

# 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

## 暑期档票房历史新高，关注中报业绩及 AI 应用落地

### 本周观点

- 中报密集发布中，关注业绩兑现度及后续持续性。分众传媒、吉比特、腾讯控股、达达集团、哔哩哔哩、芒果超媒、横店影视等公司发布业绩，截至目前以广告和院线为代表的、具有疫后修复逻辑的板块，整体呈现较为明显的业绩修复态势，互联网、游戏板块业绩修复呈现一定分化，但降本增效、释放利润是互联网公司的重点之一。中报业绩持续落地中，建议关注游戏、院线兑现情况，游戏方面，今年版号常态化发放下，游戏产品供给改善明显，行业基本面向好；院线：暑期档排片优质，消费者观影需求恢复，暑期档票房已超 200 亿，创新高，暑期之后预计将进入淡季，国庆档目前排片较丰富，包括《前任 4》《坚如磐石》等，有望延续暑期档亮眼态势。
- 关注 AI 应用落地情况。我们坚定，AI 是重要的投资主线，各公司的 AI 应用在持续推进中，包括昆仑万维自研 AI 游戏《Club Koala》在科隆游戏展展出，字节 AI 产品豆包公测，腾讯表示公司有多个 AI 项目正在推进并将优先发展自有的基础模型，腾讯云发布面向广告平台、UGC 平台、SaaS 企业的商业类文创工具“腾讯云智能·文案创作”等，我们认为，监管逐步明晰下，Q3 起有望迎来应用落地的上线周期，推荐有望后续落地 AI 应用且对业绩有影响的公司。

### 投资逻辑

- 建议关注业绩落地情况、AI 应用的落地及 XR 内容、软硬件催化。个股方面，推荐关注主业经营稳健、积极推进 AI+教育落地的南方传媒，近期上线《全民江湖》、Q4 将上线《石器时代：觉醒》、全年业绩清晰度较高的恺英网络，预计自研重磅产品 Q4 陆续上线、回调后安全边际较高的吉比特，及自有影院较多、直接受益票房大盘修复的万达电影。

### 行业要闻

- 据猫眼专业版，23 年 6 月 1 日-8 月 25 日，暑期档票房累计 197.52 亿，超过 19 年暑期档总票房，其中《消失的她》35.23 亿，《孤注一掷》32.02 亿，《封神第一部》23.74 亿，《八角笼中》21.99 亿，《长安三万里》17.75 亿。
- 8 月 23 日，为期 5 天的科隆国际游戏展开幕，来自 63 个国家和地区的超 1220 家参展商注册参加，腾讯、网易、完美世界等 30 家中国企业参会。《原神》获最佳手游奖，《黑神话：悟空》获最佳视效奖、最佳史诗感奖，《光遇》获最佳影响力奖、最佳手游奖。
- 8 月 23 日，Sensortower 发布 23 年 7 月全球热门移动游戏下载量 TOP10，Garena《Free Fire》排名榜首，腾讯《PUBG Mobile》排名第五。腾讯射击手游《暗区突围》7 月中旬登陆海外市场，进入下载量增长榜第三。
- 8 月 23 日，昆仑万维自研 AI 游戏《Club Koala》在科隆游戏展展出，成为国内首款出海的 AI 游戏和全球首款 AI UGC 的游戏平台，《Club Koala》接入自主训练的 GPT 模型后，AI NPC 会记住与玩家的所有聊天内容、互动行为，并根据交互内容累积亲密度，持续塑造自身性格，从而影响交互行为等。
- 8 月 23 日，Unity 中国在上海发布会正式推出 Unity 中国版引擎团结引擎，以 Unity 2022 LTS 为研发基础，针对小游戏和智能汽车领域提供了更深度的技术赋能与效率提速，已兼容适配 PC、iOS、Android、微信小游戏、OpenHarmony、AliOS 等多平台。
- 8 月 21 日，在 AI 模型评测榜单 CMMLU 的“中文向”中，快手的自研大模型 KwaiYi-13B 的模型亮相并排名第一。

### 风险提示

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

## 内容目录

一、本周观点.....	3
1.1 行业观点.....	3
1.2 重点公司跟踪.....	3
二、行业政策及新闻动态.....	15
2.1 政策更新.....	15
2.2 行业新闻.....	18
2.3 行业投融资情况.....	19
三、周度数据跟踪.....	19
3.1 电影：电影票房周度数据跟踪.....	19
3.2 电视剧：连续剧热度指数排行榜周度跟踪.....	20
3.3 综艺：综艺热度指数排行榜周度跟踪.....	21
四、重点公司估值表更新.....	21
五、风险提示.....	22

## 图表目录

图表 1： 政策更新.....	15
图表 2： 8月19日-8月25日行业投融资情况.....	19
图表 3： 8月19日-8月25日电影票房及占比周度数据跟踪.....	19
图表 4： 8月19日-8月25日周度电影平均票价及排片占比数据跟踪.....	20
图表 5： 本周（8.21-8.25）连续剧热度指数排行榜.....	20
图表 6： 上周（8.14-8.18）连续剧热度指数排行榜.....	20
图表 7： 本周（8.21-8.25）综艺热度指数排行榜.....	21
图表 8： 上周（8.14-8.18）综艺热度指数排行榜.....	21
图表 9： 重点公司估值表（2023年8月25日）.....	22

## 一、本周观点

### 1.1 行业观点

- 中报密集发布中，关注业绩兑现度及后续持续性。分众传媒、吉比特、腾讯控股、达达集团、哔哩哔哩、芒果超媒、横店影视等公司发布业绩，截至目前以广告和院线为代表的、具有疫后修复逻辑的板块，整体呈现较为明显的业绩修复态势，互联网、游戏板块业绩修复呈现一定分化，但降本增效、释放利润是互联网公司的重点之一。中报业绩持续落地中，建议关注游戏、院线兑现情况，游戏方面，今年版号常态化发放下，游戏产品供给改善明显，行业基本面向好；院线方面，暑期档排片优质，消费者观影需求恢复，目前暑期档票房已超 200 亿，超过 19 年的峰值，暑期之后预计将进入淡季，国庆档目前排片较丰富，包括《前任 4》《坚如磐石》等，有望延续暑期档亮眼态势，推荐关注后续有望继续兑现业绩的恺英网络、吉比特、万达电影。
- 关注 AI 应用落地情况。我们坚定，AI 是重要的投资主线，各公司的 AI 应用在持续推进中，包括昆仑万维自研 AI 游戏《Club Koala》在科隆游戏展展出，字节 AI 产品豆包公测，腾讯表示公司有多个 AI 项目正在推进并将优先发展自有的基础模型，腾讯云发布面向广告平台、UGC 平台、SaaS 企业的商业类文创工具“腾讯云智能·文案创作”等，我们认为，监管逐步明晰下，Q3 起有望迎来应用落地的上线周期，推荐有望后续落地 AI 应用且对业绩有影响的公司，个股推荐关注主业稳健、积极推进 AI+教育落地的南方传媒。

### 1.2 重点公司跟踪

#### A 股：内容行业步入产品大年、业绩向上趋势强，关注逻辑性强、AI 关联度高、落地较快标的

1) 三七互娱：P&S 等长线游戏稳定，储备秉持精品化、多元化、全球化战略，关注 SLG 迭代产品加速出海业绩持续兑现及后续品类突破。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 年一季报，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%。

- 公司产品储备丰富，长线游戏基本盘稳定，关注《凡人修仙传》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，截至 7 月 29 日，游戏位于 iOS 模拟游戏畅销榜第 13 名，近 3 个月该游戏基本稳定于 iOS 模拟游戏畅销榜前 5 位，据 Sensor Tower，6 月《小小蚁国》中国手游海外收入排名从第 24 名上升至第 21 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》、《失落之门：序章》、《龙骑士学园》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》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，23 年 Q2 上线《最后的原始人》《凡人修仙传》等游戏，有望贡献增量。
- 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 6 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 Sensor Tower，2023 年 6 月，《Puzzles & Survival》海外收入依旧稳固，中国手游海外收入排名第 5 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。
- 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%。

近况：①8 月 16 日，三七互娱参投资北京云建信 B 轮融资，总融资金额为 1 亿，该公司为全生命周期 BIM 解决方案提供商，面向市政建设和国家生命线等基础设施工程，提供 BIM 产品、BIM 项目实施、BIM 咨询等服务。

②8 月 3 日，北京硅心科技有限公司新增三七乐心产投，该公司是一家 AI 虚拟编程机器人研发商，旗下开发有“aiXcoder 智能编程机器人”。

③8 月 2 日，三七互娱发布公告，截至 7 月 31 日，通过股票回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份约 943 万股，占公司目前总股本的 0.43%，最高成交价为 33.22 元/股，最低成交价为 16.53 元/股，成交总金额约为 2.23 亿元。

④7 月 28 日，三七互娱旗下多款功能游戏、数字虚拟人葱妹及元宇宙虚拟社区登上展台，展示企业游戏赋能成果，包



括以场景再现、强化训练形式做孤独症儿童社交训练的《星星生活乐园》，用互动答题、场景探索方式介绍中医药文化的《小神农寻百草》，用模拟操作介绍航天知识的《飞天：梦想启航》等。

⑤7月21日，《扶摇一梦》开启安卓删档内测；6月6日，SLG游戏《霸业》上线，七麦数据显示，截至8月26日排名位于卡牌类畅销榜第33名，排名上升7名；5月24日，修仙MMORPG手游《凡人修仙传：人界篇》正式上线，Sensor Tower显示该游戏位列6月中国App Store手游收入排行榜第12名，七麦数据显示，截至8月26日，其位于iOS RPG畅销榜98名，对比上线初期有下滑；6月21日，《龙骑士学园》版号获批；5月6日，史前风格MMO卡牌手游《最后的原始人》正式公测，据七麦数据，截至8月26日，iOS卡牌类游戏免费榜排名第57，排名上升4名；据七麦数据，卡牌RPG《名将の復讐》于3月30日在日本上架，截至8月26日，在卡牌游戏畅销榜中排名第27，较上周下降1名。

2) 吉比特: 2023年8月15日，公司发布23年半年报，H1营收23.5亿元/yoy-6.44%，归母净利6.76亿元/yoy-1.8%，扣非归母净利6.46亿/yoy-3.29%；其中Q2营收12.4亿/yoy-5.99%，归母净利3.69亿/yoy+9.1%，扣非归母净利3.65亿/yoy+9.1%。

■ 收入：主力产品同比有所下滑，《摩尔庄园》合作到期带来收入确认增量。1) 主力产品：《问道》端游H1收入同比微降，《问道手游》、《一念逍遥（大陆版）》H1收入同比减少，其中《问道手游》因Q2的7周年庆活动，而环比增加。2) 其他：《奥比岛》22年7月上线，今年H1同比贡献增量；公司与《摩尔庄园》研发商的合作23年5月到期，递延余额全部确认收入，23年6月底尚未摊销的充值及道具余额较22年底少0.765亿元，主要系该事件导致；境外收入1.19亿元，同比+5.99%。

■ 盈利：主力产品利润下滑，投资净收益增长及费率降低拉升净利率。1) 《问道》端游、《问道手游》《一念逍遥（大陆版）》因收入下滑，利润均有所降低；《奥比岛》同比贡献利润增量。2) 1H23毛利率同比-1.9pct至88.5%，Q2毛利率同比-0.5pct至88.75%，预计主要由于游戏收入结构变化；1H23销售、管理、研发费用均同比降低，尤其Q2，主要系根据经营业绩预提的奖金同比减少及主动收缩营销推广费用，H1前述三项费率同比+0.7/+0.15/+0.66pct，Q2同比-3.6/-0.14/-0.03pct；1H23汇兑损益0.69亿元，投资产生的财务收益同比增加0.83亿元，贡献利润增量。综合而言，1H23归母净利率同比+2.45pct至38.05%，2Q23归母净利率同比+8.2pct至42.6%。

■ 产品储备丰富，静待新游上线。1) 23年8月公司代理的《飞吧龙骑士》上线，七麦数据显示上线首日位于iOS休闲游戏畅销榜前10，当前约第3名；2) 储备：主要包括9款自研，6款代理，2H23拟上线自研的《勇者与装备（代号BUG）》《不朽家族（代号M66）》，及代理的《新庄园时代》（8月24日）《皮卡堂之梦想起源》，《重装前哨》《超喵星计划》《M88》拟24年上线，并首次披露《M72（代号）》《M11（代号）》。

近况：①8月16日，吉比特发布高额分红预告，在2023年半年度利润分配方案公告中拟向全体股东每10股派发现金红利70.00元（含税），合计拟派发现金红利5.04亿元。

②8月24日，模拟经营游戏《新庄园时代》正式公测，据七麦数据，上线首日在iOS模拟类免费游戏中排名第4名；8月22日，放置游戏《勇者与装备》首发登录微信小程序平台；8月11日，飞龙射击休闲手游《飞吧龙骑士》公测上线，预下载开放后，立刻登上App Store免费榜TOP1，据七麦数据，截至8月19日，位于休闲类免费榜第6名；7月24日，《骑士冲呀》《最强城堡》版号获批；《这个地下城有点怪》5月30日上线，截至8月26日，iOS休闲类畅销游戏中排名第32，上升6名；6月21日，旗下雷霆游戏《神州千食舫》获批版号；5月22日，《勇者与装备》（《代号：BUG》）获批版号，获批速度超预期；4月20日，放置经营类游戏《不朽家族》（《代号：M66》）获得4月游戏版号；据七麦数据，截至8月26日，长线游戏《问道手游》位于iOS角色扮演畅销榜排名第19名，较上周上升3名；《一念逍遥》位于角色扮演游戏畅销榜第27名，较上周上升6名；《一念逍遥》已推出微信小程序版本。

3) 完美世界: IP矩阵丰富，积极打造新IP拓宽用户群体；23年Q2业绩低于预期，下半年多款产品开测。7月12日，公司发布2023年中报业绩预告，预计2023年上半年归母净利3.6-4.0亿元，同比下降68.35%-64.83%，扣非归母净利2.8-3.2亿元，同比下降58.24%-52.28%。

■ 游戏：《天龙2》收入确认递延+老游戏步入成熟期，Q2净利润环比有所下滑。公司预计Q1游戏业务扣非归母净利1.32-1.72亿元，同比下降55.68%-42.25%，环比下降52.52-38.13%，同环比下滑主要由于《幻塔》21年12月国内公测，22年上半年处于业绩贡献高位，现已进入成熟期，业绩贡献同比下滑，其他老游戏也受生命周期影响自然下滑，加之4月中旬上线的《天龙2》Q2收入确认延后，但初期的集中推广费用当期确认，预计利润释放更多延至Q3。

■ 影视及其他：精品影视剧持续上线，预计Q2环比改善。公司预计2Q23影视及其他业务扣非归母-0.56亿元，较Q1的-0.74改善，继Q1公司出品的《星落凝成糖》等剧集播出后，Q2《云襄传》《护心》《温暖的甜蜜的》等剧集上线，该三部剧集均5月上线，骨朵数据显示分别位于23年5月全部剧集全网热度排行榜的第1、2、7位，推动影视业务环比改善。公司储备的《许你岁月静好》《特工任务》《危险的她2》等多部剧集在制作、发行、排播过程中，预计影视业务保持向好趋势。

■ 《天龙八部2》利润贡献预计延至Q3，关注下半年多款产品开测，逐步开启产品周期。公司储备中的《一拳超人：世界》《百万亚瑟王》《女神异闻录：夜幕魅影》及端游产品《Perfect New World》已陆续对外测试，《神魔大陆

2)《诛仙 2》《代号：新世界》等游戏正在积极推进中，预计下半年多款游戏将开启测试，并逐步上线，进而推动业绩逐步改善。

- AIGC：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。完美世界在其投资者互动平台上宣布，公司正积极探索元宇宙的前景，并将现有优势与未来技术相结合，将元宇宙概念应用于其目前的游戏研发中。这一举措将使完美世界成为引领元宇宙浪潮的先锋，为玩家带来无限可能。

近况：①《女神异闻录：夜幕魅影》8 月 18 日开始二测“觉醒测试”；7 月 28 日-31 日，完美世界在 ChinaJoy 上展示了《女神异闻录：夜幕魅影》《一拳超人：世界》《乖离性百万亚瑟王：环》《魔》等游戏。

②7 月 7 日，完美世界在互动平台表示，目前公司内部已成立 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；各业务团队基于相应产品需求，积极借助 AI 技术，丰富研发创意，提升研发效率。

③《天龙八部 2》4 月 14 日开启公测，据 Sensor Tower，完美世界位列中国手游发行商 23 年 6 月全球收入排行榜第 26 名。七麦数据显示，截至 8 月 26 日，该游戏位于 iOS 动作游戏畅销榜第 29 名，较上周下降 17 名。

4) 宝通科技：公司 8 月 26 日发布半年度业绩报告，23 年上半年营业收入约 15.45 亿元，同比+1.29%；归母净利润约 1.22 亿元，同比+140.67%；扣非归母净利润约 1.14 亿元，同比+137.85%。

- 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。23 年上半年营收 6.2 亿元，同比-22.77%，净利润扭亏为盈。工业互联网表现稳健，23 年上半年该业务营收 9.3 亿元，同比增长 27.85%，深化布局保障未来发展。

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%。公司已储备《地牢猎手》、《FOG》、《TAG》等自研、定制产品，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。截至目前，决定与思普软件结为信息化战略合作伙伴，引进 SIPM/PLM 系统作为其研发管理平台，全面推进企业的信息化管理建设。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《D3》已于韩国和中国港澳台地区上线。

- 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。截止目前，公司已使用基于 ChatGPT 的翻译系统翻译了约百万字的本地化文案，既降低了成本也提升了效率，同时也利用 ChatGPT 为游戏创作富有特色的公告、广告语的文案。

近况：①6 月 16 日，宝通科技在投资者互动平台表示，公司代理发行《白荆回廊》韩国地区版本，目前暂无代理国服《魔兽世界》的计划；七麦数据显示 5 月底上线的《重返未来：1999》，截至 8 月 26 日，位于 iOS 卡牌类游戏免费榜第 24，较上周下降 3 名，公司有该游戏部分海外发行权；

②6 月 2 日，据公司公告，公司积极进行海外布局，拟投资设立泰国子公司，经营范围为高性能数字化输送带的生产制造、销售及售后服务。此次对外投资计划投资金额不超过 6.3 亿元（或等值泰铢）。新成立的子公司名为 Boton Conveyor Belt (Thailand) Company Limited (暂定名)。

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。8 月 17 日公布 2023 年半年报，H1 实现营收 66.89 亿元，同比-0.37%；归母净利润 12.51 亿元，同比+5.04%。互联网视频业务营收 51.40 亿元，同比-1.65%，其中广告营收 17.90 亿元，同比-17.23%；会员业务收入 19.61 亿元，同比+5.54%；运营商业收入 13.89 亿元，同比+15.18%；新媒体互动娱乐内容制作营收 2.83 亿元，同比-降 42.11%；内容电商营收 12.48 亿元，同比-4.18%；23 年 Q1 营收 30.56 亿元，同比-2.16%，降幅收窄；归母净利润 5.45 亿元，同比+7.39%；扣非归母净利润 5.19 亿元，同比+9.55%。

- 长期：公司系列化+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》等，剧集方面有《以爱为营》、《大宋少年志 2》等剧集待播。

- 2023 年，公司将以 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。公司技术团队已自研开发 AIGC 相关技术，可围绕芒果内容 IP 生成短视频内容，有效降低平台运营宣传与获客成本；还将积极探索 AI 技术在提升广告、会员等业务运营效率方面的应用。

近况：综 N 代保持高热度，爆款打造能力较高，剧集表现向好，IP 多渠道变现。

1) 综 N 代：据骨朵数据，《披荆斩棘第三季》8 月 25 日上线，上线首日位于全平台综艺热榜第 1 名；《全员加速中 2023》6 月 10 日上线，截至 8 月 25 日，位于全部综艺榜第 7 名；《中餐厅 第七季》7 月 21 日上线，截至 8 月 25 日，位于全部综艺榜第 14 名；《密室大逃脱第五季》6 月 7 日上线，上线首日位于全平台综艺热榜第 2 名，截至 8 月 25 日，位于全部综艺榜第 9 名；《爸爸当家 第二季》5 月 8 日上线，上线当日位于全部综艺榜第 14 名，截至 8 月 25 日，位于全部综艺榜第 36 名；《乘风 2023》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，7 月位于全部综艺榜第 4 名；6 月 6 日《遇见闪亮的自己 第二季》上线；《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 7 月全部综艺榜第 15 名。

2) 新综：据骨朵数据，4 月 27 日上线的《青年 π 计划》，上线首日位于全部综艺第 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 7 月综艺排名中位于第 22 名。

3) 剧集：据骨朵数据，《装腔启示录》于 8 月 18 日上线，截至 8 月 25 日，位于全部剧集第 8 名；《冰雪尖刀连》于 8 月 11 日上线，截至 8 月 25 日，位于全部剧集第 13 名；《白日梦我》于 8 月 12 日上线，截至 8 月 25 日，位于全部剧集第 12 名；《大宋少年志 2》于 7 月 29 日上线，截至 8 月 25 日，位于全部剧集第 14 名；《我的人间烟火》于 7 月 5 日上线，截至 8 月 25 日，位于全部剧集榜第 23 名；《夏日奇妙书》于 6 月 11 日上线，上线首月位于全部剧集第 26 名；《请成为我的家人》于 5 月 25 日上线，上线首日位于全部剧集第 25；5 月 31 日上线《白色城堡》，上线首日位于全部剧集第 12 名；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《无眠之境》，上线首日位于全部剧集第 8 名，首周位于第 3 名，在 5 月总榜中位于第 31 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，5 月全部剧集榜中位于第 49 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，5 月全部剧集榜中位于第 29 名。

4) 其他：①8 月 4 日，芒果 TV 与淘宝天猫正式达成合作，在 88VIP 中新增芒果 TV 会员年卡权益。用户开通 88VIP 后，可以在芒果 TV 和优酷中二选其一。据悉，这是淘宝天猫独立运营后，88VIP 首次与阿里生态以外的平台进行权益合作。

③7 月 25 日，公司发布公告称，拟以自有资金现金收购公司控股股东芒果传媒持有的湖南金鹰卡通传媒有限公司 100% 股权，交易价格为 8.35 亿元；7 月 11 日，芒果超媒在投资者互动平台表示，公司更多游戏项目正在申报中；7 月 10 日，据中国证券网报道，芒果超媒针对混合现实（MR）技术发展积极展开了技术预研，目前已储备有多项 MR 相关音视频技术；6 月 19 日，芒果超媒在互动平台表示，公司虚拟主持人“YAORYAO”、智能引导虚拟人“甄诚”等已在多个场景中得到运用；近期上线的《全员加速中 2023》通过运用 AR、AI 等技术，让嘉宾化身数字人形象参与节目任务挑战，有效提高了内容的看点和玩点；未来，公司将依托自身独特内容禀赋，不断探索虚拟人技术应用的新可能；6 月 6 日芒果超媒综艺改编游戏《向往的生活》上线，据七麦数据，当前位于 iOS 模拟游戏免费榜第 70 名。

6) 分众传媒：2023 年 8 月 9 日，公司发布 23 年中报，23 年 H1 营收 55.2 亿元/yoy+13.7%，归母净利 22.3 亿元/yoy+59.0%；2Q23 收入 29.4 亿/yoy+53.8%，归母净利 12.9 亿/yoy+171.8%。

■ 收入：Q2 显著修复，主要系消费品投放恢复。1) Q2 收入环比+14.3%，同比增速较 Q1 提高 66.2pct；H1 日用消费品行业收入 33.4 亿元，同比+29.7%，预计主要由于消费复苏及年中大促的推动；交通、娱乐及休闲行业也拉动了收入增长，H1 收入同比增速分别为 47.2%、22.8%。2) 分投放渠道看，梯媒明显修复，H1 收入同比+15.2%至 51.3 亿元，影院媒体投放放在恢复中，降幅较 22 年收窄 50.4pct 至 3.8%，主要由于交通行业收入接近 2 倍的同比增速（yoy+182.7%）拉动。

■ 盈利：高经营杠杆+降本增效，盈利增幅远大于收入。H1 归母净利润增速显著高于收入，归母净利率同比+10.9pct 至 40.35%，Q2 提升 17.8pct 至 43.5%，主要由于公司营业成本中 70%左右为媒体租赁成本，较刚性，经营杠杆高，收入体量扩大后，能撬动更多利润，H1 毛利率同比提升 4.98pct 至 63.9%，Q2 毛利率提升 13.6pct 至 65.8%，加之降本增效效果显著，H1、Q2 管理费率同比降低 2.15、3.02pct。

■ 全年复苏可期，关注消费及汽车行业投放、海外扩张。1) 上半年广告市场投放呈现修复态势，CTR 数据显示今年上半年广告市场同比+4.8%，电梯 LCD 和海报均同比上涨两位数，广告行业顺周期，广告主投放意愿有望随消费进一步复苏；2) 消费基本盘和交通行业投放显著复苏中，预计下半年随消费修复，及电商节、车型发布等重要投放节点，这两个行业将进一步贡献增量；3) 国内点位扩张稳步推进中，且重点在高线城市，海外扩张速度快于国内，一线、二线、三线及以下城市，23 年 7 月底自营电梯电视媒体媒体量较 22 年底同比+8.7%/9.1%/3.8%，同期境外自营电梯电视媒体量提升 12.1%。

近况：①8 月 21 日，啤酒公司劳德巴赫、高端生态家清品牌蔬果园携手分众传媒开启战略合作；8 月 14 日，可靠股份与分众传媒发布可靠股份与分众传媒 2023 年度全球战略合作内容，分众传媒创始人江南春表示与可靠股份的合作将全方位加深分众传媒在大健康领域的探索。

②8月11日，分众传媒在业绩交流会中提到，自2023年7月起，公司的电梯电视媒体网络、电梯海报及电梯智能屏三种媒体的刊例价已恢复常规性价格上调，在宏观环境无重大变化的前提下公司预计明年1月仍将继续维持。

③7月25日，分众传媒选送的“洽洽分众投放案”“国缘分众投放案”“‘猫人25年专研科技内衣’整合投放案”三则案例获得评审组高度评价，分别荣获2023ADMEN国际大奖实战金案创意传播类、整合营销类、品牌年轻化类年度大奖。

④7月11日，分众传媒在互动平台回答投资者提问时表示，目前公司的营销垂类大模型已经部署完成，正在持续的微调和迭代。

⑤CTR数据显示，今年上半年广告市场同比上涨4.8%。电梯LCD和电梯海报同比均上涨两位数；影院视频、火车/高铁站、机场和地铁广告花费同比变化均由负转正。电视、街道设施的广告同比跌幅较去年同期分别收窄12个百分点和34个百分点。广播广告跌幅有所扩大。从分月的表现来看，广告市场自3月恢复正增长，4、5月同比持续增长两位数，6月份花费增幅回落个位数，同比增长8.9%；月度花费环比减少3.5%，整体市场仍处于波动的调整期。

7) 遥望科技：公司聚焦移动互联网营销，利润逐渐释放。直播电商GMV同比增长60%，旗下头部主播GMV数据稳定。积极拓展新营销手段，上线孔襄虚拟数字人形象，并设立遥望创新研究院，对虚拟数字人、AI等领域加强研究。7月14日，公司发布2023年半年度业绩预告，预计23年上半年归母净亏损1.8-2.2亿元，去年同期盈利1.11亿元，扣非归母净亏损1.94-2.34亿元，去年同期盈利1.03亿元。其中，23年H1 GMV约60亿，Q2约34亿，环比+33%，同比+11%，由于服饰供应链平台投入(3000-4000万元)、股权激励摊销(3341元)、存货跌价计提(2500万元)、及本地生活较低的毛利率，导致上半年亏损。

■ 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。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%。

■ 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；并计划与业内顶级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。

近况：①8月15日，“遥望天门直播运营基地”在湖北省天门市签约，天门市市委书记、副市长等出席，该项目是遥望科技第二个产业带基地项目。

②8月8日，遥望科技在投资者互动平台表示，X27商城计划亚运会前后正式开业，前期曾举办了面向主播的订货会。

③7月26日，遥望科技在投资者互动平台表示，公司已招募专业优质团队就遥望云AIOS的功能扩展升级进行研发，属于大模型中间件及应用。

④7月26日，遥望科技在投资者互动平台表示，公司X27主题商城项目正有序推进中，预计将于亚运会前后开业。此外，公司已招募专业优质团队就遥望云AIOS的功能扩展升级进行研发，属于大模型中间件及应用。

**港股：互联网公司23年Q2业绩持续落地中，降本增效效果显现，虽估值受多因素扰动，基本面向好态势不变**

1) 腾讯控股：2023年8月16日，公司披露2023第二季度业绩公告，Q2实现营收1492亿元，同比增长11%，NON-IFRS归母净利润375亿元，同比增长33%。

■ 利润超预期，降本增效成果进一步体现。2023Q2公司经营效率进一步提升，毛利率达到47.48%，同比+4.3pct，环比+2.02pct；销售费用83亿元，同比+4.77%，销售费用率5.57%，同比-0.35pct，环比+0.89pct；研发费用达到160亿元，同比+6.66%，研发费用率10.73%，同比-0.47pct，环比+0.61pct；管理费用(不包含研发费用)达到94亿元，同比下降16%，管理费用率6.31%，同比-2.07pct，环比持平。

■ 游戏：季节性因素叠加头部游戏商业化内容减少致游戏收入有所承压，预计国内游戏将于Q3恢复增长。2023Q2公司游戏收入445亿元，同比增长5%，其中国内收入318亿元，同比持平，海外收入127亿元，同比增长19%。2023Q2公司国内核心游戏表现稳定，但受商业化内容减少流水有所承压，2023Q3公司已国内推出《无畏契约》《命运方舟》等游戏，有望为Q3带来新增流水。

■ 广告：广告强劲复苏，视频号广告收入超过30亿，后续广告加载率有望提升带动广告收入增长。2023Q2公司广告收入250亿元，同比增长34%。“618”带动下广告需求有所回暖，视频号广告需求增长强劲，2023Q2视频号广告单季收入超过30亿元，目前视频号广告加载率仍在较低水平，后续提升有望带动其广告收入增长。

■ 金融科技及企业服务：消费回暖商业支付回暖，企业服务收入改善。2023Q2公司金融科技及企业服务收入达到486



亿元，同比增长 15%。1) 金融科技: 收入实现双位数增长，消费回暖带动商业支付增长，理财通资产保有量增加带动金融科技业务增长; 2) 企业服务: 收入实现低双位数增长，视频号直播带货带来的收入增量，云服务微增长。

近况: ① 社交基本盘: 7月28日，腾讯最近发布了 Windows QQ 9.9.1 和 Mac QQ 6.9.18 的新版本更新。新版的 Windows QQ 基于 NT 架构，打造了全新的交互界面，UI 设计在三端保持一致。消息界面采用了三栏式设计，整体风格更加清爽简约，方便用户查看所需信息。7月28日消息，微信 iOS 平台 8.0.40 正式版更新，登录界面已将“帐号”全面替换为“账号”; 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: 8月24日，腾讯旗下国际游戏业务品牌 Level Infinite 携《刺客信条: Jade》《暗区突围国际版》《重生边缘》《三角洲行动》《寻路者》等十五款产品重磅亮相科隆游戏展。8月22日，TPC 授权，腾讯天美开发的 Moba 游戏《宝可梦大集结》开始首次测试。8月3日，腾讯游戏发行的二次元竞技射击游戏《卡拉彼丘》在 WeGame 正式不删档上线，这是一款以二次元 X 团队战术竞技射击关键词的游戏，自首曝以来就持续受到二次元和射击玩家的关注与热议。7月27日，手游《末刀》正式上线，据七麦数据，截至 8月26日位于 iOS 动作类游戏免费榜第 45 名，较上周下降 11 名; 7月21日，腾讯游戏发行《宝石大乱斗》安卓限号删档封闭测试; 7月13日，总部位于利物浦的独立游戏工作室 Lucid Games 宣布加入腾讯光子工作室群，该工作室称，在获得光子工作室群全球网络和技术能力支持的同时，将继续在游戏开发和工作室运营方面保持完全的独立性; 7月12日，由拳头游戏出品、腾讯代理的 5V5 英雄战术射击游戏——《无畏契约》(VALORANT) 正式上线; 7月13日，由腾讯魔方工作室群开发的第一人称射击类手游《暗区突围》正式公测，据七麦数据，截至 8月26日该游戏位于 iOS 动作游戏畅销榜第 16 名，较上周下降 6 名; 6月21日，王者荣耀 IP 游戏《星之破晓》获批版号; 6月13日，战棋消除手游《白夜极光》国服上线，据七麦数据，截至 8月26日位于 iOS 卡牌类游戏畅销榜第 21 名，较上周上升 26 名。据 Sensor Tower，7 月中国手游发行商收入排行中腾讯位居第 1 名; 7 月《王者荣耀》、《和平精英》分列中国 APP Store 手游收入榜第 1、3; 6 月《王者荣耀》吸金 2.13 亿美元，已从去年 2 月开始蝉联全球手游收入榜冠军; 《PUBG Mobile》(合并《和平精英》收入) 吸金 1.22 亿美元位列全球热门移动游戏收入排行第 3。

③ 剧集综艺: 《舞台 2023》、《现在就出发》分别于 7 月 29 日和 7 月 30 日上线，截至 8 月 25 日，全平台位列第 3、2 位; 《潜行者》、《长相思第一季》分别于 7 月 27 日和 7 月 24 日上线，截至 8 月 25 日，全平台分别位列第 15 名、第 1 名; 7 月 10 日，《曾少年》上线，截至 8 月 25 日，全平台排名第 17 名; 7 月 9 日，《消失的十一层》上线，截至 8 月 5 日，全平台排名第 31 名; 7 月 2 日，《玉骨遥》上线，截至 8 月 25 日，全平台排名第 11 名; 6 月 29 日，《暮色心约》上线，截至 8 月 25 日，全平台排名第 38 名; 6 月 21 日，《雪鹰领主》上线，截至 8 月 25 日，全平台排名第 46 名; 7 月 25 日，综艺《心动的信号 第六季》上线，截至 8 月 25 日，全平台位列第 4 名; 7 月 8 日，综艺《战至巅峰第二季》上线，截至 8 月 25 日，全平台排名第 12 名; 6 月 21 日，综艺《少年行》上线，截至 8 月 25 日，全平台排 27 名，下降 12 名; 6 月 19 日，2023 腾讯视频“共创·向上”影视年度发布在上海举办，除了发布一系列的片单，腾讯视频还宣布“绑定”张艺谋首部网剧《英雄联盟电竞剧》; 6 月 13 日综艺《朋友请吃饭》上线; 6 月 2 日《照亮你》上线; 6 月 1 日《梦中的那片海》上线，上线首日位居第 5; 5 月 29 日《公诉》上线，上线首周位于全平台第 2。

④ 科技及企业服务: 8 月 18 日，腾讯课堂教培通宣布将于 9 月 20 日起不再提供服务，其中发课、排课、创建直播任务及交易功能暂停，课程交付功能不受影响，机构可正常为学员提供教学服务，结算按照平台规则正常进行。8 月 17 日，云赛智联与腾讯云在上海签署战略合作协议，合力开拓国内云计算、大数据、区块链、智能化和信创等市场，深化智慧城市和数字化转型能力。8 月 9 日，微信公众平台运营中心发布《关于开展微信小程序备案的通知》，根据通知要求，若微信小程序未上架，自 2023 年 9 月 1 日起，微信小程序须完成备案后才可上架。若微信小程序已上架，则需要于 2024 年 3 月 31 日前完成备案，逾期未完成备案，平台将按照备案相关规定于 2024 年 4 月 1 日起进行清退处理。7 月 20 日，据微信官方消息，微信支付现已完成对国际银行卡用户服务的全面升级，境外用户使用微信支付绑定外卡后，可支持在中国境内包括餐饮、交通、酒旅、商超等领域的绝大部分商户使用移动支付，同时，外卡用户也已支持扫码与被扫码、小程序支付、免密代扣、App 内支付等多种支付方式; 7 月 14 日，广汽丰田与腾讯在深圳签署数字生态战略合作框架协议，双方将围绕汽车云平台、网联安全、车联网、数字化营销等系列领域展开全方位合作，助力广汽丰田加速数字化转型升级，双方将基于腾讯 TAI 智能座舱生态，挖掘创新座舱应用场景与用户运营商业模式，通过更多渠道触达用户，以数据驱动用户智能增长。

⑤ 其他: 8 月 23 日，TVB 宣布旗下 77 工作室与腾讯视频旗下企鵝影视，就影视剧集联合制作及授权展开深度合作; 8 月 17 日，腾讯云智能正式推出了“文案创作”产品，基于腾讯的大模型能力研发，专门面向广告平台、UGC 平台、SaaS 服务企业等各类客户，旨在提供精准、高效、全面的商业文案创作工具。8 月 16 日，腾讯正式宣布腾讯云 MaaS 服务升级，目前腾讯云 TI 平台已经全面接入 20 多个主流模型，并且支持系列模型的直接部署调用、应用流程简单、可全程低代码操作，腾讯云成为国内第一批上架和支持开源模型的大模型厂商。8 月 8 日，腾讯视频动漫大赏 2023 年度发布会在上海召开，腾讯在线视频副总裁马延琨与中手游董事长兼 CEO 肖健共同宣布了腾讯视频与中手游国风仙侠共创战略合作的重磅开启。

2) 快手: 截至 2023 年 8 月 22 日，公司披露 2023 年二季度业绩公告，2023Q2 实现收入 277 亿元，同比增长 27.9%，IFRS 净利润 14.8 亿元，同比扭亏为盈，Non-IFRS 净利润 26.9 亿元，同比扭亏为盈。

■ 首次实现 IFRS 盈利，经营效率持续提升。2023Q2 公司实现 IFRS 净利润 14.8 亿元，同比扭亏为盈。毛利率同环



比继续大幅优化, 2023Q2 毛利率 50.2%, 同比+5.19pct, 环比+3.78pct。费用端: 用户获取效率提升, 在营销费用率降低情况下用户活跃同环比继续增长。2023Q2 用户 DAU 达到 3.76 亿, 同比+3.5%, 销售费用 86 亿元, 销售费用率 31.1%, 同比-9.26pct, 环比-3.46pct; 研发费用 32 亿元, 研发费用率 11.4%, 同比-3.76pct, 环比-0.21pct; 管理费用 9.5 亿元, 管理费用率 3.4%, 同比-1pct, 环比-0.24pct。

- 线上营销: 内循环广告保持增长势头, 外循环广告恢复增长。2023Q2 公司线上营销收入 143 亿元, 同比增长 30%。内循环广告: 电商大促带动内循环广告需求提升, 产品能力优化广告主投放意愿增强带动内循环广告收入增长快于 GMV; 外循环广告: 恢复正增长, 平台电商、信息服务、医疗、教育等行业投放环比继续提升; 品牌广告: 广告资源提升及电商大促带动其增长同比超过 30%。搜索广告: 月均搜索用户超过 4.4 亿, 搜索广告收入同比翻倍增长, 内部测试大模型搜索产品, 有望带动搜索用户及广告收入提升。
- 电商: GMV 快速增长, 活跃买家渗透率提升, 货架电商进一步发力。2023Q2 公司电商 GMV 达到 2655 亿元, 同比增长 39%, 其他收入 (主要为直播电商) 达到 34 亿元, 同比增长 61%, 继续高于 GMV 增速。2023Q2 公司活跃买家达到 1.1 亿, 电商用户月均下单次数及客单价同比提升, 搜索商品 GMV 同比增长超过 90%。
- 直播: 加强公会合作, 积极推动泛直播生态发展。2023Q2 公司直播收入 100 亿元, 同比增长 16%。公司实行差异化政策扶持中小公会及新公会, 2023Q2 合作公会数量同比增长超过 40%, 公会活跃主播数量增长超过 70%。“直播+”生态健康发展, 2023Q2 快聘简历投放次数同比增长超 290%, 理想家交易额突破 100 亿元。

近况: ①8 月 21 日, 在 AI 模型评测榜单 CMMLU 的“中文向”中, 快手的自研大模型 KwaiYii-13B 的模型亮相并排名第一。

- ②8 月 21 日, 快手“方言麦霸音乐会”顺利落幕, 快手数据显示, 在快手直播间该音乐会吸引超过 1 亿人次观看直播。
- ③8 月 18 日, “快手 AI 对话”功能已在安卓版本开放内测, 依托于快手站内多元和有生命力的社区内容生态, 通过互动对话的形式, 可以帮助用户快速查找短视频、达人、百科等内容, 体验全新的信息获取形态。
- ④8 月 10 日, 快手展示了全模态、大模型 AIGC 解决方案和 AIGC 数字人产品快手智播, 首次正式公布了大模型方面的进展。快手“全模态、大模型 AIGC 解决方案”基于自研的基座大模型, 提供文本生成、图像生成、3D 生成、音乐生成、视频生成等技术能力, 覆盖从灵感启发到创意生成、从多元素材提供到智能化制作的内容创作全流程。
- ⑤8 月 10 日, 2023 快手光合创作者大会在上海外滩举行, 会上, 快手宣布未来一年将面向超 700 万优质创作者, 投入超 4000 亿流量扶持, 预计全年有望帮助全平台创作者实现变现超千亿。
- ⑥8 月 8 日, 快手理想家宣布正式启动超级理想城计划, 将面向首批重点战略合作城市, 加码运营、流量、产品、影响力、新模式探索等一系列巨量扶持资源, 和更多的房企、机构、主播共建可信任的直播购房服务场景。

3) 美团: 2023 年 8 月 24 日, 公司披露 2023 第二季度业绩公告, 2023Q2 公司实现营收 680 亿元, 同比增长 33%, Non-IFRS 归母净利润 77 亿元, 同比增长 272%。

- 消费复苏及成本持续优化带动营收利润超预期。公司各项业务受益于本地消费强劲复苏, 2023Q2 营收 680 亿元, 超出一致预期 (670 亿元)。2023Q2 公司 NON-IFRS 归母净利润达到 77 亿元, 环比持续提升。运力供给充足及商品零售业务毛利率改善带动公司毛利率提升, 2023Q2 公司毛利率达到 37.4%, 同比+6.8pct, 环比+3.6pct。外卖、到店酒旅等业务营销活动增加带动销售费用率提升, 2023Q2 公司销售/管理/研发费用率分别为 21.4%/3.2%/8.0%, 同比+3.8/-1.8/-2.3pct, 环比+3.6/-0.3/-0.7pct。
- 核心本地商业: 外卖需求复苏, 闪购保持高速增长, 到店酒旅交易额实现强劲增长。2023Q2 公司本地核心商业收入 512 亿元, 同比增长 39%, 经营利润 111 亿元, 同比增长 35%。1) 餐饮外卖及闪购: 运力充足, 消费复苏带动订单量强劲增长。2023Q2 即时配送交易笔数达到 54 亿, 同比增长 32%, 美团闪购日订单量峰值突破 1100 万。2) 到店及酒旅: 优化内容及产品组合, 增加直播等运营手段。到店交易额同比增长超过 120%, 年活跃商家数创新高。公司降低订阅类服务门槛, 使得更多中小商户以较低成本进行线上运营, 并优化特价团购及直播, 从而推动商家高效推广。Q2 为酒旅旺季, 且境内旅游行业持续回暖, 公司在各价格带拓展优质供给并增加营销活动, 带动酒旅业务强劲增长。
- 新业务: 收入增长放缓, 经营亏损率持续改善。2023Q2 公司新业务收入 168 亿元, 同比增长 18%, 经营利润率-31%, 同比收窄 17pct, 环比收窄 1pct。1) 美团优选: 交易额及收入同比增长, 累计交易用户数达到 4.7 亿, 季节性原因叠加业务规模扩张、补贴增多等因素导致经营亏损环比小幅扩大。2) 美团买菜: 2023Q2 同比稳健增长, 市场份额提升, 主要经营城市前置仓密度提升带动配送效率及用户体验提升, 后续经营效率有望进一步提升。

近况: ①8 月 18 日, 联想百应在五周年庆典上宣布宣布与美团的战略合作升级, 千家联想百应服务中心上线美团外卖平台。

- ②8 月 3 日, 美团正式入主光年之外, 全资股东由王慧文变更为美团旗下天津三快科技有限公司。
- ③7 月 20 日, 据 36 氪, AI 大模型公司“智谱华章”数月前已完成 B-2 轮融资, 金额为数亿人民币, 由美团战投独家投资, 该轮投后估值为近 5 亿美金。智谱华章由清华大学孵化, 由国内首个中英文平衡的跨语言知识图谱系统 XLORE 设计和研发者张鹏担任 CEO, 是国内少数拥有自研大模型技术并已有成功落地经验的公司。

4) 网易: 8月24日, 公司发布23年Q2业绩, Q2净收入240亿元, 同比增加3.7%; Non-GAAP归母净利润90亿元, 同比增加66.7%。

- 收入: 整体增长稳健, 多款热门手游Q2上线预计将推动H2业绩向好。1) Q2游戏及相关增值服务净收入188亿元, 同比+3.6%, 手游收入占比73.6%, 去年同期占比66.1%, 增速略有下滑主要系端游影响。公司旗舰游戏《梦幻西游》《大话西游》等仍保持高热度, 《蛋仔派对》、《逆水寒》手游、《第五人格》《巅峰极速》保持较高热度; 有道收入12亿元, 同比+26.2%, 云音乐收入19亿元, 同比-11.1%, 主要由于为提升核心音乐用户体验、加强风控, 减少了某些直播功能展示, 减少主播和公会的收入分成比例; 创新及其他业务净收入21亿元, 同比+9.9%, 主要系严选电商收入增长。
- 盈利: 游戏收入结构变化推动毛利率提升。Q2毛利率同比+4.0pct至59.9%, 主要由于自研、联运、代理游戏收入结构变动推动游戏及相关增值服务业务毛利率同比+2.5pct至67.4%, 同时成本管控有效使云音乐毛利率同比+14.0pct至27.0%。
- 游戏储备丰富, 关注新游上线。公司储备包括《燕云十六声》(已有版号)、《蛋仔派对》(海外)、《永劫无间》(海外)、《代号: 无限大》等。
- “AI+”助力提质增效。网易自研AI技术已应用于游戏工业化全流程, AI技术对关键环节的工作效率提升高达90%。网易互娱AI LAB已自研数十款AI提效工具, 覆盖AI语音生成、AI原画生成、AI视频动捕、AI模型生成等诸多环节。借助自研AI脸部模型生成工具“iPhoto2Avatar”, 2D原画设计、3D脸部模型均可工业化快速生成。借助自研的AI视频动捕工具“AIxPose”, 可一键提取视频中的人物动作并迁移到虚拟角色身上, 相较传统制作流程效率大幅提升。

近况: ①8月24日, 网易雷火旗下Naked Rain工作室二次元都市开放世界RPG游戏《代号: 无限大》预约公开, 截至8月26日, 官网预约人数已经超过42万。

②8月23日, 网易在科隆游戏展上带来了六款产品参展, 包括一款自研新品和旗下一方工作室Quantic Dream发行的三款新品, 同时公布了包括《永劫无间》、《燕云十六声》等在内的多款游戏的海外新计划。

③8月17日, 网易游戏宣布在得克萨斯州成立了新工作室T-Minus Zero Entertainment, 由MMO资深人士Rich Vogel领导, 该公司目前正在开发一款以科幻宇宙为背景的原创第三人称多人动作游戏。《逆水寒》宣布, 将投入1500万元购买专业显卡GPU以提升其AI队友功能的算力, 目前, 游戏已经拥有由上千张A10/A30等专业显卡组成的AI计算矩阵, 总价值近八位数。

④8月10日, 2023网易数帆城市行在北京举行, 网易数帆发布融合前沿AIGC技术研发而成的对话式BI产品——有数ChatBI, 借助自然语言理解与专业数据分析能力, 用户只需通过日常对话的方式即可获得可信的数据, 极大降低数据消费门槛。

⑤8月9日, Sensor Tower发布23年7月中国手游发行商全球收入排行, 网易排名第二, 其中《梦幻西游》《蛋仔派对》《巅峰极速》分别位于7月中国App Store手游收入排行榜第5、11、9。7月29日, 网易《蛋仔派对》获得第三届中国游戏创新大赛“最佳创新游戏大奖”与“最佳创新团队奖”。

⑥7月21日, 《射雕》PC端限量封测; 6月21日, 《燕云十六声》获批版号; 6月21日, 《一梦江湖》更新2.0版本; 《逆水寒》于6月30日全平台公测, 七麦数据显示, 截至8月26日, 位于iOS游戏角色扮演畅销榜第1名, 较上周不变; 《巅峰极速》已与4月24日起进行安卓付费删档测试, 于6月20日在移动端公测, 未来推出PC版本, 据七麦数据, 截至8月26日位于竞速类畅销榜第1名, iOS游戏畅销总榜第7名, 另据Sensor Tower, 该游戏位于7月中国App Store手游收入排行榜第9名。8月22日, 网易旗下的篮球手游《全明星街球派对》开始预下载, 8月26日, 游戏正式开服, 据七麦数据, 截至8月26日位于体育类畅销榜第2名, iOS游戏畅销总榜第11名。

5) 心动公司: 8月4日, 发布正面盈利预告。预计1H23收入约17.2-17.8亿元人民币, 同比增长7.9%-11.7%, 主要由于TapTap中国版的信息服务收入增长及游戏收入增长; 净利润预计0.7-1.3亿元, 去年同期净亏损3.8亿元, 主要由于总收入及毛利率提高, 同时人员优化降低成本, 使研发开支、营销开支减少。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年网络游戏的平均月活跃用户数同比减少了2.8%, 而平均月付费用户数同比增加了61.0%。平均月活跃用户数下降主要是由于《仙境传说M》(Ragnarok M)等老游戏的平均MAU较去年同期有所下降, 这一下降部分被《香肠派对》的平均MAU增加, 以及《火力苏打》及《火炬之光: 无限》等新游戏上线带来的MAU增加所抵销。而整体平均月付费用户数上升主要是由于《香肠派对》的付费率较去年同期显著提高。2022年度, 就收入贡献而言, 《香肠派对》、《仙境传说M》、《不休的乌拉拉》(Ulala)、《明日方舟》(Arknights)及《蓝颜清梦》(Lan Yan Qing Meng)为前五大游戏。2022年陆续新上线四款自研网络游戏, 分别是《派对之星》(Flash Party)、《火力苏打》(T3 Arena)、《火炬之光: 无限》(Torchtlight: Infinite)及《浣熊不高兴》(Unhappy Raccoon)。其中《派对之星》于2022年2月份在海外市场上线, 并在日本长时间占据苹果商店免费游戏下载榜的前三名。



于 2022 年 4 月份《派对之星》亦于中国国内上线。《火力苏打》(T3 Arena) 于 2022 年 5 月份在海外市场上线, 在全球 171 个国家和地区获得了苹果商店的推荐, 并在上线后在 11 个国家和地区获得了苹果商店免费游戏下载榜的第一名。《火炬之光: 无限》于 2022 年 10 月份在海外市场上线, 以支持 PC、安卓及苹果系统互联互通及赛季制的运营模式, 得到了暗黑类游戏爱好者的认可。

- 付费游戏: 2022 年, 付费游戏处于重点新游筹备上线的过渡期, 整体收入有一定下滑。《部落与弯刀》(Sands of Salzaar) 移动版表现亮眼, 全平台用户和付费数随 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: ①7 月 11 日, 心动公司在 taptap 发布会宣布 AI 小助手 TARARA 上线在即、星火编辑器加入 AIGC 功能。

②7 月 26 日, 《铃兰之剑: 为这和平的世界》版号获批; 多英雄射击游戏 6 月 9 日《火力苏打》正式上线, 据七麦数据, 截至 8 月 26 日, 位于 iOS 策略类免费游戏榜第 43 名, 下降 11 名; 据 SensorTower, 5 月 APP Store+ Google Play 国内发行商收入排行榜中, 心动网络排名第 30; 5 月 29 日《派对之星》更新全新赛季; 5 月 10 日, ARPG 手游《火炬之光: 无限》公测开启, 上线首月最高进入 iOS 游戏畅销榜 TOP11, 在 TapTap 平台, 游戏现已进入动作榜 TOP23, 并得到了 TapTap 的编辑推荐

6) 阅文集团: 2023 年 8 月 10 日, 公司发布 2023H1 业绩公告, 2023H1 公司实现营收 32.83 亿元, 同比-19.7%, NON-GAAP 净利润 6.03 亿元, 同比-9.4%。

- 在线阅读: 付费用户持续提升, 自有平台表现稳健, 渠道战略调整下腾讯及第三方平台渠道收入承压。公司持续进行降本增效, 战略性减少低投资回报率的用户营销费用、优化分销渠道等措施导致在线业务收入承压。2023H1 公司在线业务收入 20.39 亿元, 同比-11.6%, 其中自有平台产品收入 17.64 亿元, 同比+0.05%, 腾讯产品渠道收入 1.77 亿元, 同比-49.1%, 第三方平台收入 0.98 亿元, 同比-50.3%。反盗版措施有序进行带动公司付费用户提升, 2023H1 公司平均月付费用户达到 880 万, 同比+8.6%。
- 版权运营及其他: 影视剧上线数量有限致版权运营收入承压, 下半年储备丰富业绩有望释放。2023H1 公司版权运营及其他收入 12.44 亿元, 同比-30.1%, 其中版权运营收入 11.9 亿元, 同比-31.3%。2023H1 新丽上线《纵有疾风起》、《平凡之路》2 部剧集, 剧集上线数量少于 2022H1 导致上半年收入增长承压, 公司剧集储备丰富, 下半年有望上线《潜伏者》、《与凤行》、《斗破苍穹 2》、《骄阳伴我》4 部剧集以及《海关战线》、《一人之下》2 部电影。
- 升级公司组织架构, AIGC 有望推动公司 IP 生态提质增效。公司成立 4 大事业部: 内容生态平台事业部、影视事业部、智能与平台研发事业部、企业发展事业部, 未来有望加强技术、内容、平台之间联动。1) 写作层面: 7 月 19 日公司发布国内首个网文大模型“阅文妙笔”以及基于这一大模型的应用产品作家助手妙笔版。2) IP 衍生层面: AI 可以赋能内容生产、深度参与 IP 孵化、提高网文翻译效率。公司未来计划向开放的、多模态大模型持续升级, 目前已经把 AI 应用于网文漫改, 未来将全面探索有声、漫画、动画、衍生等 IP 开发链条的 AI 应用。

近况: ①8 月 17 日, 阅文集团与天闻角川在 2023 上海书展合作签约, 达成《诡秘之主》《宿命之环》2 部网络文学作品的实体出版签约。

②8 月 11 日, 阅文旗下潇湘书院 App 开放测试基于 AI 技术的一项网文场景功能“筑梦岛”。在“筑梦岛”, 每一位读者都可以创造一个属于自己的“梦中人”, 通过与这个虚拟伙伴的互动聊天, 开启一段陪伴式的阅读之旅。

③7 月 19 日, 新京报消息, 在 2023 首届“阅文创作大会”上, 阅文公布了升级后的多项创作扶持举措, 并发布了国内网络文学行业首个大模型“阅文妙笔”和基于这一大模型的应用产品“作家助手妙笔版”, 旨在依托平台和技术赋能, 帮助作家创作。

④据《科创板日报》, 6 月 19 日, 阅文集团 CEO 侯晓楠发布全员内部信启动新一轮组织升级, 并表示公司的中长期业务蓝图, 是升级 AIGC 赋能原创的多模态多品类内容大平台, 构建新的 IP 上下游一体化生态体系。围绕这一战略目标, 阅文集团将成立“四大事业部”。包括内容生态平台事业部、影视事业部、智能与平台研发事业部和企业发展事业部。其中智能与平台研发事业部负责 AI 大模型等核心技术攻坚, 并持续将技术储备转化为 AIGC 赋能内容创作生态的场景应用。

7) 哔哩哔哩: 8 月 17 日, 公司披露 2023 年中报, H1 实现营收 103.74 亿元, 同比增长 4.12%; 经调整净亏损-21.78 亿元, 同比收窄 49.29%, 亏损率为 20.99%, 同比收窄 22.12Pct。

- 用户端: 实现高质量增长, 粘性稳定提升。2023Q1 公司日均活跃用户达到 9370 万, 同比增长 18%, DAU 占 MAU 比例进一步提升至 29.7%。用户日均使用时长达到 96 分钟。内容生态的繁荣是用户增长的基本盘, 公司在 PUGV 和 OGV 供给侧协同发力, 持续激励引导个人 UP 创作内容变现, 2023Q1 共有 150 万 UP 主在 B 站获得收入, 月均

投稿量超 2200 万。

- 变现端：降本增效成效明显，毛利率同环比提升，亏损大幅度收窄。2023Q1 公司毛利率达到 21.8%，环比+1.4Pct，同比+5.8Pct，主要由于收入分成及服务器带宽成本降低。2021Q1 公司营销费用 8.8 亿元，同比降低 30%，营销费用率 17.4%，环比-3.3Pct，同比-7.5Pct；管理费用 5.72 亿元，环比降低 30%，管理费用率 11.3%，环比-2.0pct；研发费用 10.3 亿元，环比降低 31.3%，研发费用率 20.3%，环比-4.1Pct。经调整净亏损 10.3 亿元，同比收窄 37.7%。
- 业务端：游戏储备充足即将进入产品周期，广告产品优化后续有望加速增长，直播内容生态繁荣带动增值服务健康增长。分业务：1) 2023Q1 游戏收入 11.3 亿元，同比降低 17%，主要由于未上线新游。联运游戏《崩坏：星穹铁道》等于 Q2 上线，后续项目储备充足，《闪耀！优俊少女》等游戏即将上线，将步入游戏产品周期。2) 2023Q1 广告业务 12.7 亿元，同比增长 22%，公司持续提升广告效率，提升算法能力，后续随广告主需求修复明显恢复有望加速增长。3) 2023Q1 增值服务收入 21.6 亿元，同比增长 21%，直播内容生态逐渐繁荣带动业务增长，2023Q1 公司月均活跃主播数同比增长 34%，直播付费用户同比增长 15%。4) 2023Q1 电商和其他业务 5.1 亿元，同比减少 15%，主要由于 IP 衍生品销售减少。

近况：① 番剧：据 2023 年 6 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，《胶囊计划 2023 (5)》过审。截至 8 月 26 日，23 年累计共上线 94 部番剧，51 部独家播放，《咒术回战 第二季》于 8 月 24 日开播，目前播放量 1216.9 万，《国王排名 勇敢的宝箱》于 4 月 14 日开播，目前播放量 2328.6 万；《三体》12 月 10 日开播（全 15 话，已播出 15 话），截至 8 月 26 日，播放量 5.9 亿；

② 剧集：截至 8 月 26 日，2023 年预计上线剧集 11 部，其中《古相思曲》于 6 月 22 日上线，首日全平台排名第 28 名，目前累计播放量 1.4 亿；《许你万家灯火》播放量 696.9 万次；上线《守护解放西 4》等 87 部纪录片；《流浪地球 2》、《深海》等 118 部电影；

③ 综艺：《你好生活 第四季》于 7 月 16 日上线，截至 8 月 26 日，播放量 948.9 万；《当我们遇见你》于 4 月 18 日上线，截至 8 月 26 日，播放量 1846.9 万；《拜托你啦！朋友》4 月 6 日上线，截至 8 月 26 日，播放量为 181.5 万；《追星星的人 第三季》于 3 月 11 日上线，截至 8 月 26 日，播放量 731.4 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，截至 2023 年 8 月 19 日播放量分别为 2.2 亿、3.6 亿、3.1 亿；

④ 游戏：8 月 17 日，自研游戏《斯露德》公测上线，根据七麦数据，上线首日位于 iOS 免费榜第 2 名，截止 8 月 26 日，位于免费榜第 265 名；8 月 9 日，独家代理游戏《千年之旅》公测上线，根据七麦数据，上线首日位于免费榜第 1 名，截至 8 月 26 日，位于卡牌免费榜第 31 名；8 月 3 日，哔哩哔哩独家代理发行《闪耀！优俊少女》公布首只 PV，截止 8 月 12 日，预约量达 110.13 万。6 月 21 日，哔哩哔哩旗下《盲盒派对》成功取得游戏版号。2023 年 6 月 20 日-6 月 28 日共有 12 款代理游戏开始测试，其中，6 月 20 日，《第七史诗》《巅峰极速》6 月 20 日公测，《塞尔计划》6 月 21 日公测。

⑤ 其他：8 月 23 日，B 站上线播放时长功能的内测，参与内测的 UP 主可以看到稿件“播放时长指数”这一指标，目前该指标只在 UP 主创作中心后台进行展示，用户端还未上线。8 月 10 日，哔哩哔哩关联公司上海幻电信息科技有限公司申请注册“bilibiliAI”商标，国际分类为网站服务，当前商标状态为申请中。7 月 21 日-7 月 23 日期间，第六届 BilibiliWorld 在上海国家会展中心举办，八大展区覆盖动画、漫画、游戏、直播、电竞等多个领域，数百位知名 UP 主和嘉宾和大家一起沉浸式交流互动；7 月 18 日，由中央网信办、中央文明办、中共福建省委和福建省人民政府主办的 2023 年中国网络文明大会于厦门举办，哔哩哔哩董事长兼 CEO 陈睿以“让青年成为网络文明的中坚力量”为主题发表演讲，并表示，青年人的内心本就是向善的，只要让他们看到更多的好内容，他们内心的正向情感就会被激发出来，也会成为维护正向网络氛围的中坚力量。

8) 阿里巴巴：8 月 10 日，阿里巴巴发布了 2024 财年第一季度财报，第一财季营收 2,341.6 亿元人民币，同比增长 14%，预估 2,237.5 亿元人民币。淘天集团季度收入同比增长 12%，淘宝 APP 6 月 DAU 同比增长 6.5%；阿里国际数字商业集团季度收入同比增长 41%；菜鸟集团季度收入同比增长 34%；云智能集团季度收入同比增长 4%，经调整 EBITA 利润同比增长 106%；本地生活集团季度收入同比增长 30%；大文娱集团季度收入同比增长 36%。

近况：① 8 月 25 日，阿里云决定于 2023 年 9 月 1 日，.com 英文域名调整为：首年注册价格 78 元，续费价格 85 元，转入价格 75 元。

② 8 月 22 日，在浙江大学举行的 Engineering 大讲堂暨“智行中国”第五期系列论坛上，智慧司法技术总师系统、浙江大学、上海交通大学与阿里云等联合发布了行业首个《法律大模型评估指标和测评方法（征求意见稿）》，旨在推动法律大模型的研发、评测和应用的规范化。

③ 8 月 23 日，阿里旗下平头哥半导体在第三届 RISC-V 中国峰会上发布了首个自研 RISC-V AI 平台玄铁多媒体 AI 软硬件融合平台，性能较经典方案提升 80% 以上。



- ④8月18日，阿里决策智能团队研发了一款大模型数学工具 MindOpt Copilot，把大模型作为建模助手，接收用户以自然语言提出的优化问题，就可自动建模并调用求解器完成求解。
- ⑤8月16日，阿里达摩院发布多癌影像分析通用模型，可检测、分割和诊断八种主要的高发致死癌症，有助于实现多癌统一诊断，降低漏诊概率。
- ⑥8月16日，阿里云推出数字人视频生成工具 Live Portait，上传一张照片和一段文本或语音即可生成一段开口说话的数字人视频，可应用于视频直播、聊天机器人、企业营销等场景。目前，该工具已在开源模型平台魔搭社区创空间开放体验。
- ⑦8月15日，阿里云官方公众号发布与中国中医科学院在北京签署合作协议，双方将共同启动数智中医创新联合实验室，联合打造中医药行业大模型，推动中医药行业数智化。
- ⑧8月14日，根据新浪财经独家获悉，随着阿里巴巴“1+6+N”组织变革的持续推进，阿里集团已明确钉钉继续作为阿里巴巴集团内独立业务，独立发展，加速孵化。

9) 京东: 2023年8月16日，公司披露23Q2业绩，营收2879亿元，同比增长7.60%，高于彭博一致预期；Non-GAAP归母净利润86亿元，同比增长31.9%，Non-GAAP归母净利润率2.97%（前值2.42%），高于彭博一致预期，盈利能力显著提升。

- 收入结构：23Q2产品收入2339亿元，同比3.47%，占收入比例81.22%，其中家电增速11.36%，核心品类优势巩固。日用百货增速-8.59%，主要由于公司对品类结构调整，商超品类受影响相对较大。服务收入541亿元，同比30.05%，占收入比例18.78%，其中平台及广告服务增速8.52%，物流及其他服务增速51.49%。服务收入高增速主要由于公司不断完善商家生态建设，推动流量分配机制改善，Q2新增商家数同比417%。管理层预期随着商家生态改善持续推进，京东零售3P业务GMV占比将达60%。
- 经营效率：23Q2年各项成本、费用表现均有优化，公司经营持续提效。毛利率14.39%（前值13.41%）。履约费用率5.79%（前值6.09%），销售费用率3.84%（前值3.54%），研发费用率1.41%（前值1.50%），管理费用率0.82%（前值0.87%）。库存周转天数保持在31.7天。新业务23Q2收入34.50亿元，同比-40.06%，经营利润转正，达10.61亿元（前值-20.32亿元），主要为出售开发物业收益所得。社区团购业务于7月重启，业务投入可控。

近况：①8月23日，京东自2016年首次对外宣布调整自营商品运费标准，京东PLUS会员享免邮权益不再需要使用运费券，全年无限免邮；普通用户自营免邮门槛从99元降至59元。

- ②8月17日，古驰与京东宣布达成战略合作，揭幕古驰京东官方旗舰店，消费者可通过京东APP搜索“GUCCI”或“古驰”进入店铺，可咨询古驰在线顾问，在数字化生态模式中享受完整的古驰品牌服务。
- ③8月4日，京东APP上线了基金购买入口，采用了和其他互联网平台类似的货架式陈列设计，并嵌入了财富号和基金投顾等衍生业务，目前已有华夏基金、南方基金、嘉实基金等头部公募入驻。
- ④自7月27日起，京喜拼拼将正式更名为京东拼拼。品牌升级之后，京喜拼拼小程序图标、名称、logo等将逐步更新为“京东拼拼”。

10) 百度：广告持续修复，基于AI重构产品线。2023年8月22日，公司披露2023年二季度业绩公告，2023Q2公司实现收入341亿元，同比增长15%，Non-GAAP归母净利润80亿元，同比增长44%。

- 百度核心：收入利润加速增长，经营效率持续改善。宏观经济持续修复下，广告主需求回暖，带动公司广告业务收入提升，2023Q2百度核心收入达到264亿元，同比增长14%，其中在线营销收入达到196亿元，同比增长15%，非在线营销收入达到68亿元，同比增长12%。2023Q2公司非国际准则经营利润率达到25%，同环比持续提升（2023Q1为23%）。
- 智能云：AI云市场份额维持领先，大模型迭代升级但变现仍处早起，将坚持AI投入使用AI原生思维构建产品线。根据《IDC中国AI公有云服务市场份额，2022》，2022年公司智能云在AI公有云市场中获得28.9%的市场份额，连续4年排名第一。2023年5月，公司推出文心大模型3.5版本，相较于3.0版本，在创作、问答、推理、和代码能力上全面升级，训练速度提升2倍，推理速度提升17倍，并新增插件机制。根据IDC《AI大模型技术能力评估报告，2023》，文心大模型3.5获得12项指标的7个满分，综合评分第一，算法模型第一，行业覆盖第一。公司聚焦AI原生应用，将于10月17日发布多款AI原生应用，AI有望为公司广告业务及其他产品线长期赋能。
- 智能驾驶：萝卜快跑订单量持续高增长，智能驾驶在多区域持续落地。2023Q2萝卜快跑订单量达到71.4万，同比增长149%。6月萝卜快跑获得深圳市坪山区颁发的首批智能网联汽车无人商业化试点通知书，可在深圳市坪山区开展L4级无人驾驶商业化收费运营，7月萝卜快跑获得上海市浦东新区发放的首批牌照，允许在公开道路上开展全无人自动驾驶测试。
- 近况：①8月25日，百度萝卜快跑宣布开通武汉天河机场的自动驾驶接驳服务，系国内首次实现城市市区到机

场之间的自动驾驶出行接驳服务，也是国内自动驾驶运营首次贯通城市道路和高速路线，百度也成为国内首家开通机场自动驾驶接驳服务的企业。

- ②8月24日，科蓝软件与百度智能云签署了战略合作协议，双方将在金融领域深化合作，探索并孵化多个智能金融大模型应用场景。
- ③8月18日，百度Apollo宣布，百度地图134座城市的高级辅助驾驶地图获国家自然资源部地图技术审查中心审批，成为首批快速通过全国高级辅助驾驶地图审核的厂商。
- ④8月16日，MediaTek（联发科）正式宣布与百度联合发起飞桨和文心大模型硬件生态共创计划，双方将共同推进MediaTek硬件平台与飞桨和文心大模型的适配。
- ⑤8月16日，长安汽车与百度签署战略合作协议，双方将在云计算、人工智能、大数据和物联网等领域进行深度合作，助力长安汽车向智能低碳的出行科技公司转型。
- ⑥8月14日，由吉利和百度联手打造的“汽车机器人战略合作项目”迎来重要进展，全新品牌“极越”正式发布。极越定位为吉利控股旗下高端智能汽车机器人品牌，首款车型命名“极越01”。
- ⑦8月10日，百度网盘今日推出基于文心大模型的国内首个基于大模型的网盘智能助理“云一朵”，用户可通过该智能助理完成快速搜索文件和视频、总结知识、翻译文档、内容创作等需求。

### 美股：基本面向好，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：5月26日公司公布23Q1业绩。收入376亿元，同比58.18%，Non-GAAP经营利润85亿元，同比130.13%。Non-GAAP归母净利润101亿元，同比141.08%。

- 发放优惠提振消费，成长性持续保持。23Q1实物商品网上零售额同比增长7.3%，公司比线上大盘实现超额增长，收入增速58.18%。其中，在线营销服务收入为272亿元，同比增长50.04%；交易服务收入为104亿元，同比增长85.87%。支持消费回暖，平台连续举办多场促销、发放食物优惠券，提振消费情绪。
- 毛利率同比保持稳定，经营利润率同比显著提升。23Q1毛利率为70.44%，与去年同期持平，但相较22Q4毛利率77.58%有所回落，或由于海外业务处于以高性价比商品拉新阶段，毛利率较低。费用端持续优化，增速低于收入增速。销售费用率43.20%，去年同期47.15%，在海外业务拓展的前期，销售费用率仍得到较好的控制。管理费用率2.17%，去年同期2.49%。研发费用率6.66%，去年同期11.22%。调整后经营利润率22.48%，去年同期15.54%。但相较22Q4调整后经营利润率29.13%有所回落，主要由于公司积极进行产业带长期投入，打造健康平台生态。
- 服务品质及效率进一步升级，加速建设“多实惠+好服务”生态。23年公司已将商品发货时间从72H以内进一步缩短至48H以内。同时设立百亿生态专项，继续发力产业带，推动优质商家、品牌和中小商户在平台的增长。
- 海外业务处于早期，向全球消费者提供低价优质商品。23Q1期间TEMU深耕北美、加拿大等市场的同时，积极开拓澳、新、欧洲等新区域，预计打开新的增长曲线。

近况：①拼多多跨境电商平台Temu于7月1日在日本正式上线之后，7月25日，Temu正式上线韩国站点，加速扩大亚洲市场版图。②当地时间7月14日，拼多多跨境电商平台Temu在美国波士顿联邦法院提起新诉讼，指控快时尚竞争对手SHEIN违反美国反垄断法。Temu指控Shein利用市场支配力量强迫服装厂商与之签订独家协议，阻止他们与Temu合作。③据36氪，Temu2023年第一季度GMV逼近10亿美元（折扣后口径），折扣前的定价口径GMV则约为20亿美元。

2) 达达集团：2023年8月16日公司披露23Q2业绩，二季度实现营收28.1亿元，同比增长23.2%；Non-GAAP归母净利润841万元，实现盈亏平衡。

- 京东到家：过往12个月GMV为708亿元，同比29.8%；23Q2营收18.3亿元，同比24.9%，占收入比例65.1%，增长主要得益于GMV提升。年活跃门店数超30万家，同比增长超70%，持续扩大商家基数，丰富供给生态，百强商超已合作其中92家。小时达频道日活用户同比增长超100%，GMV同比增长超过3倍。
- 达达快送：23Q2营收9.8亿元，同比20.2%，占收入比例34.9%，增长主要来自于为连锁商家提供的同城即时配送订单量上升。达达快送活跃骑手二季度同比增长超30%。连锁商家业务23Q2单均毛利改善至0.5元；中小商家和个人业务继续下沉，完单量同比近50%。
- 技术创新：公司自主研发的“海博系统”助力零售商全渠道转型，已覆盖11000家零售门店。海博系统积极探索与品牌方的合作，上线了品牌推广工具，帮助品牌提升曝光和转化。



近况：①8月15日，达达快送正式推出“特瞬送”同城急送产品，该产品承诺平均20分钟上门取件，平均1小时同城送达，3公里范围内订单30分钟送达。

②7月31日晚间，达达集团宣布，首席技术官杨骏辞职，杨骏在业务、财务、会计和/或任何其他事务上，与公司无任何分歧。杨骏持有达达1344万股。

③6月19日，根据达达快送公布数据，“6·18”期间，达达快送配送总单量突破1.5亿，京东“6·18”巅峰期即时零售全国第一单送达仅9分钟。此外，达达快送连锁商家整体配送单量同比增长53%，商超配送单量同比增长42%，茶饮配送单量同比增长104%。

④6月1日，达达集团发布了2022年ESG报告。在ESG关键指标“减碳”方面，达达集团表示，已全面采用电动交通工具完成即配服务，相比燃油车2022年减碳约50万吨。灵活就业的另一面，在骑手收入上，达达公布的数据显示，基于更全面的报酬和激励体系以及配送效率的提升，到2022年12月，达达快送平台活跃骑手的时薪同比增长超10%。

3) 唯品会：8月18日，公司发布2023Q2年业绩，Q2实现净营收279亿元(人民币，下同)，同比增长13.6%；Non-GAAP净利润24亿元，同比增长50.8%；Q2GMV为506亿元，同比增长24.5%；活跃用户数达4570万，同比增长9.6%；订单数达2.138亿，同比增长14.7%。

近况：①7月25日，唯品会发布唯美榜之《彩妆卷王品牌榜Top10》和《多巴胺彩妆单品榜Top10》，基于平台销量、用户反馈、流行趋势等多维度数据分析，从近千个品牌、近十万款热销单品中选出上榜品牌及产品，揭晓当季趋势爆款，为消费者提供实用的消费参考。

②东方网7月20日消息，唯品会投资1.2亿元在广州市中心建公寓，无房员工可拎包入住，租金仅为市场价的1折。

4) 叮咚买菜：2023年5月12日公司披露23Q1业绩，营收49.98亿元，同比-8.2%；Non-GAAP净利润607万元(去年同期亏损4.2亿元)，Non-GAAP净利润率0.12%。

■ 23Q1的GMV为54.5亿元，同比-6.8%，主要由于去年同期尤其去年3月下旬处于高基数以及今年一季度需求偏弱导致。1-2月GMV同比5.3%。单仓日均单量同比增长7.7%，用户下单频次提升13.8%。品类上，预制菜品类占GMV的19%，自有产品研发能力持续释放，自有品牌用户渗透率达70%以上。

■ 收入结构：23Q1产品收入49.4亿元，同比-8.1%，占收入比例98.8%。服务收入0.6亿元，同比-12.9%，占收入比例1.2%，增速回落主要由于公司对于会员结构的调整。

■ 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30.7%(前值28.7%)。履约费用率23.9%(前值27.3%)，主要由于客单价提升及前置仓经营效率提升；销售费用率1.8%(前值3.2%)，主要由于品牌效应形成后拉新成本降低；研发费用率4.2%(前值4.3%)，管理费用率1.7%(前值2.2%)。发展规划：自22Q4实现盈亏平衡后，公司盈利能力持续得到验证，预计23年全年会持续保持盈利。自有商品研发持续投入，在重点品类、单品上加深与供应链的融合以提升毛利表现。

近况：①8月18日，叮咚买菜与澳洲Coles客澳市举行了战略合作签约仪式，Coles带来的眼肉牛排、西冷牛排、板腱牛排和牛肋条肉四款澳洲冷鲜牛肉在叮咚买菜的上架。

②7月27日，据中国网财经，叮咚买菜旗下上海柿柿顺物流有限公司因售卖的手撕鸡大肠菌群、菌落总数项目不合格，违反食品安全法相关规定，被上海市浦东新区市场监督管理局罚款5万元、没收违法所得1695元。

③6月28日，界面新闻报道称，叮咚买菜经第三方认证机构Intertek天祥集团专家评审，获得BRGGS S&D以及IFS Broker双认证，为国内首家同时获得这两个国际标准认证的生鲜电商企业。

## 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、虚拟现实等发展予以支持。8月22日，工信部等四部门近日联合印发《新产业标准化领航工程实施方案(2023—2035年)》。方案提出，聚焦新一代信息技术、新能源、民用航空等8大新兴产业，以及元宇宙、人形机器人、生成式人工智能等9大未来产业，统筹推进标准的研究、制定、实施和国际化。

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

时间	政策/文件名称	主要内容
		产业基础能力和综合实力明显增强。
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。
2023.03.07	《国务院机构改革方案的议案》	《议案》指出，要重新组建科学技术部，组建国家金融监督管理总局，深化地方金融监管体制改革，中国证券监督管理委员会调整为国务院直属机构，统筹推进中国人民银行分支机构改革，完善国有金融资本管理体制，加强金融管理部门工作人员统一规范管理，组建国家数据局，优化农业农村部职责，完善老龄工作体制，完善知识产权管理体制，国家信访局调整为国务院直属机构，精减中央国家机关人员编制。
2023.03.07	河南省《2023年教育信息化和网络安全工作要点》	《通知》指出，2023年教育信息化和网络安全工作的主要任务是：深入贯彻落实党的二十大精神和习近平总书记关于教育的重要论述，按照教育部和省委省政府推进教育数字化转型的部署要求，坚持“应用为王、服务至上、简洁高效、安全运行”的基本原则，加快构建省—市（高校）—县—校四级信息化支撑保障体系、管理服务体系、数据治理体系和安全可信体系，强化数据生产要素作用，夯实教育数字化转型根基。
2023.03.14	《关于对〈游戏分发与推广基本要求〉团体标准征求意见的通知》	《征求意见稿》对“游戏分发与推广模型”，“游戏分发基本要求”，“游戏推广基本要求”等相关要求进行了罗列。其中，团体标准征求意见稿对网络游戏在分发前应取得游戏版号一事提出了相关要求，若《游戏分发与推广基本要求》落实，在国内应用商店和相关游戏平台上架的游戏，在获批版号之前将无法再使用预订、预购、抢先体验等方式进行产品预热。
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。
2023.03.31	《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。



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. 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、有效期至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. 21	《关于阶段性免征国家电影事业发展专项资金政策的公告》	自2023年5月1日至2023年10月31日免征国家电影事业发展专项资金。
2023. 5. 29	《关于加强新时代中小学科学教育工作的意见》	探索利用人工智能、虚拟现实等技术手段改进和强化实验教学，并注重利用先进教育技术弥补薄弱地区、薄弱学校及特殊儿童群体拥有优质教育教学资源不足的状况。
2023. 5. 30	《北京市加快建设具有全球影响力的人工智能创新策源地实施方案（2023—2025年）》	从鼓励与引导行业发展角度，围绕创新发展共性需求，进一步统筹资源，全面推动人工智能自主技术体系建设及产业生态发展，到2025年基本建成具有全球影响力的人工智能创新策源地。
2023. 5. 30	《北京市促进通用人工智能创新发展的若干措施》	进一步提升算力资源统筹供给能力，组织商业算力满足本市紧迫需求，高效推动新增算力基础设施建设，建设统一的多云算力调度平台，提高环京地区算力一体化调度能力；
2023. 5. 31	《深圳市加快推动人工智能高质量发展高水平应用行动方案（2023—2024年）》	建设城市级智能算力平台，包括2023年年底前启动建设鹏城云脑III项目；打造大湾区智能算力枢纽；建设企业级智能算力平台，联合香港企业、科研机构、高校等，打造深港人工智能算力赋能中心。
2023. 6. 13	《职业教育产教融合赋能提升行动实施方案（2023—2025年）》	在重点行业深度推进产教融合。在新一代信息技术、集成电路、人工智能、工业互联网、储能、智能制造、生物医药、新材料等战略性新兴产业，以及养老、托育、家政等生活服务业等行业，深入推进产教融合。安排中央预算内投资时，优先考虑先进制造、新能源、新材料、生物技术、人工智能等领域以及护理、康养、托育、家政等领域的实训基地建设，辐射带动相关产业领域的实习实训、员工培训、产品中试、工艺改进、技术研发等。
2023. 6. 14	《上海市“元宇宙”关键技术攻关行动方案（2023—2025年）》	提出聚焦沉浸式技术、Web3技术两大主攻方向，在沉浸影音、沉浸计算、新型显示、感知交互与区块链等关键技术领域打造新高地，其中重点提及了人工智能生成内容。
2023. 6. 15	《上海市推动制造业高质量发展三年行动计划（2023—2025年）》	要瞄准人工智能技术前沿，构建通用大模型，面向垂直领域发展产业生态，建设国际算法创新基地，加快人形机器人创新发展。
2023. 6. 20	《国家互联网信息办公室关于发布深度合成服务算法备案信息的公告》	共有41个算法上榜入列，囊括大模型、图像生成/识别、视频生成、语音合成/识别、智能客服、人脸融合等多个种类。从角色来看，主要划分为两种：服务提供者与服务技术支持者。
2023. 7. 7	《关于支持生成式人工智能发展的若干措施》	推出15条具体扶持政策、优化服务保障举措。主要聚焦技术强基支撑，支持通用大模型、垂类大模型等关键领域自主创新，支持具身智能、自主智能体等前沿领域布局；聚焦场景应用示范，充分发挥徐汇特色产业基础和新赛道先发优势，全面推动生成式人工智能技术在医疗、金融、社交、智能网联汽车等领域融合赋能；聚焦创新生态构建，针对算力、数据、算法、融资、人才、监管等关键环节，强化要素支撑。
2023. 7. 13	《生成式人工智能服务管理办法》	《办法》提出国家坚持发展和安全并重、促进创新和依法治理相结合的原则，采取有效措施鼓励生成式人工智能创新发展，对生成式人工智能服务实行包容审慎和分类分级监管。
2023. 7. 18	《关于促进本市生产性互联网	聚焦大宗商品交易服务平台、工业品电商服务平台、数字化转型服务平台和专业服务平台等

时间	政策/文件名称	主要内容
	网服务平台高质量发展的若干意见》	4个主要分类，提出了3个方面16项措施。聚焦实体经济发展新需求，强化创新引领，强化要素保障，强化系统推进，着力推动生产性互联网服务平台实现二、三产融合发展，数字经济与实体经济融合发展，更好增强市场价值发现功能、资源配置优化功能、专业服务增值功能，不断提升生产性互联网服务平台的发展能级和辐射带动力。
2023.7.31	《关于恢复和扩大消费的措施》	从稳定大宗消费、扩大服务消费、促进农村消费、拓展新型消费、完善消费设施、优化消费环境等方面提出20条针对性举措。 在面向不满8周岁用户的未成年人模式中，移动智能终端应支持默认使用总时长不超过40分钟，同时提供家长豁免操作；在面向8周岁以上不满16周岁用户的未成年人模式中，移动智能终端应支持默认使用总时长不超过1小时，同时提供家长豁免操作；在面向16周岁以上不满18周岁用户的未成年人模式中，移动智能终端应支持默认使用总时长不超过2小时，同时提供家长豁免操作；在未成年人模式下，当未成年人用户连续使用移动智能终端时长超过30分钟，移动智能终端应发出休息提醒；在未成年人模式下，移动智能终端每日22时至次日6时期间禁止向未成年人提供服务；
2023.8.2	《移动互联网未成年人模式建设指南（征求意见稿）》	在中华人民共和国境内从事互联网信息服务的APP主办者，应当依照相关规定履行备案手续，未履行备案手续的，不得从事APP互联网信息服务。2023年9月至2024年3月底，通知发布前开展业务的APP向其住所所在地省级通信管理局履行备案手续。2024年4月至2024年6月底，电信主管部门将组织对APP备案情况开展监督检查，对仍未履行备案手续的APP依法进行处置。
2023.8.8	《关于开展移动互联网应用程序备案工作的通知》	指出：推动农村电商高质量发展。包括大力发展农村直播电商，培育“土特产”电商品牌，鼓励农村电商创业就业等。 围绕“8大新兴产业+9大未来产业”重点领域，提出以推动新兴产业创新发展和抢抓未来产业发展先机为目标，以完善高效协同的新产业标准化工作体系为抓手，聚焦新一代信息技术、
2023.8.14	《县域商业三年行动计划（2023—2025年）》	指出：推动农村电商高质量发展。包括大力发展农村直播电商，培育“土特产”电商品牌，鼓励农村电商创业就业等。 围绕“8大新兴产业+9大未来产业”重点领域，提出以推动新兴产业创新发展和抢抓未来产业发展先机为目标，以完善高效协同的新产业标准化工作体系为抓手，聚焦新一代信息技术、
2023.8.22	《新产业标准化领航工程实施方案（2023—2035年）》	新能源、新材料、高端装备、新能源汽车、绿色环保、民用航空、船舶与海洋工程装备等8大新兴产业，以及元宇宙、脑机接口、量子信息、人形机器人、生成式人工智能、生物制造、未来显示、未来网络、新型储能等9大未来产业，统筹推进标准的研究、制定、实施和国际化。

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

- 据猫眼专业版，23年6月1日-8月25日，暑期档票房累计197.52亿，超过19年暑期档总票房，其中《消失的她》35.23亿，《孤注一掷》32.02亿，《封神第一部》23.74亿，《八角笼中》21.99亿，《长安三万里》17.75亿。
- 8月25日，国家广播电视总局网络视听节目管理司主办，芒果TV承办的2023网络微短剧行业发布会在青岛举行。芒果TV联合腾讯视频、优酷、爱奇艺、快手、抖音、点众、九州、容量、哔哩哔哩十大平台共同发布《网络微短剧全行业共促繁荣发展联合倡议书》。
- 8月23日，Sensortower发布2023年7月全球热门移动游戏下载量TOP10，Garena《Free Fire》排名榜首，腾讯《PUBG Mobile》排名第五。腾讯旗下射击手游《Arena Breakout 暗区突围》7月中旬登陆海外市场并引起广泛关注，进入下载量增长榜第三。
- 8月23日，为期5天的科隆国际游戏展开幕，来自63个国家和地区的超过1220家参展商注册参加，数量超过以往任何一届展会，腾讯、网易、完美世界等30家中国企业参会。《原神》获最佳手游奖，《黑神话：悟空》获最佳视效奖、最佳史诗感奖，《光遇》获最佳影响力奖、最佳手游奖。
- 8月23日，昆仑万维自研AI游戏《Club Koala》在科隆游戏展展出，成为国内首款出海的AI游戏和全球首款AI UGC的游戏平台，《Club Koala》接入自主训练的GPT模型后，AI NPC会记住与玩家的所有聊天内容、互动行为，并根据交互内容累积亲密度，持续塑造自身性格，从而影响交互行为等。
- 8月23日，Epic Games在旗下的EGS商店推出全新独占项目，参与First Run Program的项目在前6个月需保持在平台首发独占，则可以获得100%营收提成，Epic在这6个月不收取渠道抽成。
- 8月23日，Unity中国在上海发布会正式推出Unity中国版引擎团结引擎，以Unity 2022 LTS为研发基础，针对小游戏和智能汽车领域提供了更深度的技术赋能与效率提速，已兼容适配PC、iOS、Android、微信小游戏、OpenHarmony、AliOS等多平台。



- 8月22日，英国 CMA 在宣布将继续阻拦微软收购动视暴雪，据微软的最新应对方案，动视暴雪当前及未来 15 年的游戏的云游戏运营权将会出售给育碧。
- 8月20日，游戏科学 3A 动作 RPG 游戏《黑神话:悟空》线下试玩会启动，同时上线 Steam 预约，根据 Steamdb 数据，截至 8月26日，预约人数达 14.76 万，商店愿望单排名第 17 名。

### 2.3 行业投融资情况

- 据 IT 桔子，8月19日-8月25日期间，主要传媒互联网领域共发生 2 起投融资事件，文娱发生 1 起，元宇宙发生 1 起。1) 文娱传媒：VR 电影制作商 CinemaLeap 获得种子轮融资，金额为 6000 万日元，最新估值 1800 万人民币 2) 元宇宙：区块链游戏研发商 Irreverent Labs 获得 B 轮投资 Samsung NEXT 领投，最新估值 9.75 亿人民币。

图表2：8月19日-8月25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)
2023/8/22	CinemaLeap	文娱传媒	种子轮	6000 万日元	-	1800 万人民币
2023/8/25	Irreverent Labs	元宇宙	B 轮	-	[领投] Samsung NEXT	9.75 亿人民币

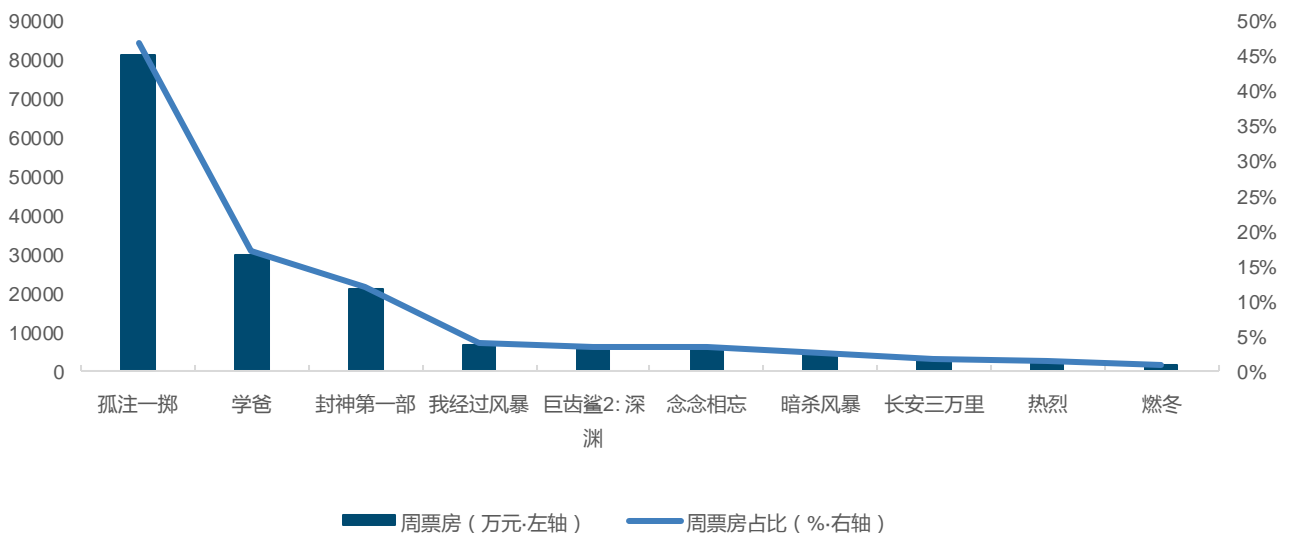
来源：IT 桔子，国金证券研究所

## 三、周度数据跟踪

### 3.1 电影：电影票房周度数据跟踪

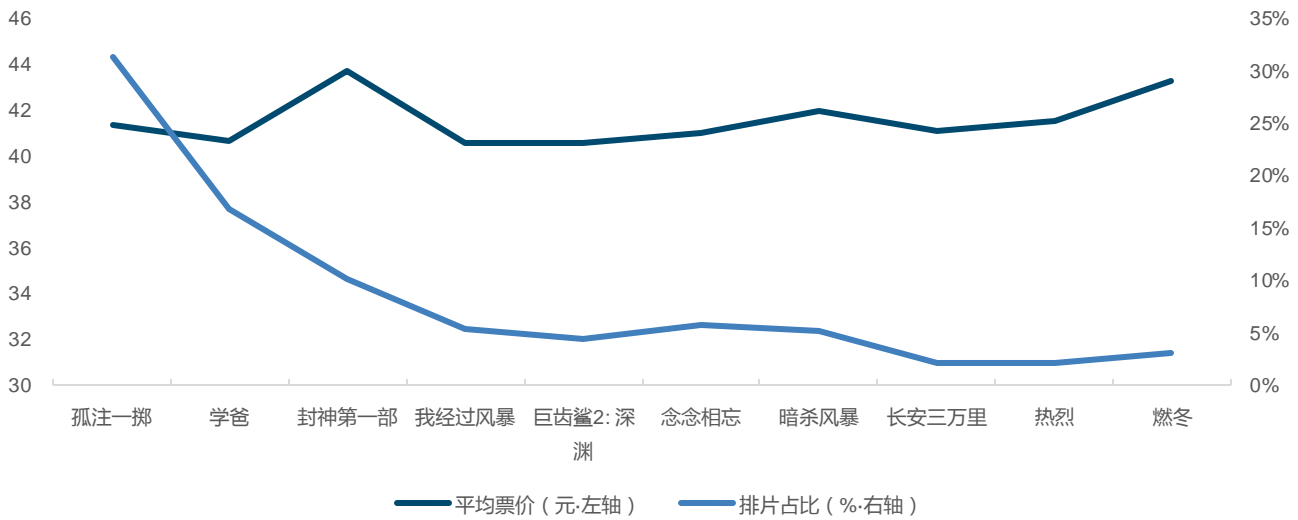
- 8月19日-8月25日，总票房 17.26 亿元，较上周(19.51 亿)下降约 12%，前十名总票房 16.34 亿元，占比 94.68%，较上周 (97.61%) 微降。《孤注一掷》上映 17 日(票房占比 46.9%) 排名第一；《学爸》(票房占比 17.2%) 上映 7 日，排名第 2；《封神第一部》上映 36 日(票房占比 12.1%) 排名从第 2 降至第 3；《我经历风暴》上映 8 日(票房占比 4.0%)，排名第 4；其他影片票房占比均低于 4%。票房前三占比 76.35%，较上周 (83.45%) 下降 7.1pct。
- 排片与票价方面，《孤注一掷》排片占比 31.4%，《学爸》次之，为 17.2%，《封神第一部》为 12.1%，位列第 3；本周平均票价 (41.3 元) 略低于上周 (41.6 元)，《一定拿到手》《完美音符》《力量密码》为票价前 3，分别为 49.6、49.1、44 元，《暴风》平均票价最低，为 11.3 元。

图表3：8月19日-8月25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: 8月19日-8月25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, 8月21日-8月25日期间, 电视剧热度指数排行榜中, 《长相思第一季》(全网热度 76.71)、《莲花楼》(全网热度 74.74)、《一路朝阳》(全网热度 73.35), 分别排名前三,; 《鹤门刀传奇》上映 8 日(全网热度 71.40) 位列第 4; 《灼灼风流》上映 7 日(全网热度 71.06) 位列第 5; 《玉骨遥》上映 55 日(全网热度 69.03) 排名第 6, 较上周不变; 《七时吉祥》上映 16 日(全网热度 68.72) 位列第 7; 《消失的痕迹》(全网热度 67.98) 上映 8 日, 位列第 8; 《她的城》上映 9 日(全网热度 67.63) 排名第 9; 《装腔启示录》上映 8 日(全网热度 67.28) 排名第 10。前十连续剧中, 腾讯视频独占 40%, 爱奇艺独占 40%, 优酷独占 10%。

图表5: 本周 (8.21-8.25) 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
长相思第一季	33	2023/7/24	-	76.71	腾讯视频
莲花楼	34	2023/7/23	-	74.74	爱奇艺
灼灼风流	7	2023/8/19	-	73.35	腾讯视频
鹤门刀传奇	8	2023/8/18	-	71.40	腾讯视频
她的城	30	2023/7/27	-	71.06	爱奇艺
七时吉祥	16	2023/8/10	-	69.03	爱奇艺
安乐传	45	2023/7/12	-	68.72	优酷
消失的痕迹	8	2023/8/18	-	67.98	爱奇艺
玉骨遥	55	2023/7/2	-	67.63	腾讯视频
白日梦我	14	2023/8/12	-	67.28	芒果、咪咕

来源: 骨朵数据, 国金证券研究所, 注: 数据截取时间为 8 月 26 日 12: 00

图表6: 上周 (8.14-8.18) 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
长相思第一季	26	2023/7/24	-	78.71	腾讯视频
莲花楼	27	2023/7/23	-	75.32	爱奇艺
七时吉祥	9	2023/8/10	-	74.15	爱奇艺
安乐传	38	2023/7/12	-	73.41	优酷
潜行者	23	2023/7/27	-	71.51	腾讯视频
玉骨遥	48	2023/7/2	-	70.63	腾讯视频
一路朝阳	5	2023/8/14	-	68.30	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
大宋少年志 2	21	2023/7/29	-	65.36	芒果TV、咪咕
曾少年	40	2023/7/10	-	64.93	腾讯视频、爱奇艺
冰雪尖刀连	8	2023/8/11	-	64.15	爱奇艺、腾讯、优酷、芒果、bilibili、 搜狐、乐视、咪咕

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为8月19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，8月21日-8月25日期间，综艺热度指数排行榜中，《现在就出发》(全网热度59.47)排名第1，较上周排名不变；《舞台2023》(全网热度57.77)排名第二，上升1名；《童话》(全网热度57.19)排名第3，下降1名；《一拍即合的我们》(全网热度56.86)本周排名提升1名至第4；《中国好声音2023》(全网热度54.85)排名第5，下降1名；《心动的信号 第六季》本周排名第6；《星电音联盟》排名第7，较上周排名不变；《密室大逃脱第五季》排名第8；《是朋友的周末》排名第9；《乐队的夏天 第三季》排名第10，下降2名。前十综艺中，腾讯独占30%、优酷独占均为30%、芒果TV(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)独占10%、爱奇艺独占20%。

图表7：本周(8.21-8.25)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
现在就出发	27	2023/7/30	-	59.47	腾讯视频
舞台2023	21	2023/7/29	-	57.77	腾讯视频
童话	10	2023/8/16	-	57.19	腾讯视频
一拍即合的我们	44	2023/7/13	-	56.86	优酷
中国好声音2023	29	2023/7/28	-	54.85	腾讯视频、爱奇艺、优酷
心动的信号 第六季	32	2023/7/25	-	54.37	爱奇艺
星电音联盟	57	2023/6/30	-	54.35	优酷
密室大逃脱第五季	80	2023/6/7	-	54.27	芒果TV
是朋友的周末	64	2023/6/23	-	52.36	优酷
乐队的夏天 第三季	15	2023/8/11	-	51.48	爱奇艺

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为8月26日12:00

图表8：上周(8.14-8.18)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
舞台2023	14	2023/7/29	-	59.66	腾讯视频
一拍即合的我们	30	2023/7/13	-	58.21	优酷
现在就出发	13	2023/7/30	-	57.25	腾讯视频
剧好听的歌	65	2023/6/8	-	56.15	优酷
中国好声音2023	15	2023/7/28	-	55.89	腾讯视频、爱奇艺、优酷
心动的信号 第六季	18	2023/7/25	-	55.25	腾讯视频
密室大逃脱第五季	66	2023/6/7	-	54.44	芒果TV
朋友请吃饭	60	2023/6/13	-	54.36	腾讯视频
全员加速中2023	63	2023/6/10	-	53.92	芒果TV、咪咕
青春环游记第4季	126	2023/4/8	-	53.46	爱奇艺、优酷、腾讯、咪咕

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为8月19日12:00

## 四、重点公司估值表更新

■ 8月21日-8月25日期间，重点公司(20家)均有不同程度的下跌。从细分赛道看，个股表现分化，各板块均有涨有跌，且幅度不大；具体看个股，涨幅最大的是拼多多，为+3.81%，跌幅最大的是叮咚买菜，为-13.33%，当前PE大部分位于(15, 40)的区间，关注AI/XR+内容主线的机会及游戏、院线板块投资机会。

图表9: 重点公司估值表 (2023年8月25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 H1营业收入 (亿人民币)	2023 H1营业收入YOY	2023 H1净利润 (亿人民币)	2023 H1净利润YOY	2023年中报预计发布日期
互联网平台	腾讯	0700.HK	28028	-1.54	4.83	14.22	2992	11.0%	520	23.7%	已发布
	美团	3690.HK	7563	1.77	3.05	93.02	-	-	-	-	已发布
	快手	1024.HK	2604	2.59	2.51	-	-	-	-	-	已发布
电商/即时零售	京东	9618.HK	3789	-0.91	0.36	17.45	5309	4.7%	128	827.2%	已发布
	拼多多	PDD.O	7632	3.81	5.05	19.70	-	-	-	-	2023-09-04
	达达集团	DADA.O	93	-0.60	0.89	-	54	25.1%	-5	-	已发布
	叮咚买菜	DDL.N	33	-13.33	0.13	-	-	-	-	-	2023-09-01
游戏	网易	9999.HK	4535	-1.92	4.62	17.79	-	-	-	-	已发布
	心动公司	2400.HK	71	-0.98	2.01	-	-	-	-	-	2023-08-31
	三七互娱	002555.SZ	544	-1.80	3.38	18.32	-	-	-	-	2023-08-31
	吉比特	603444.SH	287	2.05	5.73	19.79	23	-6.7%	7	-1.8%	已发布
	完美世界	002624.SZ	252	-4.06	3.39	32.41	-	-	-	-	2023-08-31
	中手游	0302.HK	36	-10.56	1.20	-	-	-	-	-	已发布
	宝通科技	300031.SZ	78	-2.81	2.34	-	-	-	-	-	2023-08-26
支付+	移卡	9923.HK	62	-5.71	1.63	55.81	-	-	-	-	已发布
	拉卡拉	300773.SZ	143	-3.56	2.69	-	30	-1.9%	5	54.7%	已发布
内容平台	哔哩哔哩	9626.HK	441	-0.86	1.99	-	104	4.1%	-22	-	已发布
	芒果超媒	300413.SZ	536	-1.92	3.92	28.44	66	-0.4%	13	5.0%	已发布
	阅文集团	0772.HK	293	-0.95	4.31	38.95	33	-19.6%	4	64.8%	已发布
广告	分众传媒	002027.SZ	1066	3.22	10.56	29.46	54	13.7%	22	59.0%	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情况偏差风险。报告结论基于我们的线上数据跟踪,数据的样本情况以及统计方式与实际情况有可能有所偏差。



**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