

公司代码：601360

公司简称：三六零

三六零安全科技股份有限公司
2022 年年度报告摘要

第一节 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经公司第六届董事会第十五次会议审议，公司2022年度利润分配方案拟定如下：公司本次拟不进行现金分红，不送转，剩余未分配利润结转下一年度。上述利润分配方案已由公司独立董事发表同意的独立意见，尚需提交股东大会审议通过。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	三六零	601360	江南嘉捷

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	赵路明	胡潇
办公地址	北京市朝阳区酒仙桥路6号院2号楼A座	北京市朝阳区酒仙桥路6号院2号楼A座
电话	010-56821816	010-56821816
电子信箱	q-zhengquan@360.cn	q-zhengquan@360.cn

2 报告期公司主要业务简介

报告期内，公司充分发挥技术优势，以科技赋能千行百业，持续布局安全、互联网及智能硬件领域，继续践行“安全+互联网”双轮驱动的商业模式，做数字中国的建设者。

1、安全业务

报告期内，360 政企集团更名为 360 数字安全集团，基于公司在安全领域的积累，以“看见”战略为指导、以“效果”为导向，构建以“看见+处置”为核心的安全运营服务体系，针对各个层级客户进行差异化安全解决方案。公司实现“安全及其他”收入 17.91 亿元，同比增长 29.72%，毛利率 55.55%，继续保持高速增长势头。

作为互联网安全首倡者，公司经过近 20 年的实战积累，构建了一套以“看见+处置”为核心的安全运营服务体系。报告期内，通过“云端安全大脑”和“核心安全大脑”对相关产品赋能，实现了公司安全业务的整体客户覆盖数量显著提升，完成了关键客户的全覆盖，区域客户数量与新签订单金额均有大幅增长：公司共计完成与近 2000 家客户的新签合约，累计客户覆盖超过了 90%的中央部委、80%央企、95%大型金融机构和 100%的运营商，并与上百万家中小企业开展了网络安全合作。

城市拓展方面，报告期内，公司完成了苏州、青岛、鹤壁 3 个订单确收，中标洛阳、哈尔滨、佳木斯、上海等多个城市项目，积累了超过 50 个有效商机，业务开拓势头强劲。

在数字反诈服务方面，360 系列反诈服务覆盖 7+2 类涉诈案例场景，累计为全国公安机关推送反诈预警数据 1.12 亿条，预警精准度超过 90%。2022 年公司反诈+威胁情报新签合同同比提升

58%；反诈和威胁情报订阅产品共计覆盖省级公安厅、市及区县级公安局近百家，此外还涉及军队、政府等几十个非公安行业客户。

“安全大脑”项目城市中标情况



图 1 “安全大脑”项目城市中标情况

报告期内，公司、研发团队、公司产品合计获得安全方面荣誉近 60 项，入选权威报告近 20 项，收到各城市及行业客户发来的致谢共计 45 次。

三六零是数字安全行业唯一进入福布斯中国和中国电子商会发布的“2022 中国数字经济 100 强”榜单的企业，这是企业综合实力的象征，更是在数字经济领域核心竞争力的卓越体现。

此外，继 2021 年凭借重庆合川区安全运营中心入选 IDC 智慧城市安全运营技术服务提供商后，公司凭借在安全运营领域过硬的产品技术实力和卓越的市场表现入选 Gartner 中国安全运营标杆厂商，并覆盖安全运营市场中的四个细分领域（SIEM、SOAR、TI、VA），安全运营能力再次获得国际权威咨询机构的认可。报告期内，360 安全运营体系已全面落地国家、城市、行业、企事业等领域。作为智慧城市安全运营中心建设的最佳实践典范，“合川模式”已陆续被复制到天津、青岛、鹤壁、苏州、郑州、上海等地。

报告期内，公司、团队、产品的部分获奖情况：

获奖主体	获奖名称	发奖机构
360 政企安全集团/ 360 数字安全集团	第二届“闽盾杯”网络空间安全大赛第一名	福建省委网信办、福建省教育厅、福建省公安厅、福建省通信管理局
	2021 年网络安全保险新业态新模式典型案例	国家工业信息安全发展研究中心
	CNNVD “年度优秀技术支撑单位”、“最佳新秀奖”	国家信息安全漏洞库（CNNVD）

	2021 年朝阳区独角兽加速计划——“未来独角兽企业”	中关村科技园区朝阳园管委会
	2021 网信自主创新尖峰企业——“云计算安全领域”、“安全服务领域”	《网信自主创新调研报告》编委会
	北京市委网信办网络安全技术支持单位	北京市委网信办、国家互联网应急中心北京分中心
	十年网安行业代表性案例	ISC 互联网安全大会、数说安全
	2022 年度第一批北京市市级企业技术中心	北京市经济和信息化局
	2022 信创“大比武”通信业务运营技术赛带二等奖	中国电子工业标准化技术协会信息技术应用创新工作委员会
	谷歌 Chrome 最具价值精英榜	谷歌
	2022 年度信用领跑企业	北京市经济和信息化局、中国人民银行营业管理部等
	工信部车联网产品安全漏洞专业库技术支持单位	中汽信息安全研究中心
	2022 中国高科技高成长 50 强	德勤
	工业和信息化部“铸网 2022”实网演练优秀技术支持单位	中国网络安全产业创新发展联盟
	麒麟软件安全生态联盟成员（首批）	麒麟软件
	ISC 2022 数字安全创新能力百强-创新力十强	ISC 平台、数世咨询等
360 集团	2022 中国数字经济 100 强	福布斯中国和中国电子商会
	2022 中国品牌 500 强	品牌联盟
	中电联企业科技创新会员	中国电力企业联合会
	《2022 年中国新经济企业 500 强发展研究报告》	36 氪研究院
	2022 用友生态大会“最佳科技创新生态伙伴”	用友
360 本地安全大脑能力评估解决方案	网络安全产品之星	《网络安全与信息化》杂志联合 IT 运维网
360 高级持续性威胁预警系统（360NDR）/360 天相	2021 中国软件和信息服务业创新产品/年度风云榜	信息化观察网
360 网络空间地图测绘系统	2021 年度创新影响力成果	赛迪网与《数字经济》杂志社
360 重庆安全大脑	“重庆新经济贡献奖——网络安全卫士”	重庆日报报业集团、重庆市轨道交通（集团）有限公司、都市热报社
360 资产威胁与漏洞管理系统（天相）	2021 中国软件和信息服务业年度风云榜	信息化观察网
360 安全浏览器	《商用密码产品认证证书》	国家密码管理局商用密码检测中心
360 网络攻防靶场平台	2022 中国国际大数据产业博览会领先科技成果奖“新产品”	中国国际大数据产业博览会组委会
	2022 年度解决方案之星	网络安全和信息化杂志

360 全网数字安全大脑	数字经济“创新引领成果”	2022 全球数字经济大会
	2022 世界互联网领先科技成果	世界互联网大会
360 数字安全集团网络安全保险创新案例	数造新实体——数字技术赋能实体经济	人民网财经研究院数字经济研究中心、中国信息通信研究院云计算与大数据研究所
360 车联网安全大脑能力平台	2022 中国汽车智能创新技术	中国国际贸促会汽车行业委员会、成都国际车展组委会、汽车观察传媒
360 数字安全集团联合三峡集团打造的数字安全关键技术应用实践	2022 中国“数字样板”工程	新华网、中国电子信息产业发展研究院
潘剑锋	第八届中国管理科学学会“管理科学奖”	第八届中国管理科学学会
360 织语	2022 信创产业领军企业 100 强	德本咨询、eNet 研究院、互联网周刊
	国家工信安全中心“久安计划”首批合作伙伴	国家工信安全中心
	2022 年中国最佳数字化转型服务商	艾媒咨询
360 资产威胁与漏洞管理系统（天相）、360 终端安全管理系统、360 攻击欺骗防御系统、360 数据安全管理系统、360 高级持续性威胁预警系统（360NDR）、工业互联网安全、云原生安全、安全访问服务边缘 SASE、安全运营	ISC 2022 数字安全创新能力百强	ISC 平台、数世咨询等
以“看见”能力为核心的数字安全体系建设解决方案	2022 数字政府优秀解决方案	工信部直属中国电子学会联合数字世界新媒体、信息化和软件服务网
温州市经海区安全大脑项目	2022 数字城市优秀解决方案	
360 抗攻击能力评估系统（BAS）	2022 十大”数字大脑“优秀产品	中国电子学会、数字世界新媒体、信息化和软件服务网
360 鹰眼	2022 中国软件技术创新产品奖	信息化和软件服务网
360 数字安全大脑	2022 年中国十大网信技术产品	北京交通大学信息管理理论与技术国际研究中心（ICIR）
北京奇虎科技有限公司	360 集团 APP 全生命周期安全管理平台	中国软件评测中心

报告期内，公司、产品入选权威报告情况：

发布机构	报告名称	入围情况
亿欧智库	《2021 中国信创产业应用落地研究报告及供应商 60 强》	360 政企安全集团凭借领先的信创安全能力体系建设，以及在信创应用领域的优秀案例，成功入选 2021 信创产业 60 强企业。

IDC	2022 年 IDC 亚太区智慧城市大奖（中国区）	360 政企安全集团建设运营的重庆合川区网络安全协同创新产业园一期项目（以下称“360 重庆城市安全大脑”）斩获“行政管理”大奖，成为城市创新的最佳实践范例。
	《中国网络安全实训演练测试平台市场份额，2021：高歌猛进，快速发展》	报告显示，2021 年，中国网络安全实训演练测试平台产品的市场规模为 1.45 亿美金(约 9.4 亿元人民币)，同比增长 38.5%。360 政企安全集团作为专业型和综合型网络安全厂商，在攻防对抗等多领域、行业的积累，占据了 18.1%的国内市场份额。
	《2022 上半年中国 IT 安全服务市场跟踪报告》	360 数字安全集团凭借实训靶场平台和服务，以 12.9%的市场份额位居 IT 安全企业级培训服务市场首位。
	2022 年《网络空间地图市场洞察》研究报告	360 数字安全集团凭借全球领先的网络空间资产测绘能力，以及自研网络空间资产搜索引擎，提供企业网、专网测绘服务的实践应用，连续两次入选此报告成为该领域的代表厂商。
	《IDC PeerScape：中国数字政府数据安全领导者实践》	全球知名 IT 咨询机构 IDC 发布《IDC PeerScape：中国数字政府数据安全领导者实践》研究报告，数字安全 SaaS 龙头 360 企业安全云作为“第一实践案例”入选。
数世咨询	《工业互联网安全能力指南》报告	360 政企安全集团凭借领先的信创安全能力体系建设，以及在政务应用领域的优秀案例，入选该报告信创安全典型行业应用。
国家工业信息安全发展研究中心	2021 年网络安全保险新业态新模式典型案例	60 政企安全集团凭借“全流程安全服务打造网络安全保险创新模式”成功入选 2021 年网络安全保险新业态新模式典型案例。
国际权威 IT 咨询机构 Gartner	《中国安全运营代表厂商名录》	360 政企安全集团凭借在安全运营领域过硬的产品技术实力和卓越的市场表现入选 Gartner 中国安全运营标杆厂商
	《2022 中国网络安全技术成熟度曲线（Hype Cycle for Security in China, 2022）》	360 数字安全集团在入侵和攻击模拟（Breach and Attack Simulation, 简称 BAS）、智慧城市 CPS（CPS Security in Smart Cities）、态势感知（Situational Awareness）、红蓝对抗（Attack and Defense Teaming）四大领域被推荐为标杆供应商（Sample Vendor），成为唯一入选四大领域的数字安全企业。
	《Market Guide for Managed Detection and Response Services, China》	360 数字安全集团凭借体系化、实战化的托管安全运营服务（MSS）及多场景的落地实践成果，入选该报告。
	《新一代 XDR——面向未来的数字安全防御架构》白皮书	360 数字安全集团携手国际权威研究机构 Gartner，正式发布《新一代 XDR——面向未来的数字安全防御架构》白皮书。
Forrester	《The Security Analytics Platform Landscape, Q3 2022》	360 凭借本地安全大脑再次入围安全分析平台主要供应商，成为国内唯一连续入选该报告的安全厂商。
网安行业机构 GoUpSec	《威胁情报产品及服务购买决策参考》	该报告共收录 12 家网络安全厂商，涉及案例涵盖政府、金融、运营商、能源、医疗、教育、互联网等重点行业。360 数字安全集团成功入选，威胁情报能力再获认可。
嘶吼安全产业研究院	《2022 中国网络安全产业势能榜》	360 数字安全集团凭借行业领先的技术优势、创新能力和市场影响力，实力入选政务与能源两大行业榜单，被评为“综合型”厂商代表。
	《2021 信创安全典型行业应用专题报告》	360 政企安全集团凭借领先的信创安全能力体系建设，以及在政务应用领域的优秀案例，入选该报告信创安全典型应用。
	《日日新，又日新 中国网络安全细分赛道发展与技术创新趋势洞察》	360 凭借新一代 XDR 数字安全防御架构入选 XDR 扩展威胁检测与响应技术典型厂商，创新势能领跑行业。

艾瑞	《2023 年中国协同办公行业研究报告》	在政企数字化转型和信创“齐头并进”的趋势下，360 织语数字化协作管理平台作为标杆案例入选了该报告。
----	----------------------	--

2、互联网业务

互联网业务是公司“互联网+安全”双轮驱动商业模式的重要组成部分。其一，360 浏览器、360 安全卫士、360 搜索、360 杀毒等安全产品作为互联网业务的重要载体，具有极高的市场渗透率，成为公司安全大数据的获取入口。其二，相较于传统安全厂商依靠股权或债权融资维持高资本开支的财务模式，公司的互联网业务能够贡献稳定的现金流和利润，是支撑公司持续加码安全业务，快速扩大领先优势和市场占有率的重要资金来源。

公司的互联网业务主要分为互联网商业化和互联网增值两个部分。公司通过信息获取类产品和内容类产品获得了庞大的用户数量和有效的流量入口，并在此基础上发展了以互联网广告及服务为代表的互联网商业化业务、以游戏为代表的互联网增值业务，高效连接 B 端和 C 端，实现流量价值的商业化变现。

报告期内，公司互联网商业化及增值服务共实现收入 57.91 亿元，同比下降 21.85%。其中互联网广告及服务业务收入为 47.10 亿元，同比下降 25.32%；以游戏为代表的互联网增值业务收入为 10.82 亿元，同比下降 2.03%。

（1）互联网商业化业务

政策端，国家互联网信息办公室、工业和信息化部、国家市场监督管理总局联合发布并自 2022 年 9 月 30 日起施行的《互联网弹窗信息推送服务管理规定》，对互联网广告行业全面监管。同时，《个人信息保护法》对个人信息使用规范及自 2021 年 Q3 开始对教育培训、互联网金融、房地产等行业的监管导致广告的投放精准度及广告主投放需求受到影响。

市场端，根据中关村互动营销实验室发布的《2022 年中国互联网广告数据报告》，互联网广告规模为 5,088 亿元人民币，较 2021 年下降 6.38%；互联网营销市场规模为 6,150 亿元人民币，较上年下降 0.37%，广告与营销市场规模合计约为 11,238 亿元，较上年下降 3.19%。互联网广告行业出现较为明显的结构性调整，广告规模出现中国互联网广告市场发展 20 余年来首次负增长。随着宏观经济的回暖，互联网广告行业将逐步复苏，整体呈现筑底反弹态势。

用户端，中国互联网络信息中心（CNNIC）第 51 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2022 年 12 月，我国网民规模达 10.67 亿，较 2021 年 12 月增长 3,549 万，互联网普及率达 75.6%。移动端用户数量上，据 QuestMobile《2022 中国移动互联网年度大报告》显示，截至 2022 年底，全网用户净增 2,214 万，迎来近三年新高，中国移动互联网用户总规模突破 12 亿大关。我

国网民基数庞大，发展空间广阔，移动互联网用户量级发展见顶，国内移动互联网红利逐渐消退，市场环境呈现红海态势，用户数量、活跃度以及市场渗透率进入存量竞争时代，PC 流量重新被市场所重视，PC 端用户的积累显得尤为重要。

2022 年受全球经济震荡下行、政策调控等因素影响，宏观经济仍处于恢复阶段，广告行业整体盈利下滑，在此背景下，公司广告业务毛利率水平与上期基本持平，营收下滑趋势基本与行业保持同步。报告期内，公司依旧保持着 PC 端较高的市场渗透率和活跃用户数。根据第三方艾瑞咨询、QM 的数据，截至报告期末，公司 PC 安全产品的市场渗透率为 99.68%，平均月活跃用户数 4.75 亿，安全市场持续排名第一；PC 浏览器市场渗透率为 87.1%，平均月活跃用户数达 4.16 亿；移动安全产品的平均月活跃用户数达 3.15 亿，PC 端作为公司互联网商业化的主要阵地，流量保持相对稳定。

①建立多屏完整生态，提升场景化运营

360 在持续挖掘 PC 端价值的同时，也通过对 PC+MoB+IoT 多端用户产品进行体验优化和升级，打造起拥有多元、立体触点的智能营销生态体系。公司通过信息流、搜索、优品广告的产品组合实现广告主、媒体、用户的多方联动，以精准的用户需求洞察实现品牌与消费者的对味沟通，发挥办公、娱乐场景的优势定制化输出营销解决方案。伴随数字化智能营销时代下媒体投资趋势由“流量运营”转向“场景化运营”，360 场景化广告进一步创新升级，打造覆盖全网的消费者联合运营体系，让广告融入场景，更原生更高效，助力企业营销实现品效合一。

②打造新商业模式产品，全链路发力

随着短视频行业市场规模增速逐渐放缓，PC 端正在成为宝藏营销蓝海。360 墨鱼丸视频等 PC 短视频平台的涌现，使 PC 端这块肥沃“黑土地”的流量价值被重塑，也为品牌与企业的营销带来更多想象空间。依托 360 跨屏多端的媒体矩阵与覆盖的海量用户人群，360 墨鱼丸拥有日均 10 亿量级视频浏览量，覆盖了 360 安全卫士、360 快资讯、360 导航、360 墨鱼丸官网多个入口。强大的流量和广泛的覆盖力将助力公司的广告客户有效捕捉用户注意力，填补 PC 短视频场景的空白，成为短视频领域的流量新蓝海。应 PC 价值重估之时、顺品牌营销发力之势、借强势流量之力，360PC 锁屏画报吸睛登场，凭借广覆盖、强触达、强展现、强交互 4 大优势，360PC 锁屏画报聚焦职场黄金 8 小时，目前已达到 1 亿 DAU、3 亿 MAU 的用户量级，凭借“休憩间隙抬头见+回归工作状态时解锁必见”这样 1+1 双输出的产品展现机制，目前 360 画报单一用户日均自然触发已达到 8.7 次。

③ 稳定基石客户，拓展新行业机会

360 智慧商业依托 PC 端产品渗透率和市场占有率，实现精细化运营和针对性提升。在稳定游戏、电商基石行业消费的基础上，抓住旅游、招商、医疗等行业复苏机会，并拓展国学行业、办公行业等新客户，以创新思维为指导，持续助力企业，赋能品牌价值。

报告期内，公司互联网广告业务获奖情况：

奖项类型	奖项	获奖案例	获奖名称
金奖	艾瑞金瑞营销奖	「存量破局」戴尔企业购 品效全链路合作	年度最佳场景营销案例奖
		【寻梦环游季】360 智慧商业×旅游业暑期重振计划	年度最佳技术营销案例奖
	金网奖	【520 挚爱之礼-做懂你的蓝朋友】	大数据营销
	金触点	上班族治愈计划—360 智慧商业情绪营销 IP	IP 营销与跨界联名
银奖	金鼠标	【一加 N 的无限可能】360×一加手机	效果营销类
	金网奖	【使命召唤 荣耀新生】荣耀手机新品发布案例	OTT 营销
	梅花创新营销奖	携程旅行 X 墨鱼丸视频-每天旅行一分钟营销推广项目	旅游航空
	TMA	【520 挚爱之礼-做懂你的蓝朋友】	效果类-品牌传播
		哪吒汽车×墨鱼丸视频「哪吒传说新解」短剧项目	3C 类
	金触点	携程旅行 X 墨鱼丸视频-每天旅行一分钟营销推广项目	技术营销
	金匠奖	「存量破局」戴尔企业购 品效全链路合作	年度精准营销
		【寻梦环游季】360 智慧商业×旅游业暑期重振计划	年度精准营销
		【520 挚爱之礼-做懂你的蓝朋友】	年度精准营销
		赢在企跑线 企业 IT 采购节	年度场景营销
铜奖	IAI 奖	生而为赢，战无止境，360 智慧商业-戴尔 PMP 推广方案	场景营销
	金网奖	翻转新视界 三星 Galaxy Z 系列折叠屏×360 推广案例	OTT 营销
		《跟着屏保游中国》360 画报中国文化自信传播之旅	公益营销
	梅花创新营销奖	生态赋能 赢在起点 360×联想官网企业购 618 创新解锁 ABM 营销通路	电子科技
	TMA	上班族治愈计划—360 智慧商业情绪营销 IP	IP 营销类
		生态赋能 赢在起点 360×联想官网企业购 618 创新解锁 ABM 营销通路	3C 类
	金触点	生态赋能 赢在起点 360×联想官网企业购 618 创新解锁 ABM 营销通路	技术营销
ECI 艾奇奖	【520 挚爱之礼-做懂你的蓝朋友】	营销创新类-日化产品	
产品	金匠奖	360 日历	年度产品营销
	ECI 艾奇奖	360PC 锁屏画报	产品创新类-软件产品-企业级
	金网奖	360PC 锁屏画报	年度营销产品
	金鼠标	360 墨鱼丸视频	年度最佳数字营销系统
		360 易托管	年度最佳数字营销工具

(2) 互联网增值业务

政策端，未成年人保护力度进一步加强，自 2021 年新修订的《中华人民共和国未成年人保护法》实施、《关于进一步严格管理切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》印发以来，截至 2022 年 9 月，我国各地区共推出七十余条涉及未成年人保护的相关政策，除了强调落实游戏防沉迷体系的基本要求，还对用户信息保护、产品内容审核、功能性游戏开发等方面提出相应要求。

用户端，中国音数协游戏工委等权威部门联合发布的《2022 年中国游戏产业报告》，2022 年中国游戏市场实际销售收入为 2,658.84 亿元，同比下降 10.33%，其中手游销售收入 1,930.58 亿元，同比下降 14.40%，近十年来首次下降；端游销售收入为 613.73 亿元，同比增长 4.38%；页游销售收入为 52.80 亿元，同比下降 12.44%。中国游戏用户规模 6.64 亿人，同比下降 0.33%。游戏行业市场收入下降，整体规模缩减，游戏用户数量继去年增长放缓后，今年出现了近十年以来首次下降。

2022 年，受宏观经济、监管政策趋严的影响，游戏行业市场销售收入及游戏近十年来首次下滑，行业面临严峻考验，但随着 2022 年 4 月游戏版号时隔 8 个月重启发放，版号节奏恢复常态化。公司在精品研发、出海战略加持下，有望迎来触底回升。报告期内，公司坚持走自研、独家代理、联运一体化路线，积极布局海外市场，整体取得较好成绩。

页游方面，公司坚持高质量、精品化发展，夯实经典品类优势，坚持内容为王，引入新产品百余款，联运业务拓增多款高质量产品，保证联运优品数量，《白蛇》、《王者之心 2》均贡献较好月流水；独代业务拓展有技术和产品积累的深度合作厂商，践行 3D 品类扩展、合作模式多元化的策略；PC 游戏大厅建立评级投放规则，提高资源投入产出效率，主动筛选优质游戏和投放渠道，持续引入多元化创新产品。

手游方面，公司发力创新品类突破，独代业务通过区域聚焦，推动手游独代在亚太区域快速发展，上半年《龙女》在东南亚顺利上线，新增用户超过 60 万，在三个国家榜单进入 TOP10，下半年《死神》在国内发行，依靠行业内资源优势打通全网渠道资源；联运业务积极引入聚焦赛道新品，拓展主流头部厂商；自研业务引入优秀人才团队，打造完善开发基建系统，保障自研产品如期上线。

端游方面，公司持续引入精品端游产品，深耕军武品类，与中华文化相结合，打造业内领先的军武游戏平台，彰显本地化特殊性。同时，公司通过电竞赛事举办，建立事业部赛事品牌，完善电竞生态建设，实现品牌与热度的双向增长。

3、智能硬件业务

根据艾瑞咨询数据，2020 年中国物联网设备连接量达 74 亿个，受宏观影响同比增速放缓。随着数字化转型的持续推进，各行业对物联网的需求愈发高涨，预计到 2025 年，中国物联网设备连接量将突破 150 亿个。作为物理世界通往虚拟世界的入口，公司将智能硬件产品定位为重要的安全信息、安全数据采集探针，360 智慧生活迄今已是全球 2000 万+用户的信任首选，全球化部署覆盖超过 120 个国家及地区，每天 3 亿次云端 AI 调用，拥有 800 万的 APP 日活用户。

报告期内，公司智能硬件业务实现营业收入 18.88 亿元，同比下降 8.50%。

（1）聚焦安防，致力精品化运营

公司围绕家居安全、行车安全场景，自研及生态合作产品形成了以“安全”为核心的 IoT 产品矩阵。报告期内，公司对市场占有率相对较低的产品在运营上更加精细化，对非主要品类进行收缩，清理库存芯片、物料，做到库存管理精细化运营。公司持续深耕安防、车品赛道，聚焦精品爆品，从生命周期、市场卡位等多维度梳理，致力于精品化经营。公司着力于线上、线下平台、渠道的搭建，进一步拓展销售渠道，拓宽公司智能硬件的多元化销售路径，同时探索海外安防开拓方向，打造适合 360 出海新模式。

（2）探索 SaaS 化服务，重塑硬件新模式

智能硬件业务持续对 SaaS 化服务探索，积极由卖硬件向卖硬件加云服务业务模式转型。从领先的智能家庭安防，拓展到面向商超小店、工厂农场的 B 端场景，以 AI+视觉之力，不断丰富安全感的定义。

报告期内，针对中小微企业的智能化安防以及数字化转型升级需求，公司发布 360 视觉云产品。公司面向中小微企业，以 AI 视觉为核心的 SaaS 平台，在现有用户的摄像头设备基础上，基于一套硬件和底层服务，可以实现更加专业、强大的 B 端管理功能。360 视觉云产品实现不依赖后端设备，直接连接到云端，安装容易，使用简单，分散部署，集中管理，兼具 C 端产品良好的体验和 B 端产品的专业性要求，让中小微企业可以借助 AI+视觉的服务提升安全运维的升级，完成自身的数字化转型提升竞争力。

同时，公司推出线下专属品牌“360 炫视”，将 360 的软硬研发能力、云平台安全能力、视觉产品创新能力相结合，提供品类完善、质量统一、深度融合 360 视觉云 SaaS 服务的软硬件解决方案，不断挖掘新的线下安防业务场景，在新常态下把握 B 端场景安防产品变革的商机，助力渠道客户持续实现业务增长。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：千元 币种：人民币

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	38,615,763	42,039,484	(8.14)	44,261,773
归属于上市公司股东的净资产	31,733,458	35,006,521	(9.35)	36,825,916
营业收入	9,520,834	10,885,832	(12.54)	11,614,731
扣除与主营业务无	9,448,852	10,821,195	(12.68)	不适用

关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入				
归属于上市公司股东的净利润	(2,203,547)	902,239	(344.23)	2,912,505
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	(1,864,420)	608,304	(406.49)	2,546,767
经营活动产生的现金流量净额	557,326	165,582	236.59	1,942,970
加权平均净资产收益率(%)	(6.67)	2.50	减少9.17个百分点	9.61
基本每股收益(元/股)	(0.31)	0.13	(338.46)	0.43
稀释每股收益(元/股)	(0.31)	0.13	(338.46)	0.43

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：千元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	2,525,721	2,297,879	2,110,954	2,586,280
归属于上市公司股东的净利润	221,791	(620,111)	(1,566,147)	(239,080)
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	190,359	(695,451)	(1,030,681)	(328,647)
经营活动产生的现金流量净额	(310,701)	38,815	158,316	670,896

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

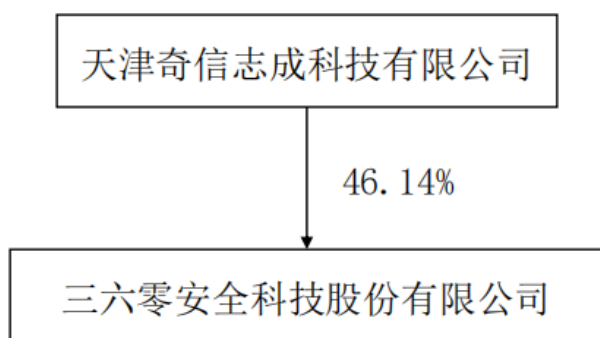
单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)							199,197
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)							328,800
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)							0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)							0
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有 限售条 件的股 份数量	质押、标记或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	

天津奇信志成科技有限公司	0	3,296,744,163	46.14	0	质押	3,289,598,800	境内非国有法人
周鸿祎	0	821,281,583	11.49	0	无	0	境内自然人
香港中央结算有限公司	44,220,337	140,817,565	1.97	0	无	0	其他
北京中关村资本基金管理有限公司—北京中发助力壹号投资基金（有限合伙）	0	77,339,520	1.08	0	无	0	其他
金砖丝路（银川）股权投资合伙企业（有限合伙）	-7,167,000	62,159,916	0.87	0	质押	55,461,534	其他
天津信心奇缘股权投资合伙企业（有限合伙）	-32,164,222	55,810,730	0.78	0	质押	1	其他
					冻结	26,490,912	
珠海科技创业投资有限公司	0	54,137,664	0.76	0	无	0	国有法人
北京红杉懿远股权投资中心（有限合伙）	-21,231,768	53,138,635	0.74	0	质押	9,721,260	其他
成都高新新经济创业投资有限公司	0	52,590,873	0.74	0	无	0	国有法人
阳光人寿保险股份有限公司—自有资金	0	44,506,202	0.62	0	无	0	境内非国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	奇信志成系周鸿祎先生控制的企业，二者构成一致行动关系；红杉懿远、信心奇缘、金砖丝路（银川）分别持有奇信志成8.8%、6.85%、3.28%股权，与奇信志成存在关联关系；除上述情况外，公司未知其他股东是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人的情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

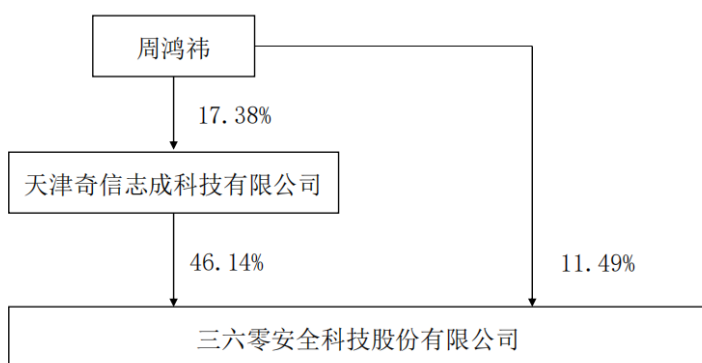
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



注：以上股权比例为截至本报告期末各主体持有上市公司股权比例情况。公司于 2023 年 4 月 5 日发布了《关于股东权益变动的提示性公告》（公告编号：2023-008 号），权益变动后，以上周鸿祎先生直接持有三六零的股权比例将由 11.49% 变为 5.24%。截至本公告披露日，该部分股份尚未完成过户登记。

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

截至报告期末，公司总资产为人民币 386.16 亿元，同比下降 8.14%，其中归属于母公司所有者权益合计为人民币 317.33 亿元，同比下降 9.35%。公司全年共实现营业收入人民币 95.21 亿元，同比下降 12.54%，其中互联网广告及服务收入为人民币 47.10 亿元，同比下降 25.32%；智能硬件业务收入为人民币 18.88 亿元，同比下降 8.50%；互联网增值服务收入为人民币 10.82 亿元，同比下降 2.03%；安全及其他业务收入为 17.91 亿元，同比增长 29.72%。2022 年度，公司营业总成本为人民币 95.77 亿元，同比下降 0.51%。报告期内，公司实现归属于上市公司股东的净利润人民币-22.04 亿元。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用