交通业节能减排 专项资金重点投五领域

证券时报记者 李强

交通运输部科学研究院副院长、交通运输节能减排项目管理中心主任周晓航昨日接受采访时表示，今年全国交通运输行业将有 122 个节能减排项目获得专项资金支持，总补助金额 2.5 亿元，将优先支持道路基建、港航等五个领域。

周晓航说，122 个项目补助 2.5 亿元，将拉动投资 80.6 亿元，投资比例约 1：32，即专项资金花费 1 元钱，引导社会投资约 32 元钱。经测算，已经补助的 122 个项目，除无法准确计算节能减排量的交通运输服务与能力建设类项目外，所形成的年度节能量将达 31.5 万吨标准煤和替代燃料 22.4 万吨标准油，减少二氧化碳排放量达 113.8 万吨。

从项目分布来看，122 个项目中，公路基础设施建设与运营领域项目 25 个，公路运输装备领域项目 34 个，港航领域 20 个项目，交通运输管理与服务能力建设领域项目 32 个，低碳试点城市和财政综合示范城市的其他项目 11 个。

国美前三季净利增24% 终止内地物业合营协议

证券时报记者 徐欢 周荣祥

昨日，国美电器（00493.HK）公布了三季报，前三季度，国美电器销售收入增长 18.01%，由去年的 372.7 亿元人民币增至 439.83 亿元人民币；母公司拥有者应占利润由 14.4 亿元人民币增长至 17.91 亿元人民币，比往年同期增长 24.38%。

国美电器同时公告称，将终止在内地成立物业合营企业的协议。

财报显示，2011 年是国美全新五年发展规划的第二年。1 至 9 月，国美上市公司新开门店 241 家，截至 2011 年 9 月 30 日，国美上市公司门店总数达 1041 家。可比门店的销售收入较 2010 年同期增长 6.21%，综合毛利率也自去年的 17.59%增长至 18.85%。

国美电器董事局主席张大中表示，对国美 2011 年前三季度业绩表现感到十分满意，未来，集团将继续执行新的五年战略规划。

国美强调，明年将进一步优化一线城市的布局，抓住二线市场的增长机遇，继续在全国实施新型门店模式，国美称：“今年国美计划新增 480 家门店，其中 60%的门店开在二三级城市。明年将进一步加强商品经营能力，快速提升市场占有率，保持中国家电零售连锁行业的领导地位。”

与主要竞争对手苏宁电器（002024）相比，无论在规模还是营收上，国美仍小输苏宁。苏宁电器前三季度营收 676.25 亿元人民币，同比增 24.54%；净利润 34.93 亿元人民币，同比增 21.03%。

另外，国美董事会称，考虑到近来宏观环境的不确定性将会在短期内影响物业市场的发展，北京鹏泽置业有限公司、北京鹏润地产控股有限公司和北京国美电器有限公司一致同意终止早前签订的物业合营协议。并表示，由于订约各方均未出资，终止合营协议不会对公司业务带来任何重大不利影响。

今年 9 月 29 日，国美电器公告，其全资附属公司鹏泽与北京国美、北京鹏润签订合营协议，订约各方将设立物业合营企业以在中国从事物业开发及投资业务。该消息公布后，国美电器股价两日累跌 30%。10 月 3 日，国美表示经进一步考虑多项因素，决定暂停该计划的执行。至昨日，国美电器正式宣布放弃在内地成立物业合营的协议。

阿里巴巴 感恩节海外销量翻倍

证券时报记者 朱凯

记者昨日获悉，欧美“感恩节”购物狂欢刚过，阿里巴巴全球速卖通当天的海外买家数量同比增长了近两倍，在线销售额则实现了翻倍增长。

据阿里巴巴全球速卖通相关负责人透露，与圣诞相关的数百万件产品之中，珠宝、掌上电脑、移动电话、女装以及手表等五类产品，在“黑色星期五”（11 月 25 日）当天的销量超过了整个平台总销量的三分之一。

为了推动平台上超过 1000 万种商品的销售，从“黑色星期五”到圣诞节期间，全球速卖通已推出了最低 8 折的圣诞促销活动。

这个举动也被业内认为是阿里巴巴发力海外在线交易市场的前期预演。公司第三季度财报显示，全球速卖通的支付成功率已经恢复起来，并准备在明年的第一季度进一步发力。

全球速卖通是阿里巴巴旗下一个全球批发交易平台，专门为规模较小，需要小批量货物快速付运的买家提供在线服务。

全国楼市成交量普跌 北京近郊以价换量

证券时报记者 张达

尽管各大城市频现楼盘降价促销，但市场成交量仍旧一蹶不振，楼市观望情绪正日渐加重。

中国指数研究院日前发布的最新报告显示，上周监测的 35 个城市中，有 30 个城市楼市成交量同比下降，7 个城市成交量降幅在 50%以上，其中长沙（期房）同比降幅最大，达 79%。重点城市成交量均同比下降，其中天津跌幅最大，达 57%。

报告显示，进入 11 月，上海商品住宅成交量首周大幅下滑，随后 3 周均维持在 20 万平方米左右，上周商品住宅成交 2212 套，成交面积为 21.76 万平方米。

深圳商品住宅成交量在前一周还基本维稳，上周又现下降趋势。广州进入 11 月，商品住宅成交继续下跌，成为自 4 月以来的最低值，且一直保持低位徘徊，上周略有上涨，但仍处于谷底，商品住宅成交 1220 套，成交面积为 13.33 万平方米。

值得注意的是，北京商品住宅（期房加现房）成交面积在 11 月初跌至 12 万平方米左右后，上周迎来反弹，重回 25 万平方米水平，达 25.68 万平方米，成交 2693 套。

业内人士认为，北京上周成交量反弹，是因为近郊楼盘“以价换量”成效显著。

亚豪机构统计数据显示，近期北京部分项目出现价格大幅跳水，如中粮万科长阳半岛、中弘·北京像素和行宫·御东园 3 个老项目后期在深度调价后，上周的成交均价分别为 14151 元/平方米、14312 元/平方米和 8864 元/平方米，均达到了项目入市以来的价格底部。

春雨/摄

“正是这些项目低价入市，达到了购房者的预期，吸引抄底客进场，低价盘的热销推动了上周成交量翻倍攀升，也拉低了上周的楼市整体成交价格。”亚豪机构副总经理任启鑫说，上周北京市商品住宅成交均价仅 17020 元/平方米，相比去年同期的 23987 元/平方米的成交均价，降幅高达 29%。

任启鑫表示，时至年底，房企降价求售已是大势所趋，只有价格降到位，才能促进成交，换回现金流。

购房者不满意小幅降价 深圳新房市场量价齐跌

证券时报记者 杨晨

在深圳，购房者对开发商们近期采取的降价促销手段似乎并不买账。深圳规划国土委的公开数据显示，上周，深圳一手房仅成交 294 套，环比下降 16.5%，总成交面积为 2.66 万平方米，环比下降 11.33%。而 2009 年深圳一手房市场周均成交为 1348 套，2010 年周均成交为 721 套。当前深圳一手房市场的周成交水平仅相当于 2009 年的五分之一，2010 年的五分之二。

另一方面，开发商们的促销手段越来越丰富。2008 年楼市最低迷时出现的“买房送宝马”重现江湖，更有开发商承诺若交房前房价下跌，将赔偿购房者损失。世联地产华南区首席分析师曹取认为，“小打小闹”的常规降价促销手段已不能刺激成交量回升，因为房价已进入下行通道，整个市场对楼市的预期还在继续走低，强化了“买涨不买跌”的心理。“从深圳市场看，过去开发商常采用的 9.8 折、9.5 折对购房者已毫无吸引力，不过，这并不意味着降价没有效果，事实上，近日几个采取大幅度、一步到位降价的楼盘还是取得了不错的销售效果，比如花半里清湖花园、招商果岭等。”曹取说。

上周，招商果岭、花半里清湖花园、万科清林径三个降幅较大楼盘的成交量分列全市前三名。其中，招商果岭成交均价为 1.59 万元/平方米，花半里清湖花园成交均价为 1.3 万元/平方米，万科清林径成交均价为 1.25 万元/平方米。

上周，深圳宝安、龙岗两区一手房共成交 240 套，占全市成交量的 81.6%；其他四区共成交 54 套，占全市成交量的 18.4%。成交均价方面，上周南山区全市最高为 32528 元/平方米，龙岗区全市最低为 13925 元/平米。

值得注意的是，新盘大量入市，加上整个楼市不景气，促使深圳房源在近半年里大幅增加。数据显示，截至 11 月 27 日，深圳全市一手房可售面积为 241.07 万平方米，可售套数为 25874 套，而在今年 5 月底，深圳全市一手房可售面积为 214.26 万平方米，可售套数为 22765 套。半年内深圳一手房新增房源 26.81 万平方米。

二手房市场同样“寒意萧萧”。一家龙头中介的置业顾问告诉记者，关铺减员的地铺还在增加。“深圳的市场太难做了，我正在考虑离开深圳去内地，现在许多二、三线城市的楼市还比较活跃。”历史数据显示，2009 年深圳二手房周均成交量为 3007 套，2010 年为 2469 套。上周二手房仅成交了 476 套，成交量远低于前两年的平均水平。

“微购物”悄然兴起 电商尝试社交化营销

证券时报记者 李强

继京东商城、淘宝商城等先后入驻新浪“微商城”后，近日，凡客诚品也在其官方微博 VANCL 粉丝团正式开辟“促销”页面。业内分析认为，电子商务与社交媒体融合正在成为一种新的趋势，为电子商务社会化以及社交媒体的盈利，提供了更多想象空间。

凡客诚品有关负责人在接受证券时报记者采访时表示，微博是凡客一直以来非常重要的阵地，从话题导入式的品牌口碑打造，到代言人签约微博首发公布，再到现在通过微商城的方式来逐步向效果营销靠拢，凡客一直都在微博上尝试新鲜形式。“现在 VANCL 粉丝团拥有 40 万的活跃用户，后期会专门针对微博用户在微商城进行差异化的促销活动。”该人士表示。

易购网事业部总监魏志良日前接受记者采访时表示，中国电子商务未来几年的发展主要会集中在社会化和移动化两个方向，社会化的重要体现就是与社交网络的整合，以口碑营销的方式，让客户对产品进行点评，达到提升销售业绩的目的。

凡客诚品上述负责人表示，不少凡客用户已经习惯了在微博上晒单，尤其是在李宇春代言之后，粉丝微博晒与李宇春同款服装的达几千名。基于此，凡客诚品认为，微商城这种社会化营销方式，能相对精准地锁定目标消费者，接受度高，能将好的促销信息推送给习惯于互联网生活的用户。

业内分析人士表示，电商企业在微博中学习自媒体运营，并与付费媒体进行整合，“微购物”就是继微博兴起后，企业与社会化媒体之间一次创新的尝试，电商企业可以借此扩大收益，同时减少了网络广告的投入。同时，对于微博来讲，则加快了其盈利的可能。

不过，目前，电商社交化营销只是初步尝试。业内人士认为，基于微博层面的“微电商”融合还有很多有待改进的空间，新浪微博的用户体验还不够好，还不支持直接下单和支付等真正对消费者便利的新业务。

此外，B2C（商对客）商家在还未从微商城这个新渠道真正看到效果之前，也不太可能在短时间内为之匹配提供大范围的差异化营销方案。“对于移动购物，目前的服务和技术也尚未嵌入手机客户端，只是在传统 PC（个人电脑）端能实现微购物。”上述人士表示。

光伏贸易战升温 商务部启动贸易壁垒调查回击美“双反”

据新华社电

美国对华光伏企业的“双反”调查近日又有了新的进展。据了解，目前国内企业联合抗辩已结束，正式进入美国商务部调查阶段。而作为对美国“双反”调查的反击，我国商务部已决定对美国可再生能源扶持政策及补贴措施启动贸易壁垒调查。

光伏业严寒持续

近期，受到全球经济振荡、欧债危机恶化及多数国家调整光伏补贴政策等因素影响，全球光伏市场增速放缓。库存大量积压、产品价格快速下跌导致企业生产经营急剧恶化，国内部分企业出现减产、停产甚至倒闭，产业发展形势严峻。

对此，中国光伏产业联盟副秘书长高宏玲称，我国半数以上中小电池组件企业已停产，30%大幅减产，10%~20%小幅减产或努力维持，并已开始不同程度裁员。部分上市企业二、三季度业务出现亏损。

据日前国内四大光伏巨头英利、尚德、天合、赛维发布的财报显示，第三季度四家公司亏损总额已超 2.9 亿美元。“四季度光伏中游的电池和组件厂商盈利能力将进一步下滑，四季度行业不景气状况仍将持续。”中投顾问高级研究员李胜茂预计。

面对光伏产业的寒冬，美国的“双反”调查，无疑使企业更为敏感，担忧一旦美国“双反”调查成立，欧盟亦会效仿，届时国内光伏企业的日子将更加难熬。记者从尚德电力方面获悉，现在国内多家光伏企业正在积极应诉，且建议我国商务部对美国多晶硅等相关企业进行反制，尽可能减少连锁效应。

商务部反击美“双反”

为了抵制美国“双反”调查，中国机电产品进出口商会和中华全国工商业联合会新能源商会联合向商务部申请立案。商会提出，美国政府对其国内可再生能源产业提供扶持政策及补贴措施，违反了世贸组织规则，对我国可再生能源产业发展造成了阻碍和限制，已构成贸易壁垒。我国商务部已决定对美国可再生能源扶持政策及补贴措施启动贸易壁垒调查。

商务部进出口公平贸易局负责人表示，如果调查结果认定上述政策措施违反世贸组织规则，构成贸易壁垒，商务部可采取相应措施，如启动世贸组织争端解决程序。

高宏玲认为，我国商务部启动的贸易壁垒调查，正是对美方月初针对光伏行业“双反”调查的有力回击，意在消除美国政府扶持政策及补贴措施对我国可再生能源产业的不利影响，以维护公平贸易环境。

中国可再生能源学会光伏专委会主任赵玉文表示，美国占中国光伏出口市场的比例为 15%~20%，而中国每年从美国进口多晶硅以及相关设备、辅料的金额更大。一旦中国对美国发起调查，美国的直接损失将远超中国，这场贸易战，势必伤害到每一方。美国申请企业挑起的太阳能争端将直接伤害到美国太阳能行业链条中的每一环节，并可能破坏太阳能产业几十年积累的工业进步和创新。

■相关新闻 | Relative News |

商务部：光伏产业要开拓好国际国内两个市场

日前，商务部机电与科技产业司司长张骥在中国太阳能产业高层论坛上表示，目前欧洲国家光伏市场增速放缓，北美、亚洲一些新兴市场需求正在兴起，国内市场已经启动。“我国光伏产业要努力开拓好国际国内两个市场。”

张骥认为，“十二五”时期，我国太阳能产业面临新的形势，机遇和挑战并存：光伏市场区域发展重心将从欧洲传统市场向北美、亚洲新兴市场转移；全球光伏市场仍将保持较高增长，但增速会逐步放缓；光伏产业内并购重组增多，制造业格局正在发生深刻变化，竞争将更趋激烈；多晶硅供应紧张可能催生新一轮产能扩张，太阳能电池组件价格呈下降趋势，企业利润空间将进一步压缩。

张骥表示，我国太阳能产业当前必须注重以下四方面工作。一是注重技术创新；二要加强产业规划；三要实施多元化战略，努力开拓国际国内两个市场；四是妥善应对国际贸易摩擦。（许岩）

惠誉：太阳能行业将面临更严峻考验

三大国际评级机构之一惠誉评级（Fitch Ratings）日前发布警告称，中国低价策略引起的激烈竞争以及欧洲主要国家削减光伏补贴意味着欧洲太阳能行业面临着严峻考验，在出现更好的技术和碳排放税帮助太阳能发电更具竞争力之前，这种状况不会出现好转。

惠誉评级表示：“未来 2 至 3 年欧洲太阳能发电行业可能将面临严峻挑战。同时，中国太阳能电池板制造商大幅扩产导致的供过于求以及光伏补贴下调引起的需求疲软，将在短期内对全球太阳能电池板制造商造成很大影响。”

惠誉评级预计，太阳能行业可能在 2013 年开始复苏。“我们认为，将于 2013 年开始实施的欧洲第三阶段碳交易计划对太阳能的发展至关重要。”届时，公共事业单位和其他大型碳排放企业将不得不购买排放权，而不是像现在免费发放。惠誉评级表示，这将有效削减太阳能发电和化石燃料发电的成本差异。

惠誉评级认为，未来 3 至 5 年太阳能发电技术的进步也有助于提高效率、降低成本差异。如果全球经济低迷的状况有所改观，石油和天然气价格维持高位，那么这种成本差异有望进一步下降。（魏曙光）