

阿里影业发布 S1 财报：着眼长期价值 多元业务协同发展

11月29日，阿里影业发布2022/23半年度业绩，截至2022年9月30日，阿里影业实现收入人民币18.29亿元，同比增长35%；经调整EBITA扭亏为盈，录得盈利人民币1.49亿元。同时，会员体系稳步发展，淘麦VIP规模突破1000万。

业绩公告显示，受益于对优质内容的持续加注和精准把控，报告期内阿里影业内容收入人民币10.4亿元，同比增长85%；科技、IP衍生及商业化业务收入同比持平，分别为人民币5.66亿元和人民币2.23亿元。

2022/23上半财年，面对疫情反复带来的复杂多变的市场环境，阿里影业坚持“科技+内容”双轮驱动战略，坚定为优质内容投资、为有核心价值的科技投资，持续推进业务结构多样化发展，不断优化运营效率，推动业务稳健发展。

在内容业务领域，得益于对内容赛道的前瞻性布局及稳步提升的制作开发能力，报告期内，阿里影业出品、联合出品、发行影片共18部，贡献票房超人民币70亿，其中《独行月球》、《人生大事》、《神探大战》分别位居同期国产片票房前三。同时，阿里影业旗下可能制造厂牌出品的《一周的朋友》摘得2022年青春片首日票房冠军；小宇宙厂牌联合追光动画出品的《新神榜：杨戬》创造国漫视觉新体验，夺得2022年暑期档动画电影票房第一。剧集方面，通过运营工作室的模式建立与平台、编剧及各合作方之间的紧密联系，在生产工业化中持续打造精品内容。其中，由敦淇工作室打造的青春竞技剧集《炽道》连续20天登顶优酷热度日冠；悬疑剧集《重生之门》灯塔正片播放市占率近11%，连续4周取得抖音热度周冠。此外，由拾穗工作室打造的自制剧集《她们的名字》浙江卫视收视率最高超1.8%，连续两周取得灯塔正片播出市占率周冠军。

与此同时，电影和剧集方面的内容储备丰富，且题材多元。电影方面，《消失的她》、《保你平安》、《流浪地球2》、《交换人生》、《龙马精神》等多部体现“小人物、真英雄、大情怀、正能量”价值观的影片将按照市场情况择期上映；剧集方面，自制剧《手术直播间》、《飞驰人生》、《第五名发家》等也将陆续与观众见面。

在科技业务领域，淘票票联合大麦进一步优化“淘麦VIP”会员体系，报告期内，淘麦VIP会员规模已突破1000万，高质量、高粘性用户持续增长。购票优惠、快速通道、明星见面会等稀缺权益和个性化服务获消费者认可。

同时，阿里影业还加大科技投入。宣发平台“灯塔”、营销全案设计“黑马”、内容营销机构“淘秀光影”组成完整宣发闭环，通过底层预测逻辑、宣发商业模式，提供全案营销服务，报告期内，先后为《独行月球》、《还是觉得你最好》等多个影剧项目提供了独家策划直播和内容营销服务。此外，报告期内，云尚制片坚持推动影视制作工业化升级，为剧集、电影、动漫、综艺、短剧、纪录片等200余个泛文娱项目保驾护航。云尚现场管理系统也上线运营，帮助剧组在拍摄现场把控内容品质，提高现场协同效率。

在IP衍生及商业化业务领域，阿里影业以影剧综内容为载体，继续增进与消费者之间的情感连接。本集团的潮玩品牌锦鲤拿趣(KOITAKE)将自有IP“月白”、“果冻-喜剧人”、“YOKUKU”与《独行月球》、《沉香如屑》、《这！就是街舞》等影剧综结合，打造出风格各异的潮玩产品，既彰显了角色个性又还原了影视剧名场面。此外，锦鲤拿趣还与工作室艺术家合作，独家推出了“香料公主-敦煌伎乐系列”和“凯拉十世-疯人院系列”潮玩，丰富内容类型的同时亦满足了不同用户群体的需求。

此外，阿里影业还坚持发掘优质IP，让IP被市场看见，让商家因IP而获益，让消费者因产品创新而满意。报告期内，阿里影业与三丽鸥达成协议，获得凯蒂猫、美乐蒂、双子星等26个形象在中国大陆制造及销售商品为期五年的独家授权，同时亦通过打造跨品类特色商品及季节性创新产品，推动天猫模玩类目成交规模同比增加29%。

除不断完善商业设计外，阿里影业还高度重视ESG建设。2022/23上半财年，阿里影业联合大麦发布了《用坚守致敬坚持——阿里影业x大麦社会责任报告》，将ESG作为长期价值融入到商业发展中，积极推动可持续发展的公益慈善。报告期内，阿里影业发布了“淘票票星光点点”公益放映计划，组织了《独行月球》、《外太空的莫扎特》等多场乡村儿童公益放映活动，持续推动好电影走进乡村，走到乡村儿童中去，扩大电影的普惠价值。

行业人士分析，面对复杂多变的环境，阿里影业专注优质内容生产、加大科技业务投入、发展会员规模，为业务高质量发展提供了强劲动力。同时，这种保持战略定力和市场信心的商业决策，也给阿里影业带来了更大的发展空间和更充足的发展韧性，中长期看，业务会稳扎稳打持续向好。