

# News

## 下半年房价上涨压力依然存在

### 专家建议通过土地资源、税率和行政手段控制房价过快上涨

◎本报记者 于祥明

“下半年,住房价格上涨的压力依然存在。”昨天,中国房地产业协会副会长朱中一在“2007上半年中国房地产市场研究报告发布会”上表示,上半年全国房地产市场运行基本平衡,但存在的问题和矛盾依然突出,供求矛盾短期难以缓解。

与会专家表示,要通过政府掌握的土地资源以及相应的税率等经济和必要的行政手段来实施调控,增加普通商品房,平衡供求关系,为控制房价过快上涨提供物质基础。

房价普涨且一些城市房价上涨过快的势头仍在持续。“一些城市实际成交的涨幅还要高于公布的涨幅。”朱中一表示,供求矛盾短期难以缓解是房价上涨原因之一,“上半年商品房销售面积与竣工面积之比为1.88,高于去年同期1.72及今年一季度1.71的水平,其中商品住宅销售面积与竣工面积之比达到2.08,高于去年同期的1.9,市场供不应求的矛盾尚未缓解。”

而对于去年调控以来提出的90平方米以下中小户型住房,朱中一表示,上半年全国90平方米以下的住宅供应有所增加,但比重仍偏低。需求结构与供应结构的调整还有很大的距离。国家发改委数据显示,今年1-6月全国90平方米以下住房完成投资仅占住宅投资19.5%。

对于目前市场上流传的“提高房贷首付比例”的政策,北京科技大学教授赵晓表示,应该考虑收入的两极化现状而针对的同一人群区别对待,引导住房消费。

赵晓进一步分析表示,现在有很多人想买房,他们可能是中低收入者,政府就可以把首付降下来。“买90平方米以下的房子可以把首付降到20%,从30%降到20%,这样富人所追逐大房子和90平方米以下中低收入者阶层所买的房子市场之间就会发生一些变化,可能后面市场需求潜力更大。那么开发商也会改变只给富人建房那样一种态度。”



专家呼吁,遏制地价房价过快上涨,土地拍卖应该从目前“价高者得”的方式,转为“限价房、竞地价” 资料图

## “涨价组合拳”如何消解楼市调控政策

◎据新华社电

发改委、国家统计局的调查显示,今年5月以来,北海、兰州等中西部省市区房价,比去年同期上涨超过10%。重庆市6月份,14天内商品房均价上涨7.8%。房价为何“葫芦没按下去又起了瓢”?究竟谁是助推新一轮房价疯涨的幕后“推手”?

### 五种力量助推房价

近几个月的房价变化表明,尽管国家与地方通过户型结构调整、供求比例调整、增加保障性住房建设、金融与税收等一系列手段,对房地产行业不断进行调控,但房价随升并未得到根本遏止。

究其原因,大概有五个方面:一是炒作概念制造“抢房潮”。记者在

调查中了解到,6月中旬以来,重庆各种“房地产专刊”就将国家设立全国统筹城乡综合配套改革试验区的重大战略“解读”为房价上涨的动力,连篇累牍报道,不断向老百姓强化“房价必涨、涨价正常”的概念。

二是捂盘囤房刺激供求失衡。在制造舆论之后,部分开发商开始提高房屋售价,并“捂盘惜售”,制造房子紧俏的假象。这直接造成了市场住房供应减少,从而导致价格上涨,而价格越涨,开发商为追求高利润就越捂盘不卖,出现恶性循环。

三是争创“地王”,地价与房价相互推高。5月,杭州钱江新城一126亩的地块拍出34.9亿元的高价,创下楼面地价11759元/平方米的新纪录。这比去年杭州市中心“地王”楼面单价高出近千元。随着调控的不断深化,一些开发商担心自身

利益受损,通过大量储备土地来对抗调控。他们往往根据市场行情来加速或推迟开发进度,最终目的为炒高房价以获取最大利润。

四是大盘操控区域房价,领涨效应形成板块拉力。2007年以来,南京中心城区新开楼盘单价都在1.5万元左右,新街口的“长江路九号”、玄武湖边“天正湖滨”等楼盘部分房源单价更超过了2万元。正是在一些“大盘效应”下,不仅直接带动了周边楼盘纷纷涨价,也拉动该区域商品房均价的上扬。

五是流动性过剩吹涨房价泡沫。

### 土地收益分配待调整

近年来,围绕着房地产市场的宏观调控,不同利益群体的博弈非常激烈。

中央党校研究员曾业松分析指出,房地产商一般以赚取最大利润为核心,一些地方政府为房地产业推波助澜,从中获得GDP和政绩;一批学术精英引导公众预期,影响政府决策,获得地产商的“好处费”;媒体专刊为地产商制造舆论,从中获得其广告回报。这些利益集团,不仅具有强大的自我保护能力,而且善于消解国家宏观调控,扭曲国家政策“为我所用”。

专家呼吁,遏制地价房价过快上涨,关键在于调整中央与地方的土地收益分配格局,从根本上减少地方政府“以地生财”的冲动;土地拍卖应该从目前“价高者得”的方式,转为“限价房、竞地价”,让诚信开发商造价廉物美房子;打击开发商囤地囤房,让更多中低收入者能买到价格合理的房子。

## “再说长虹”之四

# 资源优势构筑长虹对未来增长信心

◎田立民

从目前四川长虹产业整合后资产质量(或资产的含金量)的提高及拥有的四大企业核心竞争能力来看,未来长虹的多元化利润增长是可以延续的。但是,资本市场投资者也许会问:长虹对未来增长的信心来自哪里?不是别的,恰恰是长虹对现有的企业资源优势具有很强的融合和整合能力,这些资源优势构成了长虹对自己未来增长的自信心。

### 传统产业稳定增长 新兴产业快速增长

目前,长虹的主营收入和利润增长结构体现为:彩电和空调产业维持稳定增长,新兴产业在快速增长,在传统产业所占主营收入比重逐步下降的同时,新兴产业的贡献度在进一步上升。

从目前看,长虹的CRT仍在赚钱,背投电视也在赚钱,这部分盈利能力是可保证的。同时,长虹在平板电视机上的盈利能力正稳步提高。在2006年,液晶电视已实现盈利,等离子电视也实现了止亏。而今年中国第一条八面体的PDP模组项目的投产及收购Orion PDP公司,这些都提升长虹在平板显示领域的核心竞争力。另外,空调业务也处于稳定增长之中。这表明,这两大传统产业的市场竞争力得到了进一步提升。

从目前看,长虹彩电产业的整体盈利能力将继续呈现“稳中有升”的良性发展趋势,空调产业利润增长稳定,彩电、空调业务仍是2006年度长虹在所有业务中主营业务利润率最高的业务单元,传统产业将继续为长虹提供稳定的利润来源,并为长虹的未来利润增长提供了坚实的基础。

新兴产业的快速发展,这是目前长虹的一大亮点。其中,新兴产业中的IT产业、通讯产业等快速增长,更是让人刮目相看。例如,长虹佳华在2006年实现销售收入32亿元(同比增长28%),预计2007年可继续保持增长势头;国虹通讯在2006年手机销售收入已超过16亿元;长虹网络、长虹信息也将继续保持快速、良性增长。

从短期来看,长虹控股的美菱电器的快速发展更值得关注。数据显示,美菱在今年一季度实现营业收入7.19亿元(同比增长41.5%),净利润685.44万元(同

同比增长61.1%)。同时,投资3.5亿元、年产200万台冰箱的长虹美菱工业园一期建设目前已建设投产,二期扩能工程也已于今年上半年开工建设,预计2007年底将建成投产。届时,美菱将形成年产500万台的冰箱产能,打造亚洲单体最大的冰箱制造基地。这表明,目前美菱电器已进入快速成长阶段。

美菱的规模快速扩张及盈利的高速增长,都将直接增强目前和未来长虹的盈利能力。

由此可见,传统产业的稳定增长和新兴产业的快速发展,可以保障长虹维持目前多元化利润增长趋势,打造长虹以核心产业良性发展为基础的多元化发展格局。

相对而言,目前长虹所拥有的其他资源优势,将给长虹的业绩增长“锦上添花”。因此,观察和分析长虹的其他资源优势对业绩增长的潜在影响,同样不容忽视。

### 与微软等战略投资者合作拓展发展空间

长虹与国内外优势企业进行战略合作,这也是四川长虹拥有的资源优势之一。长虹引入微软作为战略投资者,这一资源优势对长虹发展的积极影响已引起了资本市场投资者的广泛关注。

对长虹来讲,与产业链上下端的国内外优势企业进行技术、市场和渠道等多方面的战略合作,将有利于长虹进一步整合外部资源,实现市场共享、人才共享、技术共享和资源协同,长虹也将在相关多元化产业(尤其是新兴产业)快速发展中赢得先发优势,并全面提升长虹在信息家电领域的核心竞争力以及长虹品牌的市场影响力。

事实上,长虹一直在寻求与国内外优势企业之间的业务合作。早先,长虹曾先后与微软、AMD、中国电信、华为、盛大和阿尔卡特等国内外知名企业结为战略合作伙伴关系。

现在,长虹又与微软合作开发家庭数字娱乐项目,双方在数字媒体领域开展长期的战略合作,可以实现“软硬互补”,这将有利于全面融合各自在技术、产业和市场等方面的竞争优势。目前,长虹是与微软进行战略合作的国内唯一一家家电整机企业,这一项目仅仅是双方深入合

作的一个开始,但对长虹全面转型“3C”产业及提升其在信息家电领域内的竞争能力意义深远。

日前,长虹在与微软进行了多年合作之后,又引入微软作为其战略投资者。尽管微软入股长虹的股权比例并不大,但这是一个重要的信号,长虹有可能在今后还会继续引入其他的重要战略投资者。

### 土地资源增强长虹盈利能力

目前,四川已拥有较多的土地资源,随着土地资源的巨大增值潜力,以及开发长虹自有的土地资源,土地资源有望成为影响长虹未来利润增长的重要来源之一。

据悉,长虹共拥有约700亩的城镇混合住宅用地。目前,长虹正在开发的房地产项目“长虹国际城”。

另外,长虹此次增发收购长虹集团旗下电源公司,将获得电源公司所拥有的200多亩土地。目前,这部分土地已变性为城镇住宅综合用地,且这部分土地资源的未来增值潜力巨大。

事实上,房地产业务已成为目前长虹的一项新业务,土地资源对未来长虹业绩增长将产生“锦上添花”的正面效应。这不仅有利于改善目前长虹的现金流状况,而且还可阶段性地增厚长虹的业绩水平。

从这个角度分析,房地产业务将成为长虹除“3C”产业之外的最大利润新增产业,土地资源将进一步转化为提升长虹盈利能力的强劲动力,并有利于提升长虹的公司价值。

### 大股东资源优势:凸显长虹隐含公司价值

从目前看,四川长虹大股东长虹集团拥有相当丰富的资源优势。一旦大股东将其拥有的资源优势转化为长虹的资产,将有利于改善和提升目前长虹的资产质量,并提高其资产的盈利能力。

从长虹集团通过定向回购和债务重组解决大股东占款问题、APEX应收账款的历史遗留问题、解决低值存货及长虹商标使用权与所有权长期分离的问题等,以及长虹此次通过定向增发收购长虹集团的两项优质资产(Sterope Investments

B.V.公司的75%股权和长虹电源公司的100%股权)的以往案例中,似乎都可以证实上面的分析结论。

以目前长虹集团拥有的资源优势来看,长虹集团掌握了相当丰富的军工产业资源和土地资源。

据了解,目前长虹集团旗下有四家军工企业,2006年度军工产业的销售收入超过26亿元,且盈利能力较强。值得注意的是,作为国有独资的大型军工企业长虹集团,在收购相关产业的军工企业方面具有很强的收购与资源整合能力。

此外,长虹集团还拥有丰富的土地资源。据了解,长虹集团在绵阳市就有600亩工业用地,在合肥市有400多亩工业用地,在成都市有200多亩工业用地。另外,在上海、深圳和北京也拥有土地资源,可用于商业地产项目开发。所以,长虹集团手中已拥有相当丰富的土地开发资源。这部分土地资源的资产价值对长虹潜在的影响还有待于进一步评估。

与整体上市相比,长虹集团似乎更倾向于充分利用国有大型企业的资源优势,作为四川长虹的一个产业孵化平台。有风险的项目,长虹集团先投资,一旦项目成熟了,盈利了,再将其注入到上市公司中。例如,长虹PDP公司和长虹电源公司注入上市公司,就是一个典型的案例。

当然,长虹集团作为国家首批开展创新型试点企业及四川省加快培育大企业集团及重点发展电子信息等七大支柱产业中重点企业之一,还拥有获得国家和地方政策支持的特有优势,如享受税收、融资、要素保障和资源倾斜等多项优惠政策。

例如,长虹集团在巨建设PDP屏项目时,绵阳市政府不仅承诺划拨给长虹PDP项目不少于六亿元的优质资产,还在经济开发区给长虹集团提供了3000亩土地及几百亩商业配套用地。同时,四川省和科技部也给予了PDP项目的一定资金支持。

长虹集团所拥有的丰富资源,对于四川长虹来讲,其重要的意义在于:长虹集团丰富的军工资源、土地资源以及资产储备在未来都有可能转化为上市公司的资产。一旦大股东向长虹不断注入优质资产,将赋予四川长虹超常规的外延式增长潜力,并可以大幅提升长虹的公司价值。

## 山东:备案管理严防国资贱卖

今后,企业在处置国有资产时,凡买方为本企业领导人员、职工及其亲属,事前都要到山东省国资委备案。山东省国资委负责人近日表示,如果发现在处置国有资产时有低价贱卖行为,将按有关规定严肃处理有关人员。

根据山东省规划,通过调整重组和资本运营,到2010年,山东省管企业户数将减少到25户以内,其中有10户左右成为在国内乃至世界上具有较强竞争力、较高知名度的大企业集团;省管企业控股境内外上市公司达到25家以上。

山东省国资委负责人表示,山东省今后将进一步推动国有资本向优势产业、优势行业、优势企业集中,积极推进省管企业重组整合,在更大范围内实现资源的优化配置。

目前,山东省拥有省管国有企业43户。截至6月底,资产总额达到4145亿元,同比增长10%以上;所有者权益731.62亿元,同比增长9%以上。

山东省国资委负责人同时表示,2008年省管企业将全部完成公司制改造。从今年下半年起,山东将加快省管企业公司制改造步伐。山东省国资委要求,目前还没有实行公司制改造的企业,要尽快研究制定公司制改造的实施方案。具备条件的,可以直接改制为股权多元化的公司;暂不具备条件的,先改制为国有独资公司。

截至6月底,山东省管企业共控股境内外上市公司20家,股票23只。其中国有股本84.44亿股,市值1243.56亿元。

## 青海三江源地区不搞GDP考核

“在三江源地区,我们不把GDP作为干部考核的指标,一门心思搞好生态保护和建设。”在全国政协正在进行的“三江源生态保护与建设”专题调研活动中,青海省副省长李津成作出如上表述。

三江源地处青藏高原腹地,是长江、黄河及澜沧江的发源地,也是亚洲孕育大江大河最集中的地区,被誉为“中华水塔”。然而,近40年来,由于受全球气候变暖 and 人类不合理活动的影响,三江源地区出现草场退化严重、水土流失加剧、水生态恶化、生物多样性萎缩等一系列生态问题。

“三江源地区的生态保护事关广大中下游地区乃至世界范围的生态安全,对我国经济和可持续发展的意义,难以估量的重要。因此,对三江源地区的生态建设必须坚持保护第一,这是青海对国家、民族承担的重要责任。”李津成说。

“为了促进三江源地区的生态得到有效恢复,在三江源地区,我们不提工业化口号,不搞GDP考核,下决心牺牲一部分眼前的发展机会,努力建设生态环境友好型社会。”李津成表示,青海省目前对三江源地区干部的考核主要集中在生态建设和移民安置方面,包括当地退牧还草实施情况、小城镇建设及帮助移民发展后续生产生活等。(以上均据新华社)

国的30000余个营销网络和8000余个服务网点,并将触角延伸至三、四级市场。

### 营销渠道优势引领长虹快速增长

事实上,在目前四川长虹拥有的诸多资源优势中,在产业价值链和产业形态方面已构建了长虹的内在企业竞争优势。

例如,由附加值较低的后端整机制造向高附加值的核心技术和关键部件的产业上游延伸;完成了向以“3C”产业为核心的产业形态转型,相继进入了包括IT产业、移动通信、白色家电、以及3C产品和网络服务领域等在内的3C产业,实现了产业形态水平方向的调整和水平方向上的扩张,搭建起了3C的产业布局。并且,通过建立科学的企业管理体系,进一步将长虹拥有的人才、技术、品牌、制造、管理、市场等资源优势整合成一种企业的内在竞争优势。

但是,长虹定位于综合家电信息供应商意味着,长虹面临的一个问题是如何将其内在的企业竞争优势进一步转换为市场优势,这就要求长虹在商业模式上进行大刀阔斧的改革,使商业模式成为长虹的一种核心创新能力。在长虹打造其新的商业模式中,营销渠道改革与创新也是观察长虹变革其商业模式的一个重要看点。

其实,营销渠道也是企业最重要的资源优势之一。长虹通过渠道模式创新和开辟营销新渠道,初步实现了其营销渠道革命。

在1998年之前,长虹的营销渠道主要是采取与大区域代理商(经销商)的合作模式,并利用代理商的能力来开拓市场的。这种营销模式确实为长虹彩电的销量扩大做出了巨大贡献。但是,这一营销模式不足、信誉度和稳定性不高和渠道管理水平低下等问题。当时,长虹高度集权的、直线式的营销体系在客观上已不能适应自身业务发展的需要和市场竞争环境的变化。

在1998年后,长虹进行了营销模式改革:由原来主要依靠批发商向直接面对零售商(经销商)的营销模式转变。为此,长虹开始建立自己的营销体系,成立了全国的销售大区。通过这一营销模式的变革,长虹真正建立起了自己统一的营销渠道。目前,长虹已在中国30多个省市区成立了200余个营销分支机构,拥有遍及全

国的30000余个营销网络和8000余个服务网点,并将触角延伸至三、四级市场。

但是,随着长虹围绕“3C”产业发展战略寻求相关多元化产业的快速发展,目前长虹不仅拥有彩电产品,它的产品线已扩展到了空调、冰箱、IT产品、手机等产业。尽管依靠它原有的、强大的彩电营销渠道,可以为长虹的其他家电产品营销“铺路”,还有长虹佳华也可以作为长虹自有品牌产品分销的重要渠道。但是,其他业务与彩电业务并不能完全兼容,原来统一的营销渠道也难以适应其他业务的专业性销售特点,这促使了长虹寻求彩电与空调、手机和其他产业的营销渠道“分离”。长虹旗下除彩电产业外的其他产业开始搭建营销队伍和逐步完善其渠道网络,并借助长虹彩电在三、四级市场的强大渠道基础和品牌知名度,迅速地提高了空调、手机等产业的市场占有率。从今年第一季度长虹的销售增长看,营销渠道的变革已初见成效。

当然,营销渠道变革,还包括其他方面的内容。正如赵勇前几年所言,长虹的销售有相当基础的,但一直sale比较强大,marketing比较弱。而marketing不仅意味着广告,还包括渠道建设、重点客户管理、定价、售后服务、竞争对手分析和市场预测等,我们就是要对这些加以完善。只有marketing这个大脑发达了,sale的手脚才能有力,才能发展。

现在,随着长虹初步实现了营销渠道变革,长虹对未来销售增长的信心就更足了。包括营销渠道在内的商业模式创新,是长虹实现企业发展战略的一个重要落脚点:将企业的内在竞争优势进一步转换为市场优势。

当长虹初步完成了营销渠道变革后,让我们看到了长虹是如何融合和整合自身的资源优势的强大能力。长虹所具有的营销渠道优势,将会进一步转化为长虹的销售收入增长和盈利增长,并转化为长虹更大的公司价值。

事实上,目前长虹还拥有其他的资源优势:品牌、管理、企业核心竞争力等。四川长虹一旦实现了融合和整合企业自身的各种资源优势,让我们看到了一个充满自信的长虹已经站立起来了。长虹对自己未来增长的信心,也坚定了投资者投资长虹的信心。(公司披露)