

走出泥潭 航企春天脚步渐近

□本报记者 汪珺

自2011年便进入业绩下行通道的航空公司有望在2014年打出翻身仗。尽管前三季度业绩依旧“惨不忍睹”，但在油价大跌、人民币兑美元后期升值等因素综合作用下，业内人士预计，航企第四季度料大幅减亏，全年盈利预期上调。

2015年，航空业春天脚步将更近。在油价低迷、供需比反转、基准票价水平提高等催化剂作用下，航空公司的业绩有望大幅回暖，并进入一轮上升周期。与此同时，春秋航空的上市亦有助于提升航空板块的整体估值。

年报业绩料改善

2014年前三季度，四大航的业绩成绩单可谓“惨不忍睹”。在油价高企导致成本上升、人民币贬值导致汇兑收益由正转负、被迫以低票价拼取高客座率等多重不利因素的影响下，四大航前三季度业绩“全面皆绿”。

南方航空2014年第一季度亏损3.06亿元，中报亏损10.18亿元，前三季度实现净利12.56亿元，但仍同比下降48.93%。东方航空第一季度亏损2.05亿元，中报实现微利1400万元，前三季度实现净利润20.58亿元，但仍同比下降39.68%。国航和海航尽管没有出现亏损，但三个报告期的业绩也均同比下滑。国航2014年前三季度实现净利润31.57亿元，同比下滑22.26%，海航2014年前三季度实现净利润18.88亿元，同比下滑19.94%。

“在需求增速下滑、供给增速未见明显收缩、人民币升值趋势不再以及油价下行红利难以期待等几大因素的影响下，中国航空业在未来一段时期景气将依然下行，行业出现系统性的投资机会的概率不大。”一位航空业分析师曾在2014年年中做出这样的评价。

然而，就在业内普遍对航空公司2014年业绩持悲观态度之时，自2014年7月开始的这场油价下跌却给久旱的航空业带来“意外的甘

霖”。根据中金公司统计的数据，2014年第四季度油价同比下降29.5%、人民币兑美元升值0.54%。综合行业客座率提升但票价下降等因素，预计航空公司第四季度将大幅减亏，国航、东航、南航归属母公司股东净利润分别为-2.92亿元、-7.28亿元和-2.84亿元。

中金公司同时上调了航空公司的全年盈利预期。“2014年，由于布伦特均价比大宗商品组预计的低1.5%，人民币兑美元贬值幅度仅为宏观预测的36%，平均上调2014年航空利润15%。”其中，国航、东航、南航调整幅度分别为15.8%、8.8%和30.6%，归属母公司股东净利润分别调整至28.65亿元、13.30亿元和9.72亿元。

春天脚步渐近

在油价下行、汇兑收益企稳、行业供需比改善、国内票价上浮等多重利好因素叠加下，业内人士预计，航空业将延续自2014年下半年以来的业绩回暖态势，迎来久违的行业春天。

根据中石油经济技术研究院的预测，2015年国际油价将继续低迷，预计WTI年均价范围为55—65美元/桶，布伦特年均价范围为60—70美元/桶。若2015年欧佩克仍然坚持不减产、美国进一步加大非常规油气生产并放松原油出口限制、欧美放松对伊朗石油出口的制裁，国际油价将面临更大的下行压力，预计WTI年均价45—55美元/桶，布伦特年均价50—60美元/桶。

燃油占航空公司成本比重约40%，油价下跌无疑将大幅增厚航空利润。中金公司估算，若以70美元/桶为基数，油价每下降10美元/桶，航空公司利润可以增厚约20%；若以60美元/桶油价对应的利润为基数，油价再下跌10美元/桶，航空公司利润则将有30%—70%不等程度的增厚。

汇兑收益也是影响航企业绩的一个重要因素。根据申银万国所做的航空公司对人民币汇率敏感性测试，每波动1%，影响国航、南航、东航税前

EPS分别为0.06元、0.09元、0.04元。2014年上半年人民币进入贬值通道，导致持有大量美元负债的航空公司汇兑收益由正转负，业绩大幅下滑。申万认为，2015年人民币兑美元将由正转为双向宽幅波动为主，但全年大幅贬值概率不大，且汇兑影响要低于油价，因此预计2015年不会大幅影响航空股的投资逻辑。

供需比的改善将成为2015年航空业反转的一个重要推动力。自2012年开始国内航空公司便出现比较明显的供需失衡。一方面，经济下行导致有效需求不足，另一方面三大航运力集中投放，航空公司开始通过打价格战来维持客座率。

申银万国预计，2015年三大航供给增速将首次小于需求增速。供给端看，2015年—2016年波音、空客交付中国区的飞机增速放缓，预计增加可用座位9%—10%；从需求端看，预计居民收入增长、长距尤其是出境游增长、“一带一路”以及更大规模更高层“走出去”带来的商务客源的增加，将提升需求端的增长。供需结构的改善将使得航空公司客座率和票价得到提升空间。

此外，2014年11月，民航局和发改委发布完善民航国内运价政策的通知，全面放开民航国内航线货物运输价格，以及放开101条相邻省份之间与地面主要交通运输方式形成竞争的短途航线旅客票价；此外，对继续保留实行政府指导价的国内民航客运票价，航空公司可按照国家制定的规则自主制定、调整基准票价。

业内人士认为，这一新规则赋予了航空公司更大的自主权。可以依据

自身经营、市场竞争情况，对不同时段、淡旺季灵活定价。绝大部分国内航线的理论基准票价水平将得到提升，综合考虑旅客吞吐量数据加权，新的基准价格规定将提升整体航线的基准票价水平约10%。综合考虑航线权重、商务客比例等多重因素，预计国内客运业务有望增收1—2%，对应增厚利润10—20%。

航空股估值上行

在行业反转的同时，春秋航空的上市则有望成为航空股估值上行的催化剂。

1月21日，春秋航空正式在A股挂牌上市，成为中国航空业中民营资本的“第一股”，也是中国低成本航空上市的“第一股”。上市首日，春秋航空涨幅44%至26.15元/股，1月22日公司股价涨停。

申银万国认为，春秋航空上市有望成为航空股估值上行催化剂。近十年来，航空股经历过三次涨幅较大的阶段，分别为：2005年7月—2007年12月，历时29个月，涨幅72%，同期沪深300涨幅为501%；2008年10月—2010年10月，历时25个月，涨幅166%，同期沪深300涨幅为51%；2014年7月至今，涨幅135%，同期沪深300涨幅为56%。

“每一次航空股的行情启动，初始并非由业绩驱动，而是由特定事件的爆发而驱动。第一阶段由人民币汇改，第二阶段由油价大幅下跌，目前所处的第三阶段再次由油价下跌引发。”申银万国分析师认为，航空股已经进入强周期，春秋航空上市后PB的迅速提升有助于提升航空板块的整体估值。

四大航企2014年前三季度盈利情况

证券简称	一季报净利润(亿元)	一季报净利润增长率(%)	中报净利润(亿元)	中报净利润增长率(%)	三季报净利润(亿元)	三季报净利润增长率(%)
中国国航	0.9271	-62.7068	4.7438	-57.6026	31.5702	-22.2604
东方航空	-2.0500	-56.4885	0.1400	-97.7564	20.5800	-39.6835
南方航空	-3.0600	-636.8421	-10.1800	-437.0861	12.5600	-48.9431
海南航空	1.7463	-11.7551	4.8279	-25.3509	18.8785	-19.9368

数据来源：Wind资讯

雷曼光电足球产业战略雏形初现

□本报记者 李香才

1月22日，雷曼光电发布2015赛季中超中甲联赛的营销资源，并同时发布移动互联网APP产品“第12人”以及雷曼独家研发的足球赛场新型LED广告媒体，公司在足球产业多角度、全方位布局的战略雏形显现。雷曼光电董事长李漫铁表示，看好中国足球和中国体育产业的未来，从2015年开始的未来十年雷曼体育产业将开始腾飞。

将拓展体育产业其他领域

发布会上，雷曼光电发布了中甲联赛俱乐部官方合作伙伴权益包和官方赞助商权益包，并重点面向金融、汽车、电商、啤酒、电子产品、运动装备等行业进行邀标，每个行业限一名赞助伙伴。

而早在去年十月，华创证券已经和雷曼签约，成为雷曼第一个合作伙伴，也成为证券行业的中甲独家赞助伙伴。雷曼光电还展示了一款特型足球场LED广告媒体，下一步雷曼光电将与中甲俱乐部合作，将这种特型LED屏在中甲赛场进行投放，并进行招商，这种易拉罐特型屏有望吸引啤酒、凉茶、碳酸饮料、功能饮料等饮品品牌。通过此举，雷曼光电将搭建出一套全新的赛场商务资源体系，并向中甲之外的其他足球赛事推广。

李漫铁同时表示，移动互联网已经被确定为雷曼光电在体育领域新的发展方向，雷曼将通过“第12人”搭建球迷和俱乐部现场互动的平台，沉淀球迷用户群体，开拓C端市场。该产品预计将在2015赛季开赛时同步上线。

从2011年赞助中超至今，雷曼光

电在体育领域的布局一直集中在足球领域，并且已经确立了先发优势。在此次发布会上，雷曼光电透露出了向体育产业其他领域拓展的意愿。李漫铁表示，下一步将寻求优质的赛事资源，运用金融手段来直接获取或孵化培育优质项目，足球商务运营、赛事IP和互联网或将成为雷曼体育业务的战略支柱。

足球发展受关注

近期体育产业改革政策不断推出，多项政策明确体育产业的改革方向。2014年9月召开的国务院常务会议提出，取消商业性和群众性体育赛事审批，放宽赛事转播权限制，最大限度为企业“松绑”。推进职业体育改革，鼓励发展职业联盟，优化市场环境，支持体育企业成长壮大。《关于加快发展体

育产业促进体育消费的若干意见》中明确，到2025年，争取体育产业总规模超过5万亿元，推动体育产业成为经济转型升级的重要力量。

根据央视索福瑞媒介研究有限公司数据，中超俱乐部电视媒体覆盖发达地区3亿人口。新型资本也在角力中超联赛，2014年6月，恒大集团和阿里巴巴集团战略合作，阿里巴巴12亿元入股俱乐部，和恒大分别拥有增资扩股后俱乐部的50%股权。

广发证券认为，足球产业作为受众最广、经济和社会效益最大的项目，有望成为改革的试验田。中超中甲联赛作为中国足球产业的核心资源，改革将释放其巨大的价值潜力。中超作为国内足球竞技水平的代表联赛，将率先迎合市场化革新的浪潮趋势，雷曼光电、中体产业、江苏舜天等公司有望受益。

省广股份启动“平台战略”

□本报记者 姚轩杰 常仙鹤

1月22日，省广股份发布“平台战略”，向国际化整合营销传播转型升级进入快车道。省广股份表示，未来将进一步提升数字营销竞争力，打造国际整合营销航母集团。

入驻省广平台战略的公司采用合伙人制度，并通过预留动态激励股份。省广股份董事长陈细隆，创新股权激励方式就是为了能让更多员工和投资者获得更大的回报。

创新股权激励机制

广告营销行业是轻资产行业，最核心的资源是人才，股权激励是重要

的制度安排。

据介绍，省广股份实施平台战略旨在构建平台化的商业模式，有效联同合作伙伴、投资者、员工、客户等利益相关者共同创造价值，使平台形成多方共赢的长效价值体系。同时，鼓励员工内部创业，组建包括设计、文案、策划等专业工作室。平台将采用合伙人制度，通过预留动态激励股份、激励员工为平台做贡献。省广在每个平台公司达到约定年度盈利指标后，考虑按市场行情回购个人股东的股权，实现多方共赢。

省广股份董事长陈细隆表示，实施平台战略就是打破传统经营模式的束缚，构建一个“开放整合激励共赢”的平台生态系统，这将有助于省广

股份更好地借助资本的力量，聚合更多优质的产业资源和优秀人才，迎接数字时代的机遇和挑战，最终实现国

际化整合营销传播集团的愿景。

据省广股份介绍，公司已经初步建成IMC（整合营销）运营平台，拥有20家成员企业，日常服务渗透IMC产业链的每一个环节。

全产业链布局

在移动互联网时代，广告营销行业也在被互联网渗透、改造，数字化、平台化已经成为未来的行业发

展方向。

随着广告营销行业的快速发展，省广股份近年来加快了兼并收购的步

伐，逐步打破了传统广告服务的边界。

资料显示，2013年，公司在数字营销的营业额已达到10亿元，在国内数字营销领域位居前列。截至目前，省广股份已经建成国内领先的整合营销运营平台。通过先后收购旗智公关、合众传播、瑞格营销、中懋传媒、上海雅润等一系列并购举措，完成了对全产业链的布局。未来，省广股份还将不断加大技术投入力度，提高数字整合营销的能力，从国内领先的“万有引力”数字化运营系统，到成立赛铂互动，投资入股安瑞索思、尚道微营销，再到与BAT等各互联网平台积极开展大数据研究与开发，都体现了省广股份对数字营销的重视。

国台酒业推互联网定制产品

□本报记者 王锦

1月22日，贵州国台酒业有限公司与酒仙网联合宣布推出互联网定制产品“国台酱酒”，该线上新品将于1月26日登陆酒仙网及各合作销售平

台。此前，国台酒业已同酒仙网在电商领域有不少合作。公司总经理张春新表示，同酒仙网合作以来，国台酒业的

线上销售实现了较大的突破，去年“双12”期间国台酱酒3天销售约1亿元，预计至春节期间能够达到2亿元。

酒仙网董事长郝鸿峰表示，酒仙网进行了一系列互联网产品的探索，去年开发了包括汾酒集团封坛原浆、泸州老窖三人炫等互联网产品，互联网研发产品在酒仙网的产品结构中占据重要部分，酒仙网将帮助“国台酱酒”迅速抢占市场。

公开资料显示，张春新也是天士力控股集团董事局主席助理。国台酒

业为天士力控股集团在贵州省茅台镇打造的酱香型白酒企业，现已成为“茅台镇第二大酿酒企业”。

根据尖峰集团公告，尖峰集团持有天士力集团20.76%股权，天士力集团持股22.73%的子公司天津崇石创业投资有限公司持有国台酒业8.98%股权。值得注意的是，国台酒业此前曾公开表

示已启动上市计划。

白酒行业目前仍处于调整期，互

联网和类电商的兴起也在逐渐改

变行业营销格局。中国酒业协会理事

长王延才表示，酒行业的调整期还在

继续，在白酒新常态之下，营销理念的创新和营销渠道的多元化将成为未来方向。同时，酱香酒市场空间广阔，互联网产品国台酱酒的市场前景值得期待。

金禾实业拟10转10派3元

□本报记者 余安然

金禾实业1月22日晚间公告，鉴于公司去年实际经营情况，并考虑到公司未来业务发展需要，2014年度利润分配预案拟10转10派3元。

公告称，1月22日，公司控股股东安徽金禾投资集团有限公司、实际控制人杨迎春向公司董事会提交了公司2014年利润分配预案的提议及承

盛运股份发力垃圾焚烧业务

□本报记者 余安然

盛运股份1月22日晚间公告，以自有资金13500万元、17000万元、7000万元、1000万元分别对拉萨、凯里、招远、河北盛运环保电力有限公司进行增资。2015年，公司将不断增加对垃圾焚烧产业的投入。

公告显示，拉萨、凯里、招远盛运环保电力有限公司主要采取BOT的模式运营，盈利主要得益于政府城市垃圾补贴费和上网电价补贴，建设期约18个月。其中，拉萨盛运环保电力有限公司计划用地100亩，分两期建设，一期日处理规模为700吨，二期完成日处理总规模达到1050吨，特许经营年限为30年（不含建设期18个

月）。凯里盛运环保电力有限公司计划用地80—100亩，生活垃圾处理规模1050吨/日；招远盛运环保电力有限公司生活垃圾处理规模500吨/日，主要建设2台250吨/日垃圾焚烧炉排炉、配套余热锅炉，以及1台9兆瓦凝气式汽轮机发电机组；河北盛运环保电力公司目前主要对河北部分地区的垃圾进行综合处理以及开展河北垃圾发电项目的前期工作。

盛运股份表示，垃圾焚烧发电行业前景广阔，此次增资对丰富公司盈利模式，加快上述项目的建设进度有积极作用。公司将致力于打造成为垃圾焚烧发电设备研发设计、制造、工程安装、服务及垃圾焚烧发电厂运营为一体的全产业链企业。

包钢股份加速向稀土资源转型

□本报记者 曹铁

包钢股份日前启动定增计划，拟以3.61元/股（除权前）的价格向包括大股东包钢集团在内的7名发行对象发行不超过82.55亿股，募集资金不超过298亿元。募资用于收购包钢集团选矿相关资产、收购包钢集团白云鄂博矿综合利用工程项目选铁相关资产、收购包钢集团尾矿库资产并补充流动资金。