



芭田股份贵州 68 亿磷化工项目进展速度超预期

2013 年 4 月 18 日上午，贵州芭田生态工程有限公司（简称“贵州芭田”）在瓮安县工业园区磷化工产业园区，举行了隆重的“聚磷酸等高新磷复肥及配套磷化工项目”开工奠基仪式。

芭田股份董事长黄培钊在致辞中，就贵州芭田对芭田股份的重要意义作了深入介绍。他说，芭田股份的企业梦就是成为“食物链营养专家”，“营养植物，健康人类——为植物提供安全的营养，为食物链提供健康营养，为人类健康安全的营养来源。”这是芭田股份一直坚持的商业伦理。而植物营养作为食物链环节中重要的一环，应该得到全社会的高度重视。肥料是粮食的粮食，它站在食物链营养安全的第一关，是整个食物链的起点。只有生产出安全健康、营养全面的肥料，才能种养出供我们人体食用的安全、健康的动植物，才能确保我们自身和子孙后代的健康，从而实现我们建设美丽中国，复兴中华民族的中国梦。可以说肥料行业是事关国民及其子孙后代健康的一个重要而光荣的行业。芭田股份位于深圳这样一个一没资源，二与需要发展的农业市场距离较远的城市，能发展和做大，靠的就是坚持“食物链营养专家”这一理念。

芭田股份之所以最终选择走进贵州瓮安县，就是对“食物链营养专家”理念的一次重要创新和提升，这个创新和提升就是对磷资源的综合利用。芭田股份在贵州磷矿的开采中，将采用创新的工艺，把磷矿中的元素，如钙镁都综合利用起来，改变以往把他们视为废物的做法，而是把它们均变成植物的营养元素，实现人体补钙从每天的植物中获得，而植物的补钙则从贵州芭田的肥料中获得，从而打造出这么一条良性、健康的营养链来，这就是贵州芭田对社会的承诺，也将是贵州芭田的独特优势。

芭田股份公布的相关资料显示，贵州芭田项目位于银盏镇大寨坪的瓮安工业园区内。项目占地面积不少于 2000 亩，总投资 68 亿元，力争 5 年建成。届时，芭田股份将完成广东深圳、江苏徐州、广西贵港、贵州瓮安战略布局，形成四地互成角势、优势互补、战略合作的态势，打造出一条高效生产复合肥的全产业链。

根据公告显示，贵州芭田公司项目第一期预计投资 18.5 亿元，开工后二年零六个月内投产。芭田股份从 2012 年 6 月 18 日交付 9000 万元的征地款和拆迁款，签订聚磷酸等高新磷复肥及配套磷化工项目协议，到 2013 年的 4 月 18 日举行奠基仪式，其间接连完成子公司设立、人员组建、用户搬迁、土地平整等一系列举措，仅用时 9 个月，项目推进力度之大，进展速度之快超出预期，受到各方称赞，也完全打消了部分投资者对贵州芭田能否如期顺利进展的担忧。按照目前这样的建设速度来看，再加上当地政府政策的大力支持，预计项目将提前建成并投产。

光正钢构拟继续并购做大能源板块

光正钢构日前发布 2012 年年报，公司实现净利润 2788 万元，同比增长 14.51%。利润分配预案为每 10 股转增 7 股送红股 2 股，派 0.25 元。公司方面表示，除了收购庆源管输之外，公司还准备继续收购其他能源公司，做大能源板块。

2013 年，公司将按照与庆源管输的框架性协议约定，在审计评估结果出具后，完成对庆源管输的控股。公司还将通过庆源管输整合南疆地区的天然气管道企业，提升庆源管输的盈利能力。同时，依托上市公司的平台优势，积极收购其他能源公司，进一步加强公司能源行业的竞争力。

值得一提的是，公司定增刚刚满收官。这明显缓解公司资金压力，有助于公司加速完成对庆源管输 51% 股权收购，加速 7 个环塔里木天然气阀门至城区管道建设和 9 座 CNG 加气站的建设。

公司方面负责人还表示，未来将通过公司债和银行借款等方式筹集资金，于恰当时机在天然气管道运输行业展开一系列并购。目前，公司计划向相关商业银行申请总额不超过 10 亿元的人民币的综合授信额度，为公司战略转型及扩张提供资金保障。

（周鲁）

长虹智能产业链蓄势待发 或破传统家电业拐点

有分析人士指出，被称为夕阳产业的家电企业在目前经济环境不是很乐观的情况下，长虹逆势走高，其根本原因在于，其产品结构调整和技术积累的效应已逐渐显现。“随着长虹黑 + 白的全产业链优势发挥和内部运营水平提升，今年整体盈利水平将得到大改善，并助推长虹进入千亿级企业的阵营。”

稿件采写 徐雅玲

近日，四川长虹发布 2012 年年报以及 2013 年一季度季报，同时子公司美菱电器、华意压缩也发布了当期季报。

发布数据显示：2012 年四川长虹总收入 523.34 亿元，净利润 2.73 亿元，较上年同期减少 12.34%；而 2013 年第一季的季报双双走高，其中四川长虹归属母公司的净利润同比增长 39.9%；美菱净利润同比增长 18.12%，华意净利润同比增长 586.94%，长虹系一季度全线飘红。

“结构调整效应”凸显

据长虹公开资料统计显示，近年来，长虹集团投入在当年总销售收入的占比为 5% 以上，远超行业平均水平。

另有数据显示，2012 年，长虹申请专利 605 件，其中发明专利 218 件，授权专利 397 件，分别较上年同期增长 15% 和 15.4%。其中，主导和参与制定国际标准 1 项、国家标准 8 项。

从长虹 2012 年报里，不难看出，长虹多媒体产业去年销售额实现 185 亿，其中



电视业务实现 170 亿，销售量在 750 万台左右。“虽然跟同行相比，不是最突出的，但是造成这样的局面，跟长虹内部的技术储备和产品结构的调整密不可分。”长虹知情人士向记者透露，

长虹通过技术储备，已经完成了具备自主知识产权的智能电视框架的定义，以及智能交互中间件的设计与应用。

值得一提的是，作为中国家电唯一获得顶级软件应用设计 CMMI5 认证的长虹软件研发团队研制了语音浏览器，算是全球首次将语音操控和电视、手机浏览器相结合，让各类终端与消费者通过语音对话的方式来实现对其终端快捷联网应用的操控，这对于智能电视行业的实际应用具有革命性影响。

预计，智能技术应用升级与相关多元产品结构完善，以及以等离子为代表的长虹大平板优势叠加有望继续助推长虹电视市场份额的提升。

长虹黑电的另一个重大调整是将海外业务的广东长虹调整到多媒体产业集团，实现研发资源、生产管理、供应链管理以及营销的大整合。海外销售一直是长虹的短板，长虹多媒体产业集团副总经理税建表示，海外市场拓展更加依赖于国内强有力的研发资源和能力，要把海外的市场进一步做上去，“今年市场开拓的重要区域就是海外市场，销售目标是提升海外市场销售额 80%~100%。”

随着国内消费市场的升级，长虹的产品结构调整和技术积累有利于抓住新一轮家电高端化的机遇。中银万国家电业分析师周海晨对此点评称，地产回暖促成强劲刚需释放、城市早期平板进入更新期、农村市场加快平板普及以及节能政策助力市场探高，成为彩电市场开门红的四大主因。

整合“黑 + 白”产业价值链

伴随着长虹黑电结构调整效应初现，

第十五届全国肥料双交会举行 心连心全新品牌形象亮相成为关注焦点

本报记者 李代广 通讯员 张洁

4 月 16 日，第十五届全国肥料双交会与第十届中原肥料双交会合并并在河南省郑州市隆重举行，本次会议是经国家农业部批准，由全国农业技术推广服务中心、河南省农业厅、河南省供销合作社总社、郑州市人民政府等单位主办的。

作为历年来规模最大的一次行业会议，在家门口召开，河南心连心化肥有限公司自然不会放过这次展示企业良好形象的机会，他们不仅派出了 100 多人的队伍参会，更是作为此次“双交会”的总冠军企业，携环保高效的聚能网等新型肥料，以“中国高效肥倡导者”的全新品牌形象亮相双交会，成为关注焦点。

位于豫北新乡市的心连心公司，以其独特的魅力，成为我国化肥行业一颗耀眼的明星。2007 年 6 月 20 日，公司成为国内第一家在新加坡上市的化肥企业；2009 年 12 月 8 日，心连心公司又在香港成功上市。

科技创新产品 引领行业发展

近年来，随着我国现代高效农业的发展，对肥料的市场定位提出了更高的要求，环保高效的新型肥料已成为行业发展的趋势。

记者了解到，心连心公司多年来始终秉承真正造福于农民，服务于农民，诚信于农民的经营理念，致力于生产“省时、省工、高效、环保”的高效肥，不仅保证产品高质量，还要提高肥效利用率，最大程度地降低对环境的负面影响。

近日，深圳华侨城股份有限公司（以下简称华侨城）发布公告，宣布成立子公司宁波华侨城投资发展有限公司，以公司自有资金投入注册资本 10 亿元，出资自公司最近一期经审计的净资产的 5.02%。

公告显示，宁波华侨城为公司直接持股 100% 的全资子公司，其经营范围包括房地产开发、经营，旅游景区管理以及游乐园项目开发等。有业内人士分析，这意味着华侨城第二轮全国扩张实质性的进展，仍走“旅游+地产”的老模式。

此外，持续增长的旅游业务营收似



河南心连心公司副总经理赵连紫在接受记者采访。

响，使广大农民朋友在省时省力的情况下，得到最佳的投入回报，是心连心义不容辞的责任。

他们常年与中国科学院、中国农科院、河南农业大学等科研院所开展强强合作，在新型肥料的研发方面走在了行业前列。

自 2006 年以来，该公司相继推出了具有高活性且绿色环保的聚能网尿素素和聚能网复合肥，以及内质网型缓释肥料、示范村特供肥等系列高效肥，累计推广 70 余万吨，推广面积 2000 余万亩。通过大量示范表明，较常规用肥每亩增产 100 斤左右，增产率达 10% 左右，累计提高粮食产量 20 亿斤，增收 20 亿元。

可见，以聚能网为代表的心连心系列高效肥利用率高，绿色环保，代表着行业可持续发展的方向，在行业中处于领先地位。

加大农企对接 深化创新服务

本着为消费者创造价值的理念，心连心公司成立了全国最大的农化服务中心，基层乡镇网点辐射全国，通过开

展测土配方、指导科学施肥、科技讲座、种肥同播等方式，为农民提供售前、售中和售后全方位服务。

他们积极探索为农民增值的服务模式，创立了“企业+合作社+农户”的合作模式，为农户提供“免费测土-专家配方-统一配送-现场指导”一条龙专业化服务，引导农民科学种田。多年来，公司与新乡、获嘉、西平县等 47 家土肥站进行合作，共生产推广 30 余种专用肥 80 余万吨，推广面积达 2000 余万亩，7 年来共计为农民增收 6.4 亿元，真正为农民朋友带来了实惠。

为了顺应现代农业发展的要求，公司于 2012 年整合优势资源，以心连心公司为主体，以心连心销售为支撑，组建了农机专业合作社，并联合省内一流的种子企业、一流的农机具公司，将一流的化肥、一流的种子，通过一流的种肥同播机械，帮助农民直接种肥精播，提高了肥料利用率，提高了农业种植效率，真正做到为农民增产增收。

启动品牌战略 实现全面转型

2012 年，在一系列产品创新、服务创新等的基础上，心连心公司立足行业、市场、消费者、企业自身优势等全方位综合考虑，率先在行业提出做“中国高效肥”的企业定位，并邀请著名表演艺术家唐国强为品牌代言人，借用名人效应，使心连心品牌真正走入千家万户。

心连心公司董事长、总经理刘兴旭表示，通过新品牌战略的实施，用行业一流的标准衡量各项工作，产品质量要高品质、肥效要高能效、品牌要高认可度、员工要高素质、工作要高标准等，心连心公司将全力打造成为中国最受尊重的化肥企业集团。

华侨城二次扩张提速 旅游 + 地产仍唱主角

叶燕婷

乎证明了华侨城靠自己去地产化的目标在不断接近，然而细看下来不难发现，华侨城主要的利润仍来自房地产，旅游项目现阶段还是以赚吆喝为主。

在此之前，公司宣布未来拟与重庆市合作重庆华侨城文化旅游综合项目，主要内容包括欢乐谷等项目的建设，运营。而重庆也是继深圳、北京、成都、武汉、上海、天津之后，欢乐谷在国内入驻的第七个城市。华侨城年报显示，2011 年其地产业务毛利为 94.70 亿，占集团总毛利约七成，2012 年集团在旅游综合营收大幅增加，但其毛利仍只占到地产业务的 70.39%。海通证券研报预测，估算华侨城在地产业务利润约 34

亿元，主题公园和旅游等其他业务利润仅在 5 亿元左右，占比不到 20%。

华侨城的毛利水平一直是行业中的佼佼者，这同样归功于其房地产项目。公司 2012 年全年毛利率为 51.90%，其中房地产业务的毛利率高达 59.86%，去年中期中国房地产行业整体毛利率，仅为 39.5%，华侨城远远领先于同行。

美联地产全国研究中心任何倩茹表示，华侨城通过高品质的旅游项目带动周边配套建设和交通的投入，实现片区溢价，保持房地产较高的均价。同时，房地产项目能快速回笼资金，为旅游项目的培育期提供坚实的后盾，这样的互补让华侨城业绩表现更加稳定。

白电板块也全线飘红。

在华意、美菱年报双双利好基础上，一季度再传喜讯。华意压缩发布业绩预告称，今年一季度，该公司实现净利润 3500 万~3700 万元，同比增长 572%~611%；一季度美菱实现开门红，三门电控以上产品销量同比大幅提升，特别是雅典娜同比提升达 122%，冰柜产品线增长率高达 85%，三月份单月销售额破记录。

家电分析专家刘步尘指出，在美菱和华意的产业链一体化协同效应下，一体化的技术研发平台不仅可以使美菱在变频冰箱上获得性能更好、成本更低的解决方案，而且这种模块化、一体化的变频冰箱技术方案同样也可以让华意压缩获得丰厚的技术积累，夯实在全球变频压缩机上的领先优势，冲击世界第一，指日可待。

显然，行业增速虽放缓，但仍然不乏看点。业绩高增长的背后，是长虹延续在黑电领域的“核心器件+整机”的全产业链模式发力，其高增长、差异化逐渐衍生出家电企业新的增长点。

通过整合长虹系和自身资源，长虹叠加了冰箱整机与前端压缩机的双重优势，实现一体化设计制造，进而将华意、美菱双双推至第一阵营。其中，华意压缩今年产销量有望突破 3000 万台，做到全球第一。业内预测，在收购全球第四大轻型商用压缩机制造商 Cubigel 公司后，华意压缩今年在欧洲市场的销售增速有望达到 30%。

至于美菱，长虹发挥黑电技术优势，应用了语音交互、远程控制、多屏互动、人脸识别等智能技术和传感器技术，改变白电产品的结构和性能同时，延展冰箱、空调原有的功能，推动白电产品的智能化。根据中怡康数据统计显示，美菱中高端占比不断提升，截至 2012 年 12 月其三门以上冰箱占比已达到 43%。

随着年产 200 万台的雅典娜冰箱项目一期和年产 500 万台高效压缩机生产线的建成投产，长虹全产业链的优势将继续放大。

宜化集团：精算重品质 银企两相宜

“现在集团所有固定资产投资、大型项目融资，均优先邀请农行参与。”近日湖北宜化集团财务部负责人的一席话，透出对农行的信任。这些话的背景在于：湖北三峡分行秉承品质营销原则，面对集团客户的信贷需求，不是简单推介贷款，而是在精细测算的基础上定制融资方案，推介适应性产品，在满足客户需求的同时，走出了一家双赢的一好棋。

宜化集团，是银企合作的典范。其制造的大型国有控股企业集团，多次入选“中国企业 500 强”，一直是多家银行竞相介入的焦点客户。面对同业竞争，三峡分行从结算、贷款等传统业务入手，抓好产品配套，主动寻找自身优势与客户价值“双提升”的结合点，在大客户营销上探索品质化道路。

在农行实施精细化管理和资本约束的背景下，三峡分行对宜化集团及其下属子公司的资产业务进行差异化营销，减少经济资本支出，增加收益。去年，面对该集团下属的矿业公司的融资需求，该行根据其应收账款所有权转移为标的进行融资，办理国内保理业务，在保证客户资金需求不受影响的前提下优化了自身授信产品结构。此举不仅带动经济资本占用系数下降了 3.7 个百分点，还行为该行带来了除利息收入外的可观的中间业务收入。

三峡分行不仅在内部管理上精打细算，还为客户精算成本账。他们组建复合型营销团队，加强各类新产品的组合营销，着力为客户拓宽低成本融资渠道。在分析宜化集团经营与资金状况的基础上，该行为其制定了“常规贷款+债务融资工具+委托债权融资+融资租赁+贸易融资”的资产业务产品组合方案，根据客户需要配置产品。

去年，宜化集团在贵州投资新建硝铵项目，其中机器设备投资达到 5 亿元。针对企业需求，三峡分行牵头农银租赁公司，制定了总额不超过 3 亿元的直接租赁方案，及时满足了客户需求，也为客户降低了资金使用成本。

近日，针对宜化集团扩大化肥生产而产生的流动资金需求，三峡分行通过代理参与北京资金交易所挂牌交易，成功为客户办理委托债权融资业务 3 亿元。与同档次贷款相比，客户财务成本下降 10%，该行也在不占用经济资本的前提下增加了手续费收入。

通过推进品质化营销，三峡分行与湖北宜化集团的合作领域和范围不断深化，从 2000 年的结算、贷款两类传统业务，扩大到现金结算、现金管理、贷款、担保承诺业务、投行业务以及融资租赁等六大类、二十余项产品。2012 年末，湖北宜化集团对该行经济增加值达 3790 万元，比上年增长 77%。

（中创）