

# 房企融资呈现边际回暖

近日，多家机构发布房企6月份及上半年融资情况。从数据看，6月份房企融资呈现边际回暖迹象。上半年房企非银融资总额虽然同比下降，但降幅已经有所收窄。受信贷环境相对宽松、高成本海外债规模下降等多重因素影响，行业平均融资成本下降明显。

● 本报记者 董添



视觉中国图片

## 6月融资规模环比增长

中信建投证券研报显示，6月份，房企债券融资总额为641亿元，环比上升40.4%。其中，境内债发行规模为552.1亿元，环比上升52.7%。6月份，房地产信托产品成立96个，募集资金合计121.79亿元，环比上升13.7%。

克而瑞研究中心认为，房企6月份融资规模大幅增长，一方面是由于房企融资政策边际改善，前期积压的融资需求集中释放；另一方面是因为下半年房企到期债券金额较大，存在较强的“借新还旧”意愿。

对于房地产信托融资边际回暖，受益信托网认为，这主要和证券市场行情回暖、标品信托

产品成立规模大幅增加有关。中指研究院数据显示，2022年上半年，房地产行业共实现非银类融资约4826亿元，同比下降57%，与2021年下半年相比下降26%。其中，房企上半年信用债融资金额为2518亿元，同比下降24.2%，但环比上升16.2%，占总融资规模的52.2%。

中指研究院表示，截至2022年6月30日，房企债券一年内到期余额为9723.7亿元，其中信用债占比为62.3%。今年以来，房企信用债融资受到政策支持，发行规模稳中有升，未来优质房企有望获得更多发行机会。

## 融资利率明显降低

机构数据显示，2022年上半年，房地产行业平均融资利率为4.13%，同比减少1.52个百分点，行业平均融资成本下降明显。

从房企近期披露的融资利率看，多数公司融资利率较低。电子城近日披露的2022年度第二期超短期融资券发行情况公告显示，公司于7月7日至8日发行了2022年度第二期超短期融资券，期限为260天，起息日为2022年7月11日，兑付日为2023年3月28日，实际发行总额为5.5亿元，发行利率为3.04%。

部分房企融资利率在2%左右。以招商蛇口为例，2022年6月30日，公司成功发行2022年度第三期超短期融资券，期限为150天，起息日为

2022年7月1日，兑付日为2022年11月28日，实际发行总额为12.9亿元，发行利率为2%。

一些房企近期融资利率低于2021年平均水平。滨江集团近日披露的2022年度第二期短期融资券发行结果公告显示，期限为365天，实际发行总额为9.7亿元，发行利率为3.9%，起息日为2022年7月5日，兑付日为2023年7月5日。根据滨江集团公告，公司2021年平均融资利率为4.9%，2020年为5.2%，2019年为5.6%。

中原地产首席分析师张大伟认为，当前，房企宜利用融资窗口期，全力保障债务如约偿还，避免违约情况出现，更重要的还是应注重销售及回款，培养现金流内生增长的能力。

# 14家上市房企预告上半年业绩 近四成报喜

● 本报记者 董添

Wind数据显示，截至7月13日18时，A股共有14家上市房企披露2022年上半年业绩预告。其中，ST海投、新大正、轻纺城、沙河股份、电子城5家公司报喜，占比为35.71%。上市房企上半年业绩分化较为明显，主要和结转项目收入多少有关。此外，部分公司非开发业务整体不及预期，导致业绩出现下滑。

## 业绩变动原因不一

业绩报喜的上市房企报告期内结转项目收入较多。沙河股份预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润4200万元至4500万元，同比增长295.71%至309.69%。报告期内，长沙沙河城项目结转收入同比增加，毛利同比增加。

新大正预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润9100万元至9500万元，同比增长22.33%至27.71%；预计实现营业收入12.45亿元至12.55亿元，同比增长38.89%至40.01%。

针对业绩变动的原因，新大正表示，受益于公司2021年良好的市场拓展成绩，2022年上半年翘尾收入大幅度增长。2022年上半年，公司整体市场拓展延续了2021年的良好表现，新拓展项目中标总金额约为11.8亿元，新签合同金额约为5.4亿元，同比增长约41%。新拓展项目陆续进场实现收入带来当期收入增长。此外，公司在管项目深入挖掘客户需求，为客户提供合同之外的延伸增值服务，实现在管项目收入增长。

预计上半年净利润下滑的上市房企多数是由于结转收入较上年同期减少所致。

格力地产预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润8173万元至10273万元，同比下降78.11%至82.58%；预计上半年实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润8368万元到10468万元，同比下降78.53%至82.84%。报告期

内，公司房地产业务受疫情影响，结转收入较上年同期减少。同时，本期对上海科华生物工程股份有限公司（简称“科华生物”）的投资收益剔除科华生物控股子公司西安天隆科技有限公司、苏州天隆生物科技有限公司的利润。

部分房企由于非开发业务整体不及预期，导致业绩出现下滑。大港股份预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润4000万元至4800万元，同比下降50.09%至58.41%。业绩变动的主要原因是，报告期内，公司出售天奈科技股票获取的收益对上半年净利润的影响约为2200万元（2021年同期约为5800万元），为非经常性损益。公司控股孙公司苏州科阳为公司集成电路封装业务主体，报告期内，由于受客户及供应链所在地（上海、苏州、无锡等地）疫情的综合影响，包括疫情对消费市场的影响，以及客户供应链体系调整，部分芯片封装产销量不及预期。

部分涉及物业租赁的企业，报告期内对租户租金减免，导致业绩出现较为明显的下滑。深赛格预计上半年归属于上市公司股东的净利润为亏损2200万元，上年同期为盈利4788.48万元。公司表示，报告期内，公司积极响应政府号召，贯彻落实租金减免的决策部署，对符合政策的商户进行租金减免，导致上半年净利润减少7700万元。

## 重视销售回款情况

从上市房企对外表态看，房企普遍重视销售回款情况，通过提升销售回款速度，保障现金流的稳定性。

财信发展在近期披露的投资者关系记录表中表示，公司将多渠道加大项目销售去化力度，提升回款速度，保障流动性。

部分房企称，上半年回款额同比有所好转。滨江集团7月7日披露的投资者关系记录表显示，公司今年上半年完成销售额683.93亿元，实现权益销售回款322亿元，回款额比去年同期有所增加。

# 今年第三批 国产游戏版号下发

● 本报记者 于蒙蒙

7月13日，游戏板块迎来异动。其中，星辉娱乐开盘一度大涨近20%，惠程科技盘中也触及涨停板，中青宝、游族网络等涨幅居前。7月12日晚，国家新闻出版署官网披露2022年7月国产网络游戏审批名单，本次共有67款游戏获得版号，涉及10家上市公司。

这是今年以来第三批国产网络游戏版号下发，业内人士表示，自去年下半年起，市场对游戏行业受到更强监管的预期目前已陆续落地，行业将迎来有序复苏。

## 10家上市公司产品在列

从获取版号的公司来看，共涉及10家上市公司。其中，A股公司包括游族网络的《战火与永恒》、星辉娱乐的《战地无疆》、掌趣科技的《非匿名指令》、博瑞传播的《守望之战》、北纬科技的《海岛小镇》、惠程科技的《万灵传说》、万达电影的《未来足球》。港股方面有哔哩哔哩的《暗影火炬城》、青瓷游戏的《三国演义：兵临城下》、创梦天地的《永恒轮回：无限》。

此外，字节跳动旗下朝夕光年的自研动作游戏《晶核》、金山软件旗下西山居工作室的《双相》等知名作品也收获版号。

本次获得版号的重点游戏包括哔哩哔哩代理发行的两款游戏《非匿名指令》和《暗影火炬城》，在TapTap平台上，《非匿名指令》目前预约量为7.8万，评分为8.9；《暗影火炬城》为2022年第一个过审的主机游戏。《晶核》为朝夕光年自研的二次元赛博朋克动作游戏，其在TapTap平台上的预约量已达19.83万，评分为9.0。

值得注意的是，今年以来三次版号下发，头部游戏公司腾讯、网易均颗粒无收。“中小公司产品线较少，在版号暂停期间会受到更大的负面影响，今年版号下发优先扶持。腾讯、网易现有存量产品丰富，且过审游戏仍有库存，未获版号预计短期影响较小。”光大证券传媒分析师付天姿认为，版号收紧现状下，腾讯、网易等头部公司将聚焦于高质量核心手游项目研发，有望打造爆款产品。字节跳动已通过旗下林子互娱获得版号。长期来看，腾讯、网易等国内头部游戏厂商对于版号申请审批流程及规范要求更加熟悉，后续腾讯和网易有望获得版号。

# 604亿元

伽马数据显示，今年一季度中国手游收入达到604亿元，环比增长9.28%，同比增长2.72%。

## 行业出现积极信号

游戏版号对于游戏行业意义重大，是游戏产品商业化的先决条件，版号的核发牵动着行业的神经。

2021年8月，国产游戏版号暂缓核发，2021年全年发放755款游戏版号，相比版号停发前，2021年全年游戏版号发放量同比下降46.2%。2021年8月至2022年7月12日，共下发3次版号，涉及172款游戏，平均每次发放57款游戏版号，远低于版号停发前的月均95款。

根据华安证券统计，从2021年开年至今（约19个月），仅发放927款游戏版号，如果对标往年游戏版号节奏（月均95款），近19个月游戏版号则少发行800款以上。尽管供给承压，但游戏作为互动文娱的刚需产品，需求仍旧旺盛。伽马数据显示，今年一季度中国手游收入达到604亿元，环比增长9.28%，同比增长2.72%。

在近8个月版号暂停核发后，国家新闻出版署于今年4月11日公布了2022年首批共计45款国产游戏版号。6月7日，国家新闻出版署又公布了国产网络游戏审批信息，共60款游戏获批。7月12日，共有67款游戏获得版号，核发数量较前次又有增加。业内人士判断，随着今年7月游戏版号的再度下发，这为游戏行业带来确定性增量，版号有望逐步稳步发放。

## 企业估值有望得到支撑

在版号政策调整的环境下，精品化策略和多元的新品布局是游戏厂商制胜的关键。发力自研及新品管线较为丰富的公司更被市场看好。

付天姿表示，游戏版号陆续发放有望推动游戏行业加速推进产品线，有利于提升游戏公司流水，驱动精品化游戏研发投入。同时，版号再度发放有利于提振游戏行业的市场信心，降低游戏企业未来盈利的不确定性，相关企业估值有望得到支撑。

部分头部公司今年上半年取得较为出色的业绩。三七互娱7月11日晚披露上半年业绩预告，1-6月，公司预计归母净利润为16亿元-17亿元，同比上升87.42%-99.13%，扣非净利润为15.5亿元-16.5亿元。其中，二季度归母净利润为8.4亿元-9.4亿元，扣非净利润为7.88亿元-8.88亿元。这一业绩远超市场预期。中国证券报记者从机构人士处获悉，早前市场预期公司二季度归母净利润为7.5亿元-8亿元，扣非净利润在7亿元左右。

对于业绩增长，三七互娱称，主要是由于报告期与上年同期运营的主要游戏产品所处生命周期不同，同时公司精细化运营成效进一步凸显，存量产品生命力不断激活，国内外业务同步推进，促进公司业绩稳健发展。

# 数字藏品市场前景可期 上市公司布局热情高

● 本报记者 于蒙蒙

上海市人民政府办公厅近日发布的《上海市数字经济发展“十四五”规划》（简称《规划》）提出，支持探索NFT（非同质化代币）交易平台建设，研究推动NFT等资产数字化、数字IP全球化流通、数字确权保护等相关业态在上海先行先试。

NFT在国内的发展路径倾向于一种无币化的探索，市场更多将其称为“数字藏品”。尽管发展路径不同，但所蕴藏市场潜力吸引了政府和社会资本等各方瞩目。业内人士表示，数字藏品与传统文化相关内容结合以推广传统文化将成为行业发展的新趋势。随着政策层面支持弘扬传统文化的主线明晰，将利好数字藏品赛道。

## 完善交易机制

《规划》提出，要发展区块链商业模式，着力发展区块链开源平台、NFT等商业模式，加速探索虚拟数字资产、艺术品、知识产权、游戏等领域的数字化转型与数字科技应用。支持组建跨机构和行业的区块链联盟，研究制定重点领域区块链行业标准和协议框架。

6月17日，国家级数字文创规范治理生态矩阵成立大会在线上举办，上海文化产权交易所与包括新华网在内的多家机构联合发起设立国家级数字文创规范治理生态矩阵发展伙伴协作平台。该平台旨在引导数字文创、数字版权、数字艺术、虚拟世界与现实交互产业等相关领域合理有序发展。

7月8日，上海市政府发布的《上海市培育“元宇宙”新赛道行动方案（2022-2025年）》提出，在上海数据交易所试点开设数字资产交易板块，培育健全数字资产要素市场，



视觉中国图片

推动数字创意产业规范发展。逐步完善数字资产、数字艺术品、数字影视版权等合规交易机制，加强风险监管，探索数字人民币应用。探索建立多方参与、互联互通的数字创意联盟链体系。支持原创内容平台、交易平台及艺术家参与全球数字艺术品创制交易及国际标准制定。

## 市场前景被看好

上海高度重视探索NFT交易平台建设

背后，无疑是看中了其广阔的市场前景。NFT在艺术藏品和游戏等领域实现多点开花。根据Nonfungible的数据显示，2021年NFT交易额已达176亿美元。

相比海外NFT基于公链，目前国内数字藏品基于联盟链，交易半径小于公链，因此限制了流通。同时，数字藏品目前不开放二级市场（只有部分平台允许转赠），以尽可能规避炒作风险，使得数字藏品去金融属性。国内数字藏品的主要目的是帮助内容创作者确权并保护版权，同时也可以加强数字艺术品的流通性。

尽管发展路径不同，但国内数字藏品市场的前景也较为可观。亿欧智库数据显示，2026年我国数字藏品销售额有望超过150亿元人民币。

长江证券表示，作为新型文化传播的媒介之一，数字藏品与传统文化相关内容结合以推广传统文化将成为行业发展的新趋势。随着政策层面支持弘扬传统文化的主线明晰，将利好数字藏品赛道。

目前在各个数字藏品交易平台上不乏与文物、文创、书画等传统内容相关的数字藏品，受到了用户喜爱。以国内头部数字藏品交易平台“幻核”为例，其6月上旬发布的数字藏品中，大部分是与传统文化元素相关的作品，书画、壁画等传统文化瑰宝借助数字藏品的新形式再度回到大众视野。除单纯的收集玩法外，盲盒、合成等多种玩法兼备的传统数字藏品或是未来的形式之一。

业内人士表示，初期的数字藏品主要是仅用于观赏的数字图片/3D模型，后续创新性的数字藏品将不断涌现，并叠加了数字版权、虚拟权益、实物资产等功能。数字藏品借助元宇宙赛道放大营销场景，采用区块链技

术实现确权维权，加速推进文化数字内容的价值兑现。

## 上市公司布局

面对这一市场风口，资本市场也嗅到了机会，国内已有多家上市公司利用自身的内容资源、IP、平台资源等优势布局数字藏品赛道。

在交易平台层面，国资上市公司唱主角。国内的文化产权交易所显著的牌照优势，各地文交所都有对数字化内容的探索，已形成两个国家级和多个地方特色的基本格局。6月22日，浙文互联与浙江文交所签约共建文化数字资产交易平台。此外，还有博瑞传播（参股成都文交所）、华媒控股（参股杭州文交所）、弘业股份（控股子公司参股江苏文交所）等。

场景应用上，NFT数字藏品在国内的收藏价值大于金融属性，NFT商业场景应用是可落地的方向，无币化的确权探索是当前正在进行的清晰方向。NFT营销是重要的企业营销工具，品牌方逐渐入局NFT营销，并发行相关品牌IP数字藏品。

NFT数字藏品市场生态成熟需要上游IP提供养分支持，握有丰富IP资源的传媒类上市公司具备天然优势。其中，三七互娱对数字藏品布局较为积极，该公司3月推出《永恒纪元》自研产品数字藏品，近期又向全体在职员工发放了以公司吉祥物“洋葱头”为原型开发的数字藏品——“洋葱头数字藏品追梦系列”。三七互娱董事长李逸飞表示，未来三七互娱还将与各级博物馆、各文创机构、知名艺术家、时尚潮玩品牌等多方合作，共同打造一系列精美的数字藏品，并在各大数字藏品平台上进行发售。