

网易暴雪14年合作走向终点 影响了谁？

■本报记者 张敏 见习记者 刘 钊

11月17日，网易与暴雪娱乐结束合作的消息冲上热搜。暴雪娱乐表示与网易现有授权协议将于2023年1月23日到期，将暂停在中国大陆的大部分暴雪游戏服务。受此消息影响，网易11月17日在港股市场开盘下挫，截至收盘报103.50港元，跌9.05%。

网易暴雪正式分道扬镳

网易与暴雪娱乐结缘于2008年，当年8月份，网易与暴雪娱乐达成代理协议，拿下了《星际争霸II》《魔兽争霸III》的独家运营权。此后，网易又陆续拿到暴雪娱乐旗下《魔兽世界》《暗黑破坏神III》《炉石传说》《守望先锋》和《风暴英雄》等游戏的中国大陆地区运营权，代理协议也一直顺利续约。

不过，双方14年合作后终生变，2022年11月8日，动视暴雪公布的2022年Q3财报显示，公司在中国签约的代理协议将于2023年1月到期，目前双方正在讨论续签协议，但最终可能无法达成令双方都满意的结果。

11月17日，动视暴雪旗下子公司暴雪娱乐发布公告称，由于同网易的现有授权协议将在2023年1月23日到期，将暂停在中国大陆的大部分暴雪游戏服务。声明指出，双方没有达成符合暴雪运营原则和对玩家及员工承诺的续约协议，这些协议将于2023年1月份到期。

暴雪娱乐总裁Mike Ybarra表示：“近20年来，我们一直通过网易和其他合作伙伴将我们的游戏带到中国，我们对中国社区表现出的热情深表感谢。他们的热情和创造力激励着我们，我们正在寻找替代方案，以便在未来将我们的游戏带回给玩家。”

针对暴雪娱乐上述声明，网易方面回复《证券日报》记者，“公司一直在尽最大努力和动视暴雪公司谈判，希望推进续约。经过长时

间的谈判，仍无法就一些合作的关键性条款与动视暴雪达成一致。公司非常遗憾动视暴雪先行宣布了停止合作，我们不得不接受此决定。网易将继续履行职责，为玩家服务到最后一刻。”

11月17日下午，暴雪娱乐中国大陆运营主体上海网之易网络科技有限公司也正式发布公告表示，由于与合作方暴雪娱乐的协议期限即将届满，在中国大陆地区由上海网之易网络科技有限公司所运营的《魔兽世界》《炉石传说》《守望先锋》《暗黑破坏神III》《风暴英雄》，将于2023年1月24日0时终止运营。

不会对网易业绩产生重大影响

受益于中国大陆广阔的游戏市场，网易与暴雪娱乐最初合作十分成功，中国市场在暴雪娱乐全球收入中占据不小的份额，而暴雪与网易后续达成的全球同步运营模式，也让暴雪游戏获得更多市场。

伴随着自研游戏的发展以及借力暴雪娱乐系列作品的知名度和口碑，总结相关研发运营经验，网易也逐渐超越盛大，坐稳国内第二大游戏厂商。

不过，由于游戏寿命周期增长和市场环境影响，暴雪娱乐旗下多款游戏玩家逐渐流失，此外，市场上不断推出的新游戏也让暴雪娱乐旗下游戏口碑排名不断下滑。在这种情况下，暴雪娱乐新游戏的开发速度依旧十分缓慢，不仅自2017年起连续5年没有新IP产品上线，而且备受期待的《守望先锋2》和《暗黑破坏神4》游戏也没有如期面市。甚至在疫情等因素影响下，暴雪娱乐玩家每年最期待的嘉年华也自2021年起暂停筹办。

11月17日晚间，网易发布公告称，这些被授权的暴雪游戏在2021年和2022年前九个月的净收入和净利润占网易总净收入和净利润的百分比比较低，仅为较低的个位数。这些授权的到期不会对网



易的财务业绩产生重大影响。

“暴雪娱乐终止与网易的合作利空有限。”游戏从业者、泛娱乐投资人陈丛告诉《证券日报》记者，“近年来，网易自主研发的《阴阳师》《第五人格》《光遇》《明日之后》等游戏都有不错的反响，尤其《阴阳师》成为热门爆款。而暴雪娱乐这几年鲜有佳作面市。”

在动视暴雪公布的2022年第三季度财报中，公司的净收入实现了10%的同比增长，财报称增长的重要原因为7月份暗黑手游在中国市场的上线。这些数据证明中国市场为其带来可观收入。财报也指出与网易签订的代理游戏在2021年的净收入仅占公司的3%。

在网易公司第三季度业绩会上，网易公司董事局主席兼首席执行官丁磊回应与暴雪娱乐中止合作一事称：“我们非常希望能继续代理暴雪游戏，为此付出非常多努力，但谈判难度远超预期。对关键核心条款，包括长远运营、玩家权益等都是暴雪提出的，这些条款也

是我们不能接受的。”

盘古智库高级研究员江瀚在接受《证券日报》记者采访时表示，“当前中国游戏产业已形成较为完善的产业格局，在这个产业格局之中，网易游戏占据着头部位置，失去暴雪游戏的代理运营权对网易会有一定的影响，但这种影响不会太大，本身网易投入了大量的业务，也有很多的游戏品类，所以影响是比较有限的。”

多家游戏厂商 欲争夺暴雪代理权

对于暴雪娱乐而言，眼下更为棘手的事情就是尽快找到中国市场的代理运营商。毕竟对于暴雪娱乐而言，这么大的消费市场显然难以割舍。

“目前可以透露的是，有不止一家国内游戏厂商争夺暴雪娱乐在中国的代理权，但暴雪娱乐似乎还没有做出最后的选择。”一位不愿具名的游戏公司员工表示。

在投资者互动平台，多位投资者就暴风娱乐新代理运营商问题向巨人网络、冰川网络、完美世界、迅游科技、盛天网络、博思软件、顺网科技等多家游戏行业上市公司进行咨询。其中顺网科技表示，公司与暴雪在广告营销合作，游戏cps等有深度合作。对于暴雪网易正式“分手”是否会波及公司业务，顺网科技相关人士称，公司的业务是独立运营的，此事不会影响公司的业务。另外，顺网科技是否会争取暴雪在中国的代理权，该人士称不太清楚。此外，游戏厂商米哈游已否认将接手暴雪中国区运营。

“暴雪娱乐不可能放弃中国这么大的一个消费市场，但可以通过终止合作作为手段收取高额费用，来提高自己的利润水平。在这样的情况之下，所谓合作终止其实并不是真正的终止，而是以退为进。一旦中国企业给暴雪娱乐支付了足够费用，让利润达到预期水平之后，代理协议将会达成。”江瀚表示。

需求与政策共振 国产充电桩企业加速竞逐海外千亿元市场

■本报记者 李昱丞 见习记者 贺王娟

近日，包括道通科技、易事特、香山股份等在内的多家上市公司公布充电桩海外认证进展，积极开拓欧洲、美国等市场。其中，部分企业在海外已有订单落地或应用案例。根据国信证券、华创证券测算，欧美充电桩市场规模在2030年或超过千亿元。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树在接受《证券日报》记者采访时认为，国内充电桩企业急需增量市场，这是它们加速出海的主要原因。

海外车桩比失衡 国内企业加速出海

11月16日，易事特披露的电话会议纪要称，公司看好海外充电桩市场的发展契机，为充分掌握海外市场的政策法规和准入门槛，之前就开始积极进行相关认证和测试工作，已经通过欧洲权威测试机构TüV等多个测试或认证。

香山股份11月9日在接受机构调研时表示，公司已在进行欧标和美标充电产品的开发，目前公司的欧标充电桩产品已经完成开发，正通过公司的海外团队和渠道逐步投向海外市场。

此外，盛弘股份在半年报中透露，公司Interstellar交流桩通过欧标认证，公司成为首批进入英国石油集团(BP)的中国桩企供应商，将成为公司产品开拓C端市场先例。道通科技表示，公司充电桩产品已经通过了海外多国认证，入围了德国、奥地利、意大利、法国等多个项目。奥特迅称，公司的欧标充电桩产品已通过了CE认证，会对公司海外市场的拓展产生积极的影响。

据了解，由于产品标准不同，国内充电桩无法直接出口到欧美。对于国内充电桩厂商而言，产品通过测试或认证是迈出国际市场的第一步，也为后续大规模出口扫清了障碍。

对于国内充电桩企业积极出海，私募排排网旗下止于至善投资总经理何理在接受《证券日报》记者采访时表示，当前欧美各国新能源汽车渗透率普遍低于30%，后续销量仍将保持快速增长，但欧美充电桩相对不足，建设需求迫切，且相比我国3:1的车桩比仍有极大的建设空间。

根据光大证券研报数据，截至2022年4月份，美国市场车桩比为21.2:1，欧盟整体车桩比为8.5:1，其中德国为20:1，英国为16:1，法国为10:1，荷兰为5:1，均与我国有较大差距，充电桩基础设施建设严重不足，缺口蕴含巨大的市场空间。

崔东树认为，尽管国内充电桩也面临缺口，但更多是土地问题而不是供给端生产能力问题，因此海外市场或成为国内充电桩厂商消化产能的必争之地。

政策支持叠加价格优势 海外已有订单落地

除了需求旺盛以外，海外补贴政策的推出以及价格优势也吸引着国内一众充电桩厂商。

公开资料显示，2022年起，欧洲多国纷纷出台具体政策，包括对商用充电桩、家庭充电桩建设进行补贴，补贴力度约可覆盖充电桩的建设和安装费用。而自2022年8月份起，美国各州也纷纷加速对住宅和商用电动汽车充电桩给予建设补贴，例如家用交流充电桩补贴金额集中在200美元至500美元，公用交流桩补贴则集中在3000美元至6000美元，据机构测算，其补贴金额可覆盖40%至50%购桩充电成本。

“随着欧美充电桩补贴政策在2022年全面推开，欧美市场公共和私人充电桩建设有望迎来大爆发。”私募排排网旗下融智投资基金经理助理刘寸心对《证券日报》记者称。

就价格而言，欧美充电桩市场被市场认为仍然处于蓝海市场之中。

“海外充电桩的市场净利润率可达20%，远高于国内的10%。”何理对《证券日报》记者表示，从欧美的充电桩市场来看，定价往往较国内更高，因此，对于有能力开拓海外市场的桩企来说，充电桩出海成为必选项。

刘寸心表示，欧美充电桩定价较国内更高，定价是国内的2倍至3倍，利润空间更大。

不过值得关注的是，不仅国内桩企瞄准欧美市场，日韩头部企业也在进军欧美市场。11月16日，韩国第二大企业集团SK旗下SK Signet在官网宣布，将在美国得克萨斯州的普莱诺建设一座电动汽车充电桩工厂，年产超过10000个快速充电桩。同时，国内桩企出海也面临本地巨头的竞争。据国信证券研报，目前欧洲新能源充电桩市场以老牌企业气大ABB、西门子 and 施耐德主导，截至2021年，ABB约占欧洲当年市场份额的40%。

在何理看来，国内充电桩企业在国际竞争中具备一定技术、成本优势，海外市场对中国企业接受度高。

目前，部分国内充电桩相关上市公司在海外已经有应用案例或订单。例如奥特迅表示，公司的欧标产品已经形成了实际的销售合同，在海外已有应用案例。易事特称，今年重点在包括欧洲、美洲、进行充电桩业务的突破，重点服务当地大型电力公司及安装服务公司，目前已经有意大利、埃及、加拿大的客商订单落地实施。道通科技透露，公司直流桩产品已经陆续上市销售，快速地拿到了欧洲、美国、新加坡、澳大利亚等地区的订单，上半年交流充电桩产品也冲进亚马逊美国站品类前五名。

北京特亿阳光新能源总裁祁海坤在接受《证券日报》记者采访时表示，在政策鼓励与支持之下，我国新能源汽车以及动力电池和充电桩等行业的产业规模化发展、技术水平大幅提升，相关产品的技术迭代、更新升级等方面也都处于全球的先进水平位置，此时正是它们出海的好时机，能够更好发挥相关产业链上的企业协同带动效应。

“降价+世界杯”拉动大屏电视销售 上市公司加速布局高端产能

■本报记者 李昱丞 见习记者 丁 蓉

卡塔尔世界杯足球赛将于北京时间11月21日0点迎来揭幕战，四年一届的足球盛宴刺激大屏电视销量攀升。

11月17日，《证券日报》记者在走访中了解到，近一个月以来，多个家电商场的大屏彩电销量大幅增长。在深圳市福田区某苏宁易购店，一名销售人员表示：“近一个月以来，前来咨询和购买大屏电视的顾客成倍增长。不少消费者打算在家观看世界杯赛事，大屏电视更过瘾。”除世界杯因素外，大屏电视的低价位也成为消费者购买的原因之一。

二级市场上，面板板块悄然启动。9月30日起至11月17日收盘，TCL科技、伟时电子、彩虹股份、冠捷科技等多家面板行业上市公司期间涨幅均超20%。

大屏电视“商战”打响

“75英寸、65英寸大屏电视卖

得很火。”上述销售人员表示：“带有游戏娱乐、观影观赛功能的智能电视受到年轻人青睐。”

受足球观赛需求激增带动，今年“双11”，苏宁易购线下8K电视销售环比增长183%，万元以上高端电视增长翻倍。苏宁易购表示，今年世界杯期间将联合海信、创维、TCL、三星、华为、索尼等头部品牌，加大高清大屏及多功能电视的供应。

大屏电视的低价位也成为消费者购买的原因之一。

在各大电商平台，电视降价促销战已经打响。在天猫、京东、苏宁易购等平台上，55英寸的电视甚至逼近1000元，65英寸的电视最低2000元出头。“目前的价格，可以说是近年来罕有的低价。”一品牌区域经销商向《证券日报》记者表示。

电视面板价格止跌回升

记者在采访时了解到，终端大屏电视售价的走低，与显示面板跌至成本价密不可分。到今年9月份时，面板价格经历了长达1年多的

下跌，并跌破成本价。因此“去库存”成为下半年面板行业主旋律。

不过，10月份以来，电视面板价格止跌回升。根据TrendForce集邦咨询调研数据，10月下旬电视面板报价全数反弹，65英寸电视面板、55英寸电视面板、43英寸电视面板、32英寸电视面板，均价分别为107美元、81美元、48美元、27美元，均比10月上旬报价高1美元。到11月上旬，均价分别为108美元、82美元、49美元、28美元，比前期均再上涨1美元。

在面板行业回暖消息影响下，二级市场上，面板板块已悄然启动。面板双龙头TCL科技和京东方A、双双同时在9月29日触及股价阶段低位之后，开启反弹之路，9月30日起至11月17日收盘，涨幅分别为24.93%和13.58%。同期，伟时电子、彩虹股份、冠捷科技、同心达、GQY视讯等面板行业上市公司股价涨幅均超20%。

发力OLED高端产品

对于面板后期走势，德邦证券

TMT行业负责人兼电子行业首席分析师陈海进在接受《证券日报》记者采访时表示：“从终端需求看，四季度显示面板进入销售旺季。从库存看，经过长达两个季度的库存去化，已经趋于健康。从产能看，行业稼动率已经降到六成多。因此我们认为中大面板价格在经历一波反弹后，2023年整体将维持弱复苏态势。面板市场需求长期向上趋势不会改变。”

“液晶面板行业存在产业循环周期，一般以3年至5年为一个周期。”智帆海岸机构首席顾问、资深产业经济观察家梁振鹏向《证券日报》记者表示：“随着消费市场恢复，行业达到供需平衡，面板价格将回升。”

在利润空间压缩的情况下，韩系企业正在加速去液晶化，以实现全OLED布局。今年年中，三星关闭了在韩国的最后一条LCD面板生产线，结束了运营30年的液晶面板业务。LGD在今年7月份也表示，将加快减少大尺寸液晶面板产能。

“在韩系面板厂陆续退出或减

少LCD供应的背景下，中国在面板市场的占有率正逐渐提升。”集邦咨询分析师范博毓在接受《证券日报》记者采访时分析。

面板产业向我国集中的趋势明显，TCL科技、京东方A、深天马A、维信诺等企业不仅在LCD的产能上领先全球，同时发力OLED技术路线等高端产品。

“LCD面板技术已是国内厂商主流水平，而OLED面板方面，国内厂商离海外厂商尚有差距，是未来高端化的关键，国内龙头厂商也在加大布局。”陈海进表示。

梁振鹏表示：“面板行业在智能手机、电视行业、车载显示等领域拥有广阔的市场空间，国内厂商应更加注重在Mini LED、Micro LED、OLED等显示领域的突破，进一步提升在高端显示面板领域的市场份额。”

多位分析人士表示，随着面板产能向我国企业进一步集中，TCL科技、京东方A等头部厂商有望从周期底部反转过程中率先受益，享受市场份额提升和价格回暖的双重利好。

方大特钢以创新为驱动提高整体盈利能力

在日前召开的方大特钢2022年第三季度业绩说明会上，方大特钢董事长徐志新表示，公司将积极应对市场变化，从经济技术指标、节能降耗、费用控制等方面努力降低生产成本；坚持普特结合的产品路线，以创新为驱动，通过持续的管理提升，优化品种结构，实施精品战略，走“低成本、差异化”的发展道路，提高整体盈利能力和市场竞争力。

今年以来，由于受市场需求、钢价、原燃料等多方面影响，钢铁行业整体效益指标处于近年来较低水平。方大特钢凭借较强的快速应对市场能力和内部成本控制能力，加之企业加快新产品、新市场、新客户、新技术推进速度，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列前列。

进入第四季度，国民经济延续恢复态势，工业投资稳定增长，铁矿石、焦煤等原燃料价格有所下跌。方大特钢董事长徐志新表示，将积极快速应对市场变化，从经济技术指标、节能降耗、费用控制等方面努力降低生产成本，提高整体

的盈利能力和市场竞争力。方大特钢将大力推进新市场、新客户、新产品开发工作，通过拓宽原燃料供应渠道，综合运用多种运输方式，优化配煤、配矿，各工序互相配合，补位，以降低钢材生产成本；积极跟踪客户产品使用情况，以提升服务、提升产品质量的方式赢得存量客户的订单增量，并积极降低物流成本，提高产品价格竞争力，争取更多订单；与大专院校、研究机

构等加强技术交流和战略咨询，促进公司产品结构和产业升级。

据了解，方大特钢正在积极布局，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，在新赛道上参与竞争。

（罗 霞）（CIS）