

TCL集团1~4月 液晶电视销量581万台

TCL集团(000100)日前发布的公告显示,1~4月,液晶电视销量达581.2万台,同比增长22.8%;手机销量达1237.3万台,同比增长14.94%。其中智能手机销量达227.4万台,同比增104.26%。此外,华星光电1~4月实现液晶玻璃基板投片达41.59万片,同比增长445.7%。

公布的数据显示,2013年4月TCL集团LCD电视销量(包括商用显示器)达到181.32万台,同比增长25.28%。国内外市场增长稳定,市场对智能电视等高端产品需求不断提高,国内外市场销量分别达到96.14万台和77.22万台,同比增长30.08%和14.91%。其中单月3D、智能电视销量分别达到27.51万台和30.61万台,同比分别增长225.66%和109.84%。

据悉,华星光电4月液晶玻璃基板投入量继续保持稳定,达到10.80万片,液晶电视面板和模组销量合计176.37万片,创今年销售量新高。

TCL通讯4月则实现手机销量为388.67万台,同比增长33.31%。国内外市场销量分别为43.11万台和345.56万台,其中海外市场受益于稳定订单增长,同比大幅提升37%。

另外公告称,公司继续发力智能终端产品,前期在产品研发与市场开拓方面大力投入的成果显现,本月智能手机销量达82.02万台,同比增长123.38%,智能手机占比达到21%。

家电业务方面,4月TCL家电集团整体销量增长良好,空调、冰箱、洗衣机产品销量同比增长分别为31.52%、26.42%、86.73%。

(黄丽)

乐视网6999元 推60寸超级电视

昨日,乐视网(600104)董事长、CEO贾跃亭在京宣布,公司联合夏普、美国高通公司、富士康和播控平台合作方CNTV,正式推出全球首款4核1.7GHz智能电视——乐视TV·超级电视X60。

据悉,目前国内市场60寸智能电视的价格均在1.5万~2万之间,55寸智能电视价格也在万元以上。

而乐视网推出的60寸的旗舰型乐视TV·超级电视X60,是超级电视的旗舰产品,售价6999元,仅为国内外同类产品的一半。同时,公司还推出普及型产品S40,售价1999元。

由此,乐视网也成为全球首家正式推出自有品牌电视的互联网公司,标志着互联网模式正式杀入电视领域。

据介绍,超级电视拥有颠覆性的多重盈利模式,不再依赖硬件盈利,在营销上则采用“CP2C”模式,砍掉营销成本、渠道成本和不合理的品牌溢价,全流程直达用户。

公司称,力求以“两倍性能,一半价格”,让世界级品质的60寸大屏成为客厅标配。让用户重回电视机前,让互联网不再是年轻人的专利,让家人重聚客厅,让家庭回归亲情。改变人们的家庭互联网生活方式。

贾跃亭表示,5月下旬,200台工程纪念版X60首发;6月下旬,发售正机,并只在乐视商城直销。

奥维咨询发布的2013年第一季度国内彩电品牌销售数据显示,智能电视市场渗透率已达37.2%,较2012年的19%增长了近1倍。

针对电视行业发展趋势,贾跃亭在此次大会上预测,传统的电视已经几十年没有改变,无法满足互联网用户的需求,未来几年传统电视将被智能电视取代;智能电视数量将很快到达数亿级;在电视行业的变革大潮中,互联网模式企业将成为市场的领导者。

(邹昕)

银联绿地老凤祥等 荣膺上海十大品牌

近日,上海品牌发展研究中心与上海东方品牌文化发展促进中心发布了2012年“上海十大品牌”和“十大品牌领军人物”。

榜单显示,银联、中国东方航空、绿地等荣膺上海十大品牌,光明食品(集团)有限公司董事长王宗南、小南国(集团)有限公司董事长王慧敏、上海巨人网络科技有限公司总裁史玉柱等荣膺“十大品牌领军人物”。

据悉,上海十大品牌中,国有控股公司(含国资成份)占比高于民营公司和港澳台资企业,占比70%,基本说明了上海企业目前所有制结构的状况,国有控股公司品牌强于民营企业品牌。

(孙玉)

钛白粉业景气度下滑 或集体降价

证券时报记者 张昊昱

钛白粉正在经历行业有史以来最长的一次价格下行周期。产能过剩、竞争混乱,成为笼罩在行业头顶的阴霾,上市公司业绩亦随之下滑。

近期行业龙头四川龙蟒钛业再次下调钛白粉价格,业内人士认为此举恐将引发新一轮行业降价风波。

行业龙头率先降价

据生意社统计数据,从今年1月至今,国内金红石型钛白粉价格由1.68万元/吨降至1.59万元/吨以下,降幅达5.37%。而去年此时,钛白粉价格正处于近2万元/吨的高位。一年时间,钛白粉价格降幅达到19.25%。

生意社消息称,今年4月下旬龙蟒钛业下调钛白粉价格,报价由1.75万元/吨降至1.7万元/吨,实际成交价则由1.5万元/吨降至1.45万元/吨。据了解,龙蟒钛业2012年产量达18万吨,已连续两年行业排名第一,在国内市场范围内是各厂商价格参照的主要标准之一。

生意社钛白粉分析师杨逊对证券时报记者表示,目前不少钛白粉厂家库存高企,成为产品降价的直接原因,不过最根本的原因是需求疲软。

据杨逊介绍,国内钛白粉近60%的产品用于涂料市场,由于国家对房地产市场的持续调控,涂料市场亦受到波及,成为钛白粉需求不振的主因,此外宏观经济的弱复苏格局也未能给需求人造成有力支撑。杨逊预计若在龙蟒钛业的带动下,行业降价风进一步持续,将会有越来越多的中小厂家停产甚至退出行业。

龙蟒钛业销售部经理张博文在接受证券时报记者采访时再三强调,公司下调钛白粉价格是基于公司产量、库存、客户结构等方面所做的综合决策,价格波动是公司市场的应变行为,公司无意影响整体市场价格。

张博文解释,由于不同指标的钛白粉用途各不相同,而各个厂家的制作工艺、客户结构均不相同,因此龙蟒降价不会对行业造成较大影响。

产能过剩竞争加剧

杨逊称,2010年以前,钛白粉还是一个不令人关注的行业,但2010年10月,钛白粉出口量首次超过进口量,这个市场开始涌入大量参与者。

张博文也坦承,整个行业的确实存在产能过剩的问题:去年国内的钛白粉需求是180万吨左右,而产能将近400万吨,等于一半的产能



2012年5月1日至今金红石型钛白粉价格走势(单位:元/吨)

张昊昱/供图 张常春/制图

是闲置的。”

受宏观经济增速下滑,行业竞争加剧影响,多家钛白粉上市公司去年业绩均出现大幅下滑。根据已披露的年报,佰利联(002601)去年净利润同比下滑48.68%,安纳达(002136)去年净利润同比下

滑61.31%。

中国钛白粉网总编辑付一江在接受证券时报记者采访时表示,国内的钛白粉市场格局混乱,行业准入门槛低,产能过剩现象突出。不过,付一江认为,我国钛白粉“产能过剩”实际上是低端产

品的“过剩”,特别是小规模生产低端产品占领市场,预计目前的钛白粉生产企业在未来一到两年内将关停20%。随着国家对行业的整顿和政策控制以及市场经济的自然淘汰作用,未来钛白粉实际产量有望调整到合理水平。

龙头房企业绩分化 恒大4月逆势增15.8%

证券时报记者 罗克爽

恒大集团(6333.HK)昨日公布4月业绩销售简报。数据显示,4月恒大实现销售额72.6亿元(人民币,下同),环比增长15.8%;销售面积109.7万平方米,环比增长10.9%。

报告显示,1~4月份,恒大合计在售项目188个,累计销售额249.8亿元,同比增长51.9%;累计销售面积393.6万平方米,同比增长46.9%。

此外,多家房企也相继公布4月业绩。业内人士称,从目前来看形势并不乐观,且种种迹象表明,中国楼市进入“后国五条时代”。

多家机构调研表明,经历3月份的巨量成交之后,楼市需求透支效应显现,大型房企4月份销售业绩大多呈环比下降趋势。

国际评级机构惠誉近日发布研究报告也指出,国务院3月1日出台的收紧房地产调控的政策,将加大房地产开发商的两极分化程度。

数据显示,合生创展4月销售额8.6亿元,环比下滑超过20%。首創置业4月销售额9.1亿元,环比降幅接近两成。

值得注意的是,龙头房企万科4月销售面积110.7万平方米,销售金额123.8亿元,同样环比下滑



图为恒大地产湖北宜昌的销售楼盘

IC/供图

12.97%和18.55%。

恒大则依靠随行就市的销售策略,科学把控销售节奏,合理调整推货数量,从而实现销售面积、销售额环比逆势上涨,进一步巩固了市场占有率。同样实现业绩环比上涨的还有富力,4月富力销售额约37.21亿元,销售总面积约33.16万平方米,分别环比上涨8.4%和10.1%。

国泰君安发表研究报告指出,值得注意的是,龙头房企万科4月销售面积110.7万平方米,销售金额123.8亿元,同样环比下

滑的买家,对内房销售带来影响。报告指出,新调控政策会影响房地产市场整合。

业内分析人士指出,“国五条”的出台,再次重申坚持执行以限购、限贷为核心的调控政策,明确各地完善并严格执行商品住房限购措施,坚决打击投资投机性购房,刚需成为市场主流。恒大坚持民生地产理念,持续深耕刚需旺盛的二三线城市,产品顺应市场及政策,薄利多销,契合刚需,创造了良好的销售业绩。

首开股份前4月 签约额增174%

首开股份(600376)今日披露4月份销售及近期取得房地产开发项目情况简报显示,前4月签约金额增长幅度远超签约面积。

2013年4月,首开股份及控股子公司实现签约面积7.72万平方米,同比减少20.33%;实现签约金额14.1亿元,同比增27.14%。2013年1~4月,首开股份及控股子公司累计实现签约面积60.42万平方米,同比增长101.4%;实现签约金额87.1亿元,同比增174.24%。

首开股份今日还披露近期取得房地产开发项目的相关情况。2013年4月首开股份年报披露以来,公司及下属子公司分别于北京、厦门、杭州等地新增4宗土地储备。

其中,首开股份全资子公司北京城市开发集团有限责任公司,以总价11.27亿元竞得宗地编号为杭政储出[2013]27号地块。北京城市开发还以总价7.27亿元竞得宗地编号为杭政储出[2013]25号地块。此外,首开股份与北京万科企业有限公司组成的联合体,以总价12亿元竞得北京市通州区台湖镇地块。另外,首开股份以总价23.11亿竞得厦门市翔安区地块。(郑昊)

新闻短波 | Short News |

低水平开发情况严重 旅游地产发展待转型

昨日,在上海举行的2013年国际旅游财富峰会上,与会专家一致认为,旅游地产所形成的产业融合模式是新型城镇化的重要支撑。

中国房地产业协会副会长朱中一认为,目前,大部分旅游地产项目本质上还是旅游目的地的住宅地产,其发展空间非常有限。

与会人士认为,旅游地产具备的不动产投资和休闲度假双重功能,其所形成的产业融合模式是新型城镇化的重要支撑,也是目前国内所面临的人口老龄化、城市发展瓶颈等社会问题的最佳解决途径之一。但是如果不从根本上来转变旅游地产的开发理念和模式,旅游地产的区域性扩展不仅无法为市场提供更多满足旅居置业者需求的产品,更是对地方特色资源的极大浪费。

据悉,近年来,房地产调控使上海等一线城市住宅市场的空间越来越小,旅游地产成了开发商的救命草。而旅游地产走红初期,大型开发商一窝蜂拥入市场,同质化、掠夺式开发、低水平建设等问题也随之而来。(孙玉 杨丽花)

黄山旅游西海大峡谷 缆车项目将投入运营

昨日下午,黄山旅游(600054)与投资者进行在线交流。据介绍,目前黄山旅游下属西海饭店改造项目、昱城皇冠假日酒店已开业,西海大峡谷地轨缆车项目今年5月份也能开业,公司正致力于进一步完善旅游产业链,促进黄山旅游产品由观光型向复合型转变。

对于投资者广泛关注的房地产业务,公司方面表示目前开发与销售正常,没有新增储备地,力争在1至2年内解决与控股股东黄山旅游集团的同业竞争问题。

黄山旅游称,受H7N9事件的影响,公司4月份的客流量确实受到一定的影响,但整体影响不大。5月份以来,随着疫情的控制和公众情绪的平复,客流量重回稳定上升轨道。(董璐)

普邦园林:园林业进入综合实力竞争阶段

证券时报记者 刘莎莎

经过20年的发展,我国园林市场日渐壮大。不过,记者了解到,当前我国园林行业市场仍然集中度较低,行业结构仍比较分散,在全国范围内跨区域经营的企业仍占少数,“行业、小公司”的行业特征较为突出。

而业内人士认为,正是由于目前园林行业尚未出现能够主导国内市场格局的大型企业,也为有实力的企业提供了发展机遇。随着行业发展,由分散走向集中成为必然趋势,具有竞争优势的企业将不断提高市场占有率。

随着园林功能的丰富以及社

会认可度的提高,园林企业之间的竞争,脱离了价格竞争的初级阶段,逐步进入到资金实力、技术能力、品牌、质量、规模、服务能力等考量指标构成的综合实力竞争阶段。“普邦园林002663”董秘马力达在接受记者采访时表示。

园林企业异地经营可能出现水土不服的情况,跨区域经营能力成为企业发展壮大的关键。“自华南地区‘起家’的普邦园林,去年在跨区域经营方面取得了较快发展。上市一年多的时间里,普邦园林在上海、成都、武汉等地设立10家分公司,实现落地式发展。华南以外的其他区域收获了43.27%的收入增速,其中华东和西南地区增速分别为

75.84%、66.24%,华南地区则保持39.14%的增长。

民生证券王小勇认为,资金实力、项目品牌与客户资源、施工能力及跨区域经营、设计施工一体化、苗木资源储备等方面都能体现一个企业的竞争优势。

目前,普邦园林尚有在手资金7亿元,不超过7亿元的公司债也于今日进入发行阶段。若按照地产园林25%~30%的垫资比例,这部分资金即可撬动46亿~56亿元的订单规模。

资金杠杆的背后,撬动的是巨大的市场机遇。业内人士预计,2013年我国房地产开发投资的增幅在15%以上,按照房地产投资额的2%

~3%用于园林投入计算,2013年地产园林领域的园林市场规模将在1651亿~2477亿元之间,地产园林市场向好。

然而,巨大市场机遇的背后,则是企业综合实力的体现。近日,普邦园林特别提出要强化设计业务的水平。在保持园林设计优势的前提下,普邦园林还将通过并购等方式发展建筑设计或旅游规划等不同的设计业务。此外,普邦园林还将积极开拓旅游度假区类园林项目,在风险可控的情况下适度参与市政类项目。

马力达说,未来园林工程企业的发展趋势将是规模化。综合实力强的企业将有机会参与更多的项目,而面临更少的竞争。