

需求提振 价格上涨

# 水泥迎政策利好“低位反转”

□本报记者 姚轩杰

国家一系列稳增长政策的出台,特别是房地产再融资政策出现松动、环保调门日益升高以及淘汰落后产能提速,正在给产能过剩的水泥产业带来积极影响。在基础设施投资保持合理增速的背景下,水泥需求有望平稳增长,水泥企业发货量将出现明显改善,华新水泥、江西水泥、祁连山等相关公司的盈利水平值得期待。

## 价格上涨

7月以来,全国多地水泥价格在淡季出现上涨,华东地区熟料价格连续上调,浙江、福建、江西、贵州等地水泥价格均出现反弹迹象,明显超出市场预期。

数字水泥网最新数据显示,上周,全国水泥市场平均价格水平环比前一周继续上扬,幅度达0.85%。其中,安徽、江西、湖北、广东等地价格上调20-30元/吨不等。全国水泥库容比为67%,环比下降1.26%。

1-7月,全国水泥产量已达13.06亿吨,同比增长9.6%。不过,市场明显分化:华北、东北需求疲弱格局依然未改变,且进一步低于预期;而华东地区需求增长明显超出预期,1-6月实际需求同比增速达11.29%。

华东等地水泥价格上调的原因,一是熟料价格持续上调,带动水泥价格走高;二是多地限电,导致供给减少;三是在需求

良好的情况下,供给减少使各企业提价意愿较强。受限电限产影响,目前华东地区熟料供应紧张,多家企业已取消熟料对外销售。国泰君安研报指出,华东实际需求超预期,此前被市场选择性忽略,预计8月份华东水泥价格依然看涨。

7月25日工信部公布的今年首批淘汰落后产能企业名单中显示,水泥行业将淘汰落后产能共计9275万吨,涉及527家企业。相对对于4月份工信部公布的年度淘汰目标,将超额完成26.6%。政府化解产能过剩的一系列措施,将推动水泥行业逐步走向良性发展。

整体来看,尚处于需求淡季的长三角市场,熟料价格出现连续走高,其时间和幅度大大超出

市场预期,为四季度水泥旺季价格的走向奠定了非常良好的前期环境。海螺水泥、江西水泥、华新水泥及塔牌集团是华东华南地区的龙头企业,或将大大受益于水泥价格上涨。

## 受益基建投资

目前,房地产再融资已出现事实上的松动,房地产上下游产业链的相关公司都有望受益。塔牌集团相关人士表示,房地产业对水泥的需求占公司水泥下游需求的30%。据公开资料,塔牌集团水泥产能1200多万吨,是粤东水泥龙头企业,已形成广东惠州、梅州、福建武平“三大”水泥生产基地。

另据业内机构预估,城镇化

率每提升一个点,将会有1000万的人口转移到城市,按照每人住房面积30平米来算,城镇化率每提升一个百分点,水泥需求将达0.6亿吨。

城镇化是水泥行业一个很好的机遇,中部地区将会是城镇化受益最大的地区。”中国水泥协会名誉会长雷前治表示,我去过河南、浙江等地区实地调研过,发现我国目前主要存在三代农房:第一代农房以二层平房为主,一栋平均需要7至8吨水泥;第二代农房以二百平米、多层式房屋为主,一栋平均耗费水泥20多吨;第三代农房以面积为二百五十平米的小洋房为主,这代农房需要水泥80多吨。”

雷前治指出,现在全国都在

进行新型城镇化的改造,其中,东部地区正处于二代农房向三代农房的更新过程中,中部地区存量多为二代农房,西部地区则处于二代农房取代一代农房的过程中。

在一些重点工程建设方面,国家发改委批复的基建项目和轨道交通项目涉及投资总额超过1万亿元。相关数据显示,每公里地铁建设对于水泥的需求大概是四五万吨。而据此前报道,到2015年,全国地铁运营总里程将达3000公里;到2020年,将有40个城市建设地铁,总规划里程将达7000公里,是目前总里程的4.3倍。随着一些基建项目的逐渐推进,将会给水泥行业带来更多需求空间。

## 水泥行业开展遏制新增产能活动

呼吁加快二代干法水泥技术装备研发

□本报记者 李香才

中国建材联合会会同中国水泥协会、中国水泥网共同开展的“遏制水泥新增产能加快第二代新型干法水泥技术装备研发”万里行活动12日在北京正式启动。

此次活动旨在动员全行业共同化解水泥产能过剩矛盾,加快提升我国水泥工业的整体技术装备水平。活动将向全行业宣传关于遏制水泥新增产能的政策措施及第二代新型干法水泥

的定义与实施路线图,通过“新技术、新标准、新政策”引导行业创新提升,优化存量,加快企业兼并重组,在遏制水泥新增产能的同时淘汰落后产能,促进市场有序公平竞争。

活动将全国划分为沿海经济地区(京津冀环渤海区域、长三角区域、珠三角区域)、东北及中原地区、西北及西南地区,以及与中亚、南亚、东南亚有通商口岸的地区,根据各地方具体情况进行宣传与调研。主办方呼吁,推进水泥

窑炉协同处置废弃物,提高替代燃料使用率,鼓励生产和使用高标号水泥与混凝土,鼓励有竞争力的企业去海外投资发展。通过这次活动,还将进一步摸清行业现状和节能减排各项经济技术指标的现状。

第二代新型干法水泥技术装备是在悬浮预热和预分解为主要特征的工艺技术基础上,进一步创新与拓展窑体功能,优化与提升高能效预热预分解和烧成技术,攻克与突破氮氧

化物和粉尘排放的途径和技术瓶颈,提高协同处置废弃物、垃圾替代燃料的效能和利用率,充分运用和推广料床粉磨技术,提高产品质量和降低能耗,融入现代智能技术。加快第二代新型干法水泥技术装备研发,是推动产业转型升级,遏制产能过剩,提高行业整体技术水平和效益的有效手段。

建材联合会副会长徐永模介绍,此次活动将由建材联合会统一组织,争取国家重大专项。

# 地方政府强力稳市暂稳煤炭价格

下半年仍将受制需求疲弱

□本报记者 王小伟

煤炭新政20条出台仅仅半月,山西省政府日前便再次出面,力挺五大电力央企与省内煤电就动力煤购销签署中长期协议,促进煤炭销售。

受到政府频频出招拯救低迷煤市的刺激,且伴随着8月14日全社会用电量数据攀升的乐观预期,8月12日A股两市煤炭板块涨停潮涌。

但业内人士向中国证券报记者表示,虽然多煤种价格近来出现暂稳迹象,但煤价探底之旅恐并未结束,需求疲弱仍将成为下半年煤炭行情的主导力量。

## 地方政府频出招

在山西省政府的最合下,山西省内7家煤炭大集团与五大电力央企及部分地方电力企业签订了电煤供应中长期协议。值得注意的是,此次协议以经济合同的形式签订,具法律约束力,且煤电双方明确约定了结算价格。

长安能源咨询公司首席分析师李廷表示,山西此举对整个煤炭市场,特别是动力煤市场具有示范效应,煤电供需双方长期合同签订的步伐可能会加快。

实际上,早在7月25日,山西省政府网站就发布消息称,统筹考虑当前经济运行和长远可持续发展需要,省政府研究制定了《进一步促进全省煤炭经济转变发展方式实现持续增长措施的通知》。通知公布了短、中、长期共20条措施应对煤市的持续下行。7月30日,大同煤业、潞安环能、阳泉煤业、山煤国际、兰花科创等上市公司同时发布公告,称《通知》中的减税措施将使公司全年利润总额有所增加。

再放眼全国,自今年5月以来,各地拯救煤炭市场的动作



7月31日,工人在太原市太西集运站给火车装电煤。山西省政府日前推出20条“促进煤炭经济转变发展方式,实现可持续增长措施”,以促进煤炭产业转变发展方式。

新华社图片

不断。河南率先出台“煤电互保”相关政策措施,鼓励当地火电企业使用本省煤,支持本省煤炭企业去库存;之后,山东、山西、陕西、安徽甚至湖南等省份的地方政府相继跟进,采取直接或间接措施限制外省煤进入本省。

业内分析认为,对于以煤炭经济为主的地区来说,如果煤价持续走低,地方政府出台干预措施或许会更趋密集。

除了地方政府出招给自去年下半年以来持续寒流的煤炭市场注入暖意,近来全国各地持续高温也令市场对电煤销售产生憧憬。中煤远大企业战略管理咨询中心行业咨询师张志斌表示,14日国家能源局将公布7月全社会用电量数据。从近日已经公布的发电量数据来看,用电量将出现较大幅度的提升。根据中煤远大的预测,本次全社会用电量增幅

将达到8%上下,创下近年来最高涨幅。

据卓创资讯提供的数字,目前,主要火电厂平均开机率达到96.6%,环比增加1.3个百分点;煤炭库存相应减少,环比降幅在3%左右。这势必会加大电力公司的采购力度。

## 需求远未回暖

炼焦煤是近期价格率先出现反弹的煤炭品种。上周,炼焦煤市场主流价格保持平稳,华东地区钢厂采购价格小幅上行,其中山东潍坊钢厂采购价上涨20元/吨到厂含税870元/吨。

中国证券报记者12日从业内获悉,山西个别大矿再次传出消息,将在近日小幅提高焦煤出货价格。这无疑将大大增强煤炭市场的信心。金银岛分析师张宇表示,如果后期钢材和焦炭市场仍继续扩大上涨面,库存需求能够

小幅上涨,那么国内炼焦煤市场的回暖或许已经指日可待。

有业内人士向中国证券报记者透露,山东兖州煤业等煤企的动力煤价格也在跟随炼焦煤价格的上调而出现小幅上调。该人士用“暂稳”一词来形容目前煤炭市场的整体价格和销售水平。

虽然煤炭行情整体出现“暂稳”迹象,但本轮煤炭价格上涨并非由下游需求回暖所带动。中国证券报记者了解的情况是,除了政府的稳市措施之外,煤炭贸易商也成为重要的支撑力量。这就意味着,多数煤炭的买家并非下游具有真正需求的客户,而是部分贸易商认为煤炭价格已经足够低廉而加大购入力度。不过,贸易商大多表示,不敢囤积太多煤炭库存,煤炭购销仍以快进快出为主。

如此看来,需求不足仍将成为煤炭行情企稳的最大桎梏。

## 乐视影业完成首轮2亿元融资

预计明年推出16部影片

□本报记者 王荣

2014年乐视影业预计投资或发行16部影片,目标票房25亿元。”在乐视影业宣布完成首轮2亿元的融资发布会上,其CEO张昭已为乐视影业描绘出明年的愿景。

本轮融资由深圳市创新投资集团有限公司领投,乐视星云等数家公司跟投,乐视影业的估值达到15.5亿元。

乐视影业一直有着独立上市的计划,面对已经完成的首轮融资,深创投相关负责人表示,未来将致力于寻求乐视影业在A股创业板上市,即使无法IPO,也会寻找并购渠道。

分析人士指出,目前乐视网A股的估值并不低,作为乐视网的兄弟公司,即使乐视影业不选择IPO,也可以考虑被吸纳至乐视网。

## “垄断”屏幕资源

上半年我们已经完成5部影片的发行,下半年电影发行可能会超出年初预期。”张昭介绍,公司2013年计划出品/发行影片10部,目标票房为12个亿。事实上,上半年仅《小时代》就创下4.83亿元的票房成绩。

目前,《小时代2:青木时代》正热映,其上映首日即拿下5373万元票房。据推算,《小时代》及《小时代2》两集电影预计票房达8亿元左右。按片方实际分账比例38%估算,乐视影业作为投资方和保底发行方应该至少可获超过1个亿的利润。

资料显示,乐视影业为乐视网的兄弟公司,由乐视网大股东贾跃亭与原光线影业创始人张昭于2011年共同创立。公司2012年出品/发行影片6部,票房6.5个亿,票房市场份额位居五大民营电影公司第四位。如果参照2013年和2014年的投资计划,乐视影业的增速将超过100%。

对于公司的快速增长,张昭将成绩归功于O2O商业模式,即利用各种在线社交平台和大数据

挖掘,寻找精准受众群,同时利用线下庞大的发行体系做好影院系统的对接,并和品牌商合作,为电影观众提供观影及增值服务。

业内人士也认为,乐视影业投资的影片其实卖得比拍得好,在大量精准营销的同时,还体现了对地面屏幕的把控能力。乐视影业的300多位发行经理,覆盖了100多个城市。乐视影业预期未来将掌控全国85%的影院,这意味着乐视影业掌握了渠道资源。在大量电影兑换券存在的背景下,一旦掌握渠道资源,也就为高票房提供了保障。

对于地面发行人员较多将推高成本的担心,张昭指出,受益于人口红利,票房收入得以释放,与不断攀升的票房相比,人员成本相对较小。

## IPO与并购双保险

张昭透露,登门造访乐视影业,寻求投资与发行合作,项目络绎不绝。2014年乐视影业预计投资/发行的16部影片各具特色,但都极具市场价值,2014年乐视影业收入和利润的高速增长指日可期。

此次融资高达15.5亿的估值,显然是投资者对乐视影业平台式商业模式的信心体现。”张昭认为,未来,随着公司业务量的快速提升,公司估值将继续上升,其O2O商业模式必将继续得到资本市场的追捧。

按照乐视影业的计划,未来还将继续融资并期望在A股创业板上市。深创投相关负责人表示,目前排名靠前的影视发行公司大多已上市,乐视影业以目前的发展前景看也极有希望。该人士称,即便不选择IPO,也有其他想象空间。据悉,深创投也是乐视网的早期创投股东。

分析人士指出,乐视影业与作为影视播放平台和分销渠道的乐视网,属于产业链的上下游,进行整合也在情理之中。更何况,乐视网的股份不断创出新高,也为其收购乐视影业提供了基础。

## 网购走俏

## 电商撬动500亿家电销售市场

□本报记者 李少林

最新咨询报告显示,电商在家电销售中扮演越来越重要的角色,销售增幅已远远超过传统渠道。2013年上半年,我国B2C家电网购市场规模(含手机、平板电脑)已达到530亿元,占整体B2C网购市场交易额的17.7%。

专业在线商城成为最重要的家电网购渠道,京东、天猫、苏宁易购三大平台型电商的家电销售额占整体家电网购交易量的90%以上,其中,京东以近50%的份额成为家电和3C数码领域最大的专业在线商城。

中国家电网购高峰论坛暨2013上半年家电网购分析报告发布会12日在京召开,与会专家认为,家电网购市场凸显规模扩大化、渠道集中化、品牌高端化与多元化、选购低价化、产品多样化、消费群体年轻化等六大特点。

从市场规模看,2013上半年家电网购规模持续扩大,占整体家电消费比例继续攀升。上半年,平板电视类产品的网购销量已经占到国内市场彩电零售总量的8.3%,手机网购销量占整体手机销量的比例则由去年的9%提升至13.8%。

从渠道格局看,集中度显著提高,专业在线商城优势明显。尽管易迅等新兴平台不断发力,家电网购平台仍然呈现京东、天猫、苏宁易购三足鼎立的局面,三家销量之和占整体家电网购

的90%以上。

从品牌格局看,家电网购市场的品牌格局并没有简单复制线下市场的格局,而是呈现出明显的“英雄不问出处”的特点,并且“早布局早得益、转型快收效快”。报告显示,2013年上半年传统家电品牌企业如康佳、海尔、海信、创维、索尼、LG等,因较早重视电子商务渠道而在家电网购市场有很好的表现,带动了公司整体销量的增加。但也有一些线下传统渠道销量大、市场地位“显赫”的品牌在线上渠道却“名落孙山”、默默无闻。与此对应,一些在线“不运营品牌、更多从事OEM制造”的家电企业在2013上半年的家电网购市场也有非常好的市场表现,比如奥马一举成为今年上半年网购市场销量突出的冰箱品牌,平板电脑中的昂达经过6月份促销后成为当月京东商城平台销量第二(仅次于苹果)的品牌。

报告显示,2013上半年,我国B2C家电网购市场规模(含手机、平板电脑)达到530亿元,其中,平板电视、冰箱、洗衣机、空调等四类大家电产品约占27.4%,达到137亿元,小家电产品为50亿元,手机产品则达到300亿元。

总体来看,家电网购的覆盖区域正从以北上广为主的一线城市向二三线城市扩展,呈现出蓬勃发展的态势。预计到2015年,中国网购家电市场(不包含手机)的销量占整体家电销量的比例将达到15%。

## 工信部:上半年信息消费超2万亿元

□本报记者 李少林

工信部运行监测协调局副局长高素梅透露,上半年我国信息消费规模达到2.02万亿元,同比增长20.7%。信息消费涵盖了信息终端、互联网相关服务和信息通道消费等三个方向。

数据显示,上半年,信息终端消费6168亿元,同比增长28.7%;信息通道消费5642亿元,同比增长8.9%;信息服务消费8345亿元,同比增长25.9%。

高素梅表示,互联网投资增长、智能手机销售增加是上半年信息终端消费快速增长的主要原因。上半年互联网投资增长43.8%,比上年同期增长6.4个百分点,推动通信设备消费增长39%。

此外,网络购物市场快速发展也在促进我国的信息消费。工信部数据显示,今年上半年我国网络购物市场交易额达到8559亿元,同比增长60.2%,占社会消费品零售总额的7.7%。

## 部分稀土企业欲破日企专利垄断

备受业内关注的中国磁材企业起诉日本企业日立金属的专利垄断事件,日前有了进展。沈阳中北通磁科技股份有限公司董事长孙宝玉12日在接受中国证券报记者采访时表示,目前已经有国内10余家非授权企业有意愿加入起诉日立金属的行列,预计月底将确定名单,最快9月份将有关作,将在中国和美国同时起诉。

我们现在还在核实参与起诉的企业,大概有十来家企业参与。月底将确定名单,最快9月份将会开展起诉的相关准备工作。”孙宝玉在接受中国证券报记者采访时表示。

2013年7月11日,由山西磁材联盟发起,多家磁材厂在沈阳召开了中国稀土永磁产业发展促进会(名称暂定)成立大会。会议成立了钕铁硼稀土永磁国内专利专家组和国际专利专家组,选举中北通磁为促进会会长单位。

之所以如此急切要起诉,是因为大家都没有信心等到明年。”孙宝玉表示。据了解,2012年,中国稀土永磁企业平均产能利用率仅三成,许多生产企业受制于专利限制只能在低端市场竞争而不得不亏本、停产。

让孙宝玉看到希望的是,一年前的“337调查”。去年8月,日立金属曾向美国国际贸易委员会提起诉讼,要求禁止未授予专利使用权的钕铁硼磁体及下游产品进口到美国和在美销售。其中,涉及诉讼的3家中国企业烟台正海磁材、宁波金鹰强磁和安徽大地熊已于今年5月14日与前者达成谅解,并同时获得了日立金属的专利授权。

孙宝玉指出,这宗官司最终和解,说明日立金属的专利在认定本身方面就有问题或有空子。”他介绍,日立金属的发明专利已于2003年到期,他再申请工艺专利,就是为了构建贸易壁垒,把非专利授权企业挡在市场之外。”

专利限制已经成为制约我国钕铁硼行业发展的最大瓶颈。目前,中国约有200家稀土永磁生产企业,但经过日立金属专利授权的中国企业仅有中科三环、安泰科技、宁波韵升和正海磁材等8家企业。

孙宝玉透露,目前参与起诉的联盟企业中有两家国内上市公司的子公司。(钟志敏)

## 鑫科材料高端铜带项目有望提前投产

□本报记者 钟正

近日,中国证券记者从业鑫科材料年产4万吨高精度电子铜带增发项目现场了解到,相关设备已经开始安装,按照常规建设进度,该项目有望在明年上半年完成调试工作,下半年实现投产。与

此前披露的2014年年底投产时间相比,将提前6个月左右。

一位接近公司的业内人士透露,鑫科材料投资建设的4万吨高精度电子铜带项目,虽然定位于高精度电子铜带,但产品设计上并没有追求品种齐全,目标就是生产出有高附加值又适合中国市

场的产品。该项目投产后,新产品完全可以实现国内高端铜板带市场的进口替代。该项目的加工毛利率超过40%。目前,国内高端铜板带材市场主要由德国、日本、韩国产品垄断。

一位铜加工行业分析师介绍,近几年来,国内普通低档铜产