

工程机械销量丰年背后的纠结

□本报记者 崔小粟 江钰铃

“做了两百多万元的量,回款不到三分之一。”何实(化名)入股的这台旋挖钻机,近10个月来尽管承接工程不断,但回款压力让他感叹转行不易。2018年春节后,从事服装批发生意的何实处理掉了广州的服装摊位,投入近百万元,与人合伙买下了一台旋挖钻机。彼时,工程机械市场以近乎疯狂的方式增长。“到处都在找机器,我们也是托人才排到号。”何实对中国证券报记者表示。

中国工程机械工业协会的数据显示,今年前11个月,全国累计销售挖掘机187393台,同比涨幅达48.4%。从月度环比情况看,走势呈现前高后稳态势,主要爆发期集中在第一季度,二、三季度增速相对平稳。房企快周转需求、PPP项目以奖代补政策面临到期以及重大基建项目集中开工等是主要因素。对于2019年工程机械行业走势,业内人士认为,楼市调控从紧趋势不变,土地流拍宗数上升及成交溢价率下降,部分房企业务收缩明显。房地产开工面积增长或有限,将影响工程机械销量。基建投资将成为工程机械销量的重要因素。预计明年销售情况谨慎乐观,工程机械销量或实现0-10%增长。



新华社图片

市场火爆

对于工程机械经销商而言,经历了2017年、2018年的上涨后,市场未来走势让其感到纠结。“今年以来我们在重庆大概卖了一百台左右旋挖机,比去年增长了两倍。明年会怎么样,公司的说法是经济继续向好。但具体在基建领域和房地产领域如何体现说不好。”某工程机械上市公司重庆地区代理商陈路(化名)颇有感触。“今年1月份开始,销量一下子就起来了。春节都没歇,就是跟厂家沟通备货。”

相关数据显示,今年1月-2月,全国挖掘机销量同比涨幅分别达135%、297.65%。“头两个月开门红,全年信心一下就很足了。”陈路说。

何实则在春节期间听朋友说起“现在工程蛮好搞,很多工地都缺打桩的。”经过一番核实后,何实决定放弃服装批发生意,投入工程机械销售大军。但春节过后,设备很难买到。陈路表示,三一重工、山河智能、中联重科等主要旋挖品牌,在重庆地区基本都要排号拿货。“有些做工程的人士,还找我们买号。”彼时陈路的主要工作就是和厂家沟通,“都希望厂家能够优先给自己供货。”

从陈路的角度看,进入二季度后市场冷静了不少。陈路对中国证券报记者表示,其代理的品牌今年以来卖了一百台左右。“六、七成都是年初时预定的,第二季度开始后销量就比较低了。”

湖南某银行人士向中国证券报记者表示,今年以来工程机械方面的贷款较往年增加比较明显。该行旗下的金租公司关于工程机械的抵押和租赁业务十分火爆。“有的是旧机器做抵押,再贷款添置新设备;有的是直接租。这方面业务较上年增长大概一倍多。”

何实同样表示其转行的开局不赖。“这台旋挖机是新出的型号,山地以及涉水功能都不错,路桥项目也可以上。今年以来,这台机器就没闲着,各个项目在跑,包括房地产、路桥等方面项目。”

重庆是何实这台机器主要工作区域之一。何实和陈路向记者表示,今年第一季度重庆房地产开工情况向好,房企开工快周转需求明显。基建方面,受益高铁和新航站楼的建设,亮点颇多。

统计数据表示,今年1-3月,重庆房屋新开工面积1704.00万平方米,同比增长74.7%。今年1-10月,重庆房屋新开工面积6045.03万平方米,同比增长34.1%。从环比情况看,第一季度,新开工面积增长更为明显。

从全国来看,根据国家统计局数据,1-10月,房屋新开工面积16.88万平方米,累计同比增长16.3%。东吴证券指出,开发商为缓解经营压力主动采取快开工、快开盘、快回款的高周转模式。这也是工程机械下游需求持续旺盛的原因之一。

第四季度,从数据上看,工程机械销量翘尾效应较为明显。业界预估,第四季度挖掘机销量或达到5万台,工程机械下半年排产情况良好,淡季不淡,全年销量或超20万台。

销量增长带动相关上市公司全年业绩看涨。

以山河智能为例,公司表示,在基建补短板政策的指引下,工程机械行业保持高景气,预计2018年度归属于上市公司股东的净利润变动区间为4.62亿元-5.43亿元,同比增长达185%-235%。此外,三一重工、柳工、徐工机械等主要工程机械上市公司三季报业绩增长明显。

各有隐忧

作为工程机械行业确定的丰年,2018年并非全是喜悦。制造商、代理商以及工程机械下游业者都有自己隐忧与烦恼。

“我们和下游的房地产、基建在一条船上。下游如果出现问题,肯定会传导到上游。”陈路表示,特别是第三季度,房地产行业呈下行态势。“如果趋势不改,房地产领域对工程机械的需求肯定会收缩。”

最新的数据体现了上下游各自不同的冷暖。

根据国家统计局数据,1-10月,房屋新开工面积16.88万平方米,累计同比增长16.3%。1-10月,商品房销售面积13.31万平方米,同比增长2.2%。房屋新开工面积与商品房销售面积同比增速出现分化。

业内人士对中国证券报记者表示,“从下游开工情况看,2018年以来基建投资并不好,地产投资则向上走。但明年的地产投资走向让人担忧。”

陈路最近收到的厂家关于未来形势报告显示,明年经济继续向好。但陈路觉得相关报告有点语焉不详。“究竟是哪一块向好,与我们息息相关的房地产和基建怎么样?没法判断。”

对于何实而言,尽管工程满档,但收款难度加大。这也让他体会到“钱途”不平坦。“做了五六个工程,两百四十多万元的工程款,现在要回来了七十万元左右。按股份分摊一下,回本周期可能还需要几年。”何实对记者表示,养挖机的成本不断提高。“旋挖转场的运输费、旋挖操作手的人工费都在涨;折旧每年二十万元,其他维修保养和油费也相当可观。”

而一位人行多年的中建二局人士向记者表示,相比于前几年,2018年的回款难度比较严峻。

贷款给工程机械业者的银行也不轻松。上述银行人士对中国证券报记者表示,近半年来,工程机械贷款的逾期率和不良率都在上升。“有的人本来就带了一定杠杆贷款买设备,回款情况不好,就开始拖欠贷款。”

相较于购买新设备,工程机械设备二手市场今年以来上升明显。但相较于购买新设备,风险更大。

最大的风险来自环保。中国工程机械工业协会挖掘机分会秘书长李宏宝对中国证券报记者表示,今年以来的高增长包含“换新”需求。由于环保政策趋严,对挖掘机已实行国三排放标准,未来将推出国四排放标准。这将推动存量更新市场的再次释放。这也造成二手市场设备增多。“但大部分设备环保不达标,能接的活越来越少。”

谨慎乐观

在11月举行的挖掘机年会上,大部分参与者预期明年行业保持平稳,预计同比增幅在正负10%之间。

李宏宝对明年的销售持谨慎乐观态度,预测销量增长0-10%。上海证券指出,明年工程机械板块走势整体持平,大概率上半年保持增长,下半年出现负增长,呈现前高后低的走势特征。

业内人士表示,出口增长、铁路公路投资增速以及非道路国四排放标准升级等,有望成为影响明年工程机械行业销量的重要因素。

出口方面,2018年以来,挖掘机出口量同比持续高速增长。根据中国工程机械工业协会挖掘机分会数据,1-11月累计出口17351台,同比增长107%。徐工机械相关人士表示,2018年上半年,公司出口收入大幅增长,主要出口集中在“一带一路”区域,占公司出口额约70%。2018年上半年,徐工出口到美国市场的产品收入约为6000万元人民币,同比大幅增长。

尽管出口成为挖掘机市场新的增长来源,但市场人士坦言,2018年以来出口数据大增,存在部分“抢出口”的因素。一些海外需求方担心明年关税提高于2018年提前下单。因此,明年出口市场方面存在一定压力。

根据国家统计局、各地发改委、各地统计局数据,2019年,全国高铁项目拟开工16个,总投资5681亿元。中信证券表示,铁路行业的供需状况正在优化,长期运行稳定。业内人士预计,铁路项目大面积开工有望成为促进工程机械销量增长的重要因素。

此外,今年2月,生态环境部发布《非道路移动机械及其装用的柴油机污染物排放控制技术要求》,要求以压燃式发动机(如柴油机)为动力的非道路移动机械,控制目标要求2020年达到国家第四阶段排放控制水平。这意味着,工程机械行业要在2020年实施国四排放标准。李宏宝称,这将推动工程机械存量更新的再次释放。

逾30家房企前11月销售额增三成

□本报记者 张玉洁

逾30家内地及在港上市房企发布了11月销售数据,整体看销售依然处于高位,11月单月合计销售4254.3亿元;前11月合计销售额达4.48万亿元,增幅达33.2%。其中,销售额破千亿元的企业14家,两家企业突破5000亿元。

中原地产首席分析师张大伟表示,2018年依然是房地产销售刷新历史纪录的一年,标杆房企市场占有率继续提升。不过,随着房地产调控的深入,房企逐渐出现业绩上涨乏力的现象,包括多家龙头房企销售业绩出现放缓迹象。市场人士担忧房地产行业进入调整周期。

销售总量高歌猛进

从目前情况看,万科、碧桂园以及中国恒大前11月销售额接近或超过5000亿元。今年1至11月,万科累计实现合同销售额5439.5亿元,同比增长约16.32%。万科董事会主席郁亮

称,今年完成6300亿元问题不大,并表示万科的销售回款率将是业内最高之一。

前11月,中国恒大累计合约销售额约5352.1亿元,同比增长13.78%;累计合约销售面积约为5088.4万平方米,同比增长7.53%;销售均价约为1.05万元/平方米。

碧桂园今年下半年开始仅公布权益销售金额,尽管统计口径不同,但仍然保持强劲的增长态势。前11月,碧桂园实现归属公司股东权益的合同销售金额约4897.4亿元,同比增长29.52%;归属公司股东权益的合同销售建筑面积约5246万平方米,同比增长22.31%。

销售总量仍然高歌猛进,但多家房企11月单月销售额增速放缓甚至下降。11月份,保利地产实现签约面积233.5万平方米,同比下滑了19.5%;签约金额335.2亿元,同比下滑7.9%。

全年目标完成乐观

根据中房网统计数据,在2018年百强房

企中,至少56家提出了年度销售目标。从这些企业完成情况看,前11个月标杆房企销售目标完成率均值为90.79%,比上月提高10.05个百分点。

截至11月底,建业地产、美的置业、龙光地产、正荣地产、蓝光发展、世茂房地产、新城控股、金科集团、中梁地产、宝龙地产、华润置地、九龙仓、佳兆业、中国奥园、融创集团15家房企完成了全年销售任务。其中,新城控股销售金额居前,前11个月实现合同销售金额1985.65亿元,同比增长88.6%。公司此前公布的全年销售目标为1800亿元。

目标完成率超过九成的房企18家,包括招商蛇口、中国恒大、时代地产、保利置业、富力地产、北辰实业、新力地产、旭辉集团、中海地产、东原地产、融创中国、中国金茂、远洋集团、保利发展、福晟集团、龙湖集团、当代置业、融信中国,比上月增加12家。

11家房企目标完成率为80%-90%之间,包括中南置地、阳光城、金地集团、祥生地产、

中骏置业、荣盛发展、三盛集团、合景泰富、雅居乐、卓越集团、首开股份;6家房企目标完成率为70%-80%之间,包括仁恒置地、禹洲集团、滨江集团、越秀地产、首创置业、绿城中国;3家房企目标完成率为60%-70%之间,包括绿地控股、华夏幸福、正商地产。

值得注意的是,泰禾集团销售表现不佳。尽管目前尚未公告最新的销售金额,但根据第三方研究机构而瑞的预测,泰禾集团目前销售金额为1100亿元左右,仅完成全年销售目标的55%。2017年12月22日,泰禾集团董事长黄其森接受媒体采访时表示,公司2018年销售目标将再翻一番至2000亿元。随后泰禾集团股价异动,按收盘价计算,9个交易日股价涨幅高达65%,市值增加136亿元。深交所对此向泰禾集团发出监管函指出,公司销售额及销售目标金额属于可能对股价产生较大影响的重要信息,公司相关人士接受特定媒体采访时泄露公司未公开的重大信息,违反了相关规定。

投服中心三问ST慧球 重大资产重组

□本报记者 周松林

12月10日,在ST慧球重大资产重组媒体说明会上,中证中小投资者服务中心(简称“投服中心”)对标的公司与新浪的合作、比较优势可持续性及其未来自身优势三个方面提出问询。

合作能否长远

ST慧球重组预案显示,该公司的主要产品为同新浪微博合作的“微任务”,该产品为广告主和微博自媒体之间提供技术支持和居间协调服务,既解决广告主的微博自媒体推广需求,又帮助微博自媒体实现价值变现。标的公司开展业务需要向新浪采购自媒体账号资源和投放效果数据,并支付数据服务费和其他分摊成本等。

就标的公司与新浪的合作,投服中心要求有关方面说明两个问题。第一,作为标的大股东之一,新浪微博向标的公司收取的数据服务费与其他费用是否公允合理。第二,标的公司与新浪微博之间是否有相应协议或机制保证双方合作的长远性与可持续性。

比较优势是否可持续

东方证券研报显示,广告市场的投放主要来自于各行各业的广告主,广告市场整体增速与GDP增速有着较强的同步性。根据国家统计局及Wind数据,2018年经济增速再度回落,前三季度GDP增速为6.7%。其中,三季度增速为6.5%,创十年来新低,广告行业整体增速承压。根据重组预案,标的公司所处的互联网广告行业目前正向成熟期过渡。根据预案中引用的2013年-2020年中国网络广告市场规模及预测,中国网络广告市场规模虽然仍在增长,但增速明显下降,由2013年至2015年的40%左右下降到近期的不足30%,增速放缓趋势明显。另外,互联网营销服务行业市场化程度较高,行业较为分散,各服务商市场占有率较低,市场竞争充分。标的公司所处互联网广告行业的复合增长率约为30%,而标的公司2015年到2017年净利润复合增长率为88%,远高于行业平均水平。投服中心要求标的公司说明,获得高复合增长率的明显优势以及具体手段和方法,标的公司是否有相应措施保证增长优势的持续性。

如何保持优势

重组预案披露,一方面,标的公司通过自主研发的WEIQ系统拥有微博、微信等新媒体传播平台上超过86万的账号资源,覆盖数十个垂直领域,具有自媒体资源优势。目前,账号资源的收入主要通过数字营销广告来实现,广告收入的多少由订阅用户数量、人均日阅读量、每日广告曝光次数等要素进行转化。而账号资源维持“粉丝经济”的核心竞争力在于优质内容的创作、订阅用户的互动等。投服中心要求标的公司披露拥有的86万账号资源的筛选方式以及影响力高或者垂直领域价值度大的自媒体资源的界定标准。

另一方面,预案中提及标的公司具有先发优势,是国内较早进入社交网络广告行业的企业之一。投服中心指出,广告交易系统技术竞争处于逐渐加剧的过程中,标的公司计划采用什么措施在未来的高竞争发展中保持这种优势。

154家公司股价跌破定增价

□本报记者 董添

11月以来,78家上市公司发布增发预案。实施方面,214家公司实施了增发方案。其中,154家公司股价跌破定增价,占已实施定增公司数量的71.96%。

数量激增

Wind数据显示,截至12月10日,今年以来509家A股公司发布增发预案,同比增长63.14%。今年11月,再融资方面发布新政,允许定增募资用于补充流动资金与还债,再融资间隔时间从18个月缩短至6个月。随后,上市公司发布增发预案数量激增,仅11月以来,就有78家公司发布增发预案。

定增实施方面,Wind数据显示,今年以来214家A股公司实施了增发,相比去年同期下降54.18%。实际募集资金方面,实施定增的214家公司合计募集资金6495.31亿元。2017年同期,467家公司实施定增,合计募集资金9083.97亿元。

上海某大型私募分析师对中国证券报记者表示,2018年以来,定增赚钱效应进一步减弱,机构参与热情大大降低。而上市公司融资需求进一步凸显,造成发布定增预案的公司数量增加,而实际实施的公司数量大幅减少。随着再融资政策宽松,预计这一情况将得以缓解。

值得注意的是,在已实施增发的上市公司中,民营企业占比较高。Wind数据显示,在214家已实施定增的上市公司中,民营企业143家,占比达66.82%。而在去年同期467家实施定增的上市公司中,288家是民营企业,占比为61.67%。

今年以来,实际募集资金超过10亿元的公司95家,超过30亿元的公司42家,超过50亿元的公司25家,超过100亿元的公司15家,超过500亿元的公司两家,分别为农业银行和三星零。行业方面,计算机、通信和其他电子设备制造业,软件和信息技术服务业,电气专用设备制造业,化工行业公司数量居前,均超过15家。

股价倒挂

值得注意的是,在实施定增的上市公司中,定增价格与股价存在倒挂的现象明显。截至12月10日收盘,Wind数据显示,在上述实施定增的214家上市公司中,154家公司股价跌破定增价,占比高达71.96%。具体来看,南京新百、中文在线、航天长峰等数十家公司目前股价不足定增价格的一半。

上述私募人士对中国证券报记者表示,众多公司出现股价倒挂现象,成为机构参与定增态度转冷的一大原因。此外,除机构认购外,多数公司定增股份被自家大股东认购。而大股东参与定增的资金多数来自股权质押。如果倒挂现象严重,对上市公司大股东影响较大。