

京津冀战略升级 通州枢纽地位突出

□本报记者 魏静

近来,京津冀一体化战略上升至国家战略层面, 资本市场围绕区域概念股更是掀起一阵“地图热”。根据媒体最新消息,北京市长王安顺在“中国发展高层论坛”上谈起京津冀一体化时表示,将把破除行政壁垒、推动京津冀协同发展作为全面深化改革的重点任务,着力加强顶层设计,实现规划同图,在一张图上共商规划京津冀的发展。而北京通州因为地理位置优越,早在此前的一系列重大会议上就被高层赋予了新的定位;本月中上旬,通州区还与河北省廊坊市、天津市武清区领导举行座谈会商讨京津冀协调发展大计。分析人士表示,京津冀规划牵动人心,目前这一规划引发的区域概念炒作潮仍在继续,不排除下一个焦点集中在通州新城的可能。

多优势赋予通州新城新定位

目前制约北京建成世界城市的矛盾因素有很多,比如全球影响力和资源配置能力的高端功能还不够强大等;不过,仅仅凭借当前的单中心城市格局,北京很难满足这个要求,未来需要寻求更大空间来承载与完善高端城市功能。

从纽约、东京、伦敦公认的世界城市发展历程来看,一个世界城市除一般性城市功能外,还应该有强大的全球资源配置能力。该能力主要体现在国际组织聚集、高端企业总部聚集、金融中心、文化中心、创新中心等具有全球影响力的高端功能。这些高端功能不能仅仅依靠城市市中心城区来承担,还需要分散在城市中的不同区域来实现。

事实上,早在2009年底,北京市委在十届七次全会上就明确提出,“集中力量、聚焦通州,借助国际国内资源,尽快形成与首都发展相适应的现代化国际新城”,这已经初步体现了高层赋予通州新定位的意图,而通州所独有的各类优势,也令其在承接北京发展的其他功能时更受青睐。

首先,通州的区位优势独特,地处北京东西发展轴和东部发展带的节点位置,是京滨发展带上的重要节点,也是北京参与京津冀、环渤海区域合作的重要枢纽。加强通州新城的建设,不仅能够拓展北京城市发展空间,对于带动京津冀区域的发展也将有积极的影响。

其次,通州有较充足的空间资源,通州新城规划城市建设用地规模为60平方公里。不仅如此,通州还拥有深厚的运河文化底蕴,生态



(新华社图片)

环境良好。近年来,交通基础设施也有了极大的改善,这些都为通州建设城市副中心提供了良好的支撑条件。

北京方迪经济发展研究院在持续关注、研究通州经济社会发展的同时,进一步指出结合通州区“十二五”规划纲要编制情况,通州新城的区域地位正在显著提升。规划纲要提出,通州新城的发展定位为“北京发展新磁极、首都功能新载体”。“新磁极”体现了通州是全北京相对于城市中心区之外,最重要的要素集聚地,“功能新载体”意味着既要注重中心城区功能疏解,又要建设和完善体现世界城市水平的新城市功能。规划纲要要在目标上明确了“建设北京现代化国际新城”这一核心任务,旨在打造能够体现北京国际化大都市水平的新城;在战略上提出了“新城中心区引擎战略、高端要素集聚战略、城乡一体化加速战略、国际化发展战略”;在空间上提出打造“一核三区、三带四组团”的新城空间架构,注重新城产业功能、城市功能、宜居功能的融合。

通州已成京津冀发展重要枢纽

随着京津冀协同发展上升为国家重大发展战略,京津冀一体化发展正在提速,中央对京津冀经济圈予以高度重视。今年3月13号,通州区与河北省廊坊市、天津市武清区领导举行座谈会,围绕三方共同关心的问题进行深入研究和探讨。

行深入研究和探讨。

座谈会上,河北省廊坊市和天津市武清区的领导,围绕轨道交通、基础设施建设、生态环境建设等方面的问题与通州区进行了协商、探讨。他们表示会自觉打破自家“一亩三分地”的思维方式,服从、服务于首都功能的转移,帮助、缓解首都的生态和产业压力,以产业结构优化升级和实现创新驱动发展作为合作重点。

目前通州是北京唯一同时与河北及天津相邻的地区,其在推进京津冀协同发展上有着不可推卸的责任,三方应该在京津冀协同发展上争做排头兵,在达成共识的基础上要立足各自比较优势,立足区域优势互补原则、立足合作共赢理念,努力把三地做成京津冀协同发展的示范区,努力在推进京津冀协同发展战略上取得实效。

在通州战略地位凸显的背景下,通州的基础设施配套建设也在有条不紊地进行着。根据相关媒体此前报道,北京轨道建设管理有限公司表示,计划今年年底全线开通运营的地铁7号线20座车站主体结构已全部完工,全线将于12月28日试运行。按照目前的规划,未来7号线将东延7公里至通州影视基地。

业内人士普遍表示,通州区今年将加大投入,形成地铁、公交、公租房、电出租车四位一体的绿色公共交通体系;新增市区公交线

路7条,区内接驳公交线路3条,调减线路2条,使百姓公交出行更加便捷;此外,还将投放6000辆自行车,使总量达到1万辆;新投放电动出租车300辆,远期将达到1000辆。

另外,近几年迟迟未见进展的通州环球影视城项目也开始出现实质性的进展。据相关媒体报道,投资额高达百亿元的北京通州环球影视城项目建设方案在“两会”之前就已上报国务院,目前该项目审核已进入议事日程阶段,而这是继上海迪士尼乐园项目启动后又一个“特大型主题公园”项目。

而在通州新城战略显著提升的背景下,通州的土地市场也是“热情不减”。根据通州政府网站的最新信息,今年3月份,北京市通州区梨园、张家湾TZ-10-01地块C38游乐用地、TZ-10-02地块S3社会停车场库用地均收到第1份竞买报价单,报价为19.3亿元。

重点打造运河北京文化商务中心区

应该说,通州是北京最先启动开发的新城。根据相关规划,到2020年,通州新城规划的人口规模将达90万人。按照我国大中小城市分类标准,这就相当于一个大城市体量。而未来通州新城核心区产业发展的重点是现代服务业和文化创意产业,重点打造运河北京文化商务中心区。

据了解,运河北京文化商务中心区初步规划分三个功能区。文化商务休闲区主要包括文化博览、文化演艺、运河水乡和商务酒店等特色区域。会展综合服务区将着力建设国际一流的会展综合服务中心,承办各种国际会议,大力提升新城国际化水平。高端商贸居住区,建设大型商业设施和高档水景公寓,打造运河沿岸高端商贸居住区。通过功能区的建设,吸引世界500强及国内外行业领先企业总部入驻。

据相关媒体报道,北京市委、市政府对通州新城建设提出的更高要求则是,运河核心区将承载通州新城发展的主要职能,是通州建设成为现代化国际新城的重点区域。届时运河核心区在功能上将充分承接中心城的行政、商务、商贸、文化创意等功能,与CBD东扩相呼应,打造更高端的商务环境,形成面向环渤海、面向东北亚的“首都门户”。目前相关规划部门正会同国内外一流设计团队,邀请包括建筑设计、环境规划、道路交通、地下空间等专业国际知名设计大师参与运河核心区方案设计,高标准完成运河核心区规划的深化工作。

■ 博客论道

股海灯塔：

连涨之后或有缩量休整

周一沪深两市的总成交额为2269.8亿元,与上一交易日相比,资金净流入为59亿元。从大盘日线图上的MACD指标出现红色柱和两条指标线金叉看,对应级别的反弹还有上冲动能。不过大盘最近两天的放量拉高已经消耗了多方能量,大盘需要重新蓄积反弹的动能以后才能持续上冲,而大盘分时图上短线超买的技术指标需要修正。因此,大盘放量拉升以后料将会出现缩量回落休整。股指会向下回

抽确认55日均线 (2053点)能否被有效站稳。

单纯从技术指标分析,沪市大盘的62日均线 (2058点)和55日均线 (2053点)暂时分别呈向下运行趋势,对收在上方的股指具有向下反作用力。如果周二大盘没有回踩62日均线就直接向上突破的话,投资者不可在盘中追涨,股指触及日线图布林带上轨道线 (2087点)以后再度拉升的幅度越大越应短线高抛。

玉名：

政策预期与超跌带来局部共振

周一大盘延续上周五的长阳态势继续向2080点密集成交区靠拢,盘面上已经明显呈现出了二八分化格局,尤其是沪指方面涨幅接近1%,创业板跌幅则超1%,两者间跷跷板效应持续演绎。同时,高价股处于持续杀跌的状态,而低价股则明显开始集体补涨。

这样的走势表明,推动当前反弹行情的主要动力是超跌和

政策性题材,目前大量权重股的活跃,只是一次政策性刺激和超跌低价股补涨带来的局部共振行情而已。自沪指综指6124点高点下跌以来,2000点下方成为政策利好的多发地带,该位置对市场的心理形成了较强支撑,而且呈现过近10次成规模的拉锯战。频繁的政策干预之后,市场的信心并没有扭转,而且每一次利好效应的规模也在下降。

林之鹤：

仔细聆听“技术性”强音

周一沪深两市维持强势惯性冲高的格局,主板和创业板表现“冰火两重天”。在主板持续上涨的同时,创业板却再度跌破1400点整数关口,这种变化乍看之下是风格转换,但实际上是主题的切换。

推动主板上涨的最大动力来自于河北板块。因为京津冀战略发展逐渐被市场所重视,原本廊坊和保定被视作是发展重点,但自“北京政治副中心”等说法被否认后,市场

将注意力转向了整个区域。这样一来,不但政策风险降低,还能形成板块的规模效应。正是这种规模效应覆盖了当地多个产业以及诸多上市公司,主题切换推动了盘面的继续活跃。

上周五的大阳线在短线上将继续维持强势,周二沪指可能在30日线整理一下,若后市能继续走强至2080点附近,将会进一步确认趋势的强势,不过创业板暂时应以规避为主。

陈晓阳：

利空数据负面影响弱化

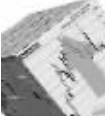
周一大盘延续震荡上行行情,以优先股为契机所激发的做多能量将会继续推动大盘震荡上行。后市短线大盘料将会在震荡反复中扭转中线下跌趋势。

当前多空信息面的变化主要有以下三点:一是汇丰周一公布的汇丰中国制造业采购经理人数指数(PMI)预览值意外降至48.1%,创去年7月以来的最低水平,且已经连续三个月处于荣枯线下方。但该数据并没有引发市场过度恐慌,反而表现出强劲上升态势,显示优先股政策的落实激发了市场的做多信心。二是新披露的业绩报表增添了新的

良好预期。截至上周末,已有247家上市公司披露了2014年一季度预告,其中预喜公司达到163家,占比约为65.99%。该数据整体好于预期,使得市场部分股票的持股信心得到提升,有利于夯实上涨行情基础。三是新的改革措施正在不断落实之中。

整体来看,尽管经济层面上的不利数据笼罩着当前市场,但是该数据并没有给市场带来较大负面冲击,反而一季报业绩预期形成了做多基础,这样的市场环境有利于大盘延续升势。(李豫川 整理)

更多详情请登录中证博客http://blog.cs.com.cn/

		目前仓位状况 (加权平均仓位:68.5%)	
选项	比例	选项	比例
满仓 (100%)	47.5%	75%左右	16.7%
50%左右	12.5%	25%左右	9.1%
空仓 (0%)	14.3%		

常用技术分析指数数据表 (2014年3月24日)		数据提供:长城证券杭州分公司			
技术指标		上证(综指)	沪深300	深证(成指)	
移动平均线	MA (5)	↑ 2030.86	↑ 2136.26	↑ 2136.26	↑ 1787.52
	MA (10)	↑ 2020.03	↑ 2131.03	↑ 2226.62	
	MA (20)	↑ 2034.79	↑ 2147.16	↑ 2264.02	
	MA (60)	↑ 2061.66	↑ 2192.13	↑ 2454.24	
	MA (60)	↑ 2056.99	↑ 2217.09	↑ 2627.92	
	MA (100)	↑ 2103.03	↑ 2285.21	↑ 2928.07	
	MA (120)	↑ 2118.47	↑ 2309.61	↑ 8040.43	
乖离率	MA (250)	↑ 2137.97	↑ 2361.64	↑ 8306.73	
	BIAS (6)	↑ 1.80	↑ 1.83	↑ 0.84	
MACD线	BIAS (12)	↑ 2.21	↑ 2.12	↑ 0.66	
	DIF (12, 26)	↑ -10.58	↑ -23.63	↑ -118.47	
相对强弱指标	DEA (9)	↑ -14.06	↑ -28.99	↑ -130.29	
	RSI (6)	↑ 66.11	↑ 62.25	↑ 53.01	
慢速随机指标	RSI (12)	↑ 56.10	↑ 52.56	↑ 46.95	
	%K (9, 3)	↑ 68.05	↑ 62.94	↑ 56.07	
	%D (3)	↑ 51.61	↑ 46.57	↑ 47.70	

技术指标	上证(综指)	沪深300	深证(成指)
心理线	PSY (12)	50.00	50.00
动向指标 (DMI)	MA (6)	47.22	48.61
	+ DI (7)	↑ 26.70	↑ 22.94
	- DI (7)	↑ 14.61	↑ 19.65
	ADX	↑ 29.64	↑ 19.22
人气意愿指标	ADXR	↑ 32.61	↑ 33.96
	BR (6)	↑ 72.74	↑ 66.42
	AR (6)	↑ 88.65	↑ 77.50
	%W (10)	↑ 7.80	↑ 9.33
威廉指数	%W (20)	↑ 18.84	↑ 32.99
	%K (9, 3)	↑ 68.05	↑ 62.94
	%D (3)	↑ 51.61	↑ 46.57
	%J (3)	↑ 100.95	↑ 95.68
动量指标	MOM (12)	↑ 6.70	↑ 2.92
	MA (6)	↑ -30.84	↑ -36.82
超买超卖指标	ROC (12)	↑ 0.32	↑ 0.13

面因素将确保用户数量继续高速增长:2013年智能手机渗透率为47.2%,与发达国家60%~70%相比至少还有10%的空间,意味着至少还有1亿~2亿新增智能手机用户;无线网络环境改善,随着3G/4G网络速度和覆盖持续改善,资费水平的继续降低,碎片化时间利用更加充分,移动游戏用户规模和游戏时长必然高速增长;用户构成方面,广大三四线地区和“三低”用户尚待发掘,这批用户不但数量多而且质量高,实际付费水平较高。

存量:“重度+精细运营”挖掘用户价值。2013年我国移动游戏用户年ARPPU仅114元,年ARPU仅36元,同期日本ARPU可达332元,ARPPU可达960元;而国内同期端游用户年ARPU可达353元,存量用户价值的挖掘空间巨大。我们认为,两方面因素将促成这一转变:类似于我国端游发展轨

迹,随着用户培养和教育逐步完成,移动游戏逐渐重度化,必然带来ARPPU和ARPU的大幅提高;同类产品数量的爆发增长,游戏精品才能生存,诸如“洗用户”等急功近利的短期行为必然遭到市场淘汰,随着移动游戏的精细化运营,用互联网思维极致用户体验,用户粘度和游戏时长必然提高,ARPPU和ARPU必将高速增长。

产品:关注三类核心指标。2014年我们看好的产品类型是卡牌(第三代)和RPG(包括动作),尤其是3D制作更恢弘精美的重度游戏。为了更准确地持续跟踪产品,我们推荐关注三类核心数据指标:留存度、付费率和ARPPU,尤其关注游戏封测或公测时期的测试数据。2014将是IP大年,拥有优质IP资源的游戏和公司将获得更多的关注,相应产品更可能成功。

竞争白热化,行业交叉融合,总体有利于

研发商和发行商。移动游戏产业竞争白热化,我们估计2013年移动游戏产品接近5000款,但实际月流水过千万的产品不过55款左右,成功率约为1%。随着产品数量大增,用户在单款产品的留存度和游戏时长均持续下降,而用户获取成本(CPA)成倍增长到20元左右,大多数产品无法仅靠推广生存,自身品质和口碑成为盈利关键。为增强风险抵御能力、减少单款产品依赖、提高利润水平,移动游戏产业各方融合趋势明显,游戏研发众筹资金进入发行领域,发行商培养或投资自有研发力量,渠道方也积极支持CP团队。

2014年腾讯整合微信和应用宝发力移动游戏,阿里、小米、陌陌等新渠道介入,总体有利于研发商和发行商,因此我们坚定看好拥有资金和渠道先发合作优势的领先发行商,同时看好拥有优质团队和持续创新能力的研发商。