



6版:辽宁向旧体制观念说“不”

7版:半宝石市场风生水起

8版:汽车“合资自主”:被边缘化的第三极

热点

■新华社记者 杜放

A股上市公司于8月31日完成2015年中报披露。数据显示,今年上半年,沪深两市1678家上市公司净利润整体保持增长,超过八成上市公司均实现中报盈利。

在金融、地产等传统行业业绩进一步分化的同时,新技术、新消费行业成为本年度中报亮点,484家创业板公司上半年利润增长超20%,传媒、餐饮、旅游、医药等行业业绩保持强劲增长。

1678家上市公司净利润保持增长

Wind数据显示,截至8月31日,共有2881家上市公司完成2015年上半年业绩披露。在已发布中报的上市公司中,共有2431家上市公司上半年实现盈利,约450家宣告亏损。整体来看,共有1678家上市公司净利润保持增长。

其中,在业绩变动较大的个股中,受益于油价下跌、需求复苏等多重利好,东方航空上半年实现净利润35.64亿元,较上年同期增长达23660%,增幅目前居首。中钢国际、信威集团业绩同比增速也超过10000%。同时,电子信息行业上海钢联上半年亏损1.088亿元,业绩同比降幅在两市中居前。

深交所数据显示,创业板上市公司上半年业绩持续向好,营收增速和利润增速超过主板、中小板水平;484家创业板上市公司中报合计实现营业收入2095.08亿元,同比增长29.40%,合计实现净利润228.08亿元,同比增长20.53%。

“已发布中报业绩的A股上市公司中,归属母公司股东净利润在今年一季度、二季度分别同比增长2.84%、13.59%,表明全部A股净利润同比增速正在提升,仅创业板上市公司整体收入增速已连续9个季度超过20%。”兴业证券分析师李彦霖说。

而在金融、地产等重点行业中,业绩增速进一步分化。数据显示,金融行业、证券上市公司全行业净利润同比增长约200%,保险业则同比增长56%。多家上市银行却遭遇业绩增速和利润增速“双降”,银行业上市公司整体收入增速仅同比增长2%。多家中小房企利润环比降幅进一步扩大。

新技术、新消费行业成为中报亮点

市场人士表示,从2015年中报来看,上市公司成长性正在进一步分化。传统行业调整转型同时,新技术、新消费相关行业有望成为业绩亮点。

传统周期性行业继续调整。数据显示,根据申万行业分类,钢铁、煤炭、石油石化、建材、机械五大行业全行业净利润分别同比下降了227%、83%、18%、12%、10%。与经济周期相关性较高的消费品行业中,汽车、家电净利润也同比下降了4.5%和6%。

“但同时,受益于供求关系改善和成本下降,交通运输和基础化工行业净利润分别同比增长59%、38%。”李彦霖还分析说,电力设备、电力及公用事业、建筑行业净利润也分别同比增长了96%、25%、12%。

与传统行业调整形成对比的是,新消费、新技术相关的行业增长较快。传媒、餐饮旅游、医药、电子元器件、计算机净利润分别同比增长了86%、52%、33%、28%、16%。

深交所上市公司发布的三季度业绩预告也进一步显示,创业板公司仍保持了较高毛利率,板块整体毛利率超过30%,显示出较强的创新特征。中报中,互联网、影视娱乐、新闻出版、生态保护、高端制造等五类新兴行业创业板公司合计看,整体营业收入、销售利润、净利润的增速分别为35.59%、25.5%、27.41%,显著高于A股平均水平。

上市公司现金流进一步现好转势头

海通证券首席策略分析师荀玉根认为,上市公司中报净利润同比明显回升。据海通证券统计,2015年上半年全部A股上市公司归属于母公司净利润同比增长11%,剔除金

超八成上市公司实现中报盈利

新技术新消费成业绩亮点

融股和“两桶油”后,其余上市公司净利润仍合计增长11.3%,中报业绩明显回升。

沪深交易所数据也显示,上市公司现金流进一步现好转势头。仅两市17个行业中有10个行业中报业绩同比增长,16个行业季度环比出现增长。其中,信息技术业、水电煤气业、批发零售业、文化传播业、医疗卫生业净利润同比增幅均超过20%。医药、化学原料和化学制品制造业以及计算机、通信和其他电子设备制造业增长显著。

截至目前,沪深两市已有825家公司对2015年前三季度业绩进行预计,其中已有509家公司预计前三季度盈利且同比实现增长,占比超61%。“可以预期,部分上市公司2015年前三季度业绩仍将趋稳向好。”李彦霖说。

“随着成本端下行,以及企业新增产能持续收敛及毛利率改善,财务费用下行,上市公司盈利弹性已有所提升。预计2015年全部A股净利润同比增速将有望较2014年小幅回升,预计全年上市公司净利润增速有望达到11%。”荀玉根说。

节能标准推行数十年,建筑能耗却成为社会能耗之最

建筑变“绿色”为何这么难

焦点

■本报记者 罗筱晓

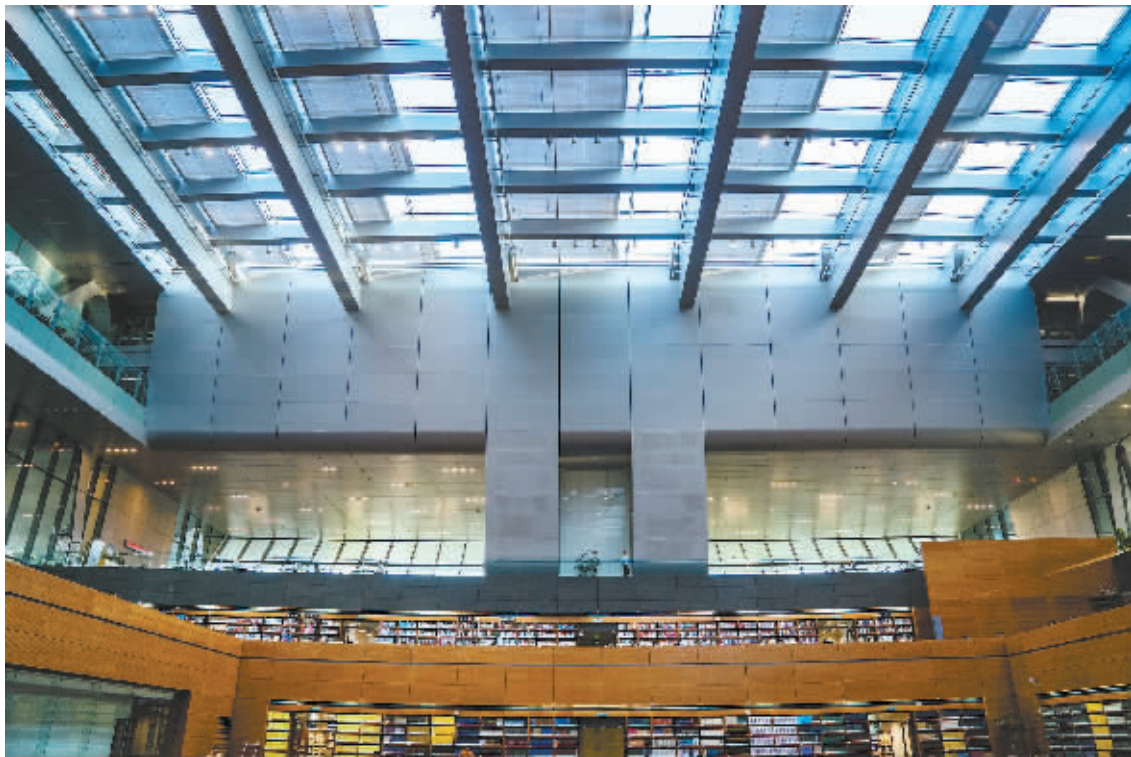
日前,来自住建部的一则消息和一组数据引起了记者的注意。

消息是:在新版《绿色建筑评价标准》实施的基础上,目前《既有建筑节能改造评价标准》、《绿色医院建筑评价标准》、《绿色博览建筑评价标准》等细分标准已进入报批阶段,有望年内实施。

数据是:2014年我国建筑能耗占社会总能耗的41%;在既有的近500亿平方米建筑面积中,90%以上是高耗能建筑。

距2005年《公共建筑节能设计标准》发布已过去10余年,这期间新旧两版《绿色建筑评价标准》先后实施,众多细分标准也在积极酝酿。但这10年,建筑能耗却超越工业能耗和交通能耗,成为我国最大耗能产业。

建筑要变“绿色”,为何这么难?



国家图书馆北区新馆在设计之初就以绿色节能为设计理念。图为9月7日下午5点30分,图书馆根据阳光照射情况,有选择地开启室内照明。

本报记者 王伟伟 摄

30%,建筑行业对能源的高消耗是不争的事实。但一直以来,建筑能耗并没有像工业能耗和交通能耗一样引起公众足够的关注,节能的力度也不及后两者。记者对其中的原因进行了探寻。

建筑物作为一个个单体,分散在全国各地,每个单体的能耗并不高;与之形成对比的是,在工业领域,任何一个稍具规模的工厂都可能是能耗大户。龙恩深给记者举了一个例子:成都环球中心建筑面积176万平方米,是亚洲最大的单体建筑,如果全部投入使用,一年的能耗折算成标准煤大概是6万~7万吨;而一个装机容量60万千瓦的发电厂,如果满负荷运行,一年消耗的标准煤能达到近190万吨。单体建筑物能耗小,可以节约的能源也不多;工业能耗集中,一旦从粗放型转换为集约型,在节能方面能起到立竿见影的效果。在这样双重的悬殊对比下,工业能耗自然得到了更多的关注和扶持。

除了单体能耗小,能耗涉及面广的特点也加大了建筑节能的难度。龙恩深表示,在建筑设计、建造、竣工验收、运营管理和用户使用的各个环节都与节能有关,但这也意味着任何一个环节出现疏漏,都会影响节能效果;

当效果不好时,每一个环节又会互相推诿责任。相比起来,工业能耗和交通能耗环节的单一性更有助于实现节能。

“在2000年以前,因为经济水平不高,我国的建筑运营能耗确实较小,单位面积能耗大概只相当于美国的五分之一,因此不是节能的重点。”陆正刚向记者指出了建筑节能关注度不高的第三个原因。随着城镇化进程加快,生活水平提高,小区、商场、办公楼的数量快速增多,空调等高能耗产品的使用也越来越频繁,建筑能耗高的问题就日益凸显出来。

绿色推广之难

虽然建筑能耗引起关注的时间不算早,但在2005年和2006年,我国就先后发布了《公共建筑节能设计标准》和《绿色建筑评价标准》。今年初,修改后的新版《绿色建筑评价标准》也开始实施。

在采访中,浙江中节能绿建环保科技有限公司绿建技术部主任张高峰向记者强调,“节能建筑”与“绿色建筑”是两个不同的概念。前者是针对建筑设计提出的,在2005年后成为强制性措施,要求所有民用建筑必须有节能专项设计并且在施工中得到贯彻;后者是引导性政策,它涉及到节能、节水、节材和环保各方面,按标准不同从低到高分为一星、二星和三星绿色建筑,是针对建筑物全生命周期的概念。

绿色建筑在我国推广已近10年,但成效并不乐观。截至今年上半年,全国共有3000余项目获得绿色建筑评价标识,总面积仅3.5亿平方米,而且其中近95%的项目只是取得了绿色建筑评价标识,真正在竣工后获得运行标识的仅185项,占总数的5.8%,建筑面积2194.8万平方米。

张高峰把成本列为绿色建筑推广的第一个难点:“在目前的市场环境下,房地产的利润率相对来说比较低,一星级的绿色建筑每平方米成本平均要增加30元到40元,三星每平方米成本平均要增加近300元,很多开发商自然望而却步了。”

全国2050家高等级景区承诺门票“不涨价”

据新华社电(记者钱春弦)在中国旅游景区协会倡议下,全国2050家5A级、4A级景区签订“不上涨门票价格”承诺,约占全部5A、4A级高等级景区的八成。

记者7日从国家旅游局获悉,8月28日,中国旅游景区协会向全国旅游景区发起倡议,呼吁全国各类旅游景区共同抑制门票价格上涨势头,倡导5A、4A级景区带头不上涨门票价格。倡议发出后,各地旅游景区积极响应。截至目前,已有2050家5A级和4A级景区签订“不上涨门票价格”承诺,约占全部5A和4A级景区的80%。

这些承诺景区中,山东、江苏、浙江、四川、河北、黑龙江等地的景区最多。山东省有191家景区承诺不涨价,包括曲阜三孔、泰山、崂山、蓬莱、刘公岛等5A级9家,江苏省

有169家,包括夫子庙、苏州园林、周庄古镇、苏州同里、扬州瘦西湖等5A级景区14家。浙江省132家,包括千岛湖风景区、溪口雪窦山风景区、南湖景区、温州市雁荡山风景名胜等5A级7家。四川省有116家景区承诺不涨价,包括都江堰、峨眉山、九寨沟等6家5A级景区。河北、黑龙江承诺不涨价的景区都超过了100家,各自包括5家5A级景区。直辖市中,重庆、上海、天津各有包括5A级景区在内的数十家高等级景区承诺不涨价。

据介绍,目前全国旅游景区正在各地旅游部门的推动下积极响应旅游景区协会倡议,仍在继续报送“门票不涨价”承诺。中国旅游景区协会将继续公布承诺景区名单,希望广大游客予以监督支持。

上海关停大批高耗、高污、高危企业

据新华社电(记者陆文军)记者5日从上海市经济和信息化委员会获悉,上海今年将关停一大批高耗能、高污染、高危、低效益的“三高一低”企业,目前在迪斯尼、水源地、郊野公园等重点区域正加大力度调整。

生态安全成为城市核心安全指标,通过经济结构转型升级提升生态责任,已成为上海近年来的工业经济重要策略。

据上海市经信委总工程师原清海介绍,2007年起,上海就开启新一轮产业结构调整,累计关停“三高一低”项目6400多项,平均每年800项,铁合金和平板玻璃、皮革鞣制等高污染、高耗能行业,已在上海工业目录中消失。

持续产业结构调整带来了显著生态效益。据测算,调整共计减少能源消费量超过830万吨标煤,相当于上海全市居民一年半的用电量;减少的二氧化碳、二氧化硫、氮氧化物等污染物排放量,相当于再造了100个大型公园,腾出土地近12万亩。

目前,在一些重点区域、重点领域,上海正在加大力度调整。譬如,为提升迪斯尼国际旅游度假区生态品质,上海加大对迪斯尼项目配套服务区域产业结构调整工作,对该区域153家机械加工、金属制品、印刷、橡胶与塑料制品、建材、纺织、化工等行业的高污染高耗能企业进行调整,要求2016年底前完成全部关停。

而且通过产业调整,上海已对400多家工业区外的危险化学品企业关停并转,共减少危险化学品近300万吨,降低安全隐患。

曾经风光无限的啤酒产业,如今陷入了20年来的首次“负增长”

啤酒市场步入“零和游戏”了吗?

■本报记者 赵昂

曾经风光无限的啤酒产业,如今陷入了20年来的首次“负增长”,2015年1月至6月,中国啤酒行业累计产量2456.91万千升,同比减少6.17%。而根据国家统计局的数据,去年全年,我国啤酒行业累计产量4921.85万千升,同比下降0.96%。截至今年6月,啤酒产量连续下跌13个月。

目前,几大啤酒集团占据市场总份额的四分之三左右。如果市场总份额不再增加,那么,啤酒产业很快就会成为几大巨头的“零和游戏”。

事实上,没有一家企业,希望自己所处的行业步入“零和游戏”状态。因为,在一个不再增长,甚至不断萎缩的产业里,价格战往往是仅有的有效竞争手段。因此,即便是“零和游戏”的相对赢家,也难以得到预期的利润。

不可否认的是,除啤酒外,今年其它的酒类饮料日子也不太好过。今年1月~7月,全国葡萄酒产量同比下降3.36%,饮料酒产量同比下降4.1%。换言之,啤酒产业与其它酒类的低迷存在共性原因,即中高端餐饮业疲软,以及严查酒驾等诸多措施的影响。

不过,啤酒面向的消费者人群,主要是中低端消费市场,其受中高端餐饮业疲软和严查酒驾等因素的影响程度,其实并不及红酒和白酒。

换言之,除却这些共性原因,啤酒产业“负增长”,其自身原因为关键。从人均啤酒消费量来看,我国啤酒产业规模已经趋于饱和。目前我国人均啤酒消费量达34.2升/年,已经略高于世界平均水平33升/年,而啤酒并不是我国传统的酒类饮品。

后一代人以筐为单位的豪饮,很多“85后”和已经成年的“90后”,饮酒量减少,但对酒的要求会更高,后者更喜欢口感更好的外国啤酒,或者是度数较低的鸡尾酒。在很多年轻人看来,适当饮酒的目的不再是欢醉而归,而是领略酒的文化,并以此交友。

而这,恰恰是当下啤酒企业的共同短板。长期以来,面对逐年增加的市场,许多国产啤酒品牌,将自身定位在低端客户群体,凭借着“价廉量大”的竞争优势取胜。不论是口感、包装还是品牌影响力,都无法和进口啤酒相提并论。

年轻人是啤酒饮用的“主力军”,当目标客户群体发生需求变化时,企业所要做的是,适应这种变化,而非继续固守原有的市场。把战略重心转移到中高端啤酒产品上,加强中高端品牌的影响力,提升包括包

装在内的产品综合品质,是当下啤酒企业所要做的事情。

其实,啤酒企业的市场,并不应“固步自封”于国内。在国际市场上,我国啤酒的市场竞争力长期落后,2013年我国出口啤酒24.9万千升,仅为当年啤酒产量的0.5%,尚不及德国巴伐利亚一州。海外市场是未来的蓝海,但只有将自身中高端品牌培育成功的啤酒企业,方能顺利地走向国门。

如果能够重新唤回“85后”和已成年的“90后”对啤酒的热爱,如果能成功开拓海外市场,那么,啤酒产业的竞争格局,还会只是一场唯有赢家的“零和游戏”吗?