

中山车牌拍卖收入过亿 粤 T88888 成交价 69.5 万元



据统计,中山市道路交通事故社会救助基金自 2008 年 5 月起实施至今,已经救助了 249 个在道路交通事故中的受害人,发放救助款 440 万元。

粤 T·88888 车牌拍卖最高价

截至今年 9 月,中山市共举行了 60 次号牌竞价发放会,发放了 6800 多个小汽车号牌,其中粤 T·88888 成交价 69.5 万元,为目前号牌拍卖最高价,最低价为 1000 元,收入累计达 1 亿多元。号牌竞价发放取得的收入按照规定实行“收支两条线”管理,全额上缴中山市财政非税收入。

中山市机动车号牌拍卖工作办公室负责人介绍,小汽车号牌竞价发放会从间隔两个多月举行一次到基本每月举行一次。部分市民买车后习惯在每月下旬前往中山纪念堂参加小汽车号牌竞价发放会,为自己新买的爱车拍个吉祥号牌。

三种情形由救助基金先行垫付

根据省有关规定,中山市拍卖号牌

所得用于道路交通事故社会救助基金支出、交通安全基础设施投入等支出。

“交通肇事后逃逸、肇事车辆未参保交强险,以及抢救费用超出交强险责任限额的三种情形,受害人的人身伤亡丧葬费、部分或者全部抢救费,由救助基金先行垫付。”中山市机动车号牌拍卖工作办公室负责人告诉记者,救助基金实行财政专户管理,专账核算,专款专用。

年终结余全额转入下一年度使用,不得用于平衡政府财政预算。市财政部门会同市交警部门每年一次向社会公布救助基金收支情况。救助基金启动资金为 500 万元,在小汽车号牌竞价发放所得收入中安排。

交通肇事后逃逸、肇事车辆未参保交强险,以及抢救费用超出交强险责任限额的三种情形中受害人的人身伤亡丧葬费、部分或者全部抢救费,由救助基金先行垫付。

中山市机动车号牌拍卖工作办公室相关负责人告诉记者,据统计,中山市道路交通事故社会救助基金自 2008

记者从中山市机动车号牌拍卖工作办公室了解到,截至今年 9 月,中山市共举行了 60 次号牌竞价发放会,收入累计达 1 亿多元。其中,粤 T·88888 成交价 69.5 万元,为目前号牌拍卖最高价。中山市拍卖号牌所得用于道路交通事故社会救助基金支出、交通安全基础设施投入等支出。



年 5 月起实施至今,已经救助了 249 个在道路交通事故中的受害人,发放救助款 440 万元,救助基金为急需帮助的受害人解决了燃眉之急,送上了社会的关爱。

救助基金先行垫付无上限

“在救助基金先行垫付的额度上没有设立上限,但是有一个时间上的规定。”中山市机动车号牌拍卖工作办公室相关负责人表示,救助基金垫付受害人自接受抢救之时起 3 日内的抢救费用,这三天时间因为是在抢救受害人的生命,所以并没有设立上限,特殊情况下可以适当延长垫付期限,但应当由医疗机构书面说明理由。

中山市机动车号牌拍卖工作办公室相关负责人介绍,救助基金管理机构进行垫付后,就垫付金额取得向交通事故责任人追偿的权利。交通肇事逃逸案件破获后,交通事故责任人应向救助基金管理机构支付垫付的抢救费用,肇事车辆所有人或者管理人负连带责任。

拍卖车牌范围暂不扩大

针对有市民提出,现在中山每年都在搞慈善万人行,能否扩大车牌拍卖范围,用更多的号码资源做更多的慈善事业。中山市机动车号牌拍卖工作办公室负责人介绍,“车牌拍卖所得用于道路交通事故社会救助基金支出、交通安全基础设施投入等支出,按照国家相关规定,不会扩大车牌拍卖的范围,主要是考虑到市民享受资源的平等性,按照规定目前拍卖的车牌号相对前几年的反而缩小了范围。”

据了解,中山市小型汽车号牌拍卖严格按照相关规定开展工作,竞价发放的号牌从当前使用的号牌号码段内预留含两个以上连续排列相同且含 3、6、8、9 四个吉祥数字的号牌号码。目前,中山市每月平均发放的小型汽车号牌数量约为 5000 个,每场号牌拍卖会的拍卖号牌量在 60 至 120 个之间,用于拍卖的号牌占拟发放的小型汽车号牌号码总数的比例在 1.2%至 2.4%之间。

(摘自《中国经济网》)



绿城宋卫平: 再也不买地 投 5 至 10 亿种庄稼

9 月 10 日,教师节,杭州玫瑰园,原本一个半小时就结束的新闻发布会,曾经做过历史老师的绿城中国董事长宋卫平亲自做主持人,并持续了近五个小时。宋卫平坐在主席台上,讲累了,就抽根烟,虽然绿城被评为 2012 年中国城市居民居住满意度第一,但其神色中难掩疲惫。

“2008 年、2009 年,我们买地的时候,没人说要调控,等我们买了三四百亿的地,政策出来,说要限购了,这不是不讲信用嘛。”宋卫平对于调控所造成的企业困境,仍然耿耿于怀。

在这种情况下,绿城不得不通过出售项目,出售股权以回笼资金。“刚刚卖了孩子,度过生死关头,能好了伤疤就忘了疼吗?”宋卫平坦言其仍显疲惫的缘由。宋卫平把出售绿城的项目比作卖孩子。

“再也不买地了。”针对当前,宋卫平显得“劫后余生”,宋卫平说:“严格地说是等待,接下来要做一些养老地产和农业则是新的尝试,否则就‘失业了’”。

“囤地”造成资金危局

根据中国指数研究院“2012 年中国城市居民居住满意度调查”结果,绿城集团在“居民居住满意度”优秀企业排名中名列第一;在物业服务、工程质量、规划设计、销售服务、企业形象、业主忠诚度等全部 6 个分项评比中,绿城集团得分均最高,囊括全部六个分项排名第一。

宋卫平显然把这项桂冠看得非常重。这也是绿城所追求的目标。只不过,正是这种优越感也让理想主义的宋卫平在三年前选择了扩张之路,但现在他经常反思自己在判断的时候出现了差错。

2011 年,绿城的资产负债率,曾在内地所有上市公司中位列第一。坊间几度传闻它将成为此轮房地产调控里第一家倒下的开发商。

过去的一年,宋卫平比喻成是逃荒年代:一家有五个孩子没有吃的了,靠吃草根、树皮、树皮都吃光了,按照能力只能活下来两三个,这个时候,卖掉几个到其他人家去,这是非常沉痛的事情。绿城出售了 20 个左右的项目,让合作伙伴中更有能力的去抚养。80%多的项目还是留下的。那时有幻想,很天真,2009 年一年就买了 300 多亿的地,现在处理了三分之一,只能让孙宏斌(融创中国董事长)帮我们扛一点。

“这是一个很难的过程。这是一个非常惨痛的过程。但总归一起死掉好。”宋卫平说。

通过出售项目给融创中国以及九龙仓入股等经过一系列的调整,绿城中国终于渡过了难关。绿城集团副董事长兼总裁寿柏年介绍,绿城的净资产负债率已经从最高时的 163%,降到了去年底的 148%,目前则是 83%,随着九龙仓和融创中国的资金进一步到位,到今年年底将到 65%左右。

宋卫平表示,今年下半年不

用为生存动脑筋了。资产可能还会出售一些,那是调整资产结构的问题了,最好是不用向银行借钱,无债一身轻。

宋卫平同时表示,绿城和融创合作的项目,暂时由孙宏斌说了算。几个项目里,仍旧保留了绿城原来的团队。“如果两三年后,项目管得不好,我再拿回来管。孙这个人是个好人,他听得进去(别人的意见)。”宋卫平说,“目前看孙宏斌做得非常好。”

再也不买地

“我已经调整到防守。”宋卫平称,“坚决不买地,宁可越做越小,宁可去做保障房,去做再建项目。”

当《投资者报》记者提出绿城是否就此退出住宅房地产时,宋卫平表示,未来的土地储备还是比较充裕,还有 3000 亿元销售额的土地储备。现在还有 5 年的量,所以可以等待,只是不大规模地投资。

未来,宋卫平将会投入养老地产和农业。目前,绿城在桐乡乌镇的项目,第三期的 600 亩养老地产项目正处于建筑设计阶段,其中包含 100 亩的寄宿制学院。乌镇的项目与三个国际基金合作,配备代表欧洲水平的心血管和脑中风治疗中心,全部户型平均在 100 平方米,均价 1 万元。

宋卫平告诉《投资者报》记者,盈利算过没什么问题,还要交物管、学费、护理,主要提供模式和大的平台。

但是作为上市公司,仍然有盈利的压力。对此,自称“愤青”的宋卫平说,“管它那么多”。不过,之后他又对此进行了解释,养老就是当一个实验来做,从赚钱的角度就不要来做,但是从长远看,如果住的是绿城的房子,喜欢了绿城,对绿城的发展有非常重要的意义。

除了养老地产,绿城还在做旅游地产。宋卫平说,已经先做成了一个,在千岛湖,感觉还是比较好的。从某种意义上旅游地产是另外一个类别的养老。养老地产带动旅游地产,产品的内涵要做的。当然这需要一个过程。

除此之外,宋卫平看上了农业。现代农业,是绿城尝试进入的一个全新领域。绿城已在宋卫平老家嵊州谈好相关合作,最早会在今年启动两至三个 5000 亩左右的农场,投资 5 亿元至 10 亿元。主要种植一些特色粮食、经济性作物和观赏性作物。经营模式上,将采取农民入股的方式。

宋卫平说,农业要可持续发展,非要盈利不可,当然现在还不是利润控制的时候,先试试看,不试怎么知道能不能赚钱。另外现在不盈利,以后会盈利。“老早就有做农业的想法,以前没有精力去做,现在快失业了嘛。”宋卫平如是说。

在宋卫平看来,必须做成的是养老,有可能做成的是农业。他仍然充满信心,只要有好的理念、好的人才,认真去做,肯定会有收获。

(摘自《投资者报》文/张东红)

碧生源大亏 1.67 亿 逾七成收入献给广告商

日前,在香港上市的碧生源公布了股份购回公告。购回价为 0.62-0.64 港元/股,当天的收盘价为 0.65 港元/股。然而,与上市首日报价 3.58 港元/股相比,如今碧生源累计跌幅已超过八成。

与股价走势相似的是,自 2010 年 9 月登陆港交所之后,碧生源的业绩也开始走上了下坡路。2010 年碧生源实现净利润 1.01 亿,2011 年净利润开始亏损 4088 万元,截至今年上半年,净利润亏损规模达 1.67 亿。

“在广告投入大幅增加的背景下,营业收入、净利润等各项指标均出现下降,这意味着碧生源的发展已遇到瓶颈。”上海某券商分析师向记者表示。

超过七成收入用于广告

资料显示,2012 年上半年碧生源实现营业收入 3.25 亿元,较去年同期的 5.12 亿下降 36.5%。与去年同期净利润 1.13 亿元相比,公司仅今年上半年就大亏 1.67 亿元。

巨额的广告成本是公司亏损的关键原因。尽管收入大幅下降,但各项成本费用依然明显上涨。当中行政开支 5332 万,仅上涨 7.83%;但销售及市场营销开支高达 3.55 亿元,大幅上涨 30.4%。

其中,增长比例最大的为广告开支。上半年,碧生源广告开支达 2.32 亿元,占营业总收入的 71.5%,上述研究员对如此高比例亦表示吃惊。

曾几何时,广告的成功是实现碧生源业绩增长“神话”的基础。

碧生源招股书曾披露,2007 年、2008 年、2009 年的广告投放额分别为 0.47 亿元、1.01 亿元、1.6 亿元,分别占

曾几何时,大规模广告投入是碧生源业绩强有力的支撑。但如今,通过广告轰炸以取得业绩高增长的业务模式或将失效。

这让人不由得要问,失去了广告的支撑,仅仅凭借两款技术含量不高的产品,碧生源还能走多远?

当年总销售额的 30.1%、33%与 28.4%。彼时,伴随广告的大规模投入,公司收入也实现业绩奇迹般的增长。资料显示,2006 年后碧生源连续保持数年实现了 60%的利润增长率,至上市前的 2009 年,公司实现净利润已达 1.87 亿元。

不过,在广告轰炸之下撑起来的业务模式或将失效。

上海某券商研究员指出:“碧生源与脑白金等相似,每个产品均有生命周期。通过广告轰炸,前期会有良好效果,但越往后,这种效果越差。”

事实上,这种负效果或正在凸显,高昂的广告费用已开始严重拖累业绩。由于广告开支过高,导致碧生源的销售及市场营销开支占营业收入比例为 109.2%。

碧生源中报表示,公司上半年广告开支的增多,主要是因为赞助江苏卫视《非诚勿扰》等赞助活动。其他市场营销



及促销开支的增加是因为公司增加了营销终端的销售活动所致,公司零售店数目今年上半年增加了 1000 家。

遗憾的是,在广告投入剧增、零售店数量大增之下,碧生源的销售额依然出现了大幅下降。上半年碧生源广告投入占比由以往的 30%增长至 71.5%,但其营业收入却依然下降 36.5%,业绩更是出现大幅亏损。

上市后业绩“大变脸”

回想彼时公司拟于港股上市之初,尽管伴随着种种对公司营销方式的质疑,但高速增长和高达接近 90%的毛利率仍然让公司受到许多资金的看好,公司也成功上市。可惜的是,美好的景象并没有能持续。

2010 年,碧生源实现营业收入 8.74 亿元,同比增长只有 35.2%,净利润也大幅缩水近六成。

2011 年,情况变得更加严重。不但营业收入在上市后首次开始下滑,仅有 8.4 亿元,公司也开始亏损,亏损额为 4088 万元。

到 2012 年中期,公司营业收入仅实现了 3.25 亿,亏损额度也进一步扩大,仅半年就亏损 1.67 亿元。

转。

熟悉碧生源的投资者都知道,公司起家就是依靠碧生源常润茶与碧生源减肥茶两大产品。其销售额占公司营业总收入的 96.5%。不过,今年上半年两款产品的销售也已出现大幅下降。碧生源减肥茶营业额下降 26.3%,碧生源常润茶营业额更是下降 51.8%。

此前,碧生源披露,今年 6 月份,公司推出产饮料产品,并表示电子商务将成为该产品的主要销售渠道。但该举动并未得到业内人士的一致看好。

“5 月份是销售旺季,上半年茶饮料的市场都不好,下半年市场也不会怎么好。”某饮料行业研究员表示不解,在茶饮料市场不景气之时,碧生源竟然还推出茶饮料产品。

“碧生源依靠广告增长的业务模式发展遇到瓶颈。”一位食品行业研究员指出,由于碧生源产品太过单一,如果经营失败,恐怕连翻身的机会都没有。

伴随着公司业绩一同下滑的,是公司的股价。两年前公司上市首日收报 3.58 港元,如今却跌成了不到 1 港元的“仙股”,投资者用行动表示了对公司的态度。

(摘自《21 世纪经济报道》文/张小倩)