

# 不利因素缓解 餐饮旅游公司加快转型升级

□本报记者 任明杰

3月10日,全聚德发布2013年年报,A股三家餐饮上市公司年报出齐。受H7N9疫情、“八项规定”等因素影响,全聚德净利同比下降27.62%,这也是整个行业的缩影。2013年,餐饮旅游行业陷入低谷,形势倒逼和政策引导加快了餐饮旅游上市公司转型的步伐。而伴随着不利因素的消失和缓解,餐饮旅游行业在2014年有望否极泰来。

## 遭受多重打压

“就像一头快被压塌的骆驼。”2013年的餐饮旅游行业正如一位券商分析师如上所言。而政策面、市场面、不可控因素等一根根稻草的落下则让餐饮旅游这头本就步履蹒跚的骆驼在2013年不断承压。

3月10日晚间全聚德发布年报,A股三家餐饮上市公司——全聚德、湘鄂情、西安饮食的年报均已发布,而“八项规定”则成了三份年报共同的关键词。2012年底,“八项规定”出台后,大幅削减“三公支出”的威力在2013年得到淋漓尽致的体现。从三家公司的年报看,全聚德净利同比下降27.62%,西安饮食净利同比下降6.9%,湘鄂情则经历了“公司历史上亏损最为严重、经营最为困难的一年”,全年巨亏5.64亿元。

旅游行业在2013年同样受到了政策的深刻影响。去年10月1日,《旅游法》正式实施,虽然从长期来看有利于行业的健康发展,但短期仍对旅游上市公司造成了不利影响,“十一黄金周”期间全国旅游行业营业额同比下滑约40%便可见一斑。从已经发布2013年年报的张家界和西安旅游来看,张家界净利同比下滑48.41%,西安旅游则同比下滑11.25%。《旅游法》正式实施让两家公司“如临大敌”,在年报中均被重点提及。

雅安地震,特别是H7N9流感等不可控因素则对餐饮旅游行业造成了直接的不利影响。以全聚德为例,对于净利大幅下滑,其在业绩快报中指出,“全国性H7N9禽流感疫情对经营产生的较大影响”为重要原因之一。而公司在年报中指出,针对2013年上半年发生的H7N9禽流感,公司启动《H7N9禽流感防控工作应急预案》,并研发推出了8道非禽类烤制



公司名称	所属行业	营业收入(亿元)	同比增幅(%)	净利润(亿元)	同比增幅(%)
全聚德	餐饮	19.02	-2.13	1.1	-27.62
湘鄂情	餐饮	8.02	-41.19	-5.64	-783.36%
西安饮食	餐饮	5.86	-11	0.15	-6.9
丽江旅游	旅游	6.67	13.16	1.48	7.75
张家界	旅游	5	-26.69	0.52	-48.41
西安旅游	旅游	6.72	-21.11	0.14	-11.25
宋城股份	旅游	6.79	15.79	3.08	20.22%

数据来源:wind资讯 CFP图片

菜品,增加了客人的选择。

此外,经济增速放缓对餐饮旅游行业的拖累也不容忽视。据中国烹饪协会发布的报告,2013年全国餐饮收入25392亿元,同比增长9%,增速创21年来最低。同时,“四高一低”进一步困扰着餐饮企业的发展,相比于受三公消费影响深重的湘鄂情和受禽流感影响深重的全聚德,西安饮食净利也出现了同比6.9%的下降便可见一斑。

## 转型成2013年主题

形势倒逼和政策引导之下,转型成为餐饮旅游行业2013年共同的主题。受“八项规定”影响最大的湘鄂情在2013年的转型引人注目。一方面,公司加快向大众化餐饮转型的步伐,2013年2月起,公司对酒楼经营政策进行了大幅度调整,包括取消高价菜,主推亲民价位菜品,酒水平价销售,取消包房服务费,不设最低消费等措施。同时大幅度关闭亏损酒楼,以求止血。同时,2012年起,公司便通过收购味之都、龙德华,进军快餐和团餐等大众餐饮业务,2013年,公司在该方面的投入也进一步加大。另一方面,公司开

始布局环保产业,除2013年7月份宣布计划收购江苏中昱环保科技有限公司51%的股权外,2013年12月,公司又与合肥天焱绿色能源开发有限公司共同投资设立合肥天焱生物热能科技有限公司,并持有合肥天焱51%股权。

全聚德在年报中也指出,公司在2013年加快调整转型,拓展理性消费餐饮市场,调整菜品结构,集中研发了20道具有鲜明特色的“全聚德京味菜”,统一贯标,统一价格,统一销售。公司各门店紧抓假日商机,开展全员营销,以“北京园博会”为契机,以暑期旺季和节假日为抓手,深入开展丰富多彩的主题营销活动,节假日营业收入创新高。

《旅游法》的实施也加快了旅游市场在2013年的转型升级。中信证券研究报告指出,《旅游法》在引发旅游市场“洗牌”的同时,也加快了行业的转型升级趋势:一方面,低价团被禁止,团队游产品价格差距缩小,市场价格更为规范、优质产品更有市场;另一方面,自由行直观报价优势明显,旅游市场散客化、碎片化趋势明显。同时,传统旅行社报名人数下降,但在线预订市场火爆,旅游消费加快向互联

网甚至移动端转移。

张家界在年报中也指出,新《旅游法》的颁布和国家在黄金周对小车实行的高速免费政策,加快了游客出行方式的改变和旅游行业洗牌。一方面旅游消费需求发生巨大变化,自由行、自驾车游客快速增长;另一方面,旅行社团队游在锐减,规模较小的旅行社将面临被淘汰的命运,旅行社必须资源整合,改变方式以顺应形势发展。报告期,公司旅行社完成营业收入2.69亿元,同比减少29.28%。

## 能否否极泰来

“行至水穷处,坐看云起时。”在多重因素打压之下,餐饮旅游行业在2013年陷入行业低谷之后,伴随着不利因素的消失和缓解,有望在2014年迎来否极泰来。

一方面,四川雅安地震和H7N9禽流感疫情均属不可控因素,参照历史上SARS疫情和四川汶川地震的情况,其对行业 and 上市公司的影响均属短期,且第二年一般会带动客流量的大幅度反弹。

另一方面,“八项规定”的影响虽然会长期化,但从2013年各上市公司年报中所规划的2014年发展来看,转型将会不断加快。从长期来看,“八项规定”对行业 and 上市公司的影响将会逐步弱化。而《旅游法》虽然在短期对行业 and 上市公司造成了一定的不利影响,但从长期来看,其有利于规范当前的旅游市场,能够更合理地保护游客利益,更有利行业长期健康持续发展。

不过,餐饮旅游行业在2014年仍面临着很多不确定因素,H7N9禽流感至今仍然没有止息的迹象,餐饮行业的大众化转型之路并不平坦,《旅游法》的影响也仍然有待观察。以餐饮上市公司的大众化转型为例,湘鄂情在年报中指,2013年酒楼业务的巨额亏损,在严重影响酒楼自身业务的同时,也为公司大众餐饮业务发展带来诸多困难。由于酒楼业务无法提供足够的资金支撑,公司在大众餐饮业务拓展上不得不放缓并购进程。此外,由于酒楼业务的高房租、高长期待摊费用、高人工费用以及在顾客心目中“湘鄂情”中高端品牌形象,使得公司在由中高端餐饮业务向大众餐饮业务转型过程中非常困难。

## 发力机器人业务

# 新时达拟6亿元收购众为兴

□本报记者 姚轩杰

新时达3月10日发布公告称,拟以6亿元购买众为兴100%股份。众为兴100%股份评估值为6.04亿元,评估增值4.7亿元,增值率348.09%。

新时达2010年开始切入机器人领域。公告称,此次收购是公司抢抓我国智能制造装备产业大好发展机遇,布局运动控制行业,完善工业自动化控制产业链的重要战略。

## 收购富士康供应商

公司拟通过非公开发行股份和支付现金相结合的方式购买曾逸、众智兴、华澳创投及深圳纳兰德等合计持有的众为兴100%的股份。经协商,众为兴100%股份的最终交易价格确定为6亿元。在发行股份部分,公司确定发行价为10.59元/股,发

行股数合计为4119万股。

众为兴成立于2002年,注册资本6000万元,是国内领先的专业为新兴应用领域自动化机器设备提供高性能运动控制系统整体解决方案的供应商,业务包括运动控制综合解决方案的设计、产品研发、系统实施与技术服务。公司的主要客户包括富士康、歌尔声学等。标的公司2013年度营业收入1.54亿元,净利润2480万元,总资产1.68亿元,负债合计3382万元。

众为兴控股股东为曾逸,实际控制人为曾逸、张为菊夫妇,两人合计直接持有众为兴64.38%的股份,同时曾逸通过众智兴间接持有众为兴4.44%的股份。

在业绩承诺方面,公告称,交易对方曾逸、张为菊、钱作忠、众智兴承诺,众为兴2014年、2015年、2016年实现的合并报表扣除非经常性损益后归属于母公司股

东的净利润分别不低于3700万元、5000万元、6300万元。如果实际净利润低于上述承诺净利润,则交易对方将按相关规定进行补偿。

本次交易完成后,纪德法、刘丽萍和纪翌仍合计持有新时达1.32亿股股份,占总股本比例将变更为33.81%,仍为公司实际控制人。

## 押宝机器人行业

新时达主营电梯控制系统等电梯产品及变频器,2012年收入分别为5.11亿元和1.83亿元,合计占总收入比例为82.62%。公司2010年开始切入机器人领域,并把该业务作为未来业绩新增长点进行培育。因机器人概念被热炒,公司股价自去年以来涨幅明显。

据悉,新时达2010—2012年共投入近5000万元用于机器人研发,加上未来三年

产业化扶持资金1.5亿元,总计将花费约2亿元在机器人业务培育上。

高工产业研究院(GGII)统计数据显示,2012年中国新增机器人3.3万台,年增速达到30%。随着“人口红利”逐步消失,机器人需求增长有望加速。

目前,外资企业占据国内机器人市场比例达到70%以上。

公司表示,众为兴从事的运动控制业务及工业机器人、弹簧机等数控设备与公司所从事的工业控制与变频驱动、工业机器人、伺服系统均属于工业自动化控制领域,当前及未来的重点销售市场均为机械制造、电子装配、机器人应用、节能环保等领域,有着较高的业务重合度。此次收购是公司抢抓我国智能制造装备产业大好发展机遇,布局运动控制行业,完善工业自动化控制产业链的重要战略。

## 中信土地信托挺进河南湖北

## 探索国有农场改革

□本报记者 张朝晖 实习记者 张玉洁

3月7日,中信信托分别与湖北和河南相关地市签下两单土地流转信托业务,分别涉及流转土地面积6万亩和近2万亩。这两单土地信托项目各具特色。其中,湖北龙感湖项目首次探索通过土地信托方式介入国有农场改革,中信信托将与湖北黄冈共建龙感湖土地信托化改革试验区。而河南省土地流转信托项目则是全国首个针对建设生态文明、防风固沙、防治雾霾为主要目的的土地流转信托。

中信信托与湖北省黄冈市人民政府,就共建龙感湖土地信托化改革试验区签署战略合作协议。此次流转项目为目前涉及土地面积最大的土地流转信托。该试验区拟从建构新型的生产关系入手,以信托共有制参与国有农场新一轮改革,推动龙感湖现代农业综合开发示范区、循环经济示范区、城乡统筹发展先行区和全域信息化示范区建设。龙感湖土地信托化改革试验区拟划定面积为100平方公里。

而中信信托与河南济源市政府合作成立“中信·济源农村土地承包经营权集合信托计划”,是全国首个针对建设生态文明、防风固沙、防治雾霾为主要目的的土地流转信托。

本次推出的河南省首单土地流转信托引入了苗木花卉产业,土地使用方园艺绿化为河南本土优秀苗木企业,拥有多项苗木培育国家专利,尤其是其自主研发的白皮松快繁技术突破了以往白皮松平原地区繁育困难的瓶颈,技术水平国内领先。

本次项目首期流转济源市织城镇、思礼镇下属共6个行政村的4094.5亩农业用地,预计两年内流转规模可达2万亩。目前,中信信托已在安徽、山东、贵州、河南等地推出了土地流转信托项目。据中国证券报记者了解,中信信托今后还将继续在河北、内蒙古、新疆、吉林和四川等地进行推广。随着前期项目经验不断丰富,预计中信信托土地流转信托将进入项目密集落地期。

## 美的集团全面转型智慧家居

□本报记者 傅豪

3月10日,美的集团公布其在智能家居领域的战略构想和行动计划。依托物联网、云计算等先进技术,美的集团将由传统家电制造商变为智慧家居企业。根据规划,美的集团将实施“1+1+1”战略,即“智慧管家系统+M-Smart互动社区+M-BOX管理中心”,加速布局物联网家居市场。

美的集团高级副总裁蔡其武表示,目前美的拥有全球领先的家电存量用户,2013年家电产品的销量达到2.5亿台,市场保有量达到20亿台,影响全球5亿家庭。今后美的将系统整合旗下产业群优势和技术研发等优势资源,以传感、大数据、智能控制技术为手段,发挥家电产品横向整合资源能力,实现全品类白色家电产品互联互通。

据蔡其武介绍,美的M-Smart智慧家居战略将推出“空气智慧管家”、“营养智慧管家”、“水健康智慧管家”、“能源安防智慧管家”四大智慧家居管家系统。未来还将基于市场存量优势,打造千万级M-Smart社区,构建全新的智慧生活体验。以“美的空气智慧管家”为例,将整合空调、电扇以及空气净化器等产品,可将天气、空气等信息提供给用户,同时记忆用户的生活习惯,主动给家庭创造舒适的空气环境。

据悉,2014年美的集团的智能新品将加速上市,预计将陆续推出25个品类。为推进M-Smart智慧家居战略实施,美的集团拟定了四个阶段的推进计划,实现从各品类联网、单品类自动控制,到智慧管家自动控制,直至社区、商店、医院等生态圈的交互应用,最终构建全新智慧家居生态圈。2014年美的旗下各事业部合计研发投入将达到40亿元,未来三年累计投入将达150亿元。公司还将投资近30亿元在顺德搭建全球研发总部,作为智慧家居孵化基地。

“今后美的集团将对内统一协议,对外开放协议,实现所有家电产品的互联、互通、互懂。”蔡其武说。公司还将通过与阿里、华为等合作伙伴的联合,突破行业单品智能等局限,打造面向全球开放的智慧家居应用系统。

## 易居宣布分拆乐居赴美上市

□本报记者 费杨生

易居(中国)控股有限公司10日宣布,旗下全资子公司乐居控股有限公司已向美国证监会递交招股书,计划进行首次公开募股。代表其普通股的美国存托凭证届时将在美国一家主要的证券交易所挂牌交易,本次IPO计划发行的美国存托凭证数量待定。

易居表示,可能出售其拥有的部分乐居股份,但预计在乐居IPO计划完成后依然持有乐居的多数股份。

此外,易居还宣布,乐居与腾讯控股有限公司签署战略合作协议,将共同开发基于房地产移动电商的相关软件和工具。腾讯将授权乐居在微信平台上批量开通房产项目公开账号。乐居同意微信支付解决方案成为乐居用户在微信平台进行房地产线上(线下)电子商务的默认支付方式。双方还将探索更多的合作机会。

易居董事局联席主席、CEO周忻表示:“进一步开发并拓宽乐居的移动平台是我们的核心发展战略之一。与腾讯的合作能通过其强大的微信平台和服务器扩大我们的用户范围,并为推广房地产资讯和促进交易提供了一个重要的新渠道。”

## 钢铁水泥业清洁生产评价指标体系发布

□本报记者 钟志敏

记者10日从国家发改委网站获悉,国家发改委、环保部、工信部联合修编发布了《钢铁行业清洁生产评价指标体系》、《水泥行业清洁生产评价指标体系》,将于4月1日开始实施。

新发布的《钢铁行业清洁生产评价指标体系》确定了六类清洁生产指标,即生产工艺装备指标、节能减排装备指标、资源与能源利用指标、产品特征指标、污染物排放控制指标和清洁生产管理指标。指标体系适用于钢铁联合企业(长流程)清洁生产水平评价、清洁生产审核、节能改建项目环境影响评价、新建项目审批核准;企业环保核查、绩效评价等。

新发布的《水泥行业清洁生产评价指标体系》主要包括:生产工艺及装备指标、资源能源消耗指标、资源综合利用指标、污染物产生指标、产品特征指标和清洁生产管理指标六类。指标体系适用于通用水泥生产企业,包括水泥(熟料)生产企业、水泥粉磨站的清洁生产审核、清洁生产潜力与机会的判断、清洁生产绩效评定和清洁生产绩效公告制度;也适用于水泥行业环境影响评价、环保核查、排污许可证和行业准入等。

# 1-2月自主品牌汽车市场份额下降

□本报记者 王小伟

中国证券报记者3月10日从中国汽车工业协会获悉,2014年前两个月,我国乘用车共销售315.90万辆,同比增长11.33%,总体仍然保持较快增长。但与此同时,1-2月,自主品牌乘用车共销售121.31万辆,同比下降0.99%,占乘用车销售总量的38.40%,同比下降4.78个百分点。中汽协对此表示非常担忧,秘书长董扬对记者分析说,自主品牌汽车竞争力仍显脆弱,中汽协正在酝酿建议政府组织制定建设汽车强国的国家战略。

## MPV销量大增7成

2014年2月,我国乘用车共销售131.22万辆,环比下降28.95%,同比增长18.01%。从细分市场看,与上月相比,四大

类品种销量均明显下降;与上年同期相比,交叉型乘用车有所下降,其他品种呈较快增长。

其中,基本型乘用车(轿车)销售83.05万辆,环比下降30.54%,同比增长10.73%;多功能乘用车(MPV)销售13.43万辆,环比下降30.13%,同比增长73.07%;运动型多用途乘用车(SUV)销售23.72万辆,环比下降26.44%,同比增长50.29%;交叉型乘用车销售11.02万辆,环比下降19.29%,同比下降12.87%。

董扬介绍说,由于春节因素,单纯比较2月销量有失偏颇,因此中汽协采用了1月和2月累计计算的方法测算中国汽车产业的产销增速。

1-2月,乘用车共销售315.90万辆,同比增长11.33%。其中基本型乘用车(轿车)销售202.62万辆,同比增长4.58%;运动型多用途乘用车(SUV)销售55.97万

辆,同比增长40.42%;多功能乘用车(MPV)销售32.66万辆,同比增长69.34%;交叉型乘用车销售24.65万辆,同比下降20.07%。

## 自主品牌市场份额下降

根据中汽协公布的数据,2014年2月自主品牌乘用车共销售50.37万辆,环比下降28.99%,同比增长5.39%,占乘用车销售总量的38.39%,占有率比上月下降0.02个百分点,比上年同期下降4.60个百分点。与上年同期相比,外国品牌增长不一,其中德、日、美系乘用车增速更为明显。

1-2月,自主品牌乘用车共销售121.31万辆,同比下降0.99%,占乘用车销售总量的38.40%,占有率较上年同期下降4.78个百分点。

“与外资品牌相比,自主品牌乘用车