

## B站2019年“实力出圈”：年收入67.8亿元 月活用户1.3亿

■本报记者 谢若琳

3月18日，哔哩哔哩（以下简称：B站）公布了2019年第四季度和全年未经审计的财务报告。财报显示，2019年B站总营收67.8亿元，同比增长64%。其中，第四季度营收同比增长74%，达20.1亿元，连续七个季度超市场预期。

纵观2019年，B站“实力出圈”。第四季度，B站月均活跃用户再创新高高达1.3亿，同比增长40%；移动端月均活跃用户同比增长46%达1.16亿元，实现了自2018年上市以来的最高增幅。同时毛利率持续上升，从2019年第一季度的13.8%一路攀升至第四季度的19.8%。

### 多元内容生态引领“出圈”

数据显示，2019年第四季度，B站月均活跃UP主（投稿者）数量突破100万，同比增长80%；月均投稿量同比增长66%达280万。

PUGV（即UP主创作的高质量视频）作为B站内容生态的基石，在第四季度占据平台整体播放量的91%。UP主内容创作的日益多元，也推动着B站向一个全民视频平台迈进。

2019年年底，B站推出互联网行业首台新年晚会“二零一九最美的夜 bilibili晚会”。晚会播出后获得全网热议，目前站内播放量已超9000万，弹幕数量近300万。

有分析师认为，晚会的成功不仅体现了B站对年轻群体兴趣喜好的深刻理解，也进一步拓展了B站品牌在大众层面的影响力。“在5G时代，视频将逐渐成为人们表达和消费内容的主流方式，这也为视频行业的长远发展带来积极影响。”

事实上，过去一年，B站生活、娱乐、科技、学习等品类迅猛增长，以科技区UP主“老师好我叫何同学”、生活区UP主“大祥哥来了”为代表的大量创作者脱颖而出，凭借优质内容突破垂直圈层，获得更为广泛的大众影响力。

为了更好地激励创作者，B站于2020年1月份举办BILIBILI POWER UP 2019年度UP主颁奖，向站内优秀UP主颁发包括年度百大UP主、年度最佳作品等众多奖项。截至2019年12月底，已有22万UP主从创作者激励计划中受益。

在OGV（Occupationally Generated Video，专业生产内容）方面，B站的IP化、精品化两大战略重点在2019年初见成效。

在动画领域，2019年国创区的月活跃用户数量第一次超过番剧区，成为B站第一大专业内容品类。2019年11月份，B站举办了第二届MADE BY BILIBILI国创动画作品发布会，推出了27部动画新作，并公布了包括《三体》在内的13部动画作品的新内容。

在纪录片和综艺领域，B站自制及联合出品的《未来之境》、《生活如沸》、《派出所的故事2019》等一系列内容不断实现口碑与人气双赢。这直接推动了付费会员及广告

业务的增长。截至2019年12月底，大会员数量同比高速增长111%达到760万。

### 非游戏业务收入增长迅速

2019年第四季度，得益于广告、直播及增值服务等非游戏业务的快速发展，B站总营收突破20亿元大关。其中非游戏业务收入同比增长157%达11.4亿元，占总营收57%。单个月活用户所带来的非游戏收入同比增长83%，推动营收结构更趋平衡。

2019年第四季度，游戏业务收入同比增长22%至8.7亿元。在独代游戏方面，运营进入第四年的《命运-冠位指定》（Fate/Grand Order）在2019年年底登顶App Store畅销榜，而2019年11月份上线的《双生视界》也表现亮眼。目前，B站拥有超过30款独代游戏储备，并将进一步推进游戏海外发行业务。

财报显示，2019年第四季度B站直播和增值服务收入达5.7亿元，

同比增长183%。直播作为B站内容生态的重要组成，过去一年在电竞、娱乐等细分版块取得了长足进步。尤其在日益受年轻群体青睐的电竞领域，B站已与《英雄联盟》达成合作意向，成为其世界赛（2020年-2022年）中国大陆地区独家外部直播平台。此外，大会员、猫耳FM以及漫画业务的蓬勃发展，也在不断拉动着该项业务收入的持续增长。

尽管第四季度广告宏观环境疲软，但B站持续扩大的品牌影响力仍推动广告业务收入快速增长81%至2.9亿元。另外，得益于电商平台“会员购”业绩的快速提升，B站第四季度电商及其他业务收入达2.8亿元，同比增长241%。

财报中，B站对2020年第一季度收入进行了展望，预计将达到21.5亿元至22亿元。在业绩沟通会上，B站董事长兼CEO陈睿也设定了2020年和2021年的用户增长目标分别为1.8亿和2.2亿，“我们做了充分的准备，有信心完成用户增长的目标。”

## 腾讯音乐付费用户达3990万 在线音乐平台争建版权“护城河”

■本报记者 陈 炜

3月17日，腾讯音乐娱乐集团（以下简称腾讯音乐）发布了截至2019年12月31日的第四季度及全年未经审计财务报告。数据显示，2019年第四季度，腾讯音乐的音乐订阅收入同比增长60.1%，付费用户数同比增长47.8%至3990万。但与此同时，其在线音乐移动MAU（月活跃数）出现了同比持平、环比下降的情况。

手握国内最大的音乐版权库，腾讯音乐在国内在线音乐平台的竞争中正占据着绝佳的优势。但有不愿具名的业内人士向记者表示，版权虽然非常重要，但并不代表全部。“在线音乐平台之间的竞争日渐多元化，将涉及版权、付费、原创、音乐人等多个方面。对诸多平台而言，差异化或将是新的突破点。”

腾讯音乐2019年实现总营收254.3亿元（36.5亿美元），同比增长34.0%。实现营业利润46.2亿元（6.64亿美元），同比增长126.7%。实现归属于公司股东净利润39.8亿元（5.72亿美元），同比增长117.2%。

“2019年是集团业务全面健康增长的一年。我们在坚持保护音乐版权、支持内容原创以及探索更多释放音乐核心价值的创新商业模式等方面取得了长足进步。”腾讯音乐娱乐集团首席执行官彭迦信如此表示。

事实上，受益于用户版权意识及付费习惯的不断普及，其对音乐、影视等线上内容消费的付费意愿逐渐增强。2019年第四季度，腾讯音乐在线音乐付费用户达到3990万，同比增长47.8%，环比上一季度净增450万，这也成为其上市以来的最高增速。

对此，彭迦信表示，集团向付费

流媒体模式的战略转型已初见成效，使得在线音乐服务付费率在2019年第四季度显著提高到6.2%，超越2018年同期的4.2%。此外，2019年第四季度，在线音乐ARPPU（每付费用户平均收益）环比上升4.5%，用户留存率持续提高，进一步证明了在线音乐付费用户的高质量增长。

但值得注意的是，2019年第四季度，腾讯音乐在线音乐移动MAU为6.44亿，与上年同期持平。《证券日报》记者查阅其过往数据发现，2019年第三季度，腾讯音乐的在线音乐移动MAU为6.61亿，彼时的同比增幅为0.9%。而2019年第四季度其在线音乐移动MAU环比第三季度出现下滑。

对此，有业内人士私下向记者表示，在线音乐移动MAU对腾讯音乐而言是非常关键的数据，但去年第四季度出现了同比持平、环比下

降的情况，不免让业界产生了其流量是否已经“见顶”的猜测。

事实上，在线音乐平台版权库的丰富程度，已经成为用户衡量是否要下载甚至对其进行付费的关键因素之一。有用户向记者表示，自己喜欢的部分歌手的作品，版权只在某平台独家所有，因此听歌平台的选择也就随之受到限制。

据了解，国内在线音乐市场可大致分为腾讯系音乐、阿里音乐、网易云音乐和百度音乐（太合音乐）等四方。其中，腾讯音乐旗下囊括了酷狗音乐、酷我音乐、QQ音乐，在版权方面具有领先优势。但目前各大在线音乐平台动作频繁，针对版权、合作等展开了新一轮的较量。

具体来看，去年12月份，腾讯音乐宣布将加入腾讯控股牵头的财团，参与收购环球音乐集团的少数

股权；今年第一季度，腾讯音乐与阅文集团达成战略合作协议，获得后者的网络文学内容库授权，用于制作特定的有声书。

而网易云音乐方面，3月13日，其宣布与日本吉卜力工作室达成版权合作，获得后者包括《龙猫》、《千与千寻》等在内的旗下动画音乐全面授权。

3月12日，阿里宣布与太合音乐集团达成数字音乐内容合作，虾米音乐、天猫精灵及鲸鸣、唱鸭等都将获得太合音乐旗下艺人的歌曲授权和内容服务。

“目前来看，各平台间的版权大战仍十分火热，但必须提到的是，音乐版权费用，尤其是独家版权费用，对各方而言都是一笔不小的支出，考虑到平台的利润现状，或许应该更好的衡量一下类似的成本支出。”上述业内人士认为。

## 诚志股份D-核糖多领域应用前景可期



诚志股份全资子公司江西诚志生物D-核糖仓库

从前瞻性研究、专利布局，到成果转化、产品开发，再至生产销售，诚志股份已形成D-核糖产品完整产业链，确立了在该领域国际市场的主导地位。

### 在医药中间体领域将呈快速增长势头

作为全球同时拥有D-核糖产品制造及应用完整知识产权的企业，诚志股份D-核糖生产线全球技术领先，产品纯度高、质量优且性能稳定。诚志股份总裁王学顺表示，公司长期提供D-核糖产品作为抗病毒药物生产研制的起始原料。截至2019年底，诚志股份D-核糖系列产品产销规模均超过1000吨，已在全球市场领域居主导地位。其中，用于核苷类抗病毒药物中间体而提供的D-核糖，全球市场占有率高于90%。“公司将优先保障涉及抗病毒药物研制起始原料供货合同的供应需求。”

据了解，目前全球知名医药公司吉利德已通过意大利的代工厂与诚志股份签订了首个D-核糖合同。成立于1987年的吉利德是一家以抗病毒药物而闻名于世的生物制药公司，在过去20年中，吉利德先后上市了多种抗HIV和抗肝炎HCV药物。在抗HIV和抗肝炎HCV药物核心领域，吉利德目前有2个项目处于Ⅲ期临床，4个项目处于Ⅱ期临床，4个项目处于Ⅰ期临

床。长期看来，吉利德将有15个项目会提交新药NDA申请，若这些在研新药开发成功，将使D-核糖在医药中间体领域的应用呈现快速增长势头。

疫情当下，相关药物的研发制备首当其冲，其中在抗病毒药物中占比近50%的核苷类药物备受关注。多数核苷类药物的作用机制，主要是通过抑制脱氧核糖核酸（DNA）、核糖核酸（RNA）或蛋白质的合成，抑制肿瘤或病毒细胞的增殖，从而使细胞凋亡。作为生物体内遗传物质——核糖核酸（RNA）的重要组成部分，D-核糖是多种核苷类抗病毒、抗肿瘤和抗HIV药物的重要中间体原料和前体物质，在制药工业领域应用广泛。

### 补充能量缓解疲劳为人体“充电”

相比于在医药中间体领域的应用，D-核糖在运动营养、心脏健康和功能饮料等方面早已获得广泛应用。和人们常听到的葡萄糖、果糖和麦芽糖相似，D-核糖是一种糖类物质，存在于所有细胞中，是核苷酸、多种辅酶以及基因物质DNA、RNA的组成成分，还是能量物质ATP的结构成分，在能量物质的合成与代谢转换中具有重要的生理功能。

众所周知，ATP是人体主要的能量来源，在人体组织细胞中的总量少，且在低浓度下保持稳定，而D-核糖能

够快速恢复ATP能量池中丢失的能量物质，并维持“ATP能量池”相关物质的动态平衡。

此外，专业运动员在高强度训练或挑战极限的比赛后，会出现缺氧状态并产生大量氧自由基，D-核糖可以有效减少自由基的产生以及缺氧对人体体的损害，加速运动后的损伤恢复，并提高运动员在缺氧环境中的耐受性。无论是跑完马拉松，或是完成日常健身训练，D-核糖对于快速恢复能量、减少心肌和骨骼肌损伤，均有显著效果。对于普通人来说，D-核糖也具有改善心肺功能，提高运动能力；加速乳酸清除，缓解运动后肌肉酸痛；保护心肌细胞，改善心脏功能；缓解疲劳耐缺氧，提高日常生活质量等功效。

抗击疫情期间，在得知一线工作者长时间高强度的工作状态亟需营养支持后，诚志股份紧急生产调配价值约600万元的D-核糖产品支援湖北前线，这批包含10000盒“力博士D-核糖冲剂”和2440盒“小粉红充能固本饮料”的支援物资目前已分至一线工作者手中。湖北省襄阳市樊城区太平店中心卫生院院长李中海表示，在村居进行大排查、乡镇医疗工作压力非常大的现实情况下，这些慰问品的到来非常及时，可以有效减轻一线人员的疲劳状态。

### 改善营养健康服务国家战略

基于人民对美好生活的需求，党的十九大提出实施“健康中国”战略，旨在全面提高人民健康水平、促进人民健康发展，为新时代建设健康中国明确了具体落实方案。其中，引导人们思想观念的改变，即“把以治病为中心转变为以人民健康为中心”是“健康中国”战略的重要内容。在《健康中国行动（2019—2030年）》“实施全民健身行动”和“实施心脑血管疾病防治行动”中，D-核糖产品有望在改善营养健康和提高生活质量方面带来有益效果。

值得一提的是，相比于发达国家的高速增长规模，我国运动营养产业起步较晚，市场规模较小。数据显示，2015年我国运动营养市场人均消费水平仅为0.1美元，而同期美国运动营养市场的人均消费水平为20.61美元，206倍的差距也从侧面说明了运动营

养产业在我国的蓝海市场地位，极具发展潜力。D-核糖作为新型功效成分，具备满足运动营养领域细分市场的需求，应用潜力巨大。此外在欧美等发达国家，D-核糖已成为心脏病患者服用的常用营养补充剂，而在国内D-核糖在心脏健康领域尚未得到广泛应用。

经过多年发展，诚志股份目前已初步形成了以诚志生命北京研发中心、BLS美国研发中心为核心，依托清华大学、美国明尼苏达大学为技术支撑，以江西诚志生物为中式孵化和产业开发基地的创新体系。其中，D-核糖项目在我国率先完成直接发酵一步提纯结晶的产业化开发，产业技术达到国际先进水平。2019年公司拥有D-核糖相关发明专利就超过150项，涵盖了菌种、发酵控制、分离提纯技术、结晶工艺等核心工艺技术，以及在食品饮料、营养保健、临床营养、医疗用途等领域的应用功能。随着在这些领域的进一步拓展开发，有助于改善人体健康并提高生活质量，为国家大健康产业添砖加瓦，助力“健康中国”战略。

### 独特风味为“人造肉”加亮点

近年来，随着消费者健康、环保意识的加强以及生物技术的日趋完善，“人造肉”产业呈火爆态势，国际食品巨头纷纷布局，相关行业在全球范围进入高速发展期。据相关数据预测，2025年全球植物性人造肉市场规模预计将达到279亿美元。

鲜为人知的是，在“人造肉”功效组分中，可以改善风味的D-核糖也占据一席之地。据了解，通过发酵法工艺制备的D-核糖结晶产品，略带天然芳香气味、具有一定甜味。在食品工业上，D-核糖可与蛋白质、肽、氨基酸等物质发生美拉德反应，产生具有特殊芳香气味的棕色或焦糖色产物，增强食品风味，广泛应用于肉制品、烘焙食品、休闲食品等各种食品中。诚志股份旗下D-核糖产品目前已获得BRC-A级认证（英国零售商协会的食品安全认证）和美国FDA GRAS备案等资质，生产工艺和产品质量均处于国际先进水平，2019年3月份获得欧盟批准，D-核糖作为新型食品投放市场。凭借质量优势，诚志股份全资子公司美国BLS已成为相关国际企业的

D-核糖供应商，产品已应用于国外领先品牌的“人造肉”中。随着相关行业进入快速发展期，D-核糖在该领域的应用有望得到快速增长。

20年来，诚志股份在生命科技领域专注生物高新技术产品研发和国际市场开拓。在前瞻性研究和专利布局方面，美国BLS是全球首家完成D-核糖FDA GRAS备案的企业，将D-核糖率先推向欧美市场，在膳食补充剂、食品饮料、功能营养领域，搭建了专利排它性的全球销售渠道。在科技成果转化方面，诚志股份先后承担了国家科技创新计划、国家重点新产品计划、国家结构调整与产业升级专项，开发了

## 阅文集团豪掷155亿元 并购标的风险隐现

标的已连续2年末达业绩承诺

■本报记者 谢若琳

3月17日，阅文集团公布了2019年全年业绩报告。报告显示，公司2019年实现营业收入83.5亿元，同比增长65.7%；实现净利润11.12亿元，同比增长21.9%。

从营收结构来看，阅文集团收入来自两个板块：一是在线业务，主要是在线付费阅读、网络广告以及在公司平台上分销第三方网络游戏所得的收入；二是版权运营，来自制作及发行电视剧、网络剧、动画、电影、授权版权改编权、运营自营网络游戏及销售纸质图书的收入。

2019年，阅文集团在线业务收入37.1亿元，同比下滑31.33%。主要增长来自于版权运营板块，由于新丽传媒全年整体并表，促使阅文传媒2019年版权运营板块收入达46.37亿元，同比增长283%。

新丽传媒是一笔划算的买卖吗？

事情要回溯到2018年，阅文传媒以不超过155亿元的价格收购新丽传媒。新丽传媒是一家业内颇有名气的影视公司，曾参与出品《我的前半生》、《白鹿原》、《如懿传》、《余罪》等作品。

“这起并购可谓轰动一时”，一位不愿具名的券商分析师在接受《证券日报》记者采访时表示，2018年影视融资已经收紧，百亿元级别的并购更是罕见，“朋友圈里被刷了屏，全是恭喜声。”

一家是运营网络文学平台的公司，一家从事影视剧内容及其衍生产品的投资、制作和运营，二者合并无疑是从IP到播放的互补组合。在版权运营方面，双方合作的空间也非常大。

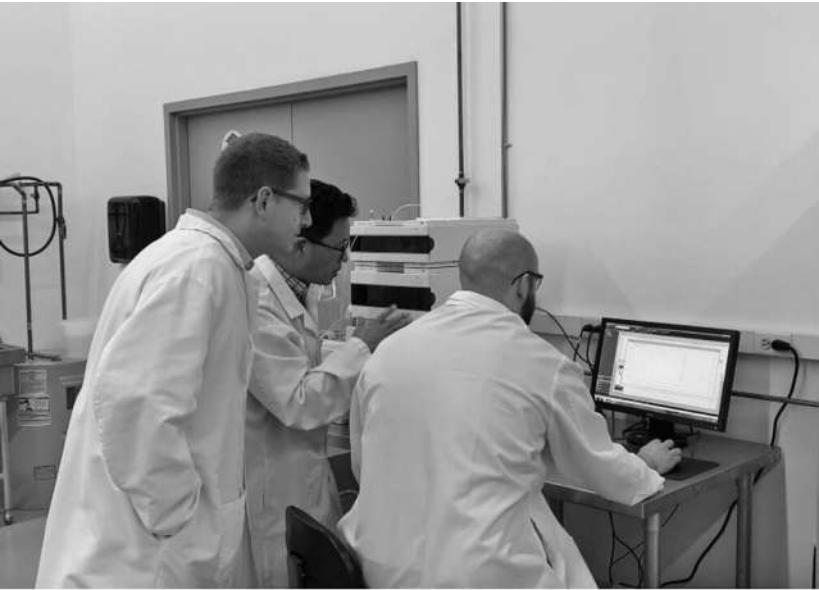
但是二级市场并未买账。2018年8月13日，阅文集团收盘价67港元/股，当收购方案公布后，公司股价直线下挫，5个交易日内跌幅26%。此后公司股价一路阴跌，直至2020年3月17日，公司收盘价27.75港元/股，市值280.9亿港元。要知道，2017年年底，阅文上市首日时，市值曾逼近千亿港元（928.2亿港元）。难道是一次收购引发的蝴蝶效应？

事实上，当时新丽传媒也做出了业绩承诺：2018年、2019年和2020年的净利不低于5亿元、7亿元和9亿元。

没想到，收购至今，新丽传媒的业绩承诺一次都未兑现。根据阅文集团财报，2018年，新丽传媒完成业绩3.24亿元，仅为承诺业绩5亿元的64.8%。2019年，新丽传媒完成业绩5.49亿元，完成了承诺业绩的78.43%。

“受限薪、税收改革等多重政策影响，最近两年影视板块处于低谷，中小影视公司艰难求生，新丽传媒没有完成业绩也在意料之中。”上述券商分析师认为，2020年新丽传媒的任务更为艰巨，“受疫情影响，影视剧从融资到拍摄都出现了不同程度的滞后情况，业内普遍认为，上半年影视剧难有大突破。”

本版主编 于德良 责编 姚尧 制作 董春云  
E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785



诚志股份美国子公司BLS实验室



诚志股份捐赠D-核糖产品支援湖北抗疫前线