

中海地产 一季度净利同比增25.5%

中海地产(00688.HK)近日披露公司2014年一季度报。今年首季,该公司营业收入约为203.4亿港元,同比增长约38.5%;净利润约为60.5亿港元,同比增长约25.5%。报告期内,累计完成合约销售总额约为351.3亿港元,对应销售面积约为195万平方米。其中,3月份,该公司合约销售金额约为108.07亿港元,相对应的楼面面积约为58.72万平方米。

值得关注的是,中海地产董事局4月23日下午宣布,公司委任执行董事陈谊为该公司总裁,并于4月24日起生效。公告披露,陈谊42岁,为中国教授级高级工程师及英国特许建造协会会员。

分地区来看,2014年一季度中海系华南地区合约销售为78.52亿港元,华东62.44亿港元,华北61亿港元,北方地区35.8亿港元,西部地区26.81亿港元,香港及澳门24.86亿港元,公司共同控制实体合约销售总额38.05亿港元,公司联营公司23.8亿港元。

另外,中海地产主席郝建民近期在德银举行的会议上透露,中海地产有信心在毛利率方面跑赢行业平均水平。根据目前的土地储备情况,有信心将毛利率维持在35%或高于该水平。

虽然进入2014年以来房地产市场阴晴不定,但是大型地产商对后市的信心明显有底气。中海地产,世茂房地产(00813.HK)以及越秀地产(00123.HK)等三家在港股上市的内地房地产商均表示,要在上半年完成全年销售目标的50%以上,其中世茂房地产明确表示要在二季度完成280亿元的销售目标。(靳书阳)

丽江旅游 一季度净利增逾三成

丽江旅游(002033)今日发布2014年一季度报,报告期内公司实现营业收入1.49亿元,同比增长26.86%;实现净利润2980万元,同比增长32.34%,基本每股收益0.12元。公司同时预计,2014年1-6月实现净利润8329.68万元~1.08亿元,同比增长0%~30%。

丽江旅游表示,业绩增长原因主要有三个:一是本期索道和印象接待游客数量的增加;二是玉龙雪山索道自2013年3月1日起开始实行新票价,上年同期执行新票价的时间仅为1个月;三是龙悦公司、英迪格酒店2013年9月开始营业,产生营业收入。

值得注意的是,丽江旅游非公开发行股票事宜已于一季度顺利完成,根据此前公告,公司此次定增募集资金将投向香格里拉巴拉月光城等三个项目。其中玉龙雪山游客综合服务已试营业。此外,公司5596商业项目也已建成并投入运营,目前出租率已超70%。(李俊华)

中航工业2013年 非航产业收入2588亿元

中航工业集团2014年度非航空产业工作会昨日召开,据统计,2013年全年中航工业集团非航空产业实现销售收入2588亿元,同比增长18.7%,占公司总收入75.9%以上。中航工业总经理谭瑞松在会上透露,2014年非航空产业重点要深化改革,全面推进股权激励工作,解决企业核心骨干层动力问题。(周欣鑫)

远东电缆 战略转型业绩攀升,电商发展值得期待

——远东电缆(600869)2013年度业绩报告点评

国内电缆行业巨头远东电缆于昨日晚间发布了2013年度业绩报告。财报显示,公司2013年全年实现营业收入115.74亿元,同比增长17.15%,实现净利润2.95亿元,同比上升305.67%。我们认为,报告期内良好的营销表现是推动远东电缆业绩强势回升的主要驱动因素,同时,其他新兴业务发展也不可小觑。报告期,公司“团队+技术+专卖店+电商+品牌”的五元营销模式优势日趋显现,公司独有的“一网两平台”业务也实现了远超预期的表现,意味着其垂直化电商业务正处于飞速发展通道之中。

良好的营销表现是远东电缆2013年业绩强势回升的主要原因。得益于“团队+技术+专卖店+电商+品牌”的五元营销模式,远东电缆的营销能力得到较大提升,不仅在电网、电力建设等领域继续保持国内领先地位,其他各类产品销售均稳步增长,尤其是新产品销售

增长较快;同时,其独创的专卖店模式在其营销业务中正占据越来越高的比重,目前已在全国累计建设专卖店117家。

“一网两平台”超预期 未来增长空间巨大

值得投资者重点关注的是,远东电缆始终在电子商务领域走在业内前沿。自2013年已开设天猫旗舰店,京东馆、网上家装馆等也逐步上线运营,2013年度得到大力发展。尤其是其“一网两平台”业务,在2013年表现超预期,意味着远东电缆电商业务不再仅仅是试水,而是真正在飞速发展。为实现转型升级,远东电缆自2011年就开始了搭建“一网两平台”,具体包括“电缆网”、“中国电缆材料交易所”和“电缆买卖宝”,由公司旗下的远东买卖宝网络科技有限公司负责建设和运营。

依据财报,远东买卖宝网络科技有限公司全年实现营业收入72,547.15万元,同比增长65.72%。电缆材料交易所全年实现成交量321694手,同比增长33.52%,实现成交额175.10亿元,同比增长25.33%;电缆买卖宝全年开发交易会员472个,同比增长505.13%,实现营业收入71,806.98万元,同比增长66.06%;电缆网作为行业门户网站,全年关键指标独立访问量达到758.44万次,同比增长359.66%,点击率高达2291.96万次,同比增长358.39%,影响力与日俱增。

我们认为,公司“一网两平台”的未来成长空间将非常巨大,随着交易机制及价格指数的进一步完善以及交易所影响力的扩大,预计未来会有更多的交易从线下转移到线上,从而带动电缆材料交易所的业绩快速增长;面对短段线缆行业每年超千亿的市场规模,电缆

买卖宝依托远东电缆的整体优势,未来成长空间足够巨大,预计未来买卖宝交易额年均复合增速有望超过100%。

特高压启动建设 为电缆行业注入新动力

在今年4月18日召开的新一届国家能源委员会首次会议上,李克强总理明确指出“发展远距离大容量输电技术,今年要按规划开工建设一批采用特高压和常规技术的‘西电东送’输电通道”。总理的表态预示着长期停留在试验和试点阶段的特高压很快将大规模启动建设。

按照国家电网公布的2014年重点工作目标,今年要核准并开工“6交4直”10条特高压,并对电网投资3815亿元,同比增长13%。另外到2015、2017、2020年分别建成“两纵两横”、“三纵

三横”和“五纵五横”特高压“三华”同步电网。这样庞大的投资规模大幅超出市场预期,特高压的市场机会将非常可观。

电网投资力度的不断加大为电线电缆行业的发展提供了巨大发展机遇,预计未来几年国内的电缆行业将始终处于稳定增长状态。我们认为,远东电缆作为中国最大的电线电缆行业龙头企业,有望成为国内电网投资大发展时期的最大受益者之一,电力投资的超预期发展为实现“全球能效管理专家”的战略目标提供了良好的外部环境,对公司“一网两平台”的发展也形成了实质性利好。

未来发展思路更加清晰

2013年,远东电缆已明确将主业聚焦于电缆产业,并在此基础上调整业务

定位,即“全球能效管理专家”,为客户提供设计、制造、施工安装、咨询、能源管理的系统集成服务,提供绿色、高效的电力和能源整体解决方案。根据公司发展规划,远东电缆将通过并购等各种手段全力打造电线电缆、买卖宝网络科技、EPC、智能系统和能源管理五大业务板块,旨在成为全球领军企业,打造千亿产业集团。据此,公司也提出了2014年经营目标,计划实现营业收入138.22亿元,同比上升19.42%;计划实现净利润4.11亿元,同比上升39.42%。

我们认为,清晰的发展思路对一家公司未来的发展至关重要,远东电缆在制定战略规划的过程中充分考虑了自身的资源和优势,并制定了详细的发展计划和实施举措,最终将顺利实现上述目标。

(深圳怀新企业投资顾问有限公司)(CIS)

中国车企积极踏上国际化征途

力帆汽车正式启动南美战略,预计今年南美市场销量增长50%

证券时报记者 张达

在日前举行的2014年北京国际车展上,“国际化”成为自主品牌车企提及最多的发展战略。其中,力帆汽车更是请来前世界足球先生菲戈助阵,正式启动了南美战略。业内人士认为,今后几年是中国汽车走出去的重要时机,要力争10年后,中国汽车出口能够达到汽车总产量的20%左右。

力帆汽车总裁尚游表示,南美战略是力帆汽车基于全球化战略所提出的下一步发展规划,旨在将南美市场打造为力帆汽车最大的海外市场之一。力帆汽车旗下车型都将在2014年在南美等国陆续上市,2014

年南美市场销量预计将增长50%。

据了解,继2012年成立了巴西直销公司后,力帆汽车打算迈开“第二步”,计划未来在巴西建立一个整车组装厂直接生产,就地销售。同时,力帆汽车还计划在巴西、乌拉圭引入中国配套厂,并实现关联阿根廷市场,以及推进委内瑞拉的转口项目。

此外,力帆汽车将通过引入“品牌直营店”的方式在巴西设立品牌直营4S店,预期在未来3-5年内,实现力帆汽车品牌的全面提升,成为当地的一线进口品牌。

在谈到未来发展战略时,长安集团副总裁刘波也表示,中国汽车市场最大,一年有两三千万辆规模,

但是全球有9000万辆,如果只立足于国内肯定不行,要达到世界一流的汽车企业,必须要走出去。

长安目前正在制订的战略,就是聚焦四大国家级群,三大金砖国家,两大成熟市场,海外销量要达到25%。到2020年,我们的目标要使海外销售至少达到50万辆的目标。”刘波说。

广汽集团常务副总经理冯兴亚也表示,广汽要做大做强必须学会两条腿走路,充分利用国际国内两种资源,积极开拓国际国内两个市场,在国际竞争中培育和扩大自身的核心竞争力。广汽的国际化发展不仅仅局限于海外市场的拓展,国际品牌的打造,而

是包括产品的投融资三个方面,力争实现海外销售的规模化、资源整合的全球化和本地运营的国际化,实现跨国经营。

尽管中国目前已经成为全球汽车领域的主要参与者,中国车企越来越多地走出去,但在世界汽车组织主席Patrick Blain看来,时至今日,中国车企只关注到需求量颇大的国内市场,并未积极参与国外市场的竞争,虽然中国制造商正向一些新兴国家出口汽车,但远没有达到世界市场龙头所应有的地位。

Patrick Blain认为,这种局面必将改观,而且比想象得要快。中国拥有设计和制造优质、先进产品的雄心是全球客户所乐见

的,中国车企会在全球汽车市场变得更加活跃。

中汽协秘书长董扬表示,今后几年是中国汽车走向海外、出口、在海外建厂的一个重要时机,希望10年之后,中国汽车出口能够达到汽车总产量的20%左右,同时也希望中国也要有一两家企业进入世界汽车企业排名前十强。

在国际化方面,董扬还认为,中国汽车应该由产品输出为主转向资本、技术、产品共同输出。在出口和海外建厂方面,中国企业应该关注目标国的政府需求和消费者需求,要注重利用当地的资源,同时也希望政府在外交、外资、金融、保险等方面支持中国车企走出去。

第二届上交会昨日开幕 节能环保唱主角

证券时报记者 徐然

为期三天的第二届中国(上海)国际技术进出口交易会(简称上交会),昨日在上海世博展览馆开幕。从本届展会的展商分布和观众的关注程度来看,上交会今年的热门产品主要集中于三个领域,一是新能源与节能环保;二是生物医药与护理保健;三是自动化、智能化解决方案。

在以“技术”为核心的上交会上,新能源与节能环保主题贯穿全场。其中,新能源汽车“巨星”特斯拉无疑是备受瞩目的焦点。现场不少观众坦言,就是冲着特斯拉来的,还有观众现场表示希望购车。而在二楼的展厅里,国家电网正在现场演示充电桩如何给电动车充电。上汽集团e50等电动车型也来到会场。

除了新能源汽车,城市垃圾处

理、空气治理、可再生能源利用以及绿色节能建筑等环保节能技术,都在上交会的展厅里有所体现。城投控股展示了“上海中心”、固废领域”等城市解决方案模型;上海电气则展示公司的能源利用理念和配套技术;还有多家公司现场展示了高效的室内空气洁净技术及大气污染治理方案。

医疗与家庭护理板块同样受到关注。胶囊机器人是会上火热程度仅次于特斯拉的人气展台。这种带摄像头的肠胃检查机器人外观如一颗白色胶囊,吞服后以另一台仪器进行体内控制。据悉,这种先进的检查技术已在国内4家高端医院开始使用,一次费用约为3700元,已被纳入医保。

不仅有诊断设备,现场还展出了一些如心脏输泵之类的高科技医疗器械。另外,生物医药的技术展

示也在吸引了众多的注意力,复星医药、上海医药悉数到场。

自动化、智能化方案也是上交会的主力军。自动化方案供应商欧姆龙,在未来科技展区展示了一种通过个体智慧化,来进行整体优化的理念。据悉,这种理念有可能在未来的车联网自动驾驶上有所应用。

上海诺维达信息技术公司则推出了智慧停车诱导系统。据了解,该系统每个车位造价达2000元至3000元,未来将在虹桥机场二期停车场进行使用。

值得一提的是,上交会不乏一些富有创意的试验性产品。例如,一款可以模拟更换时装的“穿衣镜”引起了很多人的兴趣。该产品通过人像捕捉,在屏幕上实时生成影像,再通过软件将一件件时装叠加在影像上,使用者只需挥挥手就能让镜中的自己换衣服了。还有很多诸如能



图为上交会上展示的可穿戴设备

徐然/摄

让人身临其境的“虚拟现实”显示屏、人脸识别的智能安全系统、帮助掌握人体健康状况的可穿戴设备等新兴技术也逐一在展会上呈现。

新闻短波 | Short News |

中国南车“地铁医生”再获上海订单

中国南车(601766)洛阳公司日前宣布,公司再次获得上海申通地铁钢轨探伤车和轨道检查车订单,新订单将于2014年年底前交付。

地铁钢轨探伤车和轨道检查车素有“地铁医生”之称,整列车犹如一个移动医院,为地铁轨道排除病害。2010年,中国南车洛阳公司就开始为上海申通地铁提供相关车辆,被地铁工人亲切地称为“小黄蜂兄弟”。每天凌晨,当上海地铁停止运营之后,这列涂着黄漆,悬挂2节车厢的特殊列车就开始为上海地铁的轨道排除病害。据统计,4年来“小黄蜂兄弟”共开行1万公里,为上海地铁累计排除1000多处轨道病害。(刘征)