

# 消费券高杠杆撬动 电商“618”火热来袭

□本报记者 杨洁



河北省辛集市一家服装生产企业的主播利用直播平台推介服装。

新华社图片

今年“618”购物节被商家和电商平台寄予厚望。淘宝、京东等电商平台6月1日就率先拉开此次购物节序幕。从目前披露的数据看,消费动力增长强劲。有的电商平台消费券以近10倍杠杆撬动线上消费。

网经社电子商务研究中心网络零售部主任莫岱青认为,疫情后首个电商大促活动,从商品品类、参与品牌、补贴力度以及政府商家联动等方面看均规模空前。叠加此前疫情压制的消费需求释放,今年“618”成交较之前会有所回升。

## 开局强劲 补贴加码

阿里巴巴集团副总裁吹雪表示,天猫“618”前三天销售情况势如破竹,6月1日开售前10小时成交额同比劲增50%。

从天猫“618”前三天情况看,快速消费品、消费电子、服饰、家居家装等行业均实现强劲增长,数码3C领域尤为亮眼。苹果官方首次参加线上促销,iPhone 11等产品8折起优惠,5个小时在天猫的销售额突破5亿元。同时,华为、联想等品牌销售均实现同比超过3位数的增长,开售1小时成交额突破1亿元。

菜鸟的数据显示,今年“618”快递量增长普遍超过30%,社会物流速度显著提升。“菜鸟供应链和通达系的快递速度全面超越传统宅配物流。”“天猫“618”菜鸟总指挥、菜鸟网络国内供应链总经理黄巍介绍。

京东方面的数据同样强劲。截至6月1日14:00,京东“618”成交额同比增长74%;6月1日全天,销售过亿的品牌数量达40个,家电、食品生鲜、家居日用等品类销量全面增长。其中,广西、江西、四川、湖南、湖北等地大家电成交额同比均实现100%左右的增幅。生鲜类产品在多个省份成交额同比上涨100%以上。

成交额强劲增长的背后,是平台联合地方政府拿出“百亿补贴”的消费券。此次“618”

活动期间,天猫联合各地政府拿出140亿元的消费补贴;京东则成为北京市电子消费券的唯一发放平台。

京东方面介绍,6月6日首批消费券发放,消费者热情高涨,大量用户使用消费券购买了手机等智能设备,核销的消费券以近10倍杠杆撬动了线上消费。据京东大数据显示,线上销售排名靠前的商品包括手机、平板、电脑等。同时,智能手表、洗碗机、吸尘器、扫地机器人、户外运动手表等商品提升明显。

在莫岱青看来,电商联合地方政府以消费券形式发放红包成为今年“618”一大特点。消费券成为激发消费潜力、加快线上线下消费市场复苏的重要手段。

重庆市商务委相关负责人介绍,作为“重庆618电商节”的重要活动之一,重庆于6月6日至12日每天上午10时,发放每份价值85元的消费券礼包,每天限量20万份,共计1.19亿元。

## 高客单价商品表现不俗

莫岱青介绍,今年“618”大促高客单价商品销售表现不俗。京东、天猫等推出了房产、汽车、大家电等商品的优惠活动。

业内人士认为,高客单价、重线下经营的大家电产品销售受疫情影响较大。而在此次

“618”活动中,以高端家电见长的博世和西门子均实现增长。

“博西家电创下了历史上最佳的开门红,西门子首日即闯入‘亿元俱乐部’,销售额同比接近翻倍。”博西家电高级总监唐建荣表示,博西家电深度采用了阿里巴巴商业操作系统的创新能力,广泛引入淘宝直播、短视频、3D购物等技术。

京东“618”活动首日,房产、黄金等高价保值品消费增长明显。京东发布的数据显示,“618”活动开场一小时,房产下单量达到221套。6月1日全天,投资金、黄金饰品品类成交额同比均超过100%。

国美零售CFO方巍对中国证券报记者表示,从疫情后的消费特征看到了消费升级的趋势。“很多用户表示要买具备除菌功能的干洗机,换更大容量的冰箱等。”

拼多多平台深耕下沉市场。方巍说,“可以看到,拼多多的用户群体也开始追求品牌。”从这个维度也反映出消费升级的趋势。

此次“618”活动前,国美零售先后与拼多多、京东达成战略合作。方巍介绍,与合作伙伴成立了工作组,有序推进合作事项,为各平台充分备货。同时,国美将推出家电限时秒杀5折起、套购下单最高返4000元、好物拼团9.9元起等优惠活动,并提供

小件商品门店3公里内2小时闪送服务,以全面提升购物体验。

## 明星集体直播带货

“直播”当仁不让成为“618”大促带货武器。天猫聚集了娱乐圈300多位明星集体直播,掀起史上最大规模的明星带货潮;京东与快手签署战略合作协议,今年“618”重点发力直播,将推出超过30万场次直播活动;拼多多“百亿补贴”负责人宗辉介绍:“拼多多‘明星推荐官’活动将在‘百亿补贴’的基础上,针对每场直播投入至少1亿元的额外补贴。”

根据淘宝发布的数据,“618”活动第一天,淘宝直播的成交额超过51亿元,当天成交额超过1000万元的直播间有20多个。

莫岱青指出,往年的“618”是传统电商平台的主场,今年抖音、快手等短视频平台纷纷加入。同时,传统电商平台发力直播,直播带货异军突起。

值得注意的是,快手电商近日宣布,“快手616品质购物节”于6月6日开始。快手将投入数亿流量资源、数千万现金奖励以及巨额补贴回馈商家和用户,提供多种玩法和优惠。业内人士认为,“快手616品质购物节”是直播电商首次强势入局传统电商年中大促,标志着直播电商成为电商行业的重要力量。

# 房企融资难度加大 5月土地市场量跌价升

□本报记者 董添

机构数据显示,5月份全国重点城市土地市场呈现量跌价升的现象,平均溢价率环比上涨。一线城市土地出让市场热度明显高于二、三、四线城市。

业内人士指出,土地成交量下跌和房企融资趋紧有一定关系。房企需加大营销去化力度,“促销售、抓回款”,确保现金流。

## 溢价率上涨

克瑞研究中心指出,5月份全国300个城市经营性土地成交建面总计17975万平方米,同比下降21%,环比下降14%;平均楼板价为3072元/平方米,同比上涨12%,环比上涨1%。

土地成交量下降,但溢价率延续上行趋势。机构数据显示,5月份,全国300个城市经营性土地出让平均溢价率环比增加0.5个百分点至16.5%。一线城市溢价率迅速回升,二线城市溢价率稳中有升,核心地块维系高热度;三四线城市溢价率小幅回落,但强三线城市热度不减,南通、绍兴、金华等地溢价率皆超过20%。流拍率降至7.8%,环比下降1.4个百分点,集中在远郊区县。

具体看,一线城市累计成交527万平方米,环比增长10%,同比翻倍增长;平均楼板价为17917元/平方米,环比上涨33%,同比上涨47%。广州土地市场活跃,成交总建面达263万平方米。北京、深圳土拍市场转暖,多宗优质地块高价出让,北京分钟寺宅地更是刷新今年以来的单价纪录。

二线城市累计成交3604万平方米,环比下降39%,同比下降28%;平均楼板价为5597元/平方米,环比上涨13%,同比上涨19%。中西部二线城市仍是成交主力,重庆、成都和郑州成交建面均超过200万平方米。核心地段优质地块仍维系高热度,高溢价、地王时有出现,成都天府新区、成华区片区均诞生新的单价地王。



新华社图片

三四线城市累计成交13844万平方米,环比下降5%,同比下降21%;平均楼板价为1857元/平方米,环比下跌3%,同比下跌9%。长三角地区三四线城市土地市场相对活跃,常州、南通、盐城等地成交建面皆超过100万平方米。强三线城市土拍市场热度不减,南通、绍兴、金华等地溢价率皆超过20%,弱三四线城市房企拿地态度普遍谨慎,底价成交常态化。

## 融资下降

值得注意的是,土地市场出现量跌价升的现象。这与典型房企5月份融资下降、融资成本攀升、到期债务较多等因素有关。

5月份单月,95家典型房企融资总额为

905.15亿元,环比下降22.6%,同比下降6.9%。其中,发债总额为362.10亿元,环比上升15.9%,同比下降18.0%。本月融资成本为5.36%,环比上升1.69个百分点;其中,境外发债成本为7.09%,境内发债成本则环比上升至4.86%。

5月份,95家典型房企境外债权融资127.80亿元,环比上升37.8%,同比上升85.6%。4月底境外美元债市场震荡缓解,加上债券到期压力,房企尝试恢复发行境外债。时代中国5月6日成功发行2亿美元债。正荣、碧桂园及力高集团也发行了境外美元债。值得注意的是,5月股权融资、资产证券化发行环比有较大幅度下降。

房企5月份到期债务较高,房企拿地趋于谨慎。克瑞研究中心指出,5月房企有19笔债券到期,金额共计293.59亿元。其中,到期金额最高为雅居乐2015年5月发行的一笔5亿美元的境外优先票据。绿地控股当月有3笔债券到期,分别是2笔共计40亿元的境内债和1笔2.8亿美元的境外债券。

此外,2020年6月将有13笔债券到期,金额共计232.10亿元,环比下跌21%。单笔金额最高为中国恒大2015年发行的一笔50亿元的公司债。首开股份的一笔40亿元的中期票据也将到期。

## 加快供货节奏

多位业内人士指出,随着半年度业绩冲刺季的到来,房企将加快供货节奏,供应有望放量增长。信贷资金整体趋向宽松,仍是楼市持续复苏的实质性动因。在供应放量的情况下,预计6月市场仍将保持较高热度,成交将继续回升。

克瑞研究中心指出,各城市市场、各项目去化将持续分化,核心一、二线城市市场前景值得期许,中高端乃至豪宅市场仍有强劲需求支撑,弱三、四线城市市场下行压力不容小觑。

中原地产首席分析师张大伟表示,从全国市场看,活跃城市较多,特别是宁波、南京、成都、杭州等城市明显复苏。武汉市场明显企稳。从各地土地市场看,高价地、高溢价率地块成交频繁,开发商看好后市。

多家机构指出,疫情影响逐渐减弱,一季度以来市场持续复苏,但今年企业整体去化压力仍较大。对于房企而言,除了抓紧目前的销售窗口期供货外,还应积极加大营销去化力度,“促销售、抓回款”,以保证现金流安全。随着半年度业绩冲刺季的到来,预计6月企业供应有望放量增长,市场整体仍将保持较高热度,成交将继续回升。

## 13家电子公司 上半年业绩预喜

□本报记者 张兴旺

截至6月7日晚7时,32家电子行业上市公司发布了上半年业绩预告。其中,13家公司预喜,13家公司业绩不佳。另有6家公司为不确定。

券商分析师认为,随着5G换机周期到来,消费电子景气度将提升,推动相关供应商业绩上行。TWS耳机、可穿戴设备有望成为消费电子热点。汽车电子行业空间大,仍处于渗透早期,未来将成为部分电子公司的核心拓展领域。

## 部分公司业绩可观

东方财富Choice数据显示,在上述13家上半年业绩预喜的公司中,预增公司8家,略增3家,续盈1家,扭亏1家。

立讯精密、长盈精密、闻泰科技、三利谱等多家手机产业链公司上半年预计业绩可观。立讯精密是苹果和华为产业链公司。立讯精密预计上半年归母净利润为21.02亿元-24.02亿元,同比增长40%-60%。光大证券认为,在消费电子整体需求受到抑制的情况下,公司仍然保持高速增长,体现出公司较强抵御风险的能力。

三利谱为国内少数具备TFT-LCD用偏光片生产能力的企业之一。公司是国内主要液晶面板和液晶显示模组生产企业的供应商。三利谱预计上半年实现归母净利润2500万元-3600万元,同比增长1955.75%-2860.28%。对于业绩预增的原因,三利谱表示,一是销售增长;二是子公司合肥三利谱光电产能释放。

长盈精密预计上半年归母净利润为2.05亿元-2.32亿元,同比增长71.33%-93.61%。5月28日长盈精密接受机构调研时表示,疫情对部分终端销售有一定影响,但对平板、笔记本、可穿戴、医疗防护用品等居家、学习、运动、健康相关产品的销售有推动作用。

受益于通讯业务大幅增长、安世半导体并表等因素影响,闻泰科技预计上半年净利润较上年同期将有较大增幅。

## 消费电子景气回升

业内人士指出,随着5G换机周期到来,消费电子景气度回升,国内手机出货量回升明显。中国信通院数据显示,4月份国内手机出货量为4172.8万部,同比增长14.2%。其中,5G手机出货量1638.2万部,占同期手机出货量的39.3%;上市新机型22款,占同期手机上市新机型数量的45.8%。

渤海证券认为,价格逐渐下探,5G手机的渗透率将持续提升。消费者对拍照性能持续追求,中低端手机摄像头逐渐采用三摄或四摄,光学领域维持较高景气度。看好消费电子持续发力。

据媒体报道,工信部信息通信管理局副局长鲁春丛表示,5G商用一年来,在产业各方的共同努力下,5G取得积极进展。截至5月底,国内5G手机累计出货量5985万部,预计2020年底5G手机出货量将达到1.8亿部。

财信证券指出,智能手机需求触底反弹,5G手机加速向低端机型渗透,将提升天线、射频等5G组件的需求量,推动相关供应商业绩上行。川财证券指出,受疫情冲击的供应链已经恢复,延后需求将释放,5G手机创新与智能穿戴设备为产业链带来丰富机会。

据IDC最新数据统计,2020年一季度全球可穿戴设备销量为7260万部,同比增长29.7%。长期看好行业景气回升,业绩表现优异的半导体设备、封测、材料公司,以及受益5G发展的手机终端与智能设备产业链公司。

## 部分公司业绩不佳

13家公司预计上半年业绩表现不佳。其中,略减公司5家,预减公司4家,续亏公司2家,首亏公司1家,减亏公司1家。

奥拓电子预计上半年归母净利润为1100万元-1600万元,同比下降88.34%-77.22%。5月12日奥拓电子表示,截至2020年3月末,公司在手订单及中标金额为9.25亿元,预计二季度疫情对公司业绩的不利影响较一季度减弱。

奥拓电子表示,2020年公司及时调整经营策略,进一步整合资源;继续构建赋能型管理平台,提升公司资源聚集能力,促进各事业群交叉赋能;通过重大项目牵引,实现业务协同;以新基建、5G及智慧城市为新增长点,促进金融科技、LED显示、智慧照明三大事业群的健康发展。

百邦科技预计上半年净利润亏损。百邦科技表示,从二季度开始,公司加速推进手机销售业务、二手手机业务、加盟业务和华为门店建设项目,增强新业务的盈利能力,避免单一主要收入来源造成的经营风险。

沪硅产业预计上半年亏损。沪硅产业表示,公司300mm半导体硅片业务仍处于产能爬坡阶段,固定成本持续增高,影响了毛利。“ST”产线预计上半年亏损1000万元-1500万元。

光大证券认为,智能手机市场巨大,5G换机潮、光学、射频、散热屏蔽、无线充电等有望驱动智能手机产业链部分创新的零组件环节业绩趋好。AirPods、安卓TWS耳机、可穿戴设备有望成为智能手机之后的消费电子热点;汽车电子行业空间大,仍处于渗透早期,将是未来部分电子公司核心拓展领域。