

## 地产项目利润趋薄

# 房企土拓总监干活多了薪酬少了

### 利润空间被压缩

“房企要生存就要拿地。”北京某房企土拓负责人对中国证券报记者表示,“一些房企在年报中披露的土地储备看起来很好,其实土地储备不是必要披露项目,披露规范也不统一。有的房企把在建和在售的土地项目也算作土储,其实已经没有多少土地储备了。上半年,不少房企在积极拿地,因为要赶在年前销售,可以计作当年的货值。”

中指研究院数据显示,在已宣布实行“两集中”土地出让制度的22个城市中,长春、广州、无锡、重庆、沈阳、杭州、北京、福州、青岛、厦门、天津、深圳12个城市相继完成第一批集中土拍。200余家房企拍得近500宗土地。其中,以一二线城市为布局重点的融创、华润、越秀、招商、保利、金地、龙湖等企业表现不俗,拿地总金额居前。

中国证券报记者调查发现,在北京等实行“两集中”制度的城市,土地出让对项目的利润限制较大,不少房企拿地目的主要在于高周转以及抢占优质区域市场,并非简单赚取该项目的利润。

“越是热点地区,流程越透明,项目入市也更快。”有房企高管对中国证券报记者表示,“有的地区,土拍市场存在地方保护主义。比如,个别环京地区,多数地块会落入本地开发商手中。”

5月10日至11日,北京举行首批集中供地出让,涉及30宗地块,总起拍金额约为1035.8亿元。最终,30宗地块以1109.71亿元成交。其中,10宗地块触及“双顶”,转入竞高标准商品住宅建设方案投报程序,归属待确定。

根据北京市规划和自然资源委员会发布的《投报高标准商品住宅建设方案时间安排相关事宜的通知》,上述10宗转入投报高标准商品住宅建设方案的地块将分三批次投报,分别为5月24日上午、5月24日下午及5月25日上午。通知要求,相关竞买人提前做好准备,按时间要求提前到达丰台区西三环南路1号市公共资源交易综合平台五层,参加投报高标准商品住宅建设方案活动,主要包括朝阳区王四营地块、崔各庄地块、豆各庄地块、海淀树村地块、北京城市副中心等10个地块。

在土地市场改革的背景下,项目利润受到压缩,房企土拓人员的薪酬受到一定影响。“前几年土拓区域经理的年薪能到百万级,有的房企土拓总监年终奖就上百万。尽管薪水普遍下降,但跳槽的情形越来越多。”华南地区一家TOP30港股上市房企土拓区域总监对中国证券报记者表示,“薪酬少了,活却没有少,上半年在积极拿地。”

● 本报记者 董添



视觉中国图片

### 改善型需求逐步升温

中国证券报记者调研发现,近期北京地区新房项目入市较为积极,房源较为充足。不过,非限竞房相比之前价格攀升了不少。

北京某新房中介销售人员告诉记者,五环内的新房项目基本都在每平方米6万元以上,四环外的不少项目单价已超过每平方米8万元。北京在售的新房项目合计200多个,非限竞房项目价格相比同地区的二手房基本要贵1万-2万元/平方米。

“北京地区在售的项目很多,除了青龙湖、大兴等地区的限竞房项目,低价新房越来越少。经过多年密集的限竞房供应,纯刚需客户逐步被消化,改善型客户需求逐步升温。”项目品质也有不少提升,不少是主打“恒温、恒湿、恒氧、恒洁、恒净”的“五恒”项目,这些节能、环保的楼市项目定价提升不少。

“这类新型房源,冬天可以不烧暖气、夏天不开空调,达到适宜人体的恒温效果。恒净功能可以吸收空气中的PM2.5。一些开发商在环京或滨海城市小规模开发过这类项目,北京这类项目较少。随着刚需产品逐步被消化,再加上‘两集中’制度下,一些地块单价高,因此高附加值项目开始增多。”上述销售人员说。

### 土地市场调控趋严

土地市场调控政策趋严,多地要求实行房地联动。

5月18日,浙江省湖州市发布进一步加强房地产市场调控的通知,明确在细化网格,合

理确定地价的基础上,对热点区域实行“限房价、限地价、竞配建、竞自持”的房地联动机制。竞买人在参与商品住宅用地竞拍前,应签署知晓出让地块房地联动机制及理性竞价的承诺书,承诺书纳入土地出让合同。

湖州市同时规定,中心城市范围内新建商品住房申领预(现)售许可证后,购房意向登记数大于本期可售房源数的,实行公证摇号销售。对采用“限房价、限地价”方式出让的住宅用地项目全部实行公证摇号销售。

业内人士指出,近期采取“两集中”制度的12个城市,其供地结果体现了集中供地制度的初步成效,也反映了房企对这些城市未来房地产市场的判断,将为房企制定后续拿地策略提供实践参考。预计未来一段时间,土地市场会继续分化,冷热不均将成为常态。

## 赋能新发展 智构新格局 第五届世界智能大会开幕

● 本报记者 崔小粟

5月20日,为期三天的第五届世界智能大会在天津梅江会展中心开幕。本届大会以“智能新时代:赋能新发展、智构新格局”为主题。大会将围绕人工智能、智能制造、数字经济、智慧城市等领域,聚焦智能科技产业前景等热点话题,举办18场平行论坛和12场由企业领衔的主题论坛。

中国科学技术协会主席万钢在开幕式主旨报告中指出,要认清新一代人工智能发展新态势,围绕新时代发展主题,瞄准智能科技发展重大需求,把握好全新机遇,充分发挥中国制度优势和市场优势,加强新一代人工智能领域高水平开放合作,为全球人工智能技术发展贡献“中国方案”。

万钢指出,要把高水平人才队伍建设作为人工智能发展的重中之重,形成专业学科建设和协同培养互为补充的人工智能人才培养生态,在创新实践中壮大人才队伍。希望中国人工智能领域的科学家、企业家、管理者与各国同行进一步加强多学科、多领域交流合作,在交流中迸发创新火花,在合作中实现科技突破。

据悉,在智能科技展板块,大会共设置6个展区和3个智能体验区,涵盖科研与应用、智能制造、智慧城市和交通、智慧生活等智能产品和技术。线下展览和体验在天津梅江会展中心,展览和体验面积4.8万平方米,华为、阿里巴巴、腾讯、中国电子以及南开大学、天津大学等200余家企业和机构参展。

第五届世界智能大会由天津市政府与国家发展和改革委员会、科学技术部、工业和信息化部、国家广播电视总局、国家互联网信息办公室、中国科学院、中国工程院、中国科学技术协会共同主办,旨在搭建交流合作、共赢共享的平台,推动新一代人工智能健康发展。

## 山西汾酒称目前动销良好 未来分红政策不会有明显变化

● 本报记者 潘宇静

在5月20日召开的2020年度业绩说明会上,山西汾酒管理层表示,目前公司动销良好,决策效率大幅改善,形成了汾酒、竹叶青、杏花村和系列酒相互补充、协调发展的局面。

### 回应市场关切

2020年,山西汾酒实现营业收入139.9亿元,同比增长17.63%;归母净利润为30.79亿元,同比增长56.39%。2021年一季度,公司净利润同比增长77.72%,省外市场销售收入占比近六成。

山西汾酒党委书记、董事长李秋喜表示,一季度之前,山西汾酒基本解决了关联交易的问题,同时完成了整体上市,决策效率得到大幅改善。

山西汾酒董事会秘书王涛介绍,通过收购股权、资产、业务整合等方式,与控股股东之间的关联交易从2018年的29.28亿元降至2020年的1.65亿元。其中,与控股股东汾酒集团及其下属子公司发生日常关联交易金额合计0.42亿元。关联交易大幅减少,成效显著。

对于经销商是否压货的问题,山西汾酒副总经理、汾酒销售公司总经理李俊表示:“目前公司动销良好。”对于投资者关注一季度应收账款融资金额增长较快的问题,李秋喜称,主要原因是当期收入增加,收到的银行承兑汇票增加所致。

山西汾酒党委副书记、副董事长、总经理谭忠豹称,公司强力推进“打过长江”战略布局,长江以南核心市场增速均超过50%。江、浙、沪、皖、粤等市场实现高速增长,省外市场占比持续提升。今年一季度,公司利润率稳步上升,毛利率上升至73.54%,净利率上升至29.8%。成本管控见效,销售费用率下降至17.95%,管理费用率下降至3.19%。

### 再谱新篇章

“到‘十四五’末,汾酒要跻身行业第一阵营。”李秋喜称,2017年-2019年,山西汾酒的营收增速分别为37%、47%、27%,2020年营收突破历史新高;2021年一季度,汾酒的营收超过了2017年全年总额。公司实施“双轮驱动”“2+2”品牌架构,形成了汾酒、竹叶青、杏花村和系列酒相互补充、协调发展的格局,汾酒拥有了再谱新篇章的实力。

分红方面,李秋喜表示,基于优化公司股本结构,增强股票流动性,扩大业务规模,提高公司市场形象等考量,参考白酒行业其他企业股本规模,并充分考虑中小投资者的利益和诉求,在保证公司正常运营和长远发展的前提下,拟定2020年度利润分配预案为每10股送4股派现金2元。未来公司的分红政策不会有明显变化。

李俊表示,山西汾酒将有序落实两个“协同”,包括进一步协同现有的渠道、产品资源,理顺杏花村酒、系列酒两大品牌发展思路,推动汾酒、杏花村酒、系列酒互相补位,共同发展一体化运营局面;近一步协同国内、国际资源,实现共同发展,将汾酒打造为国内、国际双一流白酒品牌。

营销策略方面,李俊称,山西汾酒制定“五大任务”。首先,全面推进清香品类的价值传播,发挥汾酒品类的引领作用。其次,全面推进汾酒品牌价值的不断提升,加速汾酒全品系系统升级,实现汾酒产品战略突围。第三,全面推进全国市场规模化发展的加档提速。第四,全面推进青花汾酒品类的快速发展,实现汾酒专营店品牌升级改造,在全国范围内有序推进青花汾酒品牌体验中心建设。第五,全面推进营销前端数字化赋能的精准落地。

## 新乳业：低温鲜奶风口到来

● 本报记者 康曦

在5月20日召开的2020年年度股东大会,新乳业董事长席刚表示:“低温鲜奶赛道正在被打开,龙头企业投入大量资源,风口已经到来。”公司总裁朱川表示:“新乳业会一直坚持‘鲜战略’,不断提升市场份额。”

### “鲜战略”迭代升级

“低温鲜奶市场体量将不断扩大。”朱川表示,“公司将不断提升低温鲜奶的销售占比,提高市场占有率。”

新乳业一直坚持“鲜战略”,以低温鲜奶、低温酸奶产品为主导,不断优化产品结构,提升低温乳制品的销售比重。2020年公司低温产品销售收入占比达到53%。“10年前,公司就提出了‘鲜战略’,之后不断进行完善和迭代。”朱川说。

5月20日,新乳业发布《2021-2025年战略规划》,提出了第三代鲜战略——“鲜立方战略”。“新乳业是全品类供应商,公司将以迭代的‘鲜战略’对接消费升级。”朱川表示。未来十年新乳业希望成为中国低温、新鲜、创新乳品企业的引领者。

### 推动裂变式市场扩张

在此次股东大会上,新乳业透露,公司将不断拓展上下游产业链,通过存量的持续发展以及并购整合,积极布局新的市场区域;同时,战略性探索和推动新赛道、新品类发展,加速全国化发展步伐。

“新乳业是并购导向型企业,也取得了预期效果。投资现代牧业股份,补充了优质奶源供应;并购夏进乳业,强化了市场布局;并购一只酸奶牛,是因为新型茶饮的主要原料是牛奶产品,新型茶饮的消费群体都是年轻人。新型茶饮覆盖的消费群体与传统乳制品能形成互补,供应链也能协同。通过并购一只酸奶牛,公司在新产品开发上将更了解年轻人的需求。”席刚表示。

新乳业董秘郑世锋透露:“公司会对奶粉、奶酪等品类保持充分关注,以乳品为出发点,积极探索新式奶茶等产品的市场机会。无论涉足什么品类,‘鲜’会是共同主题。”

新乳业看好乳制品赛道,提出力争五年进入全球乳业领先行列。席刚表示:“公司将加强冷链建设,推动裂变式市场扩张,在供应链覆盖半径内的城市群,为消费者提供更多选择。”

## 华伍股份董事长聂景华：坚持中高端产品定位 提升规模效益



● 本报记者 金一丹

华伍股份董事长聂景华近日接受中国证券报记者专访时表示,公司主业工业制动器市场需求旺盛,军工主机厂订单饱满。公司将坚持中高端产品定位,加快产能扩充步伐,提高规模效益。

### 市场需求旺盛

中国证券报:哪些因素推动公司2020年净利润较快增长?

聂景华:2020年公司疫情防控和生产经营“两不误”,超额完成董事会制定的任务目标。主业工业制动器市场需求旺盛,行业发展态势良好。尤其是风电制动器产品销量继续保持快速增长,国内前十大风电主机厂商均为公司重要合作伙伴,客户黏性进一步增强;港机市场保持平稳发展,公司产品智能化升级,助力自动化码头建设浪潮。同时,公司稳定发展轨道交通业务,做好技术积累和项目储备,以南昌地铁业务为突破口,为后续发力空气制动维修市场打下基础。

公司根据军工产业发展战略,重点支持全资子公司安德科技和控股子公司长沙天映发展,提升军工产业的盈利水平,推进双主业协同发展。报告期内,主机厂客户需求增加,订单日益饱满。面对产能不足,安德科技抓紧扩充产能,加快新厂区建设和搬迁进度;同时,坚持技术创新,完成系列特殊工艺技术攻关,提升了整体研发实力。

值得一提的是,安德科技的重要产品机匣和反推装置,主要配套我国某型号涡扇发动机。随着军工产品自给化不断提升,公司将重点建设航发零部件产业,不断提升配套能力。作为公司另一个重点发力领域,2020年军机维修业务发展较好。长沙天映安顺子公司维修基地建设基本完成,军机维修能力得到有效提升,得到客户高度认可。

### 构建多层次产品梯队

中国证券报:公司的核心竞争力体现在哪些方面?

聂景华:公司形成了多层次产品梯队,掌握了重型装备、工程机械、电力工程、海洋工程、轨道交通和军机装备的制动和摩擦材料等领域的核心技术。完成了20多个系列新产品的开发研制,承担江西省重点新产品开发项目38项、国家重点新产品3项,获得江西省科技进步二等奖3项、三等奖5项、国家创新基金支持1项。



华伍股份车间

本报资料图片

聂景华:公司形成了多层次产品梯队,掌握了重型装备、工程机械、电力工程、海洋工程、轨道交通和军机装备的制动和摩擦材料等领域的核心技术。完成了20多个系列新产品的开发研制,承担江西省重点新产品开发项目38项、国家重点新产品3项,获得江西省科技进步二等奖3项、三等奖5项、国家创新基金支持1项。

公司坚持中高端产品定位及进口替代的市场策略,以港口起重机市场为基础,逐渐将市场领域延伸至冶金、矿山、海工、风电、轨道交通领域,构建了覆盖广泛的下游应用领域,成为制动产品覆盖领域最多的企业。作为国内重型装备制造领域工业制动器重要供应商,公司的市场占有率长期保持在40%以上。

此外,作为非标定制和系统集成综合服务商,华伍股份具备差异化供货能力,可以承接和消化大批量的紧急订单,也能够应付单件小批量个性化定制紧急订单。

中国证券报:公司目前产能情况如何?聂景华:公司制动器产品线规模大、品种全、品类结构优化。截至2020年末,公司共计有15大类产品,78个型号系列,753个规格品种,年产量多年超过10万台套。

上海轨道交通子公司的轨道交通制动系统,是公司自主研发、具有自主知识产权的产品,包括空气制动系统、液压制动系统和磁悬浮制动系统。

公司不断提升规模效益。新建的车间大量采用自动化设备及机器人,借助TOPGERP管理系统,公司的财务、生产、库存等关键运营节点得以有机结合,信息化水平显著提高,具备快速的订单响应能力。

### 推动“双引擎”发展

中国证券报:公司如何应对激烈的市场竞争?聂景华:未来将加快制动器板块和航空板块“双引擎”发展。

制动器板块的增长点在轨道交通,目标是在国内市场替代德国克诺尔同类产品。从目前情况看,国内地铁配套车辆市场每年新增约10亿-20亿元,在用车辆维保市场约10亿-15亿元。

对于航空板块,安德科技将提升产能。“十四五”时期,主机厂重要机型将持续放量,安德科技将受益。长沙天映作为国内极少数具有军机维修资质的民营企业,将把无人机维修业务做扎实,提高核心竞争能力。

此外,国际市场会是公司未来的重点拓展方向,将充分利用瑞士子公司这个平台,把华伍品牌推向全球。

中国证券报:公司产业链布局情况如何?聂景华:为确保产品高质量、短交期,公司将坚持将下料、热处理、机加工、表面涂装和装配调试等主要生产环节把控在自己手中,建立了具有华伍特点的MES管理系统。

同时,公司把制动器及制动系统产业链向前端的摩擦材料制备技术延伸。摩擦材料作为制动器的关键零配件,需要定期更换。公司具备研发和生产各代各型摩擦材料的能力,包括树脂基复合摩擦材料(半金属摩擦材料)、橡胶基复合摩擦材料等,覆盖公司所有制动产品对摩擦制动衬垫的配套需求。

公司建立了稳定完善的营销服务网络和技术支持网点,发现问题,快速跟进解决问题,构建产品全生命周期的服务增值产业链。