

租赁收入稳步提升

陆家嘴上半年业绩增长16%

□本报记者 于萍

2014年是陆家嘴租赁物业入市增量较多的一年。正是在租赁收入的带动下,公司上半年业绩保持增长。陆家嘴7月30日披露的中报显示,公司上半年实现营业收入19.11亿元,同比增长14.18%;实现归属于上市公司股东的净利润5.72亿元,同比增长16.48%。根据公司计划,未来在营物业出租率要达到90%。

房产销售收入下滑

从各项业务表现看,上半年陆家嘴的物业租赁收入出现增长,但土地和房产销售收入有所下滑。

上半年陆家嘴营业收入来源中,物业租赁及服务性收入占比为78%,物业销售收入占比为22%。具体来看,包括持股50%及以上的投资公司在内,陆家嘴物业租赁收入年度计划(含预收款)不低于23亿元,实际完成13.28亿元,同比增加21%。其中合并报表范围内收入计划不低于16亿元,实际完成8.1亿元,同比增加19%。

相比之下,公司土地和房产销售收入(含预收款)年度计划不低于26亿元,实际完成10.82亿元,同比减少22%。其中,办公物业销售收入计划不低于5.8亿元,实际完成2.2亿元,同比减少12%;房产销售收入计划不低于20.2亿元,实际完成8.62亿元,同比减少25%。公司物业管理及服务



CFP图片

性收入年度计划不低于7.5亿元,实际完成3.5亿元,与去年同期持平。

值得注意的是,公司上半年的经营活动产生的现金流量净额为-19.78亿元,同比下降825.76%。公司称是由于土地购置与项目建设支出增加。公司项目开发投资支出年度计划不超过40亿元,上半年实际支出25亿元,同比增加136%。

陆家嘴表示,上半年整体住宅市场观望气氛激烈,成交量萎缩态势明显,在此形势下,公司把控销售节奏,根据不同产品受政策影响相关性的差异,分别制定销售策略,助推住宅产品销售稳步入市。到年末,公司在

营物业面积将达到142万平方米,其中可租赁物业面积120万平方米。

未来将提升出租率

按照公司披露的数据,上半年主要在营物业平均出租率仍维持在较高水平。其中,办公物业平均出租率为89%,商铺物业平均出租率为99%,会展物业平均出租率为71%,酒店物业和住宅物业的平均出租率分别为67%和88%。

根据中报,陆家嘴世纪金融广场分批投入运营以来,5号楼的出租率已达88%,2号楼的出租率约为28%,7号楼(商业中心)的出租率

出口需求稳健

二铵价格仍有上涨空间

□本报记者 张玉洁

超强台风“威马逊”近期席卷南方地区,广东、广西、海南和云南损失惨重。部分港口等待出口的二铵库存受损,导致二铵出口供应出现紧张局面,部分企业报价小幅抬升。金银岛化肥分析师指出,由于出口需求稳健,加之秋季备肥即将启动,今年秋冬二铵价格仍有上涨空间。

出口报价微涨

金银岛资讯显示,据港口相关人员及二铵企业初步预计,广西防城、北海,广东湛江三个港口约有25万吨DAP(目的地交货)库存遭到损坏。相关企业正在紧急处理损毁货源,并尽快填补港口空缺,减少延误船期的风险和损失。

南方港口DAP大量受损,造成二铵出口企业供应紧张。数据显示,部

分企业出口报价抬升至FOB460-470美元/吨,高出本周港口主流报价20美元/吨。

据了解,云天化近期对印度买家售出3.5万吨DAP,成交价已达CFR468-469美元/吨,约合FOB445美元/吨。不过,部分海外买家对于中国企业报出的FOB460-470美元/吨的价格暂时还难以接受。

据印度肥料协会数据,印度6月份DAP进口量为58.7万吨,4-6月份进口量91.7万吨,预计4-7月份总进口量约在150万吨左右。印度肥料协会预计,今年印度DAP进口需求在500万吨以上,第三、四季度仍有300多万吨的进口需求,对主要供应商中国企业来说实属利好。

中国海关数据显示,2014年6月份中国磷酸二铵出口量30.32万吨,同比增长17.70%;1-6月份二铵出口量为127.26万吨,去年1-6月份出口量为51.73万吨。由于前期多数订单

船期靠后,预计7月份出口量将达到100万吨左右,1-7月份二铵出口量约在227万吨左右。

秋冬供需基本平衡

分析师指出,若印度第三、四季度的300万吨DAP进口需求可期,中国企业或将占其进口量的50%-60%(150-180万吨),加上其他东南亚、西亚地区的少量需求,出口总预期量约为200万吨。中国秋冬市场需求量约450万吨,国内秋冬需求+出口预估总量将在650万吨左右;而8-12月份企业产量在600万吨左右,加上春夏市场的社会供应约50万吨,秋冬二铵市场基本供需平衡。

目前云、贵二铵大厂开工率仍维持在60%-70%,若后期装置恢复满开,市场供应略显宽松,但产能过剩情况将会大大缓解。

目前国内秋季备肥尚未启动,

但在出口的有力支撑下,二铵企业到站报价小幅上涨。数据显示,目前64%二铵主流出厂报价2450-2500元/吨,华北、华东主流到站价上调50元至2650-2750元/吨,西北主流到站价2700-2800元/吨,市场到货量不大。

上述分析师表示,由于印度、美国、巴基斯坦进口需求增大,中国二铵西南大厂主动限产,加上此次台风造成的损失,国内二铵产能过剩有望弱化,供应达到基本平衡状态。受农时、季节限制,秋冬市场采购往往比较集中,另外企业仍有前期订单兼顾。短线来看,在国内、外需求利好支撑下,加上原料硫磺蓄势待涨,预计秋冬二铵价格仍有上涨空间。

涉及二铵生产销售的上市公司主要有云天化、六国化工、湖北宜化等。受产品价格下滑拖累,相关公司业绩大多下滑。近期价格小幅回升预计将部分改善公司业绩。

行广告分销,从而获得较高的毛利率。这类公司自己有什么资源,就向客户推荐什么资源。

沃捷传媒的模式,是客户提出需求,我们负责总体方案并帮助客户落实渠道,帮助客户找到更优质的发布资源和更低的发布价格。因此,我们是广告公司,而不是媒体公司。我们更多是中间人的身份,时时了解媒体资源的空当,然后进行撮合。广告行业净资产收益率高、毛利率低。媒体公司投入资金更大,核心是如何获得媒体。我们更多是做执行,虽然毛利率低,但是风险更低。从业态发展上看,目前国内更缺少像我们这样的广告公司。

中国证券报:目前公司仍是专业户外媒体服务商,未来在向全媒体的广告服务商转变中,将主要向哪些方向努力?对于互联网广告,有哪些具体想法?

王洋:由于人们出行时间越来越长,户外广告正在变得越来越重要。人们可以不看报纸和手机,但是不能不在户外,这是眼球经济。因此未来户外广告仍有很大的增长空间。由于户外广告形式多样,是非标产品,而且定价模式不透明,执行起来非常辛苦,没办法量化,也没有定价模型,因此很难通过互联网去颠覆信息流不对称的问题。

成发科技与英国RR公司签供货协议

□本报记者 张玉洁

成发科技7月29日晚间公告,公司董事会审议并通过了与英国罗尔斯·罗伊斯公司(简称“RR”)签署长期产品供应协议的议案。

公告显示,该协议未约定具体履约金额,RR公司将按具体产品型号将其在全球市场40%、60%到100%份额不等的产品订单给予公司,涉及RR公司航空发动机共15款零部件。根据具体型号产品的现有全球订单量,公司推算协议总额约为29461万美元,分8.5年执行,年均约3466万美元。

拟2.2亿美元投资Albaugh 华邦颖泰发力海外业务

□本报记者 于萍

华邦颖泰7月29日晚间公告称,公司通过全资子公司颖泰美国股份有限公司与Albaugh,LLC.签订协议,拟自筹资金2.20亿美元(折合人民币约13.74亿元)对美国Albaugh公司投资,认购该公司2500股股票股份及22500股非投票股份。交易完成后,公司将占目标公司20%的股票股份以及20%的非投票股份。

根据协议,颖泰美国对Albaugh增资完成后,Albaugh股东Albaugh Family Holdings,Inc从Albaugh分红12000万美元,颖泰美国不参与此次分配。此次交易还需向美国反垄断申报和国家安全审查以

公司表示,本协议签订并执行,将为公司2014年带来增量收入122万美元,增量净利润-13万元。协议执行期间,公司每年收入约为122万美元至5247万美元不等,净利润为每年-13万元至1873万元不等。

公司表示,为满足协议签订后的生产,拟新增固定资产投资约9600万元主要用于机器设备的购进,年折旧约620.80万元;流动资金投入4973万元。

罗尔斯·罗伊斯公司是英国著名的航空发动机公司,也是欧洲最大的航空发动机企业,研制的各种喷气式发动机广为世界民用和军用飞机所采用。

及北京市发展和改革委员会备案。

公告显示,Albaugh公司为私人企业,是美国最大的非专利农化品生产商之一,主要生产适合转基因作物使用的除草剂草甘膦、2,4-D、麦草畏、阿特拉津等产品。该公司业务遍及北美、南美和欧洲市场;其中,北美市场占总体业务40%,南美市场占55%、欧洲市场占5%。

2013年Albaugh实现营业收入人民币75.29亿元,净利润人民币2.81亿元。2013年净利润中包含了约2.01亿元的投资收益,主要是阿根廷国债的投资收益。今年一季度实现营业收入2.7亿美元,净利润1708.1万美元。公司净资产为1.71亿美元。按照收益法评估后,标的公司净资产增值率为408.2%。

北大医药拟收购公司与福瑞股份达成和解

□本报记者 周渝

北大医药7月29日晚间发布公告称,公司拟收购公司深圳一体医疗公司与福瑞股份旗下的上海回波公司及法国Echosens公司达成和解,福瑞股份撤销相关诉讼。达成和解意味着北大医药并购一体医疗的进程将不会受此影响。

7月15日,福瑞股份发布诉讼公告,其控股子公司就一体医疗产品侵犯专利独占实施许可权一事向深圳市中院提起

民事诉讼。7月16日,拟收购一体医疗的北大医药随之停牌。

据了解,和解过程中,诉讼双方均表示有意联手开发国内肝病治疗市场。而对于一体医疗而言,此次和解将为公司肝病治疗领域扫清专利障碍,对将来参与肝病治疗市场竞争有积极意义。

数据显示,我国现有各类型肝病患者已超过2亿,每年死于肝病的患者达50万人以上,医疗费用成本超千亿元大关,肝病治疗领域市场前景巨大。

首创股份瞄准村镇水处理市场

□本报记者 郭力方

首创股份7月29日晚公告,公司香港子公司将斥资1.275亿元增资并收购苏州嘉净环保科技有限公司51%股权。嘉净环保专业从事村镇分散污水处理成套设备研发。

公告显示,嘉净环保在村镇分散污水处理成套设备方面具有规模和技术优势,其DSP低能耗分散式污水处理成套装置取得包括3项发明专利在内的共29项国家专利。公司产品应用于全国300多个行政村,近2000个自然村的生活污水、养殖废水、垃圾渗滤液以及公厕、农家乐等分散污水的治理,是唯一一家在分散污水市场能覆盖到全国20个省市的企业。

据业内专家介绍,截至今年一季度,全国约98.8%的设市城市和约81%的县城均设有污水处理厂,这表明大中型城镇污水处理市场已趋饱和。《国家环境保

普邦园林中期净利增三成

□本报记者 黎宇文

普邦园林7月29日晚间发布半年报。报告期内,公司实现营业收入15.68亿元,同比增长42.54%;实现净利润2.02亿元,同比增长30.26%。公司现金流情况也得到了改善,经营活动产生的现金流入同比增长27.39%。

在房地产景观业务稳定增长的情况下,公司市政景观业务形成新的增长点。报告期内公司签署两大市政园林项目,合同总额约18亿元。上半年,公司市政业务确认收入约1.75亿元,占同期营业

总收入的11.17%。公司积极开拓新的业务合作模式,逐步改变景观工程公司在业务开展过程中的被动地位。

此外,公司将发展目光投向海外。上半年,普邦园林在马来西亚承接并完成了第一个海外景观项目,开始国际化业务道路。与境外知名上市设计公司泛亚国际合作,业务协同效应初见成效,合作或互相推介的项目达十多个。

上半年,普邦园林在项目管控、信息化、品牌建设等方面都进行了大力投入,并陆续出现成效。公司表示,下半年在“巩固”与“求变”的双向带动下,公司业绩值得期待。

力帆股份将重点发展两大产业

□本报记者 周渝

在7月29日召开的力帆股份股东大会上,公司董事长尹明善透露,未来公司重点发展的两大产业方向是新能源汽车和汽车金融。

尹明善表示,在汽车制造领域将把新能源汽车开发作为重点,公司的低速电动车将于今年底前下线,明年预计产量在3万至5万台,市场售价预计从2万多元到5万多元;汽车金融包



□本报记者 王颖春

沃捷传媒董事长王洋日前在接受中国证券报记者采访时表示,公司有意未来选择做市转让,目前在跟主办券商协商。做市最大功能是价格发现,但考虑到投资者之间的公平性,没有理由给做市商库存股价格折扣。

做市最大功能是价格发现

中国证券报:新三板8月份即将推出做市转让,沃捷传媒是否会选择这种股权转让方式?

王洋:我们主观上是想选择做市,但还没有到具体落实阶段。我认为,做市转让的功能是价格发现,但能否为投资者提供退出机制,目前还有待确认。

中国证券报:目前是否与做市商确定好了库存股的拿货价格?是否考虑给予做市商一定股价折扣?

王洋:对于库存股价格,我认为做市商首先要告诉企业的,是初始报价是多少,然后再来跟公司谈库存股的

折扣问题。如果做市商了解公司,理应知道我们的股票值多少钱。如果真看好公司,为什么要低价拿股?我们这几轮增发也没有对赌,早先进入的投资者也有风险,为什么只给做市商低价让其去平抑风险。

融资基本按15倍PE定价

中国证券报:是在什么样情况下选择在新三板挂牌?挂牌以后对公司发展起到了怎样的作用?

王洋:2011年,我们最初的想法是去IPO,但当时轻资产和文化类企业不是很受资本市场青睐。那时整个行业行情不好,特别是经过前几年的行业低谷,我们在寻找外部投资的时候找到了启迪,启迪建议我们做股改上新三板。现在看来,这条路对于公司而言无疑更好。

当时我们认为传媒类公司很难在新三板挂牌,但在几个部门的鼎力支持下,我们最终成为新三板首家广告传媒公司。挂牌以来,公司已进行过一轮融资,融资额近4000万元,银行也给了我们7000万元的授信。

中国证券报:公司近期公布了高达1.6亿元的融资方案,有意向的资金落实了多少?是依据什么估值?

王洋:本次融资额度应该在1亿元左右,启迪和基石也参与其中,目前接洽者主要是老股东和主办券商。

2013年增发每股22元,2014年增发每股价格32元,增发价格基本是按照15倍动态市盈率确定。这次也一样,这个市盈率就是投资者根据对公司的预期,由双方协商确定。

户外广告仍有很大成长空间

中国证券报:沃捷传媒这几年来是依靠什么路径迅速成长起来的?

王洋:沃捷传媒这几年成长得比较快,有一个行业大背景。2008年以前,国内户外广告投放主要是外资企业。金融危机之后,这些公司的投放预算在下降。而从2009年开始,国内企业做品牌和宣传的需求越来越大,户外广告市场主体逐渐变成了内资。那时候做户外广告的公司并不多,更多还是在做传统媒体渠道。

我们认准了这一领域,一开始只做几十万元的单子,慢慢积累客户,最终逐渐获得了业内客户的认可。现在我们53个主要客户中,大部分来自银行和汽车行业。平均下来,一年有几个客户的增长速度。

中国证券报:公司跟传统媒体公司的区别是什么?优势在哪里?

王洋:我们并不是传统意义的媒体公司,例如航美传媒和分众传媒之类的媒体公司。他们的业务模式,是在区域上和形式上垄断渠道,然后进