

“尾款人”上线 电商晒出“双11”首轮销售成绩单

10月31日20时,2022年“双11”第一阶段正式启动销售,“尾款人”也随即上线,这意味着今年“双11”进入首轮销售高峰,各平台也纷纷交出亮眼成绩单。

京东表示,家电全品类在开售1分钟成交额突破10亿元,10分钟整体成交额同比增长超40%;天猫介绍,开售1小时,有102个品牌成交额过亿元。业内人士表示,“双11”依然是激发消费者购物热情的年度盛事,国内消费活力强劲,不少品牌正在这场消费狂欢中受益。

● 本报记者 杨洁



视觉中国图片

消费热情不减

京东表示,10月31日20时一到,海量消费者瞬间涌入,Apple、美的、小米、海尔、联想等大量品牌成交额瞬间突破亿元。前10分钟内,京东云每秒用户访问峰值同比提升62%。京东数据显示,家电全品类在开售1分钟成交额突破10亿元,美的、海尔、TCL、小天鹅、格力、海信、容声、索尼成交额同比增长超50%。

同时,趋势家电备受消费者青睐,嵌入式空调10分钟成交额同比增长3倍,游戏电视同比增长120%,超薄冰箱同比增长超140%,洗烘套装同比增长超60%。

直播带货火热

“直播间”是近年来“双11”不可或缺的销售场域。今年“双11”直播间迎来更多客流。淘宝直播表示,近两个月有超过100家直播机构入驻淘宝。

淘宝直播数据显示,10月31日晚“双11”开售首个小时,淘宝直播场观(单场观看量)同比增长600%,观看时

天猫平台销售情况同样火爆,在大家电消费方面,以海尔为例,开卖仅5分钟,销售额就迅速突破10亿元,海尔天猫官方旗舰店直播间开播仅20分钟,成交便突破1亿元。

消费电子品牌小米集团斩获“双11”销售开门红。小米集团11月1日宣布,自10月31日20时开售起4小时,全渠道支付金额已经突破了46亿元。小米在去年“双11”期间总成交额超过190亿元。

“双11”已经进入第十四年,依然是激发消费者购物热情的年度盛事。贝恩公司日前发布报告预测,今年“双

11”购物节的商品成交额(GMV)有望突破1万亿元大关。去年“双11”期间全网销售总额达到9520亿元。贝恩公司全球合伙人、大中华区零售业务主席刘洋表示,“双11”对于中国零售商来说依然有着举足轻重的意义,“双11”和“618”两大购物盛会在2021年合计贡献了中国约12%的线上零售额。

天猫强调,今年“双11”国货品牌的销售表现尤为抢眼。在102个首小时成交额过亿元的品牌中,国货品牌占比过半,成为今年天猫“双11”的一大亮点。黑鹿、挪客、牧高笛、森宝、未及、佳奇等国货品牌首小时成交额均超过去

年11月1日全天。

据华泰证券初步统计,“双11”预售期间,薇诺娜、珀莱雅、夸迪等头部国货美妆品牌表现突出,预售首日销售额均大幅高于去年同期。虽然预售前几日的销售情况并不代表“双11”全周期的销售情况,后续销售仍需持续跟踪,但值得投资者关注的是,头部国货美妆品牌在销售榜单中的排名持续提升。国货美妆产品的价格带已经不低,与外资品牌价格的下限逐渐靠近,这意味着消费者为国货买单的意愿增强。国货美妆品牌研发也将有更充沛成本预算,从而持续提升实力、提升市场份额。

该公司11月1日宣布将投入亿元资金用于遥遥旗下直播间的售后服务保障,为消费者带来更全方位的安心服务。遥望科技在10月24日“双11”预售首日入驻淘宝直播平台,由此开启淘宝直播、抖音、快手三平台同时运营的新业务模式。

该公司11月1日宣布将投入亿元资金用于遥遥旗下直播间的售后服务保障,为消费者带来更全方位的安心服务。遥望科技在10月24日“双11”预售首日入驻淘宝直播平台,由此开启淘宝直播、抖音、快手三平台同时运营的新业务模式。

该公司11月1日宣布将投入亿元资金用于遥遥旗下直播间的售后服务保障,为消费者带来更全方位的安心服务。遥望科技在10月24日“双11”预售首日入驻淘宝直播平台,由此开启淘宝直播、抖音、快手三平台同时运营的新业务模式。

游戏行业上市公司三季度业绩增速放缓

● 本报记者 于蒙蒙

随着三季报披露结束,主要游戏上市公司财报也基本出齐。中国证券报记者梳理发现,包括三七互娱、完美世界等头部公司业绩增速普遍不理想,这与报告期内缺乏新品关系密切。行业整体业绩增速面临承压,2022年三季度我国游戏市场实际销售收入为597.03亿元,环比、同比均出现下降。业内人士表示,三季度新游戏表现不如去年同期,同时长线产品流水出现滑落,游戏市场亟需优质新品。

存续产品流水下滑

三季度,三七互娱实现归母净利润5.62亿元,同比下降35.26%。对于业绩下滑,公司称主要是受产品上线进度等因素影响,公司国内市场新上线重点游戏产品较上年同期有所减少,而存量产品逐步进入成熟期或产品生命周期的中后期,导致公司第三季度收入较上年同期有所下降的同时,利润也有所下降。

存量产品步入成熟期,对总流水拉动有限。以三七互娱在2021年上线的三款游戏为例,七麦数据显示,今年前三季度,iOS端《斗罗大陆:魂师对决》预估收入分别为1658.2万美元、1047.1万美元、683.2万美元,《斗罗大陆:武魂觉醒》预估收入分别为182.3万美元、136.5万美元、87.3万美元,《荣耀大天使》预估收入分别为142.0万美元、65.7万美元、46.9万美元,上述产品均在第三季度呈现较大幅度的下滑。

老牌厂商也同病相怜。完美世界的游戏业务三季度实现盈利3.64亿元,同比下滑33.18%。对于业绩下滑,完美世界也将原因指向产品周期。《梦幻新诛仙》在2021年第三季度处于产品上线初



视觉中国图片

期,产生了较高的业绩贡献。目前该款游戏已进入成熟稳定期,通过内容更新与运营升级,游戏流水在今年前三季度保持稳中有升的良好态势,但较上线初期的流水高点有所下滑,相应业绩贡献较2021年第三季度同比下降。

A股多家头部游戏公司业绩乏力。世纪华通三季度实现归母净利润2.04亿元,同比下降26.79%。巨人网络三季度实现归母净利润2.76亿元,同比下滑7.96%。恺英网络增速尚可,三季度实现归母净利润2.87亿元,同比增长27.65%,但环比出现一定下滑。

腾讯和网易的旗舰产品流水也呈现衰减迹象。招商证券研报表示,腾讯的《英雄联盟电竞经理》9月预估流水约为1.4亿元,相比8月的3.2亿元的流水出现明显下滑。此外,网易下半年游戏业务增速将面临去年同期由《哈利波特:魔法觉醒》强劲表现带来的高基数效应的挑战。

全行业增速承压

伽马数据近期发布的《2022年第三季度游戏产业报告》显示,三季度,中国游戏市场实际销售收入为597.03亿元,环比下降12.61%,同比下降19.13%,环比降幅较二季度略有收窄,同比增速由去年同期的正增长转为负增长。其中,移动游戏市场实际销售收入为416亿元,同比下降25%。伽马数据表示,移动游戏市场表现不佳是三季度市场整体收入负增长的主要原因,客户端、网页等终端收入则相对平稳。

具体来看,三季度新游戏数量相对欠缺,7—9月进入过iOS的日畅销榜前200名的新游戏数量分别为16款、12款、16款,去年同期为19款、18款、14款。新游戏流水规模体量有限,仅《暗破坏神:不朽》《英雄联盟电竞经理》两款新

游戏首月流水超过5亿元。去年同期则有《哈利波特:魔法觉醒》《金铲铲之战》《斗罗大陆:魂师对决》等。

“从供给端看,三季度新游戏数量仍相对欠缺,新游戏流水规模体量有限;从需求端看,用户对游戏的娱乐需求仍存在,但付费能力和意愿在相对复杂的外部环境影响下有所减弱。”中金公司研报认为,短期受外部环境及产业内部优化调整等因素影响,游戏行业整体处于平台期,但头部厂商综合水平具备稳定性。

储备游戏受关注

尽管业绩阶段性承压,但从相关游戏上市公司的产品储备来看,其未来业绩亦颇具看点。

三七互娱方面,代理SLG产品《小小蚁国》9月上架,目前安卓版累计下载量超千万;“蒸汽朋克”风格卡牌手游《空之要塞:启航》于10月26日开启全平台公测。未上线产品中,公司储备有自研游戏《霸业》,业内预计有望于年末发行。

完美世界表示,将持续加大“MMO+”与“卡牌+”两大核心赛道重点在研游戏项目的研发投入。手游《天龙八部2》《朝与夜之国》《一拳超人:世界》《百万亚瑟王》《诛仙2》《完美新世界》《神魔大陆2》以及端游《Perfect New World》等多款产品正在积极推进中。

恺英网络则将重心放在IP层面,其储备产品包括《新倚天屠龙记》《仙剑奇侠传:新的开始》《斗罗大陆》及《盗墓笔记》等,涵盖多个具备较大影响力的IP,同时公司产品类型也从传奇、奇迹类产品进一步拓展,助力公司后续业绩增长。

业内人士认为,随着产品恢复正常上线,依靠较强的产品研发、运营以及出海能力,头部游戏公司将维持较好的业绩表现。

电子烟消费税开征 门店首日动作不一

● 本报记者 吴科任

“现在卖120元,你要早来20分钟,还是原价卖。”11月1日上午,一家位于西单电子烟门店销售人员查阅两款悦刻烟弹产品最新报价信息后告诉中国证券报记者。记者当日走访发现,也有门店按兵不动,没有提价。

业内人士表示,电子烟品牌方提价势在必行。短期看,消费税或影响电子烟制造企业、品牌企业的盈利能力,但中长期利好头部企业提升市占率。

价格调涨

记者了解到,11月1日凌晨,全国统一电子烟交易管理平台更新国标产品的含税批发价格和建议零售价,变动不小。

财政部等三部门近日下发电子烟征收消费税公告,并于11月1日正式生效。电子烟实行从价定率的办法计算纳税,生产(进口)环节的税率为36%,批发环节的税率为11%。

根据相关规定,电子烟是指用于产生气溶胶供人抽吸等的电子传输系统,包括烟弹、烟具以及烟弹与烟具组合销售的电子烟产品。烟弹是指含有雾化物的电子烟组件。烟具是指将雾化物雾化可为吸入气溶胶的电子装置。

电子烟门店适时调整产品价格。以上述两款悦刻烟弹产品为例,涨价前均为99元,按现在售价120元计算,上涨21.21%;还有门店给出的最新报价是129元,上涨30.3%。电子烟烟具价格也有变动,一款原来卖278元的悦刻烟具现在卖328元,上涨17.99%。

不过,记者11月1日上午走访多家同时售卖多个品牌产品的电子烟门店发现,雪加这一品牌的价格还未调整。

另外,即使是同一品牌的电子烟产品,门店涨价时间并未同步。“今天优惠活动全停了,可能晚上就会出最新报价,(原价卖)是最后一天了。”11月1日上午,在位于东单新天地商城的原悦刻电子烟专卖店中,销售人员对记者表示,“进货价也提高了。”

至于终端零售价的调整力度,电子烟门店需要综合考虑。11月1日晚,记者以消费者身份咨询悦刻客服时得到回复:“只要是明码标价,并符合有关部门的规定,国标产品的零售价格将由零售商根据自身经营情

11%

电子烟实行从价定率的办法计算纳税,生产(进口)环节的税率为36%,批发环节的税率为11%。

率约为50%—60%,后者有较高溢价。从品牌端看,在当前监管体系下,头部品牌先发优势明显,仍具有较高的议价权,但考虑到国标电子烟产品切换期终端渠道压力较大,品牌方或需承担部分税负以保证终端渠道积极性。

后续电子烟企业的毛利率表现,会是市场高度关注的指标。今年上半年,全球雾化设备生产商龙头思摩尔国际的毛利率为47.86%,电子烟品牌悦刻运营方雾芯科技的毛利率为41.41%。

业内人士表示,对于海外业务收入占比高的电子烟企业来说,受消费税的影响相对较小。根据相关规定,纳税人出口电子烟,适用出口退(免)税政策;同时,将电子烟增列至边民互市进口商品不予免税清单并照章征税。

方大特钢加快推进“四新”工作 吨材利润明显改善

● 本报记者 齐金钢

日前,方大特钢公布2022年第三季度报告,公司前三季度实现营业收入181.61亿元,同比增长13.6%;实现归属于上市公司股东的净利润10.86亿元。

今年以来,钢铁行业有所承压,需求、钢价、原燃料等多方面存在挑战,行业整体效益指标处于近年低位。国家统计局数据显示,今年1至9月,黑色金属冶炼和压延加工业利润总额为313亿元,同比降幅达91.4%。

方大特钢介绍,公司一直具有较强的快速应对市场能力和内部成本控制能力,加之公司加快“四新”(新产品、新市场、新客户、新技术)工作推进速度,使公司在今年钢铁行业盈利水平整体下滑、第三季度钢铁企业亏损面扩大的背景下,前三季度和第三季度均保持盈利,分别实现归属于上市公司股东的净利润

10.86亿元和1.59亿元,吨材利润在中国钢铁工业协会对标企业排名中位于前列。

在日前中国钢铁工业协会召开的三季度部分钢铁企业经济运行座谈视频会议上,与会者对市场运行态势和面临的形势任务进行了分析研判。总体看来,四季度行业首要任务是稳定并提升效益水平,仍要付出巨大努力。不过,随着稳增长政策落地实施,国民经济持续恢复发展态势,预计钢材需求也将逐步回升,钢铁行业主要指标将出现积极变化,环比呈现趋稳向好态势。

对此,方大特钢表示,公司正在积极布局,围绕创新驱动发展战略,持续推进科技创新、装备升级,研发高技术含量、高附加值弹簧扁钢产品,制作高应力板簧配套世界知名商用车品牌,塑造发展新动能新优势,并积极拓展其他领域扁钢业务,在新赛道上参与竞争。