

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

新冠感染实施乙类乙管，游戏版号常态化发放

本周观点

- 游戏版号发放常态化，政策利好下新游上线不确定性或降低。12月28日，国家新闻署发布12月国产游戏版号，共计84款，同时发布2022年进口游戏版号，共计44款。游戏版号发放更加常态化体现在：1) 发放节奏：22年4月版号恢复发放以来，仅5月和10月未发放国产游戏版号，22年进口游戏版号年内发放；2) 发放数量：22年7/8/9/11/12月国产游戏版号数量67/69/73/70/84，12月游戏版号数量是今年下半年最多的；3) 游戏类型：《重生边缘》、《无畏契约》（又称：Valorant）等中重度游戏获批；4) 获批版号公司：此次游戏版号中，多家上市公司获批，包括腾讯（《重生边缘》、《无畏契约》）、网易（《巅峰极速》、《幻想生活》），也包括中手游《新仙剑奇侠传之挥剑问情》、吉比特《渊海王座》《这个地下城有点怪》、心动公司《火力苏打》等；此外，本次进口游戏版号中，韩国开发商Nexon开发的《冒险岛：枫之传说》获批，腾讯《DNF手游》也有可能在未来获批。我们认为，从上述角度来讲，新游上线不确定性或降低，利好业绩修复。

投资逻辑

- 2023年投资主线为：寻找在虚拟现实行业初期获益的公司；电商及即使零售消费新趋势；疫后复苏。个股方面，关注社交壁垒及游戏工业化能力强、各业务线基本面向好的腾讯，习惯性省钱趋势下的高性价比电商平台拼多多，主业和到店业务均直接受益疫后线下场景修复的移卡，于疫情期间提高市场份额的院线龙头万达电影，及疫后线下出行修复、消费复苏驱动业绩修复的分众传媒。

行业要闻

- 12月26日，国务院联防联控机制综合组当日印发《关于对新型冠状病毒感染实施“乙类乙管”的总体方案》，方案指出，2023年1月8日起，对新型冠状病毒感染实施“乙类乙管”。依据传染病防治法，对新冠病毒感染者不再实行隔离措施，不再判定密切接触者；不再划定高低风险区；对新冠病毒感染者实施分级分类收治并适时调整医疗保障政策；检测策略调整为“愿检尽检”；调整疫情信息发布频次和内容。依据国境卫生检疫法，不再对入境人员和货物等采取检疫传染病管理措施。
- 12月30日，Nreal举办了第10万台Nreal Air AR眼镜下线仪式，是全球首个消费级AR眼镜突破10万台量产。2022年伴随着中国、日本、美国市场的发售，第四季度Nreal出货量超过7万台。此次实现10万台量产的AR眼镜是Nreal第二代产品Nreal Air，是目前Nreal在全球市场主推的产品，拥有业界标杆级的空间视网膜级显示，配备130英寸空中投屏和201英寸AR天幕，并支持与手机、平板、笔记本、掌机、游戏主机甚至智能汽车等多种设备的连接。
- 12月30日，Steam公布2022年度畅销游戏榜，涵盖了2022年Steam平台收入最高的100款游戏，并根据销量将游戏分为了铂金、黄金、白银和青铜四个“段位”，网易的国产买断制游戏《永劫无间》成功冲上最高的铂金段位，与《艾尔登法环》《使命召唤：19》等游戏并列前十。

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.....	11
2.1 政策更新.....	11
2.2 行业新闻.....	13
2.3 行业投融资情况.....	13
三、周度数据跟踪.....	13
3.1 电影：电影票房周度数据跟踪.....	13
3.2 电视剧：连续剧热度指数排行榜周度跟踪.....	14
3.3 综艺：综艺热度指数排行榜周度跟踪.....	15
四、重点公司估值表更新.....	16
五、风险提示.....	16

图表目录

图表 1： 政策更新.....	11
图表 2： 12 月 24 日-12 月 30 日行业投融资情况.....	13
图表 3： 12 月 24 日-12 月 30 日电影票房及占比周度数据跟踪.....	14
图表 4： 12 月 24 日-12 月 30 日周度电影平均票价及排片占比数据跟踪.....	14
图表 5： 本周（12.25-12.30）连续剧热度指数排行榜.....	14
图表 6： 上周（12.19-12.24）连续剧热度指数排行榜.....	15
图表 7： 本周（12.25-12.30）综艺热度指数排行榜.....	15
图表 8： 上周（12.19-12.24）综艺热度指数排行榜.....	15
图表 9： 重点公司估值表（2022 年 12 月 30 日）.....	16

一、本周观点

1.1 行业观点

■ 事件：

- 12月28日，国家新闻出版署发布12月国产游戏版号，共计84款，同时发布2022年进口游戏版号，共计44款。

■ 点评：

- 游戏版号发放常态化，政策利好下新游上线不确定性或降低。1) 发放节奏：22年4月版号恢复发放以来，仅5月和10月未发放国产游戏版号，22年进口游戏版号年内发放；2) 发放数量：22年7/8/9/11/12月国产游戏版号数量67/69/73/70/84，12月游戏版号数量是今年下半年最多的；3) 游戏类型：《重生边缘》、《无畏契约》（又称：Valorant）等中重度游戏获批；4) 获批版号公司：此次游戏版号中，多家上市公司获批，包括腾讯（《重生边缘》、《无畏契约》）、网易（《巅峰极速》、《幻想生活》），也包括中手游《新仙剑奇侠传之挥剑问情》、吉比特《渊海王座》《这个地下城有点怪》、心动公司《火力苏打》等；此外，本次进口游戏版号中，韩国开发商Nexon开发的《冒险岛：枫之传说》获批，腾讯《DNF手游》也有可能在未来获批。我们认为，从上述角度来讲，游戏版号发放更加常态化，新游上线不确定性或降低，利好业绩修复。

1.2 重点公司跟踪

A股：关注“低估值”+“高成长性”的游戏板块和优质流媒体公司

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

①公司产品储备丰富，关注《小小蚁国》等新游带来的增量。2022年9月《小小蚁国》国内上线。据七麦数据，截止12月30日该游戏处于iOS模拟游戏畅销榜第2位，全部游戏畅销榜排名第13，在Q4持续贡献业绩，建议关注公司后续蚂蚁题材的SLG储备产品表现。目前公司储备了《霸业》等30余款游戏，其中《霸业》《空之要塞：启航》《光明冒险》等游戏已拿到版号，后续有望陆续上线。卡牌类：关注公司全球性定位的重点自研产品《代号：C6》带来海外业绩增量。

②坚持精品化、多元化、全球化战略，海外业务有望复制成功案例之路。据Sensor Tower，公司在22年9/10/11月中国手游发行商收入排行榜中始终位于第4名，彰显海外市场开拓的稳健性。目前以《Puzzles&Survival》、《云之城之歌》、《叫我大掌柜》为代表的全球发行游戏取得显著成功，这些成功案例为公司积累了丰富的全球化研发、发行的经验，利于公司延续成功出海产品的道路。SLG生命周期较长，长线SLG游戏P&S美国iOS畅销榜排名趋稳，预计未来持续变现，贡献利润。据Sensor Tower，《P&S》在22年11月出海游戏收入排名中位居第3，环比10月提升1位；《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。

③12月26日，三七互娱参与深流微智能的亿元级A轮融资，据IT桔子，本次融资由老股东兴旺投资领投，三七互娱和卓源资本跟投，本轮募集资金将用于加速技术产品研发。

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

①公司长线运营能力处于二线厂商龙头水平。市场大多手游平均生命在1年左右，而公司较强的“超长线”运营能力，推动核心游戏《问道》手游已持续运营了5年，相比同类竞品，主力游戏DAU保持较高水平的稳定状态，我们认为公司在长线运营能力上已处于二线厂商头部梯队。1) RPG品类：除低于一线网易的《梦幻西游》外，《问道》DAU高于其他二线厂商竞品。Q3《问道手游》于iOS游戏畅销榜平均排名第25名左右，相对Q2略有下滑，总体表现保持稳健。2) 放置类：《一念逍遥》4月DAU已反超20年的爆款竞品，且DAU稳定性更高。

②长线运营能力+多赛道布局，增加出圈概率，版号储备较多，关注新游上线。目前，公司在研发项目已立项9个，《超喵星计划》已获版号，M66海外版预计23年海外上线，国内版已于21年申请版号；在代理项目上已覆盖了10个品类，代理储备布局了约7个品类，包括了射击、女性向、沙盒类等多个品类，有望获得更多“出圈”红利，代理产品储备中《黎明精英》《新庄园时代》《失落四境》《皮卡堂》已获版号。

③吉比特子公司雷霆网络的《渊海王座》已于12月28日获批版号，储备研发产品得到兑现，有望带来全新增长；《问道》在12月App Store手游畅销排行榜中处于第27名左右，12月30日当天处于手游畅销排行榜第36名；《一念逍遥》在Q4角色扮演类手游畅销排行榜中平均处于30名左右，表现稳定；《一念逍遥》已推出微信小程序版本，处于初期的测试阶段；吉比特子公司雷霆网络的《捕梦猫》于11月17日获批版号。据Sensor Tower，9月初《一念逍遥》韩语版上线，使得9月《一念逍遥》海外收入环比+93%，2022年12月位于中国App Store手游收入的第21名左右；《超喵星计划》拿到8月批次版号后，目前已于TapTap开启预约，预约人数截止12月31日11:00为16.75万人，

评分 9.2。

④吉比特 12 月 21 日发布 2022 年前三季度权益分派实施公告，拟每 10 股派发现金红利 140 元(含税)，共计派发现金红利 10.06 亿元。股权登记日为 2022 年 12 月 28 日，除权(息)日为 2022 年 12 月 29 日，现金红利发放日为 2022 年 12 月 29 日。

3) 宝通科技：10 月 27 日发布三季报。①收入端：第三季度单季实现营收 8.62 亿元，同比增长 35.25%；前三季度实现营业收入 23.88 亿元，同比增长 21.09%。②利润端：第三季度单季度实现归母净利润 5013 万元，同比下降 40.48%。前三季度实现归母净利润 1.01 亿元，同比下降 69.76%。利润环比实现扭亏为盈，主要系工业互联网业务增长及游戏营收企稳，同时加大了费用管控。

随着易幻加强拓展国际业务，公司营收有望保持增长；借助子公司哈士奇在 VR/AR 内容和解决方案上的优势，叠加本身在游戏和工业互联网的优势，公司强化了虚拟现实领域的布局；据 7 月 5 日投资者关系活动表显示，公司 Q2 环比 Q1 改善较多，Q2 上线的游戏流水数据表现出色，在新马和港澳台上线的《剑侠世界 3》表现优异，创造了易幻公司在港台地区的单月流水的新高；易幻上半年在国内发行的《元素方尖》和《终末阵线》上线后首月流水也基本符合公司预期。

①游戏储备丰富，4 款产品已拿到版号。7 月 5 日投资者关系活动表显示，公司目前已拿到《终末阵线》《元素方尖》《冰火创世纪》等四款产品版号，《幻象回忆》《D3》等三个游戏在等待版号审核中。

②12 月 12 日，宝通科技 2022 年度首届大质量工作会议在百年通鸿山智慧产业园报告厅举行；公司 9 月 13 日在投资者互动平台表示，公司与 Meta 长期展开合作。9 月，宝通科技宣布，公司已在无锡、上海、苏州设立了展馆，并与银亚集团签署了战略合作协议，双方将基于元宇宙联盟以及 BOLON SPACE 1 裸眼混合现实技术等多方位的紧密配合，打造大健康与环保健康产业、数字卫生与防疫产业、工业元宇宙与产教融合产业、元宇宙与非物质文化遗产(数字资产)产业、元宇宙与城市交通系统等具体合作生态，共同进行市场开拓。

4) 芒果超媒：出品内容保持高热度彰显自制综艺优势，打造内容电商小芒 APP 和线下实景娱乐 M-CITY 培育新增长极。10 月 25 日公布三季报，前三季度实现营业收入 102.39 亿元，同比下降 11.97%；归属于上市公司股东净利润 16.78 亿元，同比下降 15.24%。第三季度单季度芒果超媒营收 35.24 亿，同比下降 6.72%；净利润 4.87 亿，同比下降 7.8%。主要由于疫情影响，广告持续承压。会员收入逆势增长，前三季度同比增长 7.83%，主要通过“芒果剧选”等会员运营打法，提升会员粘性和续费率。运营商业收入规模前三季度同比增长 16.39%，运营省内内用户拉新效果明显。

短期：会员及运营商业务稳健，广告有所承压，关注《披荆斩棘 2》等优质内容对收入的拉升。1) 广告：前三季度广告收入同比-26.33%，较 H1 的同比下滑幅度收窄 4.82pct，表明 Q3 广告业务有所改善但仍承压。2) 会员：前三季度收入同比+7.83%，较 H1 的同比增速提升 1.35pct，主要系《披荆斩棘 2》等爆款优质节目上线的拉动，且公司创新双平台会员运营打法提升会员粘性和续费率。3) 运营商：前三季度收入同比+16.39%，较 H1 的同比增速下滑 2.92pct，整体增长仍较为稳健。

长期：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；1H22 内容电商收入 9.45 亿元/yoy+1.43%，未来或将成为新增长极。

①内容表现：综 N 代保持高热度，剧集表现向好。综 N 代：《时光音乐会 第二季》12 月 16 日上线，上映首周全网热度位于全部综艺的第 9 名，12 月全网热度位于全部综艺的第 6 名；《妻子的浪漫旅行第六季》于 11 月 24 日上线，上线首周位居全部综艺的第 3 名，12 月全部综艺的月榜的第 2 名；《再见爱人 第二季》于 10 月 28 日上线，12 月全网热度位于全部综艺的第 8 名，《中餐厅第六季》9/11 月全网热度分别位于全部综艺的第 3/6 位，《密室大逃脱第四季》10 月全网热度位于全部综艺的第 9 位，《你好星期六》(《快乐大本营》改版) 12 月全网热度排名稳定在第 9 位，一定程度体现出改版的成功。剧集：《云中谁寄锦书来》12 月 11 日上线，次周即位居全部剧集第 8 名，12 月全网热度位于全部电剧集的第 13 名；《天下长河》于 11 月 11 日上线，上线首周位居全部剧集第 9 名，12 月全网热度位于全部电剧集的第 4 名。

②12 月 15 日，湖南卫视联合芒果 TV 举行了“2023 年内容 IP 分享会”。会上推出约 30 部综艺，《乘风破浪 4》、《披荆斩棘 3》、《声生不息宝岛季》、《向往的生活 7》、《中餐厅 7》、《再见爱人 3》、《大侦探 8》等综 N 代均将于 2023 年上映，同时推出《全民歌手 2023》、《女子推理社》等新综。

5) 分众传媒：短期关注疫后消费复苏，对客户品牌建设的重要性在宏观经济增速放缓下愈加凸显，随消费趋势的自然变化，长期有增长潜力。公司于 10 月 31 日披露三季报，前三季度实现营业总收入 73.7 亿元，同比下降 33.9%；归母净利润 21.31 亿元，同比下降 51.8%。上半年疫情反复致使业绩短期承压，整体符合市场预期。①收入端：22 年 H1 收入同比-33.77%，Q2 收入 19.1 亿元/yoy-48.8%，主要由于 3 月以来疫情点状反复，广告需求疲软，CTR 数据显示 3-5 月广告花费同比降幅均大于 10%，且逐月拉大。②盈利端：H1 毛利润同比-40.7%，毛利率同比-6.9pct 至 59.0%，归母净利润同比-51.6%，净利率同比-10.7pct，主要由于媒体资源租赁等成本较刚性，Q1 人员优化补偿计提导致 H1 管

理费用同比+16.0%，管理费率同比+2.5pct。

短期：关注疫后消费复苏及宏观景气度。6月以来防疫趋于常态化，广告投放有所回暖，CTR数据显示H1广告花费同比增速于5月触底，6月延续5月环比提升的态势；公司业绩与宏观景气度关联度较高，收入占比最高的行业是日用消费品和互联网，消费属性较强。随疫情形势好转，下半年消费有望有所复苏，关注宏观经济态势走势。

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

①12月，贵州星贵酒业与分众开展战略合作，客商亿站与分众传媒开启战略合作，蟹状元与分众传媒开启战略合作，首批电梯广告将覆盖苏州本地70%以上高端写字楼；11月25日，独立程序化数字户外广告技术公司Hivestack巢仕达宣布，与分众传媒建立合作伙伴关系，分众传媒的电梯媒体网络将逐步入驻Hivestack巢仕达的供应方平台。

②11月13日，分众传媒与众诚投在分众传媒总部上海举行战略合作协议签约仪式。未来，双方将在下沉市场资源开发、品牌渠道定制、媒介营销、资源整合等方面开展全方位合作，面向全国共同开展品效渠结合的战略合作。

6) 国联股份：10月28日发布三季度报告，归母及扣非归母净利润均超出业绩预告上限，关注产业互联网渗透率持续提升。前三季度营收462.86亿元，同比+97.17%，归母净利润6.83亿元，同比+101.57%，实现扣非净利润6.21亿元，同比+102.81%。主要系与多多电商的深度融合，旗下各多多电商深入贯彻“平台、科技、数据”战略，推动工业品电商渗透率提升。

①12月28日公司发布股份回购公告，拟于2022年12月28日至2023年12月20日完成本次公司股份回购计划，本次回购价格不超过100.00元/股，回购总金额不超过4亿元人民币，预计可回购股份数量不超过400万股，拟回购股份数量上限占公司总股本比例为0.80%，具体回购股份的数量以回购期满或终止回购时实际回购的股份数量为准。

②针对媒体发布文章，对公司有关“贸易三角”、客户供应商交集、上下游关联关系、交易合理性及信息披露差异等问题提出质疑，公司于12月9日发布澄清公告。同日，公司收到上交所于媒体报道的监管工作函，请公司进一步核实情况，国联股份12月13日发布澄清补充公告。10月10日21点10分，国联股份第七届双十产业电商节提前结束，当日集采订单超172亿元，同比增速达90.21%，再次刷新多平台单日订单记录。

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。10月29日发布三季报，前三季度主营收入30.37亿元/yoy+81.67%；归母净利润2.05亿元/yoy+240.77%。其中2022年第三季度单季度主营收入12.35亿元/yoy+88.8%；单季度归母净利润9461.28万元/yoy+208.97%。8月23日公司发布22年中报业绩。1H22营业收入18.02亿元/yoy+77.09%，归母净利润1.11亿元/yoy+287.45%，同比实现扭亏为盈。

①遥望科技于12月27日公告称，董事长谢如栋因偿还自身债务、产业投资需要，通过大宗交易方式在12月27日以14.68元/股均价，减持了公司股票1820万股，占公司总股本的1.997%，涉资约2.67亿元。减持完成后，谢如栋持有股份占总股本比例由9.518%降至7.521%。

②12月15日，2022智族GQ年度人物盛典(MEN OF THE YEAR)于上海举行，遥望科技获选2022智族GQ“年度数字商业创新企业”。

③11月18日星期六在投资者互动平台表示，公司子公司遥望网络本年双十一期间总GMV31.87亿元，较去年同比实现大幅增长。

④11月11日，星期六在互动平台表示，公司今年以来结合NFT及明星粉丝经济，尝试开发构建了新型电商平台——“柚堂”，每一件潮玩潮品都具有唯一的标识。平台构建中有引入WEB3.0的理念及相关部分技术。目前平台构建已基本完成，内容及商品在着手充实中，尚未开始较大规模的推广。

港股：港股互联网公司具备长期投资价值，目前整体估值较低，适合长期配置

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

①社交基本盘：应用持续迭代，12月30日微信手机版本8.0.32安卓内测上线，优化了聊天记录的清理功能，加入了自定义时间的选项；可以设置个性来电铃声和通知；可以在消息免打扰的群里关注特定成员的消息；可以在平板、电脑等设备中同时登陆一个账号。

②游戏：腾讯天美与ThePokemonCompany共同开发的MOBA游戏《宝可梦：大集结》已于12月28日获批版号，此前

《宝可梦：大集结》已于海外服上线，曾在上线两小时内登顶 65 个以上国家/地区的 iOS 游戏免费榜，我们预计该游戏是腾讯在 MOBA 领域更轻度、休闲向的补充，上线后有望进一步稳固腾讯在国内 MOBA 领域的领先地位；此外腾讯游戏出品的《重生边缘》也于 12 月 28 日获得国产版号，《Valorant》中文定名《无畏契约》获得进口版号，此前在海外实现 1,400 万 MAU，22Q2 创 MAU、流水新高，22Q3 再度创下流水新高，22M11 DAU 达 221 万人，有望填补国内电竞产业射击品类缺口，长期维持游戏热度与流水贡献；12 月 26 日腾讯游戏《节奏大师》宣布回归，于当天上线安卓进行内测；据 Sensor Tower，由腾讯 Level Infinite 发行、韩国 Shift Up 工作室研发的《胜利女神:Nikke》在 11 月 4 日上线后，首月的全球收入已超过 1 亿美元，也让腾讯海外市场收入随之增长 12.5%；《合金弹头：觉醒》于 11 月获批版号。

③ 社交媒体：据骨朵数据，《时光与他，恰是正好》12 月 25 日上线，上线首周热度位于全平台剧集的第 15 名；《向风而行》12 月 26 日上线，首周全网热度位于全部剧集的第 4 名；《爱的二八定律》于 11 月 14 日上线，12 月全网热度位于全部剧集的第 3 名，全部网剧的第 2 名；《来看我们的演唱会》11 月 19 日上线，上线首周全网热度位于全部网综的第 9 名，12 月全网热度位于全部网综的第 2 位，11 月 29 日上线的《令人心动的 offer 第四季》，12 月全网热度位于全部网综的第 3 位；《我们的当打之年》11 月 25 日上线，12 月热度位于网络剧的第 8 名，同比上升一名；《脱口秀大会第五季》8 月 30 日上线，9/10/11 月热度排名均位于全部综艺的第 6/6/4 名；

④ 战略发展：12 月 29 日，腾讯云联合中国联通智网创新中心打造的下一代 IDC 数字化运营应用，正式亮相 2022 中国联通合作伙伴大会。立足双方资源和经验优势，该数字化应用可实现对数据中心电力系统、制冷环境、安全防范等全方位智慧化运营，加速行业数字化进程，深化行业空间；腾讯可持续社会价值事业部碳中和实验室与比亚迪腾势汽车于 12 月达成战略合作伙伴关系；11 月 30 日，2022 腾讯全球数字生态大会召开，会上腾讯集团高级执行副总裁、云与智慧产业事业群 CEO 汤道生表示，产业互联网的深化体现为三大趋势：首先，精益制造成为许多制造企业的数字化目标。其次，协同工具可以提高决策与执行效率。最后，数字化精准营销可以识别用户需求，捕捉市场机会。为此，腾讯将从产品、技术、生态三个方面发力塑造标杆。

⑤ 对外投资：继续筛选优质标的投资，12 月 16 日，投资韩国游戏开发商 Shift Up，旗下作品有叙事性收集式卡牌游戏《命运之子》、美少女射击游戏《胜利女神：NIKEE》等，该公司最新估值 9750 万元人民币。10 月 4 日，波兰独立游戏开发工作室 Gruby Entertainment 宣布，腾讯控股有限公司已同意收购该公司少数股权。9 月 20 日，腾讯对《雷霆一击》的开发商 Triternion 进行了投资并获得少数股权。

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

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

① 12 月 30 日，快手宣布成为周杰伦元空间独家合作伙伴，其个人音乐元空间“周杰伦限定珍藏 DEMO 空间”正式独家落户快手，并将于 12 月 29 日至 1 月 28 日开启限时体验。

② 12 月 27 日，网易云音乐宣布与快手达成框架合作，双方在版权合作、歌曲推广、音乐人共建等领域深度联动。快手音乐将接入网易云音乐旗下的版权服务平台“云村交易所”，网易云音乐将入驻快手“音乐公司宣发后台”，实现双方资源互享。

③ 12 月 12 日晚，由快手 StreamLake 助力蒙牛打造的 3D 写实虚拟人“奶思”，通过“蒙牛牛奶旗舰店”快手账号带来直播首秀。本场直播吸引近 300 万人观看，相较于该账号过去 30 天内的均值表现，互动量提升明显，直播间点赞数和评论数分别提升 800% 和 88%。

④ 12 月 11 日，快手短剧主办的 2022 第三届金剧奖正式举行，快手短剧日活用户超过 2.6 亿，过去一年爆款短剧的数量增长近 40%。2022 全年快手短剧全年播放量破亿的项目超 100 个，而总播放量则超过 500 亿次。在短剧创作者中，有电商收入的人数增长 35%、百万粉创作者短视频带货 GMV 同比增长 143%。

⑤ 11 月 12 日，快手发布的 116 心意购物节数据显示，10 月 20 日-11 月 11 日，买家数同比增长超 40%；电商短视频订单量同比增长超 515%；快品牌 GMV 同比增长超 80%。

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

①美团联合第一财经商业数据中心 (CBNData) 发布《2022 年火锅品类发展报告》，数据显示，火锅品类 2022 年线上交易在线门店数约 15 万家，线上化率约 27.5%，远超过正餐大盘；从外卖订单量交易数据来看，火锅外卖 2022 年订单量增速达到了 21.97%，增速仅次于自助餐及鱼鲜海鲜。美团餐饮数据显示，2022 年 50-100 元价位的线上订单量占比为 63%，100—150 元价格带订单量增速位居第二。从占比和增速的综合评判，火锅消费将着力在 50 元—150 元价格带深耕。

②美团买药自 12 月 29 日，为全国药店提供“拆零药品”自助上线功能，全方位支持药店将通用名为布洛芬缓释胶囊和对乙酰氨基酚两种类型的药品进行拆零销售，保障疫情时期退烧药需求。

③美团宣布 12 月 25 日至 2023 年 1 月 27 日期间，坚守在配送一线，符合政府制定的相关在岗标准的美团骑手均可分别在平日、元旦及春节假期获得政府提供的每天 60 元、150 元补贴。在此期间，美团外卖也将在上海持续加大‘疫情关怀金’投入，来保障上海运力稳定、提升骑手跑单补贴收入。

④12 月 15 日上午 9 点，美团无人机首条常态化航线在金山区华东无人机基地正式启动，新航线将作为美团无人机在上海落地的首站，成为区域内运力的重要补充，配合外卖员完成日常配送工作。

⑤11 月 16 日，腾讯控股公告称，每持有 10 股腾讯股票，将获得派发 1 股美团 B 类股，非合格股东将按记录日期就此标准收入现金替代派付。待分派的美团 B 类股占腾讯持有的美团 B 类股总数的 90.9%，占 2022 年 10 月 31 日美团已发行股份的 15.5%（按一股一票计）。

4) 网易：11 月 17 日，网易发布 2022 年第三季度财报。Q3 营收 244 亿元，同比增长 10.1%；归母净利润 67 亿，同比+110.6%。Q3 游戏及相关增值业务营收约 187 亿元/yoy+9%，主要由于手游《暗黑破坏神：不朽》表现火爆，端游《永劫无间》持续更新，经典旗舰游戏产品如《梦幻西游》和《大话西游》保持旺盛生命力，其它热门游戏产品如《第五人格》和《无尽的拉格朗日》等人气不减。云音乐业务营收约 24 亿元，同比增长 23%，截至 Q3 平台已超过 57 万进驻的独立音乐人，随着成本结构的优化，推动毛利率持续改善，云音乐宣布与 SM 集团、YG 集团等达成战略合作，将在音乐版权、艺人宣推等展开深度合作；有道收入 14 亿元/yoy+1%，今年以来网易有道已先后推出了智能护眼灯、AI 学习机 Y10、有道词典笔 X5、有道词典笔 P5、AI 学习机 X10 等 5 款自研新品，数量创下历年新高。

①海外发展：公司持续加强海外研发，发力优质内容制作，22 年已成立包括名越工作室、Jackalope Games 等工作室。全球化游戏储备丰富，520 发布会上也公布自研《永劫无间手游》实机演示，《萤火突击》、《零号任务》等游戏宣布海外测试时间；《暗黑破坏神：不朽》已于海外上线，据 Sensor Tower，收入稳定在高位，截至 7 月底官方 Twitter 宣布，游戏下载量成功突破 3000 万，且海外总收入突破 1 亿美元，位居本期海外收入榜第 4 名，美国和韩国市场收入占比最大，分别占 7 月海外总收入的 38% 和 14.8%；7 月 25 日手游国内上线，8 月《暗黑破坏神：不朽》位列榜单第 6 名，收入环比增长 234%，9 月《暗黑破坏神：不朽》位列榜单第 9 名。11 月 23 日，波兰独立游戏工作室 Rebel Wolves 方面宣布已获得网易的战略投资，并将继续独立运营，保留正在开发的新 IP 创作自由和所有权，该工作室正在开发的是一款基于虚幻 5 引擎打造的 3A 级黑暗幻想单人叙事驱动 RPG 游戏，未来将登陆 PS5、Xbox Series X|S，以及 PC 平台。

②国内游戏：12 月 30 日，Steam 公布 2022 年度畅销游戏榜，涵盖了 2022 年 Steam 平台收入最高的 100 款游戏，并根据销量将游戏分为了铂金、黄金、白银和青铜四个“段位”，网易的国产买断制游戏《永劫无间》成功冲上最高的铂金段位，与《艾尔登法环》《使命召唤：19》等游戏并列前十；12 月 28 日，网易游戏出品的《幻想生活》和《突袭：暗影传说》获得国内游戏版号批准，国内游戏版号的重新批放有望为网易带来游戏板块的复苏；12 月 17 日，网易开放世界《射雕》正式开启了 TapTap 预约，游戏将登陆 PC/手机平台，截至 12 月 18 日 14:00，预约人数 1.37 万人，评分 9.4；11 月 25 日，河南省文化和旅游厅携手网易《我的世界》正式上线共创游戏新玩法。

③12 月 30 日，茅台集团旗下茅台文旅与网易集团旗下网易好物共同出资携手打造的“巽风数字世界”将于 2023 年 1 月 1 日正式上线。巽风数字世界是茅台与网易深度合作，共同开启的一场传统和现代融合的数字革命，预计将深化网易在元宇宙领域与其他公司的跨界合作。

④11 月 17 日，网易在第三季度财报中披露，网易与暴雪的国服代理授权将于 2023 年 1 月到期且将不会续期。代理自暴雪的游戏，对网易 2021 年和 2022 年前九个月的净收入和净利润贡献百分比，均为较低的个位数。授权到期对网易的财务业绩将不会产生重大影响，但网易承诺为玩家服务到最后一刻；目前由于国内重新发放进口游戏版号，停服事件有望得到尽快解决。

⑤12 月 30 日，茅台集团旗下茅台文旅与网易集团旗下网易好物共同出资携手打造的“巽风数字世界”将于 2023 年 1 月 1 日，正式上线。巽风数字世界是茅台与网易深度合作，共同开启的一场传统和现代融合的数字革命。

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

①12月28日，心动公司出品的《无尽旅图》获批国内游戏版号。

②《退休模拟器》于11月17日获批版号。

③10月12日，《火炬之光：无限》海外上线，据 Sensor Tower，该游戏带动公司10月移动端收入环比+27%，重回中国手游发行商收入第27名；自研新品《T3 Arena》5月26日海外上线，登顶 iOS 美国区总榜免费榜，截止12月30日稳定在动作类游戏畅销榜的第40-90名区间，在12月第4周排名有较大幅度进步；《派对之星》4月23日国内上线，截止12月10日，在家庭聚会类游戏畅销榜的排名稳定在第10-20名的区间。

6) 阅文集团：8月15日，公司发布2022年中期业绩，H1营收40.87亿元/yoy-5.9%，宏观经济影响下承压，NON-IFRS净利润6.9亿元，同比+8.2%，降本增效提升经营效率，毛利率稳健、费用率优化，毛利率52.5%，同比-0.2pct；销售及营销费用率27.2%，同比-3.9pct，一般及行政开支费用率13.6%，同比-1pct。

IP可视化稳步推进，新丽传媒精品内容制作优势显著，下半年剧集储备丰富，短期关注内容逐步上线，长期看好IP运维。新丽聚焦精品制作，2022年上半年，出品的电影《这个杀手不太冷静》及电视剧《人世间》《风起陇西》《心居》《请叫我总监》等均获好评，再次印证了新丽的制作优势；下半年剧集中《玫瑰之战》已上线，《纵有疾风起》《与凤行》《潜伏者》等剧集均出现在腾讯视频2022片单中，关注下半年剧集有序上线。阅读业务稳健，轻度用户数量增长优于重度付费用户，付费用户ARPU值进一步提升，为IP运维提供稳健基础。

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。

①12月29日，中国国家版本馆在深圳文博会现场举行“中国国家版本馆首批网络数字版本入藏仪式”，接收腾讯公司、阅文集团、腾讯音乐娱乐集团三家互联网企业首批优秀网络数字版本，此次入藏的45项网络数字版本均是数字时代的代表性作品。

②文化和旅游部恭王府博物馆与阅文集团携手启动非遗推广计划，通过共建文创基地、举办作品研讨、组织征文大赛、开发文创产品等多种形式，以创新的跨界对话方式，焕发传统非遗的新生命。“恭王府博物馆×阅文集团网络文学创作大赛”已经在阅文集团旗下的全平台正式上线。

③11月25日，阅文集团旗下起点读书App“网文填坑节”活动首批书单出炉。《斗罗大陆》《盗墓笔记》《凡人修仙传》《诡秘之主》《全职高手》《诛仙》等五十余部经典完结作品即将于12月1日起在起点读书再更新番外，全站用户免费阅读。

④11月10日，由新丽文化投资的《卿卿日常》开播，上线当周热度位于全部剧集的第十名；11月3日，电视剧《庆余年》官微发布《庆余年》第二季将开机的消息。

7) 哔哩哔哩：11月29日，B站公布了第三季度财报。财报显示，第三季度营收达57.9亿人民币，净亏损达17.16亿人民币，亏损收窄。公司已申请于港交所主板转为主要上市，预计10月3日生效。

①用户创新高，实现高质量成长，收入持续增长，各项指标达新高：哔哩哔哩22Q3总营收为人民币57.94亿元，yoy+11.3%，qoq+18.0%；Non-GAAP归母净利润为-17.65亿元，YoY+8.8%，QoQ-10.3%；内容生态体系持续完善，Story-Mode提升广告变现效率公司Q3MAUs达3.3亿人(yoy+24.5%，qoq+8.8%)，DAUs为9,030万人(yoy+25.2%，qoq+8.1%)，用户日均使用时长96分钟(yoy+9.1%，qoq+7.9%)，创历史新高。

②《时空猎人3》、《宝石研物语：伊恩之石》、《非匿名指令》于6月/10月/11月上线后表现良好，带动Q3游戏实现营收14.7亿元(YoY+5.7%，QoQ+40.6%)。bilibili游戏独家代理的暗黑国风动作Rogue游戏《暖雪》已获版号，预计将在2022年12月登陆移动平台，目前TapTap上预约人数超26万人；活跃用户数、日均使用时长再创新高，2023年4亿MAUs目标可期。

③毛利率净利率环比改善，降本增效持续兑现：伴随公司IT成本、带宽成本的逐步降低以及收入的环比改善，Q3毛利率环比+3.2至18.2%。费用率：Q3整体费用率为50.1%(yoy-5.5pcts，qoq-9.6pcts)，其中销售/管理/研发费用率环比分别-2.7pcts/-3.4pcts/-3.5pcts至21.2%/9.4%/19.5%。

近况：①番剧：1Q23将上线18部独播/出品番剧，5部为国产，储备丰富，《三体》12月10日开播(全15话，已播出4话)，截至12月30日24:00，播放量2.5亿，全平台热度排名第一；②剧集：截止12月25日，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49部大会员专享纪录片，《明日战记》、《精灵旅社4：变身大冒险》、《新蝙蝠侠》等28部大会员专享电影；③综艺：《非正式会谈第7季》(全10集更新完毕)4月上线，《90婚介所2022》(全13集更新完毕)5月上线，《哔哩哔哩向前冲》(全16集更新完毕)8月上线，截止12

月 30 日播放量分别为 2 亿、3 亿、2.5 亿；④游戏：2022 年 12 月 26 日-2023 年 1 月 11 日共有 10 款代理游戏开始测试，截止 12 月 30 日，《崩坏：星穹铁道》共有 232.1 万人预约（米哈游运营），《绝区零》共有 156.0 万人预约（米哈游运营），《明日方舟：终末地》共有 134.9 万人预约，《Apex 英雄》共有 61.9 万人预约。⑤BilibiliWorld2023 招展启动，第六届 BilibiliWorld 上海场将暂定于 2023 年 7 月 21 日至 7 月 23 日在上海国家会展中心举办，现已启动招展。

8) 阿里巴巴：11 月 17 日，阿里巴巴公布了截至 2022 年 9 月 30 日止季度（对应 2023 财年第二财季）业绩报。数据显示，总收入达 2071.8 亿元人民币，同比+3.2%。经调整净利润达 338.2 亿元人民币，同比+19%。

①12 月 29 日，阿里宣布组织变化，张勇兼任阿里云智能总裁并直接分管钉钉；T3 出行现已正式进驻抖音小程序，为抖音的出行服务业务带来更多的合规运力加持；12 月 26 日，淘宝正在测试国内首场元宇宙直播，并注册了多项元宇宙商标，如果进展顺利，项目有望在春节前上线

②阿里巴巴旗下跨境电商平台阿里国际站启动代号为“Digital Hybrid Trade Show”的专项行动，将推出至少 100 场“数字化混展”为主的海外展会，覆盖包括美国、德国、英国、日本、新加坡、澳大利亚、土耳其、印度、巴西、迪拜等十余个重要外贸目标市场。

③12 月 8 日，阿里巴巴 eWTP（世界电子贸易平台）与泰国共建的首个数字自贸区正式开始试运营，这是自 2018 年 eWTP 与泰国签订合作备忘录以来的标志性进展，也是泰国第一个通过数字化方式建立的自贸区。eWTP 泰国数字化自贸区投入使用后，中国到泰国的跨境电商履约时效将从 10 天缩减到 3 天。

④11 月 30 日，阿里巴巴将在西班牙正式推出新出海平台 Miravia，目前已在 iOS 版应用商店中上线，PC 端网站 miravia.es 也已对外开放。这是距去年阿里推出快时尚品牌独立站 AllyLikes 后，又一个新跨境电商平台。

9) 京东：公司业绩稳健，自营+供应链的模式壁垒深厚。11 月 18 日公司公布三季度财报。收入 2435 亿元/yoy+11.4%。归母净利润 60 亿元，去年同期为净亏损 28 亿元。

①12 月 28 日，京东云混合多云操作系统云舰通过了中国信通院应用多活能力评估，位列最高级别——“先进级”，代表云舰的产品能力进一步升级，能够有效保障业务系统持续稳定的运行，为更多产业客户提供业界领先的数智化能力。

②12 月 27 日，京东二轮出行与天能集团签署协议，升级双方战略合作。此次战略合作中，双方将在产品、全渠道零售、车后服务以及用户等四大维度开展多层次、多领域的战略合作。双方将充分发挥在信息、技术、产品、资源上的优势，共同推动电动车后市场及服务业务模式健康发展，通过线上线下的全渠道零售新模式的合作与共创，共同打造未来电动车社会化服务链。

③受今冬以来最强寒潮的持续影响，11 月 28 日-30 日，京东电热毯、水暖毯成交额同比增长 350%，毛毯成交额同比增长 60%，冬季被芯成交额同比增长 50%。11 月 28 日-29 日，京东浴霸品类成交额同比增长超 50%，其中除菌风暖浴霸品类同比增长超 5 倍；江苏省成为浴霸销量最高省份，成交额占比达 12%。

④11 月 22 日，刘强东发布京东全员信，将投入百亿元从住房保障、子女救助等四大层面提升基层员工待遇，并将部分高级管理人员现金薪酬降低 10%-20%不等。

⑤11 月 12 日，京东宣布，截至 11 月 11 日晚 23:59，京东 2022 年“双 11”全过程实现“超越行业增速”的交易结果，零售购物用户数再创佳绩。21 年京东披露的“双 11”总成交额为 3491 亿元，同比增速 28.58%。京东新百货服饰、居家、美妆、运动户外、奢品钟表五大品类均表现优异，共有 589 个品类成交额同比+超 100%，10025 个品牌实现销售倍增。京东新百货线下店成交额环比增长 262%，京东新百货线上线下一体化精选集合模式正在成为更多消费者的选择。

10) 百度：11 月 22 日，百度公布截至 2022 年 9 月 30 日的第三季度未经审计财务业绩。财报显示，2022 年第三季度百度总收入为 325 亿元，同比增长 2%；非美国通用会计准则下，归属于百度的净利润为 58.9 亿元，同比增长 16%，超市场预期。百度核心经营利润(non-GAAP)实现自 2021 年第二季度以来的首次同比增长：核心经营利润(non-GAAP)同比增长 14%至 66.5 亿元，核心经营利润率(non-GAAP)达 26.3%。

①12 月 30 日，百度地图正式发布“百度数字孪生地图”，用地图构建数字孪生新世界，通过地图连接现实世界与虚拟世界，支撑千行百业数字化升级，全面推动数字经济时代到来；百度“萝卜快跑”首批获准在京开展全无人自动驾驶测试，至此，百度“萝卜快跑”的全无人自动驾驶车队已驶入北京、武汉、重庆三城，覆盖总面积超百平方公里。

②12 月 27 日，百度智能云发布国内首个全栈自研的 AI 基础设施“AI 大底座”。百度集团执行副总裁、百度智能云事业群总裁沈抖表示，百度智能云已经可以标准化输出 AI 的底层能力，帮助企业真正降本增效

③12 月 16 日，在全球智能汽车产业峰会(GIV2022)上，百度 Apollo 展示了一段三域融通高阶智驾产品 ANP3.0 的多城市泛化路测视频。

④12 月 14 日，百度健康指数发布题为“百度疫情指数：我国 2-3 个月或将出现疫情高峰”的推送，并指出：在“放开”信号发出后，大概 2-3 个月就会出现疫情高峰，第一个高峰在 3-4 个月左右开始出现回落，如果没有新的传播因

素变化，一般在 4-5 个月将会回落到流行前水平

⑤12 月 13 日，百度 APP 正式上线“疫情指数”，该指数包括“百度健康问诊指数”、“百度疫情搜索指数”两大指数，覆盖全国 31 个省市自治区（不含港澳台）的 360 多个城市，用户通过查询“地区名+疫情”等关键词，如“北京疫情”，即可了解疫情实时动态。

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

①10 月 14 日，汇通达携手商汤科技、江苏体科，共建体育+AI 联合实验室。该联合实验室由江苏省体育科学研究所、上海商汤智能科技有限公司和汇通达网络股份有限公司共建。三方将升级服务模式，共同推动体育专家知识与自动化、智能化手段的融合。②江苏省工信厅 2022 年江苏省大数据产业发展试点示范项目已正式对外公示，汇通达“基于产业大数据的农村商业数字化智能服务平台”项目入选。

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

①12 月 14 日宝尊电商有限公司宣布，收购 Gap 大中华区业务的两家运营实体。本次股权交易基准对价为 4000 万美元，预计对两家运营实体的收购将于 2023 年上半年完成。

②2022 年 11 月 1 日，宝尊电商(09991.HK; BZUN.US) 宣布，自今日起，公司自愿将其于香港联合交易所有限公司(香港联交所)主板的第二上市地位转换为主要上市地位。宝尊现为于香港联交所及纳斯达克全球精选市场(纳斯达克)双重主要上市的公司。

13) 其他港股科技互联网公司：物联网（小米集团）、游戏（祖龙娱乐）。

美股：关注美国 SEC 对中概股的政策变化

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

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

①11 月 24 日，据天眼查 App 显示，拼多多关联公司上海寻梦信息技术有限公司近日申请注册“TEMU 拼多多”商标，国际分类为广告销售，当前商标状态为申请中。

②据 Sensor Tower，Temu App 在上线不到四个月的时间里，在美国的安装量已经达到了 1080 万次，成为 11 月 1 日至 12 月 14 日期间美国下载量最高的 App。在刚刚过去的“黑色星期五”购物季中 Temu 的销售额达到了峰值，在 7 天里，单日销售额都达到 700 万美元（约合人民币 4873 万元）。根据七麦数据，截至 2022 年 12 月 30 日，Temu 在美国市场 12 月苹果渠道购物免费榜排名稳定在第 1，应用免费榜排名在前 10 名。

③11 月 2 日，据财联社消息，拼多多跨境电商平台 Temu 准备上线“砍一刀”功能。页面显示，用户可以通过 WhatsApp、Messenger、Facebook 向朋友分享链接并获得相应奖励。

2) 达达集团：“零售+配送”双轮驱动，万物即时达。3Q22 公司收入 23.80 亿元，同比+ 41.11%。Non-GAAP 归母净利润率为-11.34%，同比优化 15.34 pct。

即时零售高成长性，盈利曙光展现。行业在疫情催化下，用户渗透率显著提升，疫情好转后需求企稳且增长恢复，较疫情前活跃度提升 20%左右。平台的购物时效性和履约可靠性在疫情期间建立了用户信任，且需求在疫情之后仍在延续。即时零售上市企业通过降本增效临近盈亏平衡点。即时零售行业预计 2021-2025 年年复合增长率将达 51.33%，即时配送行业预计 2021-2026 年年复合增长率达 28%。

达达集团助力实体零售，万物即时达。

①京东到家：3Q22 GMV 增速约 39%。增长的驱动力包括：品质用户高速增长，活跃用户数达 7540 万，同比 32.05%，预计长期可渗透京东约 50%的用户，用户体量近 3 亿；商家端头部商超覆盖度高，合作商家认可公司带来的全渠道

增量。截至 2022，共计与 87 家中国百强超市合作，Top10（占百强商超总销售额比例为 64.2%）中合作了 9 家，已接入超 15 万家全品类实体门店；品类多元化。商超占 GMV 比例为 55%，可选品类占比提升，高增长对平台的佣金和广告货币化率均有正向贡献。

②达达快送：行业内企业均以“快”为核心，向全场景覆盖发展。用户选择即时配送平台的决定因素为“品牌>时效>价格”，超七成用户接受配送费溢价 6%到 20%。达达快送的差异化体现在采取众包形式，骑手供给充足的前提下，运营更为灵活。达达快送日活骑手约 10 万，达达优拣月完单拣货员约 1 万左右；自主研发全自动派单系统和达达智配 SaaS 系统。实现订单和运力的实时匹配、配送路径优化助力降本提质。

3) 唯品会：11 月 22 日，公司当季实现净营收 216 亿元；Non-GAAP 净利润 16 亿元，同比增长 55%；超级 VIP 活跃用户数同比增长 21%，对线上净 GMV 贡献占比达 40%。

①12 月 29 日唯品会推出福企年货节，2022 年 12 月 30 日至 2023 年 1 月 6 日每天早 10 点，唯品会福“企”年货节的合作企业员工可扫描企业专属二维码进入活动页面，登陆并核验通过即可领取专属唯品会平台券，并在唯品会 APP 或小程序选择心仪年货。正值岁末年初消费旺季，唯品会将充分发挥自身的平台优势，整合品牌资源，创新消费场景，迎合消费者多元化、高品质的消费需求，助力消费市场提质扩容，推动消费持续恢复和升级。

②11 月 10 日晚，唯品会“11.11”购物节进入高潮期。数据显示，开售 1 小时，唯品会女装品类整体销量增长超过 40%。同期，波司登销量同比增长 3 倍，鸿星尔克销量同比翻倍。唯品会数据显示，婴童营养品牌秋田满满销量同比增长 213%，美妆品牌 KONO 销量增幅近 6 倍，95 后的购买量增幅最高。

4) 叮咚买菜：11 月 11 日，叮咚买菜发布 2022 年第三季度业绩报告显示。公司营收为 59.4 亿元，同比- 4%；净亏损为 3.45 亿元，同比收窄 82.8%。毛利率提升明显，亏损率同比去年大幅优化。

二、行业政策及新闻动态

2.1 政策更新

■ 自 4/5 月的政治局会议、专题会议召开后，互联网监管政策整体转暖，监管趋向常态化，对数字经济、元宇宙发展予以支持。12 月 7 日，国务院印发《关于进一步优化落实新冠肺炎疫情防控措施的通知》，包括十项疫情防控优化措施；12 月 26 日，国家卫生健康委发布公告，将新型冠状病毒肺炎更名为新型冠状病毒感染，国务院联防联控机制综合组当日印发《关于对新型冠状病毒感染实施“乙类乙管”的总体方案》，方案指出，2023 年 1 月 8 日起，对新型冠状病毒感染实施“乙类乙管”。依据传染病防治法，对新冠病毒感染者不再实行隔离措施，不再判定密切接触者；不再划定高低风险区；对新冠病毒感染者实施分级分类收治并适时调整医疗保障政策；检测策略调整为“愿检尽检”；调整疫情信息发布频次和内容。依据国境卫生检疫法，不再对入境人员和货物等采取检疫传染病管理措施。

图表1：政策更新

时间	政策名称	内容
2022. 6. 30	《个人信息出境标准合同规定（征求意见稿）》	为了规范个人信息出境活动，保护个人信息权益，促进个人信息跨境安全、自由流动，依据《中华人民共和国个人信息保护法》，国家互联网信息办公室起草了《个人信息出境标准合同规定（征求意见稿）》。
2022. 7. 7	《数据出境安全评估办法》	《办法》规定了数据出境安全评估的范围、条件和程序，为数据出境安全评估工作提供了具体指引，自 2022 年 9 月 1 日起实施。
2022. 8. 22	《松江区工业互联网促产业经济数字化转型若干政策（草案）》	《若干政策》推动工业互联网平台与松江区先进制造业集群深度融合，支持制造业龙头企业、互联网企业、解决方案服务商面向集成电路、新能源汽车、生物医药等细分领域打造行业性工业互联网平台，对投资额超过 300 万元（不含基建投入）的工业互联网平台，按照实际投资额的 30%给予奖励，最高不超过 500 万元。
2022. 9. 2	《宝山区工业元宇宙产业发展三年行动计划》	《宝山区工业元宇宙产业发展三年行动计划》明确到 2025 年，宝山区工业元宇宙相关产业规模突破 100 亿元。同时，还要实现工业元宇宙与主导产业融合发展，助力宝山区新材料、生物医药、机器人及智能制造、新一代信息技术产业规模分别突破 1500 亿元、200 亿元、1000 亿元和 300 亿元。
2022. 10. 17	《发行 NFT 数字藏品合规操作指引（2022 版）》	该合规操作指引旨在为发行 NFT 数字藏品服务的行业提供客观、守法、合规、有序的指引。其中指出，铸造发行 NFT 数字藏品的企业、平台需具备如下备案、资质或许可：1. 《跨地区增值电信业务经营许可证》或《增值电信业务经营许可证》且业务种类含有“互联网信息服务”

时间	政策名称	内容
2022.11.1	《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022-2026年）》	务”（ICP许可证）、“在线数据处理与交易处理”（EDI许可证）；2.《网络文化经营许可证》；3.《网络出版服务许可证》；4.《拍卖经营批准证书》（如企业、平台需要开展拍卖业务）5.艺术品经营单位备案；6.区块链信息服务备案。 工信部等5部门印发《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022-2026年）》，提出提出到2026年，我国虚拟现实产业总体规模（含相关硬件、软件、应用等）超过3500亿元，虚拟现实终端销量超过2500万台，培育100家具有较强创新能力和行业影响力的骨干企业，打造10个具有区域影响力、引领虚拟现实生态发展的集聚区，建成10个产业公共服务平台。落地到2026年：三维化、虚实融合沉浸影音关键技术重点突破，新一代适人化虚拟现实终端产品不断丰富。
2022.11.11	《关于进一步优化新冠肺炎疫情防控措施科学精准做好防控工作的通知》	国务院联防联控机制公布优化疫情防控的20条措施，包括：①密接管理措施调整为5+3；②风险区由三类调整为高低两类；③严禁随意静默长时间不解封；④一般不按行政区域开展全员核酸检测；⑤不再判定密接的密接；⑥取消入境航班熔断机制。
2022.11.22	《成都市培育元宇宙产业行动方案（2022—2025年）（征求意见稿）》	力争到2025年，成都元宇宙产业体系初具雏形，构建起完整的成都元宇宙产业链。成都在元宇宙产业发展方面将从核心技术、市场主体、应用场景、内容储备、创新生态等五个方面着力。据介绍，成都将主动把握元宇宙产业发展机遇，加快推动成都元宇宙产业建圈强链，培育城市元宇宙优势赛道和未来场景，努力在元宇宙竞争中高位筑基、赢得主动、形成引领，助力“智慧蓉城”建设和数字经济发展。
2022.12.7	《关于进一步优化落实新冠肺炎疫情防控措施的通知》	国务院联防联控机制综合组7日公布《关于进一步优化落实新冠肺炎疫情防控措施的通知》。一是科学精准划分风险区域。按楼栋、单元、楼层、住户划定高风险区，不得随意扩大到小区、社区和街道（乡镇）等区域。不得采取各种形式的临时封控。二是进一步优化核酸检测。不按行政区域开展全员核酸检测，进一步缩小核酸检测范围、减少频次。三是优化调整隔离方式。感染者要科学分类收治，具备居家隔离条件的无症状感染者和轻型病例一般采取居家隔离，也可自愿选择集中隔离收治等共10条措施。
2022.12.7	《天津数字经济领域技术技能人才数字经济领域技术来源：术技能人才培育项目实施方案》	针对天津市行政区域内在岗或拟从事数字经济领域工作的各类从业人员（含新就业形态劳动者、自由职业者）、普通高校全日制毕业学年学生，由人社部认定的培训机构、评价机构分别按照国家职业标准和教程开展培训与考核，并颁发全国统一制式的专业技术等级证书。此外，将贯通继续教育体系、职称体系、职业技能培训体系，并强化激励措施和建立工作机制。
2022.12.12	《互联网信息服务深度合成管理规定》	《规定》自2023年1月10日起开始实施，对深度合成服务提供者主体责任进行了明确规定。
2022.12.14	《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》	纲要还确定了“十四五”时期实施扩大内需战略的主要目标：促进消费投资，内需规模实现新突破；完善分配格局，内需潜能不断释放；提升供给质量，国内需求得到更好满足；完善市场体系，激发内需取得明显成效；畅通经济循环，内需发展效率持续提升。
2022.12.15	《“十四五”扩大内需战略实施方案》	围绕扩大内需纲要制作具体实施方案
2022.12.21	《关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》	《意见》指出为了持续推进现代职业教育体系建设改革，优化职业教育类型定位；明确三大战略任务，即探索省域现代职业教育体系建设新模式，打造市域产教联合体，打造行业产教融合共同体。
2022.12.26	《关于印发对新型冠状病毒感染实施“乙类乙管”总体方案的通知》	《通知》显示，2023年1月8日起，对新型冠状病毒感染实施“乙类乙管”。依据传染病防治法，对新冠病毒感染者不再实行隔离措施，不再判定密切接触者；不再划定高低风险区；对新冠病毒感染者实施分级分类收治并适时调整医疗保障政策；检测策略调整为“愿检尽检”；调整疫情信息发布频次和内容。依据国境卫生检疫法，不再对入境人员和货物等采取检疫传染病管理措施。
2022.12.28	《成都市元宇宙产业发展行动方案（2022—2025年）》	《行动方案》提出，到2025年，成都元宇宙产业体系初具雏形，元宇宙相关产业规模达到1500亿元。构建起完整的成都元宇宙产业链，研究掌握一批核心技术、引进培育一批优质企业、融合打造一批特色应用场景、开发储备一批城市IP，对产业转型升级、城市治理形成引领带

时间	政策名称	内容
2022.12.29	《关于开展网络安全技术应用试点示范工作的通知》	<p>推动作用，推动元宇宙以虚促实、以虚治实的价值实现，提升实体经济生产效率、满足人民群众美好生活需要。</p> <p>根据《通知》工作部署，经单位申报、部门初审和推荐、专家评审、网上公示等环节，现将2022年网络安全技术应用试点示范项目名单予以公布。各入选项目申报单位要坚持需求导向和技术推动，加大投入力度，持续优化项目质量和服务水平，积极创造经济价值和社会效益。各示范区运营单位要聚焦发展方向，汇聚产业资源，打造高质量网络安全“高精尖”技术创新平台。各有关部门要加大支持力度，推动试点示范项目在各地区、各行业应用推广。</p>

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

- 12月28日，网络安全管理局发布《关于开展网络安全技术应用试点示范工作的通知》，根据《通知》工作部署，经单位申报、部门初审和推荐、专家评审、网上公示等环节，现将2022年网络安全技术应用试点示范项目名单予以公布。各入选项目申报单位要坚持需求导向和技术推动，加大投入力度，持续优化项目质量和服务水平，积极创造经济价值和社会效益。各示范区运营单位要聚焦发展方向，汇聚产业资源，打造高质量网络安全“高精尖”技术创新平台。
- 12月30日，Nreal 举办了第10万台 Nreal Air AR 眼镜下线仪式，是全球首个消费级 AR 眼镜突破10万台量产。2022年伴随着中国、日本、美国市场的发售，第四季度 Nreal 出货量超过7万台。此次实现10万台量产的 AR 眼镜是 Nreal 第二代产品 Nreal Air，是目前 Nreal 在全球市场主推的产品，拥有业界标杆级的空间视网膜级显示，配备130英寸空中投屏和201英寸 AR 天幕，并支持与手机、平板、笔记本、掌机、游戏主机甚至智能汽车等多种设备的连接。
- 12月26日，据 DoNews，拼多多正式启动2023年年货节。期间，平台将联合全国各省市上千个地标产区，优选百万品质商家，从供应源头为年货节保驾护航。拼多多将全力激发和匹配春节新消费浪潮，推动各大原产地把握年货销售旺季，开拓全国市场，带动农民增收。今年年货节将持续15天，活动期间，平台将继续对生鲜农产品“零佣金”，倾斜“百亿补贴”“万人团”等价值超过30亿元的站内资源和红包优惠，充分发挥“多人团”等创新消费模式，持续满足城乡消费者的年货需求。

2.3 行业投融资情况

据 IT 桔子统计，12月24日-12月30日期间，共发生4起行业投融资，游戏行业1起，文娱传媒行业2起，社交网络行业1起。1) 文娱传媒行业，Deep Voodoo 获得2000万人民币战略投资，最新估值1亿人民币；今后满座获2500万美元的天使轮投资，最新估值8.13亿人民币。2) 社交网络行业，Events.com 获得1亿美元的战略投资，最新估值32.5亿人民币。3) 游戏行业，牛游谷获得数百万人民币的种子轮融资，最新估值1500万人民币。

图表2：12月24日-12月30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)
2022/12/29	Events.com	社交网络	战略投资	1亿美元	Gem Global Yield LLC SCS (GGY)	32.5亿人民币
2022/12/28	Deep Voodoo	文娱传媒	战略投资	2000万人民币	Connect Ventures	1亿人民币
2022/12/27	牛游谷	游戏	种子轮	数百万人民币	长江创服	1500万人民币
2022/12/25	今后满座	文娱传媒	天使轮	2500万美元	Y Combinator	8.13亿人民币

来源：IT 桔子，国金证券研究所

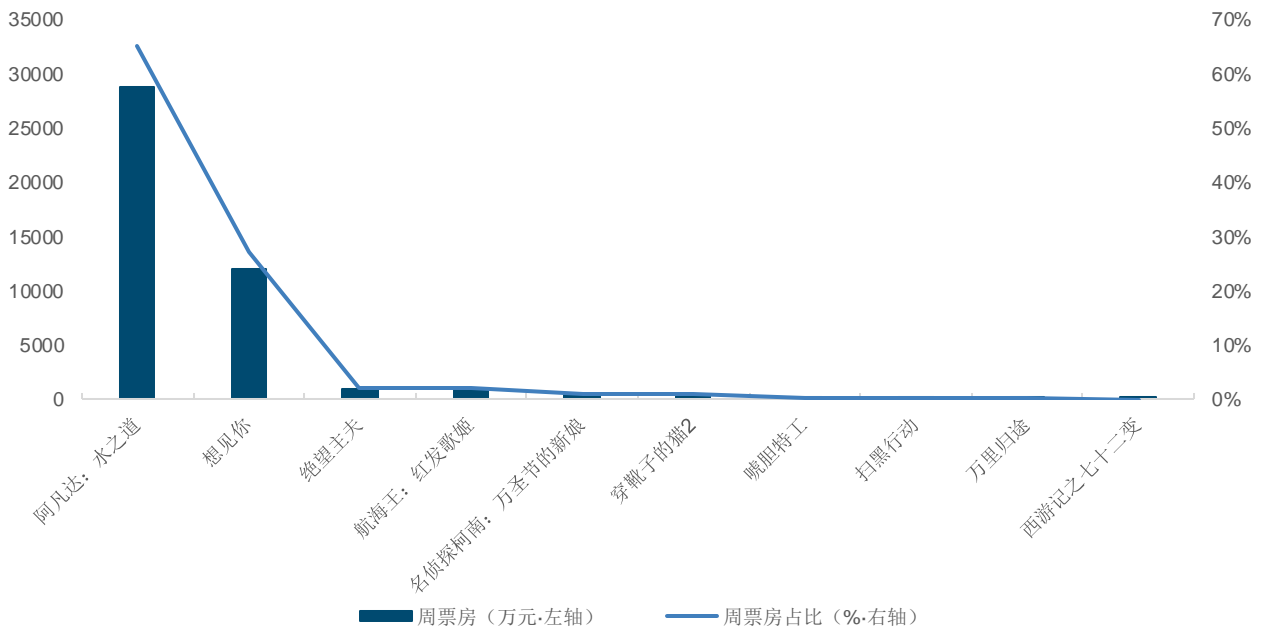
三、周度数据跟踪

3.1 电影：电影票房周度数据跟踪

12月24日-12月30日，单周总票房较上周(4.31亿元)上升至4.41亿元，前十名总票房4.39亿元。《阿凡达：水之道》(票房占比65.2%)排名第一，《想见你》(票房占比27.1%)为第2名，《绝望主夫》(票房占比2.2%)为第3名，《航海王：红发歌姬》(票房占比2%)下降1名至第4名，《名侦探柯南：万圣节的新娘》(票房占比0.9%)下降1名至第5，《穿靴子的猫》(票房占比0.9%)位于第6，其余影片票房占比均未超过0.5%。前三票房合计占比94.7%，影片票房集中略低于上周(97.5%)，主要由于《阿凡达：水之道》已上映2周左右，周票房随时间自然下滑。

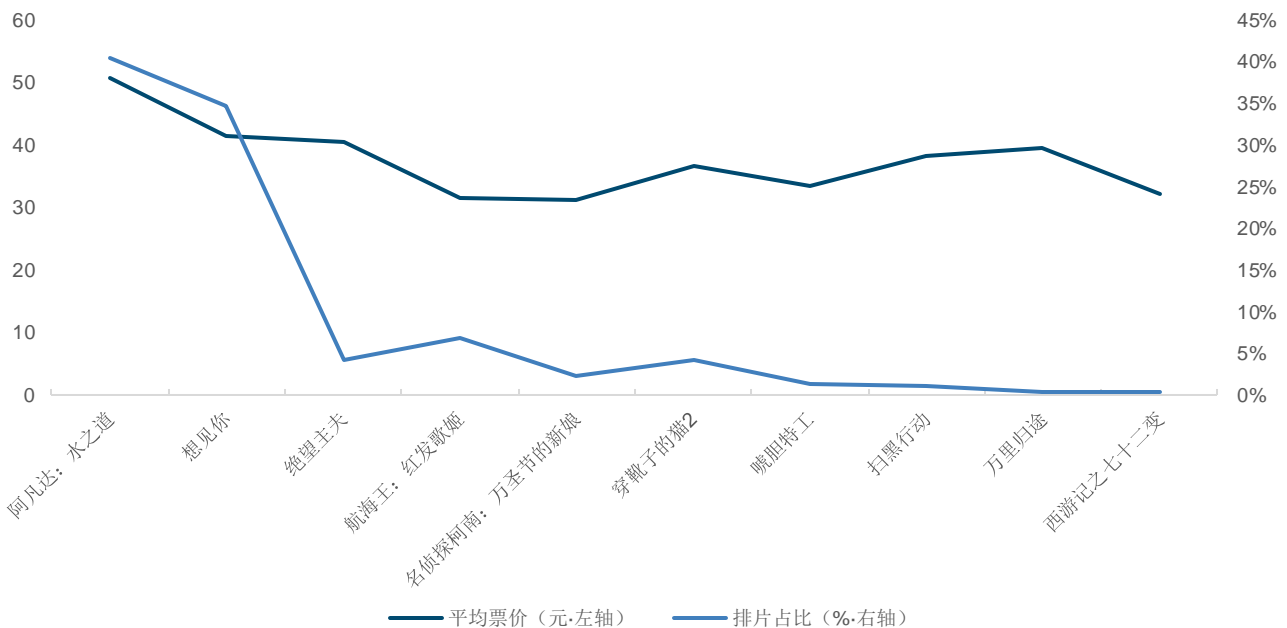
排片与票价方面，《阿凡达：水之道》排片占比40.5%，《想见你》排片占比次之，为34.8%，《绝望主夫》为4.2%，位列第3；本周票房前10平均票价(46.4元)较上周(53.3)显著下降，主要由于票价最高的《阿凡达：水之道》票房占比下降，本周票房TOP10中《想见你》、《绝望主夫》票价分别为41.4、40.5元，其余影片票价均低于40元，《名侦探柯南：万圣节的新娘》票价最低，为31.4元。

图表3: 12月24日-12月30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: 12月24日-12月30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, 12月25日-12月30日期间, 电视剧热度指数排行榜中, 排名第1为《回来的女儿》(全网热度74.54); 本周上线的《浮图缘》(全网热度71.02) 排名第2; 《县委大院》(全网热度68.29) 相较上周下滑2名, 本周排名第3; 本周上线的《向风而行》(全网热度67.39), 本周排名第5名。优酷前十连续剧占比为40%, 爱奇艺占比为30%。

图表5: 本周(12.25-12.30)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
回来的女儿	10	2022/12/21	-	74.54	爱奇艺
浮图缘	4	2022/12/27	-	71.02	爱奇艺
县委大院	24	2022/12/7	-	68.29	腾讯视频、爱奇艺、央视频、咪咕

月歌行	16	2022/12/15	-	67.62	爱奇艺、咪咕
向风而行	5	2022/12/26	-	67.39	腾讯视频、爱奇艺、央视频、咪咕
星河长明	31	2022/11/30	-	65.86	优酷
风吹半夏	34	2022/11/27	-	65.76	爱奇艺
我可能遇到了救星	15	2022/12/16	-	65.49	优酷
廉政狙击	21	2022/12/10	-	62.44	优酷
少年歌行	5	2022/12/26	-	62.03	优酷

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为 12 月 31 日 12: 00

图表6：上周（12.19-12.24）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
县委大院	18	2022/12/7	-	78.20	爱奇艺、腾讯视频、央视频
风吹半夏	28	2022/11/27	-	75.79	爱奇艺
月歌行	10	2022/12/15	-	73.81	爱奇艺
星河长明	25	2022/11/30	-	72.52	优酷
回来的女儿	4	2022/12/21	-	70.49	爱奇艺
爱的二八定律	41	2022/11/14	-	69.32	腾讯视频
卿卿日常	45	2022/11/10	-	68.69	爱奇艺
我可能遇到了救星	9	2022/12/16	-	67.15	优酷
我们的当打之年	30	2022/11/25	-	67.09	腾讯视频、爱奇艺
云中谁寄锦书来	14	2022/12/11	-	66.84	芒果TV

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为 12 月 25 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，12月25日-12月30日期间，综艺热度指数排行榜中，《无限超越班》（全网热度 55.62）本周位于第 1 名，《再见爱人第二季》（全网热度 50.81）本周上升 5 名第 2 名，《奔跑吧·共同富裕篇》（全网热度 49.83）本周维持第 3 名，《你好星期六》（全网热度 49.68）本周上升 6 名至第 4 名，《来看我们的演唱会》本周排名下降 3 名至第 5 名。芒果 TV 前十综艺占比 60%（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），腾讯视频占比 30%，优酷占比 20%。

图表7：本周（12.25-12.30）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
无限超越班	14	2022/12/17	-	55.62	优酷
再见爱人第二季	60	2022/11/1	-	50.81	芒果TV、咪咕
奔跑吧·共同富裕篇	56	2022/11/5	-	49.83	爱奇艺、优酷、腾讯视频
你好星期六	364	2022/1/1	-	49.68	芒果TV、咪咕
来看我们的演唱会	42	2022/11/19	-	48.92	腾讯视频
时光音乐会第二季	15	2022/12/16	-	48.17	芒果TV、咪咕
令人心动的offer 第4季	32	2022/11/29	-	47.38	腾讯视频
妻子的浪漫旅行第六季	38	2022/11/23	-	46.99	芒果TV、咪咕
快乐再出发第二季	21	2022/12/10	-	46.76	芒果TV
我们民谣 2022	8	2022/12/23	-	46.50	芒果TV

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为 12 月 31 日 12: 00

图表8：上周（12.19-12.24）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
无限超越班	8	2022/12/17	-	54.71	优酷
来看我们的演唱会	36	2022/11/19	-	51.35	腾讯视频
奔跑吧·共同富裕篇	50	2022/11/5	-	50.85	爱奇艺、优酷、腾讯视频

片名	上映天数(天)	上线时间	单周播放量	全网热度	播放平台
时光音乐会第二季	9	2022/12/16	-	50.48	芒果TV
妻子的浪漫旅行第六季	31	2022/11/24	-	50.03	芒果TV
再见爱人 第二季	54	2022/11/1	-	49.49	芒果TV
令人心动的offer 第4季	26	2022/11/29	-	49.32	腾讯视频
快乐再出发第二季	15	2022/12/10	-	47.66	芒果TV
你好星期六	358	2022/1/1	-	47.33	芒果TV
我们民谣 2022	2	2022/12/23	-	47.20	爱奇艺

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为12月25日12:00

四、重点公司估值表更新

12月26日-12月30日期间，重点公司(18家)中12家股价有所上涨。从细分赛道看，涨幅最大的是游戏类公司。具体看个股，达达集团上周涨幅最大，为10.63%，跌幅最大的是美团，为-4.64%。整体而言，行业估值有所修复，但仍处于历史低位，PE大部分位于(11, 35)的区间，PS除腾讯、分众传媒和拼多多外全部低于5。

图表9：重点公司估值表(2022年12月30日)

细分行业	上市公司	证券代码	市值 (亿人民币)	周涨幅 (%)	估值 PS	PE	1H22营业收入 (亿人民币)	1H22营业收入 YOY	1H22净利润(亿 人民币)	1H22净利润 YOY	2022三季报业绩发 布时间
互联网平台	腾讯	0700.HK	31985	4.31	5.23	16.35	2695	-1.9%	420	-53.5%	已发布
	美团	3690.HK	10812	-4.64	4.60	-	972	20.3%	-68	-16.9%	已发布
	快手	1024.HK	3058	2.45	3.08	-	432	18.2%	-94	-85.4%	已发布
电商/即时零售	京东	9618.HK	6878	-3.34	0.61	284.96	5073	11.0%	14	-68.6%	已发布
	拼多多	PDD.O	1031	-2.95	6.21	25.50	552	22.2%	115	-2442.1%	已发布
	达达集团	DADA.O	18	10.63	1.45	-	43	36.8%	-12	-12.4%	已发布
	网易	9999.HK	3760	1.06	3.56	15.40	467	13.8%	97	21.4%	已发布
游戏与软件	金山软件	3888.HK	356	6.53	4.40	-	37	21.4%	-0	-124.2%	已发布
	心动公司	2400.HK	104	5.11	3.04	-	16	15.6%	-4	18.7%	-
	三七互娱	002555.SZ	401	3.02	2.54	11.77	81	7.4%	17	98.6%	已发布
	吉比特	603444.SH	225	1.64	4.53	17.64	25	5.5%	7	-23.6%	已发布
	完美世界	002624.SZ	247	0.78	3.29	24.40	39	-6.8%	11	341.5%	已发布
	宝通科技	300031.SZ	57	3.13	1.79	33.48	15	14.0%	1	-79.7%	已发布
	移卡	9923.HK	94	5.92	2.43	41.39	16	16.2%	1	-75.2%	-
传媒	哔哩哔哩	9626.HK	747	0.32	3.14	-	100	18.7%	-43	111.9%	已发布
	芒果超媒	300413.SZ	562	1.44	4.02	30.99	67	-14.9%	12	-17.9%	已发布
广告	阅文集团	0772.HK	308	1.51	3.13	26.51	41	-5.8%	2	-78.9%	-
	分众传媒	002027.SZ	965	0.00	8.72	25.58	48	-34.7%	14	-51.6%	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，但若消费情绪修复不及预期，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。
- 元宇宙技术迭代和应用不及预期风险。元宇宙底层技术包括网络及运算技术、交互技术、人工智能技术等，若底层技术发展较慢，元宇宙的推进会遇到技术瓶颈，影响元宇宙时代的到来；若元宇宙底层技术突破后，实际应用的落地不及预期，则会影响元宇宙虚拟世界的构建及其商业价值。
- 数据统计结果与实际偏差风险。报告结论基于我们的线上数据跟踪，数据的样本情况以及统计方式与实际情况有可能有所偏差。

行业投资评级的说明：

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

特别声明：

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

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

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

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

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

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

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

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

此报告仅限于中国境内使用。国金证券版权所有，保留一切权利。

上海	北京	深圳
电话：021-60753903	电话：010-66216979	电话：0755-83831378
传真：021-61038200	传真：010-66216793	传真：0755-83830558
邮箱：researchsh@gjzq.com.cn	邮箱：researchbj@gjzq.com.cn	邮箱：researchsz@gjzq.com.cn
邮编：201204	邮编：100053	邮编：518000
地址：上海浦东新区芳甸路1088号 紫竹国际大厦7楼	地址：中国北京西城区长椿街3号4层	地址：中国深圳市福田区中心四路1-1号 嘉里建设广场 T3-2402