

中国海洋石油
7至10个项目今年投产

中国海洋石油(00883.HK)昨日公布2014年度经营策略及发展计划概要,将净产量目标定为4.22亿至4.35亿桶油当量。其中,因收购尼克松公司产生的净产量约6900万桶油当量。据悉,公司在去年的净产量估计达到约4.12亿桶油当量,其中,因收购尼克松公司产生的净产量预计约为6100万桶油当量。

此外,中海油预计今年将有7至10个新项目投产。其中,位于渤海南部海域的垦利3-2项目预计高峰产量约为每日3.7万桶油当量;渤海中部海域的秦皇岛32-6综合调整项目预计高峰产量每日约3.6万桶;位于珠江口盆地北部的恩平24-2项目预计高峰产量约为每日4万桶。公司表示,这些项目显示了中国海域内项目产量增长动能强劲。另外,公司在英国北海的Golden Eagle项目预计高峰产量约为每日7万桶油量,据悉,公司持有该项目36.5%的权益并担任作业者。

中海油还表示,今年的工程建设任务呈现饱和状态,预计全年共约20个新项目在建,今年计划钻探约155口勘探井,计划采集二维地震资料约2.67万公里及三维地震资料约1.94万平方公里。公司全年勘探工作量保持充实,并将继续加强深水勘探;公司将2014年的储量替代率目标定为100%以上。

另外,中海油为加大勘探开发力度,今年的资本支出总额预计将达到1050亿至1200亿元(尼克松公司资本支出约占19%),其中,勘探、开发和生产资本化支出分别占比约19%、65%和14%,公司预计这些资本支出将可有力支持该公司未来的产量和储量增长。(吕锦明)

*ST九龙
法院出具民事调解书

今日,*ST九龙(600555)公告称,公司于近日收到股东海航置业公司通知,上海市高级人民法院已于2014年1月15日就股东之间有关股权转让款支付及临时股东大会决议撤销等纠纷出具了《民事调解书》。

据《民事调解书》中双方达成的协议约定,出让方(平湖九龙山公司、Resort Property公司、香港财富公司、九龙山会展中心、九龙山文化公司、李勤夫)向受让方(海航置业公司、大新华实业公司、海航集团公司、香港海航公司)支付总标的金额25亿元,其中,受让方已经向出让方支付16.9亿元,还须向出让方支付8.1亿元。

达成一致的另一条款为,2012年12月21日,海航置业公司自行召集的九龙山公司2012年第一次临时股东大会选举产生了以陈文理为董事长的新董事会,且上海市工商局已办理公司法定代表人的变更登记,中国证监会上海监管局已出具《关于对上海九龙山旅游股份有限公司公司治理问题的监管意见函》。任何一方新、旧股东必须合法合规地行使自己的权利,不得越权,不得干涉新董事会行使法律和公司章程规定的职权。

公告显示,双方同意约定的转让款25亿元具体构成: A股股价款调整为12.57亿元,九龙山B股股价款维持不变为2.76亿元,九龙山周边资产价格确定为9.67亿元。(徐然)

中国移动
3G用户继续领跑

在港上市的国内三大电信运营商,均于昨日公布了去年12月份及全年3G用户增长的情况,中国移动(00941.HK)继续领跑同业。

中国移动公布去年12月份3G新增用户1050.3万,增速较11月的510.1万户明显加快,截至12月份的3G客户总数增至1.92亿;另外,12月份旗下的移动用户净增391万户,总用户数达7.67亿;全年累计新增用户5690.8万户。

中国电信(00728.HK)12月份的移动用户净增11万,其中3G用户净增73万,低于去年11月份的280万。公司表示,用户尤其是3G用户净增数量放缓,主要是由于竞争对手推出LTE服务及加强营销推广后加剧了市场竞争。总计全年,公司的移动用户总数达1.86亿,其中3G用户占1.03亿。另外,12月份公司的固网用户净增67万至总数1亿,累计全年净增998万;12月份本地电话用户流失71万至总数1.56亿,累计全年净流失用户720万。

中国联通(00762.HK)公布,去年12月份3G用户按月净增加351.9万户至1.23亿户,增速较去年11月的369.1万户有所放缓;移动用户按月净增加239.8万户至2.81亿户;固网业务方面,12月份宽带用户按月净增加4.5万户至6464.7万户,本地电话用户按月净减少42万户至8764.3万户。(吕锦明)

国美电器联手物美超市卖电器

证券时报记者 靳书阳

关闭一批一线门店,将渠道下沉到三、四线城市是国美电器(00493.HK)近年来对实体门店实行的一场大手术,而与物美超市这样的百货超市进行联营,也将成为国美电器未来渠道扩张的新模式。

物美集团发言人乔红兵向证券时报记者确认,物美超市已与国美电器签署战略合作协议。双方作为中国连锁零售业的领军企业,将在供应链优化、产品销售、售后服务等多方面开展深度合作,打造家电营销新模式,开创新型零售

业态。

此次物美、国美达成十年合作协议,物美集团旗下卖场的电器类销售业务版块将由国美进行专业经营,并先行在北京市、天津市、河北省行政区域内进行首期合作。

物美集团CEO张斌表示,国美在家电连锁零售业拥有27年的丰富经验,物美希望通过与国美的合作,进一步提升消费者在物美卖场家电购物的体验性,借助国美的专业性,丰富物美家电产品的品类,提升消费者认可度。国美也可以借此提升消费者粘度,拉动销售和市场

占有率。

此次合作标志着国美进入了新一轮的渠道融合,国美将利用自己的强大采购能力、低成本高效率供应链和全国的物流售后网络能力融合优质渠道进行合作。通过与区域性连锁的超市企业电器部分、百货企业电器进行融合,国美有望迅速开创与此类企业的共赢态势,并逐步拓展到三线市场。”国美总裁王俊洲分析。

另外,经过对线上线下销售模式的成功整合,国美电器2013年度的经营业绩预计将有大幅提升。根据国美电器今日披露的业绩增

长报告显示,国美电器2013年线下实体门店的销售收入增长势头强劲,上市公司部分可比门店销售收入同比增长预期将超过12%,其中2013年第四季度比去年同期的可比门店销售收入增长预期将超过15%。

同时,公司综合毛利率预计将超过18%,对比去年同期有较大提升,经营费用亦得到有效控制。在电商销售方面,国美电器在2013年度,启动了线上线下供应链共享体系,希望通过不断降低电商的成本,最终实现电商的可盈利和可持续性发展战略。

手机厂商扎堆互联网

证券时报记者 杨晨

截至昨日上午10点,酷派公司新推出的机型——售价888元的大神F1仅5天时间网上预约量就轻松地超过了1000万台。两周前,酷派另一款定价1888元的酷派大神机型在5天内预约量达800万台。

事实上,不管是红米、华为荣耀3C,或者是大神系列,都因实际产能和库存大大低于预约量被指为“饥饿营销”。有分析人士指出,尽管许多国家的智能手机市场都面临饱和,但新兴市场对廉价智能手机的需求仍在推动市场发展,这也给华为、联想、中兴、酷派、小米等中国厂商创造了机遇。长期以来,传统手机厂商受困于高额的渠道、库存积压等成本,而小米开创的电商模式,依托于互联网,不需要渠道、不需要仓库,通过预约,降低了成本和库存风险。国内传统手机厂商看到了电商平台带来的巨大商机,在2013年纷纷进军电商领域。

有业内人士表示,在2013年以前,酷派、华为、中兴、联想等传统手机厂商的主要销售渠道仍以运营商渠道和社会渠道为主,传统渠道的市场份额超过90%,电商渠

道目前的占比不足10%。但自2013年开始,以“中华酷联”为代表的传统手机厂商纷纷调整策略进军电商领域,低价智能机的竞争日趋激烈。

价格战已然开始,华为、中兴、酷派近日推出的新品手机都被指针对小米。华为荣耀系列新品自上市就把小米锁定为竞争对手,相对于红米799元的价格,华为推出了

798元的荣耀3C。而小米则迅速作出反应,宣布红米降价100元,699元低价销售。

值得注意的是,京东商城已开设了手机预约频道,记者注意到,海信、康佳、TCL、百度等已进驻该频道,均推出了各自品牌的低价智能机,低价智能机市场的硝烟味愈来愈浓。

投中研究院研究主管宋绍奎认

为,小米模式改变了手机传统的产销模式,而且通过预约抢购模式,手机的销售也不存在过去的库存风险。不过,小米模式虽然容易复制,但各家厂商能否结合自身的优劣势运作好也是一大问题,毕竟打价格战只能是一时的策略,要想在竞争日趋激烈的手机市场站,需要依靠厂家的品牌议价能力和手机的软件环境。

■新闻短波 | Short News |

广汇能源
再获部分高管增持

广汇能源(600256)股票继董事长尚继强等5位高管增持158万股之后,1月16日、1月17日、1月20日,广汇能源总经理陆伟、监事陈瑞忠、运营总监杜中中国、财务总监丁剑辉等4位高管又分别于每股6.83元至7.19元之间的价格合计购入42.8万股广汇能源股票。至此,广汇能源部分高管增持公司股票已超过200万股。

一个月前,广汇能源大股东广汇集团刚完成了对公司1928.22万股股票的新一轮增持。公司再次表示,买入公司股票属个人行为,是基于对目前资本市场形势的认识以及对公司未来持续稳定发展的强烈信心所做出的决定。(宋雨)

阿里巴巴2013年
纳税额同比翻番

阿里巴巴集团董事局主席马云昨日以员工内部信的方式透露,2013年阿里巴巴集团日均纳税超2000万元,全年纳税稳超70亿元。值得注意的是,该日均纳税额突破1000万元于2012年实现,一年中就已实现了翻番。

根据相关数据,阿里巴巴已成为浙江省内除烟草公司外,纳税总额最大的企业,并一举成为中国互联网纳税最多的企业。同时根据清华大学社会科学院此前发布的报告,阿里巴巴零售电子商务带动的直接和间接就业人数,已达到1200万人左右。(朱凯)

锦旅B股2013年
净利同比增长38%

锦旅B股(900929)今日披露业绩快报。2013年公司实现营业收入21.30亿元,同比增长2.11%;实现营业利润6478.05万元、利润总额7020.05万元,归属于上市公司股东的净利润5819.04万元,同比增长28.18%、28.98%和38.11%,基本每股收益0.44元。公司表示,由于2013年公司出境旅游相关业务销售较上年同期增加,以及公司持有的可供出售金融资产持有收益较上年同期增加,故公司去年营业收入、净利润同比都有所增长。(董宇明)

上海市股份公司
联合会成立25周年

日前,成立于1987年的上海市股份公司联合会举行25周年庆典。

据了解,近年来,上海市股份公司联合会紧跟市场热点进行专项调研,推进业务创新,拓宽为企业服务的渠道;结合股份公司市场化运作的需求和证券市场发展趋势,适时举办各类有针对性的研讨会;推进股份公司之间的互访活动,为企业和企业家之间搭建交流平台,并且积极推动、促进健全和完善公司治理结构。

资料显示,1987年10月8日,在原上海市经济体制改革办公室的批准下,上海市股份公司联合会成立,经过25年的发展,上海市股份公司联合会的会员单位已由当初成立时的6家,发展到近200家,其中逾百家为上市公司。(蒋晔)

低价智能机大战升级

中兴通讯预计去年净利增142%~153%

中兴通讯(000063)今日发布2013年业绩预告。受益于公司对合同盈利能力的管理,国际项目毛利率改善及国内系统项目营业收入占比上升,中兴通讯预计2013年归属于上市公司股东的净利润为12亿~15亿元,同比上升142.42%~152.8%。

据了解,2013年中兴通讯在主流市场、主流客户和主流产品上实现了布局的进一步优化。市

场和客户方面,在中国4G招标抢得先机,确定国内市场4G优势地位,在全球LTE新增市场份额接近20%,成为全球4G增速最快的厂商。在美国终端进入前四,在南非MTN、西班牙电信市场获得规模突破。

中兴通讯表示,2014年将在战略上适应市场进行持续变革,让公司变得更加年轻和灵活;管理上继续坚持集约化经营,提升人均效

益;业务方面,在系统设备领域,借助中国4G招标的契机,在国内综合份额领先的基础上,在全球化市场上更进一步,同时在4G设备、芯片和终端方面都取得关键突破;在终端市场,注重用户体验和粉丝口碑,促进互联网思维与技术优势相结合;政企网领域继续深耕,强化解决方案能力,大力提升核心产品能力。

(黄丽)

合生创展去年销售150亿下滑3.2%

证券时报记者 冯尧

记者日前获悉,“华南五虎”之一的合生创展(00754.HK)去年销售业绩不进反退,不仅未能完成年初制定的150亿元销售目标,而且还较2012年的业绩下滑3.2%。

数据显示,去年合生创展合约销售金额为约112.7亿元,较2012年同期约116.4亿元同比下降3.2%。同时,合生创展去年的112.7亿销售额涉及的销售面积约为65万平方米,合约销售平均售价为每平方米17205元,较2012年同期每平方米17259元同比下降0.3%。

2013年的销售目标是保住150亿,力争180亿。”在去年年初举办的业绩会上,合生创展前副主席张懿如此说。时至今日,合生创展销售额显然未能触及180亿元,甚至未能完成150亿元的年度销售目标。

合生在百亿规模徘徊不前已经长达十年。合生创展业绩下滑并非没有征兆,记者查阅其财报发现,2012年合生创展净利润同比虽然增长108.58%至29.83亿元,但扣除投资物业重估及出售财务资产收益后,核心利润同比下降16%至11.31亿元。而到了去年上半年,其净利润21.2亿元同比下降约29%。

朱孟依旗下另一个平台珠江投资承担着他多元化发展的理想。”上述人士称。除房地产,珠江投资更是涉猎基础设施、新能源、

通讯网络、管理咨询、教育、医疗、金融投资等诸多领域。事实上,从2007年开始,珠江投资与合生创展的关联交易就频频发生,朱孟依不断地把有发展潜力的优质资产注入珠江投资。

中投证券一位分析师表示,合生创展曾寄望商业地产项目能为集团提供稳定的现金流和可观的投资回报率,并成为新的盈利增长点。

而该公司也曾多次对外称,希望商业地产的贡献未来能占到公司整个利润的1/3,从而拉动集团的整体业绩。但多年来,合生创展释放的商业项目却并不多。

殡葬行业蓝海:死亡保险+网上祭扫

证券时报记者 朱凯
实习记者 应捷

“中国殡葬第一股”福寿园(01448.HK)去年底在香港完成新股发售。尽管募集资金只有16亿港元,但却获得近8万香港散户以及凯雷投资、对冲基金Farallon、信达等国内外知名机构投资者的追捧。

证券时报记者注意到,在首批参与股份认购的机构投资者中,有数家保险类的金融机构,像国泰、人寿、友邦等悉数在列。接受记者采访时,福寿园国际集团总经理王计生表示,这个行业仍存在不少误区,所谓的房地产行业“暴利说”是

不成立的。暴利即意味着短期利益,是难以吸引国际知名机构入驻的。同时,在传统殡葬服务之外,随着人们理念的更新,生前契约与网上祭扫等“衍生”产业也有望逐步兴起。

福寿园方面介绍,很多国际知名保险公司入驻,其实是看到了未来的“生前契约”(亦称“死亡保险”)机会。顾客如果不愿意后代为自己过世以后的事操心,可以在现在就与殡葬公司签订服务契约。这在国外已是成熟模式,但中国仍处于起步阶段,行业还有很多机会。

此外,网上祭扫目前国内也已出现,但较为分散。福寿园方面称,

公司计划在未来依托其知名度及公众企业形象加强相关业务,相信这也是大势所趋。

福寿园的机构投资者凯雷集团亚洲增长基金中国区主管肖枫对证券时报记者表示,中国殡葬行业的传统业务仍有巨大空间,理由有二。一是中国“人多地少”的根本性矛盾无法解决;二是在某种程度上,中华文化中对祖先、对殡葬的重视度远超越其他文化。再加上近年来中国政府及相关监管部门的开放态度,市场化程度的加快将对一些具有专业能力的公司产生利好。

经过20余年的发展,福寿园集

团目前在上海、厦门、合肥、重庆、济南等8个城市拥有墓地或殡仪设施,为特殊群体提供高端殡葬服务。传统业务之外,福寿园还计划开辟另一片全新的行业“蓝海”。王计生告诉记者,尽管招股书中没有详尽提及,但在推介时,众多意向投资者都很关心在殡葬业务之外的衍生类业务前景。

王计生说,资本与理念结合之后,会发现中国的市场很大。尽管有些人会选择回避,但这个行业价值链“最值钱”的其实是安慰和放心,而不仅仅是一块墓地,这也是殡葬行业与房地产业本质的不同。