

腾讯财报冰与火：公司少赚75亿，员工多发88亿

腾讯2022年Q1的财报不好看，并不意外。

两天前，马化腾就在一份公开信中做了预警，“收入与利润增速放缓”。

财报显示，本季度收入为1354.71亿，同比基本持平，环比下降6%；经营盈利为372.17亿元，同比下降34%，环比更是大降66%；非国际通用会计准则下的净利润为255.45亿元，同比下降23%，同比去年少赚了75亿。

营收慢了，赚钱难了，腾讯开始节流。但对员工，腾讯依然大方，财报中，有一项支出大幅增加，就是“一般及行政开支”，同比大涨41%，其增长主要源于股份酬金开支增加、研发开支以及雇员成本增加等原因所致。

换挡之际，散钱财收人心聚人气，看来小马哥玩得很溜。

微信稳增，QQ显老，营收换挡。用户规模永远是考量C端产品的首要指标，而微信不负众望——作为中国用户量最大的超级APP，本季度，微信用户依然维持增长，月活用户达到了惊人的12.88亿，环比增长1.6%，同比增长3.8%。

而据中国互联网络信息中心发布的数据，截止到2021年底，中国网民也仅有10.32亿，微信，应该人皆有之。

相比微信，QQ已显疲态。月活用户5.64亿，虽然环比增长了2.1%，但同比下降了7%，过去四五年间，QQ的月活用户下降了两个多亿——在2018年的顶峰时期，QQ月活高达8亿。

有意思的是，GWI的报告显示，全球典型的社交用户，2021年月均访问7.5个社交平台——尽管用户很“花心”，但几乎每个用户都有一个刚需的首选社交产品，在中国，这个产品是微信。

而在营收结构方面，腾讯逐渐进入了To B挑大梁的新周期。

本季度，游戏业务总收入为436亿元，其中本土市场游戏收入下降1%，海外市场同比增长4%，而在去年第四季度，海外游戏市场的增速为16%，同样快于本土游戏市场的12%。

随着中国游戏市场监管趋严，未来海外游戏市场可能成为腾讯游戏业务的新增长极，本季度，游戏营收构成中，海外市场贡献占比已近四分之一。

游戏业务的表现还算稳健，比较拉垮的是广告业务。

其中网络广告同比下降18%至180亿元，原因是教育、互联网服务及电子商务等行业广告需求疲软所致。此外，社交及其他广告收入下降15%，原因在于移动广告联盟业务遭遇监管所致。而腾讯新闻和腾讯视频贡献的媒体广告收入下降30%。

广告、游戏不给力，To B业务本季度则非常坚挺，即便在新冠疫情带来的不利影响之下，金融科技及企业服务本季度营收，依然同比增长10%，达至428亿元，不过环比上季度的480亿元，下降了10.8%左右。

值得一提的是，上一季度，金融科技业

务首次超越游戏业务，成为腾讯营收贡献最大的业务板块。

这一季度，金融科技业务因为环比下滑，又被游戏业务超越，对营收大盘的贡献，也从上季度的33%，下滑至32%。

尽管在疫情震荡之下，金融科技板块的表现有所起伏，但长期来看，To B业务已经逐渐挑起大梁——不妨对比一下，2019年，这一板块首次在财报中被单独披露时，收入只有217.89亿元，仅为现在的二分之一左右，与网游板块的营收贡献占比差距，也接近10%左右。

总之，腾讯营收结构的变道换挡，已经进入新周期。

减收又减利，原因为哪般？

整体判断，导致腾讯减收又减利的主因来自外部。

先来看金融科技板块。影响金融科技营收规模的关键变量，是商业支付金额，业务模式是微信支付根据支付金额，抽取一定的支付通道费用，据《财经故事荟》了解，这一费用区间通常在0.2-0.6%之间，而这一数字又和社会零售总额息息相关——用户在消费时，可以选择微信支付。

不妨看下宏观数据，2022年一季度，中国社会消费品零售总额为108659亿元，同比增加3.3%，环比去年Q4的12.3万亿元，则环比下降了11.7%，两相对比来看，显然，微信支付的表现，要优于整个大盘。

此外，值得一提的是，考虑到疫情之下，小微商户经营困难，因此，腾讯对其采取了让利措施，支付服务费打了九折，这也部分影响了金融科技板块的收入。

此外，2022年4月、5月，上海、北京本地陆续进入封控、管控状态，因此，预测二季度的社会零售总额应该不会亮眼，必然传导到微信商业支付总额数据上，也会影响金融科技板块收入。

而据国家统计局数据，中国4月社会消费品零售总额同比下降11.1%，环比下降3.5%。

因此，腾讯Q2的金融收入，可能会继续承压。

其二，再看广告业务。

广告被称为经济的晴雨表，一方面是疫情之下经济增速放缓企业营销预算减少所致，其实从2021年下半年开始，中国在线广告行业就进入企稳新常态，而且，原本忝列广告业投放大头的在线教育等行业也被迫躺平。2021年Q4，阿里、腾讯、百度的广告营收，同比增长率为-1.80%、-12.72%、0.07%。

此外，随着《个人信息保护法》加强数据监管，导致平台收集与储存个人用户的个人信息数据的难度加大、平台描绘用户画像能力受限影响个性化推荐效率、精准营销广告模式受挫等等，短期内也必然影响广告市场。

而在监管收紧之外，用户隐私意识也在普遍走强，据Singular数据显示，在更新到iOS 14.5的用户中，只有16.8%的用户选择了允许App跟踪位置，18.9%的用户从“设置”中完全关闭了“允许App请求跟踪”。



受到波及的不止腾讯。另据市场研究公司Lotame的预测，2022年，苹果最新隐私政策将给Facebook带来超120亿美元损失，而Snap和推特的广告业务，也将因此分别受损5.46亿美元、3.23亿美元。

不过，正在兴起的微信视频号商业化机会，或许能部分对冲上述负面影响。

其三，再看游戏业务。

腾讯游戏方面遭遇的监管压力，一是对未成年人收紧监管，本季度，未成年人的游戏时长占比已经降至0.9%，游戏流水占比下降至1.5%，这也意味着利空逐渐出尽。

二是版号停滞发放带来的震荡。目前，游戏版号已经重启，不过，首批版号名单中并无腾讯，但考虑到腾讯目前储备有《全境封锁2》、《黎明觉醒》等游戏，因此，于腾讯而言，版号重启更大的利好在长期——监管趋势逐渐明朗，监管压力相对释放。

正因如此，在财报电话会议上，腾讯首席战略官声称对“对版号的恢复发放非常满意”，不过利好兑现还需时日。

总之，未来腾讯还将扛着压力往前走。而腾讯最近几个季度的财报业绩波动，也彰显了“监管变量”的强势影响。

这一变动也呼应了两天前，马化腾在公开信中强调，腾讯要坚持“CBS三位一体”路线，“我们的服务对象，就这样从用户(C)，发展到产业(B)，再到社会(S)，最终指向是为社会创造价值”，“社会共创是社会价值的最大生产力”等等。

如何与监管大势同行，是巨头们必须考好的“政治课”，巨头变得越来越“谦逊”，比如据媒体报道，今年1月份，马化腾在年会强调，腾讯只是一家吃到了时代红利的普通公司，是可以被替代的。

居安思危，不是坏事。

节流不抠门，给员工多发了几十亿，开源受困之下，节流自然是必选项。据第一财经报道，在去年的一场线上交

流会上，马化腾在会上提到“过冬”，腾讯要降本增效，减肥增肌，把子弹用在关键的战役上。

不过，节流归节流，腾讯对于员工依然大方。

财报显示，截至今年3月底，腾讯员工总数为116213名，同比去年同期的89228名，增长了30%左右，环比去年第四季度末的112771名员工，腾讯今年Q1净增员工3442名。

而薪酬增幅则高于员工数量增幅。

本季度，腾讯总酬金成本为292.29亿人民币，同比去年年底的204.01元，同比增加了43.27%，平均下来，每个员工月薪为8.38万元左右，而去年同期，这一数据为7.62万元左右。

就在今年1月21日，腾讯董事会决议，发行合共约800.48万股新股份，计划奖励不少于2.28万位员工。

而在当天，腾讯港股收报为474.8港元/股，以此估算，本次奖励股票的总价约为38亿港元。而按照最少2.28万员工人数计算，人均可分得13.8万元人民币。

整个2021年，腾讯一共发放了两批次的股票奖励。

年中7月，腾讯合计发行240万股新股份，拟向不少于3300位奖励人士授予共约240万股奖励股份。按照腾讯当时股价每股565港元计算，3300名员工人均可获得34万元人民币。

当年12月底，腾讯公司董事会再度决议，向不少于25700位奖励人士授予4410829股奖励股份。按照彼时腾讯468.8港元/股的股价计算，人均可获股票价值约6.5万元人民币。

散财聚人，人才投入，短期来说是成本，长期来看则是利好，腾讯不亏。毕竟，不能再躺赚的腾讯，在变道换挡期，最重要的就是军马和粮草。

针对猴痘病毒，俄罗斯、美国等国有新方案！



俄罗斯“矢量”病毒学与生物技术国家科学中心(下称“矢量”中心)科研人员研制出了一种自动操作的检测试剂盒(下称检测盒)，可用于检测包括猴痘病毒在内的正痘病毒。针对该检测盒的实验室测试已顺利完成。

猴痘病毒与天花病毒同属痘病毒科正痘病毒属。“矢量”中心日前发布消息说，这种检测盒能从实验动物样本中成功检测出其所染的正痘病毒。在临床模式下开展的

实验室测试表明，检测盒能有效测出牛痘病毒、猴痘病毒、痘苗病毒等正痘病毒。此外，这种检测盒的相关设备配套、易于分析样本、直观记录结果等特点，使得检测可在非实验室条件下进行。

据世界卫生组织介绍，猴痘病毒感染症状与天花相似，但临床严重程度较轻，潜伏期通常为6至13天，可能长达21天。“矢量”中心的科研人员介绍说，由于多种痘病毒具有“交叉免疫”特点，人接种天花疫苗对防治猴痘也有效。

另据俄媒体报道，“矢量”中心于18日向俄卫生部提交了本国第四代天花疫苗的注册申请。该中心认为，尽管人类早已消灭了天花，但随着近些年来局地永久冻土的融化，冻土中可能残存的天花病毒仍有释放的风险。

猴痘是一种病毒性人畜共患病。猴痘病毒可通过密切接触由动物传染给人，虽不易发生人际传播，但与患者密切接触也可能感染。人感染猴痘的初期症状包括发烧、头

痛、肌肉酸痛、背痛、淋巴肿大等，之后可发展为面部和身体大范围皮疹。多数患者会在数周内康复，但也有患者出现严重症状甚至死亡。

美媒：美政府已订购数百万剂猴痘疫苗。在美国报告今年首个人感染猴痘病例后，美媒《新闻周刊》19日报道称，美国卫生部门已经订购了价值1.19亿美元的数百万剂猴痘疫苗。

18日，丹麦疫苗公司巴伐利亚北欧(Bavarian Nordic)发表声明称，该公司与美国生物医学高级研究和发展局(BARDA)签署了价值数亿美元的合作。

按照合同，该公司将根据与美方先前合同已经生产的疫苗，转化为冻干疫苗，从而延长其保质期。声明还提到，美政府与这家公司的合同总额为2.99亿美元，将提供1300万剂冻干猴痘疫苗，首批疫苗预计明年(2023年)交付。

另据“今日俄罗斯”20日报道，除了疫苗，美国国防部上个星期还与制药公司签署

了750万美元的合同，以采购一种针对猴痘的抗病毒治疗药物。

美国2003年暴发猴痘疫情，数十人被传染，感染源可追溯至来自非洲国家加纳的宠物交易。2021年，得克萨斯州和马里兰州各报告一例人感染猴痘病例，患者先前均到过尼日利亚。

西班牙计划为猴痘病毒感染病例密切接触者接种疫苗

当地时间5月20日，西班牙卫生部的消息显示，面对逐步上升的猴痘感染病例数据，西班牙卫生部暂时不计划对感染病例实施隔离措施，但计划为密切接触者接种疫苗。目前西班牙卫生部正在通过西班牙药品和保健管理局分析购买天花疫苗或抗病毒药物的可能性，马德里大区公共卫生当局坚持要求购买天花疫苗防止猴痘疫情扩散。

截至目前，西班牙已经报告了30例猴痘感染病例，西班牙卫生部应急与预警协调中心表示，该国预计将发现更多猴痘感染病例，同时呼吁各地将传染风险降到最低。