



新华社图片

5G手机备货提升行业景气度 订单饱和产能供不应求 智能手机供应链迎“暖冬”

□本报记者 张兴旺

淡季不淡

李明（化名）是一家手机零部件上市公司投资者关系负责人，他对中国证券报记者坦言，往年第四季度厂商去库存，会出现砍单现象，但今年四季度公司没有遇到这种情况。“华为、小米、OPPO、vivo都没有砍单，情况比较好。”

“以前四季度和次年一季度相对较淡，但今年没有这个情况，春节期间我们也会继续忙碌，用工还有较大需求。”12月2日，多家机构调研长盈精密时，该公司表示，公司产品有手机连接器、屏蔽件、外观件等，并已经为部分5G手机供货。

“今年手机行业整体情况实际上并不好，但相对2018年，今年第四季度情况要好。”广东一家手机供应链上市公司中层张伟（化名）对中国证券报记者直言。

近日，中国证券报记者调研多家手机产业链公司了解到，相对2018年手机行业遭遇寒冬，今年第四季度手机行业正在迎来暖冬。

从国内市场来看，中国信通院数据显示，2018年国内手机市场总体出货量为4.14亿部，同比下降15.6%，降幅较上年扩大3.4个百分点。2019年1—11月，国内手机市场总体出货量为3.58亿部，同比下降5.4%。

今年第三季度开始，手机行业开始出现回暖迹象。市调机构Canalys数据显示，由于一系列市场刺激因素推动需求增长，2019年第三季度全球智能手机出货量同比增长1%，两年来首次实现增长。

5G手机备货增加

对于今年第四季度手机行业回暖的原因，张伟对中国证券报记者表示，一般情况下行业上半年比较淡。九月份手机厂商发新机，七八月份开始拉货，第三季度一般是旺季。但今年第三季度情况较差，没有太多新机型。现在处于4G到5G换代阶段，手机厂商将重点放在明年一季度或者上半年，大家都推5G手机，因此订单比较多。

东北证券电子行业首席分析师张世杰称，对于5G手机，手机厂商的预期较高，品牌厂商积极备货5G，个别厂商对一些领域会提前采购以防止出现断货情况，下游整体需求比较景气。此外，从苹果品牌来

“明年上半年的项目都排满了，很多是5G手机。手机行业有两三年没见到这么旺盛的需求了。”王波（化名）所在的公司是国内某头部手机ODM公司，他对中国证券报记者说，明年是手机行业大年，品牌客户需求旺盛，公司订单已全部饱和，产能供不应求，整个上游供应链产能比较紧张。

近日，中国证券报记者从多家手机供应链上市公司了解到，由于5G手机备货等利好因素影响，第四季度手机供应链开始走出“寒冬”。相比2018年，智能手机供应链正迎来“暖冬”。

看，2020年春季要发布iPhone SE2，相比2019年多了一个增量机型，苹果供应链情况可观。

“明年很多订单都是5G手机。通过我们的工厂来生产的客户越来越多，很多物料交给我们来采购。我们首先看供应链企业的产品质量，其次是交货能力和产能保障能力。现在上游供应链也有很多新的企业涌现出来，它们成长也很快。”王波说。

最近某手机供应链上市公司接受机构调研时表

示，国内5G大规模商用正在加速，带动了整个消费电子产品行业的人气和旺盛需求，对公司及消费电子行业供应链创造了有利条件，公司下半年的5G手机订单及交货量呈现出持续快速增长状态。

中国信通院数据显示，2019年1—11月，国内手机市场5G手机出货量为835.5万部。11月份，5G手机出货量达507.4万部，相较于10月份的249.4万部环比增长103.45%。

“5G来得太快了，大家已经在做5G手机了。但5G手机今年还没大规模上量，核心零部件，芯片、天线的产能也还没上来。”张伟说。

机构密集调研

“明年手机行业应该会更好一些，5G带动效应才会体现出来。”李明对中国证券报记者说，最近到公司调研的机构特别多。在记者与其交谈时，还有投资机构打电话预约前往该公司调研。

东方财富Choice数据显示，今年第四季度以来，立讯精密、歌尔股份、深南电路、奋达科技等20余家手机供应链上市公司接到机构调研。仅12月，机构投资者已密集调研广信材料、安洁科技、信维通信、星星科技、深天马A等10余家手机供应链公司。

12月16日，安洁科技接受机构调研时称，5G手机的散热产品单机价值较4G手机会有较大提升。公司供应的散热产品主要是石墨散热片、石墨烯薄膜散热片等，目前公司也在开发更适合5G手机需求的散热产品。

长盈精密表示，2019年对于智能手机而言，是从4G向5G过渡的一年，消费者换机的需求受到一定程度影响。明年将迎来5G手机的第一波换机潮，各大手机品牌都会推出更多价格更友好的5G手机。

市调机构Counterpoint预计，2020年全球5G智能手机出货量将超过2.7亿部，5G手机渗透率将从2019年的约1%增长到2020年的超过15%。

从中国市场来看，Counterpoint认为，中国零部件厂商、手机厂商、运营商及渠道商已纷纷出台“5G+IoT”“5G+AI”等发展战略，并与上下游结成合作伙伴关系，强强联合以抓住5G带来的绝佳市场机遇。2020年中国市场5G手机产品预计将突破100款，5G手机在中国市场的出货量预计将超过1.5亿部。

三四线城市受关注

58安居客房产研究院副院长张波指出，房企在整个四季度“抢收”的现象普遍，预计12月份商品房成交水平或有可能超过11月份。今年“金九银十”成色不足，11月楼市降温依然在延续。虽然人才政策在一定程度上提升各地楼市，尤其是三四线城市的热度，使得房企以价换量得以持续。随着年末返乡高潮的到来，返乡置业人群将带动城市热点切换，三四线城市将获得更多关注。

张波称，从11月份数据来看，一线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格同比分别上涨4.9%和1.0%，涨幅较上月分别扩大0.2个百分点和0.5个百分点。随着春节临近，市场整体购房需求量会减少，房价在岁末年初很难有大起伏。

张波指出，未来房价稳定依然是重中之重，对于过热城市的调控仍会保持一定高压，房价下行压力较大的三四线及以下城市或有政策出台。从58安居客线上平台的调研数据来看，11月购房者信心指数为99.8，环比上升6.1%；经纪人信心指数为102.6，环比下降1.3%，比10月1.7%的降幅有所收窄，可见用户和经纪人信心都有所回调。

张大伟表示，在三四线城市楼市依然相对低迷的情况下，房地产企业把更多资金投入一二线城市，导致一二线城市土地市场升温，未来三四城市不排除有新的楼市政策出现。

五粮液集团 全年营收将突破千亿元

□本报记者 潘宇静

12月18日，五粮液股份公司董事长曾从钦在五粮液经销商大会上表示，2019年酒业主业全年销售收入将突破500亿元，助力集团顺利跨越1000亿元营收台阶。五粮液集团公司党委书记、董事长李曙光表示，2020年五粮液将持续推进数字化转型，进一步加强营销体制建设。

连续三年每年递增100亿

曾从钦在经销商大会上表示，2019年是五粮液“二次创业，冲刺千亿”的关键之年，五粮液圆满实现“五个一”。一是酒业主业核心作用更加突出，助力集团顺利跨越1000亿台阶；二是酒业主业全年销售收入将突破500亿元，连续三年每年递增100亿；三是第八代经典五粮液成功实现市场价格过1000元；四是五粮液股票价格历史性突破并站稳100元关口，公司市值位居深市第一、四川省内上市公司第一；五是公司酒业效益优势更加凸显，持续保持四川省工业企业利润总额第一。

五粮液还公布了2020年营销工作思路，“稳”“进”“强”是关键词。曾从钦在五粮液经销商大会上阐述了2020年公司市场营销的总体思路：五粮液将坚持稳中求进的总基调，坚定贯彻新发展的理念、实施供给侧结构性改革，进一步深化补短板、拉长板，升级新动能，强化品质、管控以及数字化转型的工作方针，持续推动市场营销工作转型升级。

在营销模式上，五粮液按照“纵向扁平化、横向专业化”的思路，将原有7大营销中心改为21个营销战区，下设60个营销基地，构建“总部管总，战区管战”的深耕区域市场、快速响应市场的模式。

宁波名盛酒业有限公司董事长吴亚州表示，从全行业来看，酒类流通中粗放式、大部式管理已经不适应市场发展需求，新零售、消费升级都对酒类流通与服务提出了更高要求。向现代终端精准营销转型，利用现代化的管理方法与高科技技术，最大限度使生产者直接把商品和服务传递给最终消费者，将是未来转型的方向。

以陕西市场为例，2019年6月，第八代经典五粮液正式上市，在陕西市场共计4000余家社会化终端全面铺开，动销态势良好。数据显示，2019年6月陕西市场销售额同比增长30%以上。截至11月18日，陕西已经超额完成销售任务，较2018年同期增长了三成以上。

全面推进数字化转型

2019年五粮液引入“控盘分利”营销模式，为精准识别消费者群体、渠道维护、经营决策提供大数据支撑，“商家入库扫码—商家出库扫码—终端入库扫码—消费者购买扫盒内码”实现了全过程的层层扫码机制，补足公司渠道短板。

上述仅为五粮液数字化转型成效的一小部分。2017年底2018年初，五粮液确定了“一个目标、三个转型、六大能力、五大工程”（“1365”）数字化转型战略，先后同IBM、阿里巴巴、华为等签署战略合作协议，推动五粮液数字化转型全面提速，为一线营销组织和经销商持续赋能。

华泰证券认为，第八代经典五粮液严格的定价规则以及控盘分利模式将从源头上杜绝经销商窜货问题，并且保证产品顺价销售渠道各环节的盈利能力，提高五粮液经销商的积极性。

在白酒格局转换机遇期，众多白酒企业都先后开展数字化转型的相关工作。五粮液营销数字化转型项目经理丁克表示，纵观整个五粮液数字化转型过程，其实就是理念、组织、流程、数据、平台五个层面的创新及转型，同时实现了对外包括经销商、终端、消费者在内的整个市场生态良性发展，对内涵盖各团队之间高效协同的良好发展局面，以此为“二次创业”打下坚实基础。

李曙光指出五粮液要坚定不移地推进数字化转型，通过数字化运营打造可持续的竞争优势，要大力培育数字化创新，用数字化手段创新与高端消费群体的沟通和互动方式，实现五粮液品牌在高端消费群体心中的高端化价值定位。同时，通过挖掘数据价值，实现以消费者为中心的智慧零售形式。2020年公司将以专卖店和电商官网平台建设为抓手，通过优化迭代、打造样板，为新零售模式的快速复制打下基础。

白酒行业利润快速增长

中国酒业协会数据显示，2019年1—10月全国规模以上白酒企业的产量为635万千升，同比增长1.4%；实际销售收入为4549亿元，同比增长10.5%；实现利润总额1122亿元，同比增长19.3%。

中国酒业协会理事长王延才在会上表示，利润总额增速大于销售收入，而收入增速又远大于产量的增速，充分说明中国的白酒业质量在整体提升。

李曙光对目前白酒行业的形式进行研判。他认为，整个宏观经济形势稳中向好，长期向好的基本趋势没有改变，白酒行业结构性繁荣的长周期和向优势品牌、优势企业、优势产区集中的趋势也没有发生根本变化。

李曙光表示，2020年五粮液的工作总基调为“稳中求进”，进一步深化“补短板、拉长板、升级新动能”的长期方针，强化品质、强化管控、强化数字化转型。品牌建设是工作核心，坚持品质至上，是五粮液高质量发展发展的制胜法宝。同时，持续推进供给侧结构性改革，适应消费升级的新需求；尽快补强计划、配额和发运的短板；建立五粮液“预算—授权—费控—稽查”的市场费用管控体系；坚定不移地持续推进数字化转型；进一步加强营销体制建设。

美联新材称公布高送转预案 不存在炒作股价情形

□本报记者 崔小粟

美联新材12月18日晚公告回复深交所关注函，公司公布的2019年度利润分配及资本公积金转增股本预案，符合公司确定的利润分配政策、利润分配计划、股东长期回报规划以及做出的相关承诺，具备合法性、合规性、合理性，与公司的成长性相匹配，不存在炒作股价的情形。

12月15日晚，公司披露了《关于2019年度利润分配及资本公积金转增股本预案的预披露公告》。公司控股股东、实际控制人、董事长黄伟汕提议拟以截至2019年12月31日公司总股本为基数，向全体股东每10股派发现金股利人民币0.75元（含税），送红股3股（含税），同时以资本公积金向全体股东每10股转增6股。

预案发布后，美联新材近三个交易日连续三个涨停。2017年、2018年和2019年前三季度，公司的营业收入分别为4.64亿元、5.84亿元和8.83亿元；归属于上市公司股东的净利润分别为5456.92万元、6329.59万元和8415.03万元。

公司称，公司首次公开发行股票募集资金投资项目都将在今年年底前全部竣工投产，投产后公司色母粒的产销规模预计将得到大幅提升。公司控股子公司营创三征（营口）精细化工有限公司今年已完成两个技改项目的建设：12万吨的氯碱产能扩产到15万吨，可更好地为公司产业配套；新投资建设了1.5万吨固体氯化钠项目，有望在年底投产，预计上述两个技改项目明年将有可观的利润贡献。

公司还表示，2019年利润分配及资本公积转增股本预案是鉴于公司持续的盈利能力和良好的财务状况，并结合公司未来的发展前景和长期战略规划，在符合公司利润分配政策、保障公司正常经营和长远发展的前提下提出的，预案充分考虑了广大投资者的利益和合理诉求，有利于增强公司股票流动性和优化股本结构，有利于广大投资者参与和分享公司发展的经营成果。

多家房企超额完成全年销售目标

□本报记者 董添

近期上市房企密集公布11月份销售业绩，多数房企年底“抢收”效果明显，11月份销售额大幅增长，带动前11月份销售总金额大幅提升。世茂房地产、龙湖集团、阳光城等房企已经超额完成全年销售目标。

在前11个月销售整体良好的情况下，房企拿地规模也同步增长，全国30个大中城市土地出让规模创下历史新高，其中第二梯队的房企抢地坚决。

项目销售情况良好

中指研究院数据显示，已发布11月份销售业绩的房企中，近8成销售金额实现同比增长。其中，越秀、中南置地、奥园、碧桂园等销售额同比增幅较大。越秀房地产11月份共实现销售金额78亿元，同比增长达202%，暂列第一。

不少房企已提前超额完成全年销售目标。克而瑞数据显示，2019年前11月，世茂房地产、龙湖集团、阳光城、金科、禹洲、中梁、宝龙等房企已提前完成全年销售业绩目标。

以世茂房地产为例，公司11月份合约销售额约为305亿元，同比增长60%；合约销售面积为178.31万平方米，同比增长61%。公司11月份平均销售均价为每平方米17106元。2019年前11个月，世茂房地产累计合约销售额约为2277.3亿元，累计合约销售面积为1277.83万平方米，同比分别上升47%、36%。2019年世茂房地产的销售目标为2100亿元，截至11月底已超额完成年度目标。

部分一线梯队房企11月份销售有所放缓，但由于前期项目销售情况较好，完成全年销售目标“触手可及”。以中国恒大为例，公司2019年11月份共实现销售金额370.6亿元，同比增长8.8%，环比下降59%。2019年前11个月，公司累计实现销售金额5805.4亿元，已完成全年

销售目标的97%。

土地市场高位运行

12月17日，财政部披露2019年11月份财政收支情况。在土地和房地产相关税收中，契税为5618亿元，同比增长6.7%；土地增值税为5862亿元，同比增长12.4%；房产税为2672亿元，同比增长1.8%；耕地占用税为1227亿元，同比增长5.9%；城镇土地使用税为1977亿元，同比下降10.3%。地方政府性基金预算本级收入为64365亿元，同比增长10%，其中土地出让收入同比增长8.1%。

中原地产研究中心统计数据显示，土地市场继续高位运行。截至12月17日，2019年50个大中城市合计卖地3.97万亿元，同比上涨16.3%，刷新历史纪录。其中杭州合计出让土地金额达到2709亿元，位列第一。上海卖地1822亿元，苏州卖地1683亿元，紧随其后。另外，昆明、温州等16个城市卖地金额超过500亿元。

中原地产首席分析师张大伟认为，从全国土地市场看，2019年二季度明显冲高，三季度在政策的影响下，土地市场有所退烧，但整体依然高位运行。

对于房企而言，最近几个月，各地的土地市场约束条件相对减少，包括部分城市的土地限价、土地保证金、土地配套保障房都有所调整。在这种情况下，叠加部分城市的限价政策微调，开发商拿地积极性提高。从市场变化看，第二梯队的房企抢地坚决。

张大伟预计，未来房地产市场走势依然会出现分化。房企对非优质土地定价会出现下调，但对优质土地的争夺依然激烈。虽然一二线城市调控政策严格，但对于房企来说，为了加大销售额，依然会集中拿地。

从近期房企拿地情况看，不少头部房企加大三四线城市的拿地力度。以华夏幸福为例，公司近日公告，11月1日至11月30日，公司下属公司在河南省新郑市、安徽省长丰县、浙江省嘉善县、湖北省孝感市、湖南省