

# 美團首季賺55億破紀錄 ADR造好

## 王興：直播活動激發需求 正開發AI模型應用

受惠消費市場逐步回暖，刺激本地服務需求強勁增長，美團（03690）首季業績扭虧為盈，經調整淨利潤為54.9億元（人民幣，下同），創歷史新高，同時遠超預期。美團ADR在美股開市早段造好，股價升1.3%，報33.16美元，其後升幅收窄至0.4%。首席執行官兼董事長王興表示，希望通過直播活動激發消費者的非即時需求，又指內部團隊正開發AI（人工智能）基礎模型的應用。

大公報記者 李潔儀

美團首季總收入錄得586.2億元，按年增長26.7%。以外賣業務為主的核本地商業貢獻收入428.9億元，增長25.5%，經營溢利急升一倍至94.5億元。

期內，餐飲外賣及美團閃購業務收入增長，主要受交易筆數及客單價增加。其中，即時配送訂單量約42.67億單，同比增長14.9%。美團閃購繼續保持高增長勢頭，受惠交易用戶數及交易頻次雙增長驅動，首季訂單量同比增長約35%。

### 攜手商家營銷 探索流量增長點

首席財務官陳少暉在電話會議上表示，餐飲外賣3月開始增長達20%，到4月進一步增速。他續說，集團過去11個季度活躍交易用戶的交易頻率持續增加，相信未來用戶交易頻率將成為更重要的增長動力。

抖音先後搶攻團購配送及到店領域，王興表示，隨著線下消費逐漸恢復，美團到店業務交易額及收入增速逐月提升，而且透過持續加強內容呈現能力、迭代短視頻形式，並推出「特價團購」，既吸引消費者，亦讓商家能夠創造和推廣爆款產品。

王興表示，於3月在深圳面向商家推出「神搶手」營銷活動，商家可以通過直播、短視頻等形式售賣菜品，到4月又升級月度營銷活動「神券節」，商家可通過限時秒殺、直播、短視頻等模式提供優惠。他續說，將持續探索新的流量增長點，通過直播活動鼓勵消費者進行囤券，激發消費者非即時需求。

### 生鮮電商生意大增50%

酒店及旅遊業務方面，王興指出，受惠消費需求的復甦，美團首季酒店間夜量和交易額實現強勁增長，其中，在春節期間的酒店間夜量較2022年及2019年同期增長超過40%，第二季亦能承接增長勢頭。

至於新業務方面，首季收入同比增長30.1%至157.3億元，經營虧損收窄40.5%至50億元。社區電商業務「美團優選」持續優化營運，通過全國性的次日達物流及自提網絡，截至3月底，累計交易用戶數量達4.5億。生鮮電商業務「美團買菜」首季交易額按年升逾50%。

被問到美團對AI的應用，王興指出，相信AI能改變所有事物，而且亦有很多方式應用AI。他透露，美團內部團隊正研究和開發基礎模型及其應用，又指對外部技術合作持開放態度。



### 美團管理層言論重點

希望通過直播活動方式激發消費者的非即時需求

相信用戶交易頻率將成為更重要的增長動力

內部團隊正研究和開發AI（人工智能）基礎模型的應用

大公報記者整理

▲美團核本地商業貢獻收入428.9億元，增長25.5%，經營溢利急升一倍。

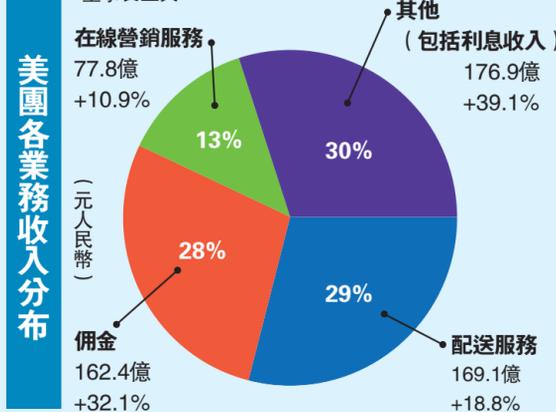
▲美團首席執行官兼董事長王興。

### 美團首季業績摘要

分項	金額（人民幣）	按年變動
收入	586.2億	+26.7%
· 核本地商業	428.9億	+25.5%
· 新業務	157.3億	+30.1%
經營溢利	35.9億	虧轉盈
經調整EBIDA*	62.6億	虧轉盈
經調整溢利*	54.9億	虧轉盈

備註：截至2023年3月底

[\*] 為非國際財務報告準則（Non-IFRS）



## 雪花啤酒登陸美團閃購 目標年銷10億

### 強強聯手

美團（03690）旗下即時零售平台美團閃購，與華潤雪花啤酒達成戰略合作，美團閃購將助力華潤雪花啤酒成為平台內年銷售額10億元人民幣品牌，共同提升啤酒品類在平台內的銷售增長。

華潤雪花啤酒與美團閃購將在啤酒新趨勢、細分產品結構、供給優化等多

個方面深入合作，探索外賣營銷、人群營運等多種新合作模式。

其中，雙方將重點關注美團上以酒水專營店、美團閃購倉、歪馬送酒等為主的新渠道，提高產品覆蓋率。同時，進一步優化供給側，華潤雪花啤酒計劃參與美團閃購「閃耀門店」項目深度合作，並透過共享門店信息，打通與雪花

CRM系統共享商品供給數據，優化現有品類供給，並提高雪花高端商品覆蓋率。

根據《2023即時零售酒類白皮書》顯示，在2020年至2022年期間，即時零售啤酒市場規模增長83%，洋酒即時零售市場規模增長近6.3倍，白酒的即時零售市場規模亦增逾5.5倍。

## 網易多賺48%勝預期 下月推新手遊

【大公報訊】網易（09999）首季經調整淨利潤為75.7億元（人民幣，下同），按年增長47.8%，遠超預期。董事會批准派發季度股息，每股0.093美元（約0.73港元）。首席執行官丁磊表示，暫未見到宏觀經濟疲弱影響遊戲玩家，集團計劃在6月30日推出手遊《逆水寒》，以滿足玩家需求。

今年首季，網易總收入錄得250.5億元，上升6.3%。來自遊戲及相關增值服務貢獻收入200.7億元，同比上升7.6%，毛利率升至66.7%的7年新高。

### 結束與暴雪合作 毛利率創七年高

丁磊在電話會議上表示，驅動遊戲業務的毛利率，包括遊戲產品持續達到規模效應，同時由於結束與動視暴雪部分遊戲的代理合作，直言相關遊戲的毛利率較低，在結束合作後反而有利提升毛利率。

隨着版號發放正常化，新遊戲湧現令市場競爭加劇。不過丁磊相信，消費者會選擇高質量作品，又指網易最善長是MMORPG（大型多人在线角色扮演遊戲），有信心在未來發展中持續保持獨特優勢，包括推出更多「人無我有」的遊戲產品。

網易計劃在6月30日推出手遊《逆水寒》，丁磊提到，還

有《哈利波特：魔法覺醒》亦將於今年夏天在海外市場推出，同時，手遊《超凡先鋒》、《巔峰極速》及《永劫無間》將陸續安排發行。

對於AI（人工智能）、大模型等應用，丁磊直言，近期發展AI的企業可謂百花齊放、眼花繚亂，惟好幾家推出的大模型產品是大同小異，認為最關鍵是要有適當的應用場景。

雲音樂方面，首季淨收入為19.6億元，按年下跌5.2%。

### 網易首季業績摘要

分項	金額（人民幣）	按年變動
總收入	250.5億	+6.3%
· 遊戲及相關增值服務	200.7億	+7.6%
· 有道	11.6億	-3.1%
· 雲音樂	19.6億	-5.2%
· 創新及其他	18.6億	+12.8%
淨利潤	67.5億	+53.7%
經調整淨利潤*	75.7億	+47.8%

備註：截至2023年3月底

[\*] 為非公認會計準則（Non-GAAP）

## 周杰倫概念股 巨星傳奇擬下周IPO

【大公報訊】男歌手周杰倫（圓圖）母親葉惠美有份的巨星傳奇已通過上市聆訊，據悉將於下周招股（IPO），預計6月中上市。該公司主要從事新零售和IP（品牌）創造及營運，第一大業務為以周杰倫明星效應引流的魔朋咖啡，2022年銷售收入佔比達43.8%，至於無周杰倫IP推廣的產品收入佔比則為41.5%。

另外，內地皮膚藥研發商科笛通過被稱作「周杰倫概念股」的巨星傳

奇可謂眾星雲集，除周杰倫本人外，還有知名詞曲作家方文山擔任首席文化官，負責產品營銷及創意策略規劃。若從財務數據上看，公司旗下產品亦較為依賴明星賦能，其中在2019年至2022年，由周杰倫參與推廣的魔朋咖啡收入佔比分別達到83.0%、72.8%、62.3%及43.8%。

另外，內地皮膚藥研發商科笛通過上市聆訊，中金公司（03908）為其獨

家保薦人，富途信託持有19%、雲峰基金持有14%、富達基金（香港）持有8%，攜程網創始人沈南鵬亦持有12%。該公司目前正開發5種臨床階段及4種臨床前階段的候選藥物，在5種臨床階段候選藥物中有2種已開始商業化試點，公司亦分銷與海外合作夥伴開發的2款商業化產品。



## 兩新股掛牌齊潛水 宏信建發每手蝕逾千元

### 新股速遞

兩隻新股首日掛牌齊潛水，累計本月6隻上市股份全部破發。由遠東宏信分拆的宏信建發（09930）昨日掛牌，較招股定價低近30%，每手蝕逾千元。

港股近期投資氣氛不佳，拖累新股市場表現，昨日兩隻新股首日掛牌齊潛水，累計本月共6隻上市股份，全部跌破招股價。其中由遠東宏信（03360）分拆的宏信建發收市價較招股價跌近30%，每手蝕逾千元；另一新股易點雲（02416）則較招股價略微下滑3%，每手虧損約155元。

宏信建發是內地設備運營服務提供商，招股價4.52元。昨日掛牌便低

開27.9%，報3.26元，雖然曾一度升至3.74元高位，隨後股價便一路下探，全日收報3.21元，跌幅約29%，按一手1000股計算，投資者每手虧損達1310元。

另一新股易點雲同樣首日潛水。該公司是一站式辦公IT服務提供商，發行價為10.19元，昨日收報9.88元，微跌3%，按一手500股計算，投資者每手蝕155元。

港股市場氣氛不佳或不利於新股發行。據統計，在本年度至今掛牌約28隻新股中，有超過一半在上市首日股價潛水，而在去年下半年的約63隻新股中，潛水率僅為30%左右，反映本港新股市場自去年下半年高峰後逐漸下滑。

## 愛奇藝再研來港第二上市

【大公報訊】港股迎來科網股企上市浪潮，繼阿里（09988）啟動「1+6+N」組織變革及京東（09618）分拆旗下業務上市後，業界再有新消息。據了解，百度（09888）旗下愛奇藝（IQ.US）再度研究來港第二上市，愛奇藝行政總裁龔宇表示，正研究上市有關技術細節，但並未透露詳細的時間表。

愛奇藝於2018年赴美上市。龔宇指出，公司希望為原創節目提供資金，並增加在AI（人工智能）方面的應用，從而實現降本增效，相信業界在未來數年內將有更為準確的認知。

另外，愛奇藝今年首季收入83億元（人民幣，下同），按年增長15%；盈利6.18億元，較去年同期的1.69億元大漲約2.6倍；日均訂閱會員規模首季增加1700萬人。公司管理層表示，公司盈利能力、現金流及財務報表均有好轉，相信可為股東創造更多價值。

談及業績前景，龔宇分析道，後疫情時代中國經濟逐步穩定，今年收入有望錄得雙位數增長，雖然公司在2022年虧損1.36億元，但在做好成本控制下，今年或扭虧為盈，為6年來首次在未來數年內將有更為準確的認知。