

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@gjq.com.cn

分析师：廖馨瑶（执业 S1130522060005）

liaoxinyao@gjq.com.cn

分析师：许孟婕（执业 S1130522080003）

xumengjie@gjq.com.cn

ChatGPT 推出 iOS App，互联网板块一季报密集发布

本周观点

- 2023 传媒互联网板块基本面整体向好，回调下投资价值凸显。1) 传媒：①内容端：影视、游戏等内容供给端明显向好，开年以来电影、电视剧、综艺内容密集上线，且不乏《狂飙》《漫长的季节》等爆款内容；游戏版号发放数量、节奏均向好，新游有望 H2 密集上线。从院线春节档表现、长线运营游戏 Q1 表现看，消费者为优质内容买单的意愿较强，供给全面改善将拉动内容消费。②疫后下，线下场景修复，广告主投放意愿、预算有望回升，有望推动广告营销板块回暖；2) 互联网：降本增效仍继续稳步推进，疫后消费逐步回暖，外部因素扰动不改行业整体向好趋势，5 月中下旬互联网进入 2023 一季报发布期，腾讯、百度等 Q1 业绩已呈现良好复苏态势。近期，传媒、互联网板块均有所回调，我们认为，2023 年外部因素扰动不改行业业绩向上态势，重视回调带来的机会。
- ChatGPT 推出 iOS APP，关注 AI+流量入口的机会及技术、应用端的持续迭代。继 ChatGPT Plugin 发布后，Bing 将支持插件，所有的 ChatGPT Plus 用户将获取浏览和插件功能，再到 5 月 18 日，OpenAI 宣布推出 ChatGPT iOS APP，AI 应用在持续迭代。其中，ChatGPT iOS App 可实现准确即时回答、提供量升定制建议等功能，5 月 20 日，ChatGPT 在 iOS 美区免费 App 排行榜上位列榜首，AI+流量入口的雏形日趋成熟。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 19 日，北京经济和信息化局联合市科委中关村管委会、市发改委共同启动“北京市通用人工智能产业创新伙伴计划”。该计划旨在搭建人工智能大模型的开放合作平台，建立协同合作机制，寻找利益契合点和最大公约数，推进合作伙伴协同联动，实现资源供给充裕、技术自主创新、应用落地见效、合作机制灵活的良性发展态势。
- 5 月 18 日凌晨，据财联社，美国的蒙大拿州政府宣布将全面封杀由中国科技公司“字节跳动”开发的 TikTok，违反者会被重罚。违者每天罚 1 万美元，换算成人民币约为 7 万元。
- 5 月 16 日，OpenAI 创始人兼 CEO Sam Altman 出席了美国国会召开的主题为“AI 监管：人工智能的规则”的听证会，听证会围绕版权侵害、虚假内容、影响选举、数据安全、大公司垄断、政府监管途径等议题展开。
- 5 月 16 日，Sensor Tower 公布 4 月中国手游产品出海情况。本期收入榜 TOP 3 的产品对比上月没有变化，仍为《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。米哈游《崩坏：星穹铁道》发布不到一周海外下载量即突破 1100 万，登顶 4 月出海手游下载榜。

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.....	4
二、行业政策及新闻动态.....	15
2.1 政策更新.....	15
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：近两周 AI 领域事件.....	3
图表 2：政策更新.....	15
图表 3：5 月 13 日-5 月 19 日行业投融资情况.....	18
图表 4：5 月 13 日-5 月 19 日电影票房及占比周度数据跟踪.....	19
图表 5：5 月 13 日-5 月 19 日周度电影平均票价及排片占比数据跟踪.....	19
图表 6：本周（5.15-5.19）连续剧热度指数排行榜.....	19
图表 7：上周（5.8-5.12）连续剧热度指数排行榜.....	20
图表 8：本周（5.15-5.19）综艺热度指数排行榜.....	20
图表 9：上周（5.8-5.12）综艺热度指数排行榜.....	20
图表 10：重点公司估值表（2023 年 5 月 19 日）.....	21

一、本周观点

1.1 行业观点

- 2023 传媒互联网板块基本面整体向好，回调下投资价值凸显。1) 传媒：①内容端：影视、游戏等内容供给端明显向好，开年以来电影、电视剧、综艺内容密集上线，且不乏《狂飙》《漫长的季节》等爆款、现象级内容；游戏版号发放常态化，审批数量、节奏均向好，新游有望 H2 密集上线。供给端数量、质量均明显向好，从院线春节档表现、长线运营游戏 Q1 表现看，消费者为优质内容买单的意愿较强，供给全面改善将拉动内容消费。②疫后下，线下场景修复，广告主投放意愿、预算有望回升，有望推动广告营销板块回暖；2) 互联网：降本增效仍继续稳步推进，疫后消费逐步回暖，外部因素扰动不改行业整体向好趋势，5 月中下旬互联网进入 2023 一季报发布期，腾讯、百度等 Q1 业绩已呈现良好复苏态势。近期，传媒、互联网板块均有所回调，我们认为，2023 年外部因素扰动不改行业基本面向好、业绩向上的态势，重视回调带来的机会。
- ChatGPT 推出 iOS APP，关注 AI+流量入口的机会及技术、应用端的持续迭代。继 ChatGPT Plugin 发布后，Bing 将支持插件，所有的 ChatGPT Plus 用户将获取浏览和插件功能，再到 5 月 18 日，OpenAI 宣布推出 ChatGPT iOS APP，AI 应用在持续迭代。其中，ChatGPT iOS App 可实现：1) 即时回答：无需筛选广告或浏览多个结果即可获得准确的信息；2) 量身定制的建议：寻求烹饪、旅行计划或精心制作信息方面的指导；3) 创作灵感：产生礼物的想法、提纲演示，或写一首完美的诗；4) 专业工具：通过想法反馈、笔记总结和技术主题协助提高生产力；5) 学习机会：探索新的语言、现代历史以及更多领域，满足个人需求。5 月 20 日，ChatGPT 在 iOS 美区免费 App 排行榜上位列榜首，AI+流量入口的雏形日趋成熟，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。

图表1：近两周 AI 领域事件

时间	相关公司/机构	事件
5 月 18 日	微软	OpenAI 正式发布 ChatGPT 的 iOS 版 App，ChatGPT iOS App 亮点包括：1) 即时回答：无需筛选广告或浏览多个结果即可获得准确的信息；2) 量身定制的建议：寻求烹饪、旅行计划或精心制作信息方面的指导；3) 创作灵感：产生礼物的想法、提纲演示，或写一首完美的诗；4) 专业工具：通过想法反馈、笔记总结和技术主题协助提高生产力；5) 学习机会：探索新的语言、现代历史以及更多领域，满足个人需求。
5 月 18 日	中科创达	举行 Thunder World2023 发布会，发布“魔方”（即 Rubik）大模型，包括 Rubik Device、Rubik Enterprise、Rubik Studio 以及 Rubik GeniusCanvas 等系列产品。发布会上，中科创达展示了在大模型领域的研发成果，包括 TurboX C7280、C6125A、C8550、C6490 模组，以及 5100 可穿戴开发板、RB1 机器人平台等产品。针对智能汽车领域，中科创达推出 Rubik GeniusCanvas（天才画布）等产品，可覆盖智能产品从底层软件开发到终端应用的整个生命周期。
5 月 17 日	百度	小度宣布将推出全新品牌“小度青禾”旗下首款“新物种”产品——小度青禾学习手机，并将于 5 月 22 日在京东全面预售。
5 月 17 日	—	2023 上海联通精品网络发布会在上海召开。会上，上海联通携手华山医院、上海超算中心和华为联合组建的上海市算力网络数字医疗创新实验室发布 Uni-talk 医疗算网大模型。
5 月 16 日	微软	ChatGPT 开发商 OpenAI 的 CEO 山姆·阿尔特曼 (Sam Altman) 参加了美国国会听证会。
5 月 15 日	焦点科技	旗下中国制造网召开 AI 麦可产品发布会，正式面向全球买卖双方推出外贸企业专属 AI 助手“麦可”，并现场展示了麦可在信息发布、营销推广和商机转化环节中的多项能力。
5 月 13 日	360	周鸿祎宣布 360 上线 AI 商店。一方面利用流量优势为研发 AI 垂直应用的创业公司提供展示窗口，一方面让普通用户使用 AI 工具更加便捷。
5 月 13 日	微软	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+。
5 月 12 日	政府	北京市科学技术委员会、中关村科技园区管理委员会印发《北京市促进通用人工智能创新发展的若干措施（2023-2025 年）》（征求意见稿），该征求意见稿是为抢抓大模型发展机遇，重视通用人工智能发展，充分发挥政府引导作用和创新平台催化作用，整合创新资源，加强要素配置，营造创新生态，重视风险防范，推动北京市通用人工智能领域实现创新引领提出的落实措施；公开征集意见时间为 2023 年 5 月 12 日至 5 月 19 日。

时间	相关公司/机构	事件
5月11日	软银	软银集团在最新财报发布会上，宣布进军生成式AI领域，打造日本版ChatGTP。
5月10日	后摩智能	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Int8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	谷歌	Google I/O 开发者大会召开，发布会现场，谷歌发布了第二代大语言模型AI语言模型PaLM 2，基于新训练模型升级而来的生成式AI Bard，以及集成了生成式AI能力的“试验版”谷歌搜索以及智能云等产品；并发布了A3虚拟机、Pixel 7a等应用G2芯片（转为AI设计）的新硬件。
5月9日	Meta	Meta宣布开源了一种可以将可以横跨6种不同模态的全新AI模型ImageBind，包括视觉（图像和视频形式）、温度（红外图像）、文本、音频、深度信息、运动读数（由惯性测量单元或IMU产生）。目前，相关源代码已托管至GitHub。
5月9日	微软	OpenAI发布了最新研究，其使用GPT-4自动进行大语言模型中神经元行为的解释，获得了很多有趣的结果。

来源：量子位，焦点科技公众号，财联社，北京市科技委员会官网等，国金证券研究所整理

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19日，游戏位于iOS模拟游戏免费榜第2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19日，位于韩国角色扮演畅销榜第37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19日，位于日本iOS策略类游戏免费榜第16名；卡牌RPG《名将の復讐》于3月30日在日本上架，截止5月19日，在卡牌游戏畅销榜中排名第19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 19 日，《问道手游》于 iOS 角色扮演畅销榜排名第 12 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 19 日位于 iOS 角色扮演畅销榜排名第 12 名；《一念逍遥》2023 年 5 月 19 日位于角色扮演游戏畅销榜第 11 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，上线首周均位于全部剧集热度榜 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，4 月全部综艺榜单中位于第 2 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；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；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，3 月全部剧集榜中位于第 47 名。

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领先市场地位。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 5 月 20 日，分众传媒发布公告，称其于 21 年 4 月 2 日公告的全资子公司上海分众鸿意信息技术有限公司出资 2 亿元人民币参与投资海南云锋基金中心，目前已完成最终交割。

② 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。

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。

① 5 月 19 日，公司发布公告，程社鑫先生申请辞去公司董事及其在董事会各专门委员会中的相关职务，刘源女士申请辞去公司董事、副总经理及其在董事会各专门委员会中的相关职务。

② 5 月 15 日，国联股份微信公众号发文，国联股份涂多多与全球规模最大的天然乳胶生产商泰国黄春发集团签订战略合作协议。

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。

①5 月 15 日，据南方都市报，公司与北京红棉小冰科技有限公司签订关于《直播电商人工智能技术/产品战略合作》的协议，双方将以资源互补为核心，就人工智能技术/产品的研发、推广、销售等事项在直播、短视频、直播电商、新零售等领域展开全面战略合作。

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：5 月 17 日，公司发布 23 年 Q1 业绩公告，Q1 营收 1499.9 亿元，同比+10.7%；NON-IFRS 归母净利润 325.38 亿元人民币，同比增长 27.4%。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%；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，1Q23 公司销售费用达到 70.2 亿元，同比-12.9%，销售费用率 4.68%，同比-1.27pct，环比+0.46pct。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，1Q23 公司研发费用达到 151.81 亿元，同比-1.31%，研发费用率 10.12%，同比-1.22pct，环比-0.87pct。

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。1Q23 公司游戏收入 483 亿元，同比+10.78%，其中国内收入 351 亿元，同比+6%，海外收入 132 亿元，同比+25%。疫情影响修复及新游戏增长稳健导致公司游戏海内外业务回暖，疫情修复下 23 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%，1Q23 公司广告收入 210 亿元，同比+17%，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%，1Q23 公司金融科技及企业服务达到 487 亿元，同比+14%。1) 金融科技：受疫情修复，23Q1 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 19 日，《冲呀！饼干人：王国》开启限号删档付费测试。5 月 18 日，卡牌 RPG 手游《七人传奇：光与暗之决战》开启 iOS 预订。5 月 15 日，SPARK 2023 腾讯游戏发布会在线上举行，发布会分“技术新探索”、“产品新体验”和“更多新价值”三大篇章发布了 40 余款产品及创新内容，其中腾讯首款体感健身产品《舞动激光》正式发布并开启预约，开放世界漫生活手游《创造吧！我们的星球》定档 6 月 15 日，MMO 手游《二之国：交错世界》首测共研测试定档 6 月初，次世代音乐换装社交手游《劲乐幻想》于 2023 年 5 月 18 日迎来终极测试，战棋消除手游《白夜极光》国服正式定档 6 月 13 日，卡牌策略 RPG《七人传奇：光与暗之决战》将于 5 月 30 日终测，即时多维战斗 RPG《白荆回廊》将于 5 月 24 日开启巡声测试，5V5 英雄战术射击网游《无畏契约》将于 6 月 8 日开启内测。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。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，《卧底警花》于5月12日上线，上线首日位于全部剧集榜第18名，首周位于第17名；《上国赋》于5月10日上线，上线次日位于全部剧集榜第39名，首周位于第44名；《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；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月总体为第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。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。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。

⑤科技及企业服务：据中证网，5月19日，东北证券与腾讯云签署战略合作协议。未来，双方将在金融新基建、全真互联和新型财富管理等领域开展深度合作。据证券时报，5月16日，腾讯云宣布对多款核心云产品降价，部分产品线最高降幅达40%，将在6月1日正式生效，其中，云服务器降幅最高将达40%，云网络降幅约为15%-18%，数据库降幅为25%。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。

⑥5月17日，在WGDC2023峰会上，腾讯地图产业版WeMap迎来重大升级，在专网版的基础上，进一步扩展了WeMap Online版形态，具有更轻量、更高效、更开放三大优势。

⑦5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。

⑧5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，公司将于5月22日发布2023一季报。

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18日，快手618购物节预售正式启动（预售期5月18日—5月31日，正式期6月1日—6月18日）。

②据证券市场红周刊，5月16日，快手理想家与西双版纳惠百家房地产经纪有限公司（以下简称“惠百家”）宣布建立合作关系，基于快手旗下房地产业务平台理想家，双方将共同培养专业房产主播新型经纪人，探索直播卖房、新房线上营销交易的新模式。

④5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；公司将于5月25日发布2023年一季报。

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：①据36氪，5月18日，美团最早将于5月22日在中国香港推出一款姐妹应用程序，名为KeeTa，将从旺角一带开始试点。

②5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。

③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。据游侠网，5月19日，网易旗下的Jackalope Games宣布更名为Jackalyptic Games，同时他们透露正在与Games Workshop联手，开发一部基于“战锤”IP的游戏。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CharacterBank3.5亿日元，该公司最新估值为1.05亿人民币。

②国内游戏：5月19日，开放世界武侠新作《燕云十六声》发布消息，将在下个月开启首测；5月19日，次世代冒险射击手游《代号56》发布实机演示视频，预计将于7月开启首次测试，已开启预约；5月19日，策略卡牌手游《九畿：岐风之旅》开启预约；5月18日，黑暗三国无双动作手游《三国诛将录》开启计费删档测试；5月12日，多种族魔幻卡牌RPG大作《突袭：暗影传说》开启预约；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；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。

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

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：据 2023 年 4 月广电总局重点网络影视剧上线备案通过之网络动画片目，《女神有点灵》《无脑魔女》《风灵玉秀》《怪兽小馆》《异空战歌》过审。截止 5 月 20 日，23 年共上线 51 部番剧，23 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 1.44 亿；《三体》12 月 10 日开播（全 15 话，已播出 13 话），截至 5 月 20 日，播放量 5.5 亿；②剧集：截止 5 月 20 日，目前上线剧集 3 部，《许你万家灯火》播放量 634.3 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 20 日，播放量 720.9 万；《拜托你啦！朋友》4 月 6 日上线，截止 5 月 20 日，播放量为 112 万；《追星星的人 第三季》于 3 月 11 日上线，截止 5 月 20 日，播放量 547.9 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 5 月 20 日播放量分别为 2.2 亿、3.4 亿、2.8 亿；④游戏：2023 年 5 月 22 日-6 月 7 日共有 10 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 17 日，哔哩哔哩（以下简称“B 站”）宣布启动“新世代音乐人计划·女生季”，此次计划分为唱将、唱作、唱跳三个赛道，不限创作风格，面向全体女性音乐人进行大规模征稿。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题材。

8) 阿里巴巴：5 月 18 日，公司发布 2023 财年 Q4（自然年为 23Q1）及全年业绩。公司 23Q4 收入 2082 亿元，同比+2%，其中，中国商务收入为 1360.73 亿元，同比-2.86%，非公认会计准则净利润 273.75 亿，同比+38%。2023 财年全年收入为 8688.87 亿元，同比+2%，非公认会计准则净利润 1413.79 亿，同比+4%。财报公布了云智能集团将从阿里巴巴集团分拆独立上市，菜鸟探索上市流程，盒马启动上市计划，阿里国际数字商业集团寻求外部融资。

①据阿里云，5 月 19 日，北京市经信局联合市科委中关村管委会、市发改委共同启动“北京市通用人工智能产业创新伙伴计划”。阿里云和通义大模型成为第一批算力伙伴和模型伙伴。

②据速途网，5 月 19 日，阿里云宣布与开发者数据平台公司 MongoDB 续签战略合作协议，双方致力于将 MongoDB 的最新产品成果与阿里云企业级服务相结合，携手深耕广袤的国内市场。

③5 月 15 日，阿里云称，因业务调整，达摩院自动驾驶业务转入菜鸟集团，部分人员转入菜鸟，同时将有其他部分人员进入阿里其他业务，伴随业务调整的人员优化确实存在。

④5 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。

⑤5 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。

9) 京东：蓄力调整收入短期承压，利润超预期。5 月 11 日公司披露 23Q1 业绩，营收 2430 亿元，同比增长 1.4%，略高于彭博一致预期；Non-GAAP 归母净利润 76 亿元，同比增长 88.27%，Non-GAAP 归母净利润率 3.12%（前值 1.68%），盈利能力显著提升。

①收入结构:23Q1 产品收入 1956 亿元,同比-4.33%,占收入比例 80.49%,其中家电增速-1.16%,日用百货增速-8.70%。增速下滑主要由于一季度消费呈弱修复态势以及公司对品类结构调整,商超品类受影响相对较大。服务收入 474 亿元,同比 34.49%,占收入比例 19.51%,其中平台及广告服务增速 7.84%,物流及其他服务增速 61.31%。服务收入高增速主要由于公司不断完善开发生态建设,一季度第三方商家数量创新高。

②经营效率:23Q1 年各项成本、费用表现均有优化,公司经营持续提效。毛利率 14.82%(前值 13.96%)。履约费用率 6.33%(前值 6.46%),销售费用率 3.29%(前值 3.63%),研发费用率 1.72%(前值 1.83%),管理费用率 1.03%(前值 1.03%)。

③百亿补贴:上线以来效果符合预期,用户活跃及复购均有所改善,活跃 POP 商家数量提升,对利润影响有限。

④组织调整:聚焦业务主航道,鼓励内部创新,聚焦可以长期创造价值的业务,新业务 23Q1 收入 34.50 亿元,同比-40.06%,亏损 1.57 亿元(前值 23.86 亿元)。打造敏捷扁平化组织,取消原事业群架构,变更为事业部,一线业务具有更大经营决策权,激发一线人员活力。原 CFO 许冉升任 CEO。

近况:①据中证网,5月16日,义乌中国小商品城集团与京东集团于北京京东总部正式签署战略合作协议。

②5月13日,京东健康新成立即时零售部和线下医疗业务部,将原数字健康业务部和政府事务部更名为企业业务部和公共事务与合规部。上述所有负责人均向 CEO 金恩林汇报。即时零售部是此次调整中的首位,旨在通过此举加强即时配送能力。

10) 百度:业务复苏超预期, AI 驱动长期增长。5月16日,公司披露 2023 年一季报, Q1 实现收入 311 亿元,同比增长 10%, Non-GAAP 归母净利润 57 亿元,同比增长 48%。

①百度核心:收入恢复力度超预期,经营利润率改善。宏观经济修复下,广告主需求回暖带动公司业绩提升,2023Q1 百度核心收入达到 230 亿元,同比增长 8%,其中在线营销收入达到 166 亿元,同比增长 6%,非在线营销收入达到 64 亿元,同比增长 11%;降本增效成果继续体现,2023Q1 百度核心经营利润率达到 23%,同比提升 6pct,环比提升 2pct。

②智能云:收入修复,实现 Non-GAAP 盈利,“文心一言”将融入公司所有业务。2023Q1,公司智能云收入达到 42 亿元,同比增长 8%,实现 Non-GAAP 盈利。公司计划将文心一言融入公司所有业务,我们认为大模型对公司的搜索引擎、智能云、智能驾驶业务均有赋能,目前公司搜索引擎中已加入“AI 对话”入口。公司的“文心一言”具备先发优势,自 3 月 16 日开始内测后已经完成 4 次大的技术升级,推理性能提升近 10 倍,3 月 27 日,公司推出企业级大模型服务平台“文心千帆”,可帮助企业客户开发自己的专属大模型,后续 AI 有望长期驱动公司业务发展。

③智能驾驶:规模持续扩大,萝卜快跑订单量高增长。2023Q1 萝卜快跑订单量达到 66 万,同比增长 236%,环比增长 18%。3 月 17 日萝卜快跑获准在北京开启全无人自动驾驶出行服务,3 月 22 日,公司获批上海首批无驾驶人智能网联汽车创新应用测试通知书,将在上海浦东新区开启全无人自动驾驶测试。

④爱奇艺:会员数创新高,盈利能力保持稳健。2023Q1 爱奇艺收入达到 83 亿元,同比增长 15%, Non-GAAP 净利润达到 9.4 亿元, Non-GAAP 净利率达到 11.25%,环比微降 0.02pct,《狂飙》等优质内容带动会员数提升,日均会员数达到 1.29 亿,同比增长 27%。

近况:①5月19日,百度 Apollo 与中国移动“5G+北斗+V2X”智能交通于北京召开创新计划发布会,正式启动双方在北斗创新应用领域的全面合作,打造面向十亿级用户的 5G+北斗高精度定位服务,并通过 5G+V2X 赋能聪明的车和智慧的路,推动自动驾驶和车路协同应用。

②5月18日,百度智能云在广州举行 2023 百度智能云合作伙伴大会,向在场的 300 家政企客户展示文心大模型在场景应用、生态建设领域的最新进展。据介绍,目前有 15 万企业申请文心一言内测,其中有超 300 家生态伙伴在 400 多个具体场景取得测试成效。大会现场,汉得信息、金蝶、软通动力等 28 家合作伙伴与百度智能云签约。

③5月18日,国家发改委、科技部等部门和天津市政府共同主办的第七届世界智能大会在天津开幕。百度 CEO 李彦宏在创新发展高峰会上表示,人工智能不会替代人类工作,而是会带来全球经济的下一个增长奇迹。每一次科技革命,都会让一部分工作消失,同时创造更多新的工作岗位。

④5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。

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%; 公司将于5月26日发布2023年一季度报。

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: 5月11日, 公司发布23年一季度报, Q1营收25.8亿元, 同比+27.2%, Non-GAAP净利率-7.1%, 同比+16.7pct; 京东到家23Q1(TTM)GMV为673亿元, 同比+37.1%。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GMV1752亿元, 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: 5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。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。

①据新京报, 5月19日, 叮咚买菜旗下自有品牌“良芯匠人”在西雅国际食品展上对外招募全渠道合作伙伴。据了解, 自今年以来, 叮咚买菜正积极从新零售渠道向美食公司角色转型。在保持自有渠道规模的同时, 不断拓展外部渠道。

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、人工智能发展予以支持。5月16日，上海市松江区洞泾镇人民政府发布关于《洞泾镇城市数字化转型2023年重点工作安排》的通知，指出要强化产业数字化转型推动力。立足洞泾人工智能特色小镇和洞泾人工智能国家火炬特色产业基地优势，依托中科教育和华科智谷研究院龙头牵引效应，增强洞泾人工智能企业招引力，加速构建人工智能产业生态圈。

图表2：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税成本，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

时间	政策/文件名称	主要内容
		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 and 习近平总书记关于教育的重要论述，按照教育部和省委省政府推进教育数字化转型的部署要求，坚持“应用为王、服务至上、简洁高效、安全运行”的基本原则，加快构建省—市（高校）—县—校四级信息化支撑保障体系、管理服务体系、数据治理体系和安全可信体系，强化数据生产要素作用，夯实教育数字化转型根基。
2023.03.14	《关于对〈游戏分发与推广基本要求〉团体标准征求意见的通知》	《征求意见稿》对“游戏分发与推广模型”，“游戏分发基本要求”，“游戏推广基本要求”等相关要求进行了罗列。其中，团体标准征求意见稿对网络游戏在分发前应取得游戏版号一事提出了相关要求，若《游戏分发与推广基本要求》落实，在国内应用商店和相关游戏平台上架的游戏，在获批版号之前将无法再使用预订、预购、抢先体验等方式进行产品预热。
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

时间	政策/文件名称	主要内容
		“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。
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任务是：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暂行办法（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。
2023.5.12	《北京市促进通用人工智能创新发展的若干措施（2023-2025年）》（征求意见稿）	《征求意见稿》为抢抓大模型发展机遇，重视通用人工智能发展，充分发挥政府引导作用和创新平台催化作用，整合创新资源，加强要素配置，营造创新生态，重视风险防范，推动北京市通用人工智能领域实现创新引领提出的落实措施；公开征集意见时间为2023年5月12日至5月19日。
2023.5.16	上海市《洞泾镇城市数字化转型2023年重点工作安排》	《安排》指出，要强化产业数字化转型推动力。立足洞泾人工智能特色小镇和洞泾人工智能国家火炬特色产业基地优势，依托中科教育和华科智谷研究院龙头牵引效应，增强洞泾人工智能企业吸引力，加速构建人工智能产业生态圈。

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

- 5月19日，OpenAI 官宣 ChatGPT 正式推出 iOS APP，目前仅限美区苹果用户使用，未来几周将会在更多地区上线，安卓版也正在安排。OpenAI ChatGPT 的界面非常整洁，只有“黑底白字”或“白底黑字”，用户可以通过键入文字，或语音输入，询问 GPT 日常生活、语句解释、个性化学习等领域的问题。
- 5月19日，北京市经济和信息化局联合市科委中关村管委会、市发展改革委共同启动“北京市通用人工智能产业创新伙伴计划”。“伙伴计划”旨在搭建人工智能大模型的开放合作平台，建立协同合作机制，寻找利益契合点和最大公约数，推进合作伙伴协同联动，实现资源供给充裕、技术自主创新、应用落地见效、合作机制灵活的良性发展态势。伙伴共分为五类：算力伙伴、数据伙伴、模型伙伴、应用伙伴和投资伙伴。根据自身业务类型，各类市场主体可承担一个或多个伙伴角色。
- 据量子位，5月19日，前哈工大教授开发了名叫“ChatALL”的应用，可以同时提问 17 个聊天模型，比如 ChatGPT、GPT4、Bing、Bard、Claude、文心一言、讯飞火星等。
- 据财联社，5月18日凌晨，美国的蒙大拿州政府宣布将全面封杀由中国科技公司“字节跳动”开发的 TikTok，违反者会被重罚。这也令蒙大拿州成为了全美第一个全面封杀 TikTok 的州。违者每天罚 1 万美元，换算成人民币约为 7 万元。
- 5月16日，OpenAI 创始人兼 CEO Sam Altman 出席了美国国会召开的主题为“AI 监管：人工智能的规则”的听证会，听证会围绕版权侵害、虚假内容、影响选举、数据安全、大公司垄断、政府监管途径等议题展开。
- 5月16日，金山办公于官微宣布 WPS AI 将大模型能力嵌入四大组件：表格、文字、演示、PDF，支持桌面电脑和

移动设备。

- 5月16日，抖音电商在广州举办第三届生态大会。抖音电商总裁魏雯雯表示，过去一年，抖音电商GMV同比增长80%，其中，货架场景GMV占比达30%。2023年，抖音电商将投入100亿现金以及多项扶持举措助力商家发展，过去一年，有252万商家、770万电商作者在抖音平台获得新收入。
- 5月16日，TikTokShop跨境电商官宣全托管模式上线，目前全托管模式已向沙特和英国市场招商，品类涵盖服饰、家居、户外、美妆、家电等。该模式支持本币（人民币或美金）快速结算，无汇率风险；平台统一运营，负责全链路物流进出口清关和履约，商家仅需提报商品和供货；无需提交平台佣金、保证金、流量费、入驻费，0海外物流仓储成本。
- 5月16日，Sensor Tower公布4月中国手游产品出海情况。本期收入榜TOP3的产品对比上月没有变化，仍为《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。米哈游《崩坏：星穹铁道》发布不到一周海外下载量即突破1100万，登顶4月出海手游下载榜。

2.3 行业投融资情况

据IT桔子统计，5月13日-5月19日期间，共发生4起行业投融资，文娱传媒行业3起，游戏行业1起。1) 文娱传媒行业: 林茨文化获得数百万人民币的天使轮融资,最新估值1500万人民币; AudiencePlus获得由 Emergence Capital Partners 领投的种子轮融资, 投资金额540万美元, 最新估值1.75亿人民币; 集宝影视获得开泰投资的A轮融资, 投资金额2000万人民币, 最新估值1亿人民币。2) 游戏行业: Triumph获得由 General Catalyst Partners 领投的A轮融资, 投资金额1020万美元, 最新估值3.31亿人民币。

图表3: 5月13日-5月19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)
2023/5/15	林茨文化	文娱传媒	天使轮	数百万人民币	未透露	1500万人民币
					[领投] Emergence Capital Partners	
2023/5/17	AudiencePlus	文娱传媒	种子轮	540万美元	Forum Ventures Worklife Ventures GTMfund	AudiencePlus
2023/5/19	集宝影视	文娱传媒	A轮	2000万人民币	开泰投资	1亿人民币
					[领投] General Catalyst Partners Box Group	
2023/5/19	Triumph	游戏	A轮	1020万美元	Heroic Ventures Strike Valhalla Ventures	3.31亿人民币

来源: IT桔子, 国金证券研究所

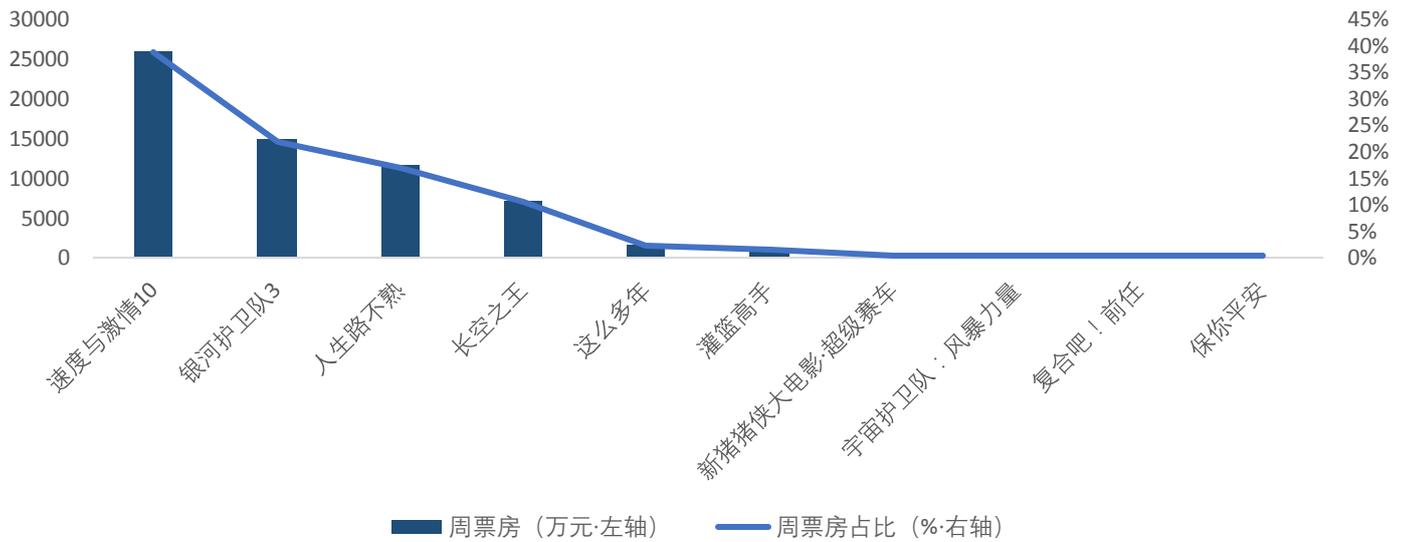
三、周度数据跟踪

3.1 电影: 电影票房周度数据跟踪

5月13日-5月19日, 单周总票房较上周(6.17亿元)上升至6.74亿元, 前十名总票房6.48亿元, 占比96.14%, 较上周(96.98%)有所下降。新上映《速度与激情10》(票房占比38.8%)第1, 《银河护卫队3》(票房占比22.1%)排名第二, 《人生路不熟》《长空之王》《这么多年》《灌篮高手》(票房占比分别为17.3%、10.7%、2.6%、1.7%)排名下降至第3、4、5、6名, 新上映《复合吧! 前任》(票房占比0.6%)进入前十榜, 排名第9名, 其余影片票房占比均未超过1%。前三票房合计占比78.4%。

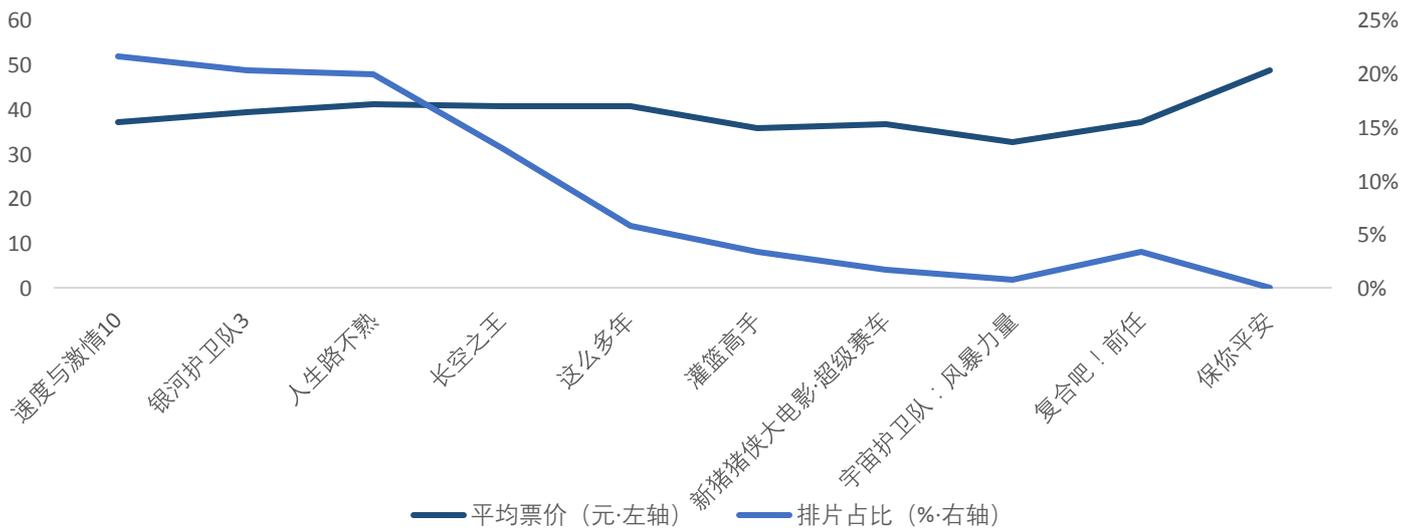
排片与票价方面, 《速度与激情10》排片占比21.7%, 《银河护卫队3》排片占比次之, 为20.4%, 《人生路不熟》为20%, 位列第3; 本周平均票价(38.9元)较上周(40.1元)有所下降, 本周《保你平安》《人生路不熟》《长空之王》为票价前3, 分别49.1、41.4、41.1元, 《宇宙护卫队: 风暴力量》平均票价最低, 同为32.9元。

图表4: 5月13日-5月19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5: 5月13日-5月19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15日-5月19日期间, 电视剧热度指数排行榜中, 《云襄传》(全网热度 78) 排名上升至第 1; 《护心》(全网热度 76.56) 本周排名上升至第 2 名; 《平凡之路》(全网热度 75.6) 排名仍为第 3 名; 《长月烬明》《温暖的甜蜜的》(全网热度 74.83、73.59) 本周排名第 4、5 名; 新上映《后浪》(全网热度为 72.27), 本周进入前十榜, 排名第 6 名; 《漫长的季节》《外婆的新世界》《战火中的青春》(全网热度 71.95、69.5、68) 排名分别是第 7、8、9 名; 《你给我的喜欢》(全网热度 66.81) 本周下降至第 10 名; 前十连续剧中, 腾讯视频、优酷分别独占 30%, 爱奇艺、芒果 TV 各自独占 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6: 本周 (5.15-5.19) 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
云襄传	19	2023/5/1	-	78.00	腾讯视频、爱奇艺
护心	11	2023/5/9	-	76.56	优酷
平凡之路	17	2023/5/3	-	75.60	腾讯视频
长月烬明	44	2023/4/6	-	74.83	优酷

片名	上映天数(天)	上线时间	单周播放量	全网热度	播放平台
温暖的甜蜜的	17	2023/5/3	-	73.59	芒果TV、咪咕
后浪	6	2023/5/14	-	72.27	优酷
漫长的季节	28	2023/4/22	-	71.95	腾讯视频
外婆的新世界	13	2023/5/7	-	69.50	爱奇艺
战火中的青春	27	2023/4/23	-	68.00	爱奇艺、优酷
你给我的喜欢	26	2023/4/24	-	66.81	腾讯视频

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为5月20日12:00

图表7：上周（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

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15日-5月19日期间，综艺热度指数排行榜中，《乘风2023》（全网热度59.53）本周仍位于第1名；《奔跑吧第7季》（全网热度59.4）上映36天，排名第2；《极限挑战第9季》（全网热度57.5）本周第3名；《萌探探案第三季》《声生不息·宝岛季》《哈哈哈哈哈第3季》（全网热度57、56.57、55.61）本周第4、5、6名；《来活了兄弟》《中国说唱巅峰对决2023》《当燃青春》（全网热度54.19、53.69、53.49）位列第7、8、9名；《青春环游记第4季》（全网热度52.47）排名第10；前十综艺中，爱奇艺独占30%，芒果TV独占20%（咪咕为芒果超媒第二大股东中移资本旗下平台，将芒果自制、二者同时播放的综艺归为芒果TV独占），腾讯视频独占10%。

图表8：本周（5.15-5.19）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	15	2023/5/5	-	59.53	芒果TV、咪咕
奔跑吧第7季	36	2023/4/14	-	59.40	腾讯视频、爱奇艺、优酷
极限挑战第9季	34	2023/4/16	-	57.50	腾讯视频、爱奇艺、优酷
萌探探案第三季	22	2023/4/28	-	57.00	爱奇艺
声生不息·宝岛季	65	2023/3/16	-	56.57	芒果TV、咪咕
哈哈哈哈哈第3季	85	2023/2/24	-	55.61	腾讯视频、爱奇艺
来活了兄弟	11	2023/5/9	-	54.19	爱奇艺
中国说唱巅峰对决2023	14	2023/5/6	-	53.69	爱奇艺
当燃青春	16	2023/5/4	-	53.49	腾讯视频
青春环游记第4季	42	2023/4/8	-	52.47	腾讯视频、爱奇艺、优酷、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20日12:00

图表9：上周（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

四、重点公司估值表更新

5月15日-5月19日期间，重点公司（19家）中4家股价有所上涨。从细分赛道看，不同赛道呈现不同程度的下跌，个股表现有所分化。具体看个股，宝通科技上周涨幅最大，为8.44%，跌幅最大的是芒果超媒，为-10.87%。当前PE大部分位于（15，40）的区间，传媒及互联网板块近期有所回调。5月下旬进入互联网板块23年一季报密集发布期，关注大厂业绩表现。

图表10：重点公司估值表（2023年5月19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	2023 Q1营业收入 (亿人民币)	2023 Q1营业收入 YOY	2023 Q1净利润 (亿人民币)	2023 Q1净利润 YOY	2023年一季报发布 情况
互联网平台	腾讯	0700.HK	28740	2.25	5.07	14.93	1500	10.7%	258	10.4%	已发布
	美团	3690.HK	7221	-2.43	3.34	-	-	-	-	-	2023-05-25
	快手	1024.HK	1952	-1.96	2.10	-	-	-	-	-	2023-05-22
电商/即时零售	京东	9618.HK	3925	-5.25	0.38	20.53	2430	1.4%	63	-309.3%	已发布
	拼多多	PDD.O	5658	-4.41	4.49	18.58	-	-	-	-	2023-05-26
	达达集团	DADA.O	101	-6.68	1.06	-	26	27.2%	-4	-42.0%	已发布
	叮咚买菜	DDL.N	51	-8.43	0.23	-	50	-8.2%	-1	-89.0%	已发布
	网易	9999.HK	4014	1.99	4.05	19.21	-	-	-	-	2023-05-24
游戏与软件	心动公司	2400.HK	95	-5.36	2.91	-	-	-	-	-	-
	三七互娱	002555.SZ	656	3.72	3.93	21.29	38	-7.9%	8	1.9%	已发布
	吉比特	603444.SH	334	-0.75	6.63	23.78	11	-7.0%	3	-12.3%	已发布
	完美世界	002624.SZ	357	-0.38	4.81	46.07	19	-10.5%	2	-71.3%	已发布
	宝通科技	300031.SZ	106	8.44	2.91	-	8	13.8%	1	21.0%	已发布
	移卡	9923.HK	84	-1.38	2.48	55.00	-	-	-	-	-
	中手游	0302.HK	53	-2.70	1.99	-	-	-	-	-	-
传媒	哔哩哔哩	9626.HK	527	-3.63	2.46	-	-	-	-	-	-
	芒果超媒	300413.SZ	552	-10.87	4.54	33.27	30	-2.1%	5	7.4%	已发布
广告	阅文集团	0772.HK	290	-3.78	3.92	49.28	-	-	-	-	-
	分众传媒	002027.SZ	963	-4.44	11.13	35.97	25	-12.4%	9	1.3%	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：深圳市福田区金田路 2028 号皇岗商务中心
紫竹国际大厦 7 楼		18 楼 1806