

■年报前瞻

翘尾行情难挡库存压力 楼市调整期房企业绩承压

□本报记者 于萍

2014年楼市成交先抑后扬，年底销售的翘尾行情让部分房企的经营压力得到缓解。不过，在披露全年销售情况的15家房企中，仍有6家未能完成全年目标。随着楼市调整，房企的业绩压力也逐步显现。沪深28家披露2014年年报预告的上市房企中，业绩改善的不足半数。业内人士认为，未来去库存仍然是房企面临的首要问题，房企毛利率也将面临下滑的压力。

全年业绩承压

由于2014年前三季度楼市低迷、部分房企去库存压力加大等因素的制约，不少上市房企2014年业绩受到极大影响。统计显示，2014年前三季度上市房企整体业绩同比下降3.32%，这一增速已经创下上市房企2003年以来的三季报增速新低。业内人士认为，自2009年以来，沪深上市房企整体业绩增速一直保持在两位数的水平，而2014年业绩增速或将创下2009年来的的新低。

Wind数据显示，目前沪深两市已有28家上市房企披露了2014年年报预告。其中，预增及扭亏的房企只有13家，占比不足半数。受前三季度业绩下滑的拖累，2014年上市房企整体业绩增速或创下2009年来的的新低。

在2014年年报预增的10家房企中，阳光城、东华实业、上实发展等公司的预增幅度超过100%。阳光城预计2014年实现盈利13.03亿元至15.64亿元，同比增长100%至140%。公司称，业绩增长主要是子公司开发建设的房地产可结算项目对应的收入增加所致。

东华实业1月8日披露的业绩预告显示，公司预计2014年年度实现归属于上市公司股东的净利润为5400万元到6600万元，与上年同期相比将增加113%到161%。业绩增长的主要原因是公司广州益丰花园项目在2014年度内达到竣工结算的条件。

上实发展则在前三季度业绩同比增长82.65%的基础上，预计公司2014年全年净利润同比增长100%以上，主要是上海丰启置业有限公司51%股权转让收益所致。中关村、天业股份、银润投资3家公司则预计2014年业绩将实现扭亏。

此外，荣盛发展预计2014年实现净利润约29.06亿元至37.78亿元，同比增长0~30%。荣盛发展管理层预计，2014年度公司项目生产、销售进度正常，公司结算面积、结算金额同比均有一定幅度的增长。

相比之下，由于结算收入下滑，有更多的房企预计2014年业绩将出现下降或亏损。包括东方银星、同达创业、荣丰控股、多伦股份在内的

部分上市房企2014年业绩预告一览

证券代码	证券简称	2014年报业绩预告	业绩预告摘要	2014年三季报净利润(万元)	净利润同比增长(%)
002146	荣盛发展	略增	净利润约290636.36万元~377827.27万元，增长0.00%~30.00%	205889.63	17.43
002244	滨江集团	略减	净利润约70506.23万元~9870.72万元，下降30.00%~50.00%	56925.39	-52.23
600067	冠城大通	略减	净利润有所减少	34082.25	-73.81
000671	阳光城	预增	净利润约130300万元~156400万元，增长100.00%~140.00%	66314.66	77.58
000718	苏宁环球	预增	净利润约63339万元~82828万元，增长30%~70%	3603.10	-94.25
600748	上实发展	预增	增长100%以上	73108.88	82.65
000931	中关村	扭亏	净利润约800万元~3000万元，增长104.06%~115.23%	-2959.48	-74.38
600565	迪马股份	预增	增长50%以上	15695.88	-23.77
002077	大港股份	略减	净利润约3786.72万元~5409.6万元，下降0%~30.00%	3668.08	1.85
002285	世联行	略增	净利润约31828.81万元~41377.45万元，增长0.00%~30.00%	21873.13	7.07
000029	深深房A	略增	净利润约27392万元~30000万元，增长20.00%~31.42%	5700.48	243.84
600007	中国国贸	预增	增长50%以上	42913.66	29.26
002133	广宇集团	续盈	净利润约15356.42万元~26325.29万元，增长-30%~20%	4781.15	-68.05
002305	南国置业	续盈	净利润约45949.32万元~56760.92万元，增长-15.00%~5.00%	13921.98	-19.69
002208	合肥城建	续盈	净利润约11846.58万元~19744.3万元，增长-25.00%~25.00%	5577.80	22.16
000573	粤宏远A	预减	净利润约0万元~3515.41万元，下降70%~100%	2240.90	-77.90
002016	世荣兆业	预减	净利润约1000万元~1500万元，下降97.00%~98.00%	2942.92	-93.29
600606	金丰投资	首亏	将出现亏损	-23189.33	-8845.45
000965	天保基建	预增	净利润约26500万元~30000万元，增长58.44%~79.36%	26255.71	185.82
600807	天业股份	扭亏	扭亏为盈	2844.18	133.68

数据来源：Wind资讯

制表/于萍

多个房企全年预亏；粤宏远A、世荣兆业等公司的业绩下滑幅度则预计超过50%。世荣兆业表示，由于2013年有股权转让收益，而2014年没有，公司业绩预计下降97%到98%，预计实现净利润1000万元至1500万元。

去库存压力仍在

经历前三季度的低迷，楼市在2014年四季度迎来“暖冬”，以一线城市的楼市销售出现回暖，缓解了部分房企的经营压力。但整体来看，房企仍然面临较大的去库存压力。

中原地产研究中心统计数据显示，2014年12月，全国54个城市合计住宅签约套数达到31.8万套，创下2014年全年的单月最高纪录，其中一线城市达到5.37万套，环比上涨幅度达到38%。

尽管2014年年底楼市成交出现“翘尾”，但市场人士对于楼市的预期却并没有因此“转向”。同策咨询研究部总监张宏伟认为，由于限购政策取消、降息、房企冲刺销售指标等因素，年底楼市翘尾拉升全年成交量，但整体市场仍然有去库存的压力，维持“平价跑量”的特征，房企利润率也难以保证，楼市基本面并没有因为年底楼市翘尾行情而出现实质性好转。

事实上，今年前三季度，上市房企的整体销售毛利率仅为32.99%，创下2008年以来的新低。

包括万科、招商地产、首开股份、荣盛发展在内的多家房企的毛利率均较去年同期出现下滑。

业内人士表示，由于去库存压力加大，房企纷纷在2014年增加营销力度，销售费用不断攀升，导致房企毛利率出现下滑。

尽管2014年年末楼市出现回暖，但去库存仍然是房企面临的首要难题。从2014年12月份全国36个大中城市存销比指标来看，一线城市及部分二线城市库存去化周期回落至合理区间，但库存压力仍然较大，市场去化周期在15个月以上、市场基本面表现欠佳的城市仍然占到大多数。这意味着去库存仍是楼市主旋律，房价仍面临下行压力。

楼市仍处调整期

中原地产研究部统计显示，目前公布2014年销售业绩的房企一共15家，富力、瑞安、金地商置、首创置业、五矿等6家房企均未完成年度销售任务，瑞安完成的比例仅75%，其他完成任务的房企也仅仅是涉险过关。

中原地产分析师张大伟认为，2014年最后2个月的冲刺，大部分企业完成年度目标情况并不理想。预计后续公布业绩的企业完成年度任务的比例更低，全年完成年度任务的企业占比较少。

“以前的市场调整主要是政策变动引起的，并不是市场自发性的调整。如今房地产市场已经进入了供需相对平衡、甚至供过于求的局面，市场的波动将加大。”张大伟预计，2015年大部分房企的销售任务制定将非常谨慎，房企对市场的看法整体偏平稳，企业在2015年的经营策略将平稳为主。

目前，业内人士对于2015年楼市及房企经营的预期较为谨慎。“市场对于房地产的主流观点虽然没有我们悲观，但大都预期未来一年的表现乏善可陈。”瑞银分析师表示，预计2015年房地产建设活动将会继续下滑。国泰君安分析师则认为，2015年房地产行业基本面将平稳恢复，当前地产股估值仍处于相对低位。Wind数据显示，目前申万房地产行业的市盈率(TTM)为20.7倍，在申万28个一级行业中排在第21位。

房企回归一线城市拿地

□本报记者 姚轩杰

北京土地市场开年即爆棚。日前，北京西南四环的花乡白盆窑地块被华润、首开、平安组成的联合体以86.25亿的总价拿下，刷新了北京总价地王的新高度。这折射出房企争抢布局一线城市的高涨热情。

中原地产研究部统计数据显示，2014年全年，万科、保利、招商等20大标杆房企合计拿地仅3043.99亿元，比2013年全年的5578.87亿元，下调幅度达45.4%。不过，上述20大房企去年在一线城市拿地金额占比达38.9%，超过2013年的30.8%，创造了历史最高纪录。

上海易居房地产研究院数据显示，2014年，北上广深四个一线城市成交土地面积为6825万平方米，同比减少32.4%；但楼面均价却达到7429元/平方米，同比涨幅为37.8%。在去年楼市下行的背景下，多地卖地收入明显下降，但四个一线城市全年土地出让金总和达到5068亿元，仅比2013年减少3%。北京更是以1916.9亿元刷新年度出让金纪录。

而且，去年“9·30”新政后，土地市场升温催生出多个地王”。排名前10的总价地王中，一线城市占了7个；而排名前10的单价地王，均位于北京和上海。

张大伟认为，当前实力雄厚的大型房企拿地布局普遍选择回归一线城市，未来拿地竞争将更加激烈。房企扎堆一线城市，在推高地价的同时也隐藏着后续高价销售不畅的风险。但他同时表示，相比三四线城市相对萎缩的需求，一二线市场的风险要低很多。

农业部紧急通知 全力协调处理“卖奶难”

农业部网站消息，受多种因素影响，近期一些乳品加工企业停收限收生鲜乳，国内部分地区发生“卖奶难”问题，出现几起奶农倒奶现象，给奶农造成损失，影响到奶业生产发展的基础。针对这一情况，1月7日，农业部下文《关于协调处理卖奶难稳定奶业生产的紧急通知》，要求各级地方政府农牧部门在当地政府领导下，迅速行动起来，采取有效措施，全力以赴协调处理“卖奶难”，确保奶农利益、稳定奶业生产。

通知强调，各地要千方百计组织协调加工企业保证生鲜乳收购。保证生鲜乳正常销售是当务之急，要密切监测生鲜乳销售形势，通过各种形式督促乳品企业履行收购合同，积极收购，善待奶农，共度难关，力争做到不拒收、不倒奶、少限收、少卖牛。要充分发挥地方奶业协会和奶农合作组织的作用，维护生鲜乳正常收购秩序。

通知要求，各地要切实加大奶业政策扶持和生产救助力度，抓紧落实奶牛良种补贴、振兴奶业苜蓿发展行动、奶牛标准化规模养殖等已有的扶持政策，加大政策宣传力度，保护奶农养殖积极性。要针对当前奶业生产中面临的突出问题和实际困难，抓紧研究、提出建议，积极争取地方政府出台奶粉收储补贴、救助奶农补贴、信贷金融支持等办法，采取多种形式帮助奶农渡过难关，切实把损失降到最低。

通知指出，各地要深入生产一线开展奶牛养殖技术指导和服务，加大养殖技术培训，重点培训推广良种繁育、全混合日粮、疫病防治和苜蓿生产加工等关键技术，帮助奶农提高科学饲养水平，节本增效，促进增收。特别要加强对散养户和小规模户的技术培训，推动散户入园和老旧奶牛养殖小区改造升级，引导奶农向标准化规模养殖方向发展。

通知还要求各地密切关注生鲜乳生产、收购情况，实行奶业生产周报制度，及时处置各种突发事件，及时进行宣传舆论引导。

近期，农业部已派出督导组，赴河北、山东、山西等奶业主产省检查指导解决“卖奶难”问题。(任明杰)

光明食品集团

混合所有制改革提速

光明食品集团有限公司新闻发言人潘建军1月8日在新华社“混合所有制改革”研讨会上表示，光明食品集团将会以提高资产证券化的方式来推动发展混合所有制，目标是资产证券化率由目前的20%左右提高至2018年的50%左右。

潘建军还表示，在新一轮国资改革的浪潮中，光明集团的改革方案为“5+1”，即市场化、专业化、国际化、证券化、规范化以及人才战略。“将依靠市值管理和价值管理来提高市场竞争力，完成2015年集团营业收入增长16%左右、利润增长19%左右的目标。”

海外收购资产的证券化为光明集团重要方向之一。大力推行海外战略的光明食品集团近年来分别在新西兰、澳大利亚、以色列、英国、法国等地收购了当地相关食品企业。其中，光明乳业2010年收购的新西兰新莱特乳业已于2013年7月在新西兰证券交易所主板挂牌上市。

潘建军称，光明集团在海外收购的公司将复制新莱特模式，加快IPO步伐，实现证券化。“在澳大利亚收购的企业将在2015年实现上市，英国维多麦也将加快上市步伐，未来要把IPO写进光明海外并购原则之中，以2~3年内可以实现IPO为标准，无论是在以色列收购的公司还是接下来在爱尔兰的并购企业都要这样做。”

光明食品集团旗下公司也在加快引入战略投资者。光明乳业曾于2014年11月28日宣布，作为战略投资方的新加坡私募股权投资公司RRJ Capital，通过全资子公司增资等值于15.25亿人民币的美元。增资完成后，光明乳业持有55%的股权，RRJ方面持有45%。在引入RRJ的同时，荷斯坦乳业也透露出了IPO计划。(王锦)

海南 鼓励种业公司上市

海南省政府1月8日印发《关于深化种业体制改革推进现代农作物种业发展的实施意见》。意见提出，充分发挥市场在种业资源配置中的决定性作用，突出企业的主体地位。鼓励大型企业通过并购和参股等方式，进入农作物种业；鼓励种子企业间的兼并重组，强强联合，实现优势互补、资源聚集；鼓励具备条件的种子企业上市募集资金。

意见提出，支持大型种子企业加大研发投入，牵头或参与组织实施种业应用研究和产业化项目，建设标准化、规模化、集约化、机械化的种子生产基地，打造“育繁推一体化”的种业龙头企业。将育制种能力较强、市场占有率较高、经营规模较大的“育繁推一体化”种子企业，纳入上市农业企业资源库，积极搭建银企对接平台，提供“一企一策”服务，力争推动其上市挂牌交易。(李香才)

汽车互联网催生营销多元化格局

□本报记者 刘兴龙

1月8日，“2015中国汽车经销商营销峰会”在京举行。多位专家指出，随着汽车产业的互联网化不断延伸，2015年汽车行业将面临变革，垂直类网站、移动端等新兴销售渠道正在构成汽车营销的多元化格局。

互联网化渐成趋势

中国汽车流通协会秘书长肖政三指出：“作为世界第一大汽车市场，中国市场的蓬勃发展给全球汽车产业带来了崭新的机遇，同时自身也面临着其他市场未曾遇到过的挑战。作为市场销售和服务的中坚力量，经销商的作用将更加突出，更加关键。”

互联网已经成为厂商接触消费者的主要渠道，汽车企业投入在互联网上的营销预算比例逐年加大，线上的营销和推广方式更加多元化。《2014中国汽车经销商互联网营销趋势白皮书》显示，经销商对互联网的投入力度不断加大，经销商投放垂直类网站集约化趋势明显，2015年将有更多的经销商投放移动端。

与会嘉宾普遍认为，在汽车产业链上承担销售和服务职能的汽车经销商，正面临巨大的挑战。新车销售方面，一些原本经销商可以涉猎的领域被一些创业型的公司抢去了先机；在二手车销售方面，互联网二手车拍卖、交易平台兴起，备受资本市场认可；新型汽车互联网金融也在抢食经销商在金融服务方面的市场份额。此外，后服务领域的养车类产品层出不穷，加剧了行业竞争。

营销手段更加多元

2014年，国内汽车行业的互联网营销出现了新的突破。汽车之家公开数据显示，“双11”当天，汽车电商确认的订购总量为37117辆，订购总金额为60.54亿元。其中，易车“双11”全站线索订单532331个，成交金额18.73亿元。天猫的数据是10月15日至11月11日消费者订购整车5.07万台。

汽车之家CEO秦致认为，汽车行业的互联网化趋势已势不可挡，但互联网归根结底只是一种服务工具。在新的环境下，经销商面对的是如何拥抱互联网，坚持以用户为中心，利用互联网工

平行进口汽车试点启动利好相关公司

□本报记者 李香才

上海市商务委、中国(上海)自由贸易试验区管委会等1月7日联合下发《关于在中国(上海)自由贸易试验区开展平行进口汽车试点的通知》，标志着上海自贸区平行进口汽车试点正式启动。业内人士指出，平行进口汽车的放开，有助于打破跨国厂商的垄断，进口车价格将受到冲击。试点的启动有望对外高桥、国机汽车等公司带来利好。