

# 中石化“超预期”改革面纱待撩开

□本报记者 汪珺

“三桶油”中,中石化率先交出中期业绩答卷。上半年,公司实现营业收入13561亿元,同比下降4.2%;归属于母公司股东净利润314.30亿元,同比增长6.8%。董事会同时建议派发中期股息每股0.09元。

业内人士认为,中石化的业绩表现基本符合预期,“超预期”方面或集中在改革的进展上。中石化销售公司最终将“情定何方”,中石油上游勘探开发的放开力度会有多大,在本周召开的“两桶油”中期业绩发布上或揭晓部分答案。

## 炼油大幅增利 化工亏损40亿

半年报显示,中石化四大板块表现分化明显,炼油板块大幅增利95亿元,正在进行改革重组的销售板块经营收益也同比增长11.5%;勘探与开采板块油气产量增加,但收益下滑8.7%,化工板块更是大幅亏损40亿元。

勘探与开采业务增量不增利。上半年中石化油气当量产量237.01百万桶,同比增长8.00%,其中,生产原油177.88百万桶,同比增长7.52%,生产天然气3548亿立方英尺,同比增长9.46%。涪陵页岩气产能建设高效推进,6月底日产气量已达320万立方米。尽管如此,受汇率等因素影响,公司原油价格下降,导致上半年勘探及开采业务经营收益同比下降8.7%,至283亿元。

炼油板块大幅增利。受益于产品结构调整、高品质油的增产,中石化上半年炼油业务经营收益98亿元,而去年同期仅3亿元,炼油毛

利亦同比增长43.4%。

化工板块已连续三年亏损。由于国内市场竞争激烈,化工产品价格大幅下滑,该板块经营亏损40亿元。去年同期,公司化工板块仅亏损4亿元,2012年同期亏损12亿元。

销售板块改革重组有序推进。上半年,中石化完成了中国石化销售有限公司的设立和资产审计评估,为引资工作奠定基础。上半年,该板块实现经营收益188亿元,同比增长115%,其中非油品营业额同比增长10%,达到71.9亿元。

## 改革面纱待揭开

“两桶油的业绩受行业因素影响,基本都可以预料到。现在大家最关心的还是改革的进展。对于中石化,目前最关心下游销售板块谁会最终入股,中石油则关注其上游勘探业务的放开进度。”一位券商分析师的调侃或多或少折射出了当前市场的心态。

根据中石化6月30日公布的“混改”方案,中石化销售公司拟通过增资扩股的方式引入社会和民营资本,持股比例不超30%,推动销售公司从油品供应商向综合服务商转型。

截至目前,股权合作方的名单依旧扑朔迷离。在各种版本的“名单”中,既有腾讯、阿里巴巴、京东等新兴电商,又包括中国人寿等传统国企,有加拿大零售商等外国投资者,还有新奥能源等民企,同时亦有不少私募的身影浮现。

与此同时,销售公司业务合作的新闻层出不穷。大润发超市控股股东润泰集团、西藏高原天然水有限公司、大型民营物流企业顺丰速运、B2C电商企业1号店等均宣布牵手销售公司,多是利用后者加油站便利店的网络优势,在产品

销售、物流配送等方面开展合作。

最终中石化将“情定何家”,股权合作方与业务合作方将分别给中石化吹来怎样的新风?中国证券报记者获悉,中石化管理层将在8月25日下午召开的中石化中期业绩发布会上进行详解。

中石油的改革进展亦牵动人心。据中国证券报记者了解,新疆将是中石油上游混合制改

革的突破口,将优先牵手疆内国企对新疆油气田进行合资合作开发。

“我们最关心三个问题:一是民营何时有机会进入上游,二是需要具备哪些条件,三是会放出什么样的区块。”一位民营石油公司老总对中国证券报记者表示。据了解,中石油中期业绩发布会将于8月28日下午在香港召开,届时或也有关于油改的部分答案将揭晓。

## 中石化“开玩”电商 1号店商品可在易捷自提

中石化联手电商将不再只是传言。中国石化销售有限公司近日与国内B2C电商企业1号店签订业务框架合作协议,双方将主要在联合采购、O2O(线上与线下联动)业务、电商平台合作、油品销售等领域开展合作。这是中石化引入首家电子商务合作伙伴。

根据协议,双方的合作包括:发挥1号店的全球采购平台优势和易捷2.3万家门店规模优势,对部分商品实施联合采购,降低采购成本;在中石化易捷便利店试点开展电商包裹自提与商品二维码销售等O2O业务;探索1号店开设专区销售中石化易捷特色商品;探索双方电商平台的合作,开展交叉营销,促进双方商品销售的提升;中国石化将作为油品供应商,为1号店提供优质油品和供应保障。

未来中国石化的西藏易捷·卓玛泉、宁夏易捷国杞天香牌枸杞等地方特色商品除在易捷便利店销售外,还会在1号店的特色

## 年内首轮动车组招标落地

# 新一轮铁路建设大潮来袭

□本报记者 汪珺

传言已久的2014年首轮动车组招标终于落地。根据中国铁路建设投资公司8月22日晚公布的信息,此次招标共涉及车辆292列,包括350时速175列,250时速57列,另有议标60列。

业内人士预计,本轮招标总投资额约520亿元,结果有望于9月中旬披露。今年以来,铁路投融资改革力度不断加码,铁路建设发展基金、铁路土地综合开发等重要文件相继出炉。资金的破题将有力保证中长期铁路投资的稳步增长,铁路装备产业链上的整车及核心零部件制造商也将持续受益。

## 南北车或平分秋色

公告显示,292列车辆中,350时速的175列,250时速的57列,另有议标60列。议标车型中,高寒车型50列(包括25列350时速和25列

250时速),以及10列250时速抗风沙动车。据悉,这10列抗风沙动车将配备兰新高铁,预计新车型定价在1.4亿-1.6亿元。

“去年招标的订单今年10月底才能交付完毕。原计划今年的招标是在年底进行,提前到8月份是因为2014年整体铁路建设规模上调。对于生产企业而言,既是压力也是动力。”中国北车人士对中国证券报记者表示。

去年,铁总分别在8月和12月进行了两轮动车组招标,公开招标动车组合计417列,其中350时速248列,250时速169列,金额总计约690亿元。从招标结果上看,南车中标所有250时速动车以及100列350时速,北车则获得350时速剩余的148列。同时,北车还获得56列议标的动车组,包括46列350高寒车型及10列高寒250车型。

“南车在250时速上比较有优势,北车则在350时速以及高寒车型上更胜一筹。”据业内人士此前透露,250时速动车组均价约1.3亿

元,350时速动车组均价约1.9亿元,350时速高寒动车组均价约两亿元。由此估算,南、北车在去年招标中分别获得约400亿元的订单价值,从订单金额上看难分伯仲。

华创证券分析师李佳预计,本轮招标车辆中将有约40列于年内交付,目前南北车正根据议标情况提前开展生产预投。“预计整车厂上半年动车组交付规模约占年初订单1/3,剩余有望在第三季度完成交付,下半年业绩增速将进一步提升。”

## 铁路建设大潮来袭

今年以来,铁路投融资改革领域的动作连连。铁路建设投资金获得保障,将有望掀起一波铁路建设大潮。

一方面,“输血”铁路建设的力度不断加大。全国铁路固定资产投资连续上调,2014年的投资额度现已增至8000亿元,达历史第二位。与此同时,《铁路发展基金管理办法》也于今年7月

为682亿元,同比下降135%;销售面积527万平方米,同比下降21.0%。新增土地储备约760万平方米,期末拥有土地储备约6655万平方米。

同时,中国建筑披露优先股发行预案,拟发行不超过3亿股优先股,募集资金总额不超过300亿元,发行对象为不超过200名合格投资者。本次发行的优先股采用附单次跳息安排的固定股息率。

中国建筑表示,公司普通股的估值水平处于历史低位,发行普通股股票进行融资受到一定限制。截至6月30日,公司资产负债率达79.52%,为满足公司业务快速发展,亟需拓展新的融资渠道。发行优先股能较好满足公司业务发展所带来的资金需求,亦有助于降低公司资产负债率,改善公司资本结构。

## 中期业绩稳健增长

# 大商股份欲十年再造一个大商

□本报记者 徐光

大商股份披露中报显示,公司上半年实现营业收入169.96亿元,同比下降3.26%;利润总额10.50亿元,同比增长13%;归属于上市公司股东的净利润7.50亿元,同比增长7.57%。

## 强化管理 提升盈利能力

半年报显示,大商股份百货、超市、家电连锁三大业态的营业收入增速分别下降5.87%、1%、2.5%,但毛利率分别较上年同期提升0.57、0.65和1.05个百分点,实现毛利总额37.18亿元,较上年同期增长2.12%。在零售行业增速放缓、市场竞争激烈的严峻态势下,大商股份通过整合内部资源、创新经营模式、强化企业管理等手段使毛利率不断提高。针对大商股份上半年业绩呈现收入下降利润增长的现象,研究机构认为,公司目前构建了东北、华北、西部三大店网,规模优势有效缓解了个别地区销售收入下降对整体业绩的冲击,收入下降幅度明显小于同行业企业。另外,公司通过精细管理和精准营销推动了毛利率提升,另一方面公司依赖前期扩张门店的盈利贡献提升了净利率水平。中投证券及平安证券均认为,目前公司毛利率仍处上升通道。

前几年,在“开店潮”的带动下,大商股份

旗下门店数量迅速增加,目前大商股份共有逾百家百货门店,主要分布在东北地区,70%的门店是2010年前开业的“熟店”。近两年,公司新开门店的速度有所放缓,目前的工作重点是在庞大的门店网络内贯彻先进的管理理念,快速提升单店盈利能力。

大商股份主要负责人介绍,公司创立之初,在总结以往国内外企业成功经验、失败教训的基础上,确立了经营管理的四项基本原则,又称大商“四大家规”,用来指引企业健康成长。一是效益原则,所有下属企业“有利则生、无利则亡”;二是主产业原则,坚持把零售业作为主产业,不做不懂、不精的外行事;三是低负债原则,始终保持优良资产运作状态,资产负债率严格控制合理限度内;四是一体化原则,所有店铺人财物统一运用大商管理模式。此外,大商股份通过对外合资合作,广泛吸收国际零售业最先进的理念与技术,结合中国市场特性,不断推进经营体制和管理机制的改革创新,塑造出了独特的经营与管理模式。

按照零售业发展的内在要求和本质规律,大商股份构建起了多业态、多商号的经营体系,培育了现代高档百货——麦凯乐(MYKAL)、大型综合购物中心——新玛特(New Mart)、时尚流行百货——千盛(KINGSON)、新城隍购物中心——NTS等商标、商号,组成了大商的百货商号集群。

近年来,中国建筑保持着较高的资产收益水平。2011-2013年,公司加权平均净资产收益率分别为16.33%、16.52%以及18.60%。

中国建筑介绍,本次发行优先股募集的资金将用于公司主营业务,募集资金所产生的盈利预计将超过所支付的优先股股息,有助于增厚普通股股东的每股收益。

李佳指出,铁路投融资改革等系列政策的执行,将有利于解决未来5-10年铁路中长期发展资金来源的问题,对于近期铁路在建线路的通车及中期铁路项目审批均具有积极意义。政策红利的释放将有助于铁路装备市场景气的持续回升,整车及核心零部件制造商将持续受益。

钢表示,大商股份下半年及今后一段时间内的工作重点是抓销售,公司上下要以此为中心,统一思想,形成共识。同时要以抓销售为契机,更新大商人的思想和文化,提升大商人的综合素质,进而推动中国零售业向前迈进一步。

业界观点认为,一直以来,连锁经营理念在实体零售商领域盛行,一大批实体零售商逐渐放弃了对商品的直接把控,依靠向供应商收取进场费过日子,沦为“二房东”,无异于自废武功。大商股份则在企业内部大力推广“自销直营”的经营模式,通过统一采购和开发自有品牌,压缩中间商环节、让利于消费者。同时,加速整合招商、采购、物流配送等多方面资源,提升公司对渠道的控制力,增强门店网络对上游企业的议价能力,提升毛利水平,实现了业绩的稳健增长。

对于公司未来的发展,牛钢表示,大商集团要再次抓住零售行业洗牌时机加紧国内布局,在东北、环渤海和长江以北地区多路并进,适时整合当地优质商业资源。按照规划,大商集团在2013年销售额1500亿元的基础上,确保今年超额完成1700亿元的销售目标,明年提前突破2000亿元,制定落实好用三年时间突破3000亿元的新目标,十年再造一个新大商,践行“大连第一,东北第一,中国一流,世界轻量级,世界中量级”的五步走发展战略。

## 牵手多家上市公司 尚世影业启动全媒体战略

SMG尚世影业日前在北京电视节上召开“融合共赢”年度战略发布会,公司全媒体战略正式启动。

作为国内首批进行转企改制的国有影视企业,SMG旗下的尚世影业此次推出“新成长”、“新平台”和“新联盟”三大计划,进一步突破创作题材同质化、电视观众老龄化、制作成本居高不下等制约行业发展的瓶颈。

在“新成长计划”中,尚世影业将联合盛大文学和豆瓣网,推出“原创文学与剧本培育计划”,发掘80后、90后乃至00后等年轻群体的原创动力,创作出适应更多渠道的“全媒体剧”。据盛大文学相关负责人透露,盛大文学目前总作品数量超过600万部,网络作家超过250万人,每日更新文字1亿字以上。

“新平台计划”则是对传播渠道的布局和优化。尚世影业母公司SMG是国内领先的传媒集团,旗下拥有电视、广播、游戏终端、有线电视、IPTV、手机电视、网络视频、互联网电视(OTT)等全媒体渠道。尚世影业将与百视通、东方明珠、炫动传播、互动电视等公司联合推出“全媒体剧场”计划,打造“全媒体剧”播出平台。

“新联盟计划”的核心为“全媒体剧创制联盟”。SMG尚世影业将通过结成新联盟,联合华录百纳、完美影视、新丽传媒、新文化、慈文传媒等业内标杆企业,以及克顿传媒、高格影视、开心麻花影视等新锐企业,尝试探索“精品网剧”的制作。

尚世影业总经理陈思劼表示,“公司一直以来非常重视新生力量的培养;我们将和SMG集团内的各大平台深入合作,进一步整合资源;同时与众多行业标杆公司以及新锐企业组成创作体联盟。”

事实上,在深化文化体制改革的大背景下,上海文广的改革在国内可谓领先。目前上海广播电视台、上海文化广播电视集团有限公司的业务范围涵盖了文化传媒的各个领域,是国内产业链布局最全面的媒体集团。

“接下来要用互联网思维,尤其是移动互联网思维重塑传统渠道上的全产业链业务。”上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司副社长、常务副总裁王建军说,“要打通内容、平台和服务这三条主线,以尚世影业为主体的影视内容板块是集团整体战略的重中之重。”他还透露,SMG尚世影业今后还将在电影、网络内容、海外合作、资本运作等方面有更多的信息会陆续发布。

业界人士表示,百视通、东方明珠一直停牌筹划重组事宜,尚世影业作为影视类优质资产有注入相关上市公司的可能性。(姚轩杰)

## 天齐锂业 展开“资源+加工”式扩张

成功竞得扎布耶股权、加码“矿石+卤水”锂资源原料,收购银河锂业,快速实现锂盐产能翻番,天齐锂业的版图扩张环环相扣,从上市之初的单纯锂加工企业,逐渐成为拥有集锂辉石资源、锂矿采选加工、锂系列产品深加工及销售于一体的国际化锂业公司。

## 布局产品深加工

在控股泰利森以及参股西藏日喀则扎布耶锂业进军盐湖锂矿开采后,为实现公司产业整合并发挥协同效应,天齐锂业在产品深加工方面迈出了重要一步。

8月24日晚间,停牌近四个月的天齐锂业发布重大资产购买预案,天齐锂业香港将以1.22亿美元收购银河锂业澳洲持有的银河锂业国际及其全资子公司银河锂业江苏100%股权。

公告显示,银河锂业地处东部沿海地区江苏张家港,拥有国内唯一全自动碳酸锂生产线,具备年产电级碳酸锂1.7万吨产能,为全球最大,在运输成本、人力资源及配套设施等方面具备优势,产品质量控制能力强,并获得了国内主要正极材料生产厂商的供货资格,实现了对日韩高端市场的稳定供货。

通过收购银河锂业江苏,公司中游锂产品加工能力将迅速扩大,迅速增加锂产品的生产和销售,使泰利森的锂精矿产能与下游加工能力得到更好匹配,有利于发挥协同效应和规模效应。收购完成后,公司锂产品产能将超过3万吨/年,销售规模扩大、市场占有率提高、客户资源共享、规模化发展及借助银河锂业江苏的地理优势实现成本降低,将进一步巩固和提升公司的后续盈利水平和竞争能力。

## 掌控上游资源

2014年5月,公司以非公开发行募集资金完成收购天齐集团间接持有的文菲尔德51%股权及天齐集团直接持有的天齐矿业100%股权。文菲尔德全资子公司泰利森是目前全球最大的固体锂矿拥有者及供应商,占全球锂辉石矿供应量的2/3,占全球锂资源(包括锂辉石、盐湖提锂产品)市场约30%的份额。天齐锂业2013年净利润仅3791.03万元,以“蛇吞象”方式成功竞得年盈利2400余万澳元(约合1.6亿元人民币)的泰利森。

2014年8月21日,天齐锂业公告,公司通过网络竞价的方式以3.11亿元成为西藏日喀则扎布耶锂业高科技有限公司20%股权的最高报价人,大股东西藏矿业宣布放弃优先购买权,天齐锂业成为此次转让股权最终受让方。

资料显示,日喀则扎布耶主要资产为扎布耶盐湖,属富锂碳酸型盐湖,是国内罕见的优质大型盐湖,蕴含着相当数量的芒硝、天然碱、锂、钾、硼等多种矿物质,是国内已知硼砂含量最多、同时也是具有超百万吨级的锂矿资源的超大型盐湖。(白桦)