

二月汽车产销环比降三成

□本报记者 牛洪军

中国汽车工业协会公布的最新数据显示,因春节长假影响,今年2月我国汽车产销量环比分别下降29.89%和33.09%,前两月产销同比增速均回落至10%以下。

分析人士指出,今年2月由于假期较长,环比出现大幅回落落在预料之中,2月份产销量增速一般会出现大幅下降,如去年2月产销环比分别下降了25.30%和27.20%。

全部车型产销环比下降

数据显示,今年2月,汽车产销量分别完成126.03万辆和126.70万辆,环比分别下降29.89%和

33.09%,同比分别增长4.48%和4.57%。由此,1-2月,汽车产销分别完成306.81万辆和315.54万辆,同比分别增长8.75%和9.71%。全部车型产销环比下降,同比多数呈现正增长。

产销情况分车型看,乘用车和商用车产销数量均低于上月,但高于上年同期。今年2月,我国乘用车产销分别完成96.93万辆和96.72万辆,分别比上月下降30.67%和36.74%,同比分别增长5.42%和2.57%。

在乘用车各车型中,产销量环比均为负增长,降幅均在30%左右,其中轿车销量降幅达到40.80%,为乘用车中降幅最大的车型;同比

看,除交叉型乘用车下降外,其余车型呈现不同幅度的增长。

2月份,商用车产销分别完成29.10万辆和29.98万辆,分别比上月下降27.14%和17.81%,同比分别增长1.46%和11.59%。分车型看,产销与上月相比,各车型均呈现不同程度的下降,其中客车和客车非完整车辆下降最为明显,产销降幅均超过40%。

另据中汽协统计的汽车整车企业出口数据,2月汽车企业出口4.34万辆,比上月下降16.51%,同比增长63.56%。

自主品牌市场份额下滑

据统计,由于购置税优惠政策

策、汽车下乡等政策取消,今年2月低排量乘用车市场份额继续下滑。2月份,1.6升及以下乘用车销售68.11万辆,比上月下降36.88%,比上年同期增长0.80%;1.6升及以下乘用车占乘用车总量比重为70.41%,比上月下降0.16个百分点,比上年同期下降1.25个百分点。总体看,1-2月,1.6升及以下乘用车销售占乘用车总量比重为70.51%,比同期下降1.08个百分点。

由于自主品牌在低排量车销量中占据优势,1.6升及以下乘用车市场份额下降导致自主品牌市场占有率下滑。

据统计,2月,乘用车自主品牌共销售45.69万辆,环比下降

35.04%,同比下降4.30%;其占乘用车销售总量的47.24%,占有率环比增长1.23个百分点,同比下降3.39个百分点。由此,前2个月,乘用车自主品牌共销售116.05万辆,同比增长3.17%,占乘用车销售总量的46.49%,占有率较上年同期下降3.31个百分点。

对此,中汽协助理秘书长朱一平表示,今年初诸多汽车发展促进政策正式退出,北京市实施了治堵限购措施,政策环境远不如前两年;且我国汽车工业在经历了两年的高速发展后,汽车产销已到了相当的规模,增长基数较高。因此,我们判断今年的产销增速不会出现前两年的高速增长。

■ 上半年行业展望(六)

油价飞涨强势挤压炼油利润

部分炼厂已现亏损

□本报记者 顾鑫

随着油价上涨,炼油行业利润空间受到压缩,部分炼厂已经出现亏损。分析师认为,国际油价可能还会继续上涨,炼油业在4月初感受到的成本压力将会更为明显,如果国家上调成品油油价,炼油行业则不会出现较大亏损。而石化企业的原油开采和化工部门利润比较好,整体业绩同比仍有望增长。

中国证券报记者多方了解到,2011年成品油定价机制改革可能将再次推进,调价周期有望缩短到10天,达到调价标准后成品油价格自动上调,不用再上报国务院批准。这将在很大程度上提升国内零售价跟国外市场价格接轨的速度,利于石化公司向下游传导成本和提升业绩。

毛利空间触底

从1月底开始恶化升级的北非政治局势,在2月中旬蔓延到利比亚、伊朗及阿尔及利亚之后,国际油价急剧上涨。3月9日,布伦特油价为112.65美元/桶;WTI油价为104.21美元/桶。油价上涨直接导致炼油行业利润空间受到压缩。

据息旺能源监测,国内炼厂中

使用大庆原油作为原料的已经出现亏损,使用阿曼原油作为原料的依然有一定的利润。据东方油气网监测,2月份调价以前,原油成本平均比1月上涨约260元/吨,炼制大庆类高品质原油的炼油毛利水平仅为50元/吨,若考虑到其它生产成本已略显亏损,成为调价机制实行以来的最低盈利时段。

3月份,国内炼油企业的原油成本为5650元/吨(大庆类品质),比2月原油成本提升300余元/吨,仅以成品油出厂价扣除原油成本、基本税费后的炼油毛利从2月调价后的400余元缩减为80余元。

由于成本上升,炼厂生产的积极性受到打击。数据显示,地方炼厂目前开工率仅46.4%,预期后期还有下降。市场还传闻,中石油已下发通知,对下属炼厂超产汽油加价730-800元/吨收购,以鼓励多产汽油,应对汽油市场供应紧张的局面。息旺能源分析师廖凯舜表示,尽管炼厂开工率比较低,但是相比于去年同期依然较高,因此上半年产量不会下降。

对于炼油行业上半年的利润状况,分析师认为,目前仍难以作出判断,关键要看成品油调价的情况,预计炼油出现大幅亏损概率较小。

低。廖凯舜预计,下次成品油调价时间窗口将于3月22日打开,真正调价则可能在清明节之后。

化工行业状况较好

尽管炼油业毛利状况较差,但是分析师认为,考虑到上游原油开采、下游化工行业的利润状况较好,中国石油、中国石化、沈阳化工、辽通化工、上石化等炼油板块公司的上半年利润依然可能同比增长。

银河证券分析师称,烃类下游产品近期涨价幅度远高于原料石脑油价格涨幅,这打开了石化行业的盈利空间。烯烃会带动芳烃等烃及衍生物价格上涨,从而使得三大合成材料毛利上升,根据历史经验,这将持续1-2年时间。

据中投证券预测,中国石化、中国石油2011年的每股收益分别为0.9元、0.8元,而3月9日这两家公司的股价分别为8.78元/股、12元/股,市盈率依然比较低,尤其是中国石化。分析师认为,中石化三分之二的原油从海外进口,是原油价格上涨的最大受害者,但同时也是成品油价格上涨的最大受益者,后期成品油定价机制改革很可能成为公司估值修复的重要催化剂。

中国网游逆袭韩国

在线人数创纪录

□本报实习记者 张怡

冬去春来,我国网络游戏产业也迎来了发展的春天。3月8日,国家新闻出版总署披露,国产网游市场占有率达到主导地位,更引人注目的是在网络游戏产业发达的韩国,完美世界(Nasdaq: PWRD)旗下的网游《神鬼传奇》近日创下最高同时在线人数7.5万人的记录,超越韩国本土网游,掀起了一股“中国风潮”,中国游戏的反攻时代或许已经到来。

中国网游逆袭韩国创纪录

曾几何时,中国网游市场上笼罩“韩流”,但目前这一局势已改变。

3月8日,据国家新闻出版总署披露,“十一”期间,国产网络游戏市场占有率已超越进口网络游戏,彻底扭转了网络发展初期进口网络游戏占主导的局面。

不仅国内市场的局面得到改变,多款国产网游输出到国外也取得了优异成绩。完美世界在网游研发重地韩国创造了其市场的新纪录,中国网游企业加快“走出去”步伐。

《神鬼传奇》首先在国内市场运营成功,随后被推广至全球市场。2010年1月底,完美与韩国老牌网游公司Nexon旗下子公司Ndoors签订授权代理协议,推广该款游戏。据韩国媒体报道,《神鬼传奇》的服务器均出现爆满状态,Ndoors

分别于1月29日和2月12日各添一组服务器。截止到目前,游戏总共开放11组服务器。Ndoors相关人士称,未来将视人数情况考虑是否再设新服务器。

韩国是早期网游的强势输出国,市场发展完整,几乎形成饱和局面。对于在韩国的成功,完美世界总裁蔡琦表示,开发韩国市场非常不易,很多欧美大作进入韩国市场也连连碰壁,成功进入并在这个市场占有一席之地,具有很强的说服力和标志意义。

在韩国的成功,表明中国网游在国际市场上受到认可,而今后中国网游产业可能一改以往颓势,展开向海外市场的反攻之战。

优秀品质助力海外市场拓展

网络游戏业内人士认为,中

国网游产业在国内国际市场上的双丰收,彰显出这个朝阳产业正在发生质变,精益求精的游戏品质正在成为网游产品参与市场竞争的杀手锏。只要游戏拥有优秀的品质,针对玩家喜好进行本土化改造,国产网游也能在国际上创造流行。

目前,我国部分网游大型企业已经具备国际水准的研发实力和全球化运营能力,企业的海外发展已不只是简单的将产品推出去,而是凭借其产品的卓越品质与国外网游产品有效竞争与抗衡,中国网游企业在海外市场的发展已进入了新的层级。

同时,我国网络游戏企业也加紧了海外市场拓展的节奏,优秀的品质使得国际合作者对我国网游信心倍增,国际之路走得也更为顺畅。

以完美世界为例,公司与印尼、韩国、新加坡等亚洲国家相继签下新游戏订单,推广新进创作的游戏大餐《神魔大陆》和《神龙之剑》,乘胜拓展海外市场,良好的发展势头有望使公司蝉联网游出口冠军。

国际国内价格倒挂

二季度煤炭进口或受阻

□本报记者 李阳丹

近期国际动力煤价格依旧保持高位水平,与中国南方大港相比,价格倒挂严重。冬季动力煤消费旺季接近尾声,国际动力煤需求也开始明显下降,而国内动力煤市场进口积极性也有所下降。分析人士认为,二季度煤炭进口或受阻。

据了解,本周秦皇岛港5800-

6000大卡主流动力煤现货含税价格为820-830元/吨水平,而同期澳大利亚6000大卡动力煤运抵中国南方港口价格达到930元/吨,比国内同品质煤价格高出近100元左右;俄罗斯5500大卡动力煤价格为860元,折合6000大卡人民币含税价格为938元/吨,较国内煤炭价格高百元左右。

煤炭动销协会专家称,中国动力煤进口仅作为补充,尤其是沿海电厂、钢厂,采购国际煤炭是以低价为

参考点。而从近期的秦皇岛库存也可以看出,动力煤库存已经非常高,后期动力煤价格下行的可能性较大。

联合金属分析师穆文鑫认为,今年二季度中国动力煤市场无利好政策支撑下,依然会面临煤炭资源宽松、用电量不旺的局面。二季度国际动力煤价格将继续倒挂,进口煤炭情况将受到阻力;同时动力煤市场随着夏季临近,二季度末将出现小幅微升态势。

美的电器完成定向增发

启动多品牌战略

美的电器 000527 3月10日公告,公司已顺利完成非公开发行,共募集资金43.6亿元,发行价每股16.51元,博时、鹏华、平安、耶鲁、华商、国元六大机构投资者合计获配2.6亿股。

美的此次募集资金投资项目主要围绕公司现有主营业务展开,重点是中央空调、压缩机和冰箱等等,投资区域包括华东、华中和华南三大产业集群基地,项目实施后将较好的改善公司产品结构、优化产业区域布局。

美的电器董事长兼CEO方洪波表示,美的将继续积极稳妥地促进资本与产业联动,努力去实现跻身全球白色家电前三强、实现“再造一个美的”的战略目标。

美的电器3月9日宣布,将启动多品牌战略,向市场推出“小天鹅”品牌的空调产品,该产品定位中高端市场,以与现有的美的品牌形成错位竞争优势。

美的电器相关人士表示,小天鹅一直被定位为美的的集团洗衣机资产平台,美的电器是空调和冰箱资产平台,此次是美的电器使用“小天鹅”品牌在其空调产品上,而不是小天鹅推出空调产品,双方并不存在同业竞争关系。

2008年2月,美的电器收购小天鹅24.01%的股权,成为其控股股东。(陈静 黎宇文)

保持高速扩张

7天酒店去年营收15亿元

7天连锁酒店集团发布的2010年第四季度及全年财务报告显示,公司2010全年总收入14.99亿元,同比增长31.3%。

财报称,公司2010年第四季度净营收4.39亿元,同比增长41.4%;第四季度调整后净利润达3100万元。值得注意的是,全年调整后的息税及折旧摊销前利润为3.49亿元,增长51.9%。公司表示,目前已彻底摆脱2009年因金融危机贷款带来的大笔财务费用引发的巨额亏损,成功实现了业绩的大幅增长及全年盈利。

财报还显示,2010年公司新开分店231家,等于2008和2009两年新开店数的总和,创下了行业单年新开分店纪录。公司CEO郑南雁表示,在保持利润增长的同时,公司仍将坚持高速扩张步伐,2011年新开店目标从年初的240家调高到290家,包括80家直营店和210家管理店,覆盖城市从现在的89个增加到超过130个。郑南雁预计,2011年全年净收入增长率在32%至36%之间。(张洁)

凯诺科技去年收入增长一成

凯诺科技 600398 2010年全年实现营业收入11.464亿元,同比上升12.78%;实现利润总额9820.14万元,同比上升14.26%;归属于上市公司股东的净利润8614.91万元,同比上升8.77%。

作为传统的劳动密集型行业,纺织服装行业面临原材料价格不断上涨、用工成本迅速攀升、人民币升值压力日益加大,以及国外贸易壁垒、贸易摩擦不断增多、国内外服装市场竞争日趋激烈等多重冲击。凯诺科技以优势品种为核心,以科学创新为动力,进一步加强产品技术研发投入,增强新技术产品、高附加值产品的开发能力和生产能力,以进一步提高产品的档次和水平。

2010年公司获得授权专利4项,同期公司申报专利71项。2010年12月8日,公司被科技部认定为国家火炬计划重点高新技术企业,进一步促进公司各项高新技术商品产业化发展。(李巍)

提高新兴市场销售比例10%

丰田发布全球发展愿景

丰田发布“丰田全球发展愿景”,在2015年前,将积极开拓“环保汽车”和“新兴市场”两大领域,其中新兴市场销售比例将提高10%。

为实现这一愿景,丰田制定了2015年中期举措“计划”,着力开发“优质汽车”,建立以本地化汽车生产为主的体制。

据介绍,“环保汽车”和“新兴市场”是丰田积极开拓的两大领域。在环保汽车方面,丰田将开展全球化推广。在新兴市场方面,丰田将努力加强新型国际多用途车和新开发小型车等本地化生产车型的发展。通过上述措施,丰田将以2015年为目标,提高在新兴市场的销量,实现在日本、欧美和新兴市场取得良好平衡的事业结构。2015年,丰田在日美欧市场的销售比例将由2010年的60%下降到50%,新兴市场则由40%提高至50%。(牛洪军)

华侨城

力争文化演艺业务独立运营

华侨城 000069 董事、总裁刘平春在投资者交流会上表示,未来华侨城将学习借鉴国内外成功演艺运作经验,重点打造专业演艺平台,力争实现文化演艺业务独立运营。

公司在文化演艺业务方面,结合民族文化、地域文化特色不断推陈出新,目前已成功打造多台大型精品演出,在全国范围内拥有19个大型剧场,专业演员2000多名。

对于公司的房地产业务,华侨城相关业务负责人表示,2011年房地产业务要以实现“城市现代服务业综合开发全国领先”为战略目标,突出旅游地产特色。虽然房地产调控政策严厉,公司的地产业务,包括开工面积、销售目标和拿地计划都将按原计划进行,华侨城独特的旅游加地产的开发模式,使得其房地产业务在行业内更具有竞争力。(周少杰 万晶)