

# 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

## 2022 降本增效效果显现，2023 业绩有望向好

### 本周观点

- 多家公司发布 2022 年业绩，降本增效效果显现，23 年有望迎业绩修复。阿里、百度、网易、爱奇艺、唯品会、叮咚买菜等公司发布 2022 年 Q4 及全年业绩，整体而言各公司收入端承受不同程度的压力，尤其广告业务，但再持续性降本增效下，整体盈利能力均有所提升。我们认为，疫情影响，叠加监管等因素导致 22 年行业整体性承压，游戏版号等政策回暖、疫情放开，23 年业绩或逐步回暖释放。
- 2 月 23 日，阿里巴巴发布 2023 财年第 3 季度业绩公司 FY2023Q3 收入 2477.56 亿元，同比+2%；Non-GAAP 净利润 499.32 亿，同比+12%，高于彭博一致预期的 432.68 亿元。
- 2 月 23 日，网易披露 2022Q4 及全年业绩公告，2022Q4 营收 254 亿元，同比+4%，Non-GAAP 净利润 48 亿元，同比-27%；2022 全年营收 965 亿元，同比+10%，Non-GAAP 净利润 228 亿元，同比+15%。
- 2 月 22 日，百度发布 2022 年 Q4 及全年业绩。Q4 实现营收 331 亿元，同比持平，广告业务收入 195.71 亿元，同比-5.6%；非广告业务收入 135 亿元，同比+9.2%；Non-GAAP 净利润 54 亿元，同比+31.5%，净利润率 16.2%，高于彭博一致预期的 47.37 亿元。
- 2 月 23 日，唯品会发布 2022 年业绩，全年净营收 1032 亿元；Non-GAAP 净利润 68 亿元，同比增长 14%。
- 2 月 14 日，叮咚买菜发布 2022Q4 业绩。2022Q4 实现营收 62.0 亿元，同比+13.1%，净利润 0.5 亿元，去年同期为-11.0 亿元，Non-GAAP 净利润 1.2 亿元，去年同期为-10.3 亿元，首次实现盈利。
- 2 月 22 日，爱奇艺发布 2022Q4 及全年业绩。全年总营收 290 亿元，同比-5.1%，线上广告收入同比-24.6%，会员收入同比+6%，全年 Non-GAAP 净利润 13 亿元，21 年为-45 亿元；Q4 总营收 74 亿元，同比+3%，Non-GAAP 净利润 8.56 亿元，去年同期-10 亿元。

### 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，关注线下收单业务占比高、直接受益线下场景修复且具有费率提升逻辑的三方支付龙头拉卡拉，经营数据表现强劲、受益疫后出行修复到店消费修复的本地生活龙头美团，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，主业和到店业务均直接受益疫后线下场景修复、支付业务迎量价齐升逻辑的移卡，习惯性省钱趋势下的高性价比电商平台拼多多。

### 行业要闻

- 据 36 氪引《香港经济日报》报道，美团在多个渠道发布中国香港外卖骑手的招聘广告，正式进军中国香港市场。有消息人士透露，美团已在中国香港成立临时办公室，预计今年第三季度正式推出外卖服务。
- 据亿邦动力，TikTok 在美国推出了一个“应用内购物”功能，品牌可以直接通过 TikTok 销售产品。TikTok 已邀请部分品牌参与内测，包括 Pacsun、流行文化产品精品店 Three Little Mingos 和美容品牌 KimChi Chic 等。
- 据亿邦动力，有媒体报道，SHEIN 计划于今年晚些时候进行 IPO(首次公开招股)，目前正在积极吸引投资者。SHEIN 高管在一份演示稿中向投资者透露，该公司的目标是到 2025 年实现 585 亿美元的年营收，远高于去年的 227 亿美元。这也意味着 SHEIN 的年营收将超过 H&M 和 Zara 当前年销售额的总和。

### 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.....	12
2.3 行业投融资情况.....	12
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.....	15
五、风险提示.....	16

## 图表目录

图表 1： 政策更新 .....	11
图表 2： 2月 18 日-2月 24 日行业投融资情况.....	13
图表 3： 2月 18 日-2月 24 日电影票房及占比周度数据跟踪.....	13
图表 4： 2月 18 日-2月 24 日周度电影平均票价及排片占比数据跟踪.....	14
图表 5： 本周（2.20-2.25）连续剧热度指数排行榜 .....	14
图表 6： 上周（2.13-2.17）连续剧热度指数排行榜 .....	14
图表 7： 本周（2.20-2.25）综艺热度指数排行榜 .....	15
图表 8： 上周（2.13-2.17）综艺热度指数排行榜 .....	15
图表 9： 重点公司估值表（2023 年 2 月 24 日） .....	16

## 一、本周观点

### 1.1 行业观点

- 多家公司发布 2022 年业绩，降本增效效果显现，23 年有望迎业绩修复。阿里、百度、网易、爱奇艺、唯品会、叮咚买菜等公司发布 2022 年 Q4 及全年业绩，整体而言各公司收入端承受不同程度的压力，尤其广告业务，但再持续性降本增效下，整体盈利能力均有所提升。我们认为，疫情影响，叠加监管等因素导致 22 年行业整体性承压，游戏版号等政策回暖、疫情放开，23 年业绩或逐步回暖释放。
- 2 月 23 日，阿里巴巴发布 2023 财年第 3 季度业绩公司 FY2023Q3 收入 2477.56 亿元，同比+2%；Non-GAAP 净利润 499.32 亿，同比+12%，高于彭博一致预期的 432.68 亿元。
- 2 月 23 日，网易披露 2022Q4 及全年业绩公告，2022Q4 营收 254 亿元，同比+4%，Non-GAAP 净利润 48 亿元，同比-27%；2022 全年营收 965 亿元，同比+10%，Non-GAAP 净利润 228 亿元，同比+15%。
- 2 月 22 日，百度发布 2022 年 Q4 及全年业绩。Q4 实现营收 331 亿元，同比持平，广告业务收入 195.71 亿元，同比-5.6%；非广告业务收入 135 亿元，同比+9.2%；Non-GAAP 净利润 54 亿元，同比+31.5%，净利润率 16.2%，高于彭博一致预期的 47.37 亿元。
- 2 月 23 日，唯品会发布 2022 年业绩，全年净营收 1032 亿元；Non-GAAP 净利润 68 亿元，同比增长 14%。
- 2 月 14 日，叮咚买菜发布 2022Q4 业绩。2022Q4 实现营收 62.0 亿元，同比+13.1%，净利润 0.5 亿元，去年同期为-11.0 亿元，Non-GAAP 净利润 1.2 亿元，去年同期为-10.3 亿元，首次实现盈利。
- 2 月 22 日，爱奇艺发布 2022Q4 及全年业绩。全年总营收 290 亿元，同比-5.1%，线上广告收入同比-24.6%，会员收入同比+6%，全年 Non-GAAP 净利润 13 亿元，21 年为-45 亿元；Q4 总营收 74 亿元，同比+3%，Non-GAAP 净利润 8.56 亿元，去年同期-10 亿元。

### 1.2 重点公司跟踪

#### A 股：关注线下场景修复直接受益标的，及“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 2 月 25 日，近 3 个月该游戏稳定于 iOS 策略游戏免费榜前 5 位，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 20 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 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，23 年 1 月位于第 5 位，彰显海外市场开拓的稳健性。目前以《Puzzles & Survival》、《云上城之歌》、《叫我大掌柜》为代表的全球发行游戏取得显著成功，这些成功案例为公司积累了丰富且有效的全球化研发、发行的经验，利于公司延续成功出海产品的道路。SLG 生命周期较长，长线 SLG 游戏 P&S 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 1 月，《Puzzles & Survival》海外收入依旧稳固，排名进一步提升 2 位至收入榜第 2 名，截止 2023 年 1 月底海外累计收入已突破 10 亿美元，日本和美国分别贡献了 40% 和 36% 的海外总收入。《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。

③据七麦数据，三七旗下《下町ドリーム～心に染みる人情物語》于 2 月 22 日在日本预定转上架，2 月 23-25 日，该游戏位于日本 iOS 策略及模拟类游戏免费榜首位。

④2 月 10 日，由中手游和三七互娱共同推出的《城主天下》等获批版号；1 月 17 日，三七互娱《扶摇一梦》等游戏获批版号。

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。23 年 Q1《问道手游》于 iOS 游戏畅销榜平均排名第 28 名左右，相对 22 年略有下滑，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《封神幻想世界》于2月10日获批版号；《超进化物语2》于1月17日获批版号；《渊海王座》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27日当天处于手游畅销排行榜第37名；《一念逍遥》1月位于角色扮演游戏畅销榜Top10，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。据Sensor Tower，《云上城之歌》成为2022年出海韩国手游收入第1位，挺进韩国手游畅销榜Top20。

3) 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。

①2月6日，据公司公告，旗下哈视奇与百度合作完成了百度VR平台四大板块的开发，四大板块主要为百度大脑、未来出行、智能生活、AI教练展区。

②1月3日，据公司公告，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。

③宝通科技自研的《起源：无尽之地》于1月18日获批版号。

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。1月20日公布2022年业绩预告，预计全年实现归母净利17.9-18.9亿元，同比下降10.60-15.33%；扣非归母净利预计15.54-16.54亿元，同比下降19.70-24.55%，其中，预计会员收入同比增长6%，2022年末有效会员规模为5916万，再创新高；运营商业务收入同比增长19%；广告收入同比-27%，降幅较1H22收窄4pct；小芒电商全年GMV同比实现7倍增长，DAU峰值达206万。2022年会员及运营商业务稳健，随疫后修复，广告业务预计22年见底。

长期而言，系列化+爆款内容制作能力强劲，内容电商有望带来业绩弹性。恋综、迷综等题材综艺的“出新-成为爆款-持续迭代”路径印证公司打造优质综艺的能力，且衍生综艺的推出也在进一步挖掘系列综艺价值，未来公司持续推出优质内容，尤其综艺的确定性相对较大。公司内容pipeline丰富，2022年12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。

① 内容表现：综N代保持高热度，剧集表现向好。

综N代：2月14日，芒果超媒在互动平台表示，新一季《声生不息》节目录制正有序进行中，具体上线时间以官方发布为准；据骨朵数据，《大侦探第八季》23年1月26日上映，位于2月全部综艺热度榜第1名，《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2月25日位于全部综艺热度周榜第3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2月25日位于全部综艺热度周榜第5名；《你好星期六》（《快乐大本营》改版）1月全网热度排名稳定在第10位，2月全部综艺中热度排名第5，体现出改版的成功。

剧集：据骨朵数据，2月6日上线的《女士的品格》首周位于全部剧集热度榜第7位；1月3日上线的《去有风的地方》当周位于全部剧集热度榜第3位，1月位于全部剧集热度榜第3位，表现平稳；1月27日上线的《今生也是第一次》上线首周位于全部剧集热度榜第14位，本周上升6位至第8位；《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的第13名，1月位于全部剧集热度周榜第46名。

②2月8日，财信吉祥人寿保险股份有限公司（湖南省本土保险法人企业）披露《关于变更注册资本有关情况的信息披露公告》，开启了新一轮增资扩股，本次拟增资扩股股份总数约7.69亿股，增资扩股总额共计约7.84亿元。其中，拟向新的外部投资者——芒果传媒增发约4亿股，本轮增资扩股如若完成，芒果传媒将持股8.01%，成为财信吉祥人寿第5大股东。

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。1月21日，分众发布2022年度业绩预告，预计全年归母净利润27.7-28.5亿元，同比下滑52.98%-54.3%，扣非净利润23.7-24.5亿元，同比下滑54.7%-56.2%。

短期：关注疫后消费复苏及宏观景气度。2022年12月以来疫情逐步放开，预计广告投放23年将有所回暖，关注宏观经济态势走势。2月公司与今世缘达成深度合作。

长期：媒体资源基础扎实，梯媒龙头地位稳固，看好对客户品牌建设的重要性。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领先地位。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。

6) 国联股份：1月11日，公司发布2022年度业绩预增公告，预计2022全年实现收入726.5-734.0亿元，同比增长95.14%-97.15%；归母净利润11.20-11.35亿元，同比增长93.6%-96.2%；扣非净利润10.38亿元-10.53亿元，同比增长95.4%-98.2%。

①2月15日，国联股份投资成立新能多多(北京)能源科技有限公司，经营范围包含电池销售、石墨及碳素制品销售、半导体器件专用设备销售和新型膜材料销售等。

②1月28日，由国联股份医械多多和西安医学院第二附属医院合作开展的保膝临床手术圆满成功，标志着国联股份医械多多主办的“保膝万里行”项目正式启航，未来在医疗器械保障应用和技术支持方向创造更多价值。

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。

①2月17日，遥望科技在互动平台上表示公司正计划基于GPT技术框架做直播带货的AIGC生成，目前正处于研究阶段，但是否能稳定商业化尚未结论。

②2月2日，遥望科技表示公司规划在2023年发力虚拟人直播等业务，计划利用公司过往积淀的技术优势，实现高效率低成本的AIGC内容生成，使得直播时长更长，以长尾效应进一步扩大供应链竞争优势。

③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。

## 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，2月16日微信手机版本8.0.33安卓端内测上线，安装包体积小幅减小，相比8.0.32版本缩约0.2%；搜一搜页面改版，移除最上方的单独一栏；小程序搜索页新增“小功能”卡片，默认功能包括墨迹天气等；公众号文章新增“划线”和“划线并转发”功能；优化小程序和小游戏稳定性和性能。

②游戏：2月23日，《黎明觉醒：生机》开启不限号不删档测试，已连续2天位于iOS游戏免费榜首位；2月10日，腾讯旗下《王者荣耀》衍生的《王者荣耀·万象棋》版号获批；1月17日腾讯《黎明觉醒：生机》、《白夜极光》和《元梦之星》等游戏获批版号；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；据Sensor Tower，腾讯在2022年出海游戏商中总收入排名第2，仅次于米哈游，2023年1月位于出海游戏商总收入

第一位；《PUBG Mobile》12月海外收入环比增长36%，排名上升2位至收入榜第2名；《王者荣耀》在1月蝉联全球手游畅销榜冠军，收入达到2亿美元；由腾讯Level Infinite发行、韩国Shift Up工作室研发的《胜利女神：Nikke》12月收入超过7000万美元，位列第8名。

③剧集综艺：据骨朵数据，《三体》1月15日上线，上线首周和1月均位于全部剧集第1名；《纵有疾风起》1月1日上线，上线首周热度位于全部剧集第6名，1月整体位于第8位；《时光与他，恰是正好》12月25日上线，1月位于全部剧集热度周榜36名；1月31日上线的《半熟恋人第2季》首周位于全部综艺热度榜第17位；《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，1月全网热度下降12位来到第14名，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，1月位于第12位。

④对外投资：继续筛选优质标的投資，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Triterion进行了投资并获得少数股权。

⑤科技及企业服务：2月16日，腾讯推出企业跨境支付平台“智汇鹅”，面向跨境电商卖家、进出口电商平台及机票酒旅商户，提供全球收款、付款、汇兑等一站式解决方案，支持20多种主流币种交易；2月8日，腾讯云与东吴证券签署战略合作协议，双方将在金融科技新基建、数字新连接、全真互联财富管理等方面深化合作；2月3日，上海文广集团与腾讯签署战略合作协议，共同推动媒体融合向纵深发展。在传媒专业领域为上海科创中心建设、城市数字化转型助力；同日，腾讯科技有限公司申请的“人机对话方法、装置、设备及计算机可读存储介质”专利获授权，能够实现机器与用户之间自然且顺畅的沟通；1月18日，腾讯云日前成立全真互联金融团队。该团队将依托腾讯云实时音视频TRTC、AI、数智人、云渲染、数字孪生等产品能力，探索新一代金融场景全真交互解决方案，推动全真互联在金融行业的创新和落地。

⑥其他：据36氪，今年1月腾讯XR业务暂停，临时负责接管的GM（部门总经理）为钱赓——也是腾讯游戏任天堂合作部的总经理。

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据亿邦动力，快手出海营销平台Kwai for Business宣布上线新产品——原生广告(Native Ads)。这是一种原生作品样式，可以让广告主在广告投放中使用“真实Kwai/SnackVideo账号”（注：Kwai和SnackVideo是快手在海外的两大短视频内容平台）发布视频作品，并保留自然作品的样式和功能。官方指出，对于广告主而言，原生广告将支持投放所有与广告主品牌相关的自然作品，以最大限度扩大品牌影响力。目前，原生广告支持两种途径进行投放：使用广告主自己的Kwai/SnackVideo账号的视频；使用其他创作者发布的自然作品。

②2月22日，快手“2023•增量效应”磁力大会在北京召开，聚焦释放商业新增量、全面增效客户价值两大方向，探索生意的确定性增长路径。快手高级副总裁、商业化业务负责人王剑伟在会上表示，2023年，快手磁力引擎将通过商业流量扩容、商业流量提效、高价值流量产品化三大举措促进内容与商业的融合，提升快手流量对商业客户的价值。

③2月17日，2022年度快手理想家房产总结大会在北京举办，快手房产业务中心负责人刘逍在会上公布，去年快手房产业务GTV(总交易额)突破100亿元。

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据36氪引《香港经济日报》报道，美团在多个渠道发布中国香港外卖骑手的招聘广告，正式进军中国香港市场。有消息人士透露，美团已在中国香港成立临时办公室，预计今年第三季度正式推出外卖服务。官方招聘文件显示，此次招募的外卖员有两种类型，分别是车手和“步兵”，车手又分为电单车和单车骑手两种，“步兵”为步行跑腿。应聘者均需具备中国香港工作的资格，其中车手需年满18岁及以上，拥有一部ios 10或Android 5.0及更新型号的电话，有电单车和有效的驾驶执照、汽车第三者责任保险、安全装备。“步兵”则需年满16岁及以上。

②据深圳新闻网，2月23日，美团无人机团队宣布其城市低空物流解决方案已通过中国民航局审定，并获得了该部门

颁发的《特定类无人机试运行批准函》和《通用航空企业经营许可证》(以下简称“批准函”和“许可证”),该审定结果意味着美团无人机具备了成为一家城市级货运航空公司的资质能力,初步开启商业化运营等工作。

③2月17日,据Tech星球,美团重新内测外卖直播,打造“外卖直播”频道入口会出现约30秒的短视频内容。该视频出现在一众商家列表中,视频偏向于种草,主要向消费者推荐美食。

4) 网易:2月23日,公司披露2022四季度及全年业绩公告,2022Q4单季实现营收254亿元,同比增长4%,实现Non-GAAP净利润48亿元,同比下滑27%;2022全年实现营收965亿元,同比增长10%,实现Non-GAAP净利润228亿元,同比增长15%。其中,2022Q4,公司游戏及相关增值服务收入191亿元,同比增长1.6%,毛利率59.1%,同比-1.8pct,环比-5.9pct,手游收入118亿元,同比下滑0.9%,端游收入60亿元,同比增长8%,老游戏表现稳健,新游戏表现亮眼,2023年产品线丰富,有望在国内市场推出《大话西游:归来》、《逆水寒》手游、《超凡先锋》、《巅峰极速》、《永劫无间》手游等新产品,在海外推出《哈利波特:魔法觉醒》,储备丰富,有望带动收入增长;云音乐收入24亿元,同比增长25.8%,毛利率17.8%,同比+13.7pct,环比+3.6pct,2022全年云音乐MAU达到1.89亿,同比增长4%,在线音乐付费用户数达到3827万,同比增长32.2%,付费率从16%增长至20%,毛利率及用户付费向上明显;有道经营利润2022Q4实现首次季度性盈利。

①海外发展:公司持续加强海外研发,发力优质内容制作,据游资网,23年网易推出了由AAA级资深游戏开发人士组成的新团队Spliced,目标打造“世界级的游戏体验”;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,网易位居22年海外发行商收入榜第6名,23年1月中国手游发行上收入第2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:2月10日网易旗下的《梦幻西游:时空》获批版号;1月17日,网易旗下生存射击手游《超凡先锋》获批版号、《逆水寒》增报移动端版本;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;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1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9名、《光·遇》位居第16名、《率土之滨》位居第17名,环比有所下降。

③2月15日,据IT之家,网易旗下开放世界武侠手游《逆水寒》今日宣布实装国内首个游戏版ChatGPT,让智能NPC能和玩家自由生成对话,并基于对话内容,自主给出有逻辑的行为反馈,是国内类ChatGPT首次应用在游戏。

④1月17日深夜,就午间暴雪中国通过其官方微博发表的《暴雪对国服玩家社区的更新说明》,网易官方公众号发布了说明予以回应。针对“IP控制权”一事,网易回应称,作为代理公司,网易从未寻求暴雪游戏或其他合作伙伴的IP控制权,网易对任何暴雪IP的使用和授权都是按照合同条款,并取得了暴雪的同意和审批。

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。

①2月10日,心动公司的《香肠派对》获批国内游戏版号。

②1月17日,《火炬之光:无限》获批国内版号;心动公司自研游戏《火力苏打》(T3Arena)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。

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。

**①**1月16日，华为阅读与阅文集团正式达成合作，阅文旗下十万余内容将上线华为阅读 app，并推出爆款网文限时免费阅读活动。《斗罗大陆》《鬼吹灯》《盗墓笔记》《琅琊榜》《君九龄》《庆余年》等数十部知名 IP 头部作品均可在华为阅读畅看。

**②**1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。

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》2022年12月15日正式发售，据七麦数据，23年以来持续位于RPG类游戏付费榜前10；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%。

**④**1月29日，哔哩哔哩宣布与晋江原创订立为期三年的综合合作框架协议，包括但不限于购买多部作品（包括文学作品）的版权，并将该版权用于指定用途，而哔哩哔哩同意向晋江原创支付相关交易金额，包括但不限于授权费、采购费及任何利润分成安排所得款项。

近况：**①**番剧：1Q23将上线25部独播/出品番剧，8部为国产，储备丰富，《三体》12月10日开播（全15话，已播出11话），截至2月26日17:00，播放量4.6亿；**②**剧集：22年上线《正义的算法》、《珍馐记》等12部大会员专享电视剧，《守护解放西3》等57部大会员专享纪录片，《侏罗纪世界3》《明日战记》、《精灵旅社4：变身大冒险》、《新蝙蝠侠》等30部大会员专享电影；**③**综艺：《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2月26日播放量分别为2.1亿、3.2亿、2.7亿；**④**游戏：2023年2月28日-2023年3月16日共有9款代理游戏开始测试。**⑤**哔哩哔哩1月MCN榜单发布，商业影响力榜TOP3为蜂群文化、麻瓜联盟、纯初文化；内容影响力榜TOP3为蜂群文化、碎星文化、纯初文化；时尚MCN综合排行榜TOP3为蜂群文化、青藤文化、萤火虫；游戏MCN榜单TOP3为小象大鹅、碎星文化、纯初文化。

8) 阿里巴巴：2月23日，公司发布2023财年第3季度业绩（截止2022年12月底的季度业绩）。公司FY2023Q3收入2477.56亿元，同比+2%，高于彭博一致预期的2458.75亿元，中国商业业务收入1699.86亿元，同比-1%，略高于彭博一致预期的1662.63亿元。NON-GAAP净利润499.32亿，同比+12%，高于彭博一致预期的432.68亿元。

**①**阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇在财报会上表示，云计算是阿里巴巴面向未来的核心战略之一。目前，云计算和人工智能的结合正处于技术突破和发展的关键时期，生成式AI正在发生颠覆性突破，阿里巴巴将全力构建好自己的AI预训练大模型，并为市场上风起云涌的模型和应用提供好算力的支撑。

**②**2月17日，阿里云计算有限公司和杭州市西湖区政府签订全面战略合作协议。双方将在助力中小型企业转型升级、区域社会治理、教育数字化改革、卫生健康数据智能发展等七个领域加强合作。

**③**2月10日，以“数智助力基因产业发展”为主题的“数智CRO生态联盟研讨会”在深圳成功举办。本次研讨会由深圳市医药行业协会、阿里云计算有限公司、NVIDIA三方联合举办，与深圳市医药行业协会举办战略合作签约仪式，宣告双方将联手打造数智CRO生态平台，助力生物医药与基因产业的数智化转型及高质量发展。

**④**2月10日，阿里巴巴国际站物流服务近日上线义乌中心仓，每天可流转货物3000单以上，承载60多吨货物发运，最快可实现2小时入库发货全流程。

**⑤**1月29日，据阿里云消息，由阿里云提供技术支持的长三角生态绿色一体化发展示范区智慧大脑（一期）于今日正

式上线运行。作为全国首个跨省域的智慧大脑，长三角一体化发展示范区智慧大脑聚焦跨域数据共享，以数据一体化驱动区域发展一体化。

⑥1月17日，阿里巴巴开始允许在其跨境电商平台上的欧洲购物者在收到商品后才付款，试图促进全球销售。Splitit Payments 将与支付宝合作，为阿里巴巴的跨境电商平台全球速卖通的客户提供延迟支付选项。

⑦1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。

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。

①据财联社，京东计划在3月初推出100亿元人民币（约合15亿美元）的补贴活动。据悉补贴活动将涵盖京东的自营网店和第三方在其平台上设立的网店，京东仍在整理具体细节并为相关系统启动做准备。

②2月21日，京东商家中心宣布了《京东开放平台“买贵双倍赔”服务规则》，规则表示：消费者购买标有此服务标识的商品后，若其订单实付金额高于特定平台上同款商品的价格，消费者可在下单当天凭有效凭证申请与订单实付金额双倍差额的补偿。

③2月15日，京东宣布和 iQOO 签署线下业务战略合作协议，将开展更加深入的战略合作，继续推进 iQOO 产品在京东之家、京东电器超级体验店、京东电器城市旗舰店、五星电器、O2O 业务及营销等方面的合作，为消费者提升购机体验。

④2月14日，特斯拉官方旗舰店在京东正式上线，全线车品同步发售。京东汽车与特斯拉将以此为起点，携手打造线上线下联动服务，宣传推广文创、周边等产品，并陆续在仓储、配送及充电桩安装等不同环节展开深度合作。

⑤2月10日京东宣布京东云旗下言犀人工智能应用平台将整合过往产业实践和技术积累，推出产业版 ChatGPT:ChatJD。

⑥2月8日，嘉实京东仓储物流封闭式基础设施证券投资基金在上海证券交易所上市，是首只民企仓储物流 REIT。

⑦1月30日，京东在印度尼西亚、泰国的电商官网发布公告，表示将于2月15日起停止接受订单，3月3日起停止在泰国的服务，同月底停止在印度尼西亚的服务。

10) 百度：2月22日，百度发布2022年Q4及全年业绩。2022Q4 百度集团实现营收331亿元，同比持平，略高于彭博一致预期的320.6亿元；其中，广告业务收入195.71亿元，同比下降5.6%；非广告业务收入135亿元，同比增长9.2%；百度Core 营收257亿元，同比-1.25%，环比增长1.64%，略高于彭博一致预期的250.9亿元，广告收入181亿元，同比-6%；非广告收入75.5亿元，同比+11%。Non-GAAP 净利润54亿元，同比+31.5%，净利润率16.2%，高于彭博一致预期的47.37亿元。

①互联网、媒体、金融、保险、汽车、企业软件等行业的近300家头部企业纷纷宣布接入百度类 ChatGPT 产品“文言一心”，打造全新客户流量增长点，通过对话类 AI 优化服务。

②2月7日，百度官方公众号发布文心一言上线通告，其正是百度内部所研发的类 ChatGPT 聊天机器人，英文名称为ERNIE Bot，计划在3月完成内测向公众开放。

③1月18日，中国信通院公布“数字人系统评测结果”。百度智能云曦灵平台在2022年6月通过基础能力评测后，再次在第二轮分级评测中，以高分获得行业唯一的“杰出级”证书，代表了当前中国数字人的最高水平。

④1月10日，百度举办 CreateAI 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。

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%。

①2022年10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%。

①2月1日，公司发布公告称完成Gap上海的收购，随收购完成，宝尊将于2023年2月1日起全面负责运营Gap在中国内地、中国香港、中国澳门地区的业务。

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。

①据36氪，2月13日上午，美国第57届“超级碗”正式开幕，Temu花费1400万美元(约9550万人民币)买下两个广告时段，投放了一条30S的广告。SensorTower数据显示，在超级碗当天，Temu的下载量激增了45%，日活跃用户比前一天猛增了约20%。2月份至今，Temu的月活跃用户数为1340万，超过了Target，后者的月活跃用户数为920万。但仍低于传统零售商沃尔玛，沃尔玛本月的月活跃用户接近1770万。

②2月9日，据财联社，拼多多旗下跨境电商平台Temu正在进行加拿大站点内测，已将美国站过半产品同步至加拿大站上线，由此拼多多的出海版图将覆盖北美最核心两大市场，美国和加拿大。

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3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15.34pct。

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：2月23日，公司发布2022年业绩，全年实现净营收1032亿元(人民币，下同)；Non-GAAP净利润68亿元，同比增长14%；全年实现GMV1752亿元，总订单7.395亿份，超级VIP活跃用户数量增至670万人，对线上消费的贡献占比提升至41%。

①1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。

②1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。

4) 叮咚买菜: 2月14日, 公司发布2022Q4业绩。2022Q4实现营收62.0亿元, 同比+13.1%, 实现净利润0.5亿元, 去年同期为-11.0亿元, Non-GAAP净利润1.2亿元, 去年同期为-10.3亿元, 首次实现盈利。

## 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。2月1日, 财政部、海关总署、税务总局联合发布《关于跨境电子商务出口退运商品税收政策的公告》, 降低跨境电商企业出口商品退运成本, 积极支持外贸新业态发展。2月15日, 教育部发布《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》, 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。

**图表1: 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. 11. 1	《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划(2022—2026年)》	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. 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. 28	《国家广播电视台关于国产网络剧片发行许可服务管理有关事项的通知》	《通知》规定, 国家对国产网络剧片发行实行许可制度, 国务院广播电视台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、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	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

时间	政策/文件名称	主要内容
	《关于开展网络安全技术应用试点示范工作的通知》	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。
2023.01.11	《国家广播电视台关于印发全国广播电视台和网络视听“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台和网络视听人才队伍；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。
2023.01.16	《关于促进数据安全产业发展指导意见》	《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个省部级以上数据安全重点实验室，攻关一批数据安全重点技术和产品，数据安全产业基础能力和综合实力明显增强。
2023.01.18	《关于进一步鼓励外商投资设立研发中心若干措施的通知》	《通知》表明外资研发中心是我国科技创新体系的重要组成部分。为加快实施创新驱动发展战略，扩大国际科技交流合作，加大对外商投资在华设立研发中心开展科研创新活动的支持力度，更好发挥其服务构建新发展格局、推动高质量发展的积极作用。
2023.02.01	《关于跨境电商电子商务出口退运商品税收政策的公告》	《公告》表明将降低跨境电商企业出口退运成本，积极支持外贸新业态发展。
2023.02.04	《国家发展改革委办公厅关于招标投标领域数字证书跨区域兼容互认功能的通知》	为落实《国务院关于开展营商环境创新试点工作的意见》等要求，加快推动招投标领域数字证书(CA)跨区域兼容互认，降低市场主体交易成本，持续优化营商环境，国家发展改革委组织编制了《网络共享数字证书技术标准》，并以首批6个营商环境创新试点城市为重点，部署在部分地方公共资源交易平台和企业招标采购平台开展技术标准验证工作。
2023.02.15	《教育部关于发布智慧教育平台系列两项教育行业标准的通知》	为深入贯彻落实党的二十大精神，扎实推进国家教育数字化战略行动，完善教育信息化标准体系，提升各级各类智慧教育平台建设与应用水平，我部研究制定了智慧教育平台系列的两项标准，包括《智慧教育平台 基本功能要求》和《智慧教育平台 数字教育资源技术要求》，现作为教育行业标准予以发布，并自发布之日起施行。

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

- 据亿邦动力，TikTok 在美国推出了一个“应用内购物”功能，品牌可以直接通过 TikTok 销售产品。TikTok 已邀请部分品牌参与内测，包括 Pacsun、流行文化产品精品店 Three Little Mingos 和美容品牌 KimChi Chic 等。据报道，TikTok 新推出的“应用内购物功能”将会在品牌的个人资料旁显示一个购物袋图标，用户可点击进入浏览带有图片、视频、描述和价格的产品目录，而用户还可以将来自不同商店的产品添加到同一个购物车中进行付款。
- 据亿邦动力，有媒体报道，SHEIN 计划于今年晚些时候进行 IPO(首次公开招股)，目前正在积极吸引投资者。SHEIN 高管在一份演示稿中向投资者透露，该公司的目标是到 2025 年实现 585 亿美元的年营收，远高于去年的 227 亿美元。这也意味着 SHEIN 的年营收将超过 H&M 和 Zara 当前年销售额的总和。
- 2月24日，国务院新闻办就“深入实施创新驱动发展战略 加快建设科技强国”举行发布会，科技部高新技术司司长陈家昌表示：“下一步，科技部将把人工智能作为战略性新兴产业，作为新增长引擎，继续给予大力支持。一是推动构建开放协同的人工智能创新体系，加快基础理论研究和重大技术攻关。二是推动人工智能与经济社会深度融合，在重大应用场景中锤炼技术，升级迭代，培育市场。三是推动建立人工智能安全可控的治理体系。四是全方位推动人工智能开放合作。”
- 2月22日，爱奇艺发布2022年Q4及全年业绩。2022年爱奇艺实现总营收290亿元，同比-5.1%，其中，线上广告收入53.3亿元，同比-24.6%，会员收入177.1亿元，同比+6%，全年Non-GAAP净利润13亿元，21年为-45亿元；2022Q4总营收74亿，同比+3%，Non-GAAP净利润8.56亿元，去年同期-10亿元。

## 2.3 行业投融资情况

据IT桔子统计，2月18日-2月24日期间，共发生5起行业投融资，文娱传媒行业3起，社交网络行业2起。1) 文娱传媒：Superplastic 获得亚马逊领投的2000万美元的A+轮融资，最新估值6.5亿人民币；中冠智享获得2800万人民币的A轮融资，最新估值1.4亿人民币；杰森动漫获得哔哩哔哩领投的种子轮融资，最新估值500万人民币；2)

社交网络行业：之音 Zevok 获得 3000 万美元的 Pre-A 轮投资，最新估值 9.75 亿人民币；囍大人说媒获得树帜投资领投的 1000 万人民币的战略投资，最新估值 5000 万人民币。

图表2：2月18日-2月24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)
2023/2/20	Superplastic	文娱传媒	A+轮	2000 万美元	[领投]Amazon 亚马逊 Galaxy Digital Animoca Brands GV	6.5 亿人民币
2023/2/20	之音 Zevok	社交网络	Pre-A 轮	3000 万美元	未透露	9.75 亿人民币
2023/2/21	囍大人说媒	社交网络	战略投资	1000 万人民币	[领投]树帜投资	5000 万人民币
2023/2/22	中冠智享	文娱传媒	A 轮	2800 万人民币	私募基金	1.4 亿人民币
2023/2/24	杰森动漫	文娱传媒	种子轮	未透露	[领投]哔哩哔哩	500 万人民币

来源：IT桔子，国金证券研究所

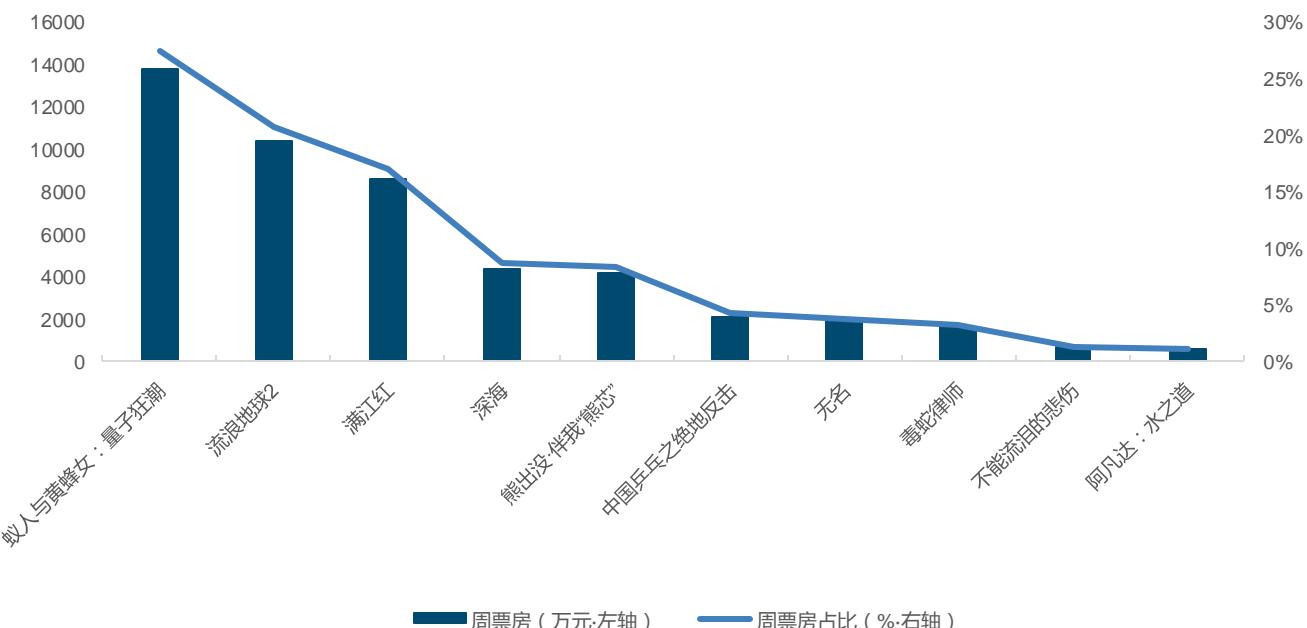
### 三、周度数据跟踪

#### 3.1 电影：电影票房周度数据跟踪

2月18日-2月24日，单周总票房较上周（8.78亿元）下降至5.01亿元，前十名总票房4.82亿元，占比96.24%，较上周有所下降（94.94%）。《蚁人与黄蜂女：量子狂潮》（票房占比27.4%）排名第1，《流浪地球2》（票房占比20.7%）为第2名，《满江红》（票房占比17.0%）为第3名，《深海》（票房占比8.7%）为第4名，《熊出没·伴我“熊芯”》（票房占比8.3%）为第5名，其余影片票房占比均未超过5%。前三票房合计占比65.29%。

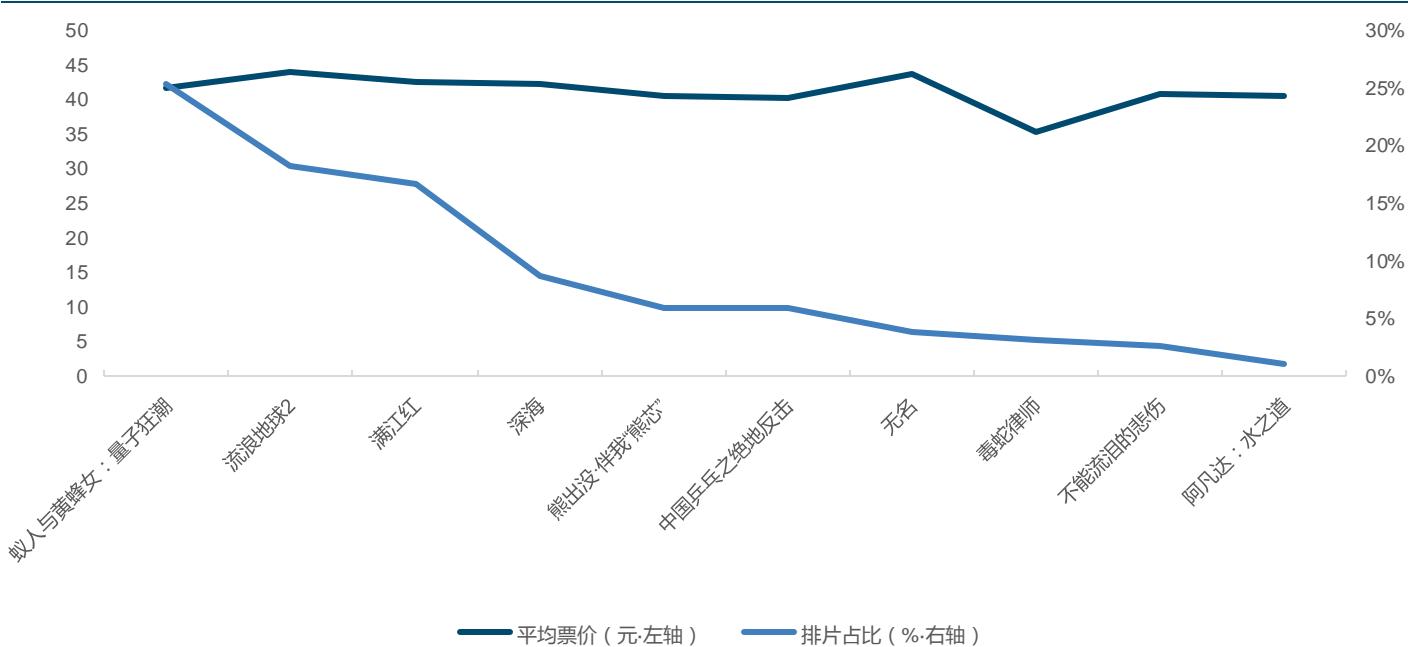
排片与票价方面，《蚁人与黄蜂女：量子狂潮》排片占比25.3%，《流浪地球2》排片占比次之，为18.3%，《满江红》为16.6%，位列第3；本周平均票价（41.8元）较上周（43.7元）有所下滑，本周《流浪地球2》《无名》《满江红》仍为票价前3，分别为43.9、43.7、42.7元，《毒蛇律师》平均票价最低，为35.2元。

图表3：2月18日-2月24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4：2月18日-2月24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，2月20日-2月25日期间，电视剧热度指数排行榜中，排名第1为《星落凝聚成糖》(全网热度 75.95)；《狂飙》(全网热度 74.51)保持排名第2，多周保持高热度；《重紫》(全网热度 74.44)本周排名第3名；《听说你喜欢我》(全网热度 73.01)，本周下降3名至第4名，《光渊》(全网热度 67.55)、《夏花》(全网热度 66.49)本周进入前10榜。前十连续剧中，爱奇艺独占20%、腾讯视频独占30%、优酷占20%。

图表5：本周 (2.20-2.25) 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
星落凝聚成糖	10	2023/2/16	-	75.95	优酷
狂飙	43	2023/1/14	-	74.51	爱奇艺
重紫	11	2023/2/15	-	74.44	腾讯视频
听说你喜欢我	16	2023/2/10	-	73.01	腾讯视频
我们的日子	20	2023/2/6	-	71.08	腾讯视频、爱奇艺
显微镜下的大明之丝绢案	17	2023/2/9	-	68.45	爱奇艺
光渊	8	2023/2/18	-	67.55	优酷
夏花	13	2023/2/13	-	66.49	腾讯视频
女士的品格	20	2023/2/6	-	65.90	芒果TV、咪咕
三体	42	2023/1/15	-	65.51	腾讯视频、咪咕

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为2月26日12:00

图表6：上周 (2.13-2.17) 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
听说你喜欢我	8	2023/2/10	-	72.65	腾讯视频
狂飙	35	2023/1/14	-	72.54	爱奇艺
三体	34	2023/1/15	-	72.46	腾讯视频、咪咕
打开生活的正确方式	25	2023/1/24	-	69.42	优酷
君子盟	19	2023/1/30	-	69.22	腾讯视频
女士的品格	12	2023/2/6	-	67.37	芒果TV、咪咕
显微镜下的大明之丝绢案	9	2023/2/9	-	67.35	爱奇艺
我们的日子	12	2023/2/6	-	67.16	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
重紫	3	2023/2/15	-	66.66	腾讯视频
少年歌行	54	2022/12/26	-	64.03	优酷

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为2月18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，2月20日-2月25日期间，综艺热度指数排行榜中，《大侦探第八季》(全网热度53.99)本周位于第1名，《时光音乐会第二季》(全网热度50.91)《种地吧》(全网热度49.52)本周分别保持在第2、3名，《无限超越班》(全网热度48.90)本周升至第4名，《半熟恋人第二季》(全网热度48.09)本周降至第5名。前十综艺中，芒果TV占比50%（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、优酷分别占比10%。

图表7：本周(2.20-2.25)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
大侦探第八季	31	2023/1/26	-	53.99	芒果TV
时光音乐会第二季	72	2022/12/16	-	50.91	芒果TV、咪咕
种地吧	22	2023/2/4	-	49.52	爱奇艺
无限超越班	71	2022/12/17	-	48.90	优酷
半熟恋人第二季	19	2023/2/7	-	48.09	腾讯视频
我们的客栈	51	2023/1/6	-	48.05	优酷、腾讯视频、爱奇艺
妻子的浪漫旅行第六季	94	2022/11/24	-	47.73	芒果TV、咪咕
你好星期六	421	2022/1/1	-	47.55	芒果TV、咪咕
展开说说	23	2023/2/3	-	46.89	腾讯视频
我们的滚烫人生第二季骑行季	120	2022/10/29	-	45.78	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2月26日12:00

图表8：上周(2.13-2.17)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
半熟恋人第二季	11	2023/2/7	-	48.45	腾讯视频
时光音乐会第二季	64	2022/12/16	-	47.95	芒果TV、咪咕
种地吧	14	2023/2/4	-	47.95	爱奇艺
大侦探第八季	23	2023/1/26	-	47.40	芒果TV
我们的客栈	43	2023/1/6	-	46.83	优酷、腾讯视频、爱奇艺
展开说说	15	2023/2/3	-	46.41	腾讯视频
无限超越班	63	2022/12/17	-	45.86	优酷
快乐再出发第二季	70	2022/12/10	-	45.45	芒果TV
你好星期六	413	2022/1/1	-	45.25	芒果TV、咪咕
百分百开麦	58	2022/12/22	-	44.47	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2月18日12:00

## 四、重点公司估值表更新

2月20日-2月24日期间，重点公司(19家)中4家股价有所上涨。从细分赛道看，各赛道均呈现不同程度的下跌，跌幅最大的是电商/即时零售，其次是互联网平台类，游戏与软件类跌幅相对较小。具体看个股，中手游上周涨幅最大，为4.29%，跌幅最大的是达达集团，为-17.44%。近2周，行业估值有所下行，当前PE大部分位于(12, 35)的区间，腾讯、拼多多、吉比特、分众传媒的PS值均高于5。3/4月为各公司财报密集发布期，关注业绩披露情况。

图表9：重点公司估值表（2023年2月24日）

细分行业	上市公司	证券代码	市值 (亿人民币)	周涨幅 (%)	估值		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全年业绩预计 发布时间
					PS	PE					
互联网平台	腾讯	0700.HK	29343	-6.53	5.85	18.28	2695	-1.9%	420	-53.5%	2023-03-22
	美团	3690.HK	7313	-6.80	4.34	-	972	20.3%	-68	-16.9%	-
	快手	1024.HK	2011	-11.84	3.11	-	432	18.2%	-94	-85.4%	-
电商/即时零售	京东	9618.HK	4896	-15.29	0.66	310.07	5073	11.0%	14	-68.6%	-
	拼多多	PDD.O	7298	-10.38	7.22	29.66	552	22.2%	115	-2442.1%	2023-03-20
	达达集团	DADA.O	157	-17.44	2.88	-	43	36.8%	-12	-12.4%	2023-03-14
游戏与软件	叮咚买菜	DDL.N	76	3.76	0.39	-	121	43.0%	-5	-85.8%	2023-02-13
	网易	9999.HK	3563	-9.26	4.15	17.97	467	13.8%	97	21.4%	2023-02-22
	心动公司	2400.HK	106	-6.19	3.39	-	16	15.6%	-4	18.7%	-
传媒	三七互娱	002555.SZ	504	1.57	2.77	12.80	81	7.4%	17	98.6%	2023-04-22
	吉比特	603444.SH	262	-0.57	5.16	20.10	25	5.5%	7	-23.6%	2023-03-31
	完美世界	002624.SZ	277	0.07	3.55	26.26	39	-6.8%	11	341.5%	2023-04-07
广告	宝通科技	300031.SZ	62	-1.51	1.87	34.93	15	14.0%	1	-79.7%	2023-04-27
	移卡	9923.HK	103	-9.31	3.16	53.94	16	16.2%	1	-75.2%	-
	中手游	0302.HK	53	4.29	1.53	23.51	12	-43.4%	-0	-105.6%	-
广告	哔哩哔哩	9626.HK	601	-5.45	3.65	-	100	18.7%	-43	111.9%	2023-03-02
	芒果超媒	300413.SZ	611	-3.00	4.23	32.62	67	-14.9%	12	-17.9%	2023-04-22
	阅文集团	0772.HK	309	-7.11	4.04	34.25	41	-5.8%	2	-78.0%	2023-03-16
广告	分众传媒	002027.SZ	921	-3.92	8.99	26.35	48	-34.7%	14	-51.6%	2023-04-29

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。

**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