

# 通航机场审批“路条”有望下放

助推低空空域开放提速 空管设备公司有望最先受益

□本报记者 汪珺

近期有消息称,相关部门正在考虑下放通航航线审批权限,未来通航飞行起降将更加灵活。中国证券报记者从权威渠道了解到,目前我国通航确定的大原则是“分类空域、分级管理”,目前正在研究相应的细则和具体办法。另一方面,有关部门正在研究将通航机场的审批权限下放到地方政府,这将带动多地区域性空域的逐步开放,由点及面,从而逐步推进低空空域的全面开放。业内人士认为,在低空空域开放逐渐铺开的前期准备阶段,空管设施设备领域的上市公司有望最先获得业绩提振,低空空域加速开放和通航机场审批权下放,也将刺激通用航空制造、运营产业上市公司的加速发展。

## 通航机场审批权或下放

中国证券报记者获悉,目前通航起降点的审批已被叫停。取而代之的是,国家相关部门

正在着手制定管理办法,拟将通航机场建设的审批权下放到地方政府。

过去,各地通航机场审批需走国家发改委,步骤繁琐。因此,许多地方采取打擦边球的办法,建立通航起降点,而不是机场。如果通航机场审批权限下放,有助于简化程序。今后,各地申建通航机场将更加便捷,由此将促进区域性低空进一步开放,区域性的通航飞行起降势必更加灵活。”北京航空航天大学通用航空产业研究中心主任高远洋这样解读。

一位通航业内人士对中国证券报记者表示,目前国内许多通航起降点依托于现有民航机场,增加了现有机场的管理负担。单独建立通用航空机场,有利于统一管理 and 规范建设,明确各级权限,并将带动各地区域性空域的开放,由点及面,逐步推进低空空域的全面开放。

根据中国航空运输协会通用航空委员会的统计,截至2012年底,我国共有340多个通用航空起

降点,其中包括通航机场约100个和起降点200多个。中国航空运输协会通航委员会秘书长王霞认为,目前制约通用航空在中国发展的因素之一,就是通航机场的建设满足不了通用航空发展的需要,应进一步放宽政策,统一标准,实施行业管理。

## 空域放开由点及面

通航机场建设大门槛的降低将给各地低空空域的开放带来更多契机。今年年初,中国证券报记者曾从业内获悉,低空空域划分和管理办法已拟定完毕,正在相关部门走审批程序,有望年内出台。业内人士指出,过去低空空域改革只有“意见”,没有“办法”,一旦落实为具体的“实施办法”,表明相关部门已经形成低空空域管理改革的明确思路 and 方案。

目前,我国空管部门将低空空域划分为管制、监视和报告三类,实行分类管理,可根据不同空域类别,缩短飞行审批时间。其中,“管制空域”需要提前申请并



新华社记者 郭程 摄

接受空管部门管制指挥;“监视空域”仅需备案,确保雷达看得见、能联系上;“报告空域”则类似于

自由飞行。

据业内人士透露,在今年5月份民航局的一次内部会议中,民

航局和空管委领导曾明确表示,将支持个人飞行、支持小型航空器发展商务飞行。与会领导同时

## 海信电器电视零售额市场领先

□本报记者 董文杰

海信电器2013年上半年实现销售规模和业绩持续增长。公司半年报显示,1-6月公司实现营业收入136.03亿元,归属于上市公司股东的净利润8.11亿元,分别同比增长35.15%和40.94%,实现基本每股收益0.62元。

根据中怡康统计,截至2013年6月,海信电视零售额市场占有率为15.52%,位居第一。报告期内,公司产品在国内和国外市场分别实现营业收入99.71亿元和27.75亿元,分别同比增长42.85%和16.42%。

公司智能电视以简单易用和良好的体验性充分体现了产品的创新力和市场价值,成为2013年度具有创新力与市场发展潜力的产品。4月,公司发布首台极简智能电

视VIDAA TV。7月,公司正式启动全国范围内的VIDAA TV在线升级,成为首次宣布电视操作系统持续在线升级的企业,在线升级能力也将成为智能电视产业竞争的重要举措。

随着家电下乡、节能补贴等国家扶持政策的陆续退出,彩电行业面临着因市场透支可能导致的行业增速放缓等市场风险。中怡康预测,未来彩电市场可能会面临规模增长乏力等竞争压力。同时,由于行业可能的下行风险,会导致对大宗材料价格把控难度的加大。另外,随着技术进步以及技术更新速度的不断加快,也面临着来自新的竞争者进入电视行业参与竞争的风险。公司表示,将持续加强技术开发,追求技术创新和产品升级,推动智能电视产品简单化。

## 歌尔声学智能电子驱动业绩增长

□本报记者 董文杰

智能终端产业迅速发展带动歌尔声学业绩快速增长,公司预计前三季度净利润增长40%-60%。15日晚公司半年报称,1-6月公司实现营业收入36.65亿元,归属于上市公司股东的净利润4.80亿元,分别同比增长43.86%和52.65%。

根据IDC、Gartner、NPD等国际调研机构的公开数据,2013年上半年,全球智能手机出货量4.54亿台,同比增长47%;全球智能平板电脑出货量9430万台,同比增长94%。此外,以智能眼镜、智能手表为代表的新型可穿戴式智能设备开始出现,智能终端产业发展迅速,带动电声器件及电

子配件需求快速增长。

报告期内,公司积极推进与主要客户的合作,提升电声器件类产品在智能手机、平板电脑、智能电视等行业市场的占有率,加快推动电声器件的数字化产品、模组类产品以及数字音频产品等在智能平板电脑、家庭娱乐平台、智能汽车等产品领域的应用,积极布局家用电子游戏机配件、智能电视配件、可穿戴式计算机等新兴消费电子领域,抢占新兴高端市场。

公司预计,智能终端产业发展迅速将带动公司业务快速增长,实现销售规模的扩大和营业收入的增长,1-9月公司有望实现归属上市公司股东净利润8.10-9.26亿元,同比增长40%-60%。

## 联想集团二季度营收88亿美元

平板电脑智能手机销量首超PC

□本报记者 李少林

联想集团公布今年第二季度业绩,公司营业额达88亿美元,同比增长10%;净利润达1.74亿美元,同比增长23%。联想集团董事局主席杨元庆透露,二季度联想平板电脑和智能手机销量和首次超越个人电脑销量。这被认为是联想PC+战略成功的标志。

平板电脑和智能手机销量快速增长为联想集团第二季度业绩亮点。二季度,联想的智能终端销量同比增长41%。其中,智能手机的销量增长132%,单季度销量超过1100万台。联想智能手机销量80%来自于中国市场。在接受媒体提问时,杨元庆表示,联想集团智能手机的销售目标是1500万台。

二季度,全球个人电脑市场延续下滑态势。咨询机构Gartner

公布的数据显示,2013年第二季度全球个人电脑出货量为7600万台,同比下滑10.9%。出货量连续第五个季度出现下滑。曾经是联想集团增长动力的中国PC市场也表现乏力,二季度,联想集团在中国市场个人电脑销售收入同比减少2.19亿美元。但得益于包括智能手机在内MIDH业务增长76%的强劲表现,联想在中国市场的整体销售收入同比增长6%,达到37.19亿美元。同时,得益于欧美市场的快速增长表现,联想笔记本电脑销售额季内达到45亿美元,同比增长4.7%。联想在北美、西欧市场销量创下新高。第二季度,联想个人电脑销量达1260万部。

财务数据显示,二季度联想集团毛利达12亿美元,同比增长14%,毛利率达13.6%。截至6月30日,联想集团的净现金储备为31亿美元。

# TCL集团上半年净利润翻倍

液晶电视销量增两成 华星光电满产满销 手机业务扭转颓势

□本报记者 傅嘉

黑电龙头TCL集团发布半年报显示,集团上半年净利润翻倍,营业总收入增长超过三成。综合上半年的销售数据来看,彩电整机业务由于产品结构调整和政策退出等原因,毛利率出现下滑。但由于华星光电保持满产满销和通讯业务在二季度的反转,公司上半年总体业绩仍然大幅上扬。

分析人士认为,目前互联网企业正不断涌入彩电行业,TCL的彩电业务也处于调整期,公司近期将有可能与爱奇艺达成合作,这预示着下半年TCL彩电营销策略将面临较大的转型。

## 电视整机业务下滑

半年报显示,TCL上半年实

现营业收入390.62亿元,同比增长31.47%;归属于上市公司股东的净利润6.27亿元,同比增长121.93%。集团表示,业绩出现大幅增长主要来自于与华星光电和通讯业务的贡献。华星光电上半年实现了满产满销,经营性盈利的同比大幅提高,报告期内实现净利润8.92亿元;而在今年二季度的公司的通讯业务迎来业绩拐点,实现扭亏为盈。

TCL集团目前的业务包含电视整机、手机通讯、面板厂华星光电、白电以及渠道企业翰林汇等多个板块。彩电方面,实现液晶电视销量781.8万台,同比增长20.7%,高于行业平均水平。但另一方面,上半年节能补贴的提振仅局限于毛利较低的中小尺寸领域,加上新产品导入进度不如预期,导致该项业务的销售毛利

率下滑。半年报显示,公司电视整机业务上半年实现净利润2.07亿元,同比下滑13.75%。分析人士认为,从体量上来看,TCL仍是目前中国彩电销量的老大,去年公司全年彩电销售突破1500台,取代索尼成为世界第三,今年下半年随着中大尺寸市场的崛起,相关业务的毛利率有望改善。

公司通讯业务实现销售收入51.23亿元,同比增长23.97%。值得注意的是,在今年二季度相关业务的毛利率有望改善。公司通讯业务在一季度亏损1.99亿元的情况下,在二季度实现盈利3299万元,这主要是因为海外市场销量的提升和手机单价提高。

最为出彩的当属华星光电,报告期内,华星光电实现销售收入68.18亿元,净利润8.92亿元。华星光电上半年实现满产运营,

共投产玻璃基板64.72万张,已成为本土最大、全球第5大的液晶电视面板供应商。据了解,华星光电目前已在考虑进一步扩大产能,以此提升产业链的整合能力。

公司同日公布定增事项,公司将以不低于2.01元/股的价格,定增不超过10亿股,募集资金将用于收购深圳国资持有华映光电30亿元注册资本出资额所对应的股权,并补充流动资金。TCL董事长李东生将以不超过3亿元的现金额度参与此次定增。收购完成后,TCL持有华星光电的注册资本出资额将从55亿元提高到85亿元,而其余剩余的出资额目前为三星持有。

## 智能电视发力在即

上半年TCL在资本层面的重

## 业绩持续改善

# 美菱电器中期净利增两成

下半年面临政策退出风险

□本报记者 傅嘉

受上半年行业景气度较高和节能政策补贴翘尾的影响,美菱电器的中期业绩保持稳步增长态势。公司上半年实现营收和净利润为59.51亿元和1.36亿元,同比增幅为12.02%和22.40%。上半年公司美菱冰洗空各个子领域均保持了增长态势。

公司认为,通过内部管理机制的调整和上半年家电总体大环境较好,其整体经营业绩状况良好。但在下半年,公司将面临宏观经济风险不确定和节能补贴政策退出的影响。人士表示,在新的刺激政策出台之前,市场将处于政策真空期,使得家电企业未来发展方向不明朗,经营风险加剧。

## 业绩持续改善

中报显示,美菱电器上半

年实现营收和净利润为59.51亿元和1.36亿元,同比增幅为12.02%和22.40%。而在一季报显示,公司营业收入为23.85亿元,同比增长3.94%;净利润为4087万元;同比增长18.12%,公司今年上半年的业绩仍处于上升通道之中。

产品结构来看,冰洗空各子领域上半年均保持增长态势,公司冰箱、冰柜业务实现收入36.98亿元,同比增长4.92%。根据中怡康数据显示:2013年1-6月美菱冰箱国内市场零售额份额为10.09%,单品牌市场占有率排名第三;空调方面,上半年公司空调业务实现收入18.65亿元,同比增长25.96%。中怡康数据显示,公司上半年空调业务国内市场零售额份额为3.3%;公司上半年洗衣机实现业务收入6958.05万元,同比增长2.06%。

根据公司今年提出的目标,在未来三年内,美菱电器将完成冰箱、冰柜等产品内外销综合市场地位达到国内企业第二的目标。值得注意的是,在上半年,公司的电子商务业务同比增长超过200%,海外营销方面,公司上半年巴基斯坦和印度尼西亚空调基地核心客户冰箱(柜)发货数量同比增长超过40%。

## 政策退出风险仍存

由于去年下半年适逢节能补贴政策推出,家电行业进入上升通道,美菱电器在去年四季度业绩实现同比扭亏。在此背景下,今年7月底,美菱电器启动管理层股权激励,公司拿出激励基金中的1821.7万元向30名符合条件的激励对象进行分配。三位高管各获得超过百万元的激励基金,其中董事王勇获得最高激

励基金160.1万,占比为8.79%。公司同时对外界表示,不排除未来启动分红预案。

山西证券认为,公司将继续大力推进冰箱和空调产品,预计公司全年营收将超过100亿,冰箱今年出口同比增长25%,空调增幅30%以上,空调内销也将保持20%以上增速。

但在节能补贴之后,家电行业目前仍面临较大的不确定性。美菱电器在半年报中指出,家电下乡政策的退出造成了三四级市场的低迷,节能惠民工程的终止也给产品升级、市场销售带来了影响。近期市场传言管理层将推出“节能领跑者”这一长效激励机制鼓励家电行业健康发展,美菱电器在公告中并未对该政策给予回应,仅表示在新的刺激政策出台之前,市场将处于政策真空期,使得家电企业未来发展方向不明朗。

# 乐视网超级电视下半年或贡献业绩

□本报记者 姚轩杰

乐视网发布半年报显示,公司上半年实现营业总收入7.5亿元,同比增长35.98%;归属于上市公司股东的净利润1.17亿元,同比增长28.7%;基本每股收益0.15元。公司在半年报中称,超级电视产品从7月份开始正式投放市场,预计将在下半年度产生良好收益,对公司的整体营收产生积极的推

动作用。

公司以及下属控股子公司的主营业务为网络视频基础服务和视频平台增值服务。公司表示,上半年网络视频基础服务收入为4.07亿元,与去年同期保持稳定;而视频平台增值服务收入达3.43亿元,较上年同期增长124.96%。增长原因主要是公司在报告期内品牌知名度大幅度提升,网站流量及用户规模增长迅速,同

时公司加大了业务开拓力度,积极与知名4A广告公司以及品牌广告用户展开业务合作,品牌广告在公司产品的投放量逐渐上升,广告价值得到迅速体现。

对于投资者高度关注的乐视超级电视项目,公司在半年报中称,上半年公司对超级电视在研发、营销及供应链体系建设等方面进行了一定规模的投入,产品从7月份开始

正式投放市场,预计将在下半年度产生良好收益,对公司的整体营收产生积极的推动作用。但视频网站进军电视机制造,市场竞争和风险都很大。公司坦承,若智能电视行业良好的回报率吸引更多的投资者介入,或现有传统电视制造厂商加大规模投入,将可能导致公司在智能电视领域,达不到预期收益水平,对未来生产经营和财务状况产生不利影响。