

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

春节档排片优质，蚂蚁集团投票结构变化

本周观点

- 春节档排片优质，有望进一步催化院线修复。1) 目前中国票房恢复至 2019 年同期的 50%左右，2022 年 12 月疫情逐步放开后，恢复比例明显提升，主要由于出行和影院营业均迎来修复，及大 IP《阿凡达·水之道》在 12 月中旬上映对修复起到促进作用，23 年 1 月 14 日全国营业率 84.75%，环比+0.23pct，其中北京营业率 90.12%，环比+0.40pct。2) 2023 春节档预计上线 7 部影片，题材丰富，涵盖科幻、悬疑、喜剧、动作、动画等，同时基本每部影片均有大 IP、知名导演或知名演员的加持，比如《流浪地球 2》、张艺谋执导的《满江红》、梁朝伟等主演的《无名》、《熊出没》系列大电影《熊出没·伴我“熊芯”》、《西游记之大圣归来》导演再次执导的《深海》等。我们认为，2023 春节档排片优质，大 IP、不同的题材、画风、导演及演员阵容能满足不同人群的观影需求，或将对院线修复节奏起到加速的作用。

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、各业务线基本面均向好的腾讯，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

- 东方甄选是 1 月 14 号的央视网络春晚合作方，董宇辉的活动海报已展出。
- 1 月 13 日，据财联社，腾讯 XR 暂停部分业务，原业务负责人已离职，此前计划通过直接收购来自建 XR 硬件生态的路径将有所改变。腾讯于 2022 年 6 月成立 XR 部门，腾讯高级副总裁、游戏业务实际操盘手马晓轶为总负责人，腾讯游戏工作室 NExT Studios 负责人沈黎为 XR 具体业务负责人，但已于 2022 年 11 月离职，接下来人员调整情况未知。
- 1 月 8 日，阿里巴巴在港交所公告，蚂蚁集团主要股东投票结构变化，变化后马云将不再控制君瀚和君澳持有的蚂蚁集团多数投票权。合计持有蚂蚁集团 50%以上股权和投票权的两个主要股东杭州君瀚股权投资合伙企业 and 杭州君澳股权投资合伙企业的普通合伙人实体的股东马云，与该现有普通合伙人的其他股东将终止一份协议。
- 1 月 7 日，移动智能公司 Apptopia 发布数据，公布了 2022 年全球下载次数最多的 10 个移动应用程序和购物应用程序，并分别对全球和美国的下载量进行了排名。数据显示，SHEIN 是 2022 年全球下载量最大的购物应用程序，安装量为 2.29 亿次。但在美国，SHEIN 以 4000 万次安装位居第二，亚马逊以 4700 万次应用下载量位居第一。上线不到半年的 Temu，以 1650 万的安装量跻身美国购物应用下载榜单第八位。

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.....	12
2.1 政策更新.....	12
2.2 行业新闻.....	14
2.3 行业投融资情况.....	15
三、周度数据跟踪.....	15
3.1 电影：电影票房周度数据跟踪.....	15
3.2 电视剧：连续剧热度指数排行榜周度跟踪.....	16
3.3 综艺：综艺热度指数排行榜周度跟踪.....	17
四、重点公司估值表更新.....	18
五、风险提示.....	18

图表目录

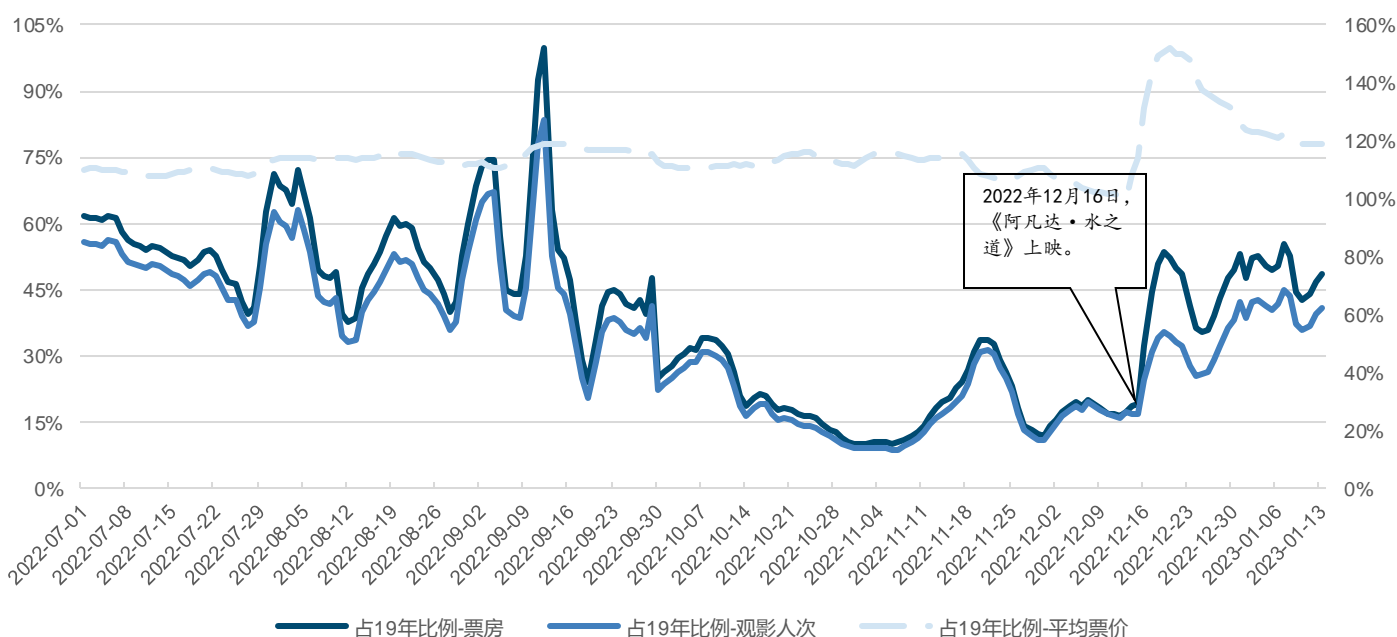
图表 1： 2022 年下半年以来票房、观影人次及平均票价占 19 年同期比例.....	3
图表 2： 2023 年春节档影片基本信息.....	3
图表 3： 政策更新.....	12
图表 4： 1 月 7 日-1 月 13 日行业投融资情况.....	15
图表 5： 1 月 7 日-1 月 13 日电影票房及占比周度数据跟踪.....	16
图表 6： 1 月 7 日-1 月 13 日周度电影平均票价及排片占比数据跟踪.....	16
图表 7： 本周（1.9-1.13）连续剧热度指数排行榜.....	16
图表 8： 上周（1.2-1.6）连续剧热度指数排行榜.....	17
图表 9： 本周（1.9-1.13）综艺热度指数排行榜.....	17
图表 10： 上周（1.2-1.6）综艺热度指数排行榜.....	17
图表 11： 重点公司估值表（2023 年 1 月 13 日）.....	18

一、本周观点

1.1 行业观点

- 春节档排片优质，有望进一步催化院线修复。1) 目前中国票房恢复至 2019 年同期的 50% 左右，2022 年 12 月疫情逐步放开后，恢复比例明显提升，主要由于出行和影院营业均迎来修复，及大 IP《阿凡达·水之道》在 12 月中旬上映对修复起到促进作用，据猫眼专业版，23 年 1 月 14 日全国营业率 84.75%，环比+0.23pct，其中北京营业率 90.12%，环比+0.40pct。2) 2023 春节档预计上线 7 部影片，题材丰富，涵盖科幻、悬疑、喜剧、动作、动画等，同时基本每部影片均有大 IP、知名导演或知名演员的加持，比如《流浪地球 2》、张艺谋执导的《满江红》、梁朝伟等主演的《无名》、《熊出没》系列大电影《熊出没·伴我“熊芯”》、《西游记之大圣归来》导演再次执导的《深海》等。我们认为，2023 春节档排片优质，大 IP、不同的题材、画风、导演及演员阵容能满足不同人群的观影需求，或将对院线修复节奏起到加速的作用。

图表1：2022 年下半年以来票房、观影人次及平均票价占 19 年同期比例



来源：猫眼专业版，国金证券研究所

图表2：2023 年春节档影片基本信息

片名	类型	导演	主演	备注
《流浪地球 2》	科幻、冒险、灾难	郭帆	吴京、刘德华、李雪健	《流浪地球》累计票房 46.86 亿
《满江红》	悬疑、喜剧、剧情	张艺谋	沈腾、易烱千玺、张译	张艺谋近 2 年作品《悬崖之上》《狙击手》
《无名》	剧情、历史、悬疑	程耳	梁朝伟、王一博、周迅	程耳代表作品《罗曼蒂克消亡史》《边境风云》均为悬疑类影片
《熊出没·伴我“熊芯”》	动画、喜剧、科幻、剧情	林永长、邵和麒	张秉君、谭笑、张伟	《熊出没》系列大电影自 2013 年开始，基本定档每年春节档
《交换人生》	喜剧、家庭	苏伦	雷佳音、张小斐、张宥浩	苏伦代表作品《超时空同居》(2018/5/18 上映，累计票房 9.03 亿)
《深海》	奇幻、动画	田晓鹏	苏鑫、王亭文	田晓鹏代表作品《西游记之大圣归来》(2015/7/10 上映，累计票房 9.54 亿)
《中国乒乓之绝地反击》	剧情、运动	邓超、俞白眉	邓超、孙俪、许魏洲	俞白眉代表作品《我和我的家乡》(《回乡之路》单元)、《银河补习班》(2019/7/18 上线，累计票房 8.78 亿)

来源：猫眼专业版，国金证券研究所

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 1 月 14 日该游戏处于 iOS 模拟游戏畅销榜第 8 位，全部游戏畅销榜排名第 73，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/12 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》、《云上城之歌》、《叫我大掌柜》为代表的全球发行游戏取得显著成功，这些成功案例为公司积累了丰富的全球化研发、发行的经验，利于公司延续成功出海产品的道路。SLG 生命周期较长，长线 SLG 游戏 P&S 美国 iOS 畅销榜排名趋稳，预计未来持续变现，贡献利润。据 Sensor Tower，《P&S》在 22 年 12 月出海游戏收入排名中位居第 4，环比 11 月下降 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。

③1 月 13 日，三七互娱获深股通增持 40.57 万股，已连续 4 日获深股通增持，共计 817.44 万股。

④1 月 13 日，三七互娱以公司品牌吉祥物“洋葱头”兔年形象为原型开发的数字藏品“洋葱头数字藏品自然系列”在万物有戏平台正式上线。这是三七互娱继“洋葱头数字藏品追梦系列”之后的第二套以“洋葱头”为原型开发的盲盒类数字藏品。

⑤1 月 12 日，三七互娱中医药科普功能游戏《小神农寻百草》上线，以创新的方式，展示中医药文化魅力，引导人们正确认识中医药的价值和贡献。

⑥12 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。据公司公告，自研产品中，预计在 2023 年上线的产品包括：代号 M66 产品的海外版本，初步计划于 2023 年初在部分国家或地区进行付费测试；《重装前哨》海外版本初步计划 2023 年发售；《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。此外，代号 M66 国内版本于 2021 年申请版号，国内版本的付费测试及上线时间尚待取得版号后安排。公司储备的代理产品《新庄园时代》计划在 2023 年上半年上线，其他代理产品《黎明精英》《失落四境》《皮卡堂》已取得版号。

③吉比特子公司雷霆网络的《渊海王座》于 12 月 28 日获批版号；《问道》在 12 月 App Store 手游畅销排行榜中处于第 27 名左右，1 月 14 日当天处于手游畅销排行榜第 26 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 1 月 14 日 11:00 为 16.76 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，公司强化虚拟现实领域布局；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据公司1月3日公告，公司数字化输送带产能基本满产；自研定制产品《D3》《BLOODLINE》《DHS》等是公司的研发投入重点之一，公司自研产品储备丰富，自研产品5款，已储备不同语言版本的游戏近20款，拥有正在运营的游戏超过70款。目前，流水比较靠前的几款游戏产品有《剑侠世界3》《龙之怒吼》《伊苏》《King's Throne》等产品，其中，《剑侠世界3》上线几个月收入贡献已有近2亿，其他几款都是较长线的产品。

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BOTON 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。运营业务收入规模前三季度同比增长16.39%，运营省内用户拉新效果明显。

短期：会员及运营业务稳健，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，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，本周截至1月13日位于全部综艺热度周榜第8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，截至1月13日位于全部综艺热度周榜第10名；《再见爱人 第二季》于10月28日上映，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视剧集的第13名，截至1月13日位于全部剧集热度周榜第22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视剧集的第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。

①1月5日，分众发布2022年前三季度权益分派实施公告，向全体股东每10股派发现金1.40元(含税)，明确了本次权益分派股权登记日为2023年1月10日；除权除息日为2023年1月11日。

③12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。

④11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。

⑤11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。

③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据公司公告，11月以后，公司积极处理女鞋存货，截至年底有4-5亿的女鞋均已签订销售协议，截至23年1月2日，仅剩电商业务中必要的存货。2022年公司新签约艺人25位，累计签约艺人51位，累计签约主播121位。目前独立开号且直播的号有80+，累计直播时长2.8W小时，每月每个号平均开播28.9小时，一共创造150亿左右GMV，单小时产出52W，单场过亿主播有6位；过千万有24位；22年累计合作品牌3W个，超过千万销售额的品牌有215个，超过1亿销售额的品牌有20个以上；服装方面完成了基础的尝试，累计完成16亿GMV。

②公司于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%。

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；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，本周截至1月13日位于全部剧集热度周榜第25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，本周截至1月13日位于全部剧集热度周榜第1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。

⑤金融科技及企业服务:1月13日,腾讯云与赞同科技在金融业务平台、智慧网点解决方案等方面开展了深入合作,以腾讯云的基础产品为底座,共同开发丰富灵活的行业解决方案,推动行业数字化转型;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;12月1日,由腾讯云智能携手埃森哲联合编制的《2022年腾讯云智能产业数智化转型方法论白皮书》正式发布,提出了以四大智能引擎推动政企数智化升级的新思路,为推动中国实体经济发展持续助力;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。

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。

①1月10日,快手旗下图文资讯App“快看点”发布停运公告。由于业务调整,快看点将于2023年2月6日0:00终止运营、届时用户将无法访问,当天将关闭服务器、全面停止运营。

②1月10日,快手电商联合壁虎看看发布《2023快手电商年货消费洞察报告》,洞察新年味趋势下,消费者的年货消费诉求。数据显示,2023快手年货节期间,90后、95后与00后的新增用户数量占平台新电商买家总数的51.2%,成为用户增长的中坚力量,平台用户结构呈年轻化趋势。

③12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。

④12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。

⑤12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%。

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。

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1月14日14:00，预约人数2.85万人，评分8.3；12月10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；据Sensor Tower在12月发布的中国手游收入排行榜，网易游戏出品的《梦幻西游》位居第5名、《光·遇》位居第11名、《率土之滨》位居第12名。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。

③1月13日，网易举办了“网易游戏策略卡牌新春年会”，用游戏主题脱口秀作为开场表演单独为CCG品类做发布会。

④12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。

⑤11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。

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。

①心动公司自研游戏《火力苏打》(T3 Arena)和进口游戏《无尽旅图》获批12月游戏版号；《退休模拟器》获批11月国内游戏版号。

②10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。

①1 月 10 日，阅文集团发布 2022 “十二天王”榜单。2022 “十二天王” 80%以上都是 90 后，酒剑仙人、南瞻台等 95 后占据半壁江山。

②12 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。

③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。

⑤11 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 日在起点读书再更新番外，全站用户免费阅读。

⑥11 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 Q3 MAUs 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》2022 年 12 月 15 日正式发售，据七麦数据，上线以来持续位于 RPG 类游戏付费榜首位; 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 6 话)，截至 1 月 13 日 24:00，播放量 3.3 亿; 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 2023 年 1 月 13 日播放量分别为 2 亿、3.1 亿、2.6 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 2023 年 1 月 14 日，《崩坏: 星穹铁道》共有 233.1 万人预约 (米哈游运营)，《绝区零》共有 274.3 万人预约 (米哈游运营)，《明日方舟: 终末地》共有 162.3 万人预约，《Apex 英雄》共有 277.3 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%。

①2023 年 1 月 12 日，阿里巴巴集团与吉利控股集团签署战略合作协议。双方将立足吉利在智能电动出行领域的专业

经验及阿里巴巴的数字化能力，在云计算和工业互联网、汽车智能化及智能出行、数智化营销、可持续发展等四个方面开展深入合作

②2023年1月10日，杭州市人民政府和阿里巴巴集团全面深化战略合作协议签约活动举行。

③2023年1月8日晚间，阿里巴巴在港交所公告，蚂蚁集团宣布主要股东投票结构变化，变化后马云将不再控制君瀚和君澳持有的蚂蚁集团多数投票权。合计持有蚂蚁集团50%以上股权和投票权的两个主要股东杭州君瀚股权投资合伙企业及杭州君澳股权投资合伙企业的普通合伙人实体的股东马云，与该现有普通合伙人的其他股东将终止一份协议。

④2023年1月7日，蚂蚁集团发布了关于持续完善公司治理的公告。公告称，为持续完善公司治理，实现长期可持续发展，自2021年以来，蚂蚁科技集团股份有限公司(以下简称“蚂蚁集团”)持续提升公司治理水平，目前董事会八名董事中包含四名独立董事(达到半数)，下设包括风险管理与消费者权益保障委员会、ESG可持续发展委员会在内的六个专门委员会。

⑤2022年12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

⑥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。

⑦2022年11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。

①2023年1月6日，京东集团项目签约奠基在惠山区玉祁举行，京东无锡智能供应链产业园一期项目开工及二期项目签约。此次是京东方面首次携手惠山，结合惠山完备的区域资源与强大的产业承载力，项目将被打造成京东集团在全国的标杆性、示范性项目。

②2023年1月1日，京东对外公布了“春晓计划”，包括为自然人提供快速入驻通道，并提出12项扶持政策，全力支持商家入驻和成长。自然人可以在京东注册“京东小店”，仅需身份证和手机号即可申请入驻。

③2022年12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。

④2022年12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。

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%。

①2023年1月10日，百度举办Create AI开发者大会。作为首个“人机共创大会”，AIGC(利用AI技术自动生成内容的生产方式)技术被深度应用，创造、搭建、连接了多个科技感爆棚的数字化演讲场景。

②2023年1月4日，百度副总裁马杰表示，百度即将在1月10日的Create开发者大会上，发布全球首个独立元宇宙解决方案——希壤元宇宙底座MetaStack。基于一系列元宇宙组件化基础设施和一站式开发平台，原本需要6个月到一年的元宇宙开发，如今最快40天即可完成。

③2022年12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。

④2022年12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

⑤2022年12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。

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%。

①2022年12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。

③2022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。

①2023年1月12日，由拼多多全方位支持的“第三届全球农创客大赛”决赛结果正式揭晓。拼多多联合中国农业大学、浙江大学等顶尖机构连续举办三届“多多农研科技大赛”，以智慧农业技术解决方案为目标，为年轻的研究人员提供发挥才华的启动平台，促进农业实体与数字化融合。

②2022年11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。

③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2023年1月6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，应用免费榜排名常居前三名，多日连续蝉联第1。

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2Q22，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%。

①2023 年 1 月 6 日，唯品会东盟电商现代物流中心项目近日竣工，总投资 2 亿元，占地面积约 60.25 亩，总建筑面积约 2.1 万平方米，主要建设仓库、门房、公用站房等 3 个单体。该项目建成投产后，将形成良好的行业生态，助力南宁市经济高质量发展。

②2023 年 1 月 10 日，据北京商报，唯品会在东南亚推出出海项目，目前其官网“vipshop.sg”以及手机应用 App 已经同步上线。官网信息显示，VIPSHOP Singapore Pte. Ltd. 是唯品会的东南亚官方总部。

③2022 年 12 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。

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3：政策更新

时间	政策/文件名称	主要内容
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”（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、

时间	政策/文件名称	主要内容
2022. 11. 1	《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022-2026 年）》	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	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	《国家广播电视总局办公厅关于国产网络剧片发行许可服务管	《通知》规定，国家对国产网络剧片发行实行许可制度，国务院广播电视主管部门负责制定国产网络剧片发行许可实施规范，广播电视主管部门采取分级监管、重点监管、动态监管、主体监管相结合的策略，实施有针对性、差异化、精准化的管理措施；制作、

时间	政策/文件名称	主要内容
	《理有关事项的通知》	播出重大题材或者涉及政治、军事、外交、国家安全、统战、民族、宗教、司法、公安等特殊题材的国产网络剧片，应当出具省级以上人民政府有关主管部门或有关方面的书面意见。
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。
2022. 12. 29	《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。各有关部门要加大支持力度，推动试点示范项目在各地、各行业应用推广。
2022. 12. 31	《工业和信息化部办公厅关于印发完善工业和信息化领域科技成果评价机制的实施方案》	《方案》提出，到2027年形成一套工业和信息化领域的科技成果评价规范，培育遴选一批水平高、能力强、信誉好的科技成果评价和转移转化机构，健全工业和信息化领域科技成果项目库，形成一套推广应用模式，评价或转化一批高质量科技成果。充分用好国家产融合作平台，在企业“硬科技”属性评价、“科技产业金融一体化”专项目录遴选、企业上市推荐等工作中，将评价结论作为参考。支持地方、企业与高校加强合作，强化供需对接机制。
2023. 01. 07	《新型冠状病毒感染防控方案（第十版）》	《方案》提出，鼓励3岁以上适龄无接种禁忌人群应接尽接。倡导公众特别是老年人积极主动全程接种疫苗和加强免疫接种。疾病预防控制机构应该动态分析感染者，特别是重型、危重型和死亡病例变化趋势，发现感染异常升高、感染者呈聚集性分布或出现重型、危重型及死亡病例时，要及时核实并向同级卫生健康行政部门及上级疾病预防控制机构报告，并定期向下级疾病预防控制机构和医疗机构通报疫情分析信息。
2023. 01. 11	《国家广播电视总局关于印发全国广播电视和网络视听“十四五”人才发展规划的通知》	《通知》深刻把握广电工作是政治工作的鲜明定位，把政治建设作为人才队伍建设的首要任务，着力提高人才队伍政治素质和政治能力；紧紧围绕构建大视听发展格局、全面推进未来电视发展，着力提高行业人才核心竞争力，打造支撑高质量发展的广播电视和网络视听人才梯队；牢牢把握媒体深度融合大背景下新时代网络视听在壮大主流思想舆论、传播繁荣先进文化、促进经济社会发展等方面的重要使命作用，打造一支立足新阶段、展现新姿态、推动新传播的网络视听领域先进人才队伍，推动网络视听精品不断推出。
2023. 01. 11	《国家卫生健康委关于印发突发事件紧急医学救援“十四五”规划的通知》	《规划》提出政府负责，多方协同；平急结合，军民融合；科学规划，合理布局；快速反应，有效处置的基本原则。设置总目标：到2025年末，建立健全紧急医学救援管理机制，全面提升现场紧急医学救援处置能力和收治能力，构建陆海空立体化协同救援，进一步推进医疗救援信息化指挥、陆海空伤员转运、大批量伤员救治、突发中毒事件医学救援、突发核辐射事件医学救援、基层突发事件快速医疗应急处置、紧急医学救援培训演练、专业人才培养、相关研究和成果转化及推广等方面工作。

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

- 1月13日，有消息称，2023年春晚主会场直播的合作方将是新东方在线旗下东方甄选，主播董宇辉已经在彩排。《科创板日报》就此事求证东方甄选方面，东方甄选App客服称，并非央视春晚，而是1月14号的央视网络春晚。目前，董宇辉的活动海报已展出。
- 1月13日，据财联社，腾讯XR暂停部分业务，原业务负责人已离职，此前计划通过直接收购来自建XR硬件生态的路径将有所改变。腾讯于2022年6月成立XR部门，腾讯高级副总裁、游戏业务实际操盘手马晓轶为总负责人，

腾讯游戏工作室 NExT Studios 负责人沈黎为 XR 具体业务负责人，但已于 2022 年 11 月离职，接下来人员调整情况未知。

- 1 月 8 日，阿里巴巴在港交所公告，蚂蚁集团宣布主要股东投票结构变化，变化后马云将不再控制君瀚和君澳持有的蚂蚁集团多数投票权。合计持有蚂蚁集团 50% 以上股权和投票权的两个主要股东杭州君瀚股权投资合伙企业和杭州君澳股权投资合伙企业的普通合伙人实体的股东马云，与该现有普通合伙人的其他股东将终止一份协议。
- 1 月 7 日，移动智能公司 Apptopia 发布数据，公布了 2022 年全球下载次数最多的 10 个移动应用程序和购物应用程序，并分别对全球和美国的下载量进行了排名。数据显示，SHEIN 是 2022 年全球下载量最大的购物应用程序，安装量为 2.29 亿次。但在美国，SHEIN 以 4000 万次安装位居第二，亚马逊以 4700 万次应用下载量位居第一。上线不到半年的 Temu，以 1650 万的安装量跻身美国购物应用下载榜单第八位。

2.3 行业投融资情况

据 IT 桔子统计，1 月 7 日-1 月 13 日期间，共发生 6 起行业投融资，游戏行业 1 起，文娱传媒行业 4 起，社交网络行业 1 起。1) 文娱传媒行业：Kakao 娱乐获得 9.46 亿美元战略投资，最新估值 313.3 亿人民币；爱奇艺智能获 4 亿人民币的 C 轮投资，最新估值 20 亿人民币；Readmio 获得 110 万欧元种子轮投资，最新估值 4290 万人民币；Ma Go 获数千万人民币 A 轮投资，最新估值 1.5 亿人民币；2) 社交网络行业：OneRoof 获得 320 万美元的战略投资，最新估值 1.04 亿人民币。3) 游戏行业：Stoic Entertainment 获得 3271 万人民币的 A 轮融资，最新估值 1.64 亿人民币。

图表4：1 月 7 日-1 月 13 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)
2023/01/13	Kakao 娱乐	文娱传媒	战略投资	9.64 亿美元	GIC 新加坡政府投资公司	313.3 亿人民币
2023/01/12	爱奇艺智能	文娱传媒	C 轮	4 亿人民币	真知资本	20 亿人民币
2023/01/12	OneRoof	社交网络	种子轮	320 万美元	Gaingels; General Catalyst Partners	1.04 亿人民币
2023/01/10	Readmio	文娱传媒	种子轮	110 万欧元	Zero Gravity Capital; Depo Ventures	4290 万人民币
2023/01/10	Ma Go	文娱传媒	A 轮	2500 万美元	北太平投资	1.5 亿人民币
2023/01/09	Stoic Entertainment	游戏	A 轮	3271 万人民币	KB Investment	1.64 亿人民币

来源：IT 桔子，国金证券研究所

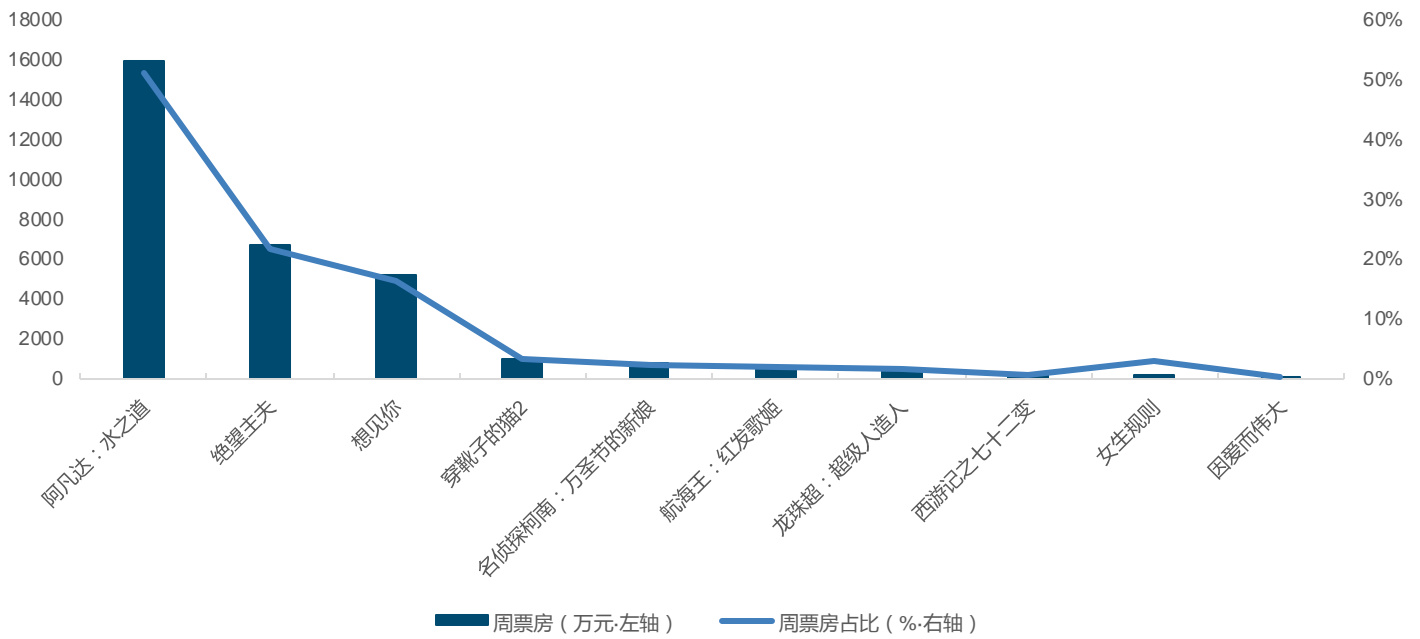
三、周度数据跟踪

3.1 电影：电影票房周度数据跟踪

1 月 7 日-1 月 13 日，单周总票房较上周 (7.30 亿元) 下降至 3.49 亿元，前十名总票房 3.09 亿元。《阿凡达：水之道》(票房占比 51.6%) 排名第一，《绝望主夫》(票房占比 21.1%) 为第 2 名，《想见你》(票房占比 16.2%) 为第 3 名，《穿靴子的猫 2》(票房占比 3.1%) 为第 4 名，《名侦探柯南：万圣节的新娘》(票房占比 2.4%) 为第 5 名，其余影片票房占比均未超过 2%。前三票房合计占比 88.9，影片票房集中低于上周 (91.8%)，主要由于《阿凡达：水之道》已上映 4 周左右，周票房随时间自然下滑。

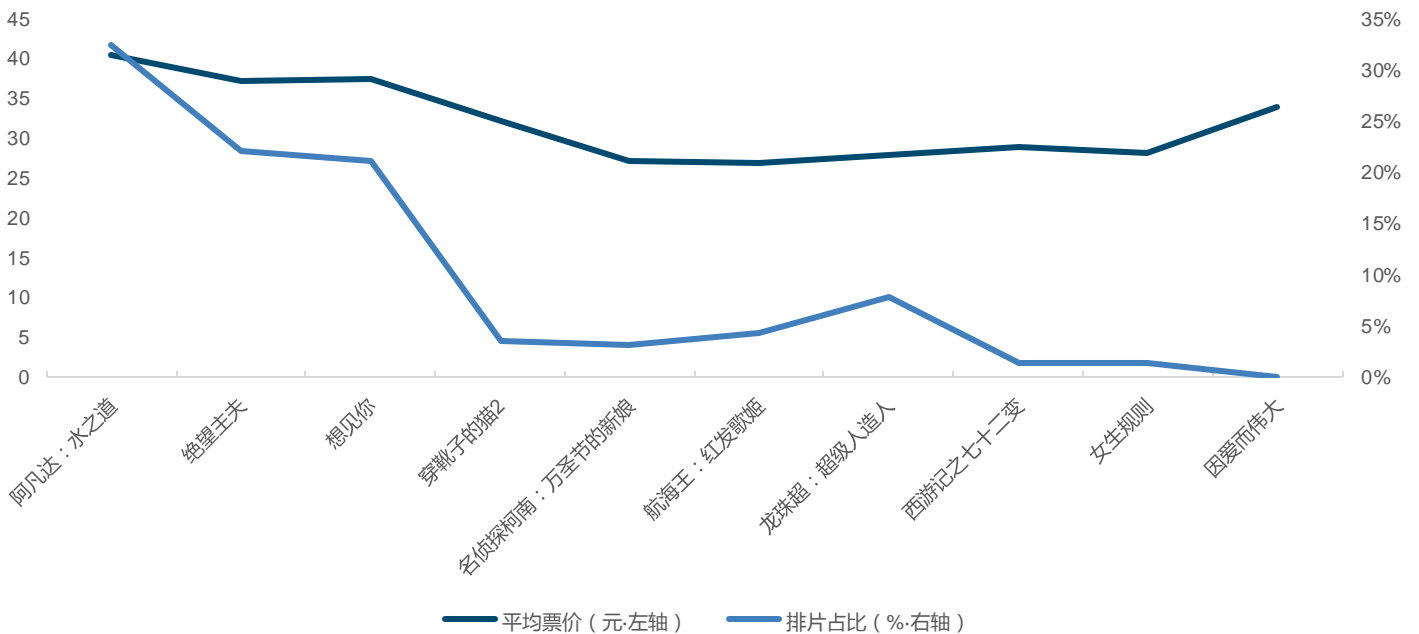
排片与票价方面，《阿凡达：水之道》排片占比 32.4%，《绝望主夫》排片占比次之，为 22.1%，《想见你》为 16.2%，位列第 3；本周平均票价 (42.1 元) 较上周 (43.6 元) 显著下降，主要由于票价最高的《阿凡达：水之道》票房占比下降，本周《阿凡达：水之道》、《想见你》、《绝望主夫》为票价前 3，分别为 45.6、41.1、41.0 元，其余影片票价均低于 40 元，《航海王：红发歌姬》票价最低，为 31.2 元。

图表5: 1月7日-1月13日电影票房及占比周度数据跟踪



来源: 猫眼专业版, 国金证券研究所

图表6: 1月7日-1月13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, 1月9日-1月13日期间, 电视剧热度指数排行榜中, 排名第1为《向风而行》(全网热度 76.10); 《去有风的地方》(全网热度 74.20) 排名第2; 《纵有疾风起》(全网热度 68.61) 本周排名保持在第3; 《破晓东方》(全网热度 62.37), 本周排名第4名。前十连续剧中, 爱奇艺独占占比为10%, 腾讯视频、芒果TV均无独占电视剧。

图表7: 本周(1.9-1.13)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
向风而行	19	2022/12/26	-	76.10	爱奇艺、腾讯视频、咪咕
去有风的地方	11	2023/01/03	-	74.20	芒果TV、咪咕
纵有疾风起	13	2023/01/01	-	68.61	腾讯视频、爱奇艺

片名	上映天数(天)	上线时间	单周播放量	全网热度	播放平台
破晓东方	22	2022/12/23	-	62.37	腾讯视频、爱奇艺、优酷、咪咕、央视网
风吹半夏	48	2022/11/27	-	60.69	爱奇艺
护卫者	29	2022/12/16	-	52.72	腾讯视频、爱奇艺、搜狐视频
勇敢的翅膀	32	2022/12/13	-	46.32	腾讯视频、芒果TV
沸腾的群山	22	2022/12/23	-	46.27	腾讯视频、搜狐视频、芒果TV、咪咕、乐视
山河锦绣	60	2022/11/15	-	39.32	腾讯视频、爱奇艺、优酷、芒果TV、咪咕
虎胆巍城	44	2022/12/01	-	37.01	腾讯视频、爱奇艺、优酷、芒果TV、搜狐视频、咪咕、央视网、乐视

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为1月14日12:00

图表8：上周（1.2-1.6）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
浮图缘	11	2022/12/27	-	74.39	爱奇艺
向风而行	12	2022/12/26	-	71.28	爱奇艺、腾讯视频、咪咕
去有风的地方	4	2022/01/03	-	69.60	芒果TV、咪咕
少年歌行	12	2022/12/26	-	69.11	优酷
月歌行	23	2022/12/15	-	67.71	爱奇艺、咪咕
纵有疾风起	6	2023/01/01	-	66.59	爱奇艺、腾讯视频
我可能遇到了救星	22	2022/12/16	-	65.13	优酷
回来的女儿	17	2022/12/21	-	63.17	爱奇艺
风吹半夏	41	2022/11/27	-	62.17	爱奇艺
廉政狙击	28	2022/12/10	-	60.39	优酷

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为1月7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，1月9日-1月13日期间，综艺热度指数排行榜中，《无限超越班》（全网热度55.06）本周位于第1名，《我们的客栈》（全网热度47.79）本周上升9名第2名，《名侦探学院第六季》（全网热度46.93）本周维持第3名，《再见爱人第二季》（全网热度46.42）本周上升4名至第4名，《来看我们的演唱会》本周排名上升2名至第5名。芒果TV前十综艺占比40%（咪咕为芒果超媒第二大股东中移资本旗下平台，将芒果自制、二者同时播放的综艺归为芒果TV独占），腾讯视频占比20%，爱奇艺占比20%，优酷占比10%。

图表9：本周（1.9-1.13）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	28	2022/12/17	-	55.06	优酷
我们的客栈	8	2023/01/06	-	47.79	优酷、腾讯视频、爱奇艺
名侦探学院第六季	31	2022/12/14	-	46.93	芒果TV
再见爱人第二季	74	2022/11/01	-	46.42	芒果TV、咪咕
来看我们的演唱会	56	2022/11/19	-	46.32	腾讯视频
我们民谣2022	22	2022/12/23	-	45.63	爱奇艺
令人心动的offer第四季	46	2022/11/29	-	45.40	腾讯视频
时光音乐会第二季	29	2022/12/16	-	45.39	芒果TV、咪咕
元音大冒险	45	2022/11/30	-	45.15	爱奇艺
妻子的浪漫旅行第六集	51	2022/11/24	-	45.08	芒果TV、咪咕

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为1月14日12:00

图表10：上周（1.2-1.6）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	21	2022/12/17	-	54.21	优酷
名侦探学院第六季	24	2022/12/14	-	51.58	芒果TV
奔跑吧·共同富裕篇	63	2022/11/05	-	48.14	爱奇艺、优酷、腾讯视频
时光音乐会第二季	22	2022/12/16	-	47.62	芒果TV、咪咕
妻子的浪漫旅行第六季	44	2022/11/24	-	47.56	芒果TV、咪咕
来看我们的演唱会	49	2022/11/19	-	47.16	腾讯视频
我们民谣 2022	15	2022/12/23	-	46.32	爱奇艺
元音大冒险	38	2022/11/30	-	46.29	爱奇艺
令人心动的 offer 第 4 季	39	2022/11/29	-	46.20	腾讯视频
你好星期六	371	2022/01/01	-	46.17	芒果TV、咪咕

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为 1 月 7 日 12:00

四、重点公司估值表更新

1 月 9 日-1 月 13 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 17.55%，跌幅最大的是美团，为-6.29%。2022 年 12 月疫情放开后，行业估值有所修复，当前 PE 大部分位于（12，40）的区间，腾讯、拼多多、吉比特、分众传媒的 PS 均高于 5。

图表 11：重点公司估值表（2023 年 1 月 13 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 三季度业绩发 布时间
互联网平台	腾讯	0700.HK	35535	6.30	5.81	17.08	2695	-1.9%	420	-53.5%	已发布
	美团	3690.HK	10602	-6.29	4.51	-	972	20.3%	-68	-16.9%	已发布
	快手	1024.HK	3220	-4.86	3.24	-	432	18.2%	-94	-85.4%	已发布
电商/即时零售	京东	9618.HK	7753	0.72	0.68	323.52	5073	11.0%	14	-68.6%	已发布
	拼多多	PDD.O	12226	1.08	7.38	30.01	552	22.2%	115	-2442.1%	已发布
	达达集团	DADA.O	36	17.55	2.91	-	43	36.8%	-12	-12.4%	已发布
游戏与软件	网易	9999.HK	4496	9.78	4.26	16.78	467	13.8%	97	21.4%	已发布
	金山软件	3888.HK	398	1.04	4.92	-	37	21.4%	-0	-124.2%	已发布
	心动公司	2400.HK	128	3.09	3.76	-	16	15.6%	-4	18.7%	-
	三七互娱	002555.SZ	444	1.21	2.81	12.87	81	7.4%	17	98.6%	已发布
	吉比特	603444.SH	262	2.79	5.28	19.99	25	5.5%	7	-23.6%	已发布
	完美世界	002624.SZ	266	3.00	3.56	25.57	39	-6.8%	11	341.5%	已发布
	宝通科技	300031.SZ	60	1.22	1.89	35.66	15	14.0%	1	-79.7%	已发布
	移卡	9923.HK	127	1.07	3.29	55.62	16	16.2%	1	-75.2%	-
传媒	哔哩哔哩	9626.HK	875	-3.00	3.67	-	100	18.7%	-43	111.9%	已发布
	芒果超媒	300413.SZ	597	-3.92	4.27	34.26	67	-14.9%	12	-17.9%	已发布
广告	阅文集团	0772.HK	415	1.29	4.22	32.15	41	-5.8%	2	-78.9%	-
	分众传媒	002027.SZ	1014	4.11	9.17	26.35	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：010-85950438	电话：0755-83831378
传真：021-61038200	邮箱：researchbj@gjzq.com.cn	传真：0755-83830558
邮箱：researchsh@gjzq.com.cn	邮编：100005	邮箱：researchsz@gjzq.com.cn
邮编：201204	地址：北京市东城区建内大街 26 号	邮编：518000
地址：上海浦东新区芳甸路 1088 号	新闻大厦 8 层南侧	地址：中国深圳市福田区中心四路 1-1 号
紫竹国际大厦 7 楼		嘉里建设广场 T3-2402