

9月2日,国防军工板块掀起涨停潮,中信国防军工指数大涨4.53%。当日领涨的概念板块中,航母、军民融合题材排名靠前。个股方面,晨曦航空、航天通信、航天发展等十余股涨停。

从8月中旬开始,军工板块迎来一波明显的“升浪”。多位分析师表示,国防军工板块中期业绩远超预期,前期军改影响已经充分消化,订单密集落地,军工改革持续推进。



2019年上半年国防军工行业净利润规模和增速居前的上市公司

证券代码	名称	2019年中报净利润(万元)	净利润同比增长率(%)
601989.SH	中国重工	114,892.78	20.24
600760.SH	中航沈飞	43,059.42	331.68
600685.SH	中船防务	39,075.03	207.96
600967.SH	内蒙一机	33,414.67	15.66
002013.SZ	中航机电	32,512.54	12.39
600862.SH	中航高科	24,967.38	97.68
600038.SH	中直股份	24,119.57	35.50
000768.SZ	中航飞机	22,428.28	38.05
002465.SZ	海格通信	22,287.18	18.98
000547.SZ	航天发展	22,277.51	37.92

数据来源/Wind

新华社图片 制图/苏振

订单不断 军工行业业绩有望加速释放

□本报记者 张玉洁

中报业绩超预期

上半年,军工行业基本面继续加速好转。Wind数据显示,上半年军工行业营收同比增长5.65%,净利同比增长38.03%。今年中报期,军工行业归属于上市公司股东的净利润增速位列全行业第三,这一增速也远超沪深300整体利润增速10.83%的水平。

分板块来看,航空装备领衔业绩增长,营收和净利增速分别高达21.48%和67.87%,远高于其他三个子行业。

招商证券指出,从产业链重点公司来看,受益于下游航空产品生产交付增加、均衡生产持续推进等因素,航空装备上中下游均有较大改善。上游零部件公司如中航光电、航天电器、中航高科;中游分系统公司中航机电、中航电子以及下游主机厂如中航沈飞、中航飞机等公司营收和净利润增速均居于行业前列。

中航沈飞中报显示,上半年公司实现营业收入和净利润分别为112.85亿元和4.31亿元,同比分别增长80.35%和331.68%。公司表示,报告期内,公司经济运行质量显著提升,主要指标增幅创近年最好水平。公司同时指出,由于公司持续推进均衡交付和产品销量增加,预计三季度累计净利润与上年同期相比将实现增长。

订单不断

东兴证券军工行业首席分析师陆洲认为,军工行业基本面向好的驱动因素主要在于军改落地,不确定性逐步消退,补偿性订单如期而至。军工企业特别是主机厂能够充分享受到装备费占比提升和重心向采购转移所带来的利好。

陆洲认为,军工主机厂是整个行业的驱动力和现金奶牛。中报显示,主机厂业绩释放,行业增速预期提升。主机厂订单饱满业绩释放,带动中上游军品产业链,并且具有放大效应和提前效应,主机厂是驱动力。而最先拿到回款的是主机厂,然后再给下游企业,因此又是行业的现

金奶牛。主机厂业绩得到释放,预示着上游公司弹性更好,而且整个行业增速预期将会向上修正。因此,他认为军工主机厂中报业绩耀眼,是内部生产管理提升、外部订单驱动的共同作用,军工行业已经走到了蜕变的历史节点。

除了军工订单,航空产业链近期喜提大单。近期,国航、东航、南航分别发布公告,每家公司都将向中国商飞各买35架ARJ21飞机,105架飞机,合计总价近283亿元人民币。中国商飞向每家航空公司的交付节奏为:2020年-2024年分别交付3架、6架、8架、9架、9架。中航飞机作为ARJ-21的主要承制单位,将是最大受益者。

改革不断深化

除了业绩反转外,军工企业尤其是军工央企资本运作也有望在2019年持续提速,将成为军工板块持续看点。近期,国睿科技重组方案获国防科工局原则性同意,重组获得重大进展。东方证券认为,随着院所资产证券化的推进,军工板

块改革有望进入深化阶段。以两船战略性新兴产业重组为代表,2019年军工板块资本运作明显提速,大小运作案例频现。

在投资主线方面,中信建投表示,考虑到军工板块中报业绩预报增长较为稳定,判断三季度军工板块或将有阶段性的机会。在投资策略上建议重点关注景气度横向扩散、纵向传导以及央企资本运作三条主线上的投资机会。在景气度横向扩散方面,建议首选符合“需求旺盛、新型号定型、量产预期将至”三大标准的整机公司,同时关注已经进入型号量产阶段并有望延续的相关公司。在景气度纵向传导方面,重点关注在景气度提升明显的产业链内,符合“具备核心技术、下游市场多元化”两大标准的细分领域龙头公司。此外,2019年军工央企资本运作或仍以企业类资产为主,院所类资产注入已渐行渐近。军工央企资产注入将是贯穿2019年的投资主线之一。建议关注受益于央企资产运作回暖,相关资本运作政策放松的公司。

8月房地产市场成交转淡

“金九银十”或难现

□本报记者 董添

8月份以来,多数房企完成半年报销售业绩冲刺后逐步进入缓冲期,销售业绩和拿地进度均持续转冷。一线城市成交量环比下跌10%,除上海环比有所回升之外,北京、广州和深圳成交量环比皆回调。土地市场受到融资收紧影响也出现明显降温,房企拿地热情消退,低溢价成交、底价成交、流拍土地数量增加。此外,8月以来,全国房地产市场城市之间分化严重。从房价和成交量看,不同区域之间走势分化明显。

专家认为,在政策收紧叠加供应量井喷等多因素影响下,北京等部分地区楼市今年“金九银十”难现。

成交量下降

克而瑞研究院指出,8月房地产市场持续转冷,重点监测城市累计成交量持续走低,同比下跌4%,环比下跌6%。其中,一线城市成交量环比下降10%,同比下跌7%。除上海环比有所回升之外,北京、广州和深圳成交量环比皆回调。二线城市成交量同比下跌3%,环比下跌6%。西安、常州等成交量依旧缓步下行,徐州、南京和济南等显著缩量,环比跌幅都在50%附近。

8月,TOP100房企业绩表现相对平稳,8月权益口径的业绩规模较7月环比微降1.7%,略低于1-7月均值。从企业表现来看,8月TOP30房企中有11家房企业绩环比下降。一线梯队中,万科A8月实现全口径业绩规模451.3亿元,环比下降6.3%,相比去年同期降幅收窄。多数企业8月份加大供货力度,导致业绩表现环比上升,实际上项目总体去化率并不理想。

一线城市中,北京地区成交量环比跌幅最大。中原地产数据显示,8月,北京新建住宅签约3059套,相比前几个月的高点,本月数据开始下调,这也是6-7月高峰

后,市场再次退烧的数据反映。限竞房成交也出现了退烧,8月合计成交限竞房1684套,库存量达到2.4万套。我爱我家研究院的统计数据显示,8月北京二手房交易均价为57401元/平方米,环比下跌2.22%,同比下跌1.17%。

中原地产首席分析师张大伟认为,从数据看,相比2018年8-9月份的市场高位,2019年在春节后的3-5月市场小阳春逐渐退烧,到7-8月市场明显降温。

张大伟表示,2019年上半年,北京楼市的确出现了明显的小阳春现象,但主要成交量集中并喷在3-5月份,后续因为政策收紧预期,包括公积金国管政策等,市场再次出现退烧现象。如果后续信贷等政策继续高压,不排除未来市场出现明显价格战的可能性。

二手房均价方面,一线城市出现领跌态势。诸葛找房数据显示,8月份,一二线城市二手住宅市场均价持续下跌,三四线城市连续7个月上涨。其中一线城市环比下跌0.96%,跌幅扩大,北京、上海、广州全面下跌;二线城市环比下跌0.2%;三四线城市环比上涨0.64%。

针对全国市场,克而瑞研究院表示,在目前行业利润空间受挤压的环境下,未来房企的盈利能力将更取决于企业自身精细化运营及产品力的打造。随着“金九银十”到来,房企势必加大推案营销力度,届时持续下滑的成交量或能企稳。

58安居客房产研究院首席分析师张波认为,随着“金九”的到来,市场分化还将持续。部分三四线城市可能继续降温,一线城市以及供需两旺的新一线城市预计依然持续保持热度。下半年,楼市过热的几率依然较小,稳定将是市场的主旋律。

土地市场降温

8月以来,一线城市出现多宗底价成

交的地块。以北京地区为例,8月29日,北京地区出让3宗地块,合计成交金额71.62亿元,两宗为底价成交。其中一宗位于北京市朝阳区东坝乡驹子房1106-720地块F1住宅混合公建用地、1106-721地块A33基础教育用地国有建设用地,地块为共有产权房,销售限价4.1万元/平方米,最终以底价18.97亿元成交。另外一宗是北京市顺义区北小营镇顺义新城第30街区30-01-02地块R2二类居住用地、30-01-04地块A33基础教育用地。商品住房销售均价不超过3.69万元/平方米,最终由金茂与城建联合体获得,以底价43亿元成交。

张大伟表示,从目前市场看,房地产企业资金压力越来越大。整体看,房地产企业依托信托等融资大幅度快速进入房地产市场导致土地市场短期升温,是政策收紧的主要原因。在9月份收紧的预期下,热点城市的土地溢价率开始明显下调,如果这一政策持续,不排除后续土地市场底价成交再次明显增加的可能性。

克而瑞数据显示,8月土地市场成交溢价率连续5个月下降,下滑至10%左右,创下今年新低。流拍率方面,8月全国重点城市成交土地497幅,流拍79幅,流拍率达到13.7%,比上月增加2.1个百分点。南京、成都等热点城市均有土地流拍,市场热度较上月进一步回落。房企融资环境进一步收紧,叠加开发贷、企业信托、海外融资渠道受限,使得资金压力再度升级,房地产企业拿地更加谨慎。

土地成交规模整体缩水严重。诸葛找房数据显示,8月,土地市场整体供求规模均下滑,土地出让金持续缩水。全国主要地城市土地供应建筑面积为1.08亿平方米,同比去年同期下跌24.68%;成交规模亦有所下跌,成交规划建筑面积为7462万平方米,同比下跌24.59%;土地出让金为2993

亿元,同比下跌15.63%。溢价率大幅下跌,流拍率连续3个月上升,土地市场整体热度下降。

区域分化特征明显

值得注意的是,8月份以来,全国房地产市场城市之间分化严重,城市区域分化特征明显。从房价和成交量看,不同区域之间走势分化明显。

诸葛找房数据显示,8月份,东北城市二手房市场均价为1万元/平方米,环比上涨1.53%,涨幅居首。西北城市二手房市场均价为9938元/平方米,环比上涨0.73%,涨幅位居第二。主要是由于新房市场的辐射作用,带动了东北部和西北部一些城市二手住宅市场均价的回升。从环比涨幅较大的城市来看,上涨的城市主要是中西部三四线城市,东部地区是山东、苏州以及周边区域的城市,主要由于热点城市的带动作用,市场延续之前较热的走势。

58同城数据显示,一线城市中,二手房热门板块持续向周边郊区聚拢。北京密云、北七家、怀柔、昌平县城、良乡等区域,以及广州新区、金洲、旧区、新塘、金沙洲,深圳龙岗中心城、西乡、丹竹头、大运、布吉等板块关注度高。受临港新片区政策影响,上海浦东临港新城高居区域热门板块之首,其次是浦江镇、陆家嘴、南桥、惠南等周边区域同样备受追捧。

58安居客房产研究院首席分析师张波认为,8月区域性大政策对楼市热度提升作用非常明显,甚至有部分炒房需求又重新在热点区域抬头,这一点值得关注。上海、深圳两地的规划政策利好,有利于两地城市竞争力不断提升,有利于两地楼市长远发展,但绝不是给炒房者的机会,在“房住不炒”的大背景下,房价整体仍将保持稳定。

中国中冶 上半年新签合同额3815亿元

同比增长逾两成

□本报记者 江钰铃

9月2日,中国中冶总裁张孟星在公司2019年中期业绩沟通会上表示,在上半年新签合同额取得同比增长的有利局面下,中国中冶将通过全面推广标准化工地、规范采购和分包业务等措施,提升公司管理效率、增强公司效益。根据公司2019年中报,上半年公司实现营业收入1590亿元,同比增长20.5%;归属于上市公司股东的净利润为31.6亿元,同比增长8.6%。新签合同额达3815亿元,同比增长20.49%。

分业务来看,工程承包业务依然是公司营收的核心业务。半年报称,工程承包业务新签合同占上半年公司新签合同的96%,该项业务实现营业收入1450.7亿元,占公司营收90%。公司董秘曾刚表示,中国中冶坚持“冶金建设国家队”定位不动摇,报告期内,公司新签河钢集团环保搬迁及产品升级改造项目、宝钢湛江钢铁三高炉项目和广西防城港钢铁基地项目一期总承包项目等重点项目的。

基础设施领域,公司中标湖北省武汉市高新大道总承包EPC项目等重点项目的。公司表示,2019年上半年,中国中冶新中标PPP项目14个,项目总投资405亿元。从行业分布来看,主要包括市政工程、交通运输、水利建设、旅游、体育和科技,积极参加国内基础设施建设和城镇化建设。

上半年业绩欠佳

数字营销公司瞄准风口布局短视频

□本报记者 于蒙蒙 实习记者 陈子冰

中国证券报记者梳理多家数字营销公司半年报发现,今年上半年数字营销上市公司普遍受大环境影响业绩欠佳,较多企业的广告投放及营销推广预算大幅削减,整体市场需求和竞争环境均发生了巨大变化。在行业环境变化的大背景下,广告主对于线上广告投放大幅增长,相关公司亦借此发力短视频营销。

行业集体疲软

随着上市公司半年报披露结束,各大数字营销公司纷纷交出了自己的成绩单。中国证券报记者梳理数字营销公司半年报发现,面对大环境的影响,各大公司普遍出现增速放缓。

得益于国际收购和出海服务,蓝色光标上半年实现营业收入117.47亿元,同比增长8.98%。但受到游戏行业版号限制和汽车行业不景气的影响,国内业务的收入较上年同期有所下降。净利润方面,蓝色光标实现归属上市公司的净利润4.68亿元,同比增长48.54%,但很大部分来自公司参与投资的拉卡拉成功上市,带来的约2.8亿元的公允价值增值。

另一主营数字营销的上市公司科达股份上半年数字营销业务实现营业收入85.84亿元,同比增长24.20%,但其净利润为0.86亿元,同比下降77.56%。科达股份表示,除了上游广告主预算收紧之外,数字营销行业对存量市场的激烈竞争也使其数字营销业务面临业绩下滑的局面。

通过收购成功转型数字营销的利欧股份,上半年实现营业收入69.79亿元,同比增长6.34%。机械制造和数字营销是利欧股份的两大业务板块。从半年报看,利欧股份的数字营销业务营收增速远低于制造业,仅有3.84%。

同样是数字营销的天龙集团表示,由于宏观环境和新媒体业务行业生态的变化,新媒体业务整体毛利率下滑。上半年,天龙集团数字营销业务收入达32.65亿元,同比下降0.09%,归属于上市公司股东的净利润为6031万元,同比下降22.01%。

佳云科技上半年净利润同比也出现大幅下降。根据其半年报,佳云科技上半年实现营业收入22.93亿元,同比增长2.33%;实现归母净利润1820.92万元,同比下降62.9%,降幅较去年扩大。

瞄准短视频风口

中关村互动实验室数据显示,2018年互联网广告总体规模达3694亿元,年增长率为24.2%,增速放缓了5.76个百分点。流量红利的逐渐消失让移动互联网时代进入新阶段,也给数字营销公司提出了新的要求。如何为广告主提供更优质的服务成为了存量市场竞争的关键。此时,多家营销类上市公司将目光瞄准了短视频的渠道。

蓝色光标董事长赵文权表示,蓝色光标主要互联网客户的增长已经看到了天花板,整个中国市场营销预算大盘子没有大变化,但是客户预算结构在发生深刻变化,因此需要靠业务的积极创新来保持快速增长。“现在增长很快的是短视频业务,有可能在未来给我们带来惊喜。今年短视频业务比去年将至少增长五六倍,明年还有可能实现两到三倍的增长。”

艾瑞咨询发布的《2018年中国短视频营销市场研究报告》显示,2018年短视频营销市场规模达到140.1亿元,同比增长4.5倍,预计2020年短视频市场规模将达550亿元。

从电视广告时代,到PC广告时代,再到移动互联网时代,短视频的身影其实随处可见。在电视广告时代,短视频以广告片的形式呈现,在视频网站以视频贴片的形式为主。如今短视频媒体平台的崛起在加强其互动性和丰富性的同时,也赋予其社交属性。在数字营销的下半场,短视频几乎成了一块“兵家必争之地”,多家公司已积极布局短视频营销市场。

佳云科技表示,公司积极布局短视频信息流广告业务,加大了对视频团队、大数据团队及产品技术团队的建设力度,并搭建了专属的智能代理平台Smart Agency,为客户提供更精准、更高效的投放方案。

利欧股份在短视频和信息流领域的布局已成效显著,实现了全链路的布局。公司在媒介与内容两个维度上持续发力,今日头条及旗下抖音、西瓜视频、火山小视频,以及快手和淘宝直播等,业务辐射站内内容投放、明星及网红内容全域传播、站内资源位栏目输出、达人品牌直播与短视频拍摄、社交电商及新零售互动、IP资源整合、小程序搭建等。

上半年,利欧股份以20亿+的业务体量成为今日头条最头部的代理公司之一,快手的业务增长突破了200%。此外,公司成立了专业团队,聚拢行业内优质的达人和红人资源进行直播与短视频拍摄,其中还包含了海外直播。利欧股份表示,短视频的布局进一步促进公司在流量、数据、媒介和内容上的综合实力。

赵文权表示,基于短视频的业务布局和增长,其可能是未来两三年公司很重要的一部分。基于5G的背景下,短视频业务未来可能会有更多的机会,这些都需要提前做好布局。