

航空业总体低迷 中国四大航掳走全球一半利润

中国航企仍面临高油价和软实力提升等多重挑战

国际航空运输协会(IATA)15日发布的财务数据调查报告显示,今年第三季度全球航空公司业绩显著改善,营业利润较第二季度出现反弹,净利润高达3947亿美元。其中,中国四大航空公司(国航、南航、东航和海航)以超过118亿元人民币(约为18亿美元)净利润占据近半壁江山。

不过国际航协并不看好航企盈利前景,专家认为中国航空公司要想恢复最佳状态,仍需克服高油价和软实力提升等多重挑战。

三季度全球航企业绩有所反弹

数据显示,今年第三季度,全球航空公司净利润为3947亿美元,明显好于第二季度104亿美元的净利润水平。

国际航协称,由于燃油价格不断飙升,从去年第四季度开始,航空公司利润持续遭受挤压,截至今年第二季度,航空公司利润同比去年下降60%。

而第三季度各地区航空公司营业收入普遍回升,营业利润反弹至去年同期水平。

据分析,9、10月份,航油价格为每桶128美元,相比去年上涨35%,导致第三季度燃油成本增加约5%。但是航空客运市场旺季带来的客运需求增长,使得航空公司增加的收益抵消掉燃油成本的增加,因此第三季度航空业营业利润上涨较快。



综观全球航企第三季度盈利状况,亚太航空公司是盈利最高,净利润达1977亿美元,其次是北美航空公司,净利润为986亿美元,欧洲航空公司净利润为889亿美元。而中国四大航空公司以超过118亿元人民币(约为18亿美元)的净利润,占亚太地区航企净利润90%以上,占全球航企净利润近50%。

中国航企仍面临多重威胁

继第三季度业绩改善之后,全球航企盈利前景如何?国际航协并不看好。其相关负责人表示,尽管第三季度各地区航空公司营业利润达到去年同期水平,但前两个季度的利润同比下降了60%之多。预计未来12个月航企盈利仍将出现大幅下挫。

全球航空业发展低迷的大背景下,掳金能力一向强大的中国航企也未恢复至最好状态。相对往年,今年第三季度中国四大航的盈利增速并不如意。

东莞证券分析师俞春燕表示,前三季度,在国际原油价格上涨的背景下,国内航油出厂价进行了5次上调,导致航空公司营业成本快速上升,是制约其业绩增长的主要原因。

中国政法大学航空与空间法研究中心研究员张起淮认为,与大批量购置飞机等硬件打造相比,中国航空公司更应该注重提升软实力,如培训飞行员的数量、服务质量等。

(吕楠芳)

重庆餐饮巨头陶然居投10亿开发商业广场

11月15日,重庆餐饮巨头陶然居与重庆市巴南区政府签订协议,拟在未来两年内投资10亿元,在巴南区龙洲湾打造包括美食广场、写字楼、五星级酒店的商业广场。

据悉该项目位于重庆主城

三大新兴商圈之一的龙洲湾,紧邻长江和滨江路,总占地约47亩。陶然居将负责该项目的整体开发、招商以及部分项目的运营,这意味着陶然居将正式试水商业地产。

其实早在此前,陶然居曾

涉足中高档住宅的开发。2003年8月,陶然居以21亿元拿下二郎科技新城中心地块一宗面积40225亩的土地开发权。该项目总投资6亿元,已建设为32万平方米的住宅和别墅。

重庆陶然居集团创立于

1995年,经过10余年的发展,已成为以餐饮为龙头,涉足生态养殖、物流配送、人才培养、连锁经营、食品加工等跨行业集团,在全国26个省市有79家大型中餐连锁店,年营业额达186亿元。

(观点地产)

软件业营收再破万亿 三类企业将成并购热点

赛迪投资顾问发布的数据显示,2010年至2011年10月,软件企业IPO共52例,其中在内地IPO就有43例,融资总额达29446亿元。股权融资案例数量达74例,其中披露金额的案例45例,融资金额为6554亿元。中国软件产业正处在快速发展的阶段。2010年,该行业实现业务收入13364亿元,首次突破万亿大关。11月16日赛迪投资顾问发布的最新数据显示,2011年中国软件产业月均增速达30%,至8月底,整个行业收入规模已超万亿。

另外,在市场利好的刺激下,依托IPO和股权融资渠道,软件企业开始向多元化业务模式延伸,中国软件业已掀起并购热潮。

赛迪投资顾问总裁张涛16日公开表示,未来软件业将成并购热潮,其中具有业务特色的软件企业、有独特技术和研发能力的企业、客户IT系统的外包合

作伙伴等三类企业将成并购热点。

据记者了解,2011年1月28日,国务院办公厅发布的《进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》显示,政府将在财税、投融资、进出口、知识产权等7个方面对软件产业进行扶持。因此,中国软件产业发展迅猛与相关政策的激励有直接的关系。

赛迪投资顾问投资部高级咨询师徐铨接受记者采访时表示,国家拓宽软件产业股权融资、债权融资等直接融资渠道,促进软件企业与资本市场的加速结合,极大助力了软件行业的发展。

赛迪投资顾问发布的数据显示,2010年至2011年10月,软件企业IPO共52例,其中在内地IPO就有43例,融资总额达29446亿元。股权融资案例数量达74例,其中披露金额的案例45例,融资金额为6554亿元。

“股权融资渠道涉及天使投资、

VC/PE投资和战略投资。”徐铨表示,VC/PE投资是主要渠道,通过此种方式融资的案例就有48例。

据记者观察,伴随着众多资本的进入,通过并购从而快速获得优势资源,实现业务扩张和战略性整合成为国内软件企业首要考虑的战略。

数据显示,2010年至2011年10月,软件企业共发生并购101例。其中重点的并购领域为行业应用软件、软件服务、游戏软件及网络与信息服务,四大领域共发生并购65例。

值得注意的是,除境内企业发生并购外,在软件企业国际化布局加速下,当前的跨境并购也日益活跃。2010年至2011年10月,跨境并购就有16例,已披露的并购资金176亿元,占总披露金额的1786%。其中,盛大游戏在2010年就完成了2例跨境并购,涉及金额达1.75亿美元。

(每日)

“绿城危机”凸显房产巨头深陷“高负债”泥潭

只涨不跌神话破灭 狂飙突进难以为继

□黄深钢 叶锋

一度位列全国房企三甲的地产大鳄,近期不断传出资金链危机;一向以中高价位面世的楼盘,销售形势严峻——绿城集团近日的遭遇,备受关注。

绿城高地价、高负债的经营路数之软肋,对房地产企业有何警示?专家认为,“绿城之伤”的背后,打破了当下房地产只涨不跌的“神话”,折射的是一些房地产企业“狂飙突进”模式的难以为继。

看起来出乎意料,却又是意料之中,长期以来风光无限的地产巨头绿城集团,近日一下子陷于困局。

9月以来,绿城集团连续爆出负面新闻:从传闻“海南航空将以30亿元求购绿城集团及其下属公司”,到传闻接受房地产信托业务情况调查,11月初,网络又传“绿城集团因资金链问题正申请破产”。

对此,绿城集团董事长宋卫平在网上发文回应:“绿城离破产还有很远的一段距离。”记者近日在位于杭州的绿城总部看见,工作人员在正常上班。

但摆在绿城面前的棘手任务无法回避:数据显示,今年1至10月,绿城

集团累计取得销售金额约人民币285亿元,仅完成其年初制定全年目标540亿元的5278%。也就是说,在剩下的2个月内,绿城还需要完成255亿元销售,销售压力之大由此可见。

“绿城的产品几乎都在‘双限’范围,而绿城的布点也绝大部分是限购城市。”接近绿城的分析人士称,绿城今年的整体销售情况并不好,资金回笼少,又要还贷,正遭遇严峻的资金压力,加之绿城无意对旗下产品降价销售,困境显而易见。

以上海为例,记者调查发现,绿城目前的项目,今年以来销售均较缓慢。在闵行区马桥板块的别墅项目“绿城玫瑰园”,2009年、2010年分别售出48套、31套,但今年以来仅售出9套……

在资金市场上,绿城是借款大户。在2010年,绿城的负债率高达132%。今年上半年,调控之下银行信贷、股市融资等各渠道全面卡紧。截至6月30日,绿城总借贷高达350亿元,净资产负债率较去年年末再度上升31.2个百分点。

2008年国际金融危机袭来之际,绿城也传出过资金链紧张的问题。随后楼市迎来“小阳春”,包括绿城在内

的大量房企逐渐摆脱困境。绿城几年间的膨胀,可说是中国楼市高歌猛进的一个缩影,其眼下遭遇的风险,也恰是中国楼市迟早要经历的一堂课。

在10多年的时间内,绿城从一家地方性房地产企业,一跃成为在全国30多个城市广泛“铺摊”的房地产巨头,一度位列中国楼市的前三甲。与此同时,中国的房地产业呈现“狂飙突进”的态势,成为绿城这类“冒险家”的“乐园”。其间,虽几经调控,绿城依然借助资金高杠杆率,手握重金、高价购地,在热点城市快速布局,以高价楼盘吸引炒房投资者。这种“高进高出、快进快出”的发展路径,使企业快速膨胀。

在土地市场上,绿城习惯高价拿地。“只要有好地,就还要拿”、“三至五年赶上万科”……绿城董事长宋卫平以豪言壮语名闻房地产界。近年来,绿城是高价地块的常客,其出手之豪阔,一度令同行瞠目。

绿城不断拿地之时,正是市场趋于“白热化”、调控重手逐渐“出招”、众多市场“大佬”望而生畏之际。业内人士指出,过高的拿地成本,在市场遇冷时反成一枚苦果:不降价,卖不动;降价,又会明显压制赢利空间,甚



至使企业亏损。

在资金市场上,绿城是借款大户。在这一轮房地产调控中,房地产信托融资成为不少房企的“救命稻草”。根据中国信托业协会数据,2010年投向房地产的新增信托资金累计超过2800亿元,今年上半年新增信托资金累计达207766亿元。据了解,开发商目前信托融资成本一般在15%以上,极个别项目甚至达到25%至30%。绿城也不

例外。由此带来的财务成本增长,都必须依靠市场消化。

专家分析,一旦调控降临,需求和资金持续收紧,企业的问题便会加快暴露,离危机也就不远。这一轮以“限购”、“限贷”等政策为核心的“最严调控”中,全面收紧了房企需求端和融资端,让高度依赖高杠杆和炒房客的绿城顿时受困。

渐成为全国性的建筑陶瓷大型产区,在政府、企业的共同努力下,“高安陶瓷”渐渐发展成了一个品牌,辐射范围扩散至全国各地,在周边地区的影响力尤为突出。据一位在高安地区从事陶瓷经销商5年的冷先生说,在前两年的时候,几乎全国各地的客户都会去他那边咨询、取货。但是近一年来,部分陶瓷企业为了尽快实现资金回笼,开始着手直接开发乡镇市场,用厂家直销的方式给乡镇经销商供货,这种做法使不少当地的区域经销商寒心。“我始终认为厂家和经销商应该互相帮助才能实现利益最大化”。经销商敖先生说。

陶企拼价激烈 经销商望而却步

今年的高安陶瓷行业,出现了“旺季滞销”的反常情况。在市场危机下,大多数企业都在努力开发客户,希望经销商能加大投入,从而提高销量。但是据记者从经销商那里了解到的情况来看,年底前经销商加强与企业合作的可能性微乎其微,他们的担忧来自于今年以来一直在下降的瓷砖价格。“不仅是行业整体环境的不景气,陶瓷企业之间竞争也激烈,我们担心‘价格战’会再次上演。”经销商罗先生表示。

与罗先生相同的境遇一样,多数经销商都表示在与企业合作时会更加慎重,有经销商甚至生出了“守着库存过冬”的想法。对于经销商的这种担忧,一陶企营销高管陈先生说,“降价是因为还有盈利空间可以缩减,但是现在这个阶段,综合成本一路上涨,企业已经没有再降的余地了。”

不过,也有业内人士由此预测出明年开春时的销售火爆局面。该人士称,“虽然今年国家在实施宏观调控,但是反观三、四级市场,新农村建设、危房改造等工程都在拉动瓷砖的销售。”根据他的观点,经销商现在仍有部分库存应对冬季消费,所以并不急于补充库存。但是等到明年开春市场需求量一旦增大,经销商就不会再“持币观望”。

(陶瓷信息)