

## 沪今年将供地1200公顷

商品住宅用地仅占三成

□本报记者 周文天

上海规划和国土资源管理局日前公布了2011年上海住房供地计划,计划供地1200公顷,比去年增加100公顷,为近年来最高。但值得注意的是,纯商品住宅类型用地仅为360公顷,占总量30%。

在这1200公顷的供地总量中,纯商业住宅类用地仅为360公顷,只占总量的30%;带有政府保障性质的“保障性住房”、棚户区改造(动迁安置房)和“中小套型商品房”三类用地分别为200公顷、400公顷以及240公顷。保障房性质的住宅用地占供地量的70%。

与去年公布的年度供地计划相比,除了严格按照国土部要求,保障房住宅用地占供地总量不能低于70%外,比较引人瞩目的是首次发布了“公共租赁”住房用地指标(100公顷),这对目前上海各城区的公租房试点工作带来极大保障。

据了解,目前“中小套型商品房”用地的类型主要有“普通”、“公共租赁”和“限价”三种类型,前两种土地类型都已纳入土地出让规划,而这几年业内呼声很高的“限价房”用地却一直不见踪影。

值得注意的是,去年上海住房用地供应计划完成比例为105.6%,属超计划完成。

今年1月末,国土资源部公布2010年住房用地供应计划执行情况。2010年全年,全国30个省区市(不含西藏和新疆生产建设兵团)一共完成住房用地供应达12.54万公顷。尽管这一数字比2009年增加4.9万公顷,同比增长64.1%,但低于2010年年初制定计划时的18.47万公顷,计划完成率仅有67.9%。

国土资源部土地利用司副司长窦敬丽近日表示,2010年是国土资源部第一次编制全国住房用地供应计划,前期调研论证不够充分。此外,由于住房供地计划编制公布早于住建部编制的保障性住房建设规划和棚户区改造计划,导致2010年供地计划偏大。

据了解,2011年全国土地供应计划依旧在编制过程中,将在近期公布。新国八条”文件要求,今年的商品住房用地供应计划总量原则上不得低于前2年年均实际供应量,而保障性住房、棚户区改造住房和中小套型普通商品住房用地不低于住房建设用地供应总量的70%。

## 定向增发22.12亿股 酷六收购皮皮网

□本报记者 王荣

4月21日,酷六宣布向杭州搜视网络有限公司(皮皮网)的股东定向增发22.12亿股,交易完成后,皮皮网将成为酷六的全资子公司。

酷六代理CEO朱海表示,在线视频是酷六的主要业务领域,收购皮皮网后不计划进行大规模重组,皮皮播放器将成为酷六网视频流服务的有力补充,公司也将成为中国第一家在浏览器端和播放器端同时实现规模化经营的网络视频公司。

皮皮网CEO杨良海介绍,目前皮皮播放器同时在线用户峰值已经达到530万。

据悉,此次酷六由三位独立董事组成的特别委员会,代表酷六进行合并交易协议谈判,并采纳了由毕马威企业咨询(中国)有限公司提供的关于价格公允性的意见。此外,皮皮网的各股东签署了自项目交割后181天至2年不等的股票锁定期协议。

## 携程驴评网独立运营

□本报记者 王荣

4月21日,携程旅行网旗下的酒店点评平台驴评网正式独立运营。预计驴评网明年或后年就能实现盈利。”驴评网总裁崔继蓉介绍,作为携程的全资子公司,驴评网未来不排除独立上市的可能性。

据介绍,驴评网是由携程的酒店点评、目的地探索和社区服务平台整合而成。目前已经积累了120万条酒店点评、2万个目的地点评及20万篇旅游攻略等。

具体运营上,驴评网未来计划依靠酒店、景点的广告投放获得收入。崔继蓉表示,从携程导入的巨大旅游消费人群流量,是国内其他旅游点评类网站不具备的优势。

携程网CEO范敏表示,驴评网是携程长期战略的一部分,驴评网不仅与携程网进行合作,还将与其他在线旅行社和旅游业成员合作。

## 上海大众推出新一代帕萨特

□本报记者 欧阳波

上海汽车(600104)旗下主力公司上海大众的新一代战略车型帕萨特近期正式上市,从而拉开了PASSAT跨越十年品牌经典、创御中国B级轿车格局的序幕。全新一代帕萨特将推出1.8TSI、2.0TSI及3.0L等多款车型,首批入市销售车型为1.8TSI和2.0TSI,售价区间为21.88万元至31.08万元。公司希望新一代帕萨特的市场表现能超过帕萨特新领驭,在上海车市上的占有率达到10%。

据了解,早在2007年,针对中国日益升级的消费需求,大众汽车集团就与上海大众汽车签署协议,合作开发一款基于大众汽车集团新一代B级平台、面向中国市场的先进轿车。四年后,全新一代帕萨特终于顺利上市。

作为上海汽车的重要业绩贡献公司,今年一季度,上海大众累计销售汽车26万辆,取得了23%的增长,远高于全国乘用车约9%的增幅。

## ■ 季报聚焦

# 饮料公司一季度业绩整体向好

□本报记者 王锦

由于消费需求拉动整体销售趋好,一季度饮料制造行业上市公司业绩普遍增长,其中,白酒企业由于销售结构好转、产品毛利率上升等原因,业绩表现最为突出。

近期国家相关部门对部分产品的提价行为进行沟通指导,该政策对酒类及其他饮料企业潜在的提价行为形成心理影响,预计涨价短期内难以成行,也将给企业带来不同影响。

### 白酒业绩亮眼

Wind数据统计显示,截至4月21日,申万饮料行业中已经有8家上市公司披露了2011年一季报,其中,\*ST中葡(60084)继续亏损,海南椰岛(600238)净利润大幅下降,其余公司一季度净利润均实现增长。

由于宏观经济持续较快发展,消费者对饮料制品的消费需求增加,整体市场销售趋好是行业利润增长的主要原因。

其中,黄酒企业古越龙山(600059)首季实现净利润4791.78万元,同比增长59.10%。公司3月19日起将白酒产品价格上调7%,而自年初以来,古越龙山已经陆续上调了五十年陈、三十年陈产品价格,提价幅度分别达到42%、36%。产品价格的提升自然也带动了公司盈利能力的提升。

不过,啤酒行业的惠泉啤酒(600573)和重庆啤酒(600132)一季度业绩增长幅度均较小。惠泉啤酒一



新华社图片

季度实现净利润377.13万元,同比增长6.50%;重庆啤酒实现净利润3469.07万元,同比仅增长0.89%。一季度为啤酒传统消费淡季,同时,在成本大幅上升、销售市场竞争激烈的背景下,啤酒企业毛利率都呈现下滑之势,利润增长缓慢也在预料之中。

泸州老窖(000568)实现净利润6.79亿元,同比增长31.93%,成为已公布一季报的饮料上市公司中最亮眼的,也显示出了白酒企业的骄人业绩。事实上,无论是销售收入还是

利润,白酒子行业都是饮料行业增长的主引擎,白酒企业也一直在行业中处于领头羊的地位。

另有5家白酒公司发布一季度业绩预告,均预计净利润大幅上升。由于销售收入快速增长,酒鬼酒(000799)、古井贡酒(00596)分别预计一季度净利润增长900%、121%,山西汾酒(600809)则预计业绩增长50%以上;金种子酒(60199)预增幅度超过150%,销售收入增长、销售结构的好转、产品毛利率上升是

业绩大幅上升的主要原因。

对于白酒企业而言,除了在传统销售旺季销量大幅增长的因素之外,此前提价所带来的释放效应共同促成了业绩的大幅增长。去年下半年以来,白酒上市公司中已有贵州茅台、洋河股份、古井贡酒、山西汾酒等先后发布提价公告。

### 限价影响或现分化

未来一段时期,基于国内推动内需政策导向和居民可支配收入提

## ■ 年报点评

# 中国建筑 主营业务大幅增长 股权激励促长远发展

□本报记者 于萍

中国建筑(601668)年报显示,公司2010年实现营业收入3704.18亿元,同比增长42.3%;实现净利润92.37亿元,同比增长51.6%;基本每股收益0.31元。公司新签合同额超过8000亿元,同比增长74.5%,创下历史新高。

主业增长的同时,公司还计划通过回购股票激励管理层。业内预计,股权激励将带动公司未来长远发展。

### 主业表现突出

受益于建筑和房地产市场的快速发展,公司各项业务在2010年取得了快速发展。

年报显示,公司2010年建筑业新签合同额约7428亿元,同比增长78.8%。其中,房建业务6378亿元,增长96.5%;基建业务992亿元,增长14.4%;设计勘察58亿元,增长43.6%。2010年末,公司待施合同额约7944亿元,同比增长81.3%。

公司地产业务销售额更是创下历史新高,达到668亿元,增长42.1%;其中中海地产实现销售额584亿元,中建地产实现销售额84亿元。总销售面积达到653万平方米,同比增长16.8%;其中,中海地产销

售面积为530万平方米,中建地产销售面积为123万平方米。公司全年新增土地储备约1150万平方米,2010年末在48个城市及港澳地区拥有土地储备约5093万平方米。

公司预计,未来五年商品住宅竣工面积将以10%的年增长速度发展,其中高品质住宅将引领商品住宅的增长。在区域分布上,住宅地产将逐步向二、三线城市以及中西部地区发展。为此,公司将适当加大高品品质住宅开发,并进一步拓展和完善地产区域布局。

总体来看,公司房建、基建、地产三大核心主业收入比重已由2008年的8:1:1,调整为2010年的7.3:1.4:1.3。虽然占主业收入的比重不高,但是地产业务仍凭借较高的毛利率成为公司利润的主要来源。数据显示,公司2010年整体毛利率为12.1%。其中,房建、基建业务分别为7.2%和9.7%,与上年基本持平;地产业务为41.7%,较上年提高7.2个百分点;设计勘察为34.1%,较上年降低3.0个百分点。

### 保障房建设带来机遇

“十二五”期间,我国保障房将迎来建设高峰。公司目前参与保障房建设的总规模已达到1155万平方米,占公司在

施总面积的3.0%。其中,承建模式的保障房总面积约784万平方米,其他模式的保障房总面积约371万平方米。

公司计划在2011年实现新签合同额6900亿元,完成营业收入4000亿元。其中,房建业务新签合同额5170亿元,营业收入2790亿元;基建业务新签合同额1000亿元,营业收入650亿元;地产业务拟新开工面积1555万平方米,竣工面积870万平方米,销售面积870万平方米。公司还将继续加大对保障房的投入和承建力度。

值得注意的是,公司于近期公布了股权激励方案,计划从二级市场上回购公司A股股票,作为激励工具授予符合条件的激励对象;拟授予的激励对象共698名,占公司员工总数的0.54%。首次授予限制性股票数量约1.5亿股,占公司股本总额的0.5%。限制性股票计划的有效期为10年,原则上每两年授予一次。首次授予的业绩条件为前一个财务年度的净资产收益率不低于14%,净利润增长率不低于20%。

中金公司认为,公司现金流充裕,且在保障性住房领域拥有“建筑+地产”的优势,股权激励的实施将进一步提升管理层将企业做大做强的动力,有利于公司的长期发展。

# 福星晓程发力海外市场谋转型

□本报实习记者 郭力方

4月20日,福星晓程(300139)自去年11月登陆创业板后的首份年报问世。年报显示,公司2010年实现营业收入2.36亿元,同比增长6.96%,但净利润同比下降5.79%,为6009万元。

对此,公司总经理程毅4月21日在接受中国证券报记者采访时表示,2010年,公司主营业务产品由于受市场变动影响而出现销售下滑是直接原因。公司未来将在稳定国内市场地位的基础上,将重心转向海外市场,并由目前单纯的集成电路设计和终端产品供应商向电网等网络系统集成与运营商身份转变。

### 进军非洲电力市场

公司拓展海外市场的首站选定非洲大陆的加纳。年报显示,公司与加纳国家电力公司(ECG)签署了《合作备忘录》,双方将启动为期6个月的加纳首都阿克拉2000户智能电网改造试点工程。

对于项目投资收益的预期,程毅表示,一期1亿美元的投入将获得滚动收益,而整个项目完成后,公司

将获得至少10年的ECG电网运营管理权,届时收益来自于收取用户所缴纳的电费。按照该项目一期1年的工期预计,公司有望在年底实现项目投资回收。

早在几年前,福星晓程就参与了国内的电网改造项目,项目的顺利完成为公司积累了此方面的技术经验。今年2月,公司动用4000万募集资金增资控股加纳CB公司,用于CB公司在加纳首都地区再安装不少于15万只预付费电表及相关设备,并在BOT合同期内参与CB公司经营和管理,公司预计该项目的平均利润率为37.02%。公司借助控股CB公司成功打入非洲电力市场,并为本次与ECG的合作做好了铺垫。

程毅表示,预计2011年公司海外业务经营收入将有大幅增长,全年出口额将会呈翻番趋势。

### 调整产品结构

尽管雄心勃勃规划“出海”蓝

图,但在国内市场为技术和产品寻找新定位,也是福星晓程此次战略调整的一大重点。

公司年报在分析2010年公司总体经营业绩下降的原因时指出,由于2010年是国家电网招投标规则实施的第一年,供求双方对产品技术质量要求都有一个反复交流修改的过程,致使公司产品批量生产时间推延到第四季度,同时生产物资也相应积压,货款回收相应延后。

程毅表示,电力线载波芯片只是公司技术优势的一部分,公司将利用自身在集成电路设计和应用上的核心技术功底,谋求在更广的领域拓展业务。他指出,智能电网建设和物联网战略的实施,将给公司生产的ATM体系中的核心部件PL系列芯片和集成电路设计模块等相关技术产品带来巨大商机。

中国证券报记者注意到,公司主营业务产品中,集成电路芯片和模块2010年分别保持了较高的毛利率,而智能电表的毛利率则较小。公司计划2011年芯片和模块销售额达到1.65亿元以上。

全球汽车技术与服务供应商博世集团董事长弗朗茨·菲利普·布赫

4月20日在上海宣布,博世集团今年将在亚太地区投资7亿欧元,其中在中国投资4亿欧元,同比增长36%。中国成为继德国和美国之后博世全球第三大市场。

汽车技术业务是博世在中国最重要的业务部门,2010年销售额达到233亿元人民币,较上一年增长38%。博世与威孚高科(000581)的合资公司——博世汽车柴油股份有限公司,长期致力于现代柴油技术的本土化研发与生产,预计今年下半年将推出经济型共轨系统CRS1-16。

去年12月底,威孚高科宣布,博世计划增持威孚高科的股份,由3%增至14%,交易将采取博世认购威孚高科非公开发行股票的方式。(李晓辉)

## 白酒领衔

# 饮料公司一季度业绩整体向好

升的大环境,饮料行业消费增长空间仍较大,销量上升、销售档次提升成为长期趋势。

不过,为稳定市场价格,缓解通胀压力,发改委近期“约谈”部分行业协会及企业,对部分产品提价行为进行沟通指导,涉及相关酒类企业等。一定程度上将对企业潜在的提价行为形成心理影响,预计涨价短期内难以成行,对于不同企业而言,因为消化成本的能力不同,在限价政策的压力之下,影响也将呈现分化状态。

业界认为,政策指导对于酒类中的白酒企业影响最大,短期内会产生负面心理影响,尚未提价的企业提价短期内将难以成行,但白酒企业年内业绩增长仍较为确定。

国泰君安胡春雷称,政令窗口指导的影响更多是表明了政府控制物价的决心,对市场的影响也主要在心理层面上,对上市公司业绩的实质影响并不大。长期市场仍是决定价格的主要因素,何况白酒企业还可以通过开发新品、推动产品结构上移来消除影响,预计在今年下半年CPI数据回落之后,白酒企业提价的政策风险也将逐步解除。

但是,对于成本上升明显的啤酒、乳业、其他饮料企业而言,因为终端市场竞争激烈,即便没有国家的窗口指导,其提价在某种程度上也面临着一定的市场压力,因此也会较为谨慎,在此背景下,相应上市公司的业绩释放也存在着压力。

## 记者观察

# 辨清化工上涨行情 “伪受益”股

□本报记者 顾鑫

化,价格上涨固然会导致业绩增长,但是很多化工品的生产成本也在上涨,因此价格上涨与业绩增长没有必然联系,关键要看产品利润率和销量的变化。尽管部分化工品的价格在上涨,但是毛利率其实是在下降。一位化工行业的研究员称,从产品价格与成本的价差看,大部分其实在缩小。

以主营产品为PVC的氯碱化工为例,近期股价涨幅远高于其他PVC企业。在当前油价高位运行的背景下,乙烯法PVC相比于电石法PVC更没有成本优势,而氯碱化工正属于这类企业,其股价的上涨令很多市场人士感到费解。中国化工网分析师薛金磊表示,按照目前的乙烯单体价格和PVC价格,乙烯法PVC企业的利润空间已经很小,尽管本周PVC价格上涨幅度较大,但是利润空间没有改善。

对于这类涨价光环笼罩下的“伪受益”股,在投资的时候应当加以甄别。涨价固然可以成为市场炒作的题材,但是这种炒作是否能够持久,则需要看炒作的根本是否牢固,即公司的基本面是否出现真正的改善。

除了关注产品价格和生产成本的变化,还应关注较高的盈利水平是否能够持续。化工行业的很多子行业如氯碱、纯碱、磷肥,产能都严重过剩,盈利水平的好转必然导致开工率上升和未来产品价格的下跌,也就是经常会看到的价格慢涨急跌的现象,以短期的盈利水平预测全年的情况很容易产生偏差。

这种价格上涨与业绩增长同时出现的现象,