收地补偿到位 ST康达尔每股收益1.15元

ST康达尔（000048）发表业绩预告称，公司2011年度将扭亏为盈，实现净利润4.48亿元，折合每股收益1.15元。

净利润大增的原因有三个。首先，公司与深圳市规划和国土资源委员会坪山管理局于2011年11月就公司位于坪山新区坑梓街道的两块土地征收签订了《收地补偿协议书》。截至2011年底，两块土地已经办妥移交手续，深圳市规划和国土资源委员会坪山管理局已按协议支付了收地补偿款。预计公司2011年度实现土地使用权、地上建筑物及附着物处置收益等约4.5亿元计入营业外收入。其次，公司因诉讼事项计提的预计负债同比大幅减少，预计减少金额约2300万元。最后，公司计提坏账损失同比预计减少约800万元。（罗平华）

受累PTA价格波动 恒逸石化下调业绩预期

因精对苯二甲酸（PTA）价格大幅波动的影响，国内民营石化巨头之一的恒逸石化（000703）略微下调了对2011年全年的业绩预测，由去年三季报中预计的2011年净利润24.5亿元~26.5亿元，下调为19亿元~21亿元；增长幅度由101294.69%~109571.81%下调为78532.62%~86809.74%。

公司表示，由于欧债危机持续发酵、大宗商品市场悲观情绪宣泄以及石化产业链中下游环节去库存化等宏观因素的影响，公司主打产品PTA在去年10月、11月价格出现大幅下跌。PTA市场报价自9月底的10000元/吨左右一度跌到7800元/吨，公司的PTA结算价也从9月的10750元/吨降到11月最低的8600元/吨。受此影响，公司PTA产品毛利明显缩窄，从1至9月的平均1360元/吨降至10至11月的平均348元/吨。12月份，PTA价格和毛利已经有所回升。由于11月下旬以后多家PTA工厂进行装置检修以及上游PX原料价格回落和下游刚性需求呈强等因素，12月份PTA结算价回升至8750元/吨，公司的PTA产品毛利上升至485元/吨。（马宇飞）

去年前11月有色金属业利润2114亿同比增52.8%

发改委昨天公布的数据显示，去年前11个月，有色金属行业实现利润2114亿元，同比增长52.8%，增幅同比回落27.5个百分点。其中，有色金属矿采选业利润659亿元，增长52.3%，回落24.3个百分点；有色金属冶炼及压延加工业利润1455亿元，增长53.1%，回落29个百分点。

此外，全国十种有色金属全年产量3424万吨，同比增长10.6%，增速同比减缓6.7个百分点。电解铝产量1756万吨，增长11.2%，减缓8.7个百分点；铜产量增长14.2%，加快2个百分点；铅产量增长12.5%，加快2.7个百分点；锌产量增长3.8%，减缓15.9个百分点。氧化铝产量增长14.8%，减缓7.6个百分点。（周荣祥）

去年前11月化工业利润同比增长35.7%

发改委昨天发布的数据显示，去年前11个月，化工行业实现利润3577亿元，同比增长35.7%，增幅同比回落23.1个百分点。其中，肥料制造业利润369亿元，增长73.2%，提高13.4个百分点。

此外，发改委数据还显示，去年前11个月，建材行业实现利润2796亿元，同比增长50.2%，增幅同比提高0.9个百分点。其中，水泥行业利润933亿元，增长92.6%，提高58个百分点；平板玻璃行业利润14.7亿元，下降80.3%，上年同期为增长1.3倍。（周宇）

国家药监局：药企不得擅自复产盐酸克仑特罗

为进一步加强盐酸克仑特罗原料药及气雾剂、复方制剂等管理，国家食品药品监督管理局日前印发通知强调，要规范生产行为，加强原料药生产和使用的管理，省级食品药品监督管理部门应当对企业报备的生产或需用计划进行审查，严格把关。目前已停产的盐酸克仑特罗原料药生产企业不得擅自恢复生产。确需恢复生产的，应根据市场需求情况，签订销售合同，向所在地省级食品药品监督管理部门报告；省级食品药品监督管理部门应对企业组织开展现场检查，对经检查认为生产质量管理体系运行正常，并符合相应安全管理要求的，方可恢复生产；省级食品药品监督管理部门应及时将企业恢复生产情况报国家食品药品监督管理局备案。（尹振茂）

超声电子中标中兴通讯7.79亿元项目 电容式触摸屏上半年产能消化无忧

证券时报记者 罗平华

超声电子（000823）今日公告称，在近期中兴通讯（000063）的一项招标中，该公司下属汕头超声显示器（二厂）有限公司中标多个电容式触摸屏项目及液晶显示屏项目，拿下近半份额。

超声电子此次中标产品为液晶显示模组和电容式触摸屏两个产品，中标总量1931万套，占招标总量的48.51%。其中，电容式触摸屏1056万套，占招标总量的53.33%。经测算，超声电子所中标项目的总价值为7.79亿元，其中电容式触摸屏总价值为6.85亿元。超声电子表示，中兴通讯作为公司重要客户和长期战略合作伙伴，具有良好的履约能力，此次中标将为公司完成2012年的销售业绩奠定良好的基础。

值得关注的是超声电子电容式触摸屏产品在此次招标中的优异表现，不仅数量超过招标总量的一半，而且价值占据了公司中标总金额的近九成。更为重要的是，电容式触摸屏产品是超声电子近年来寄予厚望的新产品。

简单梳理即可发现，超声电子2011年度电容式触摸屏产品推进力度很大。去年3月，公司在2010年年报中披露了触摸屏技改项目，计划总投资8996万元，预计7月正式投产；去年5月，公司推出定向增发方案，拟使用募集资金6亿元投资电容式触摸屏产业化建设项目，新增年产25万平方米的产能，项目预计2012年10月试产，2013年1月正式投产，达产年可实现销售收入12.46亿元，利润总额1.56亿元；去年12月，在二级市场低迷，定向增发受阻的情况下，公司为加快电容式触摸屏项目的进程，设立了全资子公司汕头超声显示器（三厂）有限公司，提前开始实施电容式触摸屏产业化建设项目。

另据了解，超声电子此次电容式触摸屏产品中标量约为其今年产能的一半。也就是说，公司电容式触摸屏上半年产能消化无忧。有熟悉公司的业内人士更为乐观地表示，电容式触摸屏今明两年将迎来爆发期，提前布局的超声电子有望获取更大市场份额。此前，有报道称，超声电子是国内较早介入电容式触摸屏技术研发的厂商之一，公司的电容式触摸屏采用自主研发的结构和工艺，结构更为简单，工序更少，主要是减少了目前市场上大部分产品应用的多层镀膜工序，最终可以达到和苹果iPhone等主流产品配件相当的使用效果。

收购花园乳业 西部牧业全产业链成形

图为“花园乳业新厂投产暨西部牧业与花园乳业战略重组成功”庆典仪式现场 宋雨/摄

证券时报记者 宋雨

西部牧业（300106）与花园乳业的战略重组，是资源优势、资金优势、品牌优势、技术优势与体制优势完美结合。”在“花园乳业新厂投产暨西部牧业与花园乳业战略重组成功”庆典仪式上，西部牧业董事长徐义民如是表示。

去年12月16日，西部牧业以8400万元，受让新疆石河子花园乳业有限公司60%的股权，进入乳制品深加工领域。

奶牛养殖业是西部牧业的强势产业，石河子花园乳业为新疆知名乳品企业，对于二者的战略合作，徐义民在接受证券时报记者采访时表示：“西部牧业上市一年来，加快了发展速度。公司奶牛存栏数从3000头增加到了1万头，羊、猪的存栏数增长100%。自产奶数量快速增长，种畜销量大增。但同时我们也意识到，要降低公司养殖产业的风险，就必须要建立自己的乳品加工企业。收购花园乳业后，西部牧业完善了乳业产业链，我们不仅拥有自己完全可控的奶源基地，更使养殖场生产的生鲜牛奶有了稳定的销路和较好的经济效益。”

有着28年发展历史的花园乳业2011年迁入了新建成的厂房，日加工处理生鲜乳生产能力已达300吨。其主要产品工业奶粉、酸奶、灭菌奶和花色奶均为“新疆名牌产品”。

徐义民表示：“收购花园乳业后，我们将在目前产品的基础上，开发生产科技含量高、增值空间大的乳制品，充分发挥西部牧业奶源品质优良稳定的优势。比如巴氏奶，对原料的要求较高，必须是新鲜、洁净的牛奶；高端乳制品婴幼儿配方奶粉对稳定可靠的奶源基地等生产条件要求极为严苛，西部牧业的奶牛养殖场可完全按照生产婴幼儿奶粉的标准组织奶牛养殖，提供合格的原料奶，使花园乳业生产婴幼儿奶粉成为可能。”

继收购花园乳业之后，西部牧业又成功购买了用于饲草料开发和综合利用的资产项目。徐义民表示，这两个项目的实施，标志着西部牧业已从单纯的养殖公司向畜产品深加工企业转型，畜牧业的全产业链即将形成，公司已进入发展的快车道。

海信电器差异化抢占智能3D市场

证券时报记者 崔晓莉

在掀起了智能电视的消费热潮之后，海信电器（600600）又以产品差异化战略，占得中国智能3D电视市场的先机。春节到来之际，海信电器首家推出了裸眼3D智能电视，以及其他10余款智能3D LED液晶电视新产品，填补了3D电视市场空白。

自2012年元旦3D电视频道试播以来，3D电视市场一直保持了较高的关注度，即将播出的3D春节晚会备受瞩目。央视3D电视频道的开播为中国3D电视的快速普及带来了新的契机。

中国电子商会发布的《平板电视消费者需求状况调研报告》显示，2011年3D电视的销量预计突破600万台，随着3D电视频道的陆续开播，2012年3D电视将迎来新一轮爆发期，预计2012年3D电视的渗透率将达到50%以上。

针对春节市场，海信电器集中推出了K316、K311、K310三大系列10余款智能3D LED液晶电视新产品。其中，39寸、50寸智能3D液晶电视填补了中国平板电视市场的空白。由此，海信电器率先完成了自32寸至60寸12个规格尺寸段的3D产品线布局，成为拥有3D电视产品最全的中国品牌。

作为中国3D联盟的副会长单位，海信电器近年来积极参与3D标准的研究和制定工作，在3D内容、3D传输、3D显示等方面取得了一系列技术突破，形成了成熟的3D设计方案，并在3D信号显示及处理、信号控制以及虚拟图像视点合成、视差获取等方面取得了40多项技术专利。特别是海信在3D液晶模组领域具有自主研发和制造的突出优势，从而为海信3D电视的差异化功能设计拓展了空间。

据了解，“智能”和“3D”两大主流热点已经成为海信大屏幕平板电视新产品的标配。据中怡康数据统计，截至2011年10月份，海信液晶电视的销售量和销售额的累计占有率分别达到15.67%和14.91%，均居行业首位。随着3D电视的快速普及，海信在3D领域的技术优势和产品优势将得到发挥，其平板电视连续8年第一的市场地位将得到进一步巩固。

去年北京商品房销售面积同比降12%

记者昨日从北京市统计局获悉，2011年北京市商品房销售面积为1440万平方米，同比下降12.2%。

数据显示，2011年，北京市完成房地产开发投资3036.3亿元，同比增长10.1%。其中，住宅完成投资1778.3亿元，增长21.7%；写字楼完成投资363.8亿元，增长40.4%；商业及服务业等经营性用房完成投资296.7亿元，下降11.8%。

同期，北京市商品房销售面积为1440万平方米，同比下降12.2%。其中，住宅销售面积为1035万平方米，同比下降13.9%；写字楼为211.4万平方米，同比增长1.6%；商业及服务业等经营性用房为108.7万平方米，同比下降23.5%。

2011年北京市商品房新开工面积为4246.1万平方米，同比增长42.8%。其中，住宅新开工面积为2596.4万平方米，增长25.8%；写字楼为489.4万平方米，增长1.4倍；商业及服务业等经营性用房为306.4万平方米，增长26.4%。

另外，数据还显示，2011年北京市政策性住房完成投资746.1亿元，同比增94.9%，其中住宅完成投资589.5亿元，增长87.9%。12月末，北京市政策性住房施工面积为4084.4万平方米，同比增长46.3%，其中住宅施工面积为3273.4万平方米，增长43.1%。

2011年，北京市政策性住房新开工面积为1726.8万平方米，同比增长59.7%，其中住宅新开工面积为1388.7万平方米，增长49.7%。（张达）

去年业绩超预期 步步高百货超市扩张齐加速

证券时报记者 刘思辰

昨日，步步高（002251）发布2011年度业绩预告修正公告，调高了2011年业绩预期，盈利增幅从之前的20%~50%上调到45%~55%。业内人士认为，步步高百货和超市项目扩张速度正在加快，超市业务的利润贡献也将随扩张速度加快而放大，公司有望迎来业绩的全面释放期。

就在近日，步步高还发布了购买资产的公告，将在湖南湘潭及衡阳购买物业，打造城市生活广场等。长江证券分析师童兰认为，公司的购物中心模式在湖南二三线城市有较好的发展空间。由于这些城市市场容量较小，购物中心模式在提供一站式购齐便利的同时，还补充了餐饮娱乐等集客功能较强的配套设施。目前一个湖南地区二三线级城市可容纳该体量级别的购物中心数量较为有限，而公司目前的存量百货以及储备的百货项目主要分布在湖南二三线城市，这些项目将有助于公司取得在这些城市的先发优势，进而奠定公司在湖南及江西地区二三线城市的商业龙头地位。

据了解，此前步步高的湘潭购物广场2009年12月末正式开业，2010年该店的收入达到约4.5亿元，而从2011年前三季度的经营情况来看，湘潭步步高广场的收入增速超过50%，净利润增速则超过了100%，增速惊人，预计2011年该店的收入有望突破6.5亿元。

超市方面，公司也加快了扩张速度，2011年超市合计净增门店14家，而在2009~2010年，公司的超市分别净增门店仅为3家和4家。且2011年前三季度，公司超市业务同比增速超过20%，超市业务的收入增速随着扩张速度的加快出现显著提升。

童兰认为，未来随着超市规模扩张速度的加快，超市业务的费用率也有望随着收入规模的扩大而下降，超市业务的利润贡献也有望开始放大。而对于超市业务加速扩张的原因，童兰表示：“公司引入外籍管理团队以来，对公司超市业务的管理改善较大，体现在费用的管控、流程的标准化、各业务的模式化等等方面，使得超市业务的管理效率大大提升。”

钻石电商寻求线下突破 佐卡伊投资1亿杭州开店

在获得浙江创新产业基金和凯泰资本2亿元巨额风投之后，佐卡伊珠宝不久前花费1亿元在杭州打造了一个5000多平方米的钻石体验中心——佐卡伊国际钻石大厦，成为第一个在商业中心自建街面体验店的钻石电商。此举被业内认为是钻石电商线下店模式的新探索。

佐卡伊董事长吴涛表示，基于节约租金成本的考虑，钻石电商品牌线下大多选择写字楼开店。但事实上，写字楼开店有不少弊端，一是租金成本不见得低；二是不能很好地展示品牌；三是写字楼的体验不能带给消费足够的信任。“杭州佐卡伊钻石旗舰店既是品牌体验中心，又是服务物流配送中心，还是产品设计中心。”吴涛说，旗舰店带给消费者更多的体验和更多的信任，它能鼓动消费者理性消费，真正发挥“鼠标+水泥”模式“1+1>2”的作用。

吴涛表示，与传统珠宝品牌相比，佐卡伊有着线上品牌的价格优势。采购相同一款钻石，佐卡伊线下街面旗舰店里的销售成本比商场渠道节省至少50%以上。“未来三年内，佐卡伊将争取建成100家街面旗舰店，届时或许是钻石行业重新洗牌的新开始。”（童可）

深沪上市公司2011年度主要财务指标（5）

本报网络数据部编制

证券代码	证券简称	基本每股收益（元）		每股净资产（元）		净资产收益率（%）		每股经营性现金流量（元）		净利润（万元）		分配转增预案
		2011年度	2010年度	2011年末	2010年末	2011年度	2010年度	2011年度	2010年度	2011年度	2010年度	
000892	*ST星美	0.0015	-0.0075	0.0112	-0.0356	-	-	0.0137	0.0022	63	-310	不分配不转增
002433	太安堂	0.74	0.65	9.96	9.72	7.35	9.46	-1.12	-0.36	7415	5645	不分配不转增
300166	东方国信	1.45	1.39	16.56	3.5	9.49	49.54	0.39	0.41	5757	4217	每10股转10股派2元（含税）
600317	营口港	0.2125	0.1965	4.05	3.19	6.4398	6.4846	0.37	0.7	23327	21568	每10股派0.5元（含税）
600687	刚泰控股	0.71	0.016	2.39	1.68	34.93	0.98	0.72	1.76	9035	207	每10股派0.1元（含税）