

销量占客车比重超14%

# 今年前两月校车销售额逾7亿元

平均单价为15.94万元

□本报记者 张怡

尽管从2011年11月份才开始启动,但校车市场今年已经开始对客车市场形成有力支撑。中国客车统计信息网50家企业销售数据显示,2月份校车销量达到了2925辆,占总销量的20.50%;1-2月,累计销售校车4577辆,占总销量的14.22%;校车累计销售额为7.30亿元,平均销售单价为15.94万元。中国公路学会客车分会副秘书长余振清认为,校车将成为今年客车市场的主要支撑点之一。

## 校车支撑客车增长

中国客车统计信息网数据显示,今年2月,50家企业共销售各类客车1.43万辆,同比增幅达到了90.99%,这是最近10年来客车行业2月份的销量新记录。余振清分析,除春节因素外,校车销售启动对客车市场的贡献很大。

从销量结构来看,销量主要集中在6-9米区间校车,该区间销量为3796辆,市场份额达82.94%;其中,6-7米的校车销售1618辆,占比35.35%,7-8米的校车销售

1581辆,占比34.54%,8-9米的校车销售597辆,占比13.04%。11米以上的校车无销售量。

从区域分布来看,全国34个省级行政区中,除了新疆、西藏、香港、澳门以外,已有30个省实现了对校车的重视,国内校车市场将迅速打开,国内校车市场规模的保守估计约为50万-100万辆。

从企业表现来看,50家企业中,有19家企业实现了校车销售。宇通客车、保定长安、东风客车、桂客集团、河南少林、中通客车列前6位。其中,宇通客车今年前两个月销售校车1856辆,超过去年全年的销量,占校车总销量的比例达到了40.55%;保定长安销量501辆,占比10.95%;东风客车销量413辆,占比9.02%;桂客集团销量378辆,占比8.26%;河南少林销量298辆,占比6.51%;中通客车销量285辆,占比6.23%。

余振清认为,校车市场的启动是保持今年客车销量略有增长的主要因素,不仅支撑了中型客

车的增长,也缩小了轻型客车的下降幅度。

## 市场空间巨大

宇通客车董事长汤玉祥在两会期间对媒体表示,目前国内的校车市场有着很大的空间,随着政府对校车的重视,国内校车市场将迅速打开,国内校车市场规模的保守估计约为50万-100万辆。

尽管校车市场空间巨大,但在政策尚需要逐步明确的背景

下,汤玉祥坦言今年校车市场尚存在较大的不确定性,并对今年的校车市场做出了谨慎的估计。他表示,若抛开这些复杂的影响因素,目前登记为营运车辆的校车有十几万辆,如果按照国家此前要求的在三年内完成过渡,他预计今年市场需求可能在4万辆左右。尽管前两个月宇通客车已经销售了1856辆校车,汤玉祥仍然谨慎表示,今年公司的校车销售目标是5000至10000辆。

## 50家客车企业销售3.22万辆

□本报记者 张怡

据中国客车统计信息网数据,今年1-2月,50家企业累计销售客车3.22万辆,同比增长4.29%。其中,大型客车销量1.05万辆,同比增长8.21%;中型客车销量1.02万辆,同比增长14.18%。但若剔除校车因素,中型客车销量将同比下降11.65%。轻型客车销量1.14万辆,同比下降6.08%。大型客车和校车成为客车市场增长的双支撑。

在大型客车中,校车销量占

比较小,仅为99辆;公交客车销量4262辆,同比增长19.62%;而卧铺和其他客车554辆,同比下降26.53%。大型公交客车市场需求的快速释放是拉动大型客车增长的主要因素。

1-2月,大型客车销量列前3位的是宇通、苏州金龙、厦门金龙,其中宇通销量3113辆,占大型客车销量的29.56%,苏州金龙销量1255辆,占比11.92%,厦门金龙销量1078辆,占比10.24%。

尽管校车和大型客车的市场

随着校车市场的启动,未来校车市场如何合理运营管理,将成为校车市场发展的关键。为此,汤玉祥在今年的两会上提交了《关于建立健全校车运营法律法规,加快校车融入学生生活的建议》的议案,他认为,校车市场运营存在诸多问题亟待解决,包括配套政策、校车资金及购买、运营管理及监督等,均缺乏明确的职责分工和协作机制。而只有通过立法解决好这些问题,才能保障校车市场的快速发展。

表现较好,总体来看今年客车市场的开局并不是十分理想,1-2月前15位企业共销售客车2.62万辆,同比增幅也只有4.33%。

但是,部分企业仍然表现出了良好的发展势头,其中比较典型的是宇通客车和中通客车。两家公司今年销售仍然延续去年高速增长趋势。今年1-2月,宇通销售各类客车6772辆,列行业第1位,同比增长23.76%,中通销售各类客车1825辆,列行业第6位,同比增长66.67%。



3月14日,根据工信部数据统计,截至今年1月份,国内IPTV用户开通3年后仅达到1400万。自2004年国内开始开通首个IPTV业务以来,IPTV已经被公认为运营商本来最看好,但实际发展最慢”的大型固网业务之一。CFP图片

## ■ 年报点评

# 陆家嘴转型“房产+物业租赁”

□本报记者 于萍

2011年陆家嘴 600663)营业收入保持较快的增长势头,但是由于大幅计提土地增值税清算准备金,公司净利润出现下滑。目前,公司已确定从“地产+房产”向“房产+物业租赁”的模式转型。业内预计,2012年将是公司转型之年,不过由于逐步淡出的土地批租业务拥有较高的毛利率,公司未来的毛利率水平将有所下滑。

## 增值税计提拖累业绩

陆家嘴2011年实现营业总收入41.66亿元,同比增长51.29%;实现净利润9.85亿元,同比下降17.35%;每股收益0.53元。公司拟每10股派发1.5元,共计分派现金股利2.80亿元。

年报显示,2011年公司其他应付款达到57.13亿元,同比增长了71.48%,主要为土地增值税清

算准备金增加了7.22亿元。受此影响,公司成本中的营业税金及附加项目达到12.04亿元,同比增长了4.77倍,成为影响业绩的重要因素。

由于成本增长,公司毛利率出现大幅下滑。全年综合毛利率仅为56%,较上年下降了8个百分点。其中,土地批租的毛利率仅为57.56%,较去年同期减少了24.75个百分点,下降幅度十分明显。

从公司2011年实现的营业收入来看,主要来源于浦东地块的土地批租收入17亿元以及房地产结算收入和出租收入各10亿元。对此,中金公司分析认为,公司对土地批租项目计提了7.2亿元的土地增值税清算准备金,而过去5年来公司计提的土地增值税合计额仅为3.3亿元。未来土地批租将淡出公司的主营业务,此次较为充分的计提虽然对2011年业绩造成了负面影响,但将保证未来盈利的释放。

## 转型商业地产开发运营

目前,陆家嘴已经明确定位为商业地产开发及运营商,正从“地产+房产”向“房产+物业租赁”的模式转型。

从公司2011年收入来看,房地产租赁业务实现营业收入9.69亿元,占营业收入的比重为23.25%。申银万国研究显示,2009年以来,公司竣工开业办公楼进入成熟期,租赁收入已从2009年的4.7亿元增长至2011年的9.7亿元,租赁毛利率也从2009年的27%提升至68%,超过浦东金桥、中国国贸等商业地产公司租赁毛利率。

目前,陆家嘴长期在营甲级写字楼共8幢,总建筑面积超过38万平方米。截至2011年末,运营一年及以上的甲级写字楼平均租金达6.71元/平方米/天,平均出租率为93%。公司长期在营的高品质研发楼总建筑面积已超过23万平

方米,平均租金达3.77元/平方米/天,平均出租率为92%。此外,公司在营的商铺物业总建筑面积超过8万平方米,平均出租率均在90%以上。

公司表示,计划2012年土地和房产销售收入(含预收款)不低于40亿元。包括公司持股50%及以下的下属公司在内,全年物业租赁收入不低于17.5亿元,物业管理及服务性收入不低于6亿元。

中金公司认为,公司的战略转型将在2012年基本完成,将全面转变为持有物业和出售物业并举的营业模式,并逐渐退出土地批租业务。不过,由于土地批租业务有60%-80%的较高毛利率水平,公司未来的毛利率将回落6-7个百分点至42%左右。公司写字楼及商业物业租赁未来两年租金收入将保持15%左右的同比增长,房产销售将加快步伐,但在短期内难以弥补土地批租业务的收入。

# SOHO中国2011年净利润微增7%

□本报记者 林洁

益率达5.6%。

SOHO中国 0410.HK)3月14日公布2011年综合业绩。公司去年实现营业收入56.85亿元(人民币,下同),毛利为27.31亿元,净利润达38.92亿元,同比增长7%。核心净利润率(不含投资物业重估增值收益)达25%。公司董事会建议派发股息为每股0.11元,加上中期股息0.14元,全年派息达每股0.25元,股息收

2012年,SOHO中国可销售项目金额超过300亿元,销售目标为230亿元。2011年,SOHO中国合同销售额达109亿元,销售均价15864元/平方米。合同销售额主要来自望京SOHO、银河SOHO、丹棱SOHO、SOHO中山广场和SOHO东海广场。

去年,SOHO中国可销售的物业面积较少,同时国内流动性收缩,公司未能完成销售目标。但

从租赁市场来看,商业地产市场的需求仍然旺盛。根据世邦魏理仕发布的市场信息,2011年第四季度,北京、上海的优质写字楼租金同比分别上涨50.8%和16.9%,租金水平创历史新高水平。去年,SOHO中国的办公楼租金同比上涨50%。

SOHO中国董事长潘石屹表示,公司目前持有157亿元现金储备,将在北京、上海等一线城市继续收购最优质地段的商业

物业。公司2012年的收购目标是100亿元。

2011年,SOHO中国收购金额达153.82亿元,收购面积约为109万平方米,所收购的7个项目均位于上海商业繁华、交通便利的黄金地段。两年多来,SOHO中国已经在上海拥有10个项目,完成了在南京西路、外滩、虹桥交通枢纽、徐家汇、浦东等黄金商业区的布局,其中两个位于外滩,面积达60多万平方米。

## ■ 记者观察

## 钢铁业能否靠“非钢”获救赎

□本报记者 于萍

当钢铁业遭受铁矿石和钢价的双重挤压、全行业徘徊盈亏边缘之时,一些钢企的非钢业务却风生水起,成为“副业救主”的典范。钢企对非钢业务的重视,与数年前纷纷剥离三产的历史形成了鲜明对比。在这一现象的背后,折射的是钢铁主业不给力的事实。

两会期间,“武钢养猪”事件曾一时引发业内热议。尽管事实上武钢并非将300多亿元全部投入养猪事业,而是发展海外矿产资源开发、钢材深加工、国际贸易、高新技术、煤化工、工业气体、物流产业、综合利用、后勤服务等与钢铁主业相关的产业,不过这已经说明,武钢在做优、做强钢铁主业的同时,适度发展相关产业的思路。

有着发展“副业”思路的不仅仅是武钢一家,不少钢企近些年对副业的重视程度已经大幅提高。国内多数钢厂在最新规划中,都提到了要大力提升非钢业务在收入中所占的比重。河北钢铁力争集团非钢业务营业收入达到近1400亿元,利润比例占到整个集团的50%左右,沙钢“十二五”规划集团实现年销售收入3000亿元,其中非钢产业营业收入达到1000亿元,效益贡献度力争达到30%以上。

如今,非钢业务之所以成为钢企的“香饽饽”,与其对利润的贡献度密切相关,尤其是在钢铁行业陷入微利局面之时,非钢业务相对较高的利润率更显得难能可贵。金银岛数据显示,相对钢铁主业,钢企的非钢业务利润丰厚。去年武钢集团整体销售利润率为1.67%,而非钢产业达到3.47%;

## 腾讯去年净利首超百亿元

腾讯控股(00700.HK)14日公布2011年业绩报告,公司净利润首次超过100亿元,达102.03亿元,同比增长26.7%,每股基本盈利5.6元。公司拟派股息每股0.75港元。年报显示,2011年腾讯实现营业收入284.96亿元,同比增长45%,其中互联网增值服务收入达到230.43亿元,移动及电信增值服务收入达32.71亿元,网络广告收入19.92亿元,分别同比增长

## 今年央企新疆投资将达七千亿

据第九届中国新疆国际煤炭工业博览会组委会消息,2012年国资委直属央企计划在新疆开工项目178个,概算投资7243.15亿元。据悉,在疆央企2011年新开工项目共196个,项目投资总额4581.37亿元,实际完成701.48亿元,新开工项目主要涉及电力、煤化工、煤炭、矿产开发和制造等行业。

随着国内五大发电集团和煤炭20强企业全部落户新疆,能源投资主体的多元化逐步形成。当地政府也积极实施优势资源转移战略,把煤炭作为继石油石化之后新疆

48.8%、20.43%和45.1%。

截至2011年底,公司即时通信平台活跃账户数同比增长11.3%达7.210亿。微博用户方面,截至年底已注册账户数达3.73亿,日活跃账户6800万。

腾讯表示,2012年将进一步拓展整合社交平台,并将其延伸至手机平台。腾讯还拟扩展网络广告业务,继续有选择性地投资电子商务及搜索等领域。(王荣)

的又一大支柱产业予以扶持。

据不完全统计,随着“疆气东送”被提上重要议程,中石油、中石化纷纷加紧在新疆的天然气管道建设和气源布局。两大企业共规划建设7条天然气外输管道,并与河南煤化、徐矿集团、庆华集团等十几家企业洽谈了煤制气气源合作。

据悉,由新疆维吾尔自治区政府主办的第九届中国新疆国际煤炭工业博览会将于今年6月6日-8日举行,该展会将成为西部地区煤炭及煤化工、煤制气行业大发展的重要支撑平台。(李阳丹)

长城汽车王凤英:

## 车企进入发达国家难度加大

全国人大代表、长城汽车总裁王凤英近日公布的2012年两会议案显示,中国车企进入发达国家市场难度日益加大。西欧、北美等发达地区汽车市场,排放、安全、技术等标准要求门槛越来越高,更新越来越快,且企业进入的认证过程耗时长、程序繁杂、费用高;同时,这些地区的市场饱和度和较高,品牌结构比较稳定,中国企业市场开拓过程中面临众多困难,从目前看,中国自主品牌汽车较缺乏大规模进入的条件。

王凤英还表示,因关税、技术贸易壁垒以及专利标准等原因导致的贸易摩擦增多。仅汽车零部件

## 广药家庭过期药品回收活动启动

广药集团2012年“家庭过期药品回收暨关爱社区老人购药优惠”活动拉开帷幕,活动将于3月13日至3月19日在广州地区开展,3月11日至3月31日期间在全国29个省份中心城市分地区进行。

据了解,自2004年全球首创家庭过期药品回收机制以来,广药集团已连续8年坚持该项活动,全国参加活动的药店及社区医疗单位超过6000家,惠及人群超过5亿人次,取得了良好的社会效益。

数据显示,我国近八成家庭有备用药品,有效期3年以上的药品占30%至40%,其中大部分家

庭并无定期清理药品的习惯。过期药品随意丢弃容易造成对环境的污染,落入不法商家手中,回流到市场,更对公众社会的健康造成极大的威胁。实施“家庭过期药品回收”8年来,广药集团在全国范围内回收药品已超过千余吨。

2011年,广药集团销售收入高达330亿元,并入选2011年度中国企业500强,在入选的国内医药制造企业 and 广州企业中均排名第二。

2012年,广药集团将围绕打造战略性新兴产业龙头企业为目标,实施“400亿工程”,完成整体上市。(黎宇文)