

上市公司“跨界”布局无人机领域

□本报记者 汪珺

“建议制定国家层面的军民融合产业规划，在无人机研发方面给予一定的政策扶持和支持，出台有关军民融合产业发展的高新技术指导目录，制定促进资源共享的军民融合发展机制，推动国防装备和民用产品有机结合。”中国航空工业集团专务王英勋在9月15日召开的“2014(第五届)中国无人机大会”上这样说道。

无人机是典型的军民两用技术，在满足国防应用同时，可通过改型向民用市场拓展。业内人士预计，国内民用无人机需求将在未来20年达到460亿元。正是瞅准了无人机军民融合的良机，许多主营业务非航空类产品的上市公司也开始“跨界”布局，以期分享该场未来爆发增长的收益。

军民融合良机现

无人机是一种以无线电遥控或由自身程序控制为主的不载人飞机。按照无人机的基本性质可以分为军用无人机和民用无人机。目前超过70%的无人机都使用在军事领域，民用无人机发展较为缓慢，并未形成规模生产。

尽管如此，无人机“军民融合”的趋势日渐明显。国际上，谷歌、亚马逊等科技巨头纷纷涉足无人机的应用和开发。欧洲和美国均在2013年制定了民用无人机融入当前空域管理体系的路线图。国内也有越来越多公司开始涉足无人机的研发生产，民用无人机颇有后来居上之势。

中国证券报记者了解到，在此次召开的2014(第五届)中国无人机展览上，国内62家无人机企业将带着最新技术和机型竞相亮相。其中，主流无人机研发制造企业占25%，民营无人机相关企业占50%，航空专业院校占15%，其他相关企业占10%。

“国内民用机中，军用和出口贡献了行



国际无人机与航模技术装备展在天津举行。

CFP图片

业约90%的收入来源。但随着近两年无人机民用市场的加速成长，物流快递、餐饮送餐、保险查勘等新领域的尝试应用也纷纷出现。”一位参会人士表示。

上市公司“跨界”布局

无人机产业链分为总体设计与集成、核心部件制造、营销与服务三大类，信达证券认为，在产业起步阶段，民企在国际间技术交流和市场开拓方面比国企军工集团更有优势。

正是看到民用无人机市场的巨大潜力，不少主营业务非航空类产品的上市公司纷纷开始“跨界”布局。

主营厨房电器的伊立浦9月13日公告，拟配股发行募集资金总额不超过7亿元，1.2亿元用于偿还银行贷款，剩余部分将用于补充公司流动资金，具体用途为补充民用共轴双旋翼直升机、无人机及航空发动机研发项目资金需求。值得注意的是，公司此前已通过收购德国SkyTRAC/SkyRIDER共轴双旋翼直升机项目技术资产和样机，成为民用共轴双旋翼直升机、无人机领域全球制造商。

隆鑫通用、宗申动力也连发公告，表示将发力无人机研发。隆鑫通用主营摩托车、通用动力机械等的生产销售。公司公告，将与清华大学教授王浩文、深圳力合创业投资有限公司成立合资公司，专门从事无人航空器(无人直升机)整机系统及零部件的研发、制造和销售业务。同样主营摩托车发动机、农林机械等生产销售的宗申动力则将与天津内燃机研究所合作，开展航空发动机项目工程样机试制工作。

此外，主要从事铁塔研发生产的风范股份、煤机行业龙头企业山东矿机等均宣布跨界进军无人机领域。

不过，也有参会人士指出，从全球范围来看，无人机产业面临着一些共性问题，如无统一的技术标准、适航标准、空管规则等。中国无人机产业要想参与全球高水平竞争，必须及早参与全球化标准的制定，抢占全球市场的话语权。

钢铁行业迎来出口高峰年

兼并重组窗口开启

□本报记者 于萍

今年我国钢铁行业迎来出口高峰年，钢材出口量和出口增速分别达到历史新高。钢企则加大海外并购投资力度，宝钢集团、河北钢铁集团纷纷加速海外投资，建立产业基地。在近日由中国金属学会主办的2014(第三届时)中国钢铁技术经济高端论坛上，不少业内人士表示，行业兼并重组窗口已经打开，应该加快建立公平合理的市场机制。

出口创历史新高

今年以来，欧美日等发达经济体经济回暖，国际钢材市场需求有所恢复。再加上国内需求不足，钢企普遍加大了出口力度，无论是出口数量还是增长幅度，均达到历史新高。

数据显示，1—8月我国累计出口钢材5638万吨，同比增长34.3%；进口钢材964万吨，同比增长4.4%；折合粗钢净出口4972万吨，同比增长42.7%。业内人士称，这一水平已经达到历史高位。

价格方面，1—8月钢材出口平均价格953美元/吨，同比下降7.5%。钢材进口平均

价格1249.9美元/吨，同比增长3.5%。“钢材出口存在以价换量的问题。”中国钢铁工业协会副秘书长屈秀丽表示。

由于钢材出口大幅增加，相关国际贸易摩擦增多，许多国家采取了征收反倾销、反补贴税等贸易保护政策。屈秀丽预计，下半年出口仍会保持增长，但难以保持上半年的高增长，增速会有所回落。“钢铁企业要优化出口产品结构和地区布局，提高出口产品附加值，减少贸易摩擦，真正提升参与国际市场竞争能力。”屈秀丽表示。

不仅仅是钢材出口大幅增加，钢企也在加大力度。今年5月，宝钢集团旗下的宝钢资源国际宣布，拟通过收购将持有Aquila的股权扩大至85%。Aquila是澳大利亚一家矿业资源性勘探和开发的上市公司，主要矿山资产包括澳大利亚昆士兰州Bowen盆地煤炭、西澳州皮尔巴拉地区铁矿和南非锰矿及铁矿资源项目资产。

“这一步赢了。”宝钢集团董事长徐乐江这样形容上述投资。徐乐江表示，增加持股后，未来还需要较大投资。但从这轮海外投资的结果看，每吨矿石的竞争力已经与FMG相当。

近日河北钢铁集团宣布与南非政府合作，打造以资源开发、国际物流、钢铁产业为一体的海外产业基地。“下一步集团还准备收购德高股份，从参股10%扩大到持股51%到52%。”河北钢铁集团总经理彭兆丰透露。作为全球最大的独立钢铁贸易商，德高公司在南非也拥有销售网络。

徐乐江指出，今年是钢铁行业出口高峰年，发展中地区如中东、非洲、东南亚以及东欧，将是中国钢铁业今后发展的主要地区。虽然走出去面临语言、文化等方面的风险，但中国钢铁走出去是大势所趋。

迎来兼并重组高峰

目前国内钢铁市场仍深陷低迷，化解产能过剩、推进兼并重组、加快转型升级，一直是行业发展“药方”。多位业内人士表示，当前已经迎来行业兼并重组时间窗口期，未来需要加快建立公平合理的市场机制。

“钢铁业减量重组、关停低效益分厂及非主业，势在必行。”中国金属学会理事长徐匡迪表示，中国钢铁工业在十年内新增产能将达到7亿多吨，但投资债务令财务成本过高，钢铁行业成为产能过剩行业中经济效益最差的行业。

今年年初，国务院印发了《关于进一步优化企业兼并重组市场环境的意见》。工业和信息化部产业政策司司长冯飞表示，该政策的整体思路是创造优化市场环境，主要解决兼并重组过程中的税收、金融手段不健全、土地、人员安置四方面问题。

“当前已经进入钢铁兼并重组窗口期，正经历新一轮兼并重组高峰。”冯飞表示，工信部正在加紧落实上述文件，希望今年能把各项政策落实到位，为企业兼并重组创造良好的市场环境。

对于行业兼并重组的趋势，不少企业在表示支持的同时也呼吁政府加快建设公平合理的市场环境。徐乐江表示，如果没有公平的市场环境，企业兼并重组后将面临非常大的压力。“现在每吨钢涨价上，国企与民营、大型企业和小企业，差距很大。无论是从税收还是环保来看，谁来执法？违法后怎么办？这些问题需要解决，政府应该发挥更好的作用。”徐乐江直言。

徐乐江还表示，技术创新是钢企发展的基础，管理模式和商业模式创新是钢企转型的保障。“当前已经到了大数据、智能化的时代。钢企不仅要提高质量、降低成本，也应该跟随时代，在数据和智能化上有所突破。”

“金九”成色不足 成品油市场料“四连跌”

□本报记者 汪珺

国际油价一路下滑，国内油价或再度开启下调窗口。根据多家市场机构预测，9月16日将迎来成品油价格的再度下调，幅度或在120—130元/吨左右。这也是近六年来国内成品油市场首次“四连跌”。

据市场机构统计，截至目前，今年我国成品油已经历十一次调价，“四涨七跌”，累计下调汽油价格385元/吨，柴油价格370元/吨。尽管如此，由于国内经济增速放缓等原因，成品油终端需求始终疲软，今年油市“金九”成色明显不足，汽柴油批发均价较去年同期跌幅达到600—700元/吨。

或现“四连跌”

进入9月份，全球原油供应依旧充裕，而需求下滑显著，消息面及经济面均无实质性利好支撑，国际油价一路下滑。因担忧供过于求，布伦特原油期货跌至两年多来最低。9月12日，布伦特原油期货每桶下跌0.97美元，收于97.11美元/桶，纽约轻质原油期货价格每桶下跌0.56美元，收于92.27美元/桶。

隆众石化网数据显示，截至9月12日，参考主要指标原油品种综合变化率为-1.83%，预计对应下调幅度120元/吨。卓创资讯累计测算的原油变化率对应的下调幅度则为130元/吨。尽管市场机构对于油价调整幅度的预测略有不同，但均认为向下调整几乎无疑。

金银岛分析师认为，虽本轮下调预期幅度不大，但此前成品油零售价已遇三连跌，各地汽柴油价格持续低位，下行空间有限，加之当前为传统旺季，虽购销欠佳，但主营多不愿继续跌价让利，故调价兑现之后，主营汽柴油价格波动有限。

而长期看，若近期原油期货继续震荡下行，新计价周期开始后的变化率仍将为负向，市场面难以摆脱利空气氛。加上国内市场资源供应过剩局面持续，行情难有实质向好。综合而言，国内成品油市场将延续清淡形势。

对于后期国际油价的走势，不少市场分析师认为，国际市场空头因素仍占上风，基本面疲软形势暂无改变，短期看空心态或难逆转，国际油价继续走低的可能性较大。

“金九”成色不足

9月是传统的消费旺季，但在不少业内人士看来，今年的“金九”明显褪色。据卓创资讯监测，由于国内经济增速放缓直接影响成品油终端需求，市场并未出现往年火爆销售局面，主营柴油批发均价低于去年同期709元/吨，93#汽油批发均价较去年同期下滑673元/吨。

卓创资讯分析师刘孟凯告诉中国证券报记者，柴油市场久疲不振，归根结底受到国内经济增速放缓影响，市场人士信心不足。目前柴油市场的消费支撑更多来自于农业用油增加。从9月10日开始，秋收或将延续至本月下旬，但由于持续时间不长，仅阶段性利好柴油市场。

汽油方面，受批零差价扩大影响，加油站打折促销力度进一步增加。据卓创资讯监测，随着国内成品油零售终端竞争的加剧，加上当前国内终端市场需求不足，个别路段加油站出现零售价格大跌的现象。预计在当前加油站供应体系下，加油站打折促销活动仍会持续。

“目前成品油加工原料成本的趋势不明。国内汽柴油供应能力增大，而需求跟进不足，即便市场出现回转，也注定是昙花一现。未来油品行业结构性改革将日渐迫近。”刘孟凯表示。

中国-中亚天然气管道D线开工

中国证券报记者9月15日从中石油集团获悉，中国-中亚天然气管道D线塔吉克斯坦段已于当地时间9月13日下午正式开工。管道投产后，中国从中亚进口天然气输气能力将从每年550亿立方米提升到850亿立方米，成为中亚地区规模最大输气系统。

中石油提供的数据显示，中国-中亚天然气管道D线全长1000公里，其中境外段840公里，设计年输量300亿立方米，气源地为土库曼斯坦复兴气田，是继A/B/C线之后又一条引进中亚天然气的大动脉。

这条管道在线路上途经塔吉克斯坦和吉尔吉斯斯坦两个国家，与已建成的连接土库曼斯坦、乌兹别克斯坦、哈萨克斯坦的A/B/C线一道，形成中国-中亚天然气管道网，将进一步加深中国与中亚国家的能源合作，促进经贸往来。

据了解，中国-中亚天然气管道D线建设难度世界罕见，高科技运用多。管线压力高、输量大，线路地形地貌复杂多样，大中型河流穿越47处，山岭隧道和河流隧道穿越45处，隧道总长76公里，其中塔吉克斯坦段约60%管道穿越高烈度地震山区。沿线气候条件恶劣、社会依托薄弱、交通设施限制等因素，更加大了施工难度。

业内人士认为，中国-中亚天然气管道D线是建设“丝绸之路经济带”的具体体现和有效实践。管道投产后，不仅能够进一步改善我国能源消费结构，促进节能减排和环境保护，而且可以开辟进口中亚资源新通道。此外，D线投资总额几十亿美元，将大力促进沿线国家的经济社会发展。(汪珺)

百货零售行业恐继续承压

互联网消费成超预期增长关键

□本报记者 张玉洁

国家统计局9月13日发布的数据显示，8月份社会消费品零售总额21134亿元，名义增长11.9%，较7月份的12.2%进一步下滑0.3个百分点，业内预计9月消费增速将继续回落。

不过，相比传统消费，互联网消费仍然保持较高增速。市场人士指出，在整体消费弱势和电商的冲击下，百货零售及部分行业业绩恐继续承压。另一方面，互联网消费已成为家纺行业不可或缺的零售模式，将是超预期增长的关键点之一。

消费整体偏弱

数据显示，8月份消费整体偏弱格局仍未改善，淡季特征显著，社会消费品零售总额增速放缓符合市场预期。

分析人士指出，宏观经济增速放缓，消费者信心不足。同时，房地产行业连着投资和消费，对经济增长影响较大。8月份，房地产市场继续调整，商品房销售面积和销售额持续下降，直接影响房地产投资和相关投资的增长。

在餐饮消费中，8月份，限额以上单位餐饮收入685亿元，增长-0.8%。1—8月份，限额以上单位餐饮收入5114亿元，增长2.4%。

在商品零售中，8月份，限额以上单位商品零售9781亿元，增长9.8%。1—8月份，限额以

上单位商品零售77909亿元，增长10.2%。

商品零售中的13个品类中，有8个品类8月单月销售额同比增速高于1—8月份同比增速。其中，通讯器材8月消费增长迅速，同比增长11.9%，较7月份的12.2%进一步下滑0.3个百分点，业内预计9月消费增速将继续回落。

汽车8月消费达2527亿元，行业占比最大，不过同比增长仅5.3%，低于1—8月份同比增长9.5%。文化办公用品、家具和建材等行业8月增速亦表现不佳。

百货零售业承压

消费低迷首先将使百货零售行业业绩承压。

野村亚洲(除日本外)中国消费行业研究主管刘洋表示，今年上半年国内售出的消费卡金额同比下降20%。从售卡到消费，一般有三个月到半年的滞后期，这是一个先行指数，意味着下半年中国百货、超市零售企业的增长将进一步下滑的可能。

上市公司方面，以申万零售行业72家上市公司为样本，2014年上半年营业收入合计3668.29亿元，同比增长0.75%，增速较去年同期下降12.38个百分点；归属母公司净利润95.62亿元，同比大幅下滑13.18%，增速较去年

同期下降18.46个百分点。上半年收入/利润增速为10年来的历史低位。上半年零售行业综合毛利率上升0.02个百分点至17.47%，基本与去年同期持平；期间费用率上升0.96个百分点至13.26%。

目前已有多家零售行业上市公司公布了三季度业绩预告，大多数企业业绩预告类型为续盈或者略增。其中，天虹商场预计实现净利润34091万元—46123万元，增长区间为-15%至15%；徐家汇和友阿股份预计净利润增长区间均为-10%至10%；红旗连锁预计净利润同比增长3%—6%。目前还在转型之中的苏宁云商预计前三季度亏损约95.5亿元—10.55亿元，不过，公司预计第三季度单季亏损情况有所改善。

网购成重要渠道

网络购物、电子商务等新业态继续高速增长。8月份，线上单位网上零售额同比增长53%，比上月加快3.4个百分点。这显示出网购仍然处于高速增长之中。

网购已经成为部分行业业绩增长的重要来源。8月发布的《2014年上半年家电网购分析报告》显示，电商渠道已经成为购买家电的主力渠道。2014年上半年，平板电视、空调、冰箱、洗衣机线上销售量占比分别达到整体市场的15%、10.5%、13%及12.3%，而去年同期“破10”的手机销售量占比更是达到16.5%。服装鞋帽是目前网购的第一大品类，家纺

上市公司也是“触网”主力。三家家纺上市公司中报均显示，电商渠道日益成为公司保增长的“利器”。富安娜中报显示，公司电商业务同比增长40%，成为拉动增长的主要动力。罗莱家纺相关人士对中国证券报记者表示，电商已经是家纺行业不可或缺的零售模式，将是超预期增长的关键点之一。罗莱家纺电商专属品牌LOVO2014年上半年销售额同比增80%，该品牌目前占线上销售总额比例超过90%。

起步较晚的梦洁家纺今年成立了新的电商团队。公司表示，2014年公司电商销售额有望突破两亿元。截至目前，公司电商销售额实现了同比翻番。市场研究机构莫尼塔指出，网购对传统消费品企业的影响已由过去的冲击逐步转变为补充。随着“双11”及年底促销活动的启动，下半年网购市场将迎来又一波小高潮，有望推动部分企业销售的进一步增长。

此外，来自网购的需求直接促进了部分行业的发展。自2013年起，各大电商纷纷介入选鲜行业，生鲜物流的发展带动了对上游冷链设备的需求。受冷冻冷藏业务增长促进，汉钟精机上半年实现销售收入4.73亿元，同比增长21.68%，归属于上市公司股东的净利润8580万元，同比增长41.2%，公司预计1—9月业绩增长区间为5%—35%。同时，随着网购的迅速发展，产业链上的移动支付、信息安全等公司也有望从中受益。

广发银行“月光宝盒”上线

广发银行余额理财产品“月光宝盒”近日上线。该产品在设计上采用了有别于市面一般余额宝类产品的设计思路，融入了社交、娱乐、分享等众多功能。

目前这款理财类应用APP已开发完成，在各大安卓应用市场上线，IOS版本也将近期正式上线。“月光宝盒”抓住月光族痛点，通过设置存钱心愿单、监督人监督存款计划、取款要先经历游戏闯关、监督人批准、强制分享到朋友圈等特色功能，帮助客户将存钱进行到底，并且带来远超活期存款的货币基金收益。

据了解，月光宝盒对接的货币基金是广发天天红，该产品在同类产品中表现稳健。近一周来，“月光宝盒”收益持续走高，在同类“宝宝”中表现抢眼，截至9月14日，7日年化收益率达4.7%以上。(黎宇文)