

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

ChatGPT 实现初步插件支持，进口和国产游戏版号发放

本周观点

- 本周 AIGC 仍然保持高热度，传媒板块业绩即将密集发布，关注业绩表现、国内外 AIGC 技术发展动态及应用落地情况。23 年以来，疫后修复、业绩落地、AIGC 加持等多重因素叠加下，传媒板块市场表现较好，尤其是游戏板块；3 月 23 日-3 月 24 日期间，AIGC 行业相继发生：英伟达 GTC 2023 大会、微软 GDC 2023、ChatGPT 插件支持，AIGC 技术、应用进展不断加持下，近一周行业仍然保持较高热度，申万一级传媒行业涨幅超 10%，其中游戏板块涨幅接近 20%，我们认为，AIGC 技术发展已步入快车道，应用场景将越来越丰富，ChatGPT 插件支持初步实现下，能联网获取最新信息，同时有望推动基于 ChatGPT 的应用快速出现。我们重申，AIGC 对于文本、图像、音视频生成的能力将赋能游戏、营销、出版、影视等传媒各领域，对于降本增效、提升内容质量而言具有重大意义，同时中文语料库对适用中文场景的模型的训练具有较高重要性。
- 3 月游戏版号发放节奏较快，看好游戏行业业绩及估值演绎。22 年全年共发放 513 款游戏版号（含进口版号，4 月版号发放重启），23 年游戏版号发放力度明显增强，3 月 20 日，进口游戏版号发放，共计 27 款，3 月 23 日，3 月国产游戏版号发放，共计 86 款，其中腾讯、网易仍未缺席，截至 3 月 23 日，23 年已发放 3 批国产游戏版号，1 批进口游戏版号，合计 288 款，版号发放常态化，叠加前期版号停发期间研发一直未停，今年有望是游戏供给大年。目前已知的有望年内上线的“现象级爆款”新游有《无畏契约（瓦罗兰特）》、《命运方舟（失落的方舟）》、《崩坏：星穹铁道》、《赛马娘》、《少女前线 2》、《明日方舟：终末地》、《逆水寒手游》等；叠加版号停发期间，各游戏厂商愈发重视出海、加快出海节奏，出海游戏有望带来增量收入。

投资逻辑

- 建议关注 AIGC 在技术和应用端的落地情况，及各公司业绩表现。个股方面，关注业绩稳健落地、经营数据表现强劲的美团、公司 AI 交互应用落地确定性大增的天下秀，强创意设计基因在 AIGC 时代下可赋能营销业务的因赛集团，支付业务量价齐升逻辑强、及 2700 万存量商户+大量数据基础具备 AIGC 应用空间及可能性的拉卡拉。

行业要闻

- 据澎湃新闻，北京时间 3 月 24 日凌晨，OpenAI 宣布在 ChatGPT 中实现了对插件的初始支持，帮助 ChatGPT 访问最新信息、运行计算或使用第三方服务。与此同时，OpenAI 亲自上阵提供了两款插件：网络浏览器和代码解释器。此外，OpenAI 还开源了知识库检索插件的代码，由任何开发人员自行托管，提供他们希望增强 ChatGPT 的信息。
- 北京时间 2023 年 3 月 22 日 23 时，微软发布 GDC 2023 全球点播页面，33 个议程带领游戏开发者探索创新的开发工具、商业策略与生态项目以加速游戏的开发、获客与成长。
- 据财新网，当地时间 3 月 23 日，TikTok 首席执行官周受资在美国国会众议院能源和商业委员会出席听证会，听证会的主题是“TikTok：国会如何保护美国数据隐私，保护儿童免受网络伤害”。
- 3 月 24 日，国家市场监督管理总局修订发布了《互联网广告管理办法》，进一步明确广告主、互联网广告经营者和发布者、互联网信息服务提供者的责任；细化“软文广告”、含有链接的互联网广告等重点领域广告监管规则。

风险提示

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

内容目录

一、本周观点.....	3
1.1 行业观点.....	3
1.2 重点公司跟踪.....	3
二、行业政策及新闻动态.....	11
2.1 政策更新.....	11
2.2 行业新闻.....	13
2.3 行业投融资情况.....	14
三、周度数据跟踪.....	14
3.1 电影：电影票房周度数据跟踪.....	14
3.2 电视剧：连续剧热度指数排行榜周度跟踪.....	15
3.3 综艺：综艺热度指数排行榜周度跟踪.....	16
四、重点公司估值表更新.....	17
五、风险提示.....	17

图表目录

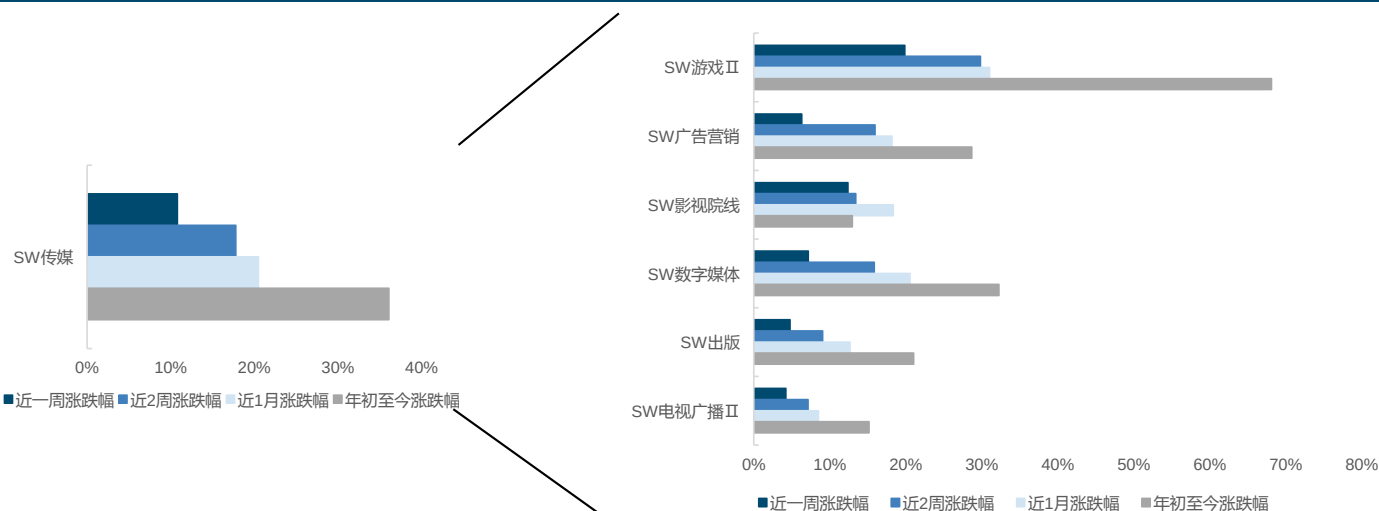
图表 1： 传媒板块涨跌幅.....	3
图表 2： 政策更新.....	11
图表 3： 3 月 18 日-3 月 24 日行业投融资情况.....	14
图表 4： 3 月 18 日-3 月 24 日电影票房及占比周度数据跟踪.....	15
图表 5： 3 月 18 日-3 月 24 日周度电影平均票价及排片占比数据跟踪.....	15
图表 6： 本周（3.20-3.24）连续剧热度指数排行榜.....	15
图表 7： 上周（3.13-3.17）连续剧热度指数排行榜.....	16
图表 8： 本周（3.20-3.24）综艺热度指数排行榜.....	16
图表 9： 上周（3.13-3.17）综艺热度指数排行榜.....	16
图表 10： 重点公司估值表（2023 年 3 月 24 日）.....	17

一、本周观点

1.1 行业观点

- 本周 AIGC 仍然保持高热度，传媒板块业绩即将密集发布，关注业绩表现、国内外 AIGC 技术发展动态及应用落地情况。23 年以来，疫后修复、业绩落地、AIGC 加持等多重因素叠加下，传媒板块市场表现较好，尤其是游戏板块；3 月 23 日-3 月 24 日期间，AIGC 行业相继发生：英伟达 GTC 2023 大会、微软 GDC 2023、ChatGPT 插件支持，AIGC 技术、应用进展不断加持下，近一周行业仍然保持较高热度，申万一级传媒行业涨幅超 10%，其中游戏板块涨幅接近 20%，我们认为，AIGC 技术发展已步入快车道，应用场景将越来越丰富，ChatGPT 插件支持初步实现下，能联网获取最新信息，同时有望推动基于 ChatGPT 的应用快速出现。我们重申，AIGC 对于文本、图像、音视频生成的能力将赋能游戏、营销、出版、影视等传媒各领域，对于降本增效、提升内容质量而言具有重大意义，同时中文语料库对适用中文场景的模型的训练具有较高重要性。
- 3 月游戏版号发放节奏较快，看好游戏行业业绩及估值演绎。22 年全年共发放 513 款游戏版号（含进口版号，4 月版号发放重启），23 年游戏版号发放力度明显增强，3 月 20 日，进口游戏版号发放，共计 27 款，3 月 23 日，3 月国产游戏版号发放，共计 86 款，其中腾讯、网易仍未缺席，截至 3 月 23 日，23 年已发放 3 批国产游戏版号，1 批进口游戏版号，合计 288 款，版号发放常态化，叠加前期版号停发期间研发一直未停，今年有望是游戏供给大年。目前已知的有望年内上线的“现象级爆款”新游有《无畏契约（瓦罗兰特）》、《命运方舟（失落的方舟）》、《崩坏：星穹铁道》、《赛马娘》、《少女前线 2》、《明日方舟：终末地》、《逆水寒手游》等；叠加版号停发期间，各游戏厂商愈发重视出海、加快出海节奏，出海游戏有望带来增量收入。

图表1：传媒板块涨跌幅



来源：wind，国金证券研究所

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 3 月 17 日，近 3 个月该游戏稳定于 iOS 策略游戏免费榜前 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》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。

③3月23日，2023年3月份国产网络游戏审批信息发布，三七游戏有两款手机新游获得版号，分别是《星星生活家园》以及《王国火种》。

④据SensorTower，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，近三月处于角色扮演畅销榜前20。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-3月25日，该游戏大多时间位于日本iOS策略类游戏免费榜首位。此外，《Yes Your Highness》(宫廷养成游戏)《Emily's Resort: Match3》(三消+)已于海外测试。

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。截止2023年3月25日，《问道手游》于iOS角色扮演畅销榜排名第11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》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中，2023年3月10日，代理游戏《皮卡堂之梦想起源》开启手游预约。2023年3月1日，代理游戏《新庄园时代》开启付费删档首测，其他代理产品《黎明精英》《失落四境》已取得版号。

③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日获批准号;《超进化物语2》于1月17日获批准号;《渊海王座》于12月28日获批准号;《问道手游》2023年3月10日位于iOS角色扮演畅销榜排名第9名;《一念逍遥》2023年3月4日位于角色扮演游戏畅销榜第4名，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SensorTower，《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: 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，广州易幻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。

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。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榜的第2位，上线第一周在全部综艺热榜中排名第一，反响热烈；据骨朵数据，《大侦探第八季》23年1月26日上映，2月全部综艺热度榜中位于第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月全部综艺热度榜中位于第6名，2月全部综艺热度榜中位于第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月全部综艺热度榜中位于第2名，2月全部综艺热度榜中位于第7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6，体现出改版的成功。2) 剧集：据骨朵数据，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；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，2月全部剧集热度榜中位于第9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，1月位于全部剧集热度榜第3位，目前热度下降，2月全部剧集热度榜中位于第19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，2月全部剧集热度榜中位于第16名。

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%；覆盖影院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。

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%。

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。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据新浪科技，3月24日，抖音头部MCN遥望科技日前正式成立淘宝直播事业部。遥望科技目前在淘宝已有5个账号矩阵，分别是遥望梦想站、王岳鹏Niko、茉莉kiss、可乐daydayup、恩佳N。

②3月18日，遥望科技“一亿品质保障基金”入选《中国消费者》杂志“做好消费者权益保护，我为经济高质量发展助力”主题活动优秀案例

③据3月16日公司投资者问答，公司计划基于GPT框架做直播带货的AIGC生成，目前处于研究阶段；商城项目正在建设中，具体开业时间视政府验收情况。

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2020年第四季及全年业绩财报。财报显示，腾讯控股2022年全年实现营收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 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：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：3 月 21 日，腾讯 WeGame 平台宣布将于 3 月 28 日举行“游戏之夜”，届时将公开 7 款重磅大作的最新消息，目前已可预约直播。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》的赛博朋克风格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，《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；《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；《重紫》2 月 15 日上线，上线首周热度位于全部剧集第 4 名，2 月整体位于第 3 位；《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，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，2 月全部综艺热度榜中位于第 20 名，目前热度上升；

④对外投资：继续筛选优质标的投资，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。

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 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。

②据 DoNews，3 月 16 日，快手在浙江成立新公司浙江快手信息技术有限公司，注册资本 1 亿人民币，法定代表人、执行董事兼总经理为杨远熙，经营范围含网络技术服务；信息技术咨询服务；网络与信息安全软件开发；数据处理服务；广告设计、代理、制作等。股东信息显示，该公司由快手关联公司北京达佳互联信息技术有限公司全资持股。

3) 美团: 3月24日, 美团发布2022年第四季度及全年业绩。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, 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前往更多华东城市, 开启新一轮扩张计划。

②据财经网, 3月23日, 小马智行宣布与美团达成战略合作, 共同推动自动驾驶技术在配送领域的商业化落地应用。在合作框架下, 小马智行将为美团自动配送业务量身打造车规级自动驾驶域控制器, 助力美团自动配送业务快速规模化落地。目前域控制器已开始小规模交付, 并将于2024年扩大至万台交付规模。

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: 3月23日, 3月国产游戏版号发放, 网易《零号任务》获批; 网易全新史诗大世界魔幻冒险MMORPG手游《龙之灵域》将在3月30日正式开启开测。3月9日, 网易游戏自研的三国无双类游戏《三国诛将录》开启不计费删档测试。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。

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。

①3月20日, 国家新闻出版署发布2023年进口网络游戏审批信息, 心动网络《画中世界》《传说法师》获批。

②心动游戏代理发行的游戏《无尽旅图 Carto》在 3 月 7 日宣布, 手机版将在 3 月 29 日发售, 平台为 TapTap、App Store, 游戏原价 25 元, 首发半价优惠 12 元, 截止 3 月 25 日, 体验版下载次数超 7.9 万次。

③心动公司自研的《火炬之光: 无限》宣布 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 年公司实现营收 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。2022Q4 公司月活用户达到 3.26 亿, 同比+20%, 日活用户达到 9280 万, 同比+29%, 日活占月活比例同比提升 1.9pct 至 28.5%。单用户日均使用时长达到 96 分钟, 同比+14%。Q4 季度公司聚焦 OGV 精品视频, 释放国创品牌价值, 推出的《跨年晚会》、《三体》、《中国奇谭》皆火爆出圈。

②降本增效下毛利率提升, 营销费用大幅度降低, 亏损同环比收窄。2022Q4 公司毛利率达到 20.3%, 环比+2.1pct, 同比+1.3pct。营销费用 12.7 亿元, 同比降低 28%, 营销费用率 20.6%, 环比-0.6pct, 管理费用 8.2 亿元, 同比增长 52%, 管理费用率 13.3%, 环比-4.0pct, 管理费用同比大幅增长主要由于组织优化的产生 2.5 亿元遣散费用, 研发费用 14.9 亿元, 同比增长 87%, 研发费用率 24.3%, 环比+4.8pct, 研发费用同比大幅增长主要由于公司在精品游戏战略下终止了多款在研游戏项目产生 4.2 亿元相关开支。

③内容生态繁荣发展带动变现提升, 增值业务保持较高增速。分业务来看: 1) 游戏: 2022Q4 公司游戏收入达到 11 亿元, 同比下滑 12%, 主要由于缺少新产品带动游戏增长, 2023 年公司自研产品《斯露德》、《依露希尔: 星晓》有望上线带动公司游戏收入增长, 此外公司独代游戏《赛马娘》若上线将为公司游戏业务带来较大增量。2) 增值服务: 2022Q4 公司增至服务收入达到 23 亿元, 同比增长 24%, 在用户及付费用户稳健增长趋势下 23 年将持续增长。3) 广告: 2022Q4 公司广告收入 15 亿元, 同比下滑 5%, 2022 年整体广告环境承压, 预计 2023 年在整体经济回暖、广告需求回暖情况下将实现更高增长。4) 电商和其他: 2022Q4 电商及其他业务收入 11 亿元, 同比增长 13%, 主要由于电竞版权转授权营业额增加。

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 13 话), 截至 3 月 25 日 12:00, 播放量 5.1 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 3 月 25 日播放量分别为 2.1 亿、3.3 亿、2.7 亿; ④游戏: 2023 年 3 月 28 日-2023 年 4 月 3 日共有 8 款代理游戏开始测试。

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。

①3月23日，据阿里云，近期阿里云发布了基于“云盒+无影”的云端机顶盒解决方案，利用云盒实现视频数据的本地存储；通过无影帮助对家庭机顶盒引入其他新型应用服务，如优酷、爱奇艺等，避免了老旧机顶盒的硬件更换，用户体验大幅提升；通过云端的管控平台，在云端完成一站式软件升级和统一运维管理，实现降本增效。

②据亿邦动力，淘宝天猫产业发展及运营中心、消费电子市场营销总经理彭艳萍透露，2023 年整个阿里手淘的策略将由图文走向视频。

③3月16日，据阿里云，近期阿里云提供技术支持的上海证券交易所（下称“上交所”）新交易监管系统已正式上线运行。新系统部署在上交所私有云上，其交易数据实时处理能力扩展达 50 万笔/秒以上，总体消息处理能力可达每秒千万级，计算时延大幅降低，能够应对未来业务持续增长的交易量和复杂性需求。

9) 京东：公司业绩稳健，自营+供应链的模式壁垒深厚。3月9日，公司披露 22Q4 及全年业绩，22 年 GMV 增长 5.6%，营收 10462 亿元，同比增长 9.95%，与彭博一致预期基本持平；Non-GAAP 归母净利润 283 亿元，同比增长 64.49%。其中，Q4 实现营收 2954 亿元，同比增长 7.08%；Non-GAAP 归母净利润 77 亿元，同比增长 117.13%。

①用户表现：22 年用户规模稳定，DAU 同比双倍增长，PLUS 会员达 3400 万，会员平均消费水平达到普通用户 8 倍。

②收入结构：22 年产品收入 8651 亿元，同比 6.06%，占收入比例 82.68%，其中家电增速 4.74%，日用百货增速 8.06%。服务收入 1812 亿元，同比 33.28%，占收入比例 17.32%，其中平台及广告服务增速 13.66%，物流及其他服务增速 55.45%。

③百亿补贴：自 3 月 6 日起上线，首月预计投入 10 亿元，由京东和商家共同投入资源，旨在加强平台的价格竞争力，有望带来用户增量及唤回存量，拉动日销。百亿补贴的常态化有助于减轻平台大促时期的压力。

④开放生态：截至 22Q4 京东 pop 商家数量连续 8 个季度同比增长 20%以上。23 年初公司发布“春晓计划”降低商家入驻门槛，吸引更多商家入驻。

⑤同城零售：22 年京东到家活跃消费者 7860 万人，GMV 为 633 亿元，同比 46.9%。京东小时购 GMV 增长同比超 80%，同城频道入口 GMV 超 3 倍。平台活跃门店数超 22 万，同比超 50%，供给端持续丰富。

⑥经营效率：围绕可持续增长，公司经营持续提效，对短期无法跑通模式、无法与京东的核心业务产生协同、无法实现规模效应的业务进行了关停。22 年各项费用表现均有优化。履约费用率 6.02%（前值 6.21%），销售费用率 3.61%（前值 4.07%），研发费用率 1.61%（前值 1.72%），管理费用率 1.06%（前值 1.22%）。

近况：①据钛媒体 App 消息，3 月 23 日京东工业宣布完成 B 系列优先股交易，总额 3 亿美元。投资人阵容强大，由阿布扎比主权基金 Mubadala 和阿布扎比投资基金 42X Fund 共同领投，大型资管集团 M&G、全球私募巨头 EQT 旗下的亚洲平台 BPEA EQT（原霸菱亚洲投资）和老股东红杉中国跟投。②3月23日，中石化易捷出行养车节启动仪式上，双方正式签署战略合作协议，探索从汽车销售、汽车用品、汽车维修养护、服务网络、金融、营销等领域进行合作。③据 IT 之家消息，3 月 22 日京东的商品支付页面中已支持 Mi Pay，而此前京东已支持 Apple Pay、Huawei Pay、Samsung Pay 等类似方式。④京东云 3 月 22 日发布开放数智平台“优加”。该平台定位于全场景、全渠道、一体化，不仅融合京东大数据、智能算法、系统软件工具等，更面向品牌增长提出了基于京东平台全技术能力的解决方案。⑤3 月 22 日，京东云 2023 品牌增长峰会在上海圆满举行，主题为“融合开放 数智增长”。会上，京东云锚定 DaaS 新赛道，重磅发布开放的数智平台优加，以及 1+3+N 全景图。该平台定位于全场景、全渠道、一体化，不仅融合京东大数据能力、智能算法、系统软件工具，更面向品牌增长。京东科技产品与解决方案负责人表示，DaaS 是品牌数智增长的基础，其价值决定增长效率。因此围绕核心场构建的数据智能平台才更高效。

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据 IT 之家消息，3 月 23 日百度今日就“文心一言文生图功能相关反馈”发布说明称，文心一言完全是百度自研的大语言模型，文生图能力来自文心跨模态大模型 ERNIE-ViLG。百度表示，在大模型训练中，其使用的是互联网公开数据，符合行业惯例。“大家也会从接下来文生图能力的快速调优迭代，看到百度的自研实力。”

②3 月 23 日，赛昉科技正式宣布完成新一轮融资，由战略投资方百度独家投资，云岫资本担任独家财务顾问。

③3 月 23 日，由百度和北京量子信息科学研究院牵头发起，国内首个“量子计算产业知识产权联盟”正式成立。首批成员单位共计 8 家，涵盖了从量子硬件，包括超导、离子阱、光子，到量子软件、量子应用等量子计算全产业链。联盟将为中国量子知识产权发展构建坚固护城河，推动高价值专利培育、专利交叉授权许可、创新主体向行业标准靠拢等，并向关键量子专利领域布局，牵引整个量子产业高效发展。

④3月23日，百图生科在北京发布生命科学大模型驱动的AIGP——AI Generated Protein平台。目前，AIGP平台设置了3类功能模块，根据不同模块的输入和要求，其可在较短时间内设计和生成具有特定性质的蛋白质。生命科学平台公司百图生科对外发布了一款AIGP平台，这也是基于其自研的AI大模型“xTrim”开发的、能帮助解决生命科学问题的工具。

⑤3月22日，百度智能云（清远）人工智能基础数据产业基地启动仪式在清远举行，标志着百度在广东省落地的首个数据标注基地正式开启运营。

⑥3月21日，在“数启新局智胜未来”2023年百度&GBI生态峰会上，百度“文心一言”首个落地医药行业的产品GBI-Bot正式发布。

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%。

①3月23日，汇通达网络控股子公司星启橙（江苏）新能源科技有限公司与海螺创业控股子公司安徽海创循环科技有限公司以及芜湖祥宝汽车咨询服务有限公司，三方签订战略合作协议，成立合资公司，利用汇通达在新能源领域的产业互联网平台、数字化能力和海螺创业在新能源动力电池循环领域的生产制造、技术研发能力，共同进行锂电池新能源材料资源化循环利用项目打造，结合各方优势资源推进锂电池回收端渠道共建、资源整合、效率提升。

②3月21日，公司与好享家订立股权收购协议，公司拟有条件同意收购目标公司（南京好享家工程科技有限公司）100%股权，代价为人民币5.04亿元。

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%。

①3月21日消息，宝尊集团近日宣布与阿里云达成战略合作，持续深化其科技、数字化优势。

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）。

①祖龙娱乐旗下新游《以闪亮之名》与3月3日停止游戏测试，将于3月24日迎来公测，截止3月18日3:00，预约人数达221.6万。

小米：3月24日，小米集团发布2022年全年业绩公告显示，2022年实现总收入2800亿元，经调整净利润85亿元，智能电动汽车等创新业务费用为31亿元，全年研发支出达160亿元，5年研发复合增长率达到38.4%。研发人员占比进一步扩大至占员工总数的近50%。

①3月24日讯，小米集团总裁卢伟冰在2022全年及Q4的业绩电话会上就市场关注的ChatGPT布局作出回应。他表示，小米采用多技术路线并行探索AI大模型的落地，ChatGPT的成功给了小米很大信心验证了这个方向的正确性。

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：2023年3月20日公司披露22Q4及全年业绩，22年总营收1305亿元，同比增长39%；Non-GAAP归母净利润395亿元，同比增长186%。其中，Q4实现营收398亿元，同比增长46%，彭博一致预期419亿元，低于一致预期5%；Non-GAAP归母净利润121亿元，同比增长43%。

①消费持续复苏，积极应对行业竞争激烈化趋势。Q4消费持续复苏，公司在双十一、年货节等多个关键节点集中投放补贴资源，激发消费潜能。手机、美妆、母婴、优质农货等品类销量增长明显。

②佣金收入超预期，在线营销收入低于预期。2022年在线营销服务收入为1027亿元，同比增长42%；交易服务收入为276亿元，同比增长95%；商品销售收入为2亿元，同比减少97%。其中Q4在线营销服务收入为309亿元，同比增长38%，彭博一致预期328亿元，低于一致预期6%；交易服务收入为88亿元，同比增长86%，彭博一致预期82亿元，高于一致预期8%。

③供应链经验赋能海外，重视自身发展迭代。TEMU于22年9月推出，提供价格实惠的精选商品，通过不断迭代功能，提升消费者购物体验。目前处于早期阶段，对于财务上的影响较小。

④农业投入持续，社区团购高效匹配供需。多多买菜通过技术提升农产品流动效率，通过供应链体系，在农产品多样化选择、履约效率、用户体验方面带来价值。Q4 多多买菜推出暖冬行动，使得滞销农产品直连消费者，在全国销售近 1.5 万吨农产品。

⑤毛利率保持稳定，经营利润率小幅回落。22Q4 毛利率为 78%，去年同期为 76%。费用端，22Q4 销售费用率 45%，去年同期 42%。销售费用增速 56%，高于收入增速。管理费用率 4%，去年同期 1.5%，股权激励费用显著提升。研发费用率 6%，去年同期 7%。调整后经营利润率 29%，较去年同期（31%）和上季度（35%）均有所回落。

近况：①据亿邦动力，拼多多跨境平台 Temu 计划 3 月 25 日在英国正式上线，而这也将是继美国、加拿大、新西兰、澳大利亚之后，Temu 进入的又一个市场。②据亿邦动力，拼多多正在通过旗下社群团购平台快团团低调推进本地生活业务，目前已开启招商。

2) 达达集团：3 月 9 日公司披露 22Q4 及全年业绩，22 年营收 93.7 亿元，同比增长 36.4%；Non-GAAP 归母净利润-13.3 亿元，同比-36.7%。公司于 2022 年下半年实现正向自由现金流。其中，Q4 实现营收 26.8 亿元，同比增长 31.9%；Non-GAAP 归母净利润-1.8 亿元，同比-63.3%，亏损逐季度收窄。

①京东到家：22 年活跃消费者 7860 万人，长期目标渗透京东 50%的用户为小时购用户。22 年 GMV 为 633 亿元，同比 46.9%；营收 62.1 亿元，同比 53.5%，占收入比例 66.3%，增长主要得益于平台活跃消费者数和客单价提升带动的 GMV 提升。京东深化与达达集团的 O2O 合作，京东小时购 GMV 增长同比超 80%，同城频道入口 GMV 超 3 倍。平台活跃骑手超过 100 万，同比增长超 40%。平台活跃门店数超 22 万，同比增长超 50%，供给端持续丰富。

②达达快送：22 年营收 31.6 亿元，同比 11.9%，占收入比例 33.7%，增长主要来自于为连锁商家提供的同城即时配送订单量上升，和多数头部商超的合作持续巩固。22 年底达达快送与抖音生活服务达成合作，为抖音平台的餐饮商家提供同城配送，抖音外卖业务规模化后，或为达达快送带来更多订单量增量。

③技术创新：公司自主研发的全渠道业务聚合平台“海博系统”，截至 2022 年 12 月底已覆盖 9200 多家零售门店。达达优选继续为沃尔玛、永辉、京东七鲜等商家提供稳定支持，总完单量同比增翻倍以上。

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 GMV 1752 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%。

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

■ 互联网监管趋向常态化，地方政府逐步落实国家发展战略，对数字经济予以支持。进一步优化广告管理细则，3 月 20 日，国家市场监管局发布关于《广告绝对化用语执法指南》的公告，提出广告绝对化用语执法应当坚持过罚相当、公平公正、处罚和教育相结合、综合裁量的原则，准确把握执法尺度，合理行使行政处罚裁量权。3 月 24 日，国家市场监督管理总局修订发布了《互联网广告管理办法》，进一步明确了广告主、互联网广告经营者和发布者、互联网信息服务提供者的责任；细化了“软文广告”、含有链接的互联网广告、竞价排名广告、算法推荐方式发布广告、利用互联网直播发布广告等重点领域的广告监管规则；新增了广告代言人的管辖规定，为加强互联网广告监管执法提供了重要制度保障，也为互联网广告业规范有序发展赋予了新动能。

图表2：政策更新

时间	政策/文件名称	主要内容
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. 16	《关于促进数据安全产业发展的意见》	《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

时间	政策/文件名称	主要内容
	展的指导意见》	成5个省部级及以上数据安全重点实验室，攻关一批数据安全重点技术和产品，数据安全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技研发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告》	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，加快推动招标投标领域数字证书（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告》	为深入贯彻落实党的二十大精神，扎实推进国家教育数字化战略行动，完善教育信息化标准体系，提升各级各类智慧教育平台建设与应用水平，我部研究制定了智慧教育平台系列的两项标准，包括《智慧教育平台 基本功能要求》和《智慧教育平台 数字教育资源技术要求》，现作为教育行业标准予以发布，并自发布之日起施行。
2023.02.24	《个人信息出境标准合同办法》	《办法》自2023年6月1日起施行。国家互联网信息办公室有关负责人表示，出台《办法》旨在落实《个人信息保护法》的规定，保护个人信息权益，规范个人信息出境活动。近年来，随着数字经济的蓬勃发展，个人信息出境需求快速增长。为满足日益增长的个人信息出境需要，保护个人信息权益，《办法》规定了个人信息出境标准合同（以下简称标准合同）的适用范围、订立条件和备案要求，明确了标准合同范本，为向境外提供个人信息提供了具体指引。
2023.02.27	《汉阳区关于加快元宇宙创新发展扶持政策》（试行）	鼓励产业集聚，对于入驻基地的企业，按照其实缴注册资本的比例给予一次性奖励，最高100万元；推动应用场景落地，支持元宇宙基地平台建设，对于在基地率先搭建XR虚拟演播室、动作捕捉系统、算力等技术平台，最高可给予200万元的一次性奖励。
2023.03.07	《2023年全国知识产权行政保护工作方案》	按照《知识产权强国建设纲要（2021—2035年）》、《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》和《关于强化知识产权保护的意见》（以下简称《意见》）及其推进计划的相关工作部署，强化法治保障、严格产权保护，坚持改革驱动、质量引领，全面加强知识产权行政保护，继续加大对重点领域、关键环节侵犯知识产权行为的打击和治理力度，高质量推进知识产权行政保护工作，不断提升知识产权全链条保护水平，持续建设支撑国际一流营商环境和创新环境的知识产权保护体系，为加快推进知识产权强国建设、全面建设社会主义现代化强国提供有力支撑保障。
2023.03.07	《国务院机构改革方案的议案》	《议案》指出，要重新组建科学技术部，组建国家金融监督管理总局，深化地方金融监管体制改革，中国证券监督管理委员会调整为国务院直属机构，统筹推进中国人民银行分支机构改革，完善国有金融资本管理体制，加强金融管理部门工作人员统一规范管理，组建国家数据局，优化农业农村部职责，完善老龄工作体制，完善知识产权管理体制，国家信访局调整为国务院直属机构，精减中央国家机关人员编制。
2023.03.07	河南省《2023年教育信息化和网络安全工作要点》	《通知》指出，2023年教育信息化和网络安全工作的主要任务是：深入贯彻落实党的二十大精神和习近平总书记关于教育的重要论述，按照教育部和省委省政府推进教育数字化转型的部署要求，坚持“应用为王、服务至上、简洁高效、安全运行”的基本原则，加快构建省—市（高校）—县—校四级信息化支撑保障体系、管理服务体系、数据治理体系和安全可信体系，强化数据生产要素作用，夯实教育数字化转型根基。
2023.03.14	《关于对〈游戏分发与推广基本要求〉团体标准征求意见的通知》	《征求意见稿》对“游戏分发与推广模型”，“游戏分发基本要求”，“游戏推广基本要求”等相关要求进行了罗列。其中，团体标准征求意见稿对网络游戏在分发前应取得游戏版号一事提出了相关要求，若《游戏分发与推广基本要求》落实，在国内应用商店和相关游戏平台上架的游戏，在获批版号之前将无法再使用预订、预购、抢先体验等方式进行产品预热。

时间	政策/文件名称	主要内容
2023.03.20	《广告绝对化用语执法指南》	市场监管总局广告监管司负责人表示,《指南》的出台向社会阐明市场监管部门的监管理念、执法考量和处罚尺度,是准确把握法治精神、优化营商环境的切实举措,有利于保护广大经营主体特别是个体工商户、中小微企业的合法权益,进一步激发市场活力,也有利于提升行政资源运行效率,规范和加强广告监管执法工作。
2023.03.20	《朝阳区互联网 3.0 创新发展三年行动计划(2023 年-2025 年)》	北京朝阳区出台互联网 3.0 产业发展专项支持政策,加大对创新研发、应用场景、创新平台、创新要素等方面的支持力度。围绕商业、文旅、工业、教育等领域,推动政府单位、国资企业开放一批场景,支持新产品、新技术成果转化与落地应用。组织应用场景创新大赛,鼓励全国互联网 3.0 企业在朝阳区同台竞技,加大对优秀企业、创新项目投融资、科技服务等综合支持服务力度。
2023.03.22	《山西省工业和信息化领域网络与数据安全 2023 年行动计划》	计划的目标:推动 80 家重点联网工业企业完成网络安全分类分级系统定级,力争 50 家重点工业企业接入省级工业互联网安全态势感知平台,对 10 家数据安全风险防控重点企业开展监督检查;引进和培育一批网络与数据安全企业,探索和推动网络与数据安全产业园区建设取得阶段性成效。
2023.03.23	《关于印发<数字经济核心产业分类与国际专利分类参照关系表(2023)>的通知》	《通知》指出,《数字经济核心产业分类与国际专利分类参照关系表(2023)》可助力构建数字经济统计监测体系,加强对数字经济核心产业专利规模、结构、质量的统计监测,满足各级党委、政府和社会各界相关统计需求,为科学决策和管理提供统计支撑,促进知识产权与数字经济核心产业融合发展。
2023.03.24	《互联网广告管理办法》	《办法》自 2023 年 5 月 1 日起施行。《办法》进一步明确了广告主、互联网广告经营者和发布者、互联网信息服务提供者的责任;积极回应社会关切,对人民群众反映集中的弹出广告、开屏广告、利用智能设备发布广告等行为作出规范;细化了“软文广告”、含有链接的互联网广告、竞价排名广告、算法推荐方式发布广告、利用互联网直播发布广告、变相发布须经审查的广告等重点领域的广告监管规则;新增了广告代言人的管辖规定,为加强互联网广告监管执法提供了重要制度保障,也为互联网广告业规范有序发展赋予了新动能。

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 21 财经,3 月 25 日,2023 中国发展高层论坛开幕,三六零集团创始人周鸿祎表示,中国大语言模型技术水平和 GPT-4 的差距在 2 到 3 年时间,目前 GPT 的技术方向已经明确,不存在难以逾越的技术障碍,中国企业应当坚持长期主义精神,迎头赶上。周鸿祎预计,GPT6 到 GPT8 人工智能将会产生意识,变成新的物种。未来,人工智能大语言模型有可能实现自我进化,自动更新系统和自我升级,或者指数级进化能力,人类将会面临不可预知的安全挑战。
- 3 月 24 日, Sensor Tower 发布《2023 年全球手游广告投放趋势洞察》。2022 年 1 月至 2023 年 2 月全球手游广告主要投放在 AppLovin、Unity、Admob 和 YouTube 等平台。其中近 27% 的 iOS 设备手游广告投放在 AppLovin 平台。安卓设备手游广告集中投放在 Unity 平台,该平台贡献了高达 88% 的全球安卓设备手游广告。全球手游广告仍以视频广告为主,2022 年 1 月至 2023 年 2 月期间视频广告约占 iOS 设备手游广告总量的 60%。无论在日本、韩国、东南亚还是中国台港澳市场,RPG 和策略等中重度手游广告中,来自 YouTube 平台的份额最高。在中国台港澳市场,近一半的 iOS 设备策略手游广告投放在 YouTube 平台。
- 据澎湃新闻,北京时间 3 月 24 日凌晨,OpenAI 宣布在 ChatGPT 中实现了对插件的初始支持,帮助 ChatGPT 访问最新信息、运行计算或使用第三方服务。与此同时,OpenAI 亲自上阵提供了两款插件:网络浏览器和代码解释器。此外,OpenAI 还开源了知识库检索插件的代码,由任何开发人员自行托管,提供他们希望增强 ChatGPT 的信息。
- 北京时间 2023 年 3 月 22 日 23 时,微软发布 GDC 2023 全球点播页面,33 个议程带领游戏开发者探索创新的开发工具、商业策略与生态项目以加速游戏的开发、获客与成长。
- 据财新网,当地时间 3 月 23 日,TikTok 首席执行官周受资在美国国会众议院能源和商业委员会出席听证会,听证会的主题是“TikTok:国会如何保护美国数据隐私,保护儿童免受网络伤害”。
- 3 月 22 日,英伟达召开 GTC 2023 大会,本次开发者大会围绕着加速计算,芯片和生成式 AI 展开。会上发布四种配置与体系架构的推理平台 L4|L40|H100 NVL|Grace Hopper、GPU 光刻软件 NVIDIA cuLitho。同时还发布 RTX 4000 SFF Ada 架构显卡,这款产品结合了第三代 RT Core、第四代 Tensor Core 和 20GB 显存。英伟达也宣布与谷歌云、微软 Azure、甲骨文云联手推出 DGX 云服务;与比亚迪展开合作,将在下一代王朝系列和海洋系列的多款车型中使用英伟达 DRIVE Orin 高性能计算平台;通过合作伙伴迭代 Omniverse 工作站和 OVX 平台;与微软推出

Omniverse 云服务。

- 3月20日，腾讯智慧零售发布《全域用户运营白皮书》，推出 STAR 全域用户运营模型，覆盖线上、线下、公域、私域等用户运营场景。STAR 模型由四部分组成，即 Scaling（品牌人群资产）、Triangulating（结构健康度）、Activating（交互活跃度）、Returning（价值创造度），分别对应四个关键步骤，即指标识别、诊断分析、策略建议和落地运营。报告从全域用户运营的源起、发展与革新出发，聚焦商家在全域用户运营话题上关注的四个核心关注点：战略设计、运营优化、基建支撑、生态建设，拆解了各商家在其所处行业内的行业发展情况、消费者行为特征、业务关键打法与目标人群。
- 据财联社，3月20日，经测试，Midjourney v5 生成的 1990 年代中国情侣照片效果逼真。Midjourney v5 是 AI 图像生成式应用 Midjourney 的最新迭代版本，解决了手指无法准确描绘的问题。

2.3 行业投融资情况

据 IT 桔子统计，3月18日-3月24日期间，共发生 2 起行业投融资，社交网络行业 1 起，游戏行业 1 起。1) 社交网络行业：Patch.work 获得由 JamJar Investments、Blue Wire Capital、Vectr7 Investment Partners、Active Partners、Triple Point Ventures 领投的 300 万英镑的种子轮投资，最新估值 1.32 亿人民币；2) 游戏行业：CCP Games 获得由 Andreessen Horowitz-a16z 领投的 4000 万美元的战略投资，最新估值 13 亿人民币。

图表3：3月18日-3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)
2023/3/22	CCP Games	游戏	战略投资	4000 万美元	[领投] Andreessen Horowitz-a16z Makers Fund Hashed Nexon	13 亿人民币
					[领投] JamJar Investments [领投] Blue Wire Capital [领投] Vectr7 Investment Partners [领投] Active Partners	
2023/3/21	Patch.work	社交网络	种子轮	300 万英镑	[领投] Triple Point Ventures Caroline Plumb Zoe Jervier	1.32 亿人民币

来源：IT 桔子，国金证券研究所

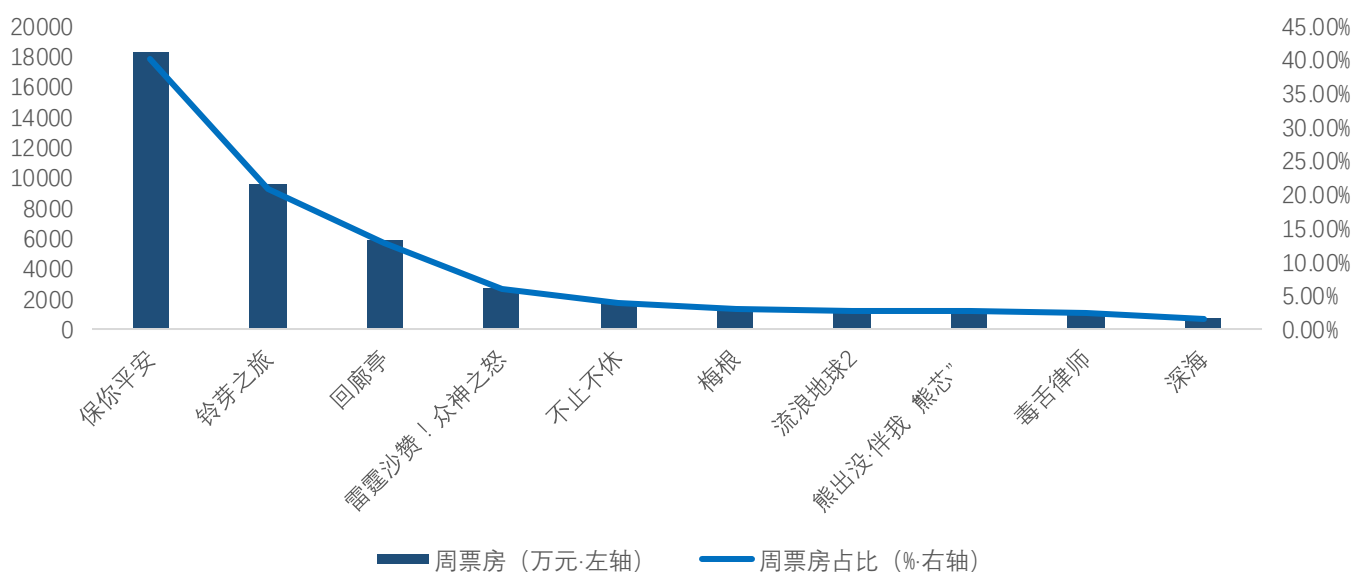
三、周度数据跟踪

3.1 电影：电影票房周度数据跟踪

3月18日-3月24日，单周总票房较上周（4.11 亿元）上升至 4.58 亿元，前十名总票房 4.39 亿元，占比 95.81%，较上周（96.23%）略有下降。《保你平安》（票房占比 40%）排名第 1，《铃芽之旅》（票房占比 20.8%）为第 2 名，《回廊亭》（票房占比 12.8%）为第 3 名，《雷霆沙赞！众神之怒》（票房占比 6%）为第 4 名，《不止不休》（票房占比 3.8%）为第 5 名，其余影片票房占比均未超过 3%。前三票房合计占比 73.67%。

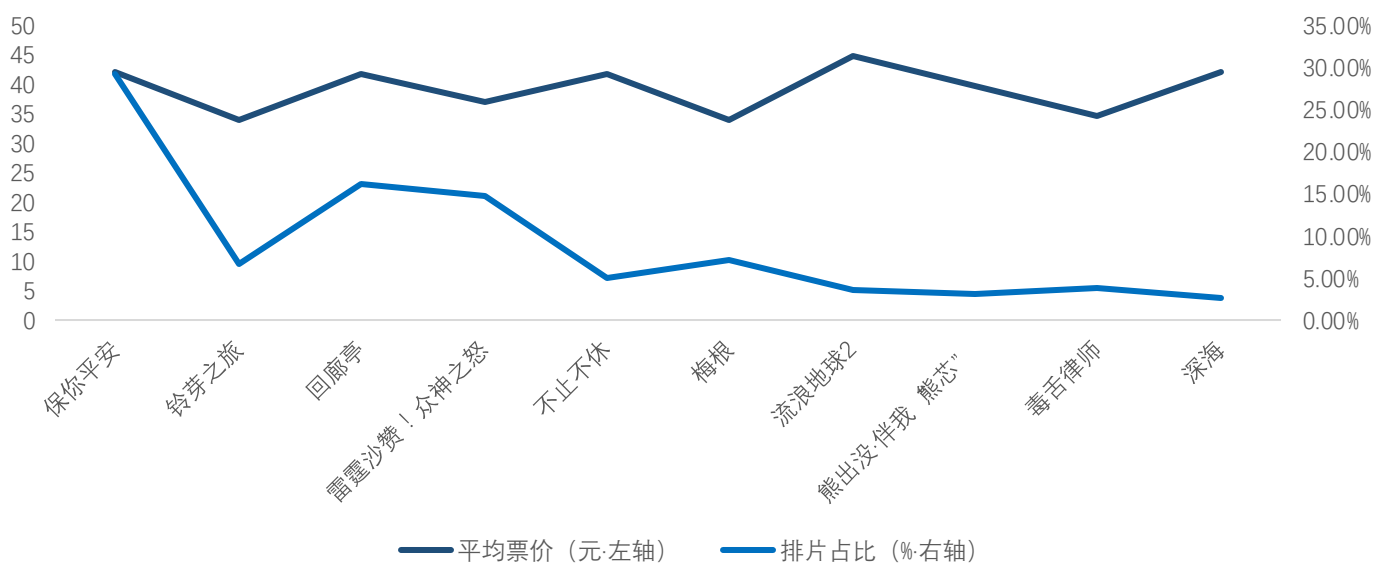
排片与票价方面，《保你平安》排片占比 29.1%，《回廊亭》排片占比次之，为 16.1%，《雷霆沙赞！众神之怒》为 14.6%，位列第 3；本周平均票价（39.1 元）较上周（41.4 元）有所下降，本周《流浪地球 2》《保你平安》《深海》为票价前 3，分别 44.6、42.1、41.9 元，《梅根》平均票价最低，为 34 元。

图表4：3月18日-3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5：3月18日-3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，3.20-3.24期间，电视剧热度指数排行榜中，排名第1为《他是谁》（全网热度79.61）；《归路》（全网热度78.67）本周排名第2名；《花琉璃轶闻》（全网热度76.16）排名第3，（全网热度76.16）；《回响》（全网热度73.95），本周排名第4名，《春闺梦里人》（全网热度73.58），本周跻身前十，《狂飙》（全网热度72.03）、《心想事成》（全网热度70.27）排名下降，《人生之路》（全网热度64.96）本周进入前10榜。前十连续剧中，爱奇艺独占30%、腾讯视频独占10%、优酷独占30%。

图表6：本周（3.20-3.24）连续剧热度指数排行榜

片名	上映天数（天）	上线时间	单周播放量	全网热度	播放平台
他是谁	11	2023/3/14	-	79.61	优酷
归路	11	2023/3/14	-	78.67	爱奇艺、芒果TV

片名	上映天数(天)	上线时间	单周播放量	全网热度	播放平台
花琉璃轶闻	10	2023/3/15	-	76.16	腾讯视频、咪咕
回响	9	2023/3/16	-	73.95	爱奇艺
春闺梦里人	4	2023/3/21	-	73.58	腾讯视频
狂飙	70	2023/1/14	-	72.03	爱奇艺
心想事成	16	2023/3/9	-	70.27	腾讯视频、爱奇艺
人生之路	5	2023/3/20	-	69.66	爱奇艺
星落凝成糖	37	2023/2/16	-	67.57	优酷
春日暖阳	12	2023/3/13	-	67.51	优酷

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为3月25日12:00

图表7：上周（3.13-3.17）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
他是谁	4	2023/3/14	-	75.46	优酷
星落凝成糖	30	2023/2/16	-	75.08	优酷
归路	4	2023/3/14	-	74.35	爱奇艺、芒果TV
重紫	31	2023/2/15	-	74.17	腾讯视频
狂飙	63	2023/1/14	-	73.30	爱奇艺
心想事成	9	2023/3/9	-	71.17	腾讯视频、爱奇艺
九霄寒夜暖	21	2023/2/25	-	69.95	爱奇艺
春日暖阳	5	2023/3/13	-	69.81	优酷
回响	2	2023/3/16	-	67.06	爱奇艺
花琉璃轶闻	3	2023/3/15	-	64.96	腾讯视频

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为3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，3月20日-3月24日期间，综艺热度指数排行榜中，《声生不息·宝岛季》（全网热度56.41）上线9日，本周仍位于第1名，《哈哈哈哈哈第3季》（全网热度51.02），《半熟恋人第二季》（全网热度49.93）本周分别保持第2、3名，《大侦探第八季》（全网热度49.64）本周下降至第4名，《我想和你唱第四季》（全网热度49.54）本周第5名。前十综艺中，芒果TV独占比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20%，爱奇艺独占10%。

图表8：本周（3.20-3.24）综艺热度指数排行榜

片名	上映天数(天)	上线时间	单周播放量	全网热度	播放平台
声生不息·宝岛季	9	2023/3/16	-	56.41	芒果TV
哈哈哈哈哈第3季	29	2023/2/24	-	51.02	爱奇艺、腾讯视频
半熟恋人第二季	46	2023/2/7	-	49.93	腾讯视频
大侦探第八季	58	2023/1/26	-	49.64	芒果TV
我想和你唱第四季	29	2023/2/24	-	49.54	芒果TV
我们的客栈	78	2023/1/6	-	48.34	优酷、腾讯视频、爱奇艺
种地吧	49	2023/2/4	-	47.51	爱奇艺
你好星期六	448	2022/1/1	-	46.86	芒果TV、咪咕
展开说说	50	2023/2/3	-	46.45	腾讯视频
名侦探学院第六季	101	2022/12/14	-	44.86	芒果TV

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为3月25日12:00

图表9：上周（3.13-3.17）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
声生不息·宝岛季	2	2023/3/16	-	52.84	芒果TV

哈哈哈哈哈第3季	22	2023/2/24	-	52.48	腾讯视频、爱奇艺
大侦探第八季	51	2023/1/26	-	51.56	芒果TV
无限超越班	91	2022/12/17	-	50.92	优酷
我们的客栈	71	2023/1/6	-	50.31	优酷、腾讯视频、爱奇艺
你好星期六	441	2022/1/1	-	50.26	芒果TV、咪咕
半熟恋人第二季	39	2023/2/7	-	49.86	腾讯视频
种地吧	42	2023/2/4	-	49.85	爱奇艺
时光音乐会第二季	92	2022/12/16	-	48.24	芒果TV、咪咕
名侦探学院第六季	94	2022/12/14	-	47.42	芒果TV

来源：骨朵数据，国金证券研究所，注：数据截取时间为3月18日12:00

四、重点公司估值表更新

3月20日-3月24日期间，重点公司（19家）中16家股价有所上涨。从细分赛道看，涨幅最大的是游戏行业，即时零售及电商类表现有所分化。具体看个股，达达集团上周涨幅最大，为19.24%，跌幅最大的是拼多多，为-19.56%。当前PE大部分位于（15，40）的区间，腾讯、吉比特、芒果超媒、分众传媒的PS值均高于5。A股公司4月进入财报密集发布期，关注业绩披露情况。

图表10：重点公司估值表（2023年3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 PS	PE	2022年营业收入 (亿人民币)	2022年营业收入YOY	2022年净利润 (亿人民币)	2022年净利润YOY	2022全年业绩预计 发布时间
互联网平台	腾讯	0700.HK	31404	11.02	5.81	17.11	5546	-1.2%	1882	-16.3%	已发布
	美团	3690.HK	7563	7.52	3.52	-	2200	22.8%	-67	-71.6%	已发布
	快手	1024.HK	2147	6.35	2.48	-	-	-	-	-	2023-03-29
电商/即时零售	京东	9618.HK	4370	2.22	0.43	43.17	10462	9.9%	104	-391.6%	已发布
	拼多多	PDD.O	6394	-19.56	4.99	20.65	1306	39.0%	315	306.0%	已发布
	达达集团	DADA.O	143	19.24	1.55	-	94	36.4%	-20	-18.7%	已发布
	叮咚买菜	DDL.N	58	-9.75	0.25	-	242	20.4%	-8	-88.0%	已发布
游戏与软件	网易	9999.HK	4033	4.21	4.29	20.34	965	10.1%	203	20.6%	已发布
	心动公司	2400.HK	112	10.56	3.76	-	-	-	-	-	2023-03-30
	三七互娱	002555.SZ	623	17.94	3.94	18.25	-	-	-	-	2023-04-28
	吉比特	603444.SH	312	13.45	6.29	24.49	-	-	-	-	2023-03-31
	完美世界	002624.SZ	328	14.49	4.38	32.44	-	-	-	-	2023-04-07
	宝通科技	300031.SZ	92	9.07	2.90	54.13	-	-	-	-	2023-04-27
	移卡	9923.HK	90	-2.74	2.67	45.58	-	-	-	-	2023-03-27
	中手游	0302.HK	54	8.70	2.03	-	27	-31.0%	-2	-133.5%	已发布
	哔哩哔哩	9626.HK	680	5.95	3.19	-	219	13.0%	-75	10.4%	已发布
	芒果超媒	300413.SZ	713	3.76	5.20	39.13	-	-	-	-	2023-04-22
传媒	阅文集团	0772.HK	371	15.75	4.98	62.48	76	-11.9%	6	-67.1%	已发布
广告	分众传媒	002027.SZ	960	0.45	8.68	25.47	-	-	-	-	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，但若消费修复不及预期，则影响疫后修复节奏。
- 政策风险。21年以来，互联网传媒行业的监管收紧，若后续行业监管政策发生变化则会对影响个股及行业表现；另外，元宇宙发展过程中，可能会因技术进步、应用创新等而触及监管红线，进而对未来发展造成影响。
- 行业竞争加剧。电商用户红利接近尾声，各电商平台用户增长减缓，导致市场整体空间受限，进而加剧网络零售业内部竞争。抖音大力发展本地生活业务，拼多多、小红书也将入局，本地生活行业虽然市场空间较大，但参与者增多仍有可能导致竞争加剧。
- 元宇宙技术迭代和应用不及预期风险。元宇宙底层技术包括网络及运算技术、交互技术、人工智能技术等，若底层技术发展较慢，元宇宙的推进会遇到技术瓶颈，影响元宇宙时代的到来；若元宇宙底层技术突破后，实际应用的落地不及预期，则会影响元宇宙虚拟世界的构建及其商业价值。
- 数据统计结果与实际情况偏差风险。报告结论基于我们的线上数据跟踪，数据的样本情况以及统计方式与实际情况有可能有所偏差。

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：北京市东城区建国内大街 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