



互联网行业简评报告：用户增长迅猛 社区生态繁荣 广告单季收入突破十亿大关



事件:

哔哩哔哩公布 2021 年 Q2 财报, 第二季度营收 44.95 亿元, 同增 71.7%; 归母净利润亏损 11.21 亿元, 去年同期为 5.71 亿元; 剔除股权激励、收购等因素影响后的经调整净利润亏损 8.58 亿元, 去年同期为 4.76 亿元。

评论:

1、营收保持高增长, 广告收入首破 10 亿元

21Q2 公司营收同增 71.7%, 分业务看, 移动游戏营收 12.33 亿元, 同降 1%; 增值服务营收 16.35 亿元, 同增 98%; 广告收入 10.49 亿元, 同增 201%, 广告收入首次突破 10 亿元, 截止 6 月, 中腰部 UP 主接单率同比提升超 100%, 品牌在 B 站上的复投率高达 75%, 快速增长的广告收入印证 B 站愈发强大的品牌影响力; 电商及其他营收 5.78 亿元, 同增 195%。公司预计 21Q3 收入将达 51-52 亿元人民币, 同增 58%-61%。

2、社区生态持续繁荣, 用户使用时长创历史新高继 20Q4B 站 MAU 突破两亿大关后, 21Q2MAU 达 2.37 亿, 同增 38.2%, 移动端 MAU 达 2.21 亿, 同增 44.2%, 会员数 1.21 亿, 同增 35%, 用户规模延续高增长趋势。其中月付费用户数达 2090 万, 同增 62.0%; 整体付费率达 8.8%, 相比去年同期增长 1.3 个百分点; 大会员 1740 万人, 同增 66%, 大会员占会员人数比例达 14.5%, 同增 2.7%。用户日均使用时长 81min, 创同期历史新高。内容产出上, 21Q2 公司月均活月 UP 主达 2400 万, 同增

25%;月均投稿量 8400 万,同增 41%;日均视频播放量 17 亿,同增 48%;作为公司增长引擎的 PUGV 内容观看比例达 93%。

3、内容建设持续丰富,携手中国电信完善平台生态第二季度,生活、娱乐、游戏、科技知识和动漫成为最受用户欢迎的前五大内容品类。其中,泛知识内容增长明显,过去一年,超过 1.13 亿用户在 B 站上通过看知识类内容进行学习,这一数字为中国在校大学生数量的三倍。此外,多个领域 UP 纷纷入驻,吸引着不同需求的用户群体。公司出品的原创 IP《时光代理人》

在 4 月播出后,作品累计播放量超 1.6 亿,目前豆瓣评分 8.2,在海外动漫评分网站 MAL 上评分高达 8.89 分。《灵笼》、《罗小黑战记》等作品也吸引了众多用户;4 月底,B 站推出代理游戏《坎特伯雷公主与骑士唤醒冠军之剑的奇幻冒险》,TapTap 评分 7.4,下载量突破 83 万;丰富的内容进一步巩固了公司在 ACG 领域的优势。8 月 11 日,哔哩哔哩与中国电信签订战略配售协议,对价 5 亿元人民币认购中国电信 1.1 亿股,每股价格 4.53 元。借助中国电信资源,公司有望在用户增长、品牌推广、数据开发等领域进一步突破,巩固行业优势地位。

4、期间费用率提升,与营收结构优化相关

公司销售及营销开支 13.99 亿元,同比增加 107%。一般行政开支 4.36 亿元,同比增加 109%。由于收入结构变化,高毛利的收入贡献在降低,导致 Q2 毛利率相比降低;直播业务目前采取更为激进的策略,收入分账

成本高，会轻微影响毛利率，同时目前还有内容方面的一些投入。Q2 销售费用增长，由于二季度有一些新游戏上线，如《刀剑神域》、《坎宫》等，游戏推广费用增加所致。

投资建议：我们看好 B 站独特的社区文化下的持续破圈，用户规模有望在 2021 年持续增长，同时伴随着 PUGV 及 OGV 的内容丰富和内容社区生态建设的加码，增值服务业务及广告业务有望维持高速增长。

风险因素：用户增长不及预期，与合作方商业化合作进展不及预期，内容领域相关监管政策风险。

关键词：直播 股权激励

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_34456

