

中铁总计划投产新线增七成 今年铁路投资规模有望创新高

□本报记者 欧阳春香 实习记者 傅苏颖

1月2日,在中国铁路总公司工作会议上,中铁总公司总经理陆东福表示,2019年将确保投产新线6800公里。其中,高铁3200公里。业内人士预计,2019年铁路投资规模将创新高,规模或超过8000亿元。

此外,2019年中铁总将加快推动股份制改造,实施铁路领域混改三年工作计划,推动重点项目股改上市。在铁总万亿级混改中,腾讯、吉利控股、顺丰等公司早已杀入“朋友圈”。

投产新线增七成

对于2019年铁路工作主要目标,陆东福表示,全国铁路固定资产投资保持强度规模,优质高效完成国家下达的任务目标,确保投产新线6800公里。其中,高铁3200公里。

交行金融研究中心高级研究员吴剑表示,2019年投产新线目标较2018年4000公里的目标增长70%,较2018年实际投产新线里程4683公里增长45%,为2016年以来新高。

据媒体报道,陆东福透露,2019年中铁总重点工作之一是推动股份制改造,将实施铁路领域混改三年工作计划,推动重点项目股改上市,推进市场化债转股和上市公司再融资。

陆东福指出,2019年要集中全力办好规划建设川藏铁路和加快推动中国铁路总公司股份制改造两件大事,将在深入调研论证的基础上,提出中国铁路总公司股份制改造系统建设方案。

2019年,全国铁路将持续扩大复兴号开行规模和覆盖范围。到2019年底,投入运用的复兴号将达到850组,占动车组保有量的22.8%;规划建设川藏铁路,川藏铁路全线可研在2019年二季度完成。同步深入展开重点控制性工程初步设计,力争在2019



新华社图片

年三季度末具备开工建设条件。

据介绍,2018年,中国铁路运输总收入7720亿元,同比增收759亿元,增长10.9%,创历史新高。2018年全国铁路固定资产投资完成8028亿元。其中,国家铁路完成7603亿元;新开工项目26个,新增投资规模3382亿元;投产新线4683公里。其中,高铁4100公里。2018年底,全国铁路营业里程达到13.1万公里以上。其中,高铁2.9万公里以上。

投资规模或创新高

中信建投建筑工程分析师纪振鹏表示,2018年中铁总对铁路的投资规模完成了8028亿元,预计2019年投资规模将创新高,或超过8000亿元。

从具体投资方向看,一是西部基建补短板。以川藏铁路为代表的西部重点铁路项

目,将在区域交通工程补短板的需求下保持较高投资比例;二是经济发达地区的区域交通工程协同规划方面,预计铁路和高铁投资会出现较多增量;三是“公转铁”货运方面。2018年全国铁路货物发送量同比增长9.1%。受限于铁路物流网、支线铁路和配套站点仍未完善,导致铁路运力爬坡遇到瓶颈。预计用于货运物流网建设的支线铁路基础设施会有一定增量。

苏宁金融研究院宏观经济研究中心主任黄志龙表示,在整体扩基建、稳增长的大环境下,2019年铁路建设可能成为基建投资的重头戏。特别是高铁投资,可能成为铁路投资的优先方向。2019年铁路基建投资可能创下历史新高。这对于稳定整体基建投资水平将起到重要作用。

中信改革发展研究基金会研究员赵亚赞表示,2017年和2018年新产线都是3000

公里-4000公里,今年投产的新产线里程增加了很多。同时,今年的铁路建设侧重服务货运。基建投资可以拉动经济发展,带动钢铁、车辆、家具、电信等相关产业。

中铁总混改深入推进

2017年3月,中铁总确立国铁企业公司制改革战略,制定“三步走”战略,即按照“非运输企业-铁路局-总公司”三步来完成公司制改革。

2017年11月,18个铁路局改制为集团有限公司。2018年12月,国家市场监督管理总局网站公告显示,中国国家铁路集团有限公司通过名称变更核准名单。

2018年12月17日,中铁总旗下的中铁特货运输有限责任公司20%股权转让,并将于2019年启动股份制改革、申报IPO。此前,中国铁路总公司经营开发部主任毛秉仁在“2018年中国国际铁路与城市轨道交通大会”期间透露,铁总正在加紧推进京沪高铁上市工作。

事实上,腾讯、吉利控股、顺丰等公司早已参与中铁总混改。2018年4月,腾讯和吉利控股组成的联合体拿下动车网络49%股权,成交价为43亿元,吉利控股占股39%,腾讯占股10%,中铁总公司占股51%。7月5日,国铁吉讯科技有限公司揭牌成立。2018年8月29日,中铁顺丰国际快运有限公司在深圳揭牌成立,中铁快运占股55%,顺丰占股45%。

黄志龙认为,一方面铁总需要扩大投资,同时又要控制杠杆率。因此,铁路领域混改是方向。具体来看,铁路总公司的改革方向可能包括:把盈利的高铁干线单独股份制改造,引入社会资本股东,并可能实现单独上市;即将投入的铁路线路投资中,提前引入社会资本积极参与投资。“混改对于稳定铁路的总负债将起到重要作用,并对引入市场化运营机制、激励相容的管理机制起到带动作用。”

洋河股份 品牌战略强调文化内涵

洋河股份近日接受机构调研时表示,通过多年发展,公司在品牌、产品、技术、管理、营销网络、团队建设、产能等方面累积了一定优势,有信心面对未来的市场竞争和环境变化。洋河股份相关负责人告诉中国证券报记者,受益于高端、次高端市场提前布局,以及经典文化IP的重点打造,洋河有望在白酒行业的深度调整之后迎来新一轮增长期。

发力高端市场

随着白酒行业进入深度调整,大众消费成为行业增长主要驱动力。在这一行业变革中,洋河股份敏锐抓住消费升级带来的发展机遇,在高端、次高端领域提前布局,并进入了收获期。

数据显示,2017年,高端、次高端白酒国内市场营收规模超过1200亿元,占整个白酒行业营收的21%。业内普遍认为,高端白酒成为酒企快速发展主要驱动力。

南京市一家酒行老板告诉中国证券报记者,临近春节,梦之蓝和茅台等品牌产品成为高端市场的“硬通货”。近年来,梦之蓝增长势头强劲。其中,超高端的梦之蓝·手工班在收藏市场影响力与日俱增,夯实了洋河高端市场的品牌地位。

竞争更为激烈的次高端领域,洋河等几大主流次高端品牌通过持续区域扩张抢占市场,并在产品研发、渠道拓展、品牌塑造等领域角逐,力图实现市场全国化。

西南证券指出,在市场竞争加剧的背景下,洋河股份依托“梦系列”大力发展次高端产品,凭借其强大的渠道扩张能力和品牌影响力,提升省内外市场份额。预计未来三年“梦系列”产品复合增速约为35%。

打造经典文化IP

“一线白酒高景气阶段已过去,但仍会保持平稳增长;次高端及区域龙头仍有扩容空间。”白酒行业观察员李志认为,在这种背景下,各大酒企可能需要“另辟蹊径”。

上述洋河股份负责人向中国证券报记者表示,2018年12月9日,梦之蓝携手的《国家宝藏》第二季迎来首播。“透过‘让国宝活起来’这一经典文化内涵,洋河有望通过情怀IP的打造活化产品形象。”李志认为。

除了携手《国家宝藏》,近年来,经过《梦之蓝·经典咏流传》、《一封家书》等文化洗礼,洋河股份以梦之蓝为先导的品牌序列已被打造成文化品牌的战略高地。

国际化方面,洋河股份同样强调文化内涵,面朝“头部品牌”。战略咨询公司Brand Finance发布的2018年全球最具品牌价值50强榜单中,中国白酒品牌茅台、五粮液和洋河包揽前三名,且洋河已是连续三年蝉联该榜单前十。这体现了洋河在国际白酒市场上较高的认可度与影响力。

华泰证券认为,洋河股份发力营销战略创新,有序推进行星工程、梦之蓝梦想汇等各项工作,积极创新品牌传播方式,推动了梦之蓝等高端品牌形象升级,公司品牌势能将进一步集聚。

李志表示,注重自身品牌厚重感的白酒企业如何顺应数字化商业时代消费群体和消费文化的转型,如何从产品到互动、传播等全方位与互联网深度融合,是白酒行业亟待解决的课题。洋河从一些经典IP中挖掘文化内涵,可能正是解决之道。(陈澄)

房地产业 集中度料进一步提升

1月2日晚,富力地产发布销售简报,2018年全年权益合约销售额约1310.6亿元,增长60%。相关报告显示,2018年销售流量金额超过千亿元的房企达30家,行业集中度进一步提升。业内人士表示,在市场调整和洗牌的情况下,中小型房企生存环境不容乐观;龙头房企凭借资金优势和拿地优势,高速发展依然可期。预计2019年行业集中度将进一步提升。

千亿房企达30家

根据克尔瑞地产研究中心发布的《2018年中国房地产业企业销售TOP200》排行榜,销售流量金额超过千亿元的房企达30家,较2017年的17家增长幅度较大;均为商品房成交数据,涉及销售额及销售面积均为合同签约数据。预计2019年千亿房企数量扩容将放缓,短期维持在30-35家。

三家龙头房企中,碧桂园全年实现销售额7286.9亿元,同比增长32.3%;万科和恒大同比增幅分别为14.5%和10%,增长稳定。龙头房企销售增速放缓,并主动进行战略调整。预计三家龙头房企将以追求有质量增长为主,销售规模延续2018年的态势,维持平稳增长。

部分房企2018年销售业绩增长幅度较大,且年末冲刺业绩亮眼。以富力地产为例,公司1月2日晚间发布销售简报,2018年全年权益合约销售额约1310.6亿元,销售面积约1018.01万平方米,销售收入和销售面积分别上升60%和61%。其中,2018年12月权益合约销售总金额约172.1亿元,销售面积达约125.12万平方米,分别上升107%和106%。

房企拿地谨慎

数据显示,2018年TOP10房企集中度达26.9%,TOP20房企集中度达37.5%。而TOP50和TOP100房企集中度提升幅度较大,分别较2017年提升9.3个和11.3个百分点至55.1%和66.7%。

土地储备方面,百强房企总体保持谨慎,新增土地向三四线城市倾斜,房企拿地呈现进一步集中的趋势。2018年TOP100房企拿地总货值超过10万亿元,同比下滑13%。26家房企新增土地货值超过千亿元,22家房企新增土地建筑面积超过千万平方米。其中,碧桂园、融创中国、中国恒大、万科地产、保利发展5家房企新增货值超过4000亿元。

从已发布2018年全年业绩预告的房企看,两极分化现象突出。Wind数据显示,截至1月2日,20家A股房企披露了2018年全年业绩预告,11家预喜,中房股份等部分中小房企迫于资金压力,无新增土地和新开工项目,逐步退出市场。而金科股份、荣盛发展等龙头房企业绩增长良好。其中,金科股份预计,2018年全年实现归属于上市公司股东净利润30.07亿元至40.09亿元,同比增长50%至100%。

中原地产首席分析师张大伟表示,在市场调整和洗牌的情况下,中小型房企生存环境不容乐观。融资成本高、资金不充裕以及竞争激烈导致中小房企拿地越发困难。而土地储备直接决定房企未来几年的发展。预计TOP100房企整体业绩继续增长,集中度将进一步上升。(董添)

西藏发展收监管函

□本报实习记者 傅苏颖

西藏发展1月2日晚间公告称,于2018年12月28日收到西藏证监局《监管函》。《监管函》指出,公司于2018年12月25日召开了2018年第三次临时股东大会。根据公司披露的《2018年第三次临时股东大会决议公告》、《2018年第三次临时股东大会法律意见书》,股东西藏自治区国有资产经营公司

未能行使股东权利。该事件引发广泛关注。多家媒体报道此事,认为公司2018年第三次临时股东大会存在限制股东权利,会场秩序未得到有效维持等问题。西藏证监局高度关注上述问题,并对公司提出明确要求:依法保障股东权利,维持股东大会召开秩序,保护广大投资者合法权益。

西藏发展此前公告,临时股东大会否决了增补李敏和沈贵明为公司第八届董事会独立

董事候选人的议案,通过了增补徐骏、范利亚为公司第八届董事会独立董事候选人的议案。与会股东及股东授权代表共计42人,代表股份1.07亿股,占公司总股本40.54%。其中,出席会议的股东及股东代表共计3人,代表股份4175.77股,占公司总股份的24.71%。

北京炜衡(成都)律师事务所出具的意见书显示,股东国资经营公司的法定代表人普桑在本所律师作身份验证时未到场,该公司未提

首批鼓励仿制药品目录6月推出

技术改造专项重点支持方向,制定2018年-2020年行动计划。

《方案》明确,完善药品知识产权保护。做好相关基础研究工作,逐步探索研究药品专利链接制度,降低仿制药专利侵权风险。制定专利挑战制度实施细则,明确专利挑战申报、受理、结果公示相关程序。

《方案》提出,进一步释放一致性评价资源,支持具备条件的医疗机构、高等院校、科研机构和社会办检验检测机构参与一致性评价工作。

促进仿制药替代使用方面,《方案》指出,2018年底前,全面落实按通用名编制药品采购目录。药品集中采购优先选用通过一致性评价的品种。推动药品服务高质量发展,加大对临床用药监管力度,推动临床合理用药。

2019年6月底前,制定《医疗机构药物合理使用考核管理办法》。全面落实处方点评

制度,利用信息化手段,对处方实施动态监测及超常预警,及时干预不合理用药。

此外,全面推进建立以按病种付费为主的多元复合型医保支付方式,逐步减少按项目付费。通过医保药品支付标准引导措施,逐步实现通过质量和疗效一致性评价的仿制药与原研药按相同标准支付。在全国推行医保支付方式改革的地区以及已制定医保药品支付标准的地区,允许公立医疗机构在省级药品集中采购平台上联合带量、带预算采购。

原研替代进程加快

据国家卫生健康委员会网站数据,在国内近17万个药品批文中,95%以上为仿制药。2012年-2016年,全球共有631个原研药专利到期。

为促进仿制药发展,《关于开展仿制药

质量和疗效一致性评价的意见》于2016年发布。2018年12月,国家药品监督管理局发布了《关于仿制药质量和疗效一致性评价有关事项的公告》,取消了一致性评价大限,要求按照旧注册分类上市的仿制药,自首家品种过评后其他企业应在3年内完成过评要求。

近期医药行业政策频出,包括“4+7城市”药品集中采购、要求制订全国辅助用药目录、组织开展DRGs国家试点申报工作等。

渤海证券认为,强化监管保证中标药品质量,低价国产过评仿制药的原研替代进程进一步加快;对于处于改革深水区的医药行业冲击较大,预期影响存在不确定性。

兴业证券指出,部分地区的竞争格局有望发生显著变化。一方面,企业对于外资原研过期专利药的进口替代速度有望加快;另一方面,市场集中度有望显著提升。仿制药行业整体面临竞争加剧和去产能并存局面。

美的集团董秘江鹏对中国证券报记者表示,“消费者对品质需求更高,产品结构升级还是会持续。”

随着生活水平提高,消费者对家电功能要求越来越精细化,各种各样的新型小家电不断出现。小家电领域存在诸多商机。

美的集团董秘江鹏指出,“某些品类小家电集中度较高,比如电饭煲等。洗碗机、吸尘器、扫地机器人等新兴品类增长更快。”

长城证券指出,小家电新兴品类方面,2018年吸尘器、煮水系列、电饼铛、电咖啡壶等市场规模增长迅速。整体看,新兴品类增速远好于传统品类。

“更多新需求会被开拓出来,并出现新的产品类别。”江鹏表示,细分领域层出不穷,家电行业还有很多商机。但需要注意的是,大型家电企业深耕小家电领域时,仍需立足于高端产品,寻找长远发展道路。

大家电市场结构升级 小家电市场潜力大

测2019年整体销量不容乐观,或下滑3-5个百分点。

空调行业方面,奥维云网预计,2018年全渠道空调零售量5715万台,同比增长1.8%;零售额2003亿元,同比增长3.8%。

奥维云网表示,2018年空调市场增速明显下滑,特别是下半年市场持续承压,连续4个月同比均为负增长。其中,一二线城市市场需求释放缓慢,进入以更新换代为主的市场;2018年市场增长主要来源于三四级市场。

从洗衣机市场看,据奥维云网数据显示,预计2018年全渠道洗衣机销售量3702万台,同比增长0.4%;零售额751亿元,同比增长4.5%。奥维云网认为,2018年洗衣机市场增速下滑,进入更新换代时期,存量市场竞争为主;2019年洗衣机市场增长压力变大,高端产品占比提高,导致零售额增长好于销量。

小家电市场潜力大

“家电市场已经饱和,竞争非常激烈。”

□本报记者 张兴旺

随着彩电、冰箱、空调、洗衣机销量增速放缓或下滑,大家电行业竞争日趋激烈,行业马太效应明显。业内人士认为,随着消费升级,家电企业需不断进行产品结构升级。同时,新兴小家电品类层出不穷,市场规模不断增长。

大家电市场表现不佳

据中怡康提供的推总数据,2018年前11个月,冰箱零售量为2956万台,同比下滑5.9%;零售额为868亿元,同比增长1.7%。预计2019年冰箱零售量为3242万台,同比下滑1.6%;零售额为1044亿元,同比增长5.8%。

“2018年大家电市场增长缓慢,与上年基本持平。”家电行业分析师梁振鹏对本报记者表示。

据中国电子商会发布的《2018年中国电视消费及2019年趋势预测报告》,2018全年,中国市场彩电预计销量达4500万台,预