

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@

分析师：廖馨瑶（执业 S1130522060005）
liaoxinyao@

分析师：许孟婕（执业 S1130522080003）
@

阿里云峰会召开，Deep Speed Chat 开源

本周观点

- 传媒板块市场表现持续受 AIGC 事件催化，后续或出现分化。本周 AI 大事件主要为：商汤发布自研大模型“日日新 SenseNova”、阿里云峰会召开、网信办发布《生成式人工智能服务管理办法（征求意见稿）》、微软宣布开源 Deep Speed Chat、亚马逊云科技推出大语言模型和生成式 AI 新服务等，传媒板块继续被催化，其中出版和影视院线板块领涨，3 月以来，传媒板块整体涨幅明显，主要系 AIGC 事件的催化，但每周各细分赛道的涨跌幅呈现一定差异性。我们认为，市场关注度或逐步转向业绩兑现或其可能性，传媒板块市场表现或出现分化，建议关注 AI 赋能逻辑硬、自身 α 较强的标的。

投资逻辑

- 建议关注 AIGC 在技术和应用端的落地情况。个股方面，关注社交基本盘护城河深筑、各业务基本面 23 均向好且稳健布局 AI 的腾讯控股，AIGC 有望较快赋能的游戏及营销公司，比如神州泰岳、三七互娱，老游戏表现稳健、23 年产品线丰富的吉比特。

行业要闻

- 4 月 11 日，阿里云峰会召开，张勇表示，阿里巴巴所有产品未来将接入“通义千问”大模型，钉钉、天猫精灵已率先接入通义千问测试，并会在评估认证后正式发布新功能；阿里云智能集团 CTO 周靖人称，通义千问将基于阿里云基础设施向企业开放，企业可以在阿里云上训练企业自己的行业、垂类大模型。
- 4 月 14 日，据 IT 之家，淘宝天猫商业集团已经按照新的组织架构进入正式运转。其核心电商业务按照行业对消费者提供的价值设立三大行业发展部，分别由七公、奥文和一漫负责，向 CEO 戴珊汇报。
- 4 月 13 日，亚马逊云服务部门(AWS)宣布推出 Bedrock 生成式人工智能服务，以及自有大型语言模型泰坦(Titan)。亚马逊表示，其云产品将作为“中立平台”，为“一切想使用生成式人工智能平台的企业”服务。除了 Titan，其他 AI 公司的模型也将被接入 AWS，比如 Anthropic、Stability AI。
- 4 月 13 日，据量子位，OpenAI 开源了一致性模型 (Consistency Model)，一致性模型最大的特点在于快又好。相比扩散模型，它主要有两大优势：一是无需对抗训练 (adversarial training)，就能直接生成高质量的图像样本；二是相比扩散模型可能需要几百甚至上千次迭代，一致性模型只需要一两步就能搞定多种图像任务。
- 4 月 11 日，国家互联网信息办公室公布了《生成式人工智能服务管理办法（征求意见稿）》，规范内容共 21 条，涵盖了知识产权、隐私安全、内容风险等大部分 AIGC 发展所面临的问题。
- 4 月 10 日，中国支付清算协会发布《关于支付行业从业人员谨慎使用 ChatGPT 等工具的倡议》。其中提出，支付行业从业人员要遵守所在地区的网络使用规定，正确认识 ChatGPT 等工具的机遇和风险，全面评估使用 ChatGPT 等工具处理工作内容的风险，依法合规使用 ChatGPT 等工具。
- 4 月 10 日，据英国《金融时报》，字节跳动去年的利润飙升至创纪录水平，首次超过腾讯公司和阿里巴巴公司。报告援引两位了解相关数据的投资者称，尽管快速增长的 TikTok 业务部门亏损不断，字节跳动 2022 年息税折旧及摊销前利润 (EBITDA) 约为 250 亿美元 (1718 亿元)，同比增长 79%，上一财年该项约 140 亿美元。腾讯 2022 年 EBITDA 为人民币 1640 亿元 (239 亿美元)，而阿里巴巴同期的数字约 227 亿美元。

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.....	5
二、行业政策及新闻动态.....	14
2.1 政策更新.....	14
2.2 行业新闻.....	17
2.3 行业投融资情况.....	18
三、周度数据跟踪.....	18
3.1 电影：电影票房周度数据跟踪.....	18
3.2 电视剧：连续剧热度指数排行榜周度跟踪.....	19
3.3 综艺：综艺热度指数排行榜周度跟踪.....	20
四、重点公司估值表更新.....	21
五、风险提示.....	21

图表目录

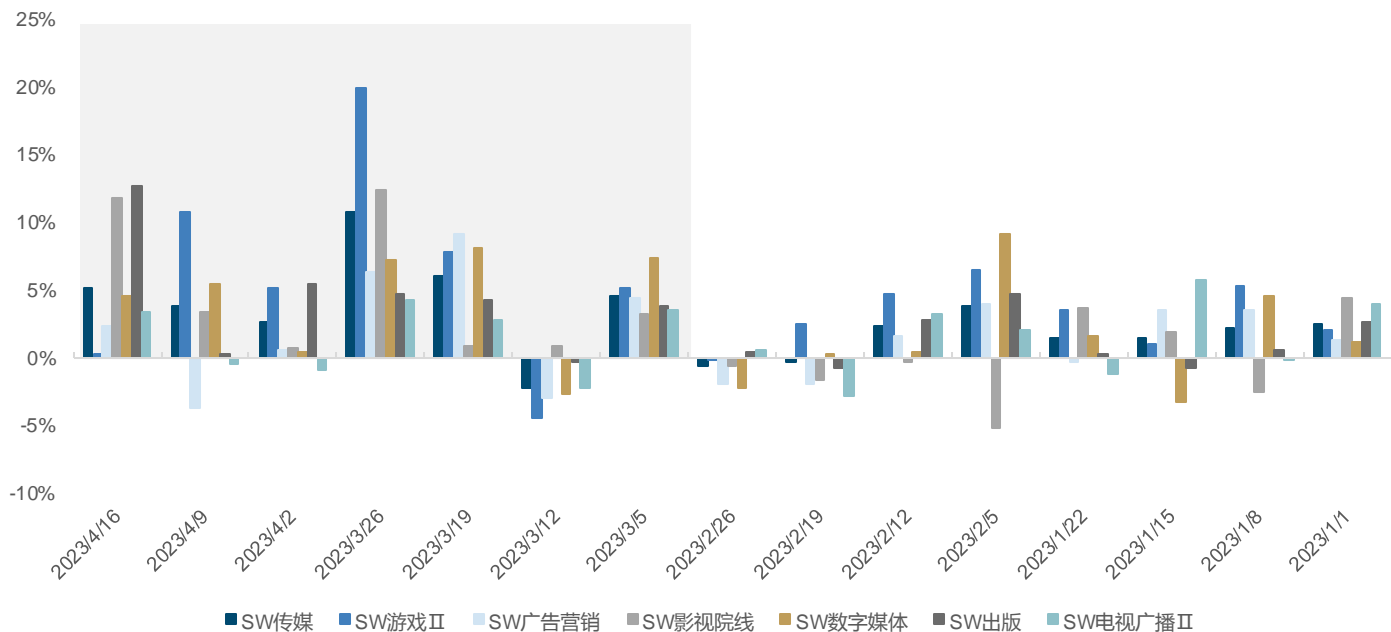
图表 1： 2023 年以来传媒板块周涨跌幅.....	3
图表 2： 近两周 AIGC 领域事件.....	3
图表 3： 政策更新.....	15
图表 4： 4 月 8 日-4 月 14 日行业投融资情况.....	18
图表 5： 4 月 8 日-4 月 14 日电影票房及占比周度数据跟踪.....	19
图表 6： 4 月 8 日-4 月 14 日周度电影平均票价及排片占比数据跟踪.....	19
图表 7： 本周（4.10-4.14）连续剧热度指数排行榜.....	19
图表 8： 上周（4.3-4.7）连续剧热度指数排行榜.....	20
图表 9： 本周（4.10-4.14）综艺热度指数排行榜.....	20
图表 10： 上周（4.3-4.7）综艺热度指数排行榜.....	20
图表 11： 重点公司估值表（2023 年 4 月 14 日）.....	21

一、本周观点

1.1 行业观点

- 传媒板块市场表现持续受 AIGC 事件催化，后续或出现分化。本周 AI 大事件主要为：商汤发布自研大模型“日日新 SenseNova”、阿里云峰会召开、网信办发布《生成式人工智能服务管理办法（征求意见稿）》、微软宣布开源 Deep Speed Chat、亚马逊云科技推出大语言模型和生成式 AI 新服务等，传媒板块继续被催化，其中出版和影视院线板块领涨，3 月以来，传媒板块整体涨幅明显，主要系 AIGC 事件的催化，但每周各细分赛道的涨跌幅呈现一定差异性，我们认为，市场关注度或逐步转向业绩兑现或其可能性，传媒板块市场表现或出现分化，建议关注 AI 赋能逻辑硬、自身 α 较强的标的。

图表1：2023 年以来传媒板块周涨跌幅



来源：wind，国金证券研究所

图表2：近两周 AIGC 领域事件

时间	相关公司/机构	事件
4月15日	—	根据美国内达华州的备案文件，马斯克在该州新成立了一家名为 X.AI 的人工智能公司。
4月15日	—	第六届上海人工智能大会召开。
4月14日	腾讯	腾讯云发布新一代 HCC 高性能计算集群，采用最新一代星星海自研服务器，搭载 NVIDIA H800 Tensor Core GPU，基于自研网络、存储架构，带来 3.2T 超高互联带宽、TB 级吞吐能力和千万级 IOPS，实测结果显示，新一代集群算力性能较前代提升 3 倍。
4月13日	知乎	“2023 知乎发现大会”举行，知乎创始人、董事长兼 CEO 周源和知乎合伙人、CTO 李大海共同宣布了知乎在 AI 大模型上的最新合作与应用，正式发布“知海图 AI”中文大模型，官宣即开启内测，内测功能“热榜摘要”上线，背后的大语言模型 CPM-Bee 来自当清华系大模型创业公司面壁智能。
4月13日	—	“2023 数字经济峰会”在香港会展中心举行，会上，广东省政务服务数据管理局局长杨鹏飞在主题发言中透露，《广东省数据条例》即将出台，广东正在研究推动将数据生产要素纳入国民经济核算体系。
4月13日	亚马逊	亚马逊云科技推出大语言模型和生成式 AI 新服务—Amazon Bedrock 和 Amazon Titan 模型。在 Bedrock 上，用户可以通过可扩展、可靠且安全的亚马逊云科技托管服务，访问从文本到图像的一系列强大的基础模型，Amazon Titan 基础模型目前包括了两个全新的大语言模型。
4月12日	微软	—
4月12日	—	据 Business Insider 报道，推特首席执行官埃隆·马斯克最近购买了约 1 万个 GPU（图形处理器），用于公司的两个数据中心之一。该项目涉及创建一个生成式人工智能，推特将根据自己的海量数据进行训练。
4月12日	微软	微软宣布开源 Deep Speed Chat，可帮助用户轻松训练类 ChatGPT 等大语言模型。Deep Speed Chat 基于

时间	相关公司/机构	事件
		微软 Deep Speed 深度学习优化库开发，具备训练、强化推理等功能，使用 RLHF（人工反馈机制的强化学习）技术，可将训练速度提升 15 倍以上，并大幅降低成本。
4 月 12 日	蓝色光标	据 wind，有截图显示，蓝色光标华东区总部运营采购部下发邮件称“为了遏制核心能力空心化的势头，也为了给全面拥抱 AIGC 打下基础，管理层决定无期限全面停止创意设计、方案撰写、文案撰写、短期雇员四类相关外包支出。
4 月 12 日	—	4 月 12 日，据机器之心，AutoGPT 是一个开源的 AI 代理 Python 应用程序，由开发人员 Significant Ggravitas 发布在 GitHub 上，它使用 GPT-4 作为驱动基础，允许 AI 自主行动，完全无需用户提示每个操作，30 分钟内就可以完成设置。
4 月 11 日	阿里	阿里云峰会召开，张勇表示，阿里巴巴所有产品未来将接入“通义千问”大模型，钉钉、天猫精灵已率先接入通义千问测试，并会在评估认证后正式发布新功能；阿里云智能集团 CTO 周靖人称，通义千问将基于阿里云基础设施向企业开放，企业可以在阿里云上训练企业自己的行业、垂类大模型。
4 月 11 日	网信办	国家互联网信息办公室就《生成式人工智能服务管理办法（征求意见稿）》公开征求意见，提供生成式人工智能产品或服务应当遵守法律法规的要求，尊重社会公德、公序良俗，符合五大要求。
4 月 11 日	老虎证券	宣布推出人工智能（AI）投资助手—TigerGPT，属于运用老虎国际的金融数据库即 OpenAI 技术开发的文本生成式 AI 聊天机器人，将内置于其交易平台 TigerTrade。
4 月 11 日	日本政府	日本政府正考虑在国会答辩等行政领域对 ChatGPT 加以利用。
4 月 10 日	—	中国支付清算协会发布《关于支付行业从业人员谨慎使用 ChatGPT 等工具的倡议》。
4 月 10 日	商汤	商汤科技的技术交流日活动上，商汤科技董事长兼首席执行官徐立宣布推出商汤自研的大模型“日日新 SenseNova”，并基于这一模型推出了一系列生成式 AI 应用，从文本聊天到 AI 绘画。其中，商汤最新自研的中文语言大模型应用平台“商量 SenseChat”备受关注，这款模型是一款千亿级参数的自然语言处理模型，参数规模达到 1800 亿。
4 月 10 日	昆仑万维	经过公司与奇点智源团队的合作，公司宣布即将推出对标 ChatGPT 的双千亿级大语言模型—“天工” 3.5，并定于 4 月 17 日启动邀请测试。
4 月 8 日	—	“人工智能大模型技术高峰论坛”在杭州萧山举办，华为云首席科学家田奇谈及《盘古大模型的进展及其应用》、阿里达摩院语言技术实验室负责人谈及《通义大模型体系及应用》、京东集团副总裁何晓冬谈及《从 ChatGPT 到言犀：大模型发展及产业化落地》
4 月 7 日	阿里	阿里云宣布，大模型“通义千问”开始邀请测试。
4 月 6 日	微软	OpenAI 在官网发布《Our approach to AI safety》，以确保安全、可靠地为全球用户提供 ChatGPT 服务。
4 月 6 日	—	全球权威 AI 基准评测 MLPerf Inference v3.0 发布最新结果，中国的 AI 芯片公司，墨芯人工智能，在最激烈的 ResNet50 模型比拼中夺冠，采用稀疏计算；在与 GPT-3 参数相当的开源 LLM—1760 亿参数的 BLOOM 上，4 张墨芯 S30 计算卡在仅采用中低倍稀疏率的情况下，就能实现 25 tokens/s 的内容生成速度，超过 8 张 A100。
4 月 6 日	意大利数据保护局	意大利数据保护当局称，ChatGPT 承诺加强个人数据使用的透明度，我们无意对人工智能和技术创新踩刹车。
4 月 6 日	微软	Microsoft 365 Copilot 即将登录 OneNote。
4 月 5 日	微软	ChatGPT 官网暂停 Plus 付费项目的购买。在升级界面，OpenAI 表示“因需求量太大暂停了升级服务”。隔天即恢复售卖。
4 月 5 日	Meta	发布“CV 界的 GPT 模型”—SAM (Segment Anything Model)，可以用于识别图像和视频中的物体，甚至是人工智能从未被训练过的物品；同时，发布了一个图像注释数据集 Segment Anything 1-Billion(SA-1B)。
4 月 4 日	贵州省大数据发展管理局	《关于印发面向全国的算力保障基地建设规划的通知》发布，《通知》对面向全国的算力保障基地建设进行规划，从能力指标、质量指标、结构指标、通道指标、产业指标等 5 个维度，提出 2023-25 年的相关指标。从 5 大指标具体目标来看，均为翻倍式提高，其中机架规模从现状的 10.8 万架，到 2025 年要提高至 80 万架，三年时间增长达 7 倍；算力总规模从现状的 0.81 Eflops（百亿亿次/秒），到 2025 年要提高至 10 Eflops，提升超 11 倍；大数据交易市场规模从目前的 3 亿元要提高至 2025 年的 100 亿元，增幅达到 32 倍。

时间	相关公司/机构	事件
4月4日	阿里	脱口秀演员鸟鸟在微博展示了自己的分身——“鸟鸟分身”，主要利用阿里大模型技术生成脱口秀演员“鸟鸟”AI嘴替的技术，高度模仿了鸟鸟的语调、声音以及文本风格，并介绍了该技术用于智能终端领域的可行性。

来源：财联社，wind，量子位，腾讯云，阿里云等，国金证券研究所整理，注：统计时间为：4月2日至4月15日

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4月15日，游戏位于iOS模拟游戏免费榜榜首，近3个月该游戏稳定于iOS模拟游戏免费榜前5位，据Sensor Tower，2月《小小蚁国》中国手游海外收入排名下降至24名。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》《王国火种》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，23年2月位于第4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2月，《Puzzles & Survival》海外收入依旧稳固，中国手游海外收入排名进一步提升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Sensor Tower，2023年2月三七互娱旗下奇幻冒险主题MMORPG手游《데블 M》(英文: Devil M)位于中国手游海外收入增长排行榜第4名，2月海外收入环比+107%，截至2023年3月5日，《데블 M》全球收入已超过1100万美元。据七麦数据，截止4月14日，近三月游戏大多时间处于韩国角色扮演畅销榜前20，本周热度有所下降，目前位于韩国角色扮演畅销榜第41名。据七麦数据，三七旗下《下町ドリーム〜心に染みる人情物語》于2月22日在日本预定转上架，2月23日-4月14日，该游戏稳定于日本iOS策略类游戏免费榜前5。据七麦数据，卡牌RPG《名将の復讐》于3月30日在日本上架，截止4月14日，在卡牌游戏畅销榜中排名第12名。此外，《Yes Your Highness》(宫廷养成游戏)《Emily's Resort: Match3》(三消+)《Era of Glory》(SLG)已于海外测试。

④4月6日，国风动作角色扮演游戏《浮生妖绘卷》付费删档测试开启。4月2日，在第16个世界孤独症日里，三七互娱与广东海燕电子音像出版社合作研发出版的孤独症儿童辅助训练游戏《星星生活乐园》2.0版开启公测。

2) 吉比特：具有超长线运营能力，主力游戏DAU稳定，关注所布局赛道的出圈。2023年3月30日，公司发布2022年年度报告，22年实现营收51.68亿元，同比+11.88%，归属上市公司股东的净利润14.61亿元，同比-0.52%，归属上市公司股东净资产为39.79亿元，同比-13.13%。境外业务实现营收2.59亿元，同比+87.23%。主力产品表现稳健，业绩符合预期。

①公司长线运营能力处于二线厂商龙头水平。市场大多手游平均生命在1年左右，而公司较强的“超长线”运营能力，推动核心游戏《问道》手游已持续运营了7年，收入稳定，相比同类竞品，主力游戏DAU保持较高水平的稳定状态，我们认为公司在长线运营能力上已处于二线厂商头部梯队。1) RPG品类：除低于一线网易的《梦幻西游》外，《问道》DAU高于其他二线厂商竞品，22年营业收入相比21年同期小幅增加。截止2023年4月14日，《问道手游》于iOS角色扮演畅销榜排名第15名，相对22年变化不大，总体表现保持稳健。2) 放置类：《一念逍遥》21年4月DAU已反超20年的爆款竞品，且DAU稳定性更高。目前大陆版22年营业收入相比21年同期略有增加，港澳台版营业收入较21年同期大幅增加，韩国版和东南亚版于22年9月上线，贡献了部分增量营业收入。《一念逍遥》也将持续打造国风修仙原创IP，以音乐、漫画、小说、动画等衍生内容丰富游戏内容。

②长线运营能力+多赛道布局，增加出圈概率，版号储备较多，关注新游上线。据公司公告，自研产品中，预计在2023年上线的产品包括：代号《M66》产品的海外版本，已于2023年1月在港澳台地区及马来西亚进行付费测试，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；《重装前哨》海外版本(《OUTPOST》)初步计划2023年暑期在港澳台及海外地区于steam平台发售；《超喵星计划》(由青瓷游戏运营)，该产品目前已取得版号并开始付费测试，计划与23年上线。《BUG(代号)》、《原点(代号)》、《M88(代号)》目前均为计划上线时间。公司储备的代理产品中，《这个地下城有点怪》目前已取得版号，于3月29日开启正式预约，计划23年上半年在中国大陆地区上线；2023年3月10日，代理游戏《皮卡堂之梦想起源》开启手游预约，目前已取得版号，计划23年在中国大陆地区上线；2023年3月1日，代理游戏《新庄园时代》开启付费删档首测，目前已取得版号，计划23年在

中国大陆上线；其他代理产品《超进化物语2》《封神幻想世界》《黎明精英》《失落四境》也均已取得版号。

③《都市大亨物语》安卓和 iOS 于 4 月 10 日上线；吉比特旗下游戏 NS 平台《硬核机甲》以及手游《进击的堡垒》和《最强潮玩团》获得 23 年 3 月国产游戏版号；子公司雷霆网络的《封神幻想世界》于 2 月 10 日获批版号；《超进化物语 2》于 1 月 17 日获批版号；《渊海王座》、《这个地下城有点怪》于 12 月 28 日获批版号；《问道手游》2023 年 4 月 14 日位于 iOS 角色扮演畅销榜排名第 15 名；《一念逍遥》2023 年 4 月 14 日位于角色扮演游戏畅销榜第 8 名，总体稳健；《一念逍遥》已推出微信小程序版本，处于初期的测试阶段。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。

④IP 孵化+运营，为后续储备游戏提供 IP 支持。公司自 2019 年开始探索网文小说 IP 孵化，逐步摸索 IP 运营的新道路。公司从定制文小说出发，挖掘和培育优质 IP，同时不断探索向动漫、影视、剧本杀等多种载体扩展的路径，以触达更多用户群体，强化 IP 影响力。目前已取得《明克街 13 号》《术师手册》《无限血核》《无尽债务》《修真门派掌门路》等多部网文小说 IP 的游戏改编权。

3) 完美世界：IP 矩阵丰富，积极打造新 IP 拓宽用户群体；23 年产品储备丰富，《天龙八部 2》等有望年内上线。2023 年 4 月 6 日，公司发布 2022 年业绩，全年营收 76.7 亿元，同比-9.95%；归母净利 13.8 亿元，同比+273.1%，扣非归母净利 6.9 亿元，同比+580.2%；单 Q4 营收 19.6 亿元，同比+10.1%，归母净亏损 0.65 亿元，扣非归母净亏损 2.3 亿元。2023 年 4 月 14 日，公司发布 2023 年 Q1 业绩预告，预计实现归母净利 2.2-2.6 亿元，同比下滑 73.82%-69.06%，扣非归母净利 1.8-2.2 亿元，同比下滑 56.54%-46.88%。

①游戏：老游戏步入成熟期+产品周期未至，Q1 净利润同比下滑，但环比高增。公司预计 Q1 游戏业务实现扣非归母净利 2.6-3.0 亿元，同比下降 41.65%-32.67%，相较 4Q22 游戏业务净利增长 480.14%-569.39%，同比下滑主要由于 22 年 Q1 为《幻塔》(21 年 12 月国内公测)流水高位，现已进入成熟期，业绩贡献同比下滑，加之产品周期预计 Q2 逐步兑现所致。

②影视及其他：影视剧节奏正常化，预计 Q1 业绩环比持平。公司预计 1Q23 影视及其他业务扣非归母-0.8 亿元，Q1 公司出品的《星落凝成糖》《心想事成》等电视剧播出，其中，据骨朵数据，《星落凝成糖》上线首周即为全部剧集全网热度第 5 位，次周升至第 2 位，第三周及第 4 周均为第 1 位，播映期间保持高热度，预计影视业绩环比基本持平。

③非经收益大幅降低拉低净利，公司预计 1Q23 非经收益约 0.4 亿元，而去年同期约 4.26 亿元，降幅较大。

④《天龙八部 2》4 月 14 日开启公测，全年产品储备丰富，Q2 以来产品周期有望兑现。《天龙八部 2》由黄日华、樊少皇、陈浩民代言，并通过抖音直播、和高德打车等品牌合作的方式进行推广，公测首日位于 iOS RPG 游戏免费榜首位，iOS RPG 游戏畅销榜第 4 名左右，武侠 IP 加持下《天龙八部 2》可期；储备方面，公司 23 年自研/代理游戏 13 款，《一拳超人：世界》《百万亚瑟王》《女神异闻录：夜幕魅影》均已完成首测且玩家反馈良好，《神魔大陆 2》等均有 23 年上线。23 年影视剧投资计划共计 16 部，《云襄传》等 4 部已完成制作，《许你岁月静好》《危险的你 2》等 7 部在进行后期制作，预计影视业务业绩贡献向好。

4) 宝通科技：1 月 30 日发布 2022 年业绩预告。预计 2022 年归母净亏损 2.8-3.8 亿，同比下降 170-195%，上年同期为盈利 4 亿，扣非净亏损 2.7-3.7 亿，去年同期为盈利 3.8 亿。其中，公司旗下子公司广州易幻整体经营业绩首次出现亏损，出于谨慎性原则，公司对广州易幻计提商誉减值准备，预计减值金额为 4.7-4.9 亿元。

移动互联网业务由于版号、产品结构优化、在研产品投入等而短期承压，关注新品表现及产品结构优化效果。1) 经营端，①海外市场竞争加剧，为保障存量游戏竞争力而加大买量成本；②广州易幻上线了《终末阵线》《元素方尖》《剑侠世界 3》《有杀气童话 2》《DK》《天龙八部 2》《魔力宝贝：旅人》等 21 款新品，预计使广州易幻的推广费用较去年同期增加 90%；③广州易幻在优化产品结构，优化及调整研发团队和项目的，加大了国内外市场在研(定制)产品的投入，主动下架和关停了 20 款表现不达预期的海外及自研游戏项目，预计 2022 年广州易幻研发费用同比+225%。2) 财务角度，广州易幻根据宏观经济形式及行业政策等变化，依据会计谨慎性原则，对公司部分发行周期长且预计回本较难的游戏《D5》《卧龙吟 2》《kingdom: Flames of War (全球)》等产品，对其预付的分成款、版权金未摊销的部分进行了结转。

工业互联网表现稳健，预计 2022 年该业务营收同比增长 30%+，深化布局保障未来发展。1) 数字化输送系统：①输送带产能基本满产，其中，海外营收预计占工业互联网板块业务营收的比例 40%+，创历史新高；同时公司和必和必拓共同研发的世界首条碳中和输送带产品正式下线，并大力拓展智慧矿山市场，预计 22 年数字化输送带在矿山领域的收入占数字化输送带收入比例为 60%，产品及服务出口业务同比增长 50%+。②智能在线监测产品已有输送带纵撕检测系统实现规模化商业应用，22 年智能在线检测产品签约客户 13 家，预计 22 年营收同比增长 310%+。2) 智能运营服务：深耕多年，①22 年增资踏歌智行深化布局，将矿车无人驾驶技术与公司智能输送检测系统技术联动，解决输送环节痛点；②与兖矿能源集团合作，增资山东新宝龙，成立山东宝能智维，推动智能化输送带产品、服务技术与煤炭产业融合发展，预计 22 年山东新宝龙收入超 2 亿，山东宝能智维签了 1850 万元的项目合同，将稳步贡献收入。

5) 芒果超媒：出品内容保持高热度彰显自制综艺优势，打造内容电商小芒 APP 和线下实景娱乐 M-CITY 培育新增长极。

2月27日公布2022年业绩快报，预计全年实现营业总收入137.04亿元，同比下降10.76%；归母净利润18.21亿元，同比下降13.86%；扣非归母净利润预计15.84亿元，同比下降23.07%，其中，预计会员收入为39.44亿元，同比增长6.95%，2022年末有效会员规模为5916万，再创新高；运营业务收入为25.09亿元，同比增长18.36%；广告收入收入为39.94亿元，同比-26.77%，降幅较1H22收窄4pct，该业务是导致芒果超媒业绩下滑的主因；小芒电商全年GMV同比实现7倍增长，DAU峰值达206万。

长期而言，系列化+爆款内容制作能力强劲，内容电商有望带来业绩弹性。恋综、迷综等题材综艺的“出新-成为爆款-持续迭代”路径印证公司打造优质综艺的能力，且衍生综艺的推出也在进一步挖掘系列综艺价值，未来公司持续推出优质内容，尤其综艺的确定性相对较大。公司内容 pipeline 丰富，目前，芒果超媒待播综艺包括《乘风破浪4》《披荆斩棘3》《青年π计划》等，剧集方面有《我的人间烟火》《以爱为营》《大宋少年志2》等剧集待播。

内容表现：综N代保持高热度，剧集表现向好。1) 综N代：据骨朵数据，《声生不息·宝岛季》于3月16日上线，上线当天全网热度位于全部综艺的第2位，上线第一周在全部综艺热榜中排名第1名，反响热烈，在3月全部综艺热度榜中位于第1名；《大侦探第八季》23年1月26日上映，3月全部综艺热度榜中位于第2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，3月全部综艺热度榜中排名较2月下降20名，位于第23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，3月全部综艺热度榜中排名较2月下降25名，位于第32名；《你好星期六》（《快乐大本营》改版）1月全网热度排名稳定在第10位，3月全部综艺中热度排名第7，体现出改版的成功。2) 剧集：据骨朵数据，4月6日上线的《恋爱两不疑》，上线首日位于全部剧集第26名，首周位于全部剧集第25名，本周排名上升6名至第19名；4月5日上线的《薄冰》，上线首日位于全部剧集第10名，首周位于全部剧集第10名，本周排名上升4名至第6名；3月31日上线的《看见缘分的少女》，上线首日位于全部剧集第15名，首周位于全部剧集第14名，本周排名上升1名至第14名；3月28日上线的《许你春风野马》，上线首日位于全部剧集第20名，首周位于全部剧集第19名，目前热度下滑，本周排名至第36名；3月14日上线的《归路》上线首日热度位于全部剧集热度榜第7名，首周位于全部剧集热度榜第2位，3月全部剧集热度榜中位于第3名；2月6日上线的《女士的品格》首周位于全部剧集热度榜第7位，3月全部剧集热度榜中排名较2月下降12名，位于第20名；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，目前热度下降，3月全部剧集热度榜中排名较2月下降28名，位于第47名；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，3月全部剧集热度榜中排名较2月下降27名，位于第43名。

①4月4日，芒果超媒发布《关于持股5%以上股东减持计划的预披露公告》。持有公司股份93,647,857股（占公司总股本比例5.01%）的持股5%以上股东湖南财信精果股权投资合伙企业(有限合伙)计划在本公告披露之日起15个交易日后的6个月内，以集中竞价方式减持公司股份不超过18,707,208股（占公司总股本比例1%）。

6) 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。

①4月7日，分众传媒发布公告《公司关于所属企业境外上市的进展公告》，公告称，近日，公司控股子公司 Focus Media Korea Co., Ltd. 收到韩国证券期货交易所通知，其上市预备审核已取得韩国证券期货交易所的批准。

7) 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%。4月11日，公司发布2023年第一季度业绩预增公告，预计第一季度实现上市公司股东净利润2.64-2.66亿元，同比增长70.03%-71.45%；扣非归母净利润为2.61-2.64亿元，同比增加80.02%-82.09%。各多多电商深入贯彻“平台、科技、数据”战略，继续大力实施积极高效的上下游策略、平台交易量增长。同时公司落实精细化管理的政策，净利润有所增长。

①4月12日，公司发布《关于完成工商变更登记并换发营业执照的公告》，目前已完成工商变更登记手续。公司经营范围增加数字技术服务；物联网技术研发；基于云平台的业务外包服务；数字文化创意软件开发；数字创意产品展览展示服务；智能控制系统集成；人工智能基础软件开发；人工智能理论与算法软件开发；互联网直播技术服务。另外，公司章程里增加了ESG委员会，将对公司的ESG战略、目标、可持续发展做出贡献。

8) 遥望科技：公司聚焦移动互联网营销，利润逐渐释放。直播电商GMV同比增长60%，旗下头部主播GMV数据稳定。

积极拓展新营销手段，上线孔襄虚拟数字人形象，并设立遥望创新研究院，对虚拟数字人、AI 等领域加强研究。2023 年 1 月 30 日，遥望科技出具 2022 年度业绩预告，报告期内归属于上市公司股东的净利润亏损 1.7 亿至 2.55 亿元，上年为亏损约 7 亿元，扣除非经常性损益后的净利润亏损 1.78 亿元至 2.63 亿元，上年为亏损 7.2 亿元，公司逐步减轻亏损程度，2022 年由于受到疫情影响，对公司经营尤其是鞋履销售业务造成重大影响，受到疫情管控放开，公司 23 年业绩有望进一步向好。

①据财经网，4 月 13 日，公司在成都举办“百家酒企 百亿联盟”遥望酒水战略合作会，遥望科技为五粮液新零售管理有限公司、成都民酒网、百加迪酒业等 10 位年度优质合作伙伴颁奖，向过去一年所有和遥望合作过的优质商家表达诚挚的感谢，也是遥望科技对酒水行业做出的回顾和总结。

②4 月 11 日，公司发布股权激励相关文件，激励计划拟授予激励对象的股票期权数量为 4,000.00 万份，约占本激励计划草案公布日公司股本总额 91,141.1737 万股的 4.39%。本激励计划下授予的每份股票期权拥有在满足生效条件和生效安排的情况下，在可行权期内以行权价格购买 1 股本公司人民币 A 股普通股股票的权利。本激励计划授予的激励对象共计 269 人，包括董事、中、中高、高管和业务骨干。股票期权的行权价格为 14.33 元/股。本激励计划授予的股票期权在授权日起满 12 个月后分三期行权，各期行权的比例分别为 40%、30%、30%。

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：3 月 22 日，腾讯控股发布 2022 年第四季及全年业绩财报。财报显示，腾讯控股 2022 年全年实现营业收入 5545.52 亿元人民币，净利润 1156.49 亿元，营收保持在去年同期历史高位水平。Q4 营收 1449.54 亿元人民币，净利润 297.11 亿元，同比增长 1%；经调整净利润 297.11 亿元人民币，同比增长 19%。

①盈利恢复双位数增长，降本增效下销售费用大幅优化，加大研发投入拥抱新科技。2022Q4 公司 NON-IFRS 归母净利润 297 亿元，同比+19.42%。降本增效措施下，公司对内部营销活动支出严格把控，2022Q4 公司销售费用达到 61 亿元，同比-47%，销售费用率 4.22%，同比-3.84pct，环比-0.87pct。公司坚持研发投入，正投资于人工智能的能力和云基础设施，2022Q4 公司研发费用达到 159 亿元，同比+13.59%，研发费用率 10.99%，同比+1.27pct，环比+0.22pct。

②游戏：海外增长亮眼，需求及供给修复情况下 23 年国内游戏有望重回增长。2022Q4 公司游戏收入 418 亿元，同比-2.34%，其中国内收入 279 亿元，同比-11%，海外收入 139 亿元，同比+19%。疫情影响及新游戏供给较少导致公司游戏国内业务下滑，疫情修复下 23 年春节公司《王者荣耀》达到流水新高，且 23 年产品线丰富，后续有望回归增长。

③广告：收入恢复增长，视频号及新的机器学习基础设施将进一步释放广告变现潜力。2022Q4 公司广告收入 247 亿元，同比+14.6%，一方面视频号用户时长持续增长，后续变现能力将持续增强；另一方面随疫情好转，广告主需求有所回暖。公司提升了机器学习基础设施能力，后续将提高广告主的广告转化效率及投资回报率，在此情况下公司广告业务效率将进一步提升。

④金融科技及企业服务：企业服务进一步减亏，消费回暖下金融科技 2023 年将贡献增量。2022Q4 公司金融科技及企业服务达到 472 亿元，同比-1.49%。1) 金融科技：受疫情影响，2022Q4 商业支付交易金额增长放缓，2023Q1 在消费恢复情况下商业支付交易金额恢复双位数增长；公司的消费贷款和在线保险服务也在新的监管框架下与持牌金融机构更紧密合作、探索新机遇。

近况：①社交基本盘：4 月 4 日，微信键盘已经上线安卓、iOS、Mac 三大平台，Windows 版本尚在开发。3 月 28 日，腾讯 2023 年微信公开课 Pro 大会围绕视频号、微信支付、小程序、企业微信和搜一搜五大产品分享微信生态最新进展及 23 年展望：视频号 23 年将持续提升各类内容与服务搭载能力，并推出创作分成计划和付费订阅功能帮助创作者变现；微信支付打造支付后小程序优惠券和个人经营收款码等能力，助力商家经营；小程序 22 年 GTV 同比增长超 40%，未来将从性能、信任机制、消息能力、开发效率方面持续优化体验；企业微信平台真实企业与组织数达 1,200 万，每日连接 5 亿微信用户；搜一搜 MAU 达 8 亿，搜索量同比增长 54%，23 年计划推出“问一问”问答场景连接搜索用户与优质创作者。3 月 24 日，安卓微信 8.0.34 正式版发布，iOS 平台的同一版本已于 3 月 20 日正式发布，此次更新修复了一些已知问题，具有管理聊天记录新增自定义时间、新增文章“划线”和“划线并转发”功能、新增发送室内位置信息、来电铃声界面优化、订阅号界面优化、验证好友优化等功能变化。

②游戏：据安卓咨询，3 月 28 日，腾讯 WeGame 平台举行“游戏之夜”，《无畏契约》、《命运方舟》、《重生边缘》、《白荆回廊》、《塔瑞斯世界》、《全境封锁 2》等重点游戏公布了预约、测试等资讯，缉毒题材双主角叙事影视作品《晨昏线》也初次亮相。其他如《星际战甲》的新拓展内容及年度线下发布会，以及《绝地潜兵》、《下一站江湖 II》、《墨影侠踪》、《钢铁指挥官》、《侠义行》等游戏也即将发布。3 月 20 日-3 月 24 日，腾讯游戏亮相 2023 游戏开发者大会，带来 18 场主题演讲，展示了 AI、渲染、引擎、触觉反馈、音频等自研技术在《王者荣耀》《和平精英》《重返帝国》《暗区突围》《PUBG MOBILE》等头部游戏中的前沿应用和创新突破；腾讯游戏 CROS 自研引擎打造的超高清“数字长城”在会上首次亮相。3 月 15 日，Sensor Tower 发布《2023 年 2 月全球热门移动游戏收入 TOP10》，腾讯《王者荣耀》在全球 App Store 和 Google Play 收入 2.25 亿美元，蝉联全球手游畅销榜冠军，《PUBG Mobile》收入超过 1.4 亿美元，位列榜单第 3。3 月 8 日，《王者荣耀》正式上线巴西地区的 App Store、Play Store、Samsung Apps，其初期阶段提供的语言为葡萄牙语、英语。据腾讯游戏官方内测平台消息，一款名为《代号 H》的赛博朋克横板格斗手游开启测试招募，时间为 2 月 23 日-3 月 5 日上午 10:00，本次测试预计 3 月上旬开启。

③剧集综艺：据骨朵数据，《青春之城》4 月 12 日上线，上线首周热度位于全部剧集第 17 名；《枕边陌生人》4 月 12

日上线，上线首周热度位于全部剧集第 33 名；《欢乐颂 4》4 月 7 日上线，上线首周热度位于全部剧集第 7 名；《龙凤令》4 月 8 日上线，上线首周热度位于全部剧集第 34 名；《爱情而已》3 月 27 日上线，上线首周热度位于全部剧集第 2 名，3 月整体位于第 2 位；《无间》3 月 30 日上线，上线首周热度位于全部剧集第 7 名，3 月整体位于第 11 位；《春闺梦里人》3 月 21 日上线，上线首周热度位于全部剧集第 3 名，3 月整体位于第 4 位；《花琉璃轶闻》3 月 15 日上线，上线首周热度位于全部剧集第 3 名，3 月整体位于第 5 位；《重紫》2 月 15 日上线，上线首周热度位于全部剧集第 4 名，3 月全部剧集热度榜中排名较 2 月下降 5 名，位于第 8 名；《毛雪汪》于 3 月 13 日上线，上映首周位于全部综艺排名榜第 20 名，位于 3 月全部综艺热度榜第 18 名；2 月 24 日上线的《哈哈哈哈哈第 3 季》首周位于全部综艺热度榜第 13 位，3 月全部综艺热度榜中排名较 2 月上升 33 名，位于第 3 名。

④对外投资：据 IT 橘子，存甜影视与 4 月 10 日获得腾讯投资的战略投资，最新估值 5 亿人民币。继续筛选优质标的投资，据腾讯网，4 月 4 日，腾讯投资二次元公司游戏公园，持股占比至少超过 31%；据游戏陀螺，库洛游戏于 3 月 17 日获得广西腾讯创投认缴出资 21.72 万的战略投资，占股比例为 14.33%，为库洛游戏第三大股东。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。

⑤科技及企业服务：3 月 14 日，腾讯会议官方发布公告称，将从 2023 年 4 月 4 日起调整免费版和会员版的多项服务功能涉及会议规模、时长和会员价格等方面。3 月 9 日，腾讯旗下数字藏品平台幻核发布下线通告，幻核 APP 将于 2023 年 6 月 30 日 24 时下线。

⑥据腾讯云公众号，4 月 14 日，腾讯云发布新一代 HCC 高性能计算集群，采用最新一代星星海自研服务器，搭载 NVIDIA H800 Tensor Core GPU，基于自研网络、存储架构，带来 3.2T 超高互联带宽、TB 级吞吐能力和千万级 IOPS，实测结果显示，新一代集群算力性能较前代提升 3 倍。

⑦4 月 7 日，抖音官微宣布近期抖音和腾讯视频达成合作，双方将围绕长短视频联动推广、短视频二次创作等方面展开探索；2023 游戏开发者大会 (Game Developers Conference) 上，腾讯 AI Lab 发表了题为《AI Enhanced Procedural City Generation》的演讲，提出自研的 3D 虚拟场景自动生成解决方案，帮助游戏开发者以更低成本创造风格多样、贴近现实的虚拟城市，提升 3D 虚拟场景的生产效率。

2) 快手：3 月 29 日，快手发布 2022 年第四季及全年业绩财报，第四季度营收 282.9 亿元，同比增长 15.8%；净亏损 15 亿元，预估亏损 18.4 亿元。调整后净亏损 4530 万元，同比收窄 98.7%。年度总营收达 942 亿元，同比增长 16.2%，超出市场预期；经调整净亏损 57.51 亿元，同比大幅收窄 69.5%；经调整 EBITDA 实现转正，达 18.15 亿元。

国内业务增长稳健，电商交易表现亮眼。2022 年，快手线上营销服务营收同比增长 14.9% 至 490 亿元，主要是由于平台流量增长、多元化的产品组合及基于行业属性的精细化运营，推动广告主数量及广告主投放增加，尤其来自电商商家的投放。直播业务收入由 2021 年的 310 亿元增加 14.2% 至 2022 年的 354 亿元，由于平均月付费用户增长 19.4%。其他服务收入由 2021 年的 74 亿元增加 31.4% 至 2022 年的 98 亿元，主要来自电商业务的增长，得益于电商商品交易总额的增加。

用户维护状况良好，平台社交信任氛围向好。运营数据方面，2022 年四季度，快手平均日活跃用户同比增长 13.3% 达 3.66 亿，平均月活跃用户规模达 6.4 亿。平台社交互动与信任氛围继续加强，截至 2022 年 12 月底，互相关注的用户对数达 267 亿对，同比增长 63.4%。

①4 月 12 日，快手磁力引擎发布《2023 快手母婴行业数据报告》。22 年、23 年 M1-2 月快手母婴商品消费人数均保持快速增长。人均 GMV 和品单价方面也实现双增长。在快手关注母婴视频的用户数量稳定增长，22 年日均用户数量 1.6 亿+，同比增长 17.0%。从 21 和 22 两年分月来看，每年的 7、8 月日均用户规模为峰值。

②据 DoNews，4 月 11 日，快手电商“理想生活节”圆满收官，达成 GMV 超 14 亿，个人护理、数码等细分赛道品牌 GMV 增速超 10 倍。期间，由泛商城带来的 GMV 超过 2.4 亿，同比增长 121%，订单量同比增长 218%，通过短视频达成订单同比增长 710%。

③据电商报，4 月 8 日，为进一步规范网络传播秩序，营造更加风清气正的网络环境，即日起快手将开展为期三个月的“清朗·规范重点流量环节网络传播秩序”专项行动，针对重点环节和突出问题进行专项治理。

④据中华网，近日在 NVIDIA GTC 2023 大会上，GTC2023 快手展示视频画质评估算法等多项前沿技术和解决方案。

⑤据 Tech 星球，近期快手入局协同办公领域，公司已上线一款名为“妙记多”的办公工具，用户可以在该文档中按照需求进行办公。

3) 美团：3 月 24 日，美团发布 2022 年第四季及全年业绩。公司各项业务继续取得稳步增长，全年营收 2199.5 亿元人民币，同比增长 22.8%；经调整净利润 28.3 亿元，去年经调整净亏损 15.6 亿元。核心本地商业分部的经营溢利增长 56.8% 至 295.0 亿元。

①核心本地商业：宏观环境负面影响下，核心本地商业分部仍实现 17.6% 的收入增长。经营溢利同比增长 56.8% 至人民币 295.0 亿元，经营利润率由 2021 年的 13.8% 提高至 18.4%。2022 年 Q4 分部收入同比增长 17.4% 至人民币 435 亿

元，经营溢利同比增长 41.0%至人民币 72 亿元，经营利润率较 2021 年同期的 13.8%提高至 16.6%。2022 年餐饮外卖业务实现稳定且高质量的增长，全年即时配送订单量同比增长 14%至 177 亿单，其中餐饮外卖单日订单量峰值突破 6000 万单；用户年均交易笔数达 40.8 笔，同比增长 14%；美团闪购万物到家的消费者心智进一步增强；2022 年 Q4 到店、酒店及旅游收入同比下滑的幅度与第二季度相似，但到店、酒店及旅游业务的 2022 年度活跃商家数目仍然保持稳健的同比增长。在 12 月管控解除后，旅游需求和酒店间夜量迅速回升。

②新业务：受商品零售业务的增长推动，2022 年新业务分部收入同比增长 39.3%至 592 亿元人民币。由于商品零售业务的经营效率提高，经营亏损收窄至 284 亿元人民币，经营亏损率改善至 47.9%。其中，2022 年 Q4 新业务分部收入同比增长 33.4%至人民币 167 亿元，该分部经营亏损同比收窄 32.0%至人民币 64 亿元，经营亏损率环比收窄至 38.2%，美团优选品牌定位升级为“明日达超市”，公司强化在全国范围内的次日达物流网络；2022Q4 美团买菜强劲增长，经营效率有所提高；公司加大供给，并进一步加强在购买生鲜、零食、日用品、个护和预制菜等产品上的消费者心智，带动平均订单价格和交易频次持续增长。

近况：①据亿邦动力，4 月 14 日，美团在内部生态会议中宣布，将于 4 月 17 日在全国 20 多个城市上线团购配送业务，包括北京、上海、广州、深圳、成都等一二线城市。

②4 月 13 日，由“美团商企通”升级的“美团企业版”正式推出，移动端 APP 也在安卓和 iOS 应用商店上线。为企业提供工作餐、加班餐、招待用餐、企业差旅、企业打车一站式消费管理。

③4 月 13 日，美团闪购与全国糖酒商品交易会、华润雪花、保乐力加中国共同发布《2023 即时零售酒类白皮书》，报告显示，过去三年，酒水品类在即时零售获得了高速增长。其中，啤酒市场规模增长 83%，洋酒市场规模增长 628%，白酒市场规模增长 554%，远高于酒水品类大盘增长。

④据腾讯网，4 月 7 日，美团称公司在中国香港的外卖业务相关工作正在推进中，在考虑当地市场的特点后会进行本土化尝试，推出一个独立于美团、全新的外卖品牌，并会设有许多量身定制的产品设计及服务内容。

⑤据 36 氪，美团将于近期正式上线面向 To B 市场的业务“美团企业版”，定位企业消费赛道。美团企业版会为企业客户提供消费服务和管理方案，包括用餐、差旅、打车等。

⑥据亿邦动力，美团的前置仓电商业务美团买菜已于今年 2 月重启去年初搁置的苏州开城计划，目前已在当地完成选址，将于近期开城。此外，美团买菜今年还将在保证盈亏平衡的前提下去往更多华东城市，开启新一轮扩张计划。

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 ITBEAR 科技资讯消息，3 月 20 日，网易旗下多款热门游戏在海外的发行商由原本的 Netease Global 变为 Exptional Global，目前，Exptional Global 已经取代了之前的 Netease Global，管理包括《永劫无间+》《梦幻西游网页版》《阴阳师：百闻牌》《黎明杀机手游》《王牌竞速》《哈利波特：魔法觉醒》《指环王：战争》《无尽的拉格朗日》等多款游戏。据 Fami 通消息，2 月 28 日，原《罪恶装备》《苍翼默示录》系列的制作人森利道与青木利则（曾在 Sega、Marvelous 任职）两人共同宣布：得到网易游戏投资，将在日本东京成立新工作室“STUDIO FLARE”，注册资金近 3 亿日元，今后将与网易合作进行游戏开发。目前开放工作室正在建造中。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。

②国内游戏：4 月 13 日，网易全新史诗大世界魔幻冒险 MMORPG 手游《龙之灵域》不付费删档首测；据 IT 之家，网易《逆水寒》手游今日宣布，将在游戏内植入自动 AI 写词机，让玩家可以利用 AI 随时随地、有感而发、引经据典地即兴创作宋词；4 月 9 日，网易 NETALAND 正式上线，NETALAND 是网易传媒旗下全新的泛娱乐体验空间，也为品牌内容营销提供了一套元宇宙解决方案；3 月 23 日，3 月国产游戏版号发放，网易《零号任务》获批；3 月 9 日，网易游戏自研的三国无双类游戏《三国诛将录》开启不付费删档测试；3 月 9 日，网易游戏自研的 3A 级拟真操控竞速游戏《巅峰极速》开启首测；《逆水寒》官方宣布于 4 月 28 日开启删档付费测试，付费将在公测超额返还，测试持续 14 天，将支持 5 万名玩家参与，版本号为 V0.90。

③技术研发：4 月 11 日，中国电子技术标准化研究院公布首批 7 个通过《低代码开发平台能力要求》标准符合性评价的低代码开发平台，网易数帆入选；3 月 31 日，据中国证券，网易有道自研的教育场景下类 ChatGPT 模型将于近期推出，模型名字确定为“子曰”。基于“子曰”研发的 AI 口语老师和中文作文批改 DEMO 已完成，近期开放内测。这也

将是国内企业推出的首个教育场景下类 ChatGPT 模型。

5) 心动公司: 3月30日发布2022年业绩报告。全年收入同比增长26.9%至34.3亿元,创19年赴港上市以来新高;毛利同增49.7%至18.4亿元;经调整后EBITDA亏损同比大幅收窄56.7%至-3.5亿元。

网络游戏:2022年,与去年同期比较,网络游戏的平均月活跃用户数同比减少了2.8%,而平均月付费用户数同比增加了61.0%。平均月活跃用户数下降主要是由于《仙境传说M》(Ragnarok M)等老游戏的平均MAU较去年同期有所下降,这一下降部分被《香肠派对》的平均MAU增加,以及《火力苏打》及《火炬之光:无限》等新游戏上线带来的MAU增加所抵销。而整体平均月付费用户数上升主要是由于《香肠派对》的付费率较去年同期显著提高。2022年度,就收入贡献而言,《香肠派对》、《仙境传说M》、《不休的乌拉拉》(Ulala)、《明日方舟》(Arknights)及《蓝颜清梦》(Lan Yan Qing Meng)为前五大游戏。2022年陆续新上线四款自研网络游戏,分别是《派对之星》(Flash Party)、《火力苏打》(T3 Arena)、《火炬之光:无限》(Torchtlight: Infinite)及《浣熊不高兴》(Unhappy Raccoon)。其中《派对之星》于2022年2月份在海外市场上线,并在日本长时间占据苹果商店免费游戏下载榜的前三名。于2022年4月份《派对之星》亦于中国国内上线。《火力苏打》(T3 Arena)于2022年5月份在海外市场上线,在全球171个国家和地区获得了苹果商店的推荐,并在上线后在11个国家和地区获得了苹果商店免费游戏下载榜的第一名。《火炬之光:无限》于2022年10月份在海外市场上线,以支持PC、安卓及苹果系统互联互通及赛季制的运营模式,得到了暗黑类游戏爱好者的认可。

付费游戏:2022年,付费游戏处于重点新游筹备上线的过渡期,整体收入有一定下滑。《部落与弯刀》(Sands of Salzaar)移动版表现亮眼,全平台用户和付费数随著DLC(追加内容下载包)的推出仍在持续提升。《泰拉瑞亚》(Terraria)等经典游戏依旧有著大量在线用户与活跃的用户社群,相信这些优质产品能为公司与平台持续带来收益与用户。2023年将持续公布更多跨平台新作,丰富TapTap买断制生态,并于全球多平台发布多款产品。

主要业务:TapTap中国版MAU同比增长31.3%至4145万, TapTap收入同比大幅增长41.2%至9.8亿,网络游戏平均月付费用户数同比大幅增长61.1%至157.3万。

①3月29日,心动官方宣布Steam好评如潮的解密冒险游戏《无尽旅图(carto)》今日登陆手机, TapTap和App Store首月半价12元,折扣持续一整个月,截止4月8日,购买次数超3.4万次。

②心动公司自研的《火炬之光:无限》宣布国内5月开启公测,目前可在TapTap、App Store和官网预约。

6) 阅文集团:3月16日,公司发布2022年业绩报告,2022年3月16日,公司发布2022年全年业绩公告,2022公司实现营收76.26亿元,同比-12%,NON-GAAP净利润13.48亿元,同比+9.6%,NON-GAAP净利率17.7%,同比提升3.5pct。

①降本增效下在线阅读运营效率提升。2022年公司在线业务收入43.64亿元,同比-17.8%,其中自有平台产品收入34.83亿元,同比-9.5%,腾讯产品渠道收入5.91亿元,同比-26.9%,第三方平台收入2.9亿元,同比-55.4%。公司2022年在线业务实施降本增效,减少拉新营销支出,2022年销售费用率26.3%,同比-4.9pct,导致在线阅读平均月活跃同比下滑1.9%至2.5亿人,同时,为提升运营效率,公司进行渠道优化,导致腾讯及第三方平台业务收入下滑幅度较大。但在降本增效、专注高品质内容、采取反盗版措施等带动下,核心产品起点读书收入实现30%以上增长。

②IP可视化稳步推进,影视领跑,动画、漫画热度提升。2022年公司版权运营及其他业务收入32.62亿元,同比-2.9%,影视、动漫、动画等业务收入稳健增长,自营游戏收入减少。1)影视:精品影视内容制作能力优秀,后续高品质内容储备丰富。2022年公司推出《人世间》、《卿卿日常》、《心居》等多部热门电视剧及电影《这个杀手不太冷静》,精品影视内容制作能力再次验证,后续围绕公司精品IP将坚持系列化战略,2023年1月1日,新丽传媒公布2023年片单,共包含《纵有疾风起》、《潜伏者》、《与凤行》等16部电视剧及2部电影,其中《庆余年2》、《赘婿2》等系列产品也在其中。2)动画、漫画领域高热度产品不断推出,后续将以IP为基础为更多跨产品形态联动提供支持。动画领域延续优秀表现,《斗破苍穹》、《武动乾坤》等新老动画IP热度持续提升。漫画领域进度超预期,2020年下半年开始与腾讯动漫合作,定下3年300部IP漫画改编目标,截至2022年底已完成230余部。

过去对阅文估值在于在线阅读付费业务和现有IP项目开发,受限于部分待消化项目。重估阅文包含潜在IP开发由“供给驱动”转向“需求拉动”和电影业务崛起。随着阅文与腾讯、新丽成立业务委员会后,公司有望打破过去沉淀较多IP未发掘的问题,加快IP转化影视化进程。①潜在IP转化(影视剧):随着IP开发从“供给驱动”转向“需求拉动”,阅文IP转化产出能力有望进一步得到提升。阅文目前年产出8-10部影视剧约占腾讯年自制剧20%,预计2025年有望提升,年产出达20部剧左右。②电影业务崛起:当前阅文集团IP转化电影存较大增长空间,预期未来阅文电影业务有望对标漫威影业,以每年两部的20亿票房级别电影突破业务天花板。

7) 哔哩哔哩:3月2日,B站公布了全年及第四季度财报。财报显示,2022年B站总营收219亿元,同比增长13%;2022年第四季度营收61.4亿元,同比增长6%,净亏损15亿元。

①用户实现高质量增长,精品OGV视频带动用户使用时长同比持续提升。2022年平台用户日均使用时长持续增长,每位用户高达94分钟,推动用户使用总时长同比增加46.7pct。2022年月均互动量同比增加55.0pct,增至132亿元。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/378113074007006053>