

中国北车上线 国内首台高铁救护车

截至7月16日,由中国北车(601299)北京二七装备公司研制的国内首台、世界最快“高铁救护车”已经进行了为期3周的作业考核试验,预计考核试验将在8月底结束。高铁救护车为时速160公里的接触网多功能综合作业车,在中国铁路总公司北京供电段张家口万全西供电综合工区进行作业,是当今世界技术最为先进、运行速度最快、功能最为综合、用途最广泛的快速接触网综合作业车和检修、抢险用车辆。

与既有铁路工程车不同,“高铁救护车”装配了两个心脏,即高速和低速双柴油机传动机组,能够在液力传动和液压传动系统之间实现切换,使该型作业车具有快速行驶和低速作业走行两种运行模式。它的最高运行时速可达160公里。即使是在坡道隧道内和冰雪灾害发生时,也可以快速、安全地加速和制动,迅速驶抵作业现场。“高铁救护车”于6月23日正式上线作业。据测算,我国铁路至少需要400台接触网多功能综合作业车,市场空间巨大。(刘征)

上海机场旅客吞吐量 6月同比增7.38%

上海机场(600009)今日公布2014年6月运输生产情况简报。公司6月实现飞机起降3.21万架次,旅客吞吐量411.32万人次,货邮吞吐量25.74万吨,同比分别增长7.16%、7.38%和6.85%。

数据显示,上海机场国内实现飞机起降1.65万架次,旅客吞吐量198.37万人次,国内货邮吞吐量2.68万吨,同比分别增长7.17%、4.77%和1.9%;国际方面飞机起降1.19万架次,旅客吞吐量161.94万人次,货邮吞吐量19.73万吨,同比增长5.04%、7.93%和6.88%;地区方面飞机起降3335架次,旅客吞吐量51.01万人次,货邮吞吐量3.33万吨,同比分别增长18.09%、16.75%和11%。(董宇明)

比亚迪巴西项目落地 首期投资5.4亿

证券时报记者 卞龙

世界杯的激情尚未褪去,比亚迪(002594)布局巴西的热忱正在升温。证券时报记者获悉,比亚迪巴西建厂一事有了最新进展。比亚迪方面在接受证券时报记者采访时证实,该项目已正式落户圣保罗州坎皮纳斯市,首期投资为2亿雷亚尔(巴西货币,约5.4亿元人民币)。

这是比亚迪在拉美地区投资成立的第一家工厂。比亚迪方面表示,将立足巴西,辐射南美,打造比亚迪未来的南美总部。此前,比亚迪已经完成了在北美、非洲与中东等多个大市场的布局。

年产大巴近千台

比亚迪此次于巴西的投资项目不仅包括首座电动大巴工厂,还将成立研发中心和原型车制造中心。据悉,坎皮纳斯工厂主要为电动大巴和铁电池模组组装工厂,并定位为拉美研发中心,主要负责电动车、电池、智能电网、太阳能、发光二极管(LED)等项目的研发。除电动大巴外,该工厂还将承担比亚迪太阳能板组装业务。

比亚迪巴西分公司总经理李铁透露,到2015年,该工厂将达到年产500台~1000台大巴的产能,直接创造450个就业岗位。

针对此次投资,比亚迪总裁王传福表示,比亚迪将把绿色纯电动大巴与环保的铁电池技术带到巴西,同时还将当地开发太阳能及储能,通过太阳能板、铁电池、LED灯,利用离网等分布式储能技术,提供绿色城市整体解决方案。

据坎皮纳斯市经济社会发展旅游局局长Samuel Rossilho透露,他们的团队曾来华考察过比亚迪两次,他表示:坎皮纳斯与比亚迪建立了长期互信合作的战略合作伙伴关系,接下来我们将继续努力,争取与

比亚迪达成更大规模的合作。”

比亚迪2012年10月在巴西成立分公司。今年1月,比亚迪披露了上述工厂的投资意向。在筹备工厂的同时,比亚迪的市场推广工作也在进行中,目前比亚迪纯电动绿色大巴已完成在巴西5个主要城市的路演及实况测试,当地政府、大巴运营商均对测试结果表示满意。

降低成本

王传福在比亚迪今年的业绩会上曾表示,在巴西设置电动大巴工厂,不仅是为了供应当地市场,也因为巴西是高关税国家,在巴西建厂可以降低成本。

资料显示,巴西是世界上贸易壁垒最多的国家之一,为保护本国汽车工业,巴西政府长期采取高关税政策以限制汽车的进口。按照现有规定,巴西针对进口汽车征收的工业产品税税率为37%-55%。



本报资料图

受制于政策影响,比亚迪目前在巴西业务规模较小。但参照美国工厂模式,比亚迪有望开拓这一潜力市场。Wind数据显示,近5年,比亚迪的巴西业务营收均未超过2亿元人民币。对比来看,比亚迪2013年在美国设立工厂,当年比亚迪在美营收同比增幅

超过150%,涨至19.18亿元人民币。

客观上来看,巴西方面也十分鼓励海外投资,比亚迪能顺利在巴西投资设厂得到了巴西圣保罗州投资推广署的鼎力协助。记者获悉,后者在投资方与州政府、公共机构的对话中起到了至关重要的推动作用。

盖世汽车网调查显示:

启动电动车市场须充电桩建设先行

证券时报记者 张达

近日,北京出台万座充电桩建设规划及即将出台新建小区停车位配建充电桩不得低于18%等政策,此举引发了业界对北京充电桩建设目标过于激进的质疑。不过,盖世汽车网最新一期业界调查显示,五成业内人士认为该规划值得肯定,启动电动车市场,充电桩建设必须先行,但合理布局是关键。

针对北京市关于充电桩的建设规划,五成的受访者表示认同,认为规划目标并不过于激进。因为基础设施建设赶早不赶晚,即便短时间内不能迅速实现满负荷使用,但随着政策层面扶持的加大以及汽车企业的持续新品投放,新能源汽车或将真正迈入到实用阶段,政府理应先未雨绸缪,为新能源汽车产业的爆发打好基础。

长期以来,充电桩等基础设施

配套不完善一直被视为影响电动车市场化发展的重要原因,北京作为首都城市,规定充电桩建设的量化标准被多数业内人士当做一种信号,表明国家层面对于大力发展新能源车产业的决心,北京的相关规定具有很强的示范作用,将在全国范围内刺激电动汽车的配套建设。

不过,也有43%的受访者表达了不同意见,认为北京的规定明显不合时宜,过于激进。其中,9%的受访者认

为当前的电动汽车保有量还太低,并不需要大规模建设充电桩;34%的参与者认为目前的电动车标准尚未统一。随着技术的更新换代,目前建设的充电桩在未来很难保证适用于所有的电动汽车,在此前提下大规模建设充电桩将承担较大的风险,很容易造成大量资源浪费。关于充电桩建设对促进电动车发展的作用,34%的受访者认为这种影响是决定性的,充电桩建设将决定电动车市场的发展,而更多

的受访者(占比57%)则认为充电桩建设是必要条件,但并非决定性因素。

业内人士认为,充电桩是电动汽车在私人市场快速推广的前提条件,在快速充电桩实现规模化布局之前,电动汽车市场很难快速发展起来,但真正决定电动汽车市场化发展的原因还在于电动车本身,而售价高、技术不成熟、基础建设不完善等都是电动车在国内市场长期无法取得突破的主要原因,而前两者的影响明显更大。

新华联:正经历凤凰涅槃,欲跻身一线房企之列

自2011年7月8日上市至今,整整3个年头,从区域定位到产业结构再到投资策略,新华联(000620)的整体发展战略发生了前所未有的深刻变化。如今,新华联正在经历一个凤凰涅槃的过程,需要一个蛰伏期和调整期。

上市后的新华联,随着2012年年初现任总经理苏波的加入,专业度得到更大提升。曾担任过老牌房企合生创展华北区总经理的苏波,带来了更加先进的管理思想、理念和经验,更加重视品牌 and 品质的提升,着重做“三精战略”——精细化、精品化、精准化,并强化了公司各项专业管线的建设,包括成本、营销、财务、信息化管理,对建立优秀品牌企业有了更高的追求。

这一系列变化,昭示着新华联未来的发展前景更加美好。在苏波看来,上市是一个契机,促进新华联加快战略转型。今年正在全力调整,下半年将调整销售策略,力争明年销售收入突破100亿元。我们的目标是将新华联打造成一个良性健康、适度规模的企业,进入中国房地产一线品牌行列。”苏波说。

收缩三四线投资 挺进一线城市

尽管前景是美好的,但现实往往也是残酷的。从去年年底到今年,房地产市场发生了巨大变化,特别是三、四线城市的成交量持续疲软,去化率慢,利润率低。

苏波表示,新华联上市后,对区域定位进行了调整,尽量控制三、四线城市的投资规模,并且把原有的投资进行相对收缩。

我们非常清醒地意识到,房地产企业未来要发展,就要向较好的城市区域去拓展。这两年很多大型房企都开始收缩在三、四线城市的投放量。”苏波说。

在市场低迷的情况下,成本控制更重要。苏波表示,新华联正在建设一个强有力的成本管控体系。与此同时,今年正在全力调整整体的销售策略,希望下半年在三、四线城市的存货能够加

速去化。

苏波认为,房地产企业需要明确自身发展区域,并进行区域深耕,在减少管理成本的同时增加项目管控,这样才能实现有效的区域经济效益总量的提升。

对于未来拿地策略,苏波表示,目前新华联在三、四线城市的土地储备占比达到50%,未来将减少该区域的拿地额度,而在北京、上海和东部等发达地区要增持土地。现在出手一定要特别谨慎,要选择去化率快的城市和项目,使公司真正实现良性循环和发展。”他说。

去年,新华联在上海虹桥商务区拿下一块近200亩的土地,标志着新华联正式进入上海滩。同时,在北京的顺义和平谷、天津的武清陆续拿地,这些都昭示着新华联加快步伐,从原来的三、四线城市向一线城市发展。

适度增持商业 扩大文化旅游资源

上市后的新华联,在产业结构方面也发生了改变,从过去的单一做中低端住宅,转向植入中高端住宅、商业地产和旅游地产,这也是新华联的重要战略转型。

商业地产成为新华联的重要支撑。苏波表示,上海、西宁、银川等商业项目填补了当地的空白,尤其是去年6月在上海虹桥商务区拿下的地块,将为新华联未来的发展奠定一个坚实的基础,会让新华联的层次再上一级,因为无论是地段、产品,还是未来在房地产界的影响力,对新华联来说都将发生较大变化。

苏波介绍,上海虹桥商务区是上海未来经济发展的引擎,目前聚集了全国一线房企29家,堪称“虹桥奥林匹克竞技场”,而其他房企的现代建筑产品不同,新华联的产品是真正意义上的欧式建筑,有18个欧式独栋,面积在2000-4000平米,价值非常高。这对未来新华联的商业格局起到了重要的引导意义。

对于如何规避商业地产投资风险,

苏波表示,首先要选择位置好、未来发展前景好,在当地最稀缺的资源,在把握好当地市场和资源情况后可以进行投资,但是要适度控制商业投资规模,控制好持有型物业和销售型物业的比例,并在所熟悉的区域进行深耕。

谈到文化旅游地产,苏波认为,文化旅游地产在中国一直方兴未艾,是当今中国政府支持的一个重要的房地产板块,新华联已经进入到文化旅游地产第一集群,安徽芜湖和湖南铜官的两个项目极具代表性。其中,芜湖项目规划了芜湖老街、奥特莱斯、魔幻海洋秀场、五星级酒店、渔人码头、民国风情建筑一条街等重要业态,目前已经全面开工建设;铜官项目围绕铜官窑的窑址,建设铜官古镇。同样也有一个海洋秀场,这样一个辐射华东地区,一个辐射中南和华南地区,未来对旅游市场的推动力是非常大的。

这两个项目一个在长江边上,一个在湘江边上,未来我们还是希望控制一些优势的旅游资源,能够在文化旅游方面更有突破。”苏波说。

苏波认为,文化旅游地产同样需要处理好销售和持有的关系,目前新华联的销售型物业和持有型物业比例控制在七比三,不能突破六比四的红线,因为旅游地产前期投入大。另外,文化旅游地产中,除了持有型物业外,还有大量可售型物业,这些都可以弥补旅游地产开发所需资金问题。

海外投资前景好 有机会就去尝试

除了看好国内文化旅游地产,苏波也同样看好国外的旅游地产,公司将触角伸到了马来西亚和韩国,这也引起了资本市场的较大反应。

对于海外两个项目的进展情况,苏波表示,马来西亚南洋度假中心项目的土地已经拿到,目前处在规划设计阶段,预计下半年开始动工。新华联作为进入马来西亚的中国五大房企之一,将会充分发挥马来西亚独特的土地资源优势,和新加坡形成互动。而韩国济州岛锦绣山庄国家度假

区项目,是与韩国黑石公司合作,总体土地规划面积约2000亩,集观光旅游、酒店、娱乐、高尔夫为一体,目前整个项目推进顺利,但因当地的特别规定,土地拿到后,环评时间需要12个月,目前仍处于环评和前期规划设计阶段。

之所以选择马来西亚和韩国,苏波表示,马来西亚是中国的近邻,传统意义讲跟中国关系很好,当地华人较多,同时也是新华联集团总裁傅军先生创业起家的地方。所以只要符合中国和当地法律,有商业机会就去尝试。而济州岛离国内很近,有很多投资优惠政策,而且房地产价格比国内便宜不少,未来中国人投资优势明显,因此没理由不去做。

国内土地越来越贵,面包不让涨价,面粉却涨得厉害,而海外市场相对较大,也比较成熟,同时海外融资相对便宜,在全球一体化时代,只要有机会都会去尝试。”苏波说,未来会选择政局稳定并且新华联自身有基础的国家进行投资。

在苏波看来,海外投资最大的困难是当地的法律法规与中国完全不同,必须搞清楚,第二是劳动力成本、原材料价格跟国内也不同,第三是中方派驻企业的员工与当地员工之间的文化差异,第四是市场不同,建设过程中与当地政府相处和资源的配置都需要逐渐去摸索。“全球一体化必须具备这方面的人才,有这方面的心理准备,从前期半年多的运作来看,新华联还是有较大的改进。”苏波说。

融资渠道畅通 业绩增长可期

不论是商业地产的加码,还是旅游地产的扩张,都需要大量的资金支持,在当前楼市低迷、银行信贷收紧的背景下,资本市场对房企再融资的放开,为新华联提供了新的融资渠道。

苏波介绍,公司本次定向增发和公司债拟募集资金总计34亿元,其中定向增发21亿元,涵盖了三个募

投资项目,包括北京平谷项目、银川火车站项目、湖南醴陵项目,均涉及棚户区改造和政策房建设,符合当前国家鼓励政策,而且今后的前景较好,目前三个项目的建设和销售都很顺利,未来对股东的回报也比较可观。另外,13亿元的公司债主要用于补充流动资金,对公司的现金流及今后重要项目的支持起到关键作用。

我们对再融资非常重视,也希望能够顺利完成。资金一旦获批后,对于降低我们的资产负债率、降低资金成本、增加利润等具有特别重要的意义。”苏波说。

苏波表示,目前新华联的融资工作比较顺利,融资成本控制得也不错,经营和现金流比较正常,特别是上海项目20个亿的融资,目前各家银行都很感兴趣。而海外的融资渠道广、融资成本低,两个项目已吸引香港很多银行的关注。我们会充分拓展海外融资管道,充分发挥定向增发、公司债以及优质项目的优势,同时合理控制融资额度。”他说。

对于明年很多房企将面临信托集中兑付的问题,苏波表示,下半年在三、四线城市要想方设法加快去化,来提前偿付一部分,使资产负债率能够降下来。目前公司的融资成本在10%左右。

苏波表示,新华联不是一个孤立的房地产公司,背后有一个中国500强的集团支持,并且集团和新华联在银行历年来的信誉都非常良好,集团给上市公司提供了一些渠道和担保,新华联多元化的经营也让企业可以稳健发展。

推广全员销售 加速存量去化

上市公司除了有远景还需要有业绩来支撑。但是,今年上半年,房地产市场整体低迷,新华联的营业收入和净利润也同比出现大幅下滑。

对此,苏波表示,一方面,新华联从上市到现在,一些高利润的项目已经在

前两年去化完了,现在正处在重新调整结构,囤积一、二线城市货量的阶段。另一方面,一、二季度的情况也受制于整体市场的拖累,尤其是重灾区三、四线城市。此外,公司目前正处于快速发展阶段,前期投入多、费用大,也挤压了整体利润。

经历了质的飞跃后有阵痛,现在正是一个坎儿。”苏波说,这也是房地产行业的一个特点造成的,房地产开发周期通常是两到三年,正好现阶段有些销售没有达到清算、确认收入的条件,就面临空档期,造成业绩不理想,后期随着工程进度的推进,销售的增加,符合房地产行业财务要求的项目确认收入后,业绩会有所好转。

为了加快去化,提升业绩,从上半年开始,新华联就把销售作为一个重要任务来抓。在市场不好的情况下,销售模式需要进行调整。”苏波说,现在有几个项目正在做试点,主要是减少固定的销售费用,比如路牌、报纸等大幅广告费,把这些销售费用给到团队,加大销售团队规模建设,同时,把销售卖场从售楼处覆盖到社会各个角落,变成真正的“行销”而不再是“坐销”,以此提高到客率和品牌认知度。

全员销售在武汉的试点取得了比较好的业绩,现在正在调研全国市场,要把这种销售模式向全国推广。另外,我们也会对销售价格做适度的调整。”苏波说。

对于房地产行业市场前景,苏波称他是乐观主义者。他认为,当前中国的城市化率不到50%,与发达国家的70%相比差距较大,而中国人买房置业的思想根深蒂固,未来需求量仍然很大。同时他表示,未来房地产市场要想改善,需要向市场要活力,调整金融政策,加大对普通住宅的支持,尤其是开发贷和按揭贷款,这样才能确保中国城镇化建设稳步往前走。

(孟欣 张达) (CIS)