

电竞行业迎来风口 中国本土市场正在形成优势

■本报记者 李豪悦

眼下,距离杭州亚运会开幕已不足70天。电竞项目因首次列入亚运会激发起的投资热度仍在上升。

7月14日至15日举办的“全球电竞运动领袖峰会”(以下简称“峰会”)发布了2023版《全球电竞运动行业发展报告》(以下简称“报告”),报告显示,2023年电竞观众将增长至5.74亿,2025年将增长至6.41亿。2023年全球电竞营收将达到近18亿美元。

普华永道今年发布的《全球体育行业调研(第七期)中国报告》显示,中国机构投资者最关注的前五大体育赛道中,电竞以58.5%占比位居第一。

行业标准更加完善

2023年杭州亚运会的电竞入选项目中,腾讯系占据四席。对此,腾讯游戏副总裁、腾讯电竞总经理侯森向记者表示:“电竞入亚”对行业人才培养、赛事系统、运作体系及项目开发,都提出了更为标准化和规范化要求。”

在参赛人才选拔方面,侯森介绍,入选电竞国家集训队,除了选手自身技术实力外,还须符合与其他体育项目选拔统一的考核标准,包括个人言行等。

电竞比赛的硬件设施和传统体育也有所区别。侯森表示,电竞项目在数据提取、画面展现及XR技术应用上更加便捷,在转播、数据保障体系、安保等方面同传统体育均有差异。为此,专门研发了一个腾讯电竞工具箱,为大型国际电竞比赛提供技术保障。

“国内电竞比赛基本都是在演唱会场馆或体育场馆举行,比如鸟巢等。但这类场馆其实并没有电竞痕迹。”艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅向记者表示,电竞比赛的氛围非常依赖技术呈现,现场画面、声光特效等都会影响观众情绪,现场屏幕的呈现水准要远超普通的演唱会以及一般运动

2023版《全球电竞运动行业发展报告》显示

2023年电竞观众将增长至5.74亿,2025年将增长至6.41亿

2023年全球电竞营收将达到近18亿美元



崔建岐/制图

场馆标准。

张毅认为,随着亚运会电竞硬件设施落地,未来电竞场馆打造将会有一套参考标准。

商业模式不再单一

尽管市场空间广阔,但整体来看,目前电竞行业距离全产业链盈利仍有差距。

中经传媒智库专家、游戏分析师张书乐向记者介绍,目前国内电竞盈利场景过于单一,除了游戏制作商盈利稳定外,赛事运营方、电竞俱乐部及直播平台均未达到稳定盈利水平。

例如,2022年计划赴港上市的英雄体育披露的招股书显示,公司2020年在中国电竞赛事运营市场占比已达75.8%。但2019年至2021年前九个月都在亏损。

张书乐认为,“电竞入亚”在提升大众对电竞认知度的同时,可以带动

相关产业如电竞酒店、电竞周边(卡牌、设备)等的发展。记者在峰会现场临时售卖展台获悉,一上午亚运会联名周边产品就卖了近三分之一。

作为赛事运营方,腾竞体育CEO金亦波向记者表示,电竞赛事在中国的发展时间还很短,目前其收入来源主要是品牌赞助、版权和门票。“版权、门票和品牌赞助都是ToB方向的,未来我们希望在ToC方向有所探索。”

报告显示,中国电竞用户消费类型居前四位的是:购买虚拟道具、购买实体周边、购买战队选手周边以及现场观赛。用户的花费金额增长迅猛,其中,“101元至500元”这一消费区间占比达到31.1%;“501元至2000元”的消费区间占比达29.8%。

积极探寻海外市场机会

近年来,多国将电竞产业纳入政府扶持计划。据记者不完全统计,近

两年,德国、巴西、韩国等相继推出资金补贴或者战略扶持计划。

据悉,本次亚运会入选7款电竞项目中,《王者荣耀(亚运)》《和平精英(亚运)》《梦三国2》等均为中国游戏公司开发,这些项目中也加入了具有中国魅力的文化元素。

如今,由中国手游厂商主办的移动电竞赛事显著增加。报告显示,腾讯、米哈游、网易、沐瞳科技等中国厂商加速全球布局,已在海外构建起较为丰富的移动电竞赛事体系。亚运会纳入移动电竞游戏,也将进一步扩大移动电竞的影响力。

中国音像与数字出版协会第一副理事长张毅君表示,中国电竞积极探索海外市场机会,通过精品项目、精彩赛事在世界各地讲述中国故事、传播中国声音。“未来,我国电竞产业将以内容建设为导向,技术创新为动力,坚持规范、多元、开放发展道路,继续在追求高质量中实现新发展。”

减速器赛道迎黄金发展期 多家上市公司加速布局

■本报记者 李雯珊

今年以来,机器人产业链中的减速器板块颇受资本市场关注。Wind数据显示,截至7月16日,年内减速器指数涨45.72%。在政策和市场需求支撑下,多家上市公司加速布局减速器赛道。

“减速器、控制器、伺服电机是工业机器人系统中的核心零件,其中,减速器成本占比最大,超30%。减速器制造技术门槛较高,涉及材料、热处理、精密机加工、装配等核心工艺,目前仅少数公司能够制造。”高工机器人产业研究所所长卢瀚宸向《证券日报》记者表示。

前瞻产业研究院数据显示,2021至2026年我国减速机行业市场规模将从1258亿元增长至1605亿元,年均复合增长率达4.99%。我国减速机行业竞争格局较为分散,2021年SEW、FLENDER等外资企业市场份额占比约20%,在高端市场占据主导地位;国茂股份、宁波东力、通力科技等国内领先企业合计占比20%,主要集中在传统行业,并逐步向高端渗透;其余60%为国内众多中、小微企业。

“近年来,我国本土企业产品持续向高端化、机电一体化迈进,和国际品牌差距逐渐缩小。此外,政策陆续出台支持产业发展,减速机国产化

率将加速提升,龙头企业面临较好的发展机遇。”中航证券先进制造研究员闫智表示,随着行业内企业规模化生产的实现及下游协作机器人、工业机器人等产业的快速发展,未来精密减速器行业规模将持续扩大。

在此背景下,不少A股上市公司正加速布局减速器赛道。

汉宇集团7月13日在投资者互动平台表示,公司参股公司同川科技具备谐波减速器和基于谐波减速器的机器人关节产品的研发和生产能力,目前产品主要用于工业机器人。

南方精工近日透露,公司将进一步加快新能源、机器人等新兴产业的布局与产品迭代,推动产业链供应链的优化升级,以提升“纵向一体化”全产业链生产能力。

谐波减速器龙头企业绿的谐波此前对外表示:“公司在生产谐波减速器的过程中无需芯片。在谐波减速器生产过程中所需的关键零部件都已实现了完全自主可控。”

富临精工近日在投资者互动平台透露,公司依托精密制造优势,减速器齿轴年产能已由40万套升级到60万套,减速器壳体年产能达18万套。

“公司产品用于汽车减速器、工程机械减速器、工业自动化减速器等。在工业机器人中的应用主要在机械关节部位。”双飞股份近日对外表示。

液冷概念持续火热 机构看好相关公司业绩前景

■本报记者 贾丽

AI快速发展为数据中心温控带来新机遇,算力领域液冷有望打开增长空间。7月14日,液冷概念再度震荡走高,工业富联涨停,曙光数创、科创新源等多只个股涨超10%。

“算力数据中心需求持续爆发,液冷服务器等基础设施正成为算力中心建设的主流,市场容量和前景可观。液冷产业有望形成标准统一、生态完善、规模发展的新格局,带动产业链具备‘硬实力’的上市公司业绩高速增长。”国资委机械工业经管院创新中心主任宋嘉对《证券日报》记者表示。

国信证券预计,2025年我国液冷数据中心的市场规模将突破1200亿元,2021年至2025年的年均复合增速达25%。

市场快速扩容的背后,是企业积极涌入并加大投资布局。同时,多家上市公司已成为细分产业链的主力。在液冷产业链分布方面,上游领域,润禾材料、新宙邦为导热材料、冷却液等供应商;中游领域,精研科技、曙光数创等已成为主要的液冷设备制造商;下游领域,浪潮信息等从事相关大数据服务等。

受行业景气度提升影响,多家机构看好相关上市公司业绩表现。中银证券认为,随着数据中心液冷产品快速导入,储能产品成为英维克业绩重要增长极。天风证券给予润泽科技增持评级。民生证券研报表示,飞龙股份超前布局民用液冷,

随着液冷渗透率加速提升,公司有望核心受益。多家机构预测,飞龙股份、精研科技等公司今年全年净利润增幅有望超过100%。

南京大学高性能计算中心高级工程师盛乐标表示,液冷市场规模迅速扩容。不过,目前国内主要厂商在液冷技术方面大多还处于初步应用阶段,客户在选择液冷数据中心供应商时,往往需要严格的资质认证和经典项目案例。因此,想要在液冷技术行业拔得头筹,企业需要更多的技术积累和沉淀,深入开展技术研发。

虽然液冷产业发展空间正逐步打开,但在实际布局中仍有多道坎需要跨越。

“液冷技术具有明显的优势,但目前技术成熟度普遍不高。”钧山董事总经理王浩宇对《证券日报》记者表示,同时,液冷技术在实施过程中还面临成本较高、技术标准尚未统一、维护和管理复杂性及安全性待提升等难题。相关企业需要从整体角度考虑数据中心的设计、建设、运维等方面的优化,以实现长期的效益和节能。

在通信工程师袁博看来,液冷行业仍处于发展前期,赛道玩家众多,但在未来几年内将逐步形成寡头格局,也将迎来一轮淘汰、收购、兼并。因此,液冷产业链企业需要抓住变革带来的机遇,避免陷入同质化竞争,持续提升自身产品及方案在效率、绿色节能和智慧运营上的能力,增强核心竞争力。

新能源汽车如何拓宽“下沉市场”?

■龚梦泽

乘联会数据显示,6月份国内新能源汽车批发销量达76.1万辆,同比增长33.4%,环比增长12.1%。专家预测,2023年我国新能源乘用车销量为850万辆,新能源车渗透率有望攀升至36%。

笔者观察到,在新能源汽车的销量区域分布上,一线城市凭借着消费者更强的购买力、对电车的更高接受度,以及更充分的基础设施,成为新能源车消费的核心区域。

而县乡市场,随着年初中央一号文件提出“鼓励有条件的地区开展新能源汽车下乡”,各地区各部门的促销活动纷至沓来,对新能源车的需求被快速唤醒和激活。

但不得不承认,配套充电设施不足、售后维修难等短板依然是县乡地区普及推广新能源汽车的掣肘。对于车企来说,在配套设施缺乏的县乡地区,需要追加投资新建营销渠道、改建店面,以及联合充电桩企业、运营商等提供一条龙服务,才能更为平顺地承接一线城市溢出的消费需求。

对于低线城市而言,新能源汽车和新能源产业是推动区域经济转型与可持续发展的重要引擎。新能源相关企业聚集程度的高低,既反映了城市创新能力和产业环境的优劣,更会直接影响城市的发展潜力和竞争力。如果能够在新一轮的新能源汽车消费浪潮中有所作为,不仅能够拉动内需、扩大消费,也将鼓舞整车厂商及上下游产业入驻。

面对新能源汽车在下沉市场发展普遍存在的“三高一低”(购车、保险、贷款成本高和使用频率低)问题,笔者认为,应从经济性、场景配套和政策补贴三个方面着力。

一是产品供给应更强调性价比优势。在低线城市,居民收入水平相较于高线城市的差异,直接导致了价格敏感型消费者的占比更高,同时客货混装、一车多用现象普遍。新能源车企应通过优先打造高性价比车型,进而打开低线城市市场。在商业模式探索上,可以考虑换电、融资租赁、“车电分离”等形式,促进充电基础设施投资多元化。

二是提升销售及农村服务网络建设和金融配套。已具备渠道优势的新能源车企应主动完善下沉市场渠道,尤其是要提升城市地区充电保障能力,

可优先在企业事业单位、商业建筑、交通枢纽、公共停车场等场所配置公共充电设施。此外,鼓励金融机构开发适合农村地区特点的金融产品,以及合理确定首付比例、贷款利率等,提供相应的金融服务。

三是政府继续给予长效性政策补贴,鼓励新能源车企和充电企业适度提前布局,并通过补贴弥补企业早期运营亏损。引导各企业建立联合服务网点,降低运营成本,提高低线城市的服务覆盖率。从政策层面倡导、鼓励推广应用新技术、新产品,进而引领新能源汽车产业驶向更广阔的蓝海。

记者观察

本版主编 陈炜 责编 白杨 制作 曹秉琛 E-mail:zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785

