

# 多家房企年中会议预期不乐观

## 降价跑量成楼市主题

□本报记者 姚轩杰

中国证券报记者获悉,近期多家房企召开的年中工作会议透露出对下半年楼市不乐观的情绪,多表示完成年度销售目标难度较大,降价跑量仍是重点。

### 房企对后市不乐观

8月初,包括万科、招商地产、龙湖地产、世茂集团、恒大地产、万达等在内的众开发商均已召开年中工作会议。面对房地产市场的下滑,多数开发商对后市的判断都表示不乐观。在上述房企的年中会议上,公司一把手对“市场规律”、“客户”、“户型、产品”等词语频频提及。一位房地产咨询机构负责人表示,“市场越好,‘市场规律’关键词的出现次数越低,反之亦然。现在的情况说明房企老板们对下半年的市场是不太看好的。而‘客户’的出现次数,也与市场总体态势成反比。市场越好,房企提及‘客户’、‘产品’的次数就越少,反之亦然。这说明,开发商重视‘客户’是市场态势向买方市场转变的信号之一,房企可能会动用对‘客户’最具影响力的价格手段加快销售。”

今年以来,房地产市场持续低迷,多个城市放开限购,以期带动成交量回升。但国家统计局8月13日公布的数据显示,1-7月份,全国房地产开发投资50381亿元,同比名义增长13.7%,增速比1-6月份回落0.4个百分点;房屋新开工面积98232万平方米,下降12.8%,降幅收窄3.6个百分点;商品房销售面积56480万平方米,同比下降7.6%,降幅比1-6月份扩大1.6个百分点;商品房销售额36315亿元,下降8.2%,降幅比1-6月份扩大1.5个百分点。中原地产首席分析师张大伟表示,楼市降温趋势依然明显,开发投资增速持续6个月放缓,销售数据也在6月短期上涨后再现降温。限购松绑难以拉动市场成交,本轮市场转冷更多



CFP图片

是部分城市前期供应量过大、房价过快上涨等市场本身风险因素积累以及前期成交集中释放带来的需求断档所致。

### 降价跑量仍是主流

中原地产研究部统计数据截至:截至目前,28家房企公告了前7月销售业绩,7月单月合计销售为843.57亿,相比6月份的1298.24亿下降了35%,也低于之前5月份的978.63亿。大部分企业完成年度销售目标的可能性越来越低。8月5日,绿城中国发布盈利警告称,今年上半年净利润可能相较去年同期减少超过65%。公司管理层近日在半年度工作会议上

表示今年主要是生存与稳健。“这说明降价跑量是必选项,不然,资金链出问题就无法生存了。”上海一家房地产研究机构人士认为。

龙湖地产8月4日披露的数据显示,截至2014年7月底,公司累计实现合约销售金额人民币241.4亿元,同比减少9.96%;合同销售面积222.9万平方米,同比减少4.54%。按照全年目标570亿元计算,前7个月龙湖地产仅完成全年目标约42.35%。“我们维持570亿的目标不变。”龙湖首席执行官邵明晓表示,“我们会灵活使用价格策略,但不能一概而论,在某些区位、某些项目可能会用价格的手段来促进销售。”

# 北京交通委严禁租车公司协助“非法营运”

## BAT商务租车业务“野蛮生长”或暂告终结

□本报记者 王小伟

争相占领商务租车业务板块高地的BAT三巨头遭遇“大棒”。北京市交通委相关人士向中国证券报记者证实,该委运输管理局8月12日正式向各远郊区县交通局、燕山交通管理处、各城近郊区管理处和各汽车租赁企业下发《关于严禁汽车租赁企业为非法营运提供便利的通知》,对“以提供便利租车服务为名从事非法营运活动”做出明确禁止,矛头直指易到用车等租车软件以及BAT三巨头近来争抢的商务租车业务。有分析人士指出,交管部门的一纸文件,有让表面繁荣的互联网租车市场面临“猝死”的可能。

### 首度重拳监管互联网租车

北京市交通委表示,经过核查,发现互联网租车业务中存在一些经营者主动与汽车租赁企业洽谈租车事宜,或自行登记注册汽车租赁企

业但不按规定备案,同时将各类私家车聚于名下,其目的不是依法从事汽车租赁经营,而是在没有取得合法营运资质情况下,以提供便利租车服务为名从事非法营运活动。通知规定,从事汽车租赁经营必须依法登记注册并按规定申报备案,严禁把私家车或其他非租赁车辆用于汽车租赁经营;同时,租赁车辆不得用于未经许可的出租等行业运营。通知明确表示,严禁汽车租赁企业为非法营运者提供便利。从8月13日起,各汽车租赁企业在承接和办理租车业务时,除执行既往规定和程序外,另须严格执行多项新的规定和要求,包括由承租人明确填写租车用途、向承租人提供书面告知事项、汽车租赁企业不得为承租人提供驾驶劳务、不得为其他营业户代开发票、不得为假借汽车租赁名义从事非法营运者提供或变相提供各种便利条件等多个方面。北京交通委相关人士分析说,整体来看,通知中影响最大的规定主要包括两条:一是规定

私家车不得从事汽车租赁经营,经营者必须自行配备车辆;二是汽车租赁服务不得配备司机,避免与客运经营混为一谈。

业内人士指出,通知措辞严厉,这也是北京市交通委首度出台措施重拳监管互联网商务租车业务。无论是此前就已布局互联网租车业务的易到用车、Uber和AA租车,还是正在加速进军租车领域的快的打车、滴滴打车等打车软件,将全部收到波及。

### 商务租车或中止“野蛮生长”

进入下半年以来,通过整合汽车租赁公司和司机劳务人员等资源,BAT三大互联网巨头纷纷抢滩商务租车业务,其中,百度通过易到推出“百度专车”,阿里通过快的推出“一号专车”,腾讯通过滴滴推出“U优打车”。

虽然北京市交通委本次下发的通知目前只是被下发至部分汽车租赁公司,尚未传至租车平台,但是业内分析指出,对汽车租赁公司业务

的限制将直接影响到一众互联网租车平台。而且,由于以BAT为首的互联网巨头在北京、上海、杭州等多个大城市均上线了此项业务,不排除其他城市交通管理部门跟进监管的可能。

“实际上,无论是线下的租车业务,还是由互联网主导的商务租车业务,由于都是最新出现的商业模式,相关监管一直没有跟上,这也就意味着这些业务一直游走在法规的模糊地带,先天存在一定的政策风险。”有律师对中国证券报记者表示,“此前,租车业内曾经认为借助公务用车改革的东风,未来政府对于商务租车的态度或会逐渐放宽,但从北京市交管部门本次行动来看,对互联网租车业务的监管力度却是加强的趋势。”

重拳监管之下,参与互联网租车的一众企业顿感压力。阿里旗下“一号专车”内部人士表示,一众从事互联网商务租车业务的企业不得不自我诊断是否“合规”,而这也或将导致此项业务的“野蛮生长”暂告一段落。

# 出口转好 磷酸二铵生产企业受益

□本报记者 张玉洁

二季度以来,受关税下调和出口转暖影响,磷酸一铵价格自5月中旬以来累计涨幅超过20%,磷酸二铵价格也于6月份进入上涨通道。进入8月,磷肥价格继续调涨,磷酸一铵、二铵涨幅在2%至5%不等,并有加速迹象。

### 多重因素催热出口行情

金银岛磷肥分析师李蔚对中国证券报记者表示,二季度二铵量价齐升,是国内外多个因素促成的。

首先,此前业内对今年市场行情预测较为悲观,上半年不少企业开工率下滑,产能供给端有一定收缩。数据显示,2014年1-6月,全国磷肥累计产量约为777万吨P2O5,而2013年上半年磷肥累计产量约为1006万吨P2O5,同比大幅下降22.73%。

其次,今年印度市场化肥库存消耗完毕,进口需求强劲。同时,美国今年也开始从中国采购磷肥。加之今年国内化肥旺季出口关税大幅度下调,三重因素刺激之下,磷酸一铵、磷酸二铵出口行情转暖。数据显示,2014年1-6月,我国出口磷酸一铵(实物量)59.61万吨,与2013年同期19.8万吨相比,增长了201%;出口磷酸二铵(实物量)127.25万吨,与2013年同期51.76万吨相比,增加了146%。

第三,受近期厄马逊台风影响,部分港口等待出口的二铵库存受损,导致二铵出口供应出现紧张局面,这也使得出口价格近期小幅提升。数据显示,磷酸二铵FOB价格已从今年5月初的420-425美元/吨,上升至8月初的445-450美元/吨。目前印度二铵生产成本接近550美元/吨,从中国进口二铵仍然具有较大的价格优势。在印度现有的化肥补贴力度下,预计磷酸二铵出口后市仍将看好。

从全球磷肥供应来看,未来磷肥新增产能主要来自中东和北非。信达证券研究报告认为,沙特以及摩洛哥的新增产能投放,需要一个培育市场的时间。而且,从目前的开工情况来看,其在技术上还有一些问题。因此,短时间对国内磷肥出口量的冲击不大。

国内需求方面,8月初陕西、甘肃等西省份二铵备肥已经开始。甘肃天水今年用肥较早,零售商也已开始备肥。甘肃陇南备肥也已开始,且当地价格偏高。华北小麦产区二铵备肥稳步推进,国内需求持续发力。国内复合肥秋季生产也将开始,进而刺激磷肥需求。李蔚表示,尽管目前受旱灾影响,部分地区备肥可能会受到影响,但更多是局部影响,国内需求仍将保持稳定。

### 毛利率回升提振企业业绩

目前涉及二铵生产、销售的上市公司主要有云天化、六国化工、湖北宜化。随着二季度

磷酸二铵量价齐升,涉及出口业务的公司受益更多。

不过,多数相关企业因磷肥业务占比较小,近期二铵行情对企业整体业绩的提升力度有限。六国化工、云天化、湖北宜化和兴发集团的磷肥收入占总收入比重均不大。其中,在云天化的收入结构中,磷肥占收入比在45%左右;六国化工磷肥产品占比约为40%左右;湖北宜化的磷肥收入占比仅为17%。

湖北宜化近期公布的半年报显示,受尿素价格下跌拖累,公司净利润同比大幅下降,但上半年磷酸二铵实现营收16.7亿元,营收同比增长39.79%,毛利率同比上升44.54%。与此相呼应的是,其出口营收同比大增81.06%,毛利率同比提升55.42%。

业内分析人士指出,随着近期磷肥行业转暖,上市公司盈利提升可期,那些拥有磷矿一体化产业链企业最为受益。

拿马型船舶、近20架通航飞机以及10架直升机的交易签约业务。

另据了解,前海湾保税港区首批SPV飞机租赁项目也于当天完成签约。这是海航资本下属渤海租赁与顺丰航空、交通银行香港分行、深圳分行经过1年多合作,共同完成的SPV飞机租赁项目,也是国内首个利用跨境人民币贷款的保税区SPV飞机租赁项目,租赁对象为2架波音737货机。

## 供给恢复促原奶价格持续下行 乳企毛利有望提升

□本报记者 王锦

与去年因奶源紧张所导致的奶价一路攀升不同,今年2月份以来,国内原奶价格持续下行,至今累计降幅已经达到8%。从供给基本面判断,业界预计下半年原奶仍将保持走弱的趋势,这也将有利于乳制品企业降低生产成本,提高毛利率,并加快市场扩张的步伐。

### 原料奶持续下行

“今年原奶紧张、价格上涨的情况已经得到缓解,全球奶源产量加大,进口奶源价格也呈下降趋势,春节过后国内奶牛产奶量比预计的多,养殖成本也在下降。”伊利股份董事长潘刚日前表示。

根据农业部8月11日公布的定点监测结果,8月份第1周(采集日为8月6日)国内生鲜乳价格继续下行,内蒙古、河北等10个奶牛主产省(区)生鲜乳平均价格3.96元/公斤,比前一周下降0.5%,同比上涨10.3%。

事实上,正如潘刚所言,国内生鲜乳价格从2月以来就已经进入下降通道,至今平均累计跌幅已经达到8%,部分牛场的奶价降幅更大,尽管仍高于去年同期,但对于备受原料奶价格大涨困扰的乳制品企业而言,成本压力已得到不小缓解。去年由于供需短期失衡,原料奶价格出现大幅上涨,自2013年6月的3.48元/公斤一路上涨到2014年2月的4.27元/公斤,增幅达到23%。

业界指出,上半年国内生鲜乳平均价格出现环比下滑的趋势,与国内原奶总量供应增加、国外原料粉价格下滑有关。国内原奶仍供给由于奶牛存栏量恢复、奶牛单产提升、外部环境良好以及饲料供应充足等原因而呈现全面恢复的态势。

从全球来看,今年以来,主要原奶生产国(或地区)奶产量出现持续大幅增长,出口量也实现大幅增长。全球供应的放量也使得全球原料奶价格以及恒天然全脂奶粉和脱脂奶粉拍卖价格自2月份起均持续下降。宏源证券陈嵩崑此前也指出,明年开始欧盟将取消牛奶生产配额,预计短期可增加供应量1100万吨,进口原料奶价格将继续下行是大概率事件,从而影响上游牧场盈利水平,行业高景气将逐步向下游乳品生产企业转移。

分析师普遍预计,综合供需等多种因素来看,今年下半年原料奶的价格仍处于下跌区间。

### 乳企毛利空间提升

原料奶价格的逐步回落,将有利于乳制品企业降低生产成本,提高毛利率。这从乳制品行业前6个月利润数据上也可见一斑。数据显示,今年6月份乳制品收入及利润增速分别回升至21.7%与32.7%。前6个月收入及利润增速分别为16.8%与17.8%,增速同样较前5个月有所提升。

行业人士分析,行业盈利能力的持续改善,同原奶价格环比回落带来乳制品成本降低有关。尤其在原奶价格明显下行的第二季度,收入同比增16.0%,环比略降;而利润则同比增31.7%,环比亦大幅下降。

行业整体利润率的回升同样将会反映在乳制品上市公司的报表上,乳业巨头伊利、光明目前尚未公布半年报,但从主打产品终端销售情况来看,业界预计半年报将值得期待,预计三季度盈利能力也将持续回升。

海通证券报告指出,原奶价格下行对于伊利、光明等下游企业行业成本下降是利好,但龙头企业部分采购订单锁定价格且执行期一年以上,无法全部受益成本下降的利好(主要是高端产品原奶锁定,估计采购量占比10%-15%)。

## 竞彩单关固定奖政策或九月落地

□本报记者 王荣

“预期九月中竞彩单关固定奖政策可能出来。”500彩票网CFO潘正明介绍,如果竞猜型彩票推出单关固定奖金玩法,返奖率由69%提升至73%,将使得彩票的玩法更简单,从而使市场扩容。

世界杯期间,竞猜型彩票销售实现了爆发式的增长,足球竞彩销量突破123.19亿元,其中,互联网贡献约七成的销售比例。目前竞彩的玩法是“二串一”,即2个结果串联在一起,只有两个结果都对,才有回报。而世界杯期间单场竞猜的形式则更受消费者喜欢。单关固定奖政策的出台,实际上降低了购彩的门槛。

返还率提高则是吸引更多彩民参与的政策。返还率是指返还奖金所占销量总额的理论百分比。中国体彩发行的竞彩销售额中,13%是发行费,18%用于国家体育事业发展和公益事业,返奖比例只有69%。乐透型数字型等彩票的返奖率仅有51%-65%。中国足彩类彩票的返奖最高。

事实上,境外的博彩公司返奖比例可以达到85%,有的地下赌庄甚至高达90%。潘正明表示,由于国内返奖率比较低,有很多资金流入地下博彩。

潘正明介绍,香港马会返奖率是85%,按照香港与内地的GDP总量类比,如果整个中国彩票都是85%的返奖率,中国彩票市场的规模将从现在的3000亿元增至2万亿元。他认为,即使公司的佣金降低,但是由于市场扩容,公司流水增加,更利于公司的发展。

500彩票网2014年二季度财报显示,二季度该网站彩票总销量达到人民币20.93亿元,同比增长199.1%,超过预期;净收入为人民币1.56亿元,同比增长185.4%;营业利润为人民币5950万元,同比增长436%。