

微短剧火热 长短视频平台争相掘金

3月31日,在中国网络视听大会上,与会专家认为,在平台助力下,优秀的微短剧商业化将更加可持续,市场空间不可限量。

短视频巨头快手布局较早,一年半时间新增约1亿微短剧日活用户。为丰富内容生态,长视频平台也积极拓展微短剧业务。

●本报记者 于蒙蒙



视觉中国图片 制图/王春燕

作为一种新的网络视听文艺形态,微短剧具备体量轻、节奏快、时长短等特点,日益受到观众喜爱。根据近期发布的《2023中国网络视听发展研究报告》,2021年-2022年微短剧上线数量显著提升。

相关数据显示,2022年上半年,取

得备案号的微短剧达到2859部,总集数达69234集,同比增长618%。

视频平台、IP内容版权商、影视制作商、MCN机构、广告商、衍生产品开发商等纷纷入局微短剧。重点视频平台纷纷启动微短剧扶持计划。微短剧市场迅速升温。

快手布局微短剧较早,并通过“星芒计划”等动作,逐步奠定了行业领跑地位。财报显示,2022年,快手的星芒计划总共出品200多部短剧。截至2022年底,累计播放量破亿的星芒短剧超过100部。快手微短剧的日活用户已超2.6亿,平台日活用户占比超过七成。而一

年半前该数字约为1.6亿。

为丰富内容生态,长视频平台亦积极布局微短剧赛道。优酷设立“小剧场”,爱奇艺设立“竖屏控剧场”,腾讯视频设立“火锅剧”频道,芒果TV设立“下饭剧”频道。拥有IP资源的公司则借助微短剧拓展变现方式。

同样是布局微短剧,长短视频平台打法大不相同。

长视频平台关注微短剧带来的流量以及付费转化等,商业模式通常采用“分账”形式,ToB色彩更浓。

短视频平台的策略更侧重多元化。快手娱乐剧情业务中心负责人于轲告

诉中国证券报记者,在快手平台运营微短剧账号,一方面可以借助流量变现,另一方面部分影视机构还可以签约达人,尝试直播带货。在讲好故事的基础上,微短剧正在与各种营销形式融合,走多维的商业化路径。

据了解,快手微短剧商业化合作客

户数量、剧目数量均呈快速增长态势,覆盖电商、食品、生活服务、美妆、日化等多个行业。2022年暑期档,快手与唯品会合作的家庭情感类短剧《再婚》总播放量近10亿。截至目前,唯品会已甄选十余部与品牌目标人群相契合且具有穿搭场景的短剧,搭建起短剧矩阵,

并以定制内容植入、主创口播、评论区互动等方式,引导用户跳转至唯品会客户端同款产品。

在奥美北京分公司总裁陈蓉看来,品牌方的加入,让微短剧生态形成了商业闭环。从商业化形式来看,在品牌植入的基础上,定制短剧日益增多。

微短剧成为各方眼中“香饽饽”,行业也出现了一些变化。

随着入局者增多,微短剧市场竞争呈现白热化态势。青岛古麦嘉禾科技有限公司内容合伙人、微短剧业务负责人李庆玲表示,以往微短剧播放量破10亿相对简单,现在难度加大,今年以

来还没有出现播放量破10亿的作品。

头部影视公司进场引来市场关注。作为国内知名的影视公司,柠萌影视在2021年成立了子公司“好有本领”,瞄准微短剧市场。柠萌影视开设的微短剧账号拥有438万粉丝,目前已有三部微短剧作品。

“影视公司介入是好事,大家擅长

的点不一样,百花齐放。”李庆玲表示,头部影视公司的介入一定程度上会给MCN机构带来压力,二者应发挥各自优势。比如,MCN机构可以快速响应市场需求变化,一般影视公司的决策路径稍微长一些。

微短剧已进入发展新阶段。业内

人士表示,微短剧上游环节份额将逐步向头部制作公司、MCN机构以及IP题材和数量储备丰富且具有一定操盘能力的数据集中。

于轲认为,微短剧行业正在快速增长。优酷PGC长剧及短剧负责人刘华博表示,期待更多题材在这个赛道开花结果。

华为2022年研发投入1615亿元

●本报记者 张兴旺

3月31日,华为2022年年度报告发布会在深圳坂田华为总部召开。中国证券报记者现场看到,华为副董事长、轮值董事长徐直军,华为副董事长、轮值董事长、首席财务官孟晚舟出席了发布会。2022年,华为整体经营平稳,实现全球销售收入6423亿元,净利润为356亿元;研发投入达到1615亿元,占全年收入的25.1%。

孟晚舟表示:“2022年,华为经营依然面临较大压力,总体而言业绩符合预期。2022年末,华为的资产负债率为

58.9%,净现金余额为1763亿元,财务状况持续稳健。”

分业务来看,2022年,华为在运营商业领域实现销售收入2840亿元,同比增长0.9%;企业业务实现销售收入1332亿元,同比增长30%;终端业务实现销售收入2145亿元,同比下降11.9%。

华为披露了三项新业务进展。2022年,华为数字能源业务实现销售收入508亿元,云计算业务实现销售收入453亿元,智能汽车解决方案部件业务实现销售收入21亿元。

对于市场热议的造车话题,华为表

示坚持不造车,通过与极狐汽车、阿维塔科技和赛力斯等车企深入合作,助力客户造好车。智能汽车解决方案业务是华为的长期战略机会点。目前,华为已上市30多款智能汽车零部件。

中金公司认为,智能汽车解决方案业务是驱动华为业绩增长的新引擎之一,有望为行业注入新的活力。华为广泛布局汽车电子,并积极探索产品下一代演进方向。在车载传感器方面,华为积极开展4D成像雷达的研发,激光雷达在机械、半固态、固态三条路线均有布局;在座舱方面,华为推出鸿蒙座舱系统,将汽车接入万物互联世界,目前主

要搭载于极狐、问界、阿维塔、吉利几何等华为合作车型上。华为对汽车电子的布局有望为产业链上下游企业带来发展机遇。

2022年,华为研发费用支出为1615亿元,占全年收入的25.1%。近十年,华为累计投入的研发费用超过9773亿元。

截至2022年12月31日,华为员工总数约为20.7万名,研发员工约为11.4万名,占总员工数量比例约为55%。据悉,华为在全球共持有有效授权专利约12万件。大手笔的研发投入,提升了华为产品的竞争力。

迎政策利好 能源数字化智能化建设提速

●本报记者 罗京

国家能源局网站3月31日消息,日前发布的《关于加快推进能源数字化智能化发展的若干意见》提出,探索人工智能及数字孪生在电网智能辅助决策和调控方面的应用,提升电力系统多能互补联合调度智能化水平。

业内人士表示,虚拟电厂可以有效整合各种分布式能源,预计到2025年虚拟电厂的投资建设市场规模将超过300亿元,运营市场规模将达到968亿元。

数字技术助力转型

《意见》提出,到2030年,能源系统各环节数字化智能化创新应用体系初步构筑,数据要素潜能充分激活,一批制约能源数字化智能化发展的共性关键技术取得突破,能源系统智能感知与智能调控体系加快形成,能源数字化智能化新模式新业态持续涌现,能源系统运行与管理模式向全面标准化、深度数字化和高度智能化加速转变,能源行业网络与信息安全保障能力明显增强,能源系统

效率、可靠性、包容性稳步提高,能源生产和供应多元化加速拓展、质量效益加速提升。

朗新研究院相关人士向中国证券报记者表示,能源数字化可实现从能源供给端到消费端的高效管理和精准匹配,满足不同区域、不同群体、不同体量的用能需求,构筑高效、清洁、经济的现代能源体系,提高能源系统的安全性、生产率。

《意见》提出,以数字化智能化电网支撑新型电力系统建设,推动实体电网数字呈现、仿真和决策,探索人工智能及数字孪生在电网智能辅助决策和调控方面的应用,提升电力系统多能互补联合调度智能化水平,提高电网仿真分析能力,支撑电网安全稳定运行。

根据国海证券研报,新能源大规模接入对电网稳定性和消纳能力提出更高要求,电网需要实时性更强的调度能力,可以采用人工智能技术进行功率预测,实时控制调度。

推进虚拟电厂发展

《意见》指出,围绕重点领域、关键

环节、共性需求,依托能源工程因地制宜挖掘和拓展数字化智能化应用,重点推进包括虚拟电厂在内等多个应用场景组织示范工程承担系统性数字化智能化试点任务,在技术创新、运营模式、发展业态等方面深入探索、先行先试。

华安证券认为,虚拟电厂与电力交易是人工智能在电力领域的最佳落地场景。作为建设虚拟电厂的关键信息技术之一,协调控制技术联通源网荷储多个环节,对发电量、用电量等作出判断,人工智能有望极大地提升分析效率和准确度。

朗新研究院上述人士表示:“虚拟电厂作为分布式能源安全、稳定加入智能电网的重要技术之一,既可以作为‘正电厂’向系统供电,也可以作为‘负电厂’消纳系统电力,起到灵活削峰填谷等作用。”

华西证券预计,到2025年,虚拟电厂的投资建设市场规模将超过300亿元,运营市场空间更为庞大,预计到2025年虚拟电厂运营市场规模将达到968亿元,2030年将超过4500亿元。

万科董事会主席郁亮表示 坚持走开发经营服务并重发展道路

●本报记者 齐金钊

3月31日,万科举行2022年度业绩推介会。对于外界关心的房地产市场,万科董事会主席郁亮表示,市场既没有“狂飙”,也没有“倒春寒”,新房需求上有天花板,下有保底线。地产开发与经营并重将是行业大势。万科将继续坚持走开发、经营、服务并重的道路。

楼市处于温和恢复阶段

2022年,万科实现营业收入5038.4亿元,同比增长11.3%;归属于上市公司股东的净利润为226.2亿元,同比上升0.4%。

郁亮认为,目前楼市处于温和恢复阶段。今年2月,地产销售量环比回升较为明显。有四个方面的原因,一是去年12月、今年1月部分需求积累至2月集中释放;二是今年春节较早,对1月成交有影响;三是房地产政策环境较为友好,市场信心有所回升;四是房价有所下降,对于自住需求而言性价比提高。但从1至2月整体来看,一、二线城市新房成交量同比上升7.2%,增速谈不上“狂飙”。

在新房需求方面,郁亮认为上有天花板,下有保底线。城镇人均

住房面积已达40平方米,加上近几年大规模建设的住房陆续交付,在大量供应的背景下,市场需求将保持相对稳定。万科将认准大势,做好自己的事,继续坚持走开发经营、服务并重的道路。

耐心赚小钱长钱

2022年,万科旗下的物业、物流、长租公寓、商业等经营服务业务保持双位数增长,全口径收入达512.6亿元,同比增长23.1%。

郁亮称,经营性不动产对投资者的吸引力明显增强。同时,融资渠道的开放将助力经营性不动产构建“投融资管退”闭环。目前,政策层面对经营服务类业务重视度越来越高,REITs、不动产私募基金、长期租赁住房贷款等都已逐步开放。

在郁亮看来,万科的经营服务业务优势在于方向对、起步早、布局全、协同多。万科布局的赛道比较全,各种业态都有,同时业务之间可以协同。从中长期看,万科经营服务业务处于增长轨道。郁亮坦言,与住宅开发业务相比,经营服务业务是赚小钱、长钱、辛苦钱。尽管短期盈利难有明显贡献,但这是一个长期的生意,万科对此会保持耐心。

天齐锂业:继续开拓上游优质锂资源

●本报记者 康曦

3月31日,天齐锂业举行业绩说明会。公司副董事长蒋安琪表示:“未来五年,我们在充分发挥现有产能和优势的基础上,将继续开拓上游优质锂资源,扩大锂化工产品产能,拓展下游产业链合作。以电动汽车和储能应用为业务导向,积极联动上下游,力争成为具备高附加值的科技型企业。”

盈利能力大幅提升

2022年,天齐锂业实现营业收入404.49亿元,同比增长427.82%;实现归属于上市公司股东的净利润241.25亿元,同比增长1060.47%。公司拟向全体股东每10股派发现金红利30元(含税)。

天齐锂业旗下拥有全球储量最大、品位最高的在产锂矿格林布什锂辉石矿。充分受益于全球新能源汽车产业景气度提升,公司锂产品销量和销售均价同比均大幅上涨。

公司财务总监邹军介绍,近年来天齐锂业盈利能力大幅提升,营业收入从2018年的48.41亿元增长到2022年的404.49亿元,复合增长率约103%。2022年,公司毛利率达85.1%,继续处于行业领先地位。同时,公司资产负债率大幅降低,截至2022年底降至25.09%。

2022年,天齐锂业锂精矿和锂化工产品的生产量分别为134.86万吨、4.73万吨,销售量分别为75.9万吨、5.81万吨。“公司锂精矿生产量快速增长,锂化工产品基本处于满产满销状态。”邹军表示。

夯实锂资源布局

在天齐锂业未来五年的战略规划中,扩产是重中之重,包括推进泰利森现有扩产项目,同时加大对上游锂资源布局;落实锂产品扩产计划,力争到2027年达到30万吨左右碳酸锂当量的产能。

在锂矿开发方面,天齐锂业主要有位于澳大利亚的控股子公司泰利森控股的格林布什锂辉石矿。在国内,公司全资拥有四川雅江措拉矿。目前,格林布什锂辉石矿项



泰利森格林布什锂辉石矿采矿现场

公司供图