

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

ChatGPT 插件将进一步放开，AI 使 IP 价值进一步凸显

本周观点

- AI 技术、应用持续迭代中，大模型时代，IP 价值进一步凸显，关注拥有优质 IP 的标的。AI 技术有望使游戏等内容制作、生产的方式发生变化，整体而言，对内容生产速度、质量有拉升，在此背景下，自带流量的 IP 可视化、变现的道路更加顺畅，“AI 孙燕姿”的爆火也体现出艺人 IP 的价值，建议关注拥有优质 IP（文学作品、影视剧、游戏、艺人等多种形式）的公司。
- ChatGPT 插件进一步推进，关注 AI+流量入口的机会。继 ChatGPT Plugin 发布后，Bing 将支持插件，下周所有的 ChatGPT Plus 用户将获取浏览和插件功能，目前 ChatGPT 第三方插件数量已经从 3 月发布的 10 来种增加到了 70+。我们重申：AI 对用户需求的理解更加深入、精准，用户对任务完成的思考方式或发生变化，AI 入口有望通过精准推荐承载更多用户选择，互联网时代的价值链分配或随之重构，我们从用户对接人数多少、基于搜索的效率两个维度，构建大模型时代，流量入口变化的框架，并认为，位于中间区域的 APP，由于效率优化的边际效益更高而更易被集成，而用户对接人数多、效率优化的边际改善不高进而有能力保持独立性的 APP 更易成为流量入口，比如社交类及地图类 APP。推荐关注有大模型+地图/社交类 APP 的大厂—腾讯、百度、阿里，以及第三方图商龙头四维图新，公司在高精地图领域市场份额较高，同时或将在大模型时代与自身地图实力不够强的大厂合作，开拓新的商业模式。

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，以及拥有较多 IP 的出版、影视公司。

行业要闻

- 5 月 14 日，据财联社，AMD 将在太平洋时间 6 月 13 日上午 10 点，北京时间次日凌晨 1 点，举行一场直播活动，展示新一代数据中心和人工智能技术。AMD 将此次活动称为“AMD 数据中心和人工智能技术首映式”。
- 5 月 11 日，国资委党委召开扩大会议，会议强调要指导推动中央企业加大在新一代信息技术、人工智能、集成电路、工业母机等战略性新兴产业布局力度，推动传统产业数字化、智能化、绿色化转型升级，引领带动我国产业体系加快向产业链、价值链高端迈进。
- 5 月 11 日，京东宣布管理层人事变更。京东集团 CFO 许冉升任 CEO，负责集团各业务的日常运营和协同发展，向京东集团董事会及主席刘强东汇报，原 CEO 徐雷因个人原因提出退休申请。
- 5 月 11 日，AppGrowing 国际版发布 4 月手游海外投放数据。4 月在投手游数为 23091 款；当月手游广告数为 305 万+，环比增长 28.2%，手游素材数为 80 万+，环比增长 2.2%。
- 当地时间 5 月 10 日，谷歌在 2023 年谷歌 I/O 大会上展现了一系列人工智能（AI）领域的最新技术成果：将生成式 AI 引入搜索引擎等产品、推出大型语言模型 PaLM2、将 Workspace 办公套件引入 AI 并命名为 Duet AI、推出 A3 Virtual Machines。
- 5 月 9 日，百度智能云在北京举行文心大模型技术交流会，向在场百家企业展示文心大模型在产品技术、场景研发、生态建设等领域的最新进展，并与联想集团、用友、宝兰德等 14 家文心千帆生态伙伴在现场举行签约仪式。

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

| | |
|-----------------------------|----|
| 内容目录..... | 2 |
| 图表目录..... | 2 |
| 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..... | 13 |
| 2.1 政策更新..... | 13 |
| 2.2 行业新闻..... | 16 |
| 2.3 行业投融资情况..... | 17 |
| 三、周度数据跟踪..... | 17 |
| 3.1 电影：电影票房周度数据跟踪..... | 17 |
| 3.2 电视剧：连续剧热度指数排行榜周度跟踪..... | 18 |
| 3.3 综艺：综艺热度指数排行榜周度跟踪..... | 19 |
| 四、重点公司估值表更新..... | 19 |
| 五、风险提示..... | 20 |

图表目录

| | |
|---------------------------------------|----|
| 图表 1：政策更新..... | 14 |
| 图表 2：5月6日-5月12日行业投融资情况..... | 17 |
| 图表 3：5月6日-5月12日电影票房及占比周度数据跟踪..... | 17 |
| 图表 4：5月6日-5月12日周度电影平均票价及排片占比数据跟踪..... | 18 |
| 图表 5：本周（5.8-5.12）连续剧热度指数排行榜..... | 18 |
| 图表 6：上周（5.1-5.5）连续剧热度指数排行榜..... | 18 |
| 图表 7：本周（5.8-5.12）综艺热度指数排行榜..... | 19 |
| 图表 8：上周（5.1-5.5）综艺热度指数排行榜..... | 19 |
| 图表 9：重点公司估值表（2023年5月12日）..... | 20 |

一、本周观点

1.1 行业观点

- AI 技术、应用持续迭代中，大模型时代，IP 价值进一步凸显，关注拥有优质 IP 的标的。AI 技术有望使游戏等内容制作、生产的方式发生变化，整体而言，对内容生产速度、质量有拉升，在此背景下，自带流量的 IP 可视化、变现的道路更加顺畅，“AI 孙燕姿”的爆火也体现出艺人 IP 的价值，建议关注拥有优质 IP 的公司，IP 形式包括文学作品、影视剧、游戏、艺人等多种模式。
- ChatGPT 插件进一步推进，关注 AI+流量入口的机会。继 ChatGPT Plugin 发布后，Bing 将支持插件，下周所有的 ChatGPT Plus 用户将获取浏览和插件功能，目前 ChatGPT 第三方插件数量已经从 3 月发布的 10 来种增加到了 70+。我们重申：AI 对用户需求的理解更加深入、精准，用户对任务完成的思考方式或发生变化，AI 入口有望通过精准推荐承载更多用户选择，互联网时代的价值链分配或随之重构，我们从用户对接人数多少、基于搜索的效率两个维度，构建大模型时代，流量入口变化的框架，并认为，位于中间区域的 APP，由于效率优化的边际效益更高而更易被集成，而用户对接人数多、效率优化的边际改善不高进而有能力保持独立性的 APP 更易成为流量入口，比如社交类及地图类 APP。推荐关注有大模型+地图/社交类 APP 的大厂—腾讯、百度、阿里，以及第三方厂商龙头四维图新，公司在高精地图领域市场份额较高，同时或将在大模型时代与自身地图实力不够强的大厂合作，开拓新的商业模式。

1.2 重点公司跟踪

A 股：关注 AI 关联度高、逻辑性强、落地较快标的，“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。4 月 28 日，三七互娱发布 22 年年度报告，全年营收 164.1 亿元，同比+1.17%；归母净利 29.5 亿元，同比+2.74%，扣非归母净利 28.8 亿元，同比+9.73%。同日，公司发布 2023 年 Q1 业绩报告，实现营业收入 37.6 亿元，同比-7.94%；归母净利 7.75 亿元，同比+1.92%，扣非归母净利 6.70 亿元，同比-12.01%。

①公司产品储备丰富，长线游戏基本盘稳定，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 5 月 12 日，游戏位于 iOS 模拟游戏免费榜第 7 名，近 3 个月该游戏稳定于 iOS 模拟游戏免费榜前 5 位，据 Sensor Tower，3 月《小小蚁国》中国手游海外收入排名从第 24 名上升至第 20 名。建议关注公司后续蚂蚁题材的 SLG 储备产品表现。公司目前储备的游戏共有 33 款，其中自研产品共 7 款，题材涵盖三国历史、西方魔幻、异世界幻想、古风、神话、东方玄幻等众多类型，其中《扶摇一梦》《霸业》《代号魔幻 M》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。建议关注公司基本盘后续情况，目前全球发行的移动游戏在运营月均流水破亿产品多达 7 款，其中最早上线产品已运营 4 年。长周期品类产品收入占比超过 40%。旗下《云上城之歌》《叫我大掌柜》《斗罗大陆：魂师对决》《谜题大陆》等多款在运营产品仍具备旺盛的产品生命力和潜力，22 年为公司业绩稳健发展奠定基础。公司长周期多品类产品打造稳健业绩基本盘，长线运营能力得到验证。

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，22 年 10 月-23 年 4 月，公司在中国手游发行商收入排行榜中始终位于第 4-6 名，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且有效的全球化研发、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》在美国 iOS 畅销榜排名趋稳，预计未来持续变现，贡献利润。据 data.ai，2023 年 4 月，《Puzzles & Survival》海外收入依旧稳固，中国手游海外收入排名第 3 名。《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。《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。

③技术革新推动公司降本增效，利润空间有望进一步释放。研发：公司自主开发的游戏研发中台“宙斯”、数据分析系统“雅典娜”、监控预警系统“波塞冬”、用户画像系统“阿瑞斯”，为公司旗下游戏产品研发有效赋能。并且，公司持续探索创新技术在游戏中的深度应用，开发了智能研发平台“丘比特”，结合业内前沿算法，开展了一系列技术研究与应用，全面提升游戏研发效率，降低研发成本。发行：智能化投放平台“量子”可对接所有主流渠道，实现快速投放和自动化投放。该系统已接入全球主流媒体平台和渠道 20 多家，同时支持 300 多款游戏上线发行，累计创建产品投放计划超过 20 万个。系统投入使用后，游戏产品上线全天广告所耗时间从原来 6 小时缩短到 30 分钟，效率提升 10 倍以上，部分地区智能投放占比已经超过 60%。

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，截止 5 月 12 日，位于韩国角色扮演畅销榜第 43 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，截止 5 月 12 日，位于日本 iOS 策略类游戏免费榜第 12 名；卡牌 RPG《名將の復讐》于 3 月 30 日在日本上架，截止 5 月 12 日，在卡牌游戏畅销榜中排名第 15 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。

⑤5 月 6 日，史前风格 MMO 卡牌手游《最后的原始人》正式公测。据科创板日报，4 月 24 日，一点阅读(小说阅读产品提供商)新增股东三七互娱旗下广州三七网络科技有限公司，持股 70%。4 月 24 日，IP 正版授权 3D 修仙 MMO 手游

《凡人修仙传：人界篇》宣布5月24日公测。4月20日，魔幻战棋策略类手游《龙与爱丽丝》获得4月版号，正版IP授权手游《亮剑》公测上线。据GameRes游资网，4月18日，三七游戏近日宣布，将在北京成立全新的“燎原工作室”，并专注于MMORPG精品游戏的研发。4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%，归母净利润14.61亿元，同比-0.52%，扣非净利润为14.68亿元，同比+19.79%。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。4月26日，公司发布2023年Q1报告，1Q23实现营收11.44亿元，同比-6.90%，归母净利润3.07亿元，同比-12.33%，扣非净利润为2.81亿元，同比-15.76%。

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5月12日，《问道手游》于iOS角色扮演畅销榜排名第10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》已取得版号；《重装前哨》初步计划23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23年上线。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，将在5月30日正式上线；23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；23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；代理产品《超进化物语2》《封神幻想世界》《黎明精英》《失落四境》均已取得版号。

③4月25日，《这个地下城有点怪》限量删档计费测试；4月20日，放置经营类游戏《不朽家族》获得4月游戏版号；《都市大亨物语》安卓和iOS版于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5月12日位于iOS角色扮演畅销榜排名第10名；《一念逍遥》2023年5月12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。

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。23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25日，公司发布2023年Q1业绩报告，Q1营收19.04亿元，同比-10.55%；归母净利2.41亿元，同比-71.28%，扣非归母净利2.04亿元，同比-50.66%。

①游戏：老游戏步入成熟期+产品周期未至，Q1归母净利润同比下滑，但环比高增。公司Q1游戏业务实现扣非归母净利2.78亿元，同比下降37.58%，相较4Q22游戏业务净利增长520.3%，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-0.74亿元，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，第三周及第四周均为第1位，播映期间保持高热度。目前，Q2播出《云襄传》(5月1日爱奇艺、腾讯视频首播)、《温暖的甜蜜的》(5月3日，芒果TV、湖南卫视首播)、《护心》(5月9日，优酷首播)，据骨朵数据，均位于本周全部剧集热度榜top10，预计影视业绩环比基本持平。

③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》等均有有望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。

④5月4日，MMORPG端游《完美新世界》正式在Steam平台开启测试，本次测试不支持中文。《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，据Sensor Tower，《天龙八部2》在半个月时间内跻身23年4月中国iOS手游收入榜第17名，为发行商带来131%的收入增长，位列中国手游发行商23年4月全球收入排行榜第19名；

⑤AIGC：公司内部已成立 AI 中心，由公司游戏业务 CEO 负责，中台技术部门牵头，各项目制作人深度参与，大力研究及推行 AI 技术的学习与应用。目前公司已将 AI 相关技术应用于游戏中的智能 NPC、场景建模、AI 绘画、AI 剧情、AI 配音等方面。

4) 宝通科技：4 月 27 日发布 2022 年年度报告。22 年营业收入 32.59 亿元，同比 18.10%，归母净利润-3.96 亿，同比-198.33%，21 年为盈利 4.03 亿，扣非归母净利润-4.20 亿，去年同期为盈利 3.80 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，金额为 4.86 亿元。同日，发布 23 年 Q1 业绩报告，1Q23 营业收入为 7.55 亿元，同比+14.05%；归母净利润为 0.83 亿元，同比+21.04%；扣非归母净利润为 8.12 亿元，同比+25.36%。

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。22 年营收 16.24 亿元，同比+6.27%。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 29 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目的，主动下架和关停了 27 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。④截止目前，公司已储备《D3》、《地牢猎手》、《FOG》、《TAG》等自研、定制产品。⑤新技术：公司已拥有的元宇宙数字化产品有裸眼 3DMR 空间数字人“彤”、数字孪生智慧矿山系统和 BOTONSPACE1 等。公司联合哈视奇与游戏研发团队已开发多款游戏 DEMO，实现了在 AR/VR/XR 终端的适配，未来公司将继续探索更多基于 AR/VR/XR 创新交互方式的游戏。23 年游戏业务总体呈现恢复趋势，去年国内发行的《终末阵线》、《元素方尖》及港台发行的《剑侠 3》、《魔力宝贝》等游戏流水表现优秀，为一季度业绩提供了有力支撑。储备产品《重返未来 1999》、《白荆回廊》、《剑侠世界 3 (韩国)》以及自研产品《D3》、《地牢猎手》将会在今年陆续上线，相信会推动公司移动游戏业务的持续恢复。

工业互联网表现稳健，22 年该业务营收为 16.36 亿元，同比增长 32.77%，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，海外营收占工业互联网板块业务营收的比例为 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，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+55%。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，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，22 年山东新宝龙收入 2.27 亿，山东宝能智维签了 1850 万元的项目合同，将稳步贡献收入。

公司积极探索 AIGC，发掘 AI 技术在游戏研发和运营深度应用：①尝试打造广告智能投放平台，提升投放效率和广告优化能力；②试搭建基于 ChatGPT 的翻译系统，提升翻译效率节约成本；③尝试搭建基于 Stable Diffusion 框架的 AIGC 绘画系统，来提升美术出图速度；④增加广告创意数量，提升公司的获客质量。

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。4 月 21 日公布 2022 年业绩报告，全年实现营业总收入 137.04 亿元，同比下降 10.76%；归母净利润 18.25 亿元，同比下降 13.68%；扣非归母净利预计 15.87 亿元，同比下降 22.94%。芒果 TV 互联网视频业务系芒果超媒主要营收来源，主要由广告、会员以及运营商业业务构成。互联网视频业务总营收 104.18 亿元，同比下降 7.49%，其中广告业务营收 39.94 亿元，同比下降 26.77%，同比降幅较上半年有所收窄；会员业务收入 39.15 亿元，同比增长 6.15%；运营商业业务收入 25.09 亿元，同比增长 18.36%；新媒体互动娱乐内容制作营收 11.18 亿元，同比下降 40.45%；内容电商营收 21.36 亿元，同比下降 0.97%，约占总营收的 15.59%。同日，公布 2023 年一季度报告。Q1 实现营收约 30.56 亿元，同比减少 2.16%；归母净利润约 5.45 亿元，同比增加 7.39%；扣非归母净利润 5.19 亿元，同比增长 9.55%。

①会员数据：2022 年，芒果 TV 会员规模再创新高，2022 年末有效会员达到 5916 万，同比增加 17%，会员收入同比增长 6.15%。②内容：芒果 TV 拥有 24 个综艺制作团队、25 个影视制作团队、34 个新芒计划战略工作室，致力于打造国内长视频内容制作的人才高地和创新高地。22 年芒果 TV 上线 77 档各类综艺节目，《乘风破浪第三季》、《大侦探第七季》、《密室大逃脱第四季》和《披荆斩棘第二季》4 档综 N 代节目，入选 2022 年网络综艺有效播放 TOP10 (云合数据)，其中《乘风破浪第三季》排名第一。影视剧方面，报告期内芒果 TV 上线重点影视剧、“大芒计划”微短剧等各类影视剧 163 部。芒果季风上线 5 部台网剧、4 部网剧。③电商：小芒电商全年 GMV 同比实现 7 倍增长，DAU 峰值达 206 万。目前，小芒电商已形成服饰、食品、美妆、明星周边、潮玩、萌宠、轻露营等多条特色商品线，后续将继续发掘内容场景带货能力，引领年轻用户国货消费潮流。快乐购则聚焦电视购物业务和供应链建设与拓展，打造围绕电视大屏和电视人群销售闭环的服务平台和工具平台。

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《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。同时，2023 年，公司将 AIGC 和虚实结合互动为产品技术创新的主攻方向。一方面，探索构建 AIGC 技术与媒体业务场景的多触点结合，

重点打造 AIGC 新型内容生产基础设施，覆盖剧本创作、音视频内容生产、新搜索推荐等业务。另一方面，结合重点 IP 在虚拟人、虚拟互动、虚拟空间等领域的内容生产需求，打造虚拟互动空间，实现内容经典情节、用户在线探案推理、综艺共创互动等新型内容互动体验。

内容表现：综 N 代保持高热度，爆款打造能力较高，剧集表现向好。1) 综 N 代：据骨朵数据，《爸爸当家 第二季》于 5 月 8 日上线，上线当日位于全部综艺榜第 14 名，首周位于全部综艺榜第 15 名；《乘风 2023》于 5 月 5 日上线，上线当日位于全部综艺榜第 1 名，首周位于全部综艺榜第 1 名；《向往的生活第七季》与 4 月 28 日上线，上线当日位于全部综艺榜第 5 名，首周位于全部综艺榜第 2 名，位于 4 月全部综艺榜第 1 名；《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，首周排名第 1 名，反响热烈，4 月全部综艺榜单中位于第 2 名；《大侦探第八季》23 年 1 月 26 日上线，4 月全部综艺榜中位于第 9 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 月全部综艺榜中排名第 7，4 月排名第 12，体现出改版的成功。2) 爆款新综：据骨朵数据，4 月 27 日上线的《青年 π 计划》，上线收入位于全部综艺第 7 名，首周排名第 6 名，《女子推理社》于 4 月 18 日上线，上线当天全网热度位于全部综艺的第 13 位，首周排名第 3 名，反响热烈，在 4 月综艺排名中位于第 4 名；3) 剧集：据骨朵数据，5 月 3 日上线《温柔的甜蜜的》，上线首日位于全部剧集热度榜第 9 名，首周位于热度榜第 8 名；4 月 23 日上线的《无眠之夜》，上线首日位于全部剧集第 8 名，首周位于第 3 名，在 4 月总榜中位于第 18 名；4 月 6 日上线的《恩爱两不疑》，上线首日位于全部剧集第 26 名，首周位于全部剧集第 25 名，4 月全部剧集榜中位于第 27 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，4 月全部剧集榜中位于第 5 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，4 月全部剧集榜中位于第 17 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，4 月全部剧集榜中位于第 37 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，4 月全部剧集榜中位于第 20 名，相比上月下降 17 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，目前热度下滑明显已掉出榜单；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 月全部剧集榜中位于第 47 名，4 月掉出榜单；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 月全部剧集榜中位于第 43 名，4 月已掉出榜单。

④4 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：Q1 初步修复，随疫后消费复苏，品牌建设投入有望回升，全年关注新消费及汽车行业带来增量，长期看好公司于品牌营销的价值。4 月 29 日，分众发布 2022 年度报告，全年营业收入为 94.25 亿元，同比-36.47%；归母净利润 27.90 亿元，同比-53.99%，扣非归母 23.94 亿元，同比-55.78%。同日，发布 23 年 Q1 业绩报告，营业收入为 25.75 亿元，同比-12.40%；归母净利 9.41 亿元，同比+1.34%，扣非归母净利润 8.00 亿元，同比-1.42%。

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。短期受疫情影响，22 年国内广告花费同比下滑，广告投放需求疲软所致，楼宇媒体营业收入为 88.75 亿元，同比-34.82%。公司电梯电视媒体设备 83.3 万台，较 21 年底增长 0.97%，电梯海报设备 152.5 万个，较 21 年底有所下跌，为-16.85%；影院媒体营收 5.38 亿元，同比-54.16%，覆盖影厅 1.2 万个，较 21 年底减少约 1600 个，于点位覆盖上仍占据绝对市场地位。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。

①据分众传媒官微，4 月 15 日，中宠股份与分众传媒战略合作签约仪式在山东烟台·中宠股份总部隆重举行。此次双方强强联合是基于中宠股份“聚焦战略”：聚焦国内市场，聚焦品牌，聚焦主粮，助力中宠股份力争行业龙头地位，助力顽皮®品牌成为行业头部品牌，助力顽皮®干粮品类跨越式发展，由传统企业向品牌企业转型的重大举措。

②4 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：4 月 28 日，公司发布 2022 年度报告，全年营收 402.69 亿元，同比增长 8.16%；归母净利润 11.26 亿元，同比增长 94.63%；扣非净利润 10.54 亿元，同比增长 98.49%。同日，公司发布 23 年 Q1 业绩报告，Q1 营收 131.56 亿元，同比增长 8.39%；归母净利润 2.56 亿元，同比增长 65.02%；扣非净利润 2.53 亿元，同比增长 74.66%。

公司主营 B2B 电子商务和产业互联网平台。公司以工业电子商务为基础，以产业大数据和产业数字化为支撑，为相关行业提供工业品和原材料的网上商品交易、商业信息服务和数字技术服务。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，22 年交易量 739.64 亿元，实现收入 402.69 亿元。同时公司落实精细化管理的政策，净利润大幅增长。

④4 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。公司经营范围增加数字技术服务；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 4 月 29 日，公司发布 22 年报，营收 39.00 亿元，同比 38.75%；归母净利润-2.65 亿元，同比+62.13%；扣非归母净利润-3.19 亿元，同比+55.75%。22 年，公司逐步减轻亏损程度。同日，公司发布 23 年 Q1 业绩报告，营收 11.02 亿元，同比+37.22%，归母净利润-0.38 亿元，同比-143.88%；扣非归母净利润-0.45 亿元，同比-154.65%。主要由于社交电商业务带来收入增长 (yoy+37.22%)，但成本上升过快所致 (yoy+69.72%)。

由于疫情影响，公司鞋履销售业务造成重大影响，22 年服装鞋类行业营收占比进一步下滑，yoy-10.97pct 至 8.15%，营收为 3.18 亿元，同比-40.43%。直播电商业务持续发力，22 年直播电商业务 GMV 约 150 亿元，同比增长约 50%，新签约艺人 25 位，累计签约艺人达 51 位。单场过亿主播 6 位、过千万主播 24 位，过百万主播几十位。22 年互联网广告行业收入 35.75 亿元，同比+57.61%，占营收比重升至 91.64%，公司战略转型不断推进。23 年 Q1 GMV 为 25.7 亿，同比略增长。Q1 新签约艺人持续增长，同时为了建立流量矩阵，签约大量腰部主播，未来会为扶摇项目起到关键性作用。同时，公司位于杭州临平使用面积 15 万方的“线上+线下”新型商业综合体“扶摇”项目正在筹备中，3 月底第一轮招商已经完成，整体 90%左右的招商已经完成。

公司积极探索 AI 应用，拥抱 AI 大时代，AIGC 有望赋能。目前，公司在密集接触国内外优秀的大模型提供方，计划进行专属遥望的私域训练，全面升级遥望云，使得遥望云从“数据提供”到“策略提供”进行转变，打造 AI 金牌运营。计划与业内顶级 AI 公司紧密合作，共同开发高质量虚拟人直播带货技术，打造虚拟人直播带货矩阵。

④4 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 4000 万份。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，3 个行权期对应考核年度为 2023、24、25 年，考核目标值为营收相比 22 年的增长率，分别为 30%、45%、60%。

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：4 月 6 日，腾讯控股发布 2022 年年报，腾讯控股 22 年全年实现营收 5545.52 亿元人民币，同比-0.99%；净归母净利润 1156.49 亿元，同比-6.57%。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。22 年公司 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，4Q22 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，4Q22 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。4Q22 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。22 年广告收入 827.3 亿元，同比-6.70%，但 4Q22 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。22 年收入为 1770.64 亿元，同比+2.83%，4Q22 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，4Q22 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；企业微信平台上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。

②游戏：5 月 9 日，《战地无疆》开启计费删档测试；4 月 29 日，模拟经营卡牌战斗手游《冲呀！饼干人：王国》开启国服预约，5 月将进行限号删档非付费测试。4 月 28 日，米哈游《崩坏：星穹铁道》上线 START 云游戏平台。4 月 27 日，海洋贸易模拟手游《大航海时代：海上霸主》已开启限量安卓测试，于 5 月 12 日正式结束；4 月 26 日，代理射击游戏《全境封锁 2》开启国服不删档测试，腾讯 wegame 独占并上线 START 云游戏平台。4 月 21 日，《节奏大师》

官方宣布将开启第三次“终极测试”，终极测试于4月24日15:00开启，5月29日11:00结束；4月18日，由SNK正版授权，腾讯天美工作室群制作的横版动作射击手游《合金弹头：觉醒》在全平台上线。据安卓咨询，4月17日，《无畏契约》官网公布了5月内测消息。据IT之家，4月17日，腾讯游戏官方内测平台消息，腾讯一款全新多端写实题材射击游戏《代号：C》开启招募，招募时间：4月7日-4月24日10:00，即将开启测试。4月12日，Sensor Tower发布《2023年3月全球热门移动游戏收入TOP10》，腾讯《王者荣耀》蝉联全球手游畅销榜冠军，腾讯《PUBG Mobile》(合并《和平精英》收入)位列榜单第2名；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剧集综艺：4月26日，腾讯视频推出华语精品短剧集群剧场——X剧场，第一季X剧场将囊括现实悬疑、年代传奇、古装探案等多种题材的精品短剧。由辛爽执导，范伟、秦昊、陈明昊等主演的《漫长的季节》作为X剧场的首部作品。据IT之家，4月18日，由上海腾讯企鹅影视文化传播有限公司出品的新版《仙剑》获发行许可证；1) 剧集：据骨朵数据，《平凡之路》于5月3日上线，首日位于全部剧集榜第8名，首周位于第7名；《云襄传》于5月1日上线，首日位于全部剧集榜第7名，首周位于第3名；《盗门八将》于4月27日上映，首周位于全部剧集榜第41名，4月整体位于第43名；《你给我的喜欢》于4月24日上映，首日位于全部剧集榜第2名，首周位于第5名，4月整体位于第6名；《漫长的季节》在4月22日上映，上映首日位于全部剧集榜第9名，首周位于第8名，4月整体位于第2名；《病娇王爷作妻》在4月21日上映，上映首日位于全部剧集榜第29名，首周位于第33名，掉出4月榜单；《影后的复仇》4月18日上线，上线首周热度位于全部剧集第24名，4月整体处于第35名；《青春之城》4月12日上线，上线首周热度位于全部剧集第21名，4月整体处于第19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40名，4月已掉出榜单；《欢乐颂4》4月7日上线，上线首周热度位于全部剧集第11名，4月整体处于第10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，4月整体处于第4名；《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，4月整体热度上升，处于第3名；《春闺梦里人》3月21日上线，上线首周热度位于全部剧集第4名，3月整体位于第4位，4月整体处于第11名；《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，4月整体处于第13名；《重紫》2月15日上线，上线首周热度位于全部剧集第4名，3月整体位于第8名，4月热度大幅下滑；2) 综艺：《当燃青春》于5月4日上线，首日位于全部综艺榜第13名，首周位于第15名；《天赐的声音第4季》于4月28日上线，首日位于全部综艺榜第23名，首周位于第25名，4月总体为15名；《花花环游记》于4月25日上线，首日位于全部剧集榜第23名，首周为第26名，4月总体为第34名；《极限挑战第9季》于4月14日上线，上映首周位于全部综艺排名榜第2名，4月整体处于第5名；《奔跑吧第7季》于4月16日上线，上映首周位于全部综艺排名榜第3名，4月整体也处于第3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位于第3名，4月整体处于第7名。

④对外投资：继续筛选优质标的投资，5月10日，投服中心发布公告称，中证中小投资者服务中心（简称投服中心）与腾讯签署战略合作协议。双方将围绕各自职能，在投资者教育与服务、研究与创新、宣传与推广等方面开展深度合作，以数字科技助力投资者保护工作，共同推动资本市场高质量发展。5月4日，中国联通披露，其与腾讯共同出资的云宙时代已于4月26日在北京成立，注册资本3亿元，经营范围包括互联网数据服务、人工智能公共数据平台、大数据服务、量子计算技术服务、5G通信技术服务等。据永州新闻网，5月8日，北京京企中轴线保护公益基金会（简称“北京中轴线基金会”）与腾讯公益慈善基金会在腾讯北京总部大楼签约成立“中腾基金”，同时发布由数盒科技参与开发及运营的腾讯SSV探元数字文化开放平台。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。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。

⑤科技及企业服务：据IT之家，5月13日，腾讯企点发布一体化国际物流解决方案“货代通”，通过提供内部提效及外部营销一体的数字化能力，打通货代企业相关系统，覆盖货代全链路业务场景。5月11日，在腾讯金融云国产化战略峰会上，腾讯云首次联合神州信息、长亮科技、中电金信等业内头部应用系统厂商联合重磅发布《腾讯云商业银行核心系统分布式转型白皮书》。白皮书基于腾讯云多年来在国有大行、股份制银行、城商行和省农信联社等二十余家银行机构的分布式转型实践，进行了全面系统性总结沉淀，为金融行业提供了核心系统转型到分布式架构的设计思路与实践方法论。据新闻滚动。

⑥5月10日，腾讯广告发布微信文章，称“618”大促来临之际，针对品牌商家扩流量、提效果、强转化的营销诉求，腾讯广告与阿里妈妈Uni Desk强强联手，共建营销数据沉淀、资源优质、投放优化三大优势。

⑦5月9日，腾讯微视公布新星计划，开始对外招募，面向历史未在腾讯微视发表过视频，抖音、快手以及小红书3W+粉丝的个人创作者，给新入驻个人创作者提供丰厚奖励，包括现金奖励、流量币奖励以及流量扶持等。

2) 快手：4月27日，快手发布2022年报，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。电商商品交易总额由 21 年的 6800 亿上升至 22 年的 9012 亿，同比+32.52%，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%。

①5 月 11 日，以“新时代、新直播、新舞台”为主题的 2023 中国网络表演(直播与短视频)行业年会在北京举行。CAPA 和快手共同发布《新网络视野下的直播短视频领域多元就业模式分析报告》。至 2022 年底，快手平台共带动 3621 万个就业岗位，其中内容生态带动 2215 万个就业岗位，商业生态体系带动 1406 万个就业岗位，直接和间接带动的新职业数量已达 92 个。

②5 月 9 日，2023 快手电商引力大会在上海召开。快手电商聚焦“引力所聚 新生不息”主题，发布了年度战略、经营方法及 618 政策解读等内容。快手电商将进一步加码川流计划，以 600 亿流量为商家和达人赋能。在 5 月 18 日至 6 月 18 日的 618 大促活动期内，快手电商将拿出百亿流量扶持、十亿商品补贴。同时，5 月 11 日，快手 618 购物节招商正式开启。

3) 美团：4 月 24 日，美团发布 2022 年报。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：①5 月 13 日，国内健康科技品牌 SKG，与美团闪购正式达成合作。截至目前，SKG 全国超 200 家终端门店，已全量入驻美团，并上线全部商品，为用户提供最快 30 分钟到家的即时零售服务。

②深圳 SIC 深湾睿云中心与美团无人机合作的无人机配送商圈已开启测试工作，预计 6 月份启动常态化运营。

4) 网易：4 月 27 日，公司披露 2022 年报，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 IT 之家，4 月 26 日，网易宣布在海外成立了一家新工作室 AnchorPoint，总部位于西班牙巴塞罗那和美国西雅图，由《控制》首席设计师 Paul Ehreth 领导。据介绍，该工作室将专注于为 PC 和主机开发动作冒险游戏。据 IT 橘子，4 月 24 日，网易战略投资日本 VR 游戏开发商 CharacterBank 3.5 亿日元，该公司最新估值为 1.05 亿人民币。

②国内游戏：5 月 11 日，网易游戏官宣将于 5 月 20 日 19 点 30 分举行 2023 网易游戏 520 线上发布会。黑暗三国无双动作手游《三国诛将录》将于 5 月 18 日开启计费删档测试；5 月 12 日，魔幻卡牌 RPG《突袭：暗影传说》开启预约；4 月 28 日，《逆水寒》开启限量计费删档测试，将于 6 月 30 日全平台公测；《巅峰极速》已与 4 月 24 日起进行安卓付费删档测试；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。

③技术研发：4 月 25 日，网易数帆在低代码业务战略发布会上推出 CodeWave 智能开发平台。平台以网易自研的智能

大模型为底座，以低代码为开发工具，开发者只需编写少量代码，通过自然语言描述和可视化拖拉拽即可快速开发应用。网易数帆还推出金融、新零售等行业解决方案、“Wave+”生态计划和人才招聘、培养计划，以“开发工具-行业-生态-人才”系列动作推动智能开发与业务更深融合，助推产业加速发展。

5) 心动公司：4月26日发布2022年报。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长了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。

近况：5月10日，ARPG手游《火炬之光：无限》公测开启；5月4日，多英雄射击游戏《火力苏打》定档6月9日正式上线；4月24日，《竹马胭脂铺》开启限量不计费删档测试；3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29日，购买次数超4.3万次。

6) 阅文集团：4月18日，公司发布2022年报，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》、《与风行》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。

近况：5月9日，阅文集团宣布管理层调整，CEO程武辞任CEO职务，由总裁侯晓楠接任公司CEO职务。5月4日，阅文集团携手上海图书馆共同发起的“数字阅读周”以1.8亿阅读量圆满收官。自4月20日至5月3日，共计215万人沉浸“数字阅读周”共阅好时光，357本好书总阅读量高达1.8亿，“高黏性”同样成为本次“数字阅读周”的突出特点，活动期间用户平均阅读时长126分钟。据统计，活动参与用户中，62%是“Z世代”用户(即“95后”)。

7) 哔哩哔哩: 4月27日, B站公布了2022年报。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。4Q22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%; 4Q22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%。4Q22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%。4Q22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%。4Q22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: 4Q22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5月12日, 23年目前共上线49部番剧, 22部具有独家版权, 《鬼灭之刃 刀匠村篇》、《辉夜大小姐想让我告白 剧场版》爆款番剧待播出, 《国王排名 勇气的宝箱》于4月14日开播, 目前播放量1.26亿; 《三体》12月10日开播(全15话, 已播出13话), 截至5月13日, 播放量5.5亿; ②剧集: 截止5月13日, 目前上线剧集3部, 《许你万家灯火》播放量626.6万次; 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: 《当我们遇见你》于4月18日上线, 截止5月13日, 播放量546.3万; 《拜托你啦! 朋友》4月6日上线, 截止5月13日, 播放量为95.6万; 《追星星的人 第三季》于3月11日上线, 截止5月13日, 播放量499.4万; 《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22日播放量分别为2.1亿、3.4亿、2.8亿; ④游戏: 2023年5月13日-5月26日共有18款代理游戏开始测试。自研产品《斯露德》于5月11日开启限量计费删档测试, 自研产品《艾塔纪元》于5月8日开启不计费删档首测。代理游戏女性向古风卡牌手游《摇光录: 乱世公主》(上海喵斯拉运营) 和未来都市风MOBA手游《重构: 阿塔提斯》取得4月版号。⑤其他: 5月10日, 哔哩哔哩在上海举办了第二届纪录片发布会, 对外发布了36部纪录片作品, 并发起“探照灯计划”与“恒星计划”两大计划, 持续打造优质纪录片内容, 挖掘更多的创作产能与新颖题材。

8) 阿里巴巴: 2月23日, 公司发布2022财年Q4业绩。公司FY2023Q4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。

①5月11日, 阿里云官方微博发布, 阿里巴巴近期宣布加入Linux Foundation AI&Data基金会, 加大对AI和大数据技术的投入以促进相关开源建设。并将阿里云机器学习平台PAI开源的面向推荐场景的性能深度学习框架DeepRec捐赠给Linux Foundation AI&Data基金会托管, 一起持续维护和推广DeepRec。

②5月10日, 2023淘宝天猫618商家大会举行, 淘宝天猫架构调整完成, 架构调整完成。集团旗下分为“中小企业发展中心”、“品牌业务发展中心”和“超市业务发展中心”。今年618全周期预计实现超600亿流量曝光, 同时阿里巴巴妈妈还提供总计23亿红包为超100万商家带来百亿流量支持。

③5月9日, 天猫精灵计划接入通义千问后发布的首款智能音箱新品-IN糖Pro宣布发售。该产品云端已搭载AliGenie6.0系统, 在满足各项评估条件后, 用户可选升级基于阿里千问大模型的AIGC对话体验。

④据新浪科技, 5月8日, 阿里云宣布正式发布“金融级云原生”, 从早期云原生的12要素提出金融级云原生的新10要素。这是阿里云以经典云原生技术为基础, 并针对金融行业需求研发的一整套技术体系, 从而支持金融机构建设既符合行业标准和监管要求、又具备云原生技术优势的“新型IT架构”。

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：①5 月 11 日，公司发布第一季度业绩报告，在业务架构、组织单元变革下，收入同比增长 1.4%，达 2430 亿元；归母净利润 63 亿元，2022 年同期为净亏损 30 亿元；Non-GAAP 归母净利润 76 亿元，较 2022 年同期的 40 亿元同比增长 88.3%。②5 月 11 日，京东集团宣布管理层人事变更。京东集团 CFO 许冉升任 CEO，负责集团各业务的日常运营和协同发展，向京东集团董事会及主席刘强东汇报，原 CEO 徐雷因个人原因提出退休申请。

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。

①5 月 10 日，上海市嘉定区政府与百度签署深化战略合作协议。双方将发挥嘉定的区域优势与产业积累，结合百度在人工智能领域的技术实践，共同在智能网联汽车服务、智慧交通优化、城市治理增效方面开展全面合作，打造数字嘉定新样板。

②5 月 9 日，百度智能云在北京举行文心大模型技术交流会，向在场百家企业展示文心大模型在产品技术、场景研发、生态建设等领域的最新进展，并与联想集团、用友、宝兰德等 14 家文心千帆生态伙伴现场举行签约仪式。“文心千帆大模型平台”，是一站式企业级大模型生产平台，提供包括文心一言在内的大模型服务及第三方大模型服务，以及大模型开发和应用的整套工具链。百度副总裁袁佛玉透露，目前已有超 300 家产业生态伙伴在和百度智能云探索大模型落地场景。这些场景涵盖工业、金融、政务、运营商、教育等核心的有价值行业

11) 汇通达：3 月 28 日，公司公布 2022 年年度业绩。报告期内，集团总收入 803.5 亿元，同比增长 22.2%；实现毛利 25.0 亿元，同比增长 33.7%；归母净利润 2.9 亿元，经调整归母净利 3.8 亿元。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%。

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：①4 月 27 日，拼多多宣布未来两个月将整合百亿补贴、多多买菜等旗下业务，投入 40 亿元消费补贴，全力参与本届购物节及相关 IP 活动；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。

近况：①4 月 27 日，达达集团宣布将全面参与第四届“五五购物节”，联动超 30 万家入驻集团旗下京东到家平台的线下门店和众多品牌，主打应季商品和时尚潮品，计划在“五五购物节”期间向全国发放 10 亿元消费券，开展 618 联合大促、五一联合大促、京东到家健康消费节、海博数字生活节等重点促消费项目，推动即时零售这一在线新经济模式持续升温。

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。

①5 月 12 日，叮咚买菜公布截至 2023 年 3 月 31 日未经审计的财报。叮咚买菜 Q1 总营收约 49.98 亿元，同比下降 8.2%；净亏损 5240 万元，2022 年同期净亏损 4.774 亿元；Non-GAAP 净利润为 610 万元，而 2022 年同期净亏损 4.22 亿元；以预制菜为主的自有品牌商品已占整体 GMV 的 19%，其中自有品牌用户渗透率提升至 70% 以上，主打家常菜系列的预制菜品牌“蔡长青”目前月销量超过 7000 万。

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 17 日，国家广播电视总局办公厅发布关于延续《电视剧制作许可证（甲种）》有效期的通告，指出 2021 年颁发、有效期于 2023 年内届满的《电视剧制作许可证（甲种）》，有效期一次性延续六个月。在此期间，原许可证继续有效。

图表1: 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公告》 | 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—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 | 《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。 |
| 2023. 4. 17 | 关于延续《电视剧制作许可 证（甲种）》有效期的通告 | 《通告》指出，2021 年颁发、有效期于 2023 年内届满的《电视剧制作许可证（甲种）》，有效期一次性延续六个月。在此期间，原许可证继续有效。 |

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

- 据量子位，5 月 13 日，OpenAI 宣布，所有 ChatGPT Plus 用户下周将获取浏览、插件功能。从 3 月底，ChatGPT 宣布推出插件功能至今，第三方插件数量已经从 10 来种增加到了 70+。
- 据量子位，5 月 12 日，升级后的 Claude 大幅提升对话和任务处理能力。增加了“一次性可处理文本量”，一次性记忆 10 万+token 使得聊天能力得到提升，目前 API 和网页版均已上线。
- 据电子时报，5 月 11 日，有熟悉先进封装供应链的人士透露，英伟达后续针对 ChatGPT 与相关应用的 AI 顶级规格芯片需求明显增长，紧急向台积电增加预订 CoWoS 先进封装产能，全年约比原本预估量再多出 1 万片。
- 5 月 11 日，国资委党委召开扩大会议，会议强调要指导推动中央企业加大在新一代信息技术、人工智能、集成电路、工业母机等战略性新兴产业布局力度，推动传统产业数字化、智能化、绿色化转型升级，引领带动我国产业体系加快向产业链、价值链高端迈进。
- 5 月 11 日，AppGrowing 国际版发布 4 月手游海外投放数据。23 年 4 月在投手游数为 23091 款；当月手游广告数为 305 万+，环比增长 28.2%，而手游素材数为 80 万+，环比增长 2.2%。在投放重点类别中，本月休闲类手游在投 App 数量占比与广告量占比最大，分别为 19.7%和 17.4%。益智解谜类手游位列第二，在投 App 数量占比 13.3%，广告量占比 14%。平均单款 App 广告量排名第一为文字类、第二名为策略类，与 2 月保持一致，第三名为音乐类。
- 当地时间 5 月 10 日，谷歌在 2023 年谷歌 I/O 大会上展现了一系列人工智能（AI）领域的最新技术成果。会上宣布将生成式 AI 引入搜索引擎等产品；并推出大型语言模型 PaLM2，开发人员可用该模型训练聊天机器人等工具；将 Workspace 办公套件引入 AI 并命名为 Duet AI；推出 A3 Virtual Machines，搭配英伟达 H100，用于训练和服务最先进的 AI 模型。
- 5 月 10 日，国内智能芯片公司后摩智能正式发布首款存算一体智驾芯片——鸿途 H30。该芯片基于 SRAM 存储介质，采用数字存算一体架构，最高物理算力 256TOPS，典型功耗 35W。据介绍，该芯片仅用 12nm 工艺制程，在 1nt8 数据精度条件下，AI 核心 IPU 能效比高达 15Tops/W，是传统架构芯片的 7 倍以上。
- 5 月 10 日，滴滴官微公布滴滴自动驾驶公司和广汽埃安的合作进展，双方签订深化合作协议，共同发布无人驾驶新能源量产车项目——“AIDI 计划”，并宣布将成立合资公司。根据“AIDI 计划”，双方将共同定义和量产共享出行 L4 无人驾驶新能源汽车，该量产车将于 2025 年接入滴滴共享出行网络，实现全天候、规模化的混合派单。
- 5 月 9 日，OpenAI 发布最新研究：让 GPT4 解释 GPT2 的行为模式，结果显示，超过 1000 个神经元的解释得分在 0.8 以上，即 GPT4 能理解这些神经元，已开源最终生成的解释数据集和工具代码。
- 当地时间 5 月 9 日，Meta 开源大模型 ImageBind，该模型以视觉为核心，结合文本、声音、深度、热量（红外辐射）、运动（惯性传感器），最终可以做到 6 个模态之间任意的理解和转换。团队表示未来还将加入触觉、语音、嗅觉和大脑 fMRI，进一步探索多模态大模型的可能性。
- 5 月 9 日，抖音发布关于人工智能生成内容的平台规范暨行业倡议。其中提出，各生成式人工智能技术的提供者，均应对生成内容进行显著标识，以便公众判断。同时使用统一的人工智能生成内容数据标准或元数据标准，便于其他内容平台进行识别。

2.3 行业投融资情况

据 IT 桔子统计，5 月 6 日-5 月 12 日期间，共发生 6 起行业投融资，文化传媒行业 5 起，游戏行业 1 起。1) 文化传媒行业：酷鲸影视获得爱奇艺的战略投资，最新估值 5 亿人民币；视云网络获得由微鲸科技的战略投资，最新估值 5 亿人民币；HiNOTE 获得 190 万美元种子轮投资投资，最新估值 6175 万人民币；巧美生科技获得 InspurVentureCapital 的战略投资，投资金额 1500 万美元，最新估值 4.88 亿人民币；VARK 获得 JAFCO Asia 集富亚洲等 4 家 C 轮投资，投资金额 10 亿日元，最新估值为 3 亿日元。2) 游戏行业：点睛科技获得由鹰角网络的战略投资，最新估值 5 亿人民币。

图表2：5月6日-5月12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) |
|-----------|--------|------|------|----------|-------------------------------|-----------|
| 2023/5/9 | 酷鲸影视 | 文化传媒 | 战略投资 | 未透露 | 爱奇艺 | 5 亿人民币 |
| 2023/5/10 | 点睛科技 | 游戏 | 战略投资 | 未透露 | 鹰角网络 | 5 亿人民币 |
| 2023/5/10 | 视云网络 | 文化传媒 | 战略投资 | 未透露 | 微鲸科技 | 5 亿人民币 |
| 2023/5/11 | HiNOTE | 文化传媒 | 种子轮 | 190 万美元 | 未透露 | 6175 万人民币 |
| 2023/5/12 | 巧美生科技 | 文化传媒 | 战略投资 | 1500 万美元 | InspurVentureCapital | 4.88 亿人民币 |
| | | | | | JAFCO Asia 集富亚洲 | |
| 2023/5/12 | VARK | 文化传媒 | C 轮 | 10 亿日元 | 三菱 UFJ SBI 投资(思佰益) ANRI | 3 亿人民币 |

来源：IT 桔子，国金证券研究所

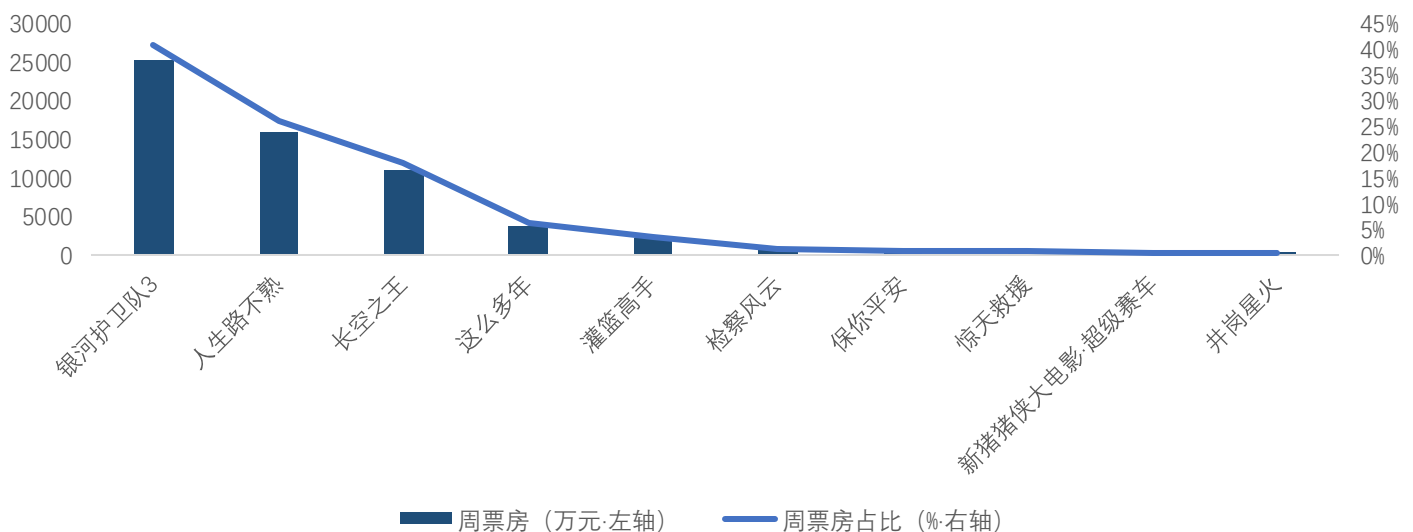
三、周度数据跟踪

3.1 电影：电影票房周度数据跟踪

5 月 6 日-5 月 12 日，单周总票房较上周（16.89 亿元）下降至 6.17 亿元，前十名总票房 5.99 亿元，占比 96.98%，较上周（95.97%）有所上升。《银河护卫队 3》（票房占比 40.8%）排名上升至第 1，《人生路不熟》（票房占比 25.7）排名第二，《长空之王》（票房占比 17.6）排名第三，《这么多年》、《灌篮高手》、《检察风云》（票房占比分别为 6%、3.4%、1%）排名有所下滑，为第 4、第 5、第 6 名，新上映《井冈星火》进入前十榜，其余影片票房占比均未超过 1%。前三票房合计占比 84.28%。

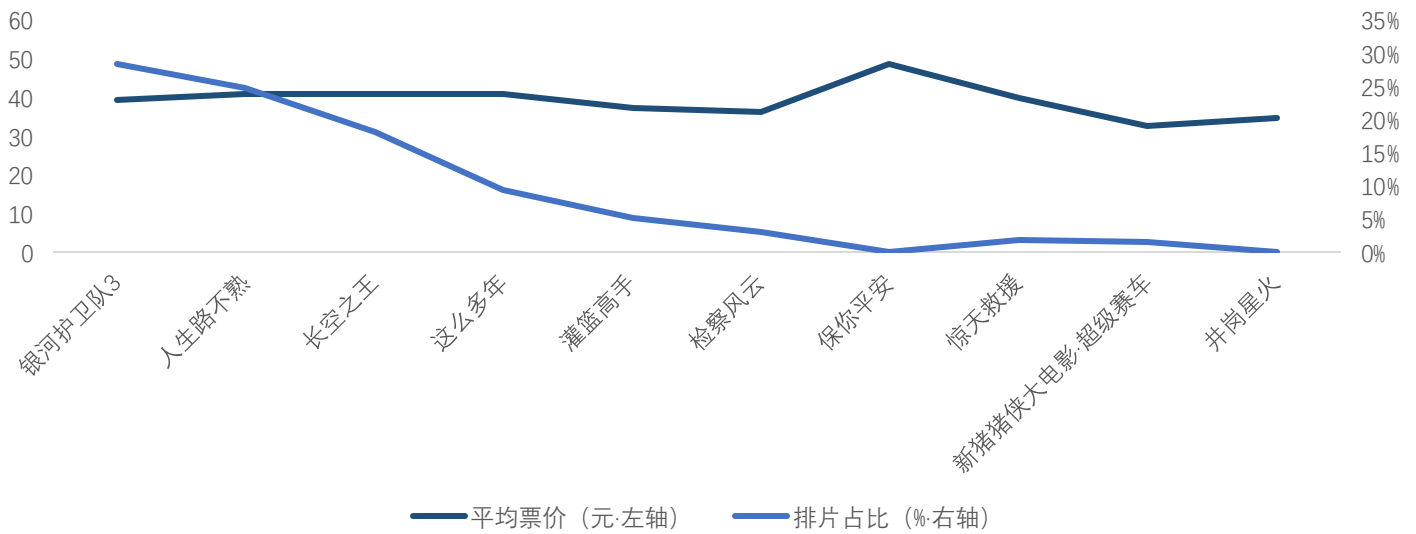
排片与票价方面，《银河护卫队 3》排片占比 28.6%，《人生路不熟》排片占比次之，为 24.8%，《长空之王》为 18.2%，位列第 3；本周平均票价（40.1 元）较上周（40.3 元）有所下降，本周《保你平安》《人生路不熟》《长空之王》《这么多年》（《长空之王》《这么多年》平均票价相同）为票价前 3，分别 48.7、41.3、40.9 元，《新猪猪侠大电影·超级赛车》平均票价最低，同为 32.6 元。

图表3：5月6日-5月12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: 5月6日-5月12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, 5月8日-5月12日期间, 电视剧热度指数排行榜中, 排名第1仍为《长月烬明》(全网热度74.37); 《云襄传》(全网热度72.95)本周排名为第2名;《平凡之路》(全网热度71.84)排名上升至第3名;《漫长的季节》《温暖的甜蜜的》《你给我的喜欢》(全网热度为70.56、68.54、67.78), 本周排名第4、第5名、第6名;新上映《护心》《外婆的新世界》(全网热度67.03、66.15)进入前十榜;《战火中的青春》(全网热度65.53)本周为第9名;《破事精英2》(全网热度64.77)本周排名第10;前十连续剧中, 腾讯视频独占30%, 优酷、爱奇艺各自独占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5: 本周(5.8-5.12)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 | 37 | 2023/4/6 | - | 74.37 | 优酷 |
| 云襄传 | 12 | 2023/5/1 | - | 72.95 | 腾讯视频、爱奇艺 |
| 平凡之路 | 10 | 2023/5/3 | - | 71.84 | 腾讯视频 |
| 漫长的季节 | 21 | 2023/4/22 | - | 70.56 | 腾讯视频 |
| 温暖的甜蜜的 | 10 | 2023/5/3 | - | 68.54 | 芒果TV、咪咕 |
| 你给我的喜欢 | 19 | 2023/4/24 | - | 67.78 | 优酷 |
| 护心 | 4 | 2023/5/9 | - | 67.03 | 腾讯视频 |
| 外婆的新世界 | 6 | 2023/5/7 | - | 66.15 | 爱奇艺 |
| 战火中的青春 | 20 | 2023/4/23 | - | 65.53 | 爱奇艺、优酷 |
| 破事精英2 | 14 | 2023/4/29 | - | 64.77 | 爱奇艺 |

来源: 骨朵数据, 国金证券研究所, 注: 数据截取时间为5月13日12:00

图表6: 上周(5.1-5.5)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 | 30 | 2023/4/6 | - | 78.73 | 优酷 |
| 漫长的季节 | 14 | 2023/4/22 | - | 76.63 | 腾讯视频 |
| 云襄传 | 5 | 2023/5/1 | - | 76.22 | 腾讯视频、爱奇艺 |
| 你给我的喜欢 | 12 | 2023/4/24 | - | 73.79 | 优酷 |
| 平凡之路 | 3 | 2023/5/3 | - | 73.02 | 腾讯视频 |
| 战火中的青春 | 13 | 2023/4/23 | - | 71.48 | 爱奇艺、优酷 |
| 温暖的甜蜜的 | 3 | 2023/5/3 | - | 70.97 | 芒果TV、咪咕 |
| 龙城 | 21 | 2023/4/15 | - | 70.81 | 爱奇艺 |

| 片名 | 上映天数(天) | 上线时间 | 单周播放量 | 全网热度 | 播放平台 |
|--------|---------|-----------|-------|-------|---------|
| 破事精英 2 | 7 | 2023/4/29 | - | 67.53 | 爱奇艺 |
| 薄冰 | 31 | 2023/4/5 | - | 66.99 | 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5月6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，5月8日-5月12日期间，综艺热度指数排行榜中，《乘风2023》(全网热度57.28)本周仍位于第1名；《声生不息·宝岛季》(全网热度53.71)上映58天，排名第2；《奔跑吧第7季》(全网热度53.43)本周第3名；《极限挑战第9季》、《萌探探案案第三季》(全网热度53.15、52.93)本周第4、5名；新上映《中国说唱巅峰对决2023》《来活了兄弟》《当燃青春》(全网热度51.41、10.23、49.89)位列第6、8、9名；《向往的生活第七季》(全网热度50.25)仍保持前十；前十综艺中，芒果TV独占比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)，爱奇艺独占30%，腾讯视频独占10%。

图表7：本周(5.8-5.12)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 |
|--------------|---------|-----------|-------|-------|-------------|
| 乘风2023 | 8 | 2023/5/5 | - | 57.28 | 芒果TV、咪咕 |
| 声生不息·宝岛季 | 58 | 2023/3/16 | - | 53.71 | 芒果TV、咪咕 |
| 奔跑吧第7季 | 29 | 2023/4/14 | - | 53.43 | 腾讯视频、爱奇艺、优酷 |
| 极限挑战第9季 | 27 | 2023/4/16 | - | 53.15 | 腾讯视频、爱奇艺、优酷 |
| 萌探探案案第三季 | 15 | 2023/4/28 | - | 52.93 | 爱奇艺 |
| 中国说唱巅峰对决2023 | 7 | 2023/5/6 | - | 51.41 | 爱奇艺 |
| 向往的生活第七季 | 15 | 2023/4/28 | - | 50.25 | 芒果TV |
| 来活了兄弟 | 4 | 2023/5/9 | - | 50.23 | 爱奇艺 |
| 当燃青春 | 9 | 2023/5/4 | - | 49.89 | 腾讯视频 |
| 女子推理社 | 25 | 2023/4/18 | - | 48.97 | 芒果TV |

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为5月13日12:00

图表8：上周(5.1-5.5)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 |
|----------|---------|-----------|-------|-------|----------------|
| 乘风2023 | 1 | 2023/5/5 | - | 59.72 | 芒果TV、咪咕 |
| 奔跑吧第7季 | 22 | 2023/4/14 | - | 56.73 | 腾讯视频、爱奇艺、优酷 |
| 向往的生活第七季 | 8 | 2023/4/28 | - | 56.64 | 芒果TV |
| 极限挑战第9季 | 20 | 2023/4/16 | - | 55.24 | 腾讯视频、爱奇艺、优酷 |
| 声生不息·宝岛季 | 51 | 2023/3/16 | - | 54.71 | 芒果TV、咪咕 |
| 萌探探案案第三季 | 8 | 2023/4/28 | - | 52.85 | 爱奇艺 |
| 女子推理社 | 18 | 2023/4/18 | - | 52.80 | 芒果TV |
| 哈哈哈哈哈第3季 | 71 | 2023/2/24 | - | 52.78 | 爱奇艺、腾讯视频 |
| 你好星期六 | 490 | 2022/1/1 | - | 52.62 | 芒果TV、咪咕 |
| 青春环游记第4季 | 28 | 2023/4/8 | - | 50.73 | 腾讯视频、爱奇艺、咪咕、优酷 |

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为5月6日12:00

四、重点公司估值表更新

5月8日-5月12日期间，重点公司(19家)中3家股价有所上涨。从细分赛道看，涨幅最大的是电商/即时零售类，跌幅最大的是游戏类。具体看个股，达达集团上周涨幅最大，为2.92%，跌幅最大的是三七互娱，为-18.22%。当前PE大部分位于(15, 40)的区间，腾讯、吉比特、分众传媒的PS值均高于5。

图表9: 重点公司估值表 (2023年5月12日)

| 细分行业 | 上市公司 | 证券代码 | 市值 (亿人民币) | 周涨幅 (%) | 估值 | | 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全年业绩发布情况 |
|---------|------|-----------|--------------|------------|-------|-------|---------------------|--------------|--------------------|-------------|--------------|
| | | | | | PS | PE | | | | | |
| 互联网平台 | 腾讯 | 0700.HK | 27890 | -4.26 | 5.07 | 14.93 | 5546 | -1.2% | 1882 | -16.3% | 已发布 |
| | 美团 | 3690.HK | 7292 | -2.80 | 3.34 | - | 2201 | 22.9% | -67 | -71.6% | 已发布 |
| | 快手 | 1024.HK | 1962 | -1.35 | 2.10 | - | 942 | 16.1% | -137 | -82.5% | 已发布 |
| 电商/即时零售 | 京东 | 9618.HK | 4081 | 2.84 | 0.38 | 20.53 | 10462 | 9.9% | 104 | -391.6% | 已发布 |
| | 拼多多 | PDD.O | 5845 | 0.41 | 4.49 | 18.58 | 1306 | 39.0% | 315 | 306.0% | 已发布 |
| | 达达集团 | DADA.O | 107 | 2.92 | 1.06 | - | 94 | 36.4% | -20 | -18.7% | 已发布 |
| | 叮咚买菜 | DDL.N | 54 | -17.00 | 0.23 | - | 242 | 20.4% | -8 | -88.0% | 已发布 |
| | 网易 | 9999.HK | 3877 | -2.79 | 4.05 | 19.21 | 965 | 10.1% | 203 | 20.6% | 已发布 |
| 游戏与软件 | 心动公司 | 2400.HK | 99 | -6.99 | 2.91 | - | 34 | 27.0% | -6 | -35.9% | 已发布 |
| | 三七互娱 | 002555.SZ | 632 | -18.22 | 3.93 | 21.29 | 164 | 1.2% | 30 | 2.7% | 已发布 |
| | 吉比特 | 603444.SH | 337 | -6.68 | 6.63 | 23.78 | 51 | 12.2% | 15 | -0.5% | 已发布 |
| | 完美世界 | 002624.SZ | 359 | -12.26 | 4.81 | 46.07 | 76 | -10.0% | 14 | 273.1% | 已发布 |
| | 宝通科技 | 300031.SZ | 98 | -10.70 | 2.91 | - | 32 | 17.8% | -4 | -198.3% | 已发布 |
| | 移卡 | 9923.HK | 84 | -2.07 | 2.48 | 55.00 | 34 | 11.8% | 2 | -63.4% | 已发布 |
| | 中手游 | 0302.HK | 54 | -9.02 | 1.99 | - | 27 | -31.0% | -2 | -133.5% | 已发布 |
| 传媒 | 哔哩哔哩 | 9626.HK | 535 | -6.62 | 2.46 | - | 219 | 13.0% | -75 | 10.4% | 已发布 |
| | 芒果超媒 | 300413.SZ | 620 | -7.07 | 4.54 | 33.27 | 136 | -11.2% | 18 | -13.7% | 已发布 |
| 广告 | 阅文集团 | 0772.HK | 297 | -7.29 | 3.92 | 49.28 | 76 | -11.9% | 6 | -67.1% | 已发布 |
| | 分众传媒 | 002027.SZ | 1008 | -3.72 | 11.13 | 35.97 | 92 | -37.3% | 28 | -54.0% | 已发布 |

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。

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 |