

7月末中国原油库存 环比上升 1.3%

据新华社电 7月末中国原油库存(不含储备库存)2920万吨,比6月末增加40万吨,环比上升1.3%。

数据显示,7月末成品油(汽煤柴)库存1621万吨,比6月末减少106万吨,环比下降6.1%。其中,汽油库存630万吨,减少25万吨,下降3.8%;柴油库存826万吨,减少64万吨,下降7.2%;煤油库存165万吨,减少17万吨,下降9.3%。

新华社经济分析师认为,由于6月份投资者对国际经济恢复形势判断难度加大,国际原油价格陷入窄幅波动之中,加之7月份大连港石油管道爆炸,多重因素导致中国7月份原油进口量环比下降15%,从6月的2227万吨大幅减少至1900万吨。产量方面,中国7月份原油产量环比增加34万吨,达到1722.4万吨。但由于中国7月份原油加工量依然保持高水平,达到3528万吨,仅比6月份减少6.8万吨;综合因素导致7月份中国原油库存上升。

成品油方面,7月份汽油产量有所下降,柴油产量增速也明显降低。但尽管7月份部分地区水灾、高温等极端天气不断,在暑期旅游、上海世博游的推动下,汽油消费继续保持小幅增长态势。同时,北方夏收、抗洪救灾等形成对柴油集中需求,缓解了柴油淡季销售压力。

欧盟对中国产塑料袋 展开贸易调查

据新华社电 欧盟委员会近日决定,对从中国进口的塑料袋展开调查,以查明部分中国塑料袋厂商是否通过一家厦门出口商向欧盟出口塑料袋,从而逃避高额反倾销税。

欧盟委员会在欧盟官方公报上刊登了这一决定。欧盟委员会说,其掌握的初步证据表明,一些中国塑料袋厂商调整销售模式和渠道,通过厦门兴厦塑料有限公司向欧盟出口塑料袋产品。

欧盟2006年对中国塑料袋采取正式反倾销措施,为期5年。其中,部分中国塑料袋厂商面临高达28.8%的高额反倾销税率,而厦门兴厦塑料有限公司等近百家企业则被处以8.4%的较低税率。

欧盟委员会将在2011年5月前完成调查,以决定是否在规避反倾销税的行为。如果存在,欧盟将考虑调高对兴厦塑料有限公司的反倾销税率。

欧盟对中国产塑料袋采取反倾销措施一度引起了欧盟零售商的强烈不满,因为此举将抬高欧盟市场上的塑料袋价格,增加商家的包装成本。

2010 年国际制冷技术 交流会在珠海召开

证券时报记者 西木

本报讯 日前,由国家节能环保制冷设备工程技术研究中心主办的2010年国际制冷技术交流会在珠海举行,来自海内外的近300位顶级专家参加了此次交流会。

国家制冷研究中心是经国家科技部批准、我国制冷业唯一的国家级工程技术研究中心,由格力电器(000651)负责组建。目前,中心共承担了59个重大科研项目,其中国家级项目8个、省部级重大项目13个,在环保制冷剂替代技术、新型换热器研究、变频控制技术等方面取得了一大批重大科技成果。

此次国际制冷技术交流会是近三年来我国制冷界规模最大、级别最高的一次国际性学术交流会。来自美国、日本、丹麦、比利时、中国台湾、中国香港等20多个国家和地区的制冷专家累计提交制冷技术领域论文104篇,其中36篇尖端技术论文在现场发布,内容涉及制冷与空调系统、压缩机、制冷剂、换热器、空气品质等热点行业技术难题。会上,各国专家还分别就温湿度独立控制技术、制冷剂替代、空调设备性能评价方法、高效压缩机及变频技术、热泵技术、强化换热技术等6个前沿课题进行了分组研讨。

辽宁红沿河核电站二号机组 常规岛安装工程开工

据新华社电 辽宁红沿河核电站二号机组常规岛主行车23日完成吊装,从而标志着二号机组常规岛安装工程正式开工。

这是辽宁红沿河核电建设的一项重要工程节点,初步预计,这项安装工程要持续进行18个月左右。

常规岛是核电站两大主要厂房之一。每个常规岛汽轮机主厂房内要安装两部最大吊装能力为200吨的主行车,用于在安装及维修期间为整个常规岛主厂房内的汽轮发电机组及其辅助设备提供吊装服务。主行车是常规岛内大件设备之一,它的顺利安装是实施后续设备安装等工程的前提条件。每部主行车由主梁、端梁及主副小车等组成,安装标高为32.8米,主梁长度42.64米,吊装难度很大。

到本月初,红沿河核电站1、2号机组核岛与常规岛土建工程施工分别完成85%和78%;3、4号机组核岛与常规岛土建工程也分别完成37%和26%。

淘宝吹响集结号 携程能否突出重围

证券时报记者 张若斌



制图/翟超

客户粘性： 互联网时代业务拓展的核心

证券时报记者 刘行健

后发进入旅游预订市场的淘

宝,机票预订业务短短几个月内飞速成长,给旅游预订行业龙头携程带来了压力。淘宝依靠的是网购平台龙头老大的优势,是其背后的庞大客户群体的客户粘性。

正是依靠QQ平台庞大的客户群体,强大的客户粘性,一次次在业务模仿和复制中脱颖而出,反超这些业务的初始创造者,成了互联网人见人怕的猎食者。面对腾讯的业务复制,一个个单一类型的互联网龙头如履薄冰,业务屡受挑战,如联众、开心网、暴风影音、团购网。

多年来,互联网权力经历了三种模式,其核心一直都是用户,首先是微软的桌面操作系统霸权,这使得IE浏览器等软件占据了主导。其后,免费的信息整合又给谷歌等带来了垄断地位,免费邮箱、免费地图、免费搜索,让这些门户和搜索引擎成为网络的出发点。而目前,facebook、腾讯、淘

宝等则创造了一种新的力量,它们都以其平台创造的人与人之间的交互性和社交圈产生了强大的用户粘性,而用户粘性令这些公司在业务拓展中无往而不利。

用户是互联网的基础,粘性则是用户的基础。用户可以放弃某个网站或软件,但没法放弃QQ的朋友交流,没法放弃淘宝的众多卖家买家,而这种必须使用的平台中集成的业务和功能,则天然拥有了庞大的用户群。

面对这种模式,业务单一的网络龙头或创新者充满着危机,在类似腾讯、淘宝这样的拥有核心拓展力的强大猎食者面前,还有多少携程这样的互联网细分行业龙头面临挑战?摆在这些公司面前的是,如何保障自己的份额,改进自己的经营模式,留住客户忠诚。



携程独霸旅行预订市场的格局可能遭到颠覆。艾瑞咨询最新发布的中国旅行预订市场研究报告显示:2010年第二季度第三方在线代理商营收规模达到12.8亿元,同比增长41.4%,环比增长12.3%。其中携程占据53.6%的市场份额依然居于市场首位,但从5月份淘宝旅行平台正式上线至8月初,淘宝旅行平台每日机票出票量已经达到1万张左右,相当于每8.6秒就售出一张。高达2亿的海量用户群成为淘宝旅行预订市场的杀手锏。

携程帝国的 盛世危言

8月10日,携程网发布2010年第二季度财报。财报显示,作为携程的两大支柱业务,第二季度携程来自酒店预订业务的营收为人民币3.16亿元,同比增长42%,来自机票预定业务的营收3.07亿元,同比增长42%。

这是一份看似不错的成绩单。在财报之后的分析师会议上,携程董事局主席兼首席执行官范敏、CFO孙洁都承认,携程第二季度的增长和上海世博会等热点的拉动密切相关。具体到机票业务,旺季带来的机票价格和机票销量的上涨是携程机票业务增长的主要原因。

在分析师会议上,市场调研公司Susquehanna International Group(SIG)分析师赵明表示,去除价格因素,携程第二季度机票交易量的同比增长率是22%,这已经是连续四个季度机票交易量增速放缓,如果去除携程收购易游网带来的交易量,增速甚至低于22%。

去掉掉世博会和市场旺季带来的影响,机票代理市场涌动的暗流毫无疑问在增大携程的压力。自2010年3月份法航-荷航集团宣布在中国实行机票代理“零佣金”政策以来,国内外航空公司纷纷下调代理佣金。从7月3日开始,东航、上航从北京始发国内的大部分航班取消了2值奖励,也就是航空公司在公开规定的代理费返点3%后再增加的返点。

佣金下调不仅直接降低了携程的利润水平,也推动更多传统机票代理纷纷转型网上销售,拉近与携程在业务上的距离。携程虽然披着互联网企业的外衣,但其本质上还是一家大的代理,模式上的局限性和单一企业服务能力的瓶颈已经显现。

淘宝旅行的野心

面对扩大市场、提升业绩的压

力,携程CFO孙洁表示携程的方向之一是发展在线市场。在财报之后的分析师会议上,孙洁表示,在线业务可以缓解携程在劳动力需求方面面临的压力,因为在线平台显然需要更少的客服人员,如果将更多业务转移到在线平台,利润率将进一步提升。

正是在线市场,携程和淘宝旅行平台撞在了一起。淘宝作为国内网购龙头的地位已经深入人心,2009年两会期间,东航董事长刘绍勇称“不想总为携程打工”,刘绍勇给出的对策就是“想见马云”,让东航做电子商务。随后,东航高调在淘宝上开出旗舰店,其官方网站也和支付宝展开了合作。两者都是东航加强在线直销的标志性举措。

淘宝正在高调介入在线旅游市场,淘宝网把机票、酒店、客栈以及旅行线路、门票,跟淘宝上的千万种商品一样陈列在网络商店之上。显然,电子机票、酒店预定等无需物流配送的特性比实物类商品更适合网上销售。截至8月份,淘宝网用户数超过2亿,覆盖了国内大部分网上消费人群。将庞大的用户群引导到机票等在线旅游消费上,淘宝在用户规模和用户获取成本方面的优势是携程等其他平台所难以比拟的。

群狼斗独虎

除了令人胆寒的用户规模,淘宝的另一个优势在于它并不是一个人在战斗”。瞄准淘宝庞大的网购用户群,目前不仅东航、深航、联航、幸福航空等航空公司已经率先在淘宝旅行平台开设了官方旗舰店,还有包括不夜城航空、网逸航空、滕邦、深圳达志成等200多家实力强劲的一线机票代理商入驻。

这些传统机票代理商占据了当前国内机票市场70%以上的市场份额,几乎垄断了国内的B2B机票代理市场。登录淘宝开展网上直销,是这些代理商应对佣金下调压力,开拓增量直销市场的重要步骤。

这些大的机票代理商,即使是

北京楼市 8 月中上旬量价齐升 28 项目 9 月入市

证券时报记者 张达

本报讯 北京远郊低价开盘项目的大规模推售令8月成交量增加,而市区高端项目的热销则拉升了整体成交均价。同时,开发商普遍寄望于传统的销售旺季实现突破,“金九”计划开盘项目大增至28个。不过,有业内人士认为,随着近期土地市场收紧、开发商利用预售款可能收紧以及二套房贷的继续收紧,北京楼市可能面临量跌到价跌质变。

亚豪机构统计数据截至8月中旬(截至20日)北京市商品住宅期房共成交2967套、34.4万平方米,环比7月同期分别增加2.7%和15.2%。扣除保障性住房,实际成交环比分别增加9.5%、22.8%。商品住宅现房共成交641套、9.5万平方米,环比分别增加25.7%和22.4%。8月中上旬,北京市商品住宅整体成交均价20726元/平米,环比7月同期每平方米涨幅为16.1%。

亚豪机构副总经理任启鑫认

为,北京7月下旬入市的产品大致分为两类,一类是远郊热门板块的低价项目,像保利莱莉公馆、绿地新里西斯莱公馆和中粮万科长阳半岛3个项目累计贡献了全部商品住宅期房1/3的成交量;另一类是市区稀缺板块的高端项目,像富力十号、万科蓝山等,均价都在4万元/平米以上。正是这两类适销项目入市,致8月中上旬楼市量价齐升。但他同时指出,8月前三周北京市仅有8个项目开盘,供应房源不足,而8月已开盘的

高端项目销售速度相对较慢,很难在短期内迅速转化为成交量,因此8月整体成交量很可能环比回落。

不过,供应低迷的态势在9月或逐步改善。亚豪机构统计数据显示,9月北京计划开盘项目达到了28个,其中,纯新盘12个,占比大幅提高,超过了总量的四成。9月的计划开盘量和纯新盘比例都达到了调控以来的最高水平。同时,在这28个计划开盘项目中,21个项目有报价,均价为22026元/平方米。而

12个纯新盘的平均报价仅为19278元/平方米,价格低于整体水平,且多数新盘报价在15000-20000元/平方米之间。

任启鑫认为,“金九”计划开盘项目大增,主要是开发商普遍寄希望于传统的销售旺季实现突破。从目前来看,热销项目毕竟是少数,能否吸引更多购房需求进场消费成为开发商面临的首要问题,因此,作为需求旺季的9月将成为开发商力争的关键节点。

深圳新房成交量大涨 均价环比上涨 18.6%

证券时报记者 杨晨

本报讯 深圳上周8月16日至8月22日,新房成交均价维持在每平方米2万元高位。上周,全市新建商品房成交843套,平均每天成交120套,环比上涨逾70%,成交均价每平方米21368元,环比上涨18.6%。

根据深圳市规划和国土资源委员会公布的数据,上周全市新建商

品房总成交金额为15.7亿元,日均成交约2.24亿元,与上上周成交7.6亿元相比,环比上涨106.4%,总成交面积约7.4万平方米,环比上涨幅度约74%。新政刚出台的4月,深圳新房当月均价为每平方米20567元,可以看出,4个月后,深圳房价波动很小。

世联地产分析报告认为,上周一手房成交量大涨,与第五园以及水榭春天在上周集中备案有较大联

系,成交均价上涨,盐田区豪宅的放量成交仍是重要的影响因素之一。

合富置业首席分析师龙斌认为,深圳楼市成交量大幅反弹,主要由于前期深圳楼市成交量出现暴跌,经过3个月左右的调整,市场逐渐消化了新政的影响,刚性需要支撑成交量反弹,属于补涨;其次,前期开发商持观望姿态的较多,如今愿意优惠促销的开发商增多,令楼盘供应量增加,从而促进了成交量

的上涨。

二手房方面,上周全市二手房共成交2533套,成交面积为24.8万平米,环比上涨了22.5%,创下近八周来的成交量新高。世联地产分析报告认为,二手房成交量大涨主要因为深圳涉及阴阳合同的房地产监管办法将于9月1日正式实施,可能令置业者担心购房成本上升,从而集中入市。

更有消息称,随着二手房成交

量的回升,卖家开始惜售房屋。龙斌认为,目前楼市再次陷入僵持状态,由于中国经济增长较快,整体经济环境向好,再加上楼市调控政策趋于稳定,因此卖家变强势,但在调控政策稳定的情况下,这种带补涨性质的反弹只是暂时的,未来楼市走势需要看经济形势变化以及后续调控政策。

■ 关注房地产市场