 月 8 日	—	“人工智能大模型技术高峰论坛”在杭州萧山举办，华为云首席科学家田奇谈及《盘古大模型的进展及其应用》、阿里达摩院语言技术实验室负责人谈及《通义大模型体系及应用》、京东集团副总裁何晓冬谈及《从 ChatGPT 到言犀：大模型发展及产业化落地》
4 月 7 日	阿里	阿里云宣布，大模型“通义千问”开始邀请测试。
4 月 6 日	微软	OpenAI 在官网发布《Our approach to AI safety》，以确保安全、可靠地为全球用户提供 ChatGPT 服务。全球权威 AI 基准评测 MLPerf Inference v3.0 发布最新结果，中国的 AI 芯片公司，墨芯人工智能，在最激烈的 ResNet50 模型比拼中夺冠，采用稀疏计算；在与 GPT-3 参数相当的开源 LLM—1760 亿参数的 BLOOM 上，4 张墨芯 S30 计算卡在仅采用中低倍稀疏率的情况下，就能实现 25 tokens/s 的内容生成速度，超过 8 张 A100。
4 月 6 日	—	意大利数据保护当局称，ChatGPT 承诺加强个人数据使用的透明度，我们无意对人工智能和技术创新踩刹车。
4 月 6 日	微软	Microsoft 365 Copilot 即将登录 OneNote。
4 月 5 日	微软	ChatGPT 官网暂停 Plus 付费项目的购买。在升级界面，OpenAI 表示“因需求量太大暂停了升级服务”。隔天即恢复售卖。
4 月 5 日	Meta	发布“CV 界的 GPT 模型”—SAM (Segment Anything Model)，可以用于识别图像和视频中的物体，甚至是人工智能从未被训练过的物品；同时，发布了一个图像注释数据集 Segment Anything 1-Billion(SA-1B)。
4 月 4 日	贵州省大数据发展管理局	《关于印发面向全国的算力保障基地建设规划的通知》发布，《通知》对面向全国的算力保障基地建设进行规划，从能力指标、质量指标、结构指标、通道指标、产业指标等 5 个维度，提出 2023-25 年的相关指标。从 5 大指标具体目标来看，均为翻倍式提高，其中机架规模从现状的 10.8 万架，到 2025 年要提高至 80 万架，三年时间增长达 7 倍；算力总规模从现状的 0.81 Eflops（百亿亿次/秒），到 2025 年要提高至 10 Eflops，提升超 11 倍；大数据交易市场规模从目前的 3 亿元要提高至 2025 年的 100 亿元，增幅达到 32 倍。

时间	相关公司/机构	事件
4月4日	阿里	脱口秀演员鸟鸟在微博展示了自己的分身——“鸟鸟分身”，主要利用阿里大模型技术生成脱口秀演员“鸟鸟”AI嘴替的技术，高度模仿了鸟鸟的语调、声音以及文本风格，并介绍了该技术用于智能终端领域的可行性。

来源：财联社，wind，量子位，腾讯云，阿里云等，国金证券研究所整理，注：统计时间为：4月2日至4月15日

## 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4月15日，游戏位于iOS模拟游戏免费榜榜首，近3个月该游戏稳定于iOS模拟游戏免费榜前5位，据Sensor Tower，2月《小小蚁国》中国手游海外收入排名下降至24名。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》《王国火种》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2月，《Puzzles & Survival》海外收入依旧稳固，中国手游海外收入排名进一步提升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。

③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，截止4月14日，近三月游戏大多时间处于韩国角色扮演畅销榜前20，本周热度有所下降，目前位于韩国角色扮演畅销榜第41名。据七麦数据，三七旗下《下町ドリーム〜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-4月14日，该游戏稳定于日本iOS策略类游戏免费榜前5。据七麦数据，卡牌RPG《名将の復讐》于3月30日在日本上架，截止4月14日，在卡牌游戏畅销榜中排名第12名。此外，《Yes Your Highness》(宫廷养成游戏)《Emily's Resort: Match3》(三消+)《Era of Glory》(SLG)已于海外测试。

④4月6日，国风动作角色扮演游戏《浮生妖绘卷》付费删档测试开启。4月2日，在第16个世界孤独症日里，三七互娱与广东海燕电子音像出版社合作研发出版的孤独症儿童辅助训练游戏《星星生活乐园》2.0版开启公测。

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。2023年3月30日，公司发布2022年年度报告，22年实现营收51.68亿元，同比+11.88%，归属上市公司股东的净利润14.61亿元，同比-0.52%，归属上市公司股东净资产为39.79亿元，同比-13.13%。境外业务实现营收2.59亿元，同比+87.23%。主力产品表现稳健，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7年，收入稳定，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，22年营业收入相比21年同期小幅增加。截止2023年4月14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》21年4月DAU已反超20年的爆款竞品，且DAU稳定性更高。目前大陆版22年营业收入相比21年同期略有增加，港澳台版营业收入较21年同期大幅增加，韩国版和东南亚版于22年9月上线，贡献了部分增量营业收入。《一念逍遥》也将持续打造国风修仙原创IP，以音乐、漫画、小说、动画等衍生内容丰富游戏内容。

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，已于2023年1月在港澳台地区及马来西亚进行付费测试，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；《重装前哨》海外版本(《OUTPOST》)初步计划2023年暑期在港澳台及海外地区于steam平台发售；《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，计划与23年上线。《BUG(代号)》、《原点(代号)》、《M88(代号)》目前均为计划上线时间。公司储备的代理产品中，《这个地下城有点怪》目前已取得版号，于3月29日开启正式预约，计划23年上半年在中国大陆地区上线；2023年3月10日，代理游戏《皮卡堂之梦想起源》开启手游预约，目前已取得版号，计划23年在中国大陆地区上线；2023年3月1日，代理游戏《新庄园时代》开启付费删档首测，目前已取得版号，计划23年在

中国大陆上线；其他代理产品《超进化物语2》《封神幻想世界》《黎明精英》《失落四境》也均已取得版号。

③《都市大亨物语》安卓和 iOS 于 4 月 10 日上线；吉比特旗下游戏 NS 平台《硬核机甲》以及手游《进击的堡垒》和《最强潮玩团》获得 23 年 3 月国产游戏版号；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》、《这个地下城有点怪》于 12 月 28 日获批版号；《问道手游》2023 年 4 月 14 日位于 iOS 角色扮演畅销榜排名第 15 名；《一念逍遥》2023 年 4 月 14 日位于角色扮演游戏畅销榜第 8 名，总体稳健；《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。

④IP 孵化+运营，为后续储备游戏提供 IP 支持。公司自 2019 年开始探索网文小说 IP 孵化，逐步摸索 IP 运营的新道路。公司从定制文小说出发，挖掘和培育优质 IP，同时不断探索向动漫、影视、剧本杀等多种载体扩展的路径，以触达更多用户群体，强化 IP 影响力。目前已取得《明克街 13 号》《术师手册》《无限血核》《无尽债务》《修真门派掌门路》等多部网文小说 IP 的游戏改编权。

3) 完美世界：IP 矩阵丰富，积极打造新 IP 拓宽用户群体；23 年产品储备丰富，《天龙八部 2》等有望年内上线。2023 年 4 月 6 日，公司发布 2022 年业绩，全年营收 76.7 亿元，同比-9.95%；归母净利 13.8 亿元，同比+273.1%，扣非归母净利 6.9 亿元，同比+580.2%；单 Q4 营收 19.6 亿元，同比+10.1%，归母净亏损 0.65 亿元，扣非归母净亏损 2.3 亿元。2023 年 4 月 14 日，公司发布 2023 年 Q1 业绩预告，预计实现归母净利 2.2-2.6 亿元，同比下滑 73.82%-69.06%，扣非归母净利 1.8-2.2 亿元，同比下滑 56.54%-46.88%。

①游戏：老游戏步入成熟期+产品周期未至，Q1 净利润同比下滑，但环比高增。公司预计 Q1 游戏业务实现扣非归母净利 2.6-3.0 亿元，同比下降 41.65%-32.67%，相较 4Q22 游戏业务净利增长 480.14%-569.39%，同比下滑主要由于 22 年 Q1 为《幻塔》(21 年 12 月国内公测)流水高位，现已进入成熟期，业绩贡献同比下滑，加之产品周期预计 Q2 逐步兑现所致。

②影视及其他：影视剧节奏正常化，预计 Q1 业绩环比持平。公司预计 1Q23 影视及其他业务扣非归母-0.8 亿元，Q1 公司出品的《星落凝成糖》《心想事成》等电视剧播出，其中，据骨朵数据，《星落凝成糖》上线首周即为全部剧集全网热度第 5 位，次周升至第 2 位，第三周及第 4 周均为第 1 位，播映期间保持高热度，预计影视业绩环比基本持平。

③非经收益大幅降低拉低净利，公司预计 1Q23 非经收益约 0.4 亿元，而去年同期约 4.26 亿元，降幅较大。

④《天龙八部 2》4 月 14 日开启公测，全年产品储备丰富，Q2 以来产品周期有望兑现。《天龙八部 2》由黄日华、樊少皇、陈浩民代言，并通过抖音直播、和高德打车等品牌合作的方式进行推广，公测首日位于 iOS RPG 游戏免费榜首位，iOS RPG 游戏畅销榜第 4 名左右，武侠 IP 加持下《天龙八部 2》可期；储备方面，公司 23 年自研/代理游戏 13 款，《一拳超人：世界》《百万亚瑟王》《女神异闻录：夜幕魅影》均已完成首测且玩家反馈良好，《神魔大陆 2》等均有 23 年上线。23 年影视剧投资计划共计 16 部，《云襄传》等 4 部已完成制作，《许你岁月静好》《危险的你 2》等 7 部在进行后期制作，预计影视业务业绩贡献向好。

4) 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，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，山东宝能智维签了 1850 万元的项目合同，将稳步贡献收入。

5) 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%；扣非归母净利润预计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的第2位，上线第一周在全部综艺热榜中排名第1名，反响热烈，在3月全部综艺热度榜中位于第1名；《大侦探第八季》23年1月26日上映，3月全部综艺热度榜中位于第2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，3月全部综艺热度榜中排名较2月下降20名，位于第23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，3月全部综艺热度榜中排名较2月下降25名，位于第32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，3月全部综艺中热度排名第7，体现出改版的成功。2) 剧集：据骨朵数据，4月6日上线的《恋爱两不疑》，上线首日位于全部剧集第26名，首周位于全部剧集第25名，本周排名上升6名至第19名；4月5日上线的《薄冰》，上线首日位于全部剧集第10名，首周位于全部剧集第10名，本周排名上升4名至第6名；3月31日上线的《看见缘分的少女》，上线首日位于全部剧集第15名，首周位于全部剧集第14名，本周排名上升1名至第14名；3月28日上线的《许你春风野马》，上线首日位于全部剧集第20名，首周位于全部剧集第19名，目前热度下滑，本周排名至第36名；3月14日上线的《归路》上线首日热度位于全部剧集热度榜第7名，首周位于全部剧集热度榜第2位，3月全部剧集热度榜中位于第3名；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，3月全部剧集热度榜中排名较2月下降12名，位于第20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，目前热度下降，3月全部剧集热度榜中排名较2月下降28名，位于第47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，3月全部剧集热度榜中排名较2月下降27名，位于第43名。

①4月4日，芒果超媒发布《关于持股5%以上股东减持计划的预披露公告》。持有公司股份93,647,857股(占公司总股本比例5.01%)的持股5%以上股东湖南财信精果股权投资合伙企业(有限合伙)计划在本公告披露之日起15个交易日后的6个月内，以集中竞价方式减持公司股份不超过18,707,208股(占公司总股本比例1%)。

6) 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。

①4月7日，分众传媒发布公告《公司关于所属企业境外上市的进展公告》，公告称，近日，公司控股子公司 Focus Media Korea Co., Ltd. 收到韩国证券期货交易所通知，其上市预备审核已取得韩国证券期货交易所的批准。

7) 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%。4月11日，公司发布2023年第一季度业绩预增公告，预计第一季度实现上市公司股东净利润2.64-2.66亿元，同比增长70.03%-71.45%；扣非归母净利润为2.61-2.64亿元，同比增加80.02%-82.09%。各多多电商深入贯彻“平台、科技、数据”战略，继续大力实施积极高效的上下游策略、平台交易量增长。同时公司落实精细化管理的政策，净利润有所增长。

①4月12日，公司发布《关于完成工商变更登记并换发营业执照的公告》，目前已完成工商变更登记手续。公司经营增加数字技术服务；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；人工智能基础软件开发；人工智能理论与算法软件开发；互联网直播技术服务。另外，公司章程里增加了ESG委员会，将对公司的ESG战略、目标、可持续发展做出贡献。

8) 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据财经网，4 月 13 日，公司在成都举办“百家酒企 百亿联盟”遥望酒水战略合作会，遥望科技为五粮液新零售管理有限公司、成都民酒网、百加迪酒业等 10 位年度优质合作伙伴颁奖，向过去一年所有和遥望合作过的优质商家表达诚挚的感谢，也是遥望科技对酒水行业做出的回顾和总结。

②4 月 11 日，公司发布股权激励相关文件，激励计划拟授予激励对象的股票期权数量为 4,000.00 万份，约占本激励计划草案公布日公司股本总额 91,141.1737 万股的 4.39%。本激励计划下授予的每份股票期权拥有在满足生效条件和生效安排的情况下，在可行权期内以行权价格购买 1 股本公司人民币 A 股普通股股票的权利。本激励计划授予的激励对象共计 269 人，包括董事、中、中高、高管和业务骨干。股票期权的行权价格为 14.33 元/股。本激励计划授予的股票期权在授权日起满 12 个月后分三期行权，各期行权的比例分别为 40%、30%、30%。

### 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：3 月 22 日，腾讯控股发布 2022 年第四季及全年业绩财报。财报显示，腾讯控股 2022 年全年实现营业收入 5545.52 亿元人民币，净利润 1156.49 亿元，营收保持在去年同期历史高位水平。Q4 营收 1449.54 亿元人民币，净利润 297.11 亿元，同比增长 1%；经调整净利润 297.11 亿元人民币，同比增长 19%。

①盈利恢复双位数增长，降本增效下销售费用大幅优化，加大研发投入拥抱新科技。2022Q4 公司 NON-IFRS 归母净利润 297 亿元，同比+19.42%。降本增效措施下，公司对内部营销活动支出严格把控，2022Q4 公司销售费用达到 61 亿元，同比-47%，销售费用率 4.22%，同比-3.84pct，环比-0.87pct。公司坚持研发投入，正投资于人工智能的能力和云基础设施，2022Q4 公司研发费用达到 159 亿元，同比+13.59%，研发费用率 10.99%，同比+1.27pct，环比+0.22pct。

②游戏：海外增长亮眼，需求及供给修复情况下 23 年国内游戏有望重回增长。2022Q4 公司游戏收入 418 亿元，同比-2.34%，其中国内收入 279 亿元，同比-11%，海外收入 139 亿元，同比+19%。疫情影响及新游戏供给较少导致公司游戏国内业务下滑，疫情修复下 23 年春节公司《王者荣耀》达到流水新高，且 23 年产品线丰富，后续有望回归增长。

③广告：收入恢复增长，视频号及新的机器学习基础设施将进一步释放广告变现潜力。2022Q4 公司广告收入 247 亿元，同比+14.6%，一方面视频号用户时长持续增长，后续变现能力将持续增强；另一方面随疫情好转，广告主需求有所回暖。公司提升了机器学习基础设施能力，后续将提高广告主的广告转化效率及投资回报率，在此情况下公司广告业务效率将进一步提升。

④金融科技及企业服务：企业服务进一步减亏，消费回暖下金融科技 2023 年将贡献增量。2022Q4 公司金融科技及企业服务达到 472 亿元，同比-1.49%。1) 金融科技：受疫情影响，2022Q4 商业支付交易金额增长放缓，2023Q1 在消费恢复情况下商业支付交易金额恢复双位数增长；公司的消费贷款和在线保险服务也在新的监管框架下与持牌金融机构更紧密合作、探索新机遇。

近况：①社交基本盘：4 月 4 日，微信键盘已经上线安卓、iOS、Mac 三大平台，Windows 版本尚在开发。3 月 28 日，腾讯 2023 年微信公开课 Pro 大会围绕视频号、微信支付、小程序、企业微信和搜一搜五大产品分享微信生态最新进展及 23 年展望：视频号 23 年将持续提升各类内容与服务搭载能力，并推出创作分成计划和付费订阅功能帮助创作者变现；微信支付打造支付后小程序优惠券和个人经营收款码等能力，助力商家经营；小程序 22 年 GTV 同比增长超 40%，未来将从性能、信任机制、消息能力、开发效率方面持续优化体验；企业微信平台真实企业与组织数达 1,200 万，每日连接 5 亿微信用户；搜一搜 MAU 达 8 亿，搜索量同比增长 54%，23 年计划推出“问一问”问答场景连接搜索用户与优质创作者。3 月 24 日，安卓微信 8.0.34 正式版发布，iOS 平台的同一版本已于 3 月 20 日正式发布，此次更新修复了一些已知问题，具有管理聊天记录新增自定义时间、新增文章“划线”和“划线并转发”功能、新增发送室内位置信息、来电铃声界面优化、订阅号界面优化、验证好友优化等功能变化。

②游戏：据安卓咨询，3 月 28 日，腾讯 WeGame 平台举行“游戏之夜”，《无畏契约》、《命运方舟》、《重生边缘》、《白荆回廊》、《塔瑞斯世界》、《全境封锁 2》等重点游戏公布了预约、测试等资讯，缉毒题材双主角叙事影视作品《晨昏线》也初次亮相。其他如《星际战甲》的新拓展内容及年度线下发布会，以及《绝地潜兵》、《下一站江湖 II》、《墨影侠踪》、《钢铁指挥官》、《侠义行》等游戏也即将发布。3 月 20 日-3 月 24 日，腾讯游戏亮相 2023 游戏开发者大会，带来 18 场主题演讲，展示了 AI、渲染、引擎、触觉反馈、音频等自研技术在《王者荣耀》《和平精英》《重返帝国》《暗区突围》《PUBG MOBILE》等头部游戏中的前沿应用和创新突破；腾讯游戏 CROS 自研引擎打造的超高清“数字长城”在会上首次亮相。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》的赛博朋克横板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。

③剧集综艺：据骨朵数据，《青春之城》4 月 12 日上线，上线首周热度位于全部剧集第 17 名；《枕边陌生人》4 月 12

日上线，上线首周热度位于全部剧集第 33 名；《欢乐颂 4》4 月 7 日上线，上线首周热度位于全部剧集第 7 名；《龙凤令》4 月 8 日上线，上线首周热度位于全部剧集第 34 名；《爱情而已》3 月 27 日上线，上线首周热度位于全部剧集第 2 名，3 月整体位于第 2 位；《无间》3 月 30 日上线，上线首周热度位于全部剧集第 7 名，3 月整体位于第 11 位；《春闺梦里人》3 月 21 日上线，上线首周热度位于全部剧集第 3 名，3 月整体位于第 4 位；《花琉璃轶闻》3 月 15 日上线，上线首周热度位于全部剧集第 3 名，3 月整体位于第 5 位；《重紫》2 月 15 日上线，上线首周热度位于全部剧集第 4 名，3 月全部剧集热度榜中排名较 2 月下降 5 名，位于第 8 名；《毛雪汪》于 3 月 13 日上线，上映首周位于全部综艺排名榜第 20 名，位于 3 月全部综艺热度榜第 18 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，3 月全部综艺热度榜中排名较 2 月上升 33 名，位于第 3 名。

④对外投资：据 IT 橘子，存甜影视与 4 月 10 日获得腾讯投资的战略投资，最新估值 5 亿人民币。继续筛选优质标的投资，据腾讯网，4 月 4 日，腾讯投资二次元公司游戏公园，持股占比至少超过 31%；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。

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。

⑥据腾讯云公众号，4 月 14 日，腾讯云发布新一代 HCC 高性能计算集群，采用最新一代星星海自研服务器，搭载 NVIDIA H800 Tensor Core GPU，基于自研网络、存储架构，带来 3.2T 超高互联带宽、TB 级吞吐能力和千万级 IOPS，实测结果显示，新一代集群算力性能较前代提升 3 倍。

⑦4 月 7 日，抖音官微宣布近期抖音和腾讯视频达成合作，双方将围绕长短视频联动推广、短视频二次创作等方面展开探索；2023 游戏开发者大会 (Game Developers Conference) 上，腾讯 AI Lab 发表了题为《AI Enhanced Procedural City Generation》的演讲，提出自研的 3D 虚拟场景自动生成解决方案，帮助游戏开发者以更低成本创造风格多样、贴近现实的虚拟城市，提升 3D 虚拟场景的生产效率。

2) 快手：3 月 29 日，快手发布 2022 年第四季及全年业绩财报，第四季度营收 282.9 亿元，同比增长 15.8%；净亏损 15 亿元，预估亏损 18.4 亿元。调整后净亏损 4530 万元，同比收窄 98.7%。年度总营收达 942 亿元，同比增长 16.2%，超出市场预期；经调整净亏损 57.51 亿元，同比大幅收窄 69.5%；经调整 EBITDA 实现转正，达 18.15 亿元。

国内业务增长稳健，电商交易表现亮眼。2022 年，快手线上营销服务营收同比增长 14.9% 至 490 亿元，主要是由于平台流量增长、多元化的产品组合及基于行业属性的精细化运营，推动广告主数量及广告主投放增加，尤其来自电商商家的投放。直播业务收入由 2021 年的 310 亿元增加 14.2% 至 2022 年的 354 亿元，由于平均月付费用户增长 19.4%。其他服务收入由 2021 年的 74 亿元增加 31.4% 至 2022 年的 98 亿元，主要来自电商业务的增长，得益于电商商品交易总额的增加。

用户维护状况良好，平台社交信任氛围向好。运营数据方面，2022 年四季度，快手平均日活跃用户同比增长 13.3% 达 3.66 亿，平均月活跃用户规模达 6.4 亿。平台社交互动与信任氛围继续加强，截至 2022 年 12 月底，互相关注的用户对数达 267 亿对，同比增长 63.4%。

①4 月 12 日，快手磁力引擎发布《2023 快手母婴行业数据报告》。22 年、23 年 M1-2 月快手母婴商品消费人数均保持快速增长。人均 GMV 和品单价方面也实现双增长。在快手关注母婴视频的用户数量稳定增长，22 年日均用户数量 1.6 亿+，同比增长 17.0%。从 21 和 22 两年分月来看，每年的 7、8 月日均用户规模为峰值。

②据 DoNews，4 月 11 日，快手电商“理想生活节”圆满收官，达成 GMV 超 14 亿，个人护理、数码等细分赛道品牌 GMV 增速超 10 倍。期间，由泛商城带来的 GMV 超过 2.4 亿，同比增长 121%，订单量同比增长 218%，通过短视频达成订单同比增长 710%。

③据电商报，4 月 8 日，为进一步规范网络传播秩序，营造更加风清气正的网络环境，即日起快手将开展为期三个月的“清朗·规范重点流量环节网络传播秩序”专项行动，针对重点环节和突出问题进行专项治理。

④据中华网，近日在 NVIDIA GTC 2023 大会上，GTC2023 快手展示视频画质评估算法等多项前沿技术和解决方案。

⑤据 Tech 星球，近期快手入局协同办公领域，公司已上线一款名为“妙记多”的办公工具，用户可以在该文档中按照需求进行办公。

3) 美团：3 月 24 日，美团发布 2022 年第四季及全年业绩。公司各项业务继续取得稳步增长，全年营收 2199.5 亿元人民币，同比增长 22.8%；经调整净利润 28.3 亿元，去年经调整净亏损 15.6 亿元。核心本地商业分部的经营溢利增长 56.8% 至 295.0 亿元。

①核心本地商业：宏观环境负面影响下，核心本地商业分部仍实现 17.6% 的收入增长。经营溢利同比增长 56.8% 至人民币 295.0 亿元，经营利润率由 2021 年的 13.8% 提高至 18.4%。2022 年 Q4 分部收入同比增长 17.4% 至人民币 435 亿

元，经营溢利同比增长 41.0%至人民币 72 亿元，经营利润率较 2021 年同期的 13.8%提高至 16.6%。2022 年餐饮外卖业务实现稳定且高质量的增长，全年即时配送订单量同比增长 14%至 177 亿单，其中餐饮外卖单日订单量峰值突破 6000 万单；用户年均交易笔数达 40.8 笔，同比增长 14%；美团闪购万物到家的消费者心智进一步增强；2022 年 Q4 到店、酒店及旅游收入同比下滑的幅度与第二季度相似，但到店、酒店及旅游业务的 2022 年度活跃商家数目仍然保持稳健的同比增长。在 12 月管控解除后，旅游需求和酒店间夜量迅速回升。

②新业务：受商品零售业务的增长推动，2022 年新业务分部收入同比增长 39.3%至 592 亿元人民币。由于商品零售业务的经营效率提高，经营亏损收窄至 284 亿元人民币，经营亏损率改善至 47.9%。其中，2022 年 Q4 新业务分部收入同比增长 33.4%至人民币 167 亿元，该分部经营亏损同比收窄 32.0%至人民币 64 亿元，经营亏损率环比收窄至 38.2%，美团优选品牌定位升级为“明日达超市”，公司强化在全国范围内的次日达物流网络；2022Q4 美团买菜强劲增长，经营效率有所提高；公司加大供给，并进一步加强在购买生鲜、零食、日用品、个护和预制菜等产品上的消费者心智，带动平均订单价格和交易频次持续增长。

近况：①据亿邦动力，4 月 14 日，美团在内部生态会议中宣布，将于 4 月 17 日在全国 20 多个城市上线团购配送业务，包括北京、上海、广州、深圳、成都等一二线城市。

②4 月 13 日，由“美团商企通”升级的“美团企业版”正式推出，移动端 APP 也在安卓和 iOS 应用商店上线。为企业提供工作餐、加班餐、招待用餐、企业差旅、企业打车一站式消费管理。

③4 月 13 日，美团闪购与全国糖酒商品交易会、华润雪花、保乐力加中国共同发布《2023 即时零售酒类白皮书》，报告显示，过去三年，酒水品类在即时零售获得了高速增长。其中，啤酒市场规模增长 83%，洋酒市场规模增长 628%，白酒市场规模增长 554%，远高于酒水品类大盘增长。

④据腾讯网，4 月 7 日，美团称公司在中国香港的外卖业务相关工作正在推进中，在考虑当地市场的特点后会进行本土化尝试，推出一个独立于美团、全新的外卖品牌，并会设有许多量身定制的产品设计及服务内容。

⑤据 36 氪，美团将于近期正式上线面向 To B 市场的业务“美团企业版”，定位企业消费赛道。美团企业版会为企业客户提供消费服务和管理方案，包括用餐、差旅、打车等。

⑥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。

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 ITBEAR 科技资讯消息，3 月 20 日，网易旗下多款热门游戏在海外的发行商由原本的 Netease Global 变为 Exptional Global，目前，Exptional Global 已经取代了之前的 Netease Global，管理包括《永劫无间+》《梦幻西游网页版》《阴阳师：百闻牌》《黎明杀机手游》《王牌竞速》《哈利波特：魔法觉醒》《指环王：战争》《无尽的拉格朗日》等多款游戏。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：4 月 13 日，网易全新史诗大世界魔幻冒险 MMORPG 手游《龙之灵域》不付费删档首测；据 IT 之家，网易《逆水寒》手游今日宣布，将在游戏内植入自动 AI 写词机，让玩家可以利用 AI 随时随地、有感而发、引经据典地即兴创作宋词；4 月 9 日，网易 NETALAND 正式上线，NETALAND 是网易传媒旗下全新的泛娱乐体验空间，也为品牌内容营销提供了一套元宇宙解决方案；3 月 23 日，3 月国产游戏版号发放，网易《零号任务》获批；3 月 9 日，网易游戏自研的三国无双类游戏《三国诛将录》开启不付费删档测试；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。

③技术研发：4 月 11 日，中国电子技术标准化研究院公布首批 7 个通过《低代码开发平台能力要求》标准符合性评价的低代码开发平台，网易数帆入选；3 月 31 日，据中国证券，网易有道自研的教育场景下类 ChatGPT 模型将于近期推出，模型名字确定为“子曰”。基于“子曰”研发的 AI 口语老师和中文作文批改 DEMO 已完成，近期开放内测。这也

将是国内企业推出的首个教育场景下类 ChatGPT 模型。

5) 心动公司: 3月30日发布2022年业绩报告。全年收入同比增长26.9%至34.3亿元,创19年赴港上市以来新高;毛利同增49.7%至18.4亿元;经调整后EBITDA亏损同比大幅收窄56.7%至-3.5亿元。

网络游戏:2022年,与去年同期比较,网络游戏的平均月活跃用户数同比减少了2.8%,而平均月付费用户数同比增加了61.0%。平均月活跃用户数下降主要是由于《仙境传说M》(Ragnarok M)等老游戏的平均MAU较去年同期有所下降,这一下降部分被《香肠派对》的平均MAU增加,以及《火力苏打》及《火炬之光:无限》等新游戏上线带来的MAU增加所抵销。而整体平均月付费用户数上升主要是由于《香肠派对》的付费率较去年同期显著提高。2022年度,就收入贡献而言,《香肠派对》、《仙境传说M》、《不休的乌拉拉》(Ulala)、《明日方舟》(Arknights)及《蓝颜清梦》(Lan Yan Qing Meng)为前五大游戏。2022年陆续新上线四款自研网络游戏,分别是《派对之星》(Flash Party)、《火力苏打》(T3 Arena)、《火炬之光:无限》(Torchtlight: Infinite)及《浣熊不高兴》(Unhappy Raccoon)。其中《派对之星》于2022年2月份在海外市场上线,并在日本长时间占据苹果商店免费游戏下载榜的前三名。于2022年4月份《派对之星》亦于中国国内上线。《火力苏打》(T3 Arena)于2022年5月份在海外市场上线,在全球171个国家和地区获得了苹果商店的推荐,并在上线后在11个国家和地区获得了苹果商店免费游戏下载榜的第一名。《火炬之光:无限》于2022年10月份在海外市场上线,以支持PC、安卓及苹果系统互联互通及赛季制的运营模式,得到了暗黑类游戏爱好者的认可。

付费游戏:2022年,付费游戏处于重点新游筹备上线的过渡期,整体收入有一定下滑。《部落与弯刀》(Sands of Salzaar)移动版表现亮眼,全平台用户和付费数随著DLC(追加内容下载包)的推出仍在持续提升。《泰拉瑞亚》(Terraria)等经典游戏依旧有著大量在线用户与活跃的用户社群,相信这些优质产品能为公司与平台持续带来收益与用户。2023年将持续公布更多跨平台新作,丰富TapTap买断制生态,并于全球多平台发布多款产品。

主要业务:TapTap中国版MAU同比增长31.3%至4145万, TapTap收入同比大幅增长41.2%至9.8亿,网络游戏平均月付费用户数同比大幅增长61.1%至157.3万。

①3月29日,心动官方宣布Steam好评如潮的解密冒险游戏《无尽旅图(carto)》今日登陆手机, TapTap和App Store首月半价12元,折扣持续一整个月,截止4月8日,购买次数超3.4万次。

②心动公司自研的《火炬之光:无限》宣布国内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,2022年3月16日,公司发布2022年全年业绩公告,2022公司实现营收76.26亿元,同比-12%,NON-GAAP净利润13.48亿元,同比+9.6%,NON-GAAP净利率17.7%,同比提升3.5pct。

①降本增效下在线阅读运营效率提升。2022年公司在线业务收入43.64亿元,同比-17.8%,其中自有平台产品收入34.83亿元,同比-9.5%,腾讯产品渠道收入5.91亿元,同比-26.9%,第三方平台收入2.9亿元,同比-55.4%。公司2022年在线业务实施降本增效,减少拉新营销支出,2022年销售费用率26.3%,同比-4.9pct,导致在线阅读平均月活跃同比下滑1.9%至2.5亿人,同时,为提升运营效率,公司进行渠道优化,导致腾讯及第三方平台业务收入下滑幅度较大。但在降本增效、专注高品质内容、采取反盗版措施等带动下,核心产品起点读书收入实现30%以上增长。

②IP可视化稳步推进,影视领跑,动画、漫画热度提升。2022年公司版权运营及其他业务收入32.62亿元,同比-2.9%,影视、动漫、动画等业务收入稳健增长,自营游戏收入减少。1)影视:精品影视内容制作能力优秀,后续高品质内容储备丰富。2022年公司推出《人世间》、《卿卿日常》、《心居》等多部热门电视剧及电影《这个杀手不太冷静》,精品影视内容制作能力再次验证,后续围绕公司精品IP将坚持系列化战略,2023年1月1日,新丽传媒公布2023年片单,共包含《纵有疾风起》、《潜伏者》、《与凤行》等16部电视剧及2部电影,其中《庆余年2》、《赘婿2》等系列产品也在其中。2)动画、漫画领域高热度产品不断推出,后续将以IP为基础为更多跨产品形态联动提供支持。动画领域延续优秀表现,《斗破苍穹》、《武动乾坤》等新老动画IP热度持续提升。漫画领域进度超预期,2020年下半年开始与腾讯动漫合作,定下3年300部IP漫画改编目标,截至2022年底已完成230余部。

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。2022年平台用户日均使用时长持续增长,每位用户高达94分钟,推动用户使用总时长同比增加46.7pct。2022年月均互动量同比增加55.0pct,增至132亿元。

正式会员人数于 2022 年亦增长强劲，2022 年末达至 194.8 百万名，较 2021 年同比增加 34.1pct。正式会员的 12 个月留存率维持稳健，2022 年继续超过 80.0pct。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。2022 公司毛利率达 20.3%；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：2022 年移动游戏营业额为人民币 50 亿元；在“自研精品、全球发行”的战略下，自研游戏于 2022 年初初见成效，由于自研游戏产生的收入占 2022 年游戏总收入的 5.0%。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：增值服务营业额为人民币 87 亿元，较 2021 年增加 25.7%；2022 年大会员达到 21.4 百万，同比增加 6.2%。2022Q4 公司增值服务收入达到 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：2022 年广告收入为人民币 51 亿元，较 2021 年增加 12.0%。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：截止 4 月 15 日，23 年目前共上线 42 部番剧，20 部具有独家版权，《三体》12 月 10 日开播（全 15 话，已播出 13 话），截至 4 月 15 日 12:00，播放量 5.4 亿；②剧集：截止 4 月 15 日，目前仅上线剧集《许你万家灯火》，播放量 605.7 万次；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：《追星星的人 第三季》于 3 月 11 日上线，截止 4 月 15 日，播放量为 340.3 万播放；《非正式会谈第 7 季》（全 10 集更新完毕）22 年 4 月上线，《90 婚介所 2022》（全 13 集更新完毕）22 年 5 月上线，《哔哩哔哩向前冲》（全 16 集更新完毕）22 年 8 月上线，截止 2023 年 4 月 15 日播放量分别为 2.1 亿、3.3 亿、2.8 亿；④游戏：2023 年 4 月 18 日-5 月 5 日共有 11 款代理游戏开始测试。

8) 阿里巴巴：2 月 23 日，公司发布 2023 财年第三季度业绩（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。

①4 月 14 日，据 IT 之家，淘宝天猫商业集团已经按照新的组织架构进入正式运转。其核心电商业务按照行业对消费者提供的价值设立三大行业发展部，分别由七公、奥文和一漫负责，向 CEO 戴珊汇报。随着客服、技术、人力、财务等原阿里巴巴集团中台团队整体或部分划入，淘宝天猫集团具备人财事完整独立建制，实现淘宝天猫集团的全面独立经营管理。

②4 月 11 日，据证券时报，阿里巴巴集团董事会主席兼 CEO、阿里云智能集团 CEO 张勇在云峰会上表示，阿里巴巴所有产品未来将接入“通义千问”大模型，进行全面改造。据介绍，阿里云已经累积了从飞天云操作系统、芯片到智算平台的“AI+云计算”的全栈技术实力，阿里云将把这些 AI 基础设施和大模型能力向所有企业开放，共同推动 AI 产业的发展。

③4 月 7 日，据搜狐网，杭州阿里巴巴网络科技有限公司进行了工商变更，注册资本由 122 亿元减少至约 1.05 亿元，事业群和商业公司将分别成立董事会。

④4 月 7 日，阿里云宣布自研大模型“通义千问”开始邀请用户测试体验。

⑤3 月 28 日，据亿邦动力，阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇发布全员信，宣布启动“1+6+N”组织变革。在阿里巴巴集团之下，将设立阿里云智能、淘宝天猫商业、本地生活、菜鸟、国际数字商业、大文娱等六大业务集团和多家业务公司。业务集团和业务公司分别成立董事会，实行各业务集团和业务公司董事会领导下的 CEO 负责制，阿里巴巴集团全面实行控股公司管理。

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，公司披露 22Q4 及全年业绩，22 年 GMV 增长 5.6%，营收 10462 亿元，同比增长 9.95%，与彭博一致预期基本持平；Non-GAAP 归母净利润 283 亿元，同比增长 64.49%。其中，Q4 实现营收 2954 亿元，同比增长 7.08%；Non-GAAP 归母净利润 77 亿元，同比增长 117.13%。

①用户表现：22 年用户规模稳定，DAU 同比双倍增长，PLUS 会员达 3400 万，会员平均消费水平达到普通用户 8 倍。

②收入结构：22 年产品收入 8651 亿元，同比 6.06%，占收入比例 82.68%，其中家电增速 4.74%，日用百货增速 8.06%。服务收入 1812 亿元，同比 33.28%，占收入比例 17.32%，其中平台及广告服务增速 13.66%，物流及其他服务增速 55.45%。

- ③**百亿补贴**：自3月6日起上线，首月预计投入10亿元，由京东和商家共同投入资源，旨在加强平台的价格竞争力，有望带来用户增量及唤回存量，拉动日销。百亿补贴的常态化有助于减轻平台大促时期的压力。
- ④**开放生态**：截至22Q4京东pop商家数量连续8个季度同比增长20%以上。23年初公司发布“春晓计划”降低商家入驻门槛，吸引更多商家入驻。
- ⑤**同城零售**：22年京东到家活跃消费者7860万人，GMV为633亿元，同比46.9%。京东小时购GMV增长同比超80%，同城频道入口GMV超3倍。平台活跃门店数超22万，同比超50%，供给端持续丰富。
- ⑥**经营效率**：围绕可持续增长，公司经营持续提效，对短期无法跑通模式、无法与京东的核心业务产生协同、无法实现规模效应的业务进行了关停。22年各项费用表现均有优化。履约费用率6.02%（前值6.21%），销售费用率3.61%（前值4.07%），研发费用率1.61%（前值1.72%），管理费用率1.06%（前值1.22%）。

近况：①据上证报中国证券网，4月15日，京东集团副总裁、京东智能城市研究院院长郑宇在第六届上海人工智能大会春季论坛（SHAI2023）上，结合城市计算理论与实践案例，介绍了城市计算在驱动新一代数字政府建设中发挥的作用。②4月13日，据蓝鲸TMT频道，在今日举办的京东国际合作伙伴大会上，京东零售跨境业务部负责人发布了京东国际2023全新战略：持续加码开放生态，依托数智化供应链等优势能力帮助品牌商家降本增效；加大海外直才力度，聚集资源打造国家级精品、爆品，让更多跨境好物进入中国市场。③4月11日，据36氪报道，京东零售日前确立了最新的组织架构变革框架，将原有的事业群改为事业部，原事业群负责人将担任事业部负责人；原事业群统管下的各事业部，将按照细分品类拆分为具体的经营单元，给予品类负责人更多的决策自主权；拆分后的经营单元内部将不再区分POP和自营，二者全面打通，由统一的品类负责人管理。

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。

①据科创板日报，4月16日百度Apollo将现身即将开幕的上海车展，举办Apollo汽车智能化业务发布会。届时，百度Apollo将带来驾舱图产品矩阵，并发布百度智能汽车开放方案，这也是百度智能汽车事业部自2021年下半年组建以来的首次行业亮相。

②据DoNews4月14日消息，此前王小川在接受媒体采访时称李彦宏生活在平行宇宙，文心一格与ChatGPT的差距绝对不是一两个月，而是三年，此番言论引发百度副总裁肖阳吐槽，称王小川脱离一线太久，确实和百度不在一个宇宙。

11) **汇通达**：3月28日，公司公布2022年年度业绩。报告期内，集团实现总收入人民币803.5亿元，同比增长22.2%；实现毛利人民币25.0亿元，同比增长33.7%；公司股权持有人应占盈利人民币2.9亿元，实现经调整后（非国际财务报告准则计算）公司股权持有人应占净利润人民币3.8亿元。实现经营性现金流净流入人民币2.7亿元，现金流状况良好。报告期内，集团持续深化会员零售门店服务，累计注册会员零售门店总数20.6万家，同比增长21.7%；实现活跃会员零售门店7.6万家，同比增长22.4%；付费SaaS+用户总数3.0万家，同比增长66.3%。

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%。

### 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**：2023年3月20日公司披露22Q4及全年业绩，22年总营收1305亿元，同比增长39%；Non-GAAP归母净利润395亿元，同比增长186%。其中，Q4实现营收398亿元，同比增长46%，彭博一致预期419亿元，低于一致预期5%；Non-GAAP归母净利润121亿元，同比增长43%。

①**消费持续复苏**，积极应对行业竞争激烈化趋势。Q4消费持续复苏，公司在双十一、年货节等多个关键节点集中投放补贴资源，激发消费潜能。手机、美妆、母婴、优质农货等品类销量增长明显。

②**佣金收入超预期**，在线营销收入低于预期。2022年在线营销服务收入为1027亿元，同比增长42%；交易服务收入

为 276 亿元，同比增长 95%；商品销售收入为 2 亿元，同比减少 97%。其中 Q4 在线营销服务收入为 309 亿元，同比增长 38%，彭博一致预期 328 亿元，低于一致预期 6%；交易服务收入为 88 亿元，同比增长 86%，彭博一致预期 82 亿元，高于一致预期 8%。

③供应链经验赋能海外，重视自身发展迭代。TEMU 于 22 年 9 月推出，提供价格实惠的精选商品，通过不断迭代功能，提升消费者购物体验。目前处于早期阶段，对于财务上的影响较小。

④农业投入持续，社区团购高效匹配供需。多多买菜通过技术提升农产品流动效率，通过供应链体系，在农产品多样化选择、履约效率、用户体验方面带来价值。Q4 多多买菜推出暖冬行动，使得滞销农产品直连消费者，在全国销售近 1.5 万吨农产品。

⑤毛利率保持稳定，经营利润率小幅回落。22Q4 毛利率为 78%，去年同期为 76%。费用端，22Q4 销售费用率 45%，去年同期 42%。销售费用增速 56%，高于收入增速。管理费用率 4%，去年同期 1.5%，股权激励费用显著提升。研发费用率 6%，去年同期 7%。调整后经营利润率 29%，较去年同期（31%）和上季度（35%）均有所回落。

近况：①据新京报，4 月 6 日，拼多多百亿补贴正式启动“数码家电消费季”，首季将在百亿补贴的基础上再次投入 10 亿元，对手机、平板、冰箱、空调等数码家电全品类进行额外补贴，为消费者提供“天天都是 618”的购物体验，助力制造业消费回暖。②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：3 月 9 日公司披露 22Q4 及全年业绩，22 年营收 93.7 亿元，同比增长 36.4%；Non-GAAP 归母净利润-13.3 亿元，同比-36.7%。公司于 2022 年下半年实现正向自由现金流。其中，Q4 实现营收 26.8 亿元，同比增长 31.9%；Non-GAAP 归母净利润-1.8 亿元，同比-63.3%，亏损逐季度收窄。

①京东到家：22 年活跃消费者 7860 万人，长期目标渗透京东 50%的用户为小时购用户。22 年 GMV 为 633 亿元，同比 46.9%；营收 62.1 亿元，同比 53.5%，占收入比例 66.3%，增长主要得益于平台活跃消费者数和客单价提升带动的 GMV 提升。京东深化与达达集团的 O2O 合作，京东小时购 GMV 增长同比超 80%，同城频道入口 GMV 超 3 倍。平台活跃骑手超过 100 万，同比增长超 40%。平台活跃门店数超 22 万，同比增长超 50%，供给端持续丰富。

②达达快送：22 年营收 31.6 亿元，同比 11.9%，占收入比例 33.7%，增长主要来自于为连锁商家提供的同城即时配送订单量上升，和多数头部商超的合作持续巩固。22 年底达达快送与抖音生活服务达成合作，为抖音平台的餐饮商家提供同城配送，抖音外卖业务规模化后，或为达达快送带来更多订单量增量。

③技术创新：公司自主研发的全渠道业务聚合平台“海博系统”，截至 2022 年 12 月底已覆盖 9200 多家零售门店。达达优选继续为沃尔玛、永辉、京东七鲜等商家提供稳定支持，总完单量同比增翻倍以上。

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%。

①特卖电商唯品会 4.19 品牌特卖节即将启动。届时，数万款大牌爆款商品将以今年新低折扣面向消费者，其中超 5000 个知名品牌 1 折起售，涵盖春夏穿搭、美妆护肤、运动户外、生活用品、数码家电等多种品类。

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。

①2023 年 4 月 13 日，丰益国际旗下新西兰乳品品牌纽麦福与叮咚买菜签署了年度战略合作协议，将朝年销售目标数千万元迈进。益海嘉里电商事业部副总监付学飞先生与叮咚买菜 CMO（首席商品官）徐志坚先生代表双方共同签署了此协议。新西兰驻沪总领事 Ardi Barnard 先生、商务领事 Richard Dunsheath 先生亲临现场见证。

## 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，地方政府逐步落实国家发展战略，对数字经济予以支持。4 月 13 日，国家互联网信息办公室发布《生成式人工智能服务管理办法（征求意见稿）》，主要目的是促进生成式人工智能健康发展和规范应用。规范内容共 21 条，涵盖了知识产权、隐私安全、内容风险等大部分 AIGC 发展所面临的问题。例如办法规定生成式人工智能产品或服务需遵守相关法律法规和社会公德（第 4 条）、保护用户隐私（第 13 条等）、规范训练方式（第 7 条等）、规范内容生成（第 12 条等）、区分 AIGC 和其他内容。

图表3: 政策更新

时间	政策/文件名称	主要内容
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。
2023.02.01	《关于跨境电子商务出口退税商品税收政策的公告》	《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,加快构建省一市(高校)一县一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	《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

时间	政策/文件名称	主要内容
	见的通知》	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。
2023.03.20	《广告绝对化用语执法指南》	市场监管总局广告监管司负责人表示，《指南》的出台向社会阐明市场监管部门的监管理念、执法考量和处罚尺度，是准确把握法治精神、优化营商环境的切实举措，有利于保护广大经营主体特别是个体工商户、中小微企业的合法权益，进一步激发市场活力，也有利于提升行政资源运行效率，规范和加强广告监管执法工作。
2023.03.20	《朝阳区互联网3.0创新发展三年行动计划（2023年-2025年）》	北京朝阳区出台互联网3.0产业发展专项支持政策，加大对创新研发、应用场景、创新平台、创新要素等方面的支持力度。围绕商业、文旅、工业、教育等领域，推动政府单位、国资企业开放一批场景，支持新产品、新技术成果转化与落地应用。组织应用场景创新大赛，鼓励全国互联网3.0企业在朝阳区同台竞技，加大对优秀企业、创新项目投融资、科技服务等综合支持服务力度。
2023.03.22	《山西省工业和信息化领域网络与数据安全2023年行动计划》	计划的目标：推动80家重点联网工业企业完成网络安全分类分级系统定级，力争50家重点工业企业接入省级工业互联网安全态势感知平台，对10家数据安全风险防控重点企业开展监督检查；引进和培育一批网络与数据安全企业，探索和推动网络与数据安全产业园区建设取得阶段性成效。
2023.03.23	《关于印发〈数字经济核心产业分类与国际专利分类参照关系表（2023）〉的通知》	《通知》指出，《数字经济核心产业分类与国际专利分类参照关系表（2023）》可助力构建数字经济统计监测体系，加强对数字经济核心产业专利规模、结构、质量的统计监测，满足各级党委、政府和社会各界相关统计需求，为科学决策和管理提供统计支撑，促进知识产权与数字经济核心产业融合发展。
2023.03.24	《互联网广告管理办法》	《办法》自2023年5月1日起施行。《办法》进一步明确了广告主、互联网广告经营者和发布者、互联网信息服务提供者的责任；积极回应社会关切，对群众反映集中的弹出广告、开屏广告、利用智能设备发布广告等行为作出规范；细化了“软文广告”、含有链接的互联网广告、竞价排名广告、算法推荐方式发布广告、利用互联网直播发布广告、变相发布须经审查的广告等重点领域的广告监管规则；新增了广告代言人的管辖规定，为加强互联网广告监管执法提供了重要制度保障，也为互联网广告业规范有序发展赋予了新动能。
2023.03.27	《教育部等八部门关于印发〈全国青少年学生读书行动实施方案〉的通知》	《方案》指出，要加强数字资源建设。充分发挥数字化支撑作用，开设国家智慧教育读书平台，提供优质数字阅读资源，丰富阅读形式。有效利用“学习强国”、中国语言文字数字博物馆及各地各校数字平台，加强适宜、优质、多样、健康的阅读资源建设，服务学生处处可读、时时能读。
2023.03.28	《关于进一步加强中央企业质量和标准化工作的指导意见》	《意见》指出，中央企业要加大质量创新投入，强化质量领域技术、管理、制度创新，加强质量领域基础性、原创性研究，突破一批质量关键共性技术、前沿引领技术和重大颠覆性技术，引领全产业链质量水平提升。推动云计算、大数据、物联网、移动互联网、人工智能等新一代信息技术与质量管理深度融合，大幅提升质量策划、质量控制、质量保证、质量改进等质量管理全过程信息化、数字化、智能化水平，加速质量管理数字化应用场景创新。
2023.03.28	《关于开展网络安全服务认证工作的实施意见》	为推进网络安全服务认证体系建设，提升网络安全服务机构能力水平和服务质量，根据《网络安全法》、《认证认可条例》，市场监管总局、中央网信办、工业和信息化部、公安部就开展国家统一推行的网络安全服务认证工作提出具体实施意见：网络安全服务认证工作坚持“统一管理、共同实施、统一标准、规范有序”的基本原则；网络安全服务认证目录由市场监管总局会同中央网信办、工业和信息化部、公安部根据市场需求和产业发展状况确定并适时调整等共计九条意见。
2023.03.31	《关于印发2023年河南省数字化转型战略合作工作方案的通知》	《通知》指出，为落实省委办公厅、省政府办公厅《实施数字化转型战略合作工作方案》（豫办〔2021〕41号），推动全省数字化转型发展，加快实现数字强省建设取得新突破，制定2023年河南省数字化转型战略合作工作方案，方案的发展目标是：数字化转型战略深入实施，以基础设施建设为支撑、核心产业壮大为突破、融合应用创新为引领、数治能力提升为关键、数字生态优化为保障的“五位一体”格局进一步成型。

时间	政策/文件名称	主要内容
2023.4.3	《关于印发2023年河南省大数据产业发展工作方案的 通知》	《方案》明确2023年河南省大数据产业发展的重点是：完善数据基础设施、培育数据要素市场、推动产业链现代化、优化产业发展生态、提升数智治理水平、完善安全保障体系。
2023.4.3	《关于发布化妆品网络经营 监督管理办法的公告》	为规范化妆品网络经营和化妆品电子商务平台服务行为，保证化妆品质量安全，保障消费者健康，制定本《办法》。一是明确化妆品网络经营的监管对象和监管部门；二是明确平台对平台内经营者的管理责任；三是明确平台内化妆品经营者的法律义务；四是明确化妆品网络经营监管要求。
2023.4.13	《生成式人工智能服务管理 办法（征求意见稿）》	为促进生成式人工智能健康发展和规范应用而制定本《办法》，《征求意见稿》中提到，利用生成式人工智能产品提供聊天和文本、图像、声音生成等服务的组织和个人，包括通过提供可编程接口等方式支持他人自行生成文本、图像、声音等，承担该产品生成内容生产者的责任；涉及个人信息的，承担个人信息处理者的法定责任，履行个人信息保护义务。

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

- 4月14日，华为云全链路应用性能管理服务 CodeArts APM 上线，提供端到端的全链路性能管理服务，涵盖前端监控、应用性能监控。华为云 CodeArts APM 可在复杂的业务环境下自动发现服务间、接口间、实例间的调用关系，帮助用户快速定位性能瓶颈，提升故障排查、处理的效率；通过前端监控完整复现用户体验路径，解决影响用户体验中的慢请求、慢加载、慢交互、页面崩溃等问题，提升产品用户的体验和转化率；同时，华为云 CodeArts APM 进一步打通了前后端链路，实现产品用户从前端体验到后台处理的全流程性能监控。
- 4月13日，亚马逊云服务部门(AWS)宣布推出Bedrock生成式人工智能服务，以及自有的大型语言模型泰坦(Titan)。亚马逊表示，其云产品将作为“中立平台”，为“一切想使用生成式人工智能平台的企业”服务。而亚马逊云科技首席执行官 Adam Selipsky 认为，没有哪个模型可以满足所有客户的需求，甚至是一个客户的所有需求。因此，除了自家大语言模型 Titan，其他 AI 公司的模型也将被接入 AWS，比如 Anthropic、Stability AI。
- 4月13日，亚马逊欧洲站发布公告称，亚马逊启动了欧洲扩张加速器，这是一种新的自动化解决方案，可在三个工作日内将商家的亚马逊业务扩展至整个欧洲。如果商家已在至少一家亚马逊欧洲商店销售商品，则欧洲扩张加速器通过在新商店中自动设置履行计划、产品 listing、产品定价、运输设置和运输模板，使商家在整个欧洲扩展业务变得快速而简单。商家可以一次扩展到一个或所有九个亚马逊欧洲商店，这个过程三个工作日就可以完成。
- 4月13日，据量子位，马斯克加入 AIGC 战局，购买约 1 万张 GPU。据知情人士透露，马斯克的人工智能项目还处于早期阶段。目前，马斯克已成功挖到两位 DeepMind 工程师：一位是 Igor Babuschkin，从事 AI 系统研究，是 DeepMind 的高级科研工程师，在 DeepMind 共计工作约 5 年，中间曾在 OpenAI 工作一年半；另一位是 Manuel Kroiss，是在 DeepMind 就职六年的软件工程师，此前是谷歌的方案工程师，现任职推特软件的高级总监。
- 4月13日，Sensor Tower 发布中国手游产品在海外市场收入及下载量排行榜。3月出海手游收入榜前3分别为《原神》、《PUBG Mobile》和《Puzzles & Survival》，其中《原神》自去年6月重回出海收入榜后，一直蝉联月度榜首至今。腾讯《PUBG Mobile》海外收入环比增长 26%，排名上升 1 位至收入榜第 2 名，并重回增长榜榜首。据统计，截至 2023 年 4 月 6 日《PUBG Mobile》海外总收入突破 39 亿美元。腾讯《PUBG Mobile》3月海外下载量环比增长 21%，重回下载榜榜首。
- 据央视报道，当地时间 4 月 13 日，西班牙国家数据保护局(AEPD)发表声明，称该机构已经正式对 ChatGPT 可能的违反法律行为展开初步调查程序。此前，AEPD 曾要求欧洲数据保护委员会(EDPB)在全体会议上重点讨论 ChatGPT，认为需要在欧洲层面采取统一行动以应用《通用数据保护条例》。
- 据量子位，4月13日，OpenAI 开源了一致性模型(Consistency Model)，一致性模型最大的特点在于快又好。相比扩散模型，它主要有两大优势：一是无需对抗训练(adversarial training)，就能直接生成高质量的图像样本；二是相比扩散模型可能需要几百甚至上千次迭代，一致性模型只需要一两步就能搞定多种图像任务，包括上色、去噪、超分等，都可以在几步之内搞定，而不需要对这些任务进行明确训练。
- 4月12日，Databricks 公司发布可商用开源大型语言模型 Dolly 2.0，该公司人工智能团队负责人 Mike Conover 表示，Dolly 2.0 的参数量为 120 亿，相比 3 月 24 日发布的上一代 Dolly 翻了一番。上一代产品使用的数据集，是斯坦福大学基于 OpenAI API 生成，也就是说，根据使用规则，Dolly 1.0 并无法商用。但此次的训练数据是 Databricks 遵循 CC-BY-SA 协议，对 EleutherAI 的开源语料库 Pythia-12b 中的约 1.5 万条语料进行人工调整得到的。Databricks 创立于 2013 年，总部位于旧金山，是一家湖仓一体化(lakehouse)云平台，主要致力于推出人工智能与大数据的结合产品。
- 据英国《金融时报》，4月10日，字节跳动去年的利润飙升至创纪录水平，首次超过腾讯公司和阿里巴巴公司。报告援引两位了解相关数据的投资者称，尽管快速增长的 TikTok 业务部门亏损不断，字节跳动 2022 年息税折旧

及摊销前利润 (EBITDA) 约为 250 亿美元 (1718 亿元), 同比增长 79%, 上一财年该项约 140 亿美元。根据汇编数据, 腾讯在其初步收益报表中报告 2022 年的 EBITDA 为人民币 1640 亿元 (239 亿美元), 而阿里巴巴同期的数字约为 227 亿美元。

### 2.3 行业投融资情况

据 IT 桔子统计, 4 月 8 日-4 月 14 日期间, 共发生 4 起行业投融资, 游戏行业 2 起, 文化传媒行业 2 起。1) 游戏行业: Gameta 获得币安 Binance Labs、火币 Huobi Ventures 等十家的种子轮投资, 投资金额 500 万美元, 最新估值 1.63 亿人民币; CEBG Studio 获得由 Youbi Capital 领投的战略投资, 金额 300 万美元, 最新估值 9750 万人民币。2) 文化传媒行业: 存甜影视获得腾讯投资战略投资, 最新估值 5 亿人民币; Autio 获得由 iHeartMedia 领投的 590 万美元的种子轮投资, 最新估值 1.92 亿人民币。

图表4: 4月8日-4月14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)
2023/4/10	Gameta	游戏	种子轮	500 万美元	币安 Binance Labs 火币 Huobi Ventures Gate.io ..... Rana Capital Infinity Labs	1.63 亿人民币
2023/4/10	存甜影视	文化传媒	战略投资	未透露	腾讯投资	5 亿人民币
2023/4/10	Autio	文化传媒	种子轮	590 万美元	[领投] iHeartMedia Seraph Group ..... Eric Ries Kern Venture Group	1.92 亿人民币
2023/4/13	CEBG Studio	游戏	战略投资	300 万美元	[领投] Youbi Capital HashKey Capital ..... IGG Pepper Bing Venture	9750 万人民币

来源: IT 桔子, 国金证券研究所

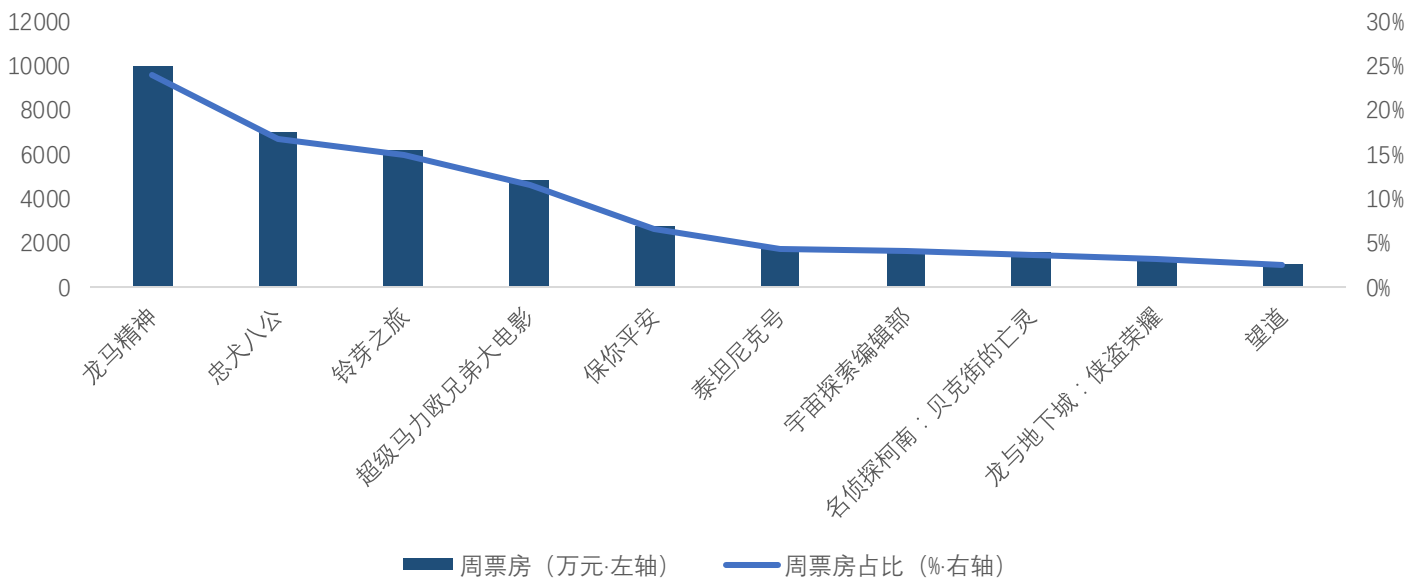
## 三、周度数据跟踪

### 3.1 电影: 电影票房周度数据跟踪

4 月 8 日-4 月 14 日, 单周总票房较上周 (7.54 亿元) 下降至 4.17 亿元, 前十名总票房 3.81 亿元, 占比 91.45%, 较上周 (88.65%) 有所上升。《龙马精神》(票房占比 23.9%) 排名上升至第 1, 《忠犬八公》(票房占比 16.6%) 保持第 2 名, 《铃芽之旅》(票房占比 14.9%) 下降至第 3 名, 《超级马力欧兄弟大电影》(票房占比 11.6%) 为第 4 名, 《保你平安》(票房占比 6.5%) 为第 5 名, 其余影片票房占比均未超过 5%。前三票房合计占比 55.57%。

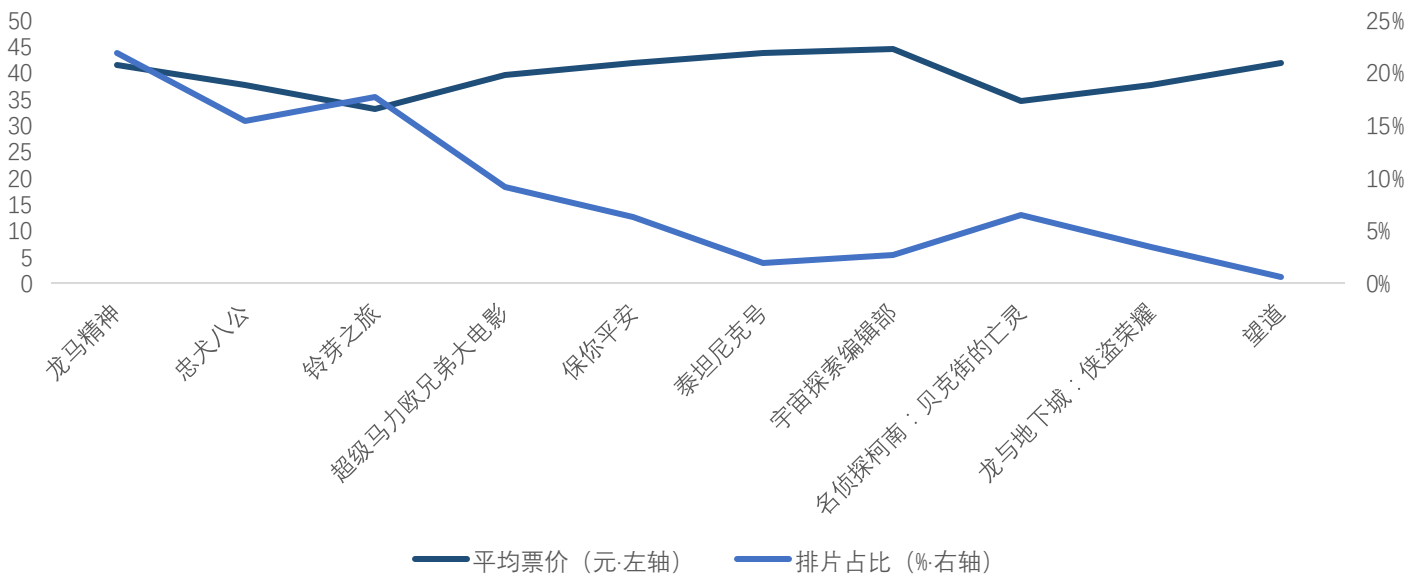
排片与票价方面, 《龙马精神》排片占比 21.8%, 《铃芽之旅》排片占比次之, 为 17.7%, 《忠犬八公》为 15.3%, 位列第 3; 本周平均票价 (38.5 元) 较上周 (36.9 元) 有所上升, 本周《宇宙探索编辑部》《望道》《保你平安》为票价前 3, 分别 44.4、41.9、41.8 元, 《铃芽之旅》平均票价最低, 仍为 32.9 元。

图表5: 4月8日-4月14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6: 4月8日-4月14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, 4月10日-4月14日期间, 电视剧热度指数排行榜中, 排名第1为《长月烬明》(全网热度81.09); 《爱情而已》(全网热度77.33)本周排名第2名; 《人生之路》(全网热度75.95)排名保持第3; 近期上映的《尘封十三载》(全网热度75.86), 本周排名第4名; 《无间》(全网热度75.42), 本周仍保持前十; 《薄冰》(全网热度74.97)本周上升至第6名; 新上映的《欢乐颂4》(全网热度74.61)进入前10榜; 《春闺梦里人》(全网热度74.15)、《灿烂的转身》(全网热度73.87)、《他是谁》(全网热度69.9)仍在前十榜。前十连续剧中, 腾讯视频独占40%, 爱奇艺独占30%, 优酷独占20%, 芒果TV独占10%(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、二者同时播放的剧集归为芒果TV独占)。

图表7: 本周(4.10-4.14)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
长月烬明	9	2023/4/6	-	81.09	优酷
爱情而已	19	2023/3/27	-	77.33	腾讯视频

片名	上映天数(天)	上线时间	单周播放量	全网热度	播放平台
人生之路	26	2023/3/20	-	75.95	爱奇艺
尘封十三载	9	2023/4/6	-	75.86	爱奇艺
无间	16	2023/3/30	-	75.42	腾讯视频
薄冰	10	2023/4/5	-	74.97	芒果TV、咪咕
欢乐颂4	8	2023/4/7	-	74.61	腾讯视频
春闺梦里人	25	2023/3/21	-	74.15	腾讯视频
灿烂的转身	14	2023/4/1	-	73.87	爱奇艺
他是谁	32	2023/3/14	-	69.90	优酷

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为4月15日12:00

**图表8：上周（4.3-4.7）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
爱情而已	12	2023/3/27	-	75.06	腾讯视频
他是谁	25	2023/3/14	-	74.00	优酷
人生之路	19	2023/3/20	-	73.21	爱奇艺
春闺梦里人	18	2023/3/21	-	72.17	腾讯视频
花琉璃轶闻	24	2023/3/15	-	71.26	腾讯视频、咪咕
无间	9	2023/3/30	-	71.24	腾讯视频
归路	25	2023/3/14	-	71.17	爱奇艺、芒果TV
灿烂的转身	7	2023/4/1	-	70.71	爱奇艺
长月烬明	2	2023/4/6	-	67.88	优酷
薄冰	3	2023/4/5	-	64.30	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4月8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，4月10日-4月14日期间，综艺热度指数排行榜中，《声生不息·宝岛季》（全网热度58.19）上线30日，本周仍位于第1名，《哈哈哈哈哈第3季》（全网热度51.14）、《大侦探第八季》（全网热度50.17）本周仍保持第2、3名，《我们的客栈》（全网热度48.72）本周上升至第4名，《我想和你唱第四季》（全网热度48.58）本周第5名，上映19日的《喜欢你我也是第四季》和新上映《青春环游记》进入前10榜。前十综艺中，芒果TV独占40%（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），爱奇艺和腾讯视频各占10%。

**图表9：本周（4.10-4.14）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	30	2023/3/16	-	58.19	芒果TV、咪咕
哈哈哈哈哈第3季	50	2023/2/24	-	51.14	爱奇艺、腾讯视频
大侦探第八季	79	2023/1/26	-	50.17	芒果TV、咪咕
我们的客栈	99	2023/1/6	-	48.72	腾讯视频、爱奇艺、咪咕、优酷
我想和你唱第四季	50	2023/2/24	-	48.58	芒果TV、咪咕
种地吧	70	2023/2/4	-	48.26	爱奇艺
你好星期六	469	2022/1/1	-	48.26	芒果TV、咪咕
喜欢你我也是第四季	19	2023/3/27	-	48.17	爱奇艺、腾讯视频
半熟恋人第二季	67	2023/2/7	-	47.75	腾讯视频
青春环游记	7	2023/4/8	-	47.56	腾讯视频、爱奇艺、优酷

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为4月15日12:00

**图表10：上周（4.3-4.7）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	23	2023/3/16	-	57.29	芒果TV、咪咕

哈哈哈哈哈第3季	43	2023/2/24	-	49.34	爱奇艺、腾讯视频
大侦探第八季	72	2023/1/26	-	49.23	芒果TV、咪咕
我想和你唱第四季	43	2023/2/24	-	48.12	芒果TV、咪咕
半熟恋人第二季	60	2023/2/7	-	48.10	腾讯视频
你好星期六	462	2022/1/1	-	47.88	芒果TV、咪咕
我们的客栈	92	2023/1/6	-	47.85	腾讯视频、爱奇艺、咪咕、优酷
街舞宇宙	58	2023/2/9	-	47.27	优酷
追星星的人第三季	28	2023/3/11	-	46.43	爱奇艺、腾讯视频、咪咕
惊叹俱乐部	15	2023/3/24	-	46.39	优酷

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为4月8日12:00

#### 四、重点公司估值表更新

4月10日-4月14日期间，重点公司（19家）中7家股价有所上涨。从细分赛道看，涨幅最大的是游戏类，电商/即时零售类跌幅最大。具体看个股，阅文集团上周涨幅最大，为5.89%，跌幅最大的是三七互娱，为-11.84%。当前PE大部分位于（15，40）的区间，腾讯、吉比特、完美世界、芒果超媒、分众传媒的PS值均高于5。A股公司4月进入财报密集发布期，关注业绩披露情况。

图表11：重点公司估值表（2023年4月14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	2022年营业收入 (亿人民币)	2022年营业收入YOY	2022年净利润 (亿人民币)	2022年净利润YOY	2022全年业绩预计 发布时间
互联网平台	腾讯	0700.HK	30564	-5.15%	5.63	16.59	5546	-1.2%	1882	-16.3%	已发布
	美团	3690.HK	7064	-3.28%	3.28	-	2201	22.9%	-67	-71.6%	已发布
	快手	1024.HK	2047	-3.72%	2.19	-	957	18.0%	-137	-82.5%	已发布
电商/即时零售	京东	9618.HK	4078	-7.11%	0.40	40.16	10462	9.9%	104	-391.6%	已发布
	拼多多	PDD.O	5871	-8.04%	4.56	18.90	1306	39.0%	315	306.0%	已发布
	达达集团	DADA.O	120	-11.68%	1.30	-	94	36.4%	-20	-18.7%	已发布
	叮咚买菜	DDL.N	59	-0.27%	0.25	-	242	20.4%	-8	-88.0%	已发布
游戏与软件	网易	9999.HK	4173	3.71%	4.42	20.97	965	10.1%	203	20.6%	已发布
	心动公司	2400.HK	114	-2.35%	3.41	-	34	27.0%	-6	-35.9%	已发布
	三七互娱	002555.SZ	606	-11.84%	3.84	17.77	-	-	-	-	2023-04-28
	吉比特	603444.SH	381	-9.02%	7.37	26.07	51	12.2%	15	-0.5%	已发布
	完美世界	002624.SZ	391	3.07%	5.10	28.40	76	-10.0%	14	273.1%	已发布
	宝通科技	300031.SZ	82	1.17%	2.59	48.32	-	-	-	-	2023-04-27
	移卡	9923.HK	89	1.11%	2.66	59.14	34	11.8%	2	-63.4%	已发布
	中手游	0302.HK	62	4.44%	2.33	-	27	-31.0%	-2	-133.5%	已发布
传媒	哔哩哔哩	9626.HK	608	-0.66%	2.84	-	219	13.0%	-75	10.4%	已发布
	芒果超媒	300413.SZ	718	-0.31%	5.24	39.43	-	-	-	-	2023-04-22
广告	阅文集团	0772.HK	367	5.89%	4.91	61.66	76	-11.9%	6	-67.1%	已发布
	分众传媒	002027.SZ	934	0.47%	8.45	24.78	-	-	-	-	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情况偏差风险。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。

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