

证券代码：300418

证券简称：昆仑万维

公告编号：2022-067

昆仑万维科技股份有限公司 2022 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	昆仑万维	股票代码	300418
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	吕杰	刘娟	
电话	010-65210366	010-65210366	
办公地址	北京市东城区西总布胡同 46 号明阳国际中心 B 座	北京市东城区西总布胡同 46 号明阳国际中心 B 座	
电子信箱	ir@kunlun-inc.com	ir@kunlun-inc.com	

2、主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期 增减
--	------	------	-----------------

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期 增减
营业收入（元）	2,249,202,968.90	2,301,490,419.15	-2.27%
归属于上市公司股东的净利润（元）	643,138,719.65	999,279,222.87	-35.64%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	695,591,661.02	767,199,726.98	-9.33%
经营活动产生的现金流量净额（元）	410,836,979.19	309,354,110.06	32.80%
基本每股收益（元/股）	0.54	0.85	-36.47%
稀释每股收益（元/股）	0.54	0.85	-36.47%
加权平均净资产收益率	5.87%	10.07%	-4.20%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度 末增减
总资产（元）	17,901,550,365.86	17,898,675,591.47	0.02%
归属于上市公司股东的净资产（元）	11,486,950,348.91	10,380,735,475.80	10.66%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	92,896	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0	
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
新余盈瑞世纪软件研发中心（有限合伙）	境内非国有法人	15.82%	189,744,943.00			
周亚辉	境内自然人	12.07%	144,844,325.00	108,633,244.00	质押	200,000
李琼	境内自然人	11.02%	132,209,942.00			
香港中央结算有限公司	境外法人	1.45%	17,355,647.00			
中国工商银行股份有限公司—广发中证传媒交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.85%	10,245,762.00			
#蔡强	境内自	0.43%	5,141,476.00			

	然人					
#勒伍超	境内自 然人	0.42%	5,050,000.00			
中国农业 银行 股份有 限公司 —中证 500 交 易型开 放式指 数证券 投资基 金	其他	0.35%	4,250,754.00			
王立伟	境内自 然人	0.31%	3,760,150.00		质押	90,000
中国工 商银行 股份有 限公司 —易方 达创业 板交易 型开放 式指数 证券投 资基金	其他	0.24%	2,902,178.00			
上述股东关联关系 或一致行动的说明	股东周亚辉和股东新余盈瑞世纪软件研发中心（有限合伙）为一致行动人。					
前 10 名普通股股东 参与融资融券业务 股东情况说明（如 有）	1、股东蔡强通过普通证券账户持有 216,026 股，通过招商证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 4,925,450 股，合计持有 5,141,476 股。 2、股东勒伍超通过普通证券账户持有 1,200,000 股，通过招商证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 3,850,000 股，合计持有 5,050,000 股。					

公司是否具有表决权差异安排

是 否

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

报告期内经营业绩情况：

昆仑万维是中国领先的互联网平台出海企业，目前业务已经覆盖包括社交娱乐、信息分发、元宇宙及游戏等在内的多个领域。本报告期，公司实现营业收入 22.5 亿元，整体毛利率水平进一步提高，达到 79%，较去年同期增长 8 个百分点。此外，公司海外业务整体继续保持高水平增长，海外收入占比达 74%，同比提升 5 个百分点。同时，海外业务毛利水平稳步提升，毛利率进一步达到 83%，较上年同期增加 12 个百分点，盈利能力稳居行业前列。

本报告期，公司实现归属于上市公司股东净利润 6.43 亿元，利润规模处于行业第一梯队。同时公司继续聚焦核心业务发展，报告期内，海外信息分发与元宇宙平台 Opera 收入继续保持快速增长，海外社交娱乐平台 Star X 不断提升核心业务盈利能力，从而实现利润规模同比倍速扩张，移动游戏平台 Ark Games 和休闲娱乐平台闲徕互娱运营平稳，持续为公司贡献稳定现金流，并结合自身优势，进一步扩大出海业务版图，探索新的利润增长点。在各业务板块协同发展驱动下，2022 年上半年度公司实现归属于上市公司股东的不考虑投资损益和股权激励费用的 EBITDA 5.9 亿元，同比增长 50%。总体上看，公司核心的社交娱乐、信息分发、元宇宙及游戏业务发展稳健，服务不同市场、不同需求用户的能力持续加强，同时盈利水平不断提升。

报告期内公司主要业务：

1、海外信息分发与元宇宙平台

Opera 是世界知名的互联网平台之一，公司凭借其强大的品牌影响力及用户基础，结合自身经验优势，通过人工智能等先进技术手段不断为其赋能，助力 Opera 完成从传统浏览器到科技驱动的信息分发与元宇宙平台的转型。目前 Opera 业务已经覆盖广告、搜索、信息内容分发、元宇宙等多个领域。旗下产品丰富多样，浏览器领域主要包括移动浏览器 Opera for Android、Opera for iOS、Opera Mini，桌面浏览器 Opera Browser，以及专注游戏细分领域的全球首款游戏浏览器 Opera GX。根据第三方数据显示，Opera 系列浏览器用户规模稳居第三方浏览器第一位，是全球用户最常使用的浏览器之一。同时，围绕“浏览器+”发展战略，通过对各细分群体用户需求的深度挖掘，Opera 还推出了内容聚合平台 Opera News、云游戏社区平台 GX.Games，游戏开发引擎 GameMaker Studio、即时通讯工具 Hype 等热门产品。截至报告期末，Opera 全球平均月活跃用户达 3.3 亿，其中，美洲市场第二季度活跃用户规模较上年同期增长 22%，我们专注高 ARPU 值市场的战略规划成效显著。新兴场所蕴藏的增长潜力和我们在高 ARPU 值市场的不断探索，有助于 Opera 在未来进一步提升核心业务的盈利能力。

报告期内，Opera 实现营业收入 1.5 亿美元，同比增长 34%，实现经调整后 EBITDA 2,392 万美元，同比增长 572%。受益于广告主投放需求的增长以及投放价格的提升，核心搜索和广告业务继续保持增长，为 Opera 整体业绩奠定坚实基础。此外，Opera News 及元宇宙等新兴业务商业化能力不断提升，进

一步增厚了业绩。

业务方面，元宇宙板块继续保持良好发展态势，各子业务领域在产品功能及运营推广上均实现跨越式发展。其中，云游戏社区 GX.Games 进一步增强用户身份建设，用户可以选择上传预制的形象或照片，实现个性化身份表达。同时，强化社交体系建设，上线好友添加功能，帮助用户建立朋友圈，实现好友间游戏分享和挑战等互动，增强社交体验。此外，GX.Games 还上线首批多人游戏，并通过 Game Jam（游戏创作节）获取更多优质内容，不断扩大平台游戏储备，并吸引更多开发者加入社区。目前，GX.Games 上线游戏突破 1,800 款，其中部分游戏已支持在移动端游玩体验。运营方面，通过与游戏领域 KOL 及知名品牌合作，建设 Discord 社区，并举办如夏日游戏挑战分享，游戏度假村等多种线上及线下活动，不断扩大品牌知名度及社区影响力。截至报告期末，Opera GX 月活跃用户超 1,700 万，同比增长 78%。

2、海外社交娱乐平台

StarX 是海外社交娱乐领域头部平台，其主打产品 StarMaker 在音频社交领域处于龙头地位。StarMaker 最早以 K 歌为抓手，进而切入语音房、直播、休闲游戏等在线娱乐场景。凭借海量的曲库资源以及丰富多样的在线娱乐方式，StarMaker 吸引了来自全球一百多个国家和地区的用户。同时，通过独具特色的家族社交体系以及便捷的社交互动功能，StarMaker 有效的帮助用户降低了社交门槛，并提升了沟通效率与使用体验，而社交关系的渗透则帮助产品显著地提升了留存水平并降低了获客成本。此外，StarX 围绕“音乐+社交”的核心发展思路，在 AIGC（人工智能内容创作）及 VR/AR 等领域积极探索，通过前瞻性的布局，在不断变革的技术发展浪潮中获取先发优势。

报告期内，StarMaker 从产品及运营等维度入手，持续打磨优化，助力业务保持快速增长。在产品方面，全面完成产品升级，增加练歌房、抢唱房、游戏房等多种玩法，在满足用户多样化娱乐需求的同时，实现对更多用户的有效承接，以提升留存水平与平均使用时长。同时对广场进行改版，通过去中心化的分发方式，结合精准的算法模型，为用户推荐个性化的内容，并进一步优化应用内聊天互动功能，完善产品社交体验。在运营发面，通过深化家族运营、优化投放等多种方式进一步降本增效，实现可持续高质量发展。本报告期，StarMaker 继续保持扩张，尤其在拉美地区，如巴西、阿根廷、墨西哥、哥伦比亚及秘鲁等国及欧洲地区，如英国、法国、德国、比利时等国表现亮眼，稳居畅销/下载榜单前十。截至报告期末，StarMaker 累计在 102 个国家音乐/音频类畅销榜排名前五，其中 84 个国家位列第一，累计在 100 个国家音乐/音频类下载榜排名前五，其中 77 个国家位列第一。

此外，StarX 在 AI 内容创作领域亦取得突破性进展。报告期内，旗下 StarX MusicX Lab 音乐实验室完成首批五首完全由 AI 作曲的歌曲发布，目前这五首歌曲已在 Spotify、SoundCloud、QQ 音乐和网易云音乐等海内外 180 余个音乐平台上线。StarX MusicX Lab 是公司在“AI 赋能”业务发展战略方向上的又一重大成果，对相关业务及整个行业之后发展均具有重要意义。首先，从内部协同来看，AIGC 一方面可以持续高效为 StarMaker 提供海量音乐作品，丰富平台内容；另一方面，亦可进一步增强应用的可玩性和功能性，帮助平台内广大音乐爱好者和独立音乐人大幅降低创作门槛，有效缩短创作周期，产出更多

优质内容。而 StarMaker 作为全球音乐社交龙头，亦可以为 AIGC 提供最为高效的验证链路，助力其算法模型不断迭代优化。其次，从外部合作来看，AIGC 除满足个人用户需求外，还可以为企业用户提供音乐相关解决方案，包括生成背景音乐、伴奏配乐等泛化内容，以及为艺人和虚拟偶像定制化创作符合其调性的音乐作品等服务。目前，除首批发布的五首作品外，StarX MusicX Lab 还有丰富的歌曲储备，同时亦与部分企业客户达成合作协议，共同探索 AI 内容创作的更多应用可能。后续 StarX MusicX Lab 将继续依托成熟专业的全链路音乐制作和发行能力，向全球输出高质量的 AI 创作内容。

(StarX MusicX Lab 音乐链接：<https://y.qq.com/n/ryqq/singer/003gr1ZB1ZFmRA>)

3、全球移动游戏平台

公司旗下 Ark Games 是集游戏研发、发行和运营为一体的全球化移动游戏平台，产品包括 MMORPG、SLG 等多个类型。作为国内最早投身于海外游戏发行运营的厂商之一，Ark Games 在全球各主要市场均拥有成熟的发行网络，业务覆盖欧美、日韩、东南亚、港澳台及中国大陆等多个地区。同时，通过组建强大的本地化技术及运营团队，从题材、玩法、画风等多个维度对产品进行全方位本地化调整，以满足当地玩家需求。目前，在游戏出海领域，Ark Games 已有非常深厚的资源与经验积累，具备较明显优势。

本报告期，Ark Games 继续践行精品化、国际化发展理念，主打自研 MMORPG 新品《圣境之塔》完成在港澳台双平台上线，单月最高流水突破 300 万美元，并入围由国内手游渠道龙头硬核联盟推选的 2022 年第一期超明星产品。同时，《圣境之塔》在欧美及大陆地区的发行工作也在稳步推进中，目前欧美地区预约量已超过 300 万，并获得 Google Play 平台官方推荐榜第一，有望成为又一款现象级产品。此外，其他新品如 SLG 游戏《战龙传说》、UGC 平台类游戏《代号 D》的研发测试工作亦在稳步推进中。

4、休闲娱乐平台

闲徕互娱是国内 Top 2 休闲娱乐平台，行业地位稳固。其主要产品包括自主研发和运营的各类地方麻将、斗地主等线上棋牌类游戏。目前闲徕互娱已经完成业务模式升级，收入来源丰富多元，整体运营更加稳健。同时，终端直接购卡的业务模式为平台沉淀了大量高品牌忠诚度的用户，业务发展的可持续性不断提升。

报告期内，闲徕互娱在完善既有产品的基础上，日益创新，开发了如“二人斗”、“残局”等新的棋牌玩法，以丰富用户的休闲娱乐生活。同时，考虑到目前地方棋牌类优质直播内容相对较少，且内容上缺乏创新性，闲徕互娱基于自身对地方棋牌的经验积累和深入理解，布局直播赛道，并针对现有痛点进行差异化创新，为广大用户提供更精彩多样的棋牌直播内容。

5、科技股权投资

公司专注于科技创新型企业投资，采用“人民币+美元”双币种运作模式，通过对科技范式转移的精准把握进行前瞻性布局，不断挖掘具备新兴商业模式的可持续成长型高潜企业，在全球范围内捕捉各细分领域投资机会。

上市以来，公司投资业务表现出众。对外投资一方面提升了公司业绩和股东回报，增强了公司的现金流流动性和运营能力，另一方面有助于提高公司对互联网行业发展方向判断的准确性，并为实际业务开展提供借鉴与指导，反哺公司主营业务发展。

报告期内，公司在对宏观经济进行深度研判后及时调整投资策略，2022 上半年度整体投资更为审慎，在一定程度上成功规避市场下行风险。上半年公司参投企业希荻微、和元生物等成功在科创板上市，自动驾驶行业头部企业小马智行完成新一轮融资，并获准在京、广等一线城市开启自动驾驶示范应用，公司投资理念与投资能力不断得到验证。本报告期投资项目相关的收益同比减少主要系参投公司滴滴退市导致投资相关的损失增加约 4.35 亿。

报告期内公司所处行业情况：

近年来，中国深入推动数字经济持续健康发展，并通过优化制度环境、出台相关政策为企业出海发展指明方向，全力助推数字经济企业出海发展。

根据艾瑞咨询调研数据，目前近八成应用开发者表示计划或已经出海发展，其中 43%的应用开发者表示已经将应用推广至海外，这一比例较 2020 年提升 15.5 个百分点，增长显著。同时，在各类出海应用中，具有社交属性的产品深受全球各地用户喜爱。艾瑞咨询统计数据显示，我国出海的非游戏类应用中，社交及娱乐类产品广受用户欢迎，且在用户日益多样化的需求驱动下快速增长。

此外，社交应用出海还展现出本土运营精细化以及应用功能复合化等趋势。具体来讲，社交应用在出海过程中不可避免地会遇到文化、政策、法规等多方面的差异，以及渠道资源匮乏、推广难度较大、运营成本较高等多重挑战。这就要求企业进一步提高运营的精细程度，熟悉并牢牢把握当地用户的风俗习惯与喜好禁忌，在不同的市场践行好本地化运营策略，服务好当地用户。此外，为满足用户丰富多样的社交需求，产品在基础的传统社交功能上不断开发添加新的玩法，丰富社交场景，从而承接各类型用户。

2021 年全球各地区非游戏类出海应用类型 TOP5										
地区	TOP1	下载指数	TOP2	下载指数	TOP3	下载指数	TOP4	下载指数	TOP5	下载指数
东南亚	视频&照片	41.1	社交	16.3	娱乐	11.7	工具	11.6	购物	7.6
南亚	视频&照片	36.7	工具	27.9	社交	13.9	娱乐	8.1	购物	3.5
南美洲	视频&照片	23.6	社交	9.9	工具	8.0	购物	5.4	娱乐	3.5
欧洲	视频&照片	18.5	购物	11.0	社交	7.5	娱乐	6.0	工具	6.0
中东	视频&照片	16.0	社交	7.8	工具	4.1	购物	4.1	娱乐	3.8
北美洲	视频&照片	14.8	社交	6.3	购物	6.0	娱乐	5.9	工具	5.6
非洲	视频&照片	10.1	社交	6.5	工具	3.0	娱乐	1.7	购物	1.5
大洋洲	视频&照片	0.5	购物	0.3	娱乐	0.2	工具	0.2	社交	0.2

数据来源：艾瑞咨询

艾瑞咨询报告还显示，截至 2021 年，北美、东亚、欧洲为出海应用的主要收入来源地。其中，北美市场收入贡献占比最高，达 35.9%。此外，中东市场也值得更多关注，其收入贡献占比较 2020 年提升

1.4 个百分点，达到 6.9%。从应用类型来看，娱乐应用出海表现亮眼。根据艾瑞统计数据，2020 年至 2021 年，娱乐类出海应用在中东、欧洲、东南亚及非洲收入实现倍速增长，尤其是中东地区，收入同比增速达 387%，位列榜首。从细分品类看，短视频领域较为拥挤，头部应用地位稳固，而音频领域仍有较大发展空间，有望成为下一个风口。



数据来源：艾瑞咨询

根据 Newzoo 最新发布的数据，2022 年全球游戏市场规模有望达到 2,031 亿美元，同比增长 5.4%。其中移动游戏市场规模为 1,035 亿美元，占比达 51%。在玩家端，2022 年全球游戏用户规模将继续保持增长，预计将达到 30.9 亿人，其中 54% 的玩家将来自亚太地区。但值得注意的是，全球只有拉美、中东及非洲地区游戏用户增速超过全球平均水平，尤其是中东及非洲地区，2022 年游戏用户规模增速达 7.9%，占总游戏用户规模比重上升至 15%，未来仍有望进一步提升。

作为中国应用最主要的出海品类，游戏在 2022 年上半年继续保持较为稳定的成长。根据游戏工委《2022 年 1-6 月中国游戏产业报告》公布的数据显示，2022 年 1 至 6 月，我国自主研发游戏海外市场实际销售收入 89.89 亿美元，同比增长 6.16%。从品类上看，出海自研移动游戏中，策略、角色扮演和射击是目前最主要的三个品类，合计营收占比超过 70%。从地域上看，美国、日本依旧是移动游戏出海主要市场，高居排行榜前两位，韩国位居第三，但从数据上看，2022 年我国移动游戏出海涉及国家和地区明显增多，出海企业正在不断拓展新兴市场，未来发展空间十分广阔。