



传媒动态点评：游戏引擎： 功能迭代 订阅套餐提价



Unity3Q22 收入符合预期，利润超彭博一致预期；关注全球宏观改善

Unity3Q22 收入 3.23 亿美元，同增 12.8%，符合彭博一致预期，位于公司指引 (3.15~3.35 亿美元) 的中部；non-GAAP 经营性利润-0.37 亿美元，略优于一致预期-0.41 亿美元，符合公司指引 (-0.35~-0.50 亿美元)。公司生产解决方案收入 (同比+53.6%) 增长势能强劲，游戏基本盘稳固，并加速向非游戏领域拓展；运营解决方案收入 (同比-7.2%) 的内部问题已修复，压力主要来自于全球宏观环境，公司对于 ironSource 的收购带来的收入提振效用信心较足。行业来看，我们认为元宇宙仍然为长期发展方向，游戏引擎作为元宇宙内容的创作工具，有望持续受益于 2D 向实时 3D 转移的趋势。

生产解决方案：应用拓展，功能迭代优化，3 款产品提价 3Q22 生产解决方案收入 1.29 亿美元，同增 53.6%，高于一致预期 0.9%。

在游戏领域，公司持续更新迭代功能，如 DOTS (DataOrientedTechStack)使得创作者能够利用芯片架构优化 3D 体验。非游戏领域，公司在数字孪生，艺术等领域同样取得较大的突破。此外，Unity 通过为用户提供更多针对性的功能，对 UnityPro, UnityEnterprise, UnityIndustrialCollectionOfferings3 款产品从 10 月开始进行提价，幅度在 13~25%不等，提价为近 3 年首次。

由于产品更好地满足了客户的需求，Unity 表示客户接受度较高。我们认为，从行业上看，伴随游戏引擎功能完善，订阅价格提升将会成为长

期趋势。

运营解决方案：全球宏观逆风致收入承压，合并 ironSource 信心较足 3Q22 运营解决方案收入 1.72 亿美元，同降 7.2%，低于一致预期 2.3%。公司表示内部技术问题已基本修复，压力来自于外部环境。以游戏广告为例，公司观察到 22 年游戏用户参与度实际上较 20-21 年疫情期间有所提升，但 CPM 在 3Q22 出现同比下滑，主因海外的衰退与加息，广告主投放意愿降低。公司估算 1-4Q22 游戏行业整体广告同比增速分别为 teens/10%/低个位数/持平。Unity 在 11 月 7 日宣布完成运营解决方案与 ironSource 的合并(4Q22 并表)，升级为成长解决方案(GrowSolution)，尽管广告市场整体承压，公司有信心获取更大的市场份额，并在宏观环境恢复时实现快速增长。

持续缩减开支，公司预计 4Q22 non-GAAP 经营利润扭亏为盈 3Q22 公司 non-GAAP 经营利润-0.37 亿美元，亏损环比收窄 0.07 亿美元，亏损率 11.6%，环比收窄 3.3pct。公司表示在 1Q22 业绩会上提出的 22 年 1 亿美元的开支缩减有望超额完成，3Q22 公司有 6,246 名员工，环比基本

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_48962

