

北京通州解除楼市“双限” 置业顾问积极行动拓客忙

■本报记者 王丽新

“北京通州取消全国唯一楼市‘双限’政策,这对我们项目是明显利好,符合购房资格的客户群体会扩容。目前我们在售房源有400套左右,春节期间,售楼处也会开放,有人值班。”北京通州万科东庐项目置业顾问王先生简短地跟《证券日报》记者说了两句后,就马上去接待看房客户了。

2月6日,北京市住建委和北京市通州区政府发布通知称,即日起,在京具备购房资格的四类家庭,可以在通州区购买一套商品住房。在业内看来,这意味着执行了9年的通州住房限购政策迎来优化调整,新政策变化最大的就是在通州区落户和就业的家庭只要符合北京整体限购政策即可,取消了落户、社保或纳税需满3年的要求。

这一政策的发布,使得通州新盘的置业顾问一下子活跃起来,开始在朋友圈四处“挖掘”新客户。通州某改善型楼盘置业顾问向《证券日报》记者直言,“现在我们项目在售房源以单套总价900万元的大户型为主,随时可以来看房,从渠道过来或者直接把客户推荐给我都行,我们项目有全民营销通道,可以分佣。”

解除楼市“双限”

北京市通州区楼市的购房“双限”,始于2015年。

往前回溯,自2015年8月14日起,通州区开始执行“双限”政策,即除了符合北京的限购政策外,有一套房的京籍家庭还需三年以上通州户籍或在通州缴纳社保或纳税,才可在通州购房;非京籍家庭除满足连续五年社保或纳税外,还需三年内在通州缴纳社保或纳税才可在通州购买一套住房。

北京链家研究院院长高原表

示,“双限”政策在特定历史时期起到了良好的稳定市场的作用,尤其是在交易过热、价格连续上涨时期,此类限制性举措具有明显的现实意义。但从当下实际来看,近年来随着北京城市副中心建设的持续加速,疏解企业持续迁入,通州居住需求持续扩增升级,此时,通州区“双限”政策已具有调整的必要性。

高原进一步称,此次政策调整发力精准、时机合理,后续影响可参考2022年11月份台湖、马驹桥地区区域划分调整后解除“双限”后的情况。彼时,政策出台后,上述两个地区二手房成交量有所增长,新房销售去化速度明显加快,成交均价保持总体平稳,市场预期温和回暖,价格波动幅度处于合理运行区间。

在业内看来,通州区解除购房“双限”,短期来看,由于恰逢春节假期,对市场的刺激作用相对有限;长期来看,对市场的自然恢复有积极作用。这也是通州区新房置业顾问开始在朋友圈找客户、以期节后提升自身业绩的关键因素。

新房成交量有望增加

那么,此番新政执行之后,哪些新盘有望受益?

从记者了解到的情况来看,物资学院板块的万科东庐、国誉朝华均价为6万元/平方米,7号线群芳站的璀璨公园、京玥兰园、颐瑞府均价约为6.2万元/平方米,离地铁较远的北投晟景汀澜均价在5万元/平方米,而靠近六环的金地北京壹街区均价为4.5万元/平方米。此外,壹街区的邻居山西建投项目,预计也会在近期入市,指导价为4.7万元/平方米。这些项目,或许会率先发力。

“此次通州区实施的新政,核



心在于释放一部分在通州区就业社保纳税未满三年的购房群体,为通州在售项目“解绑”,这将提升北京楼市整体信心。”万科东庐相关负责人向《证券日报》记者表示,但因临近春节且政策执行细节有待进一步细化明确,预估节后,政策效应能更好地反馈到项目案场成交量表现上。

“在实施‘双限’之前,通州区新房市场成交量基本超过1万套,占全市的比例超15%,执行‘双限’之后,通州新房市场成交量基本维持在5000套左右,占北京市成交量的7%左右。”中原地产首席分析师张大伟向《证券日报》记者表示,取消“双限”后,通州新房市场成交量有望增长50%以上,占据北京市市场大约10%以上的成交量,一年成交量有望达到8000套以上。

实际上,开年以来,高能级城市正纷纷加入放宽限购或者全面

解除楼市限购的阵营,这对提振房地产市场信心起到极大作用。

1月27日,广州明确,在限购区域范围内,购买建筑面积120平方米以上(不含120平方米)住房,不纳入限购范围;1月30日,上海取消非沪籍单身人士限购,此后中介咨询量上升;相比于上海,苏州的放宽力度要更大,1月30日,苏州全面取消限购,买房不再审核购房资格。

“在短短几天内,‘广沪京’三大一线城市相继进一步优化限购政策,说明2024年各地购房政策正进一步向大城市持续放松限购的重要阶段。”易居研究院研究总监严跃进向《证券日报》记者直言,随着北京此番新政落地,一二线城市放松限购传递的宽松信号,较以往更为强烈。接下来,预计深圳也会有有限限购政策方面的松绑和调整。

“房企会抓住这一波政策窗口

期,叠加一季度末和二季度初部分房企将迎来债务兑付期,偿债压力较大之下,开发商推盘将较为集中,营销力度也会较大。”同策研究院研究总监宋红卫向《证券日报》记者如是称。

对此,广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉也向记者表示,预计开发商会加快营销宣传、推盘和去化,借助一线城市人口资源要素集聚能力强,以及市场韧性更被看好的机遇,加快在售项目去化速度,主要以跑量为主,提价格的可能性很小。

“核心城市房地产政策正渐进式推进,未来仍具备较大优化调整空间。”中指研究院市场研究总监陈文静向《证券日报》记者表示,接下来,随着核心城市不断优化楼市政策,部分城市楼市预计将出现“小阳春”行情,这将对全国市场产生积极影响。

4个交易日 29家公司披露项目中标公告 涉及金额155.42亿元

■本报记者 徐一鸣

《证券日报》记者梳理上市公司公告发现,2月份以来截至2月6日的4个交易日, A股已有29家公司披露中标项目相关公告,涉及电力设备、环保等行业。

整体来看,上述29家公司累计中标项目金额155.42亿元。其中,仕净科技中标项目金额为40.30亿元,暂居第一,中标项目包括成渝双城经济圈资阳市新能源产业园建设以及成渝双城经济圈资阳市可再生资源产业园建设等。福龙马紧随其后,中标项目金额28.25亿元,主要为环卫服务项目。此外,北新路桥、三星医疗等公司的中标项目金额均超1.5亿元。

中标项目信息的公布往往意味着上市公司将获得新的业务和收入来源,有利于公司业绩增长和可持续发展。

中关村物联网产业联盟副秘书长、专精特新企业高质量发展促进工程执行主任袁帅对《证券日报》记者表示,公布中标项目信息有助于提高上市公司透明度,促使市场投资者了解公司的业务发展和产品竞争力。

仕净科技表示,公司中标成渝双城经济圈资阳市新能源产业园建设等项目,体现了公司在大型产业综合配套项目的竞争力,项目的顺利实施将对公司的未来经营业绩产生积极影响,同时有利于公司配套设备一体化业务做大做强。

“公司子公司奥克斯智能科技中标项目总金额约1.76亿元,占公司2022年度经审计的营业总收入的1.94%。”三星医疗认为,中标项目合同的履行将对奥克斯智能科技2024年的经营业绩产生积极影响。

分行业来看,电力设备行业有7家公司公布中标项目信息,数量最多。此外,仕净科技、福龙马、侨银股份、博世科、ST星源等5家环保行业上市公司累计中标项目金额达75.65亿元,占上述29家公司中标项目总金额的48.67%。

就电力设备行业而言,随着国家对基础设施建设的投入持续增加,特别是电网建设、新能源发电等领域,电力设备的需求将持续增长。

中国民协元宇宙工委副会长吴高斌对《证券日报》记者表示,上市公司作为电力设备制造和服务的主要提供者,将直接受益于项目投资。随着“智能电网”概念的推广,电力系统的智能化、自动化水平不断提升,将为上市公司提供技术升级和市场拓展的空间。

而随着全球环保意识的提升,为环保行业的发展提供了巨大的市场空间。福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示,上市公司通常具有较强的研发能力,能不断推出新技术、新产品,满足市场多样化需求。例如,污水处理、固废处理、大气治理等领域的技术不断进步,为公司提供了新的利润增长点。

新希望1月份实现 生猪销售收入21.59亿元 今年将继续降低育肥成本

■本报记者 舒娅璐

2月6日,新希望披露1月份生猪销售情况简报,公司在今年1月份销售生猪172.48万头,环比增长17.05%,同比增长33.59%;生猪销售收入为21.59亿元,环比增长17.98%,同比增长5.27%;1月份的商品猪销售均价为13.3元/公斤,环比增长1.84%,同比减少10.68%。

新希望表示,1月份生猪销量同比增幅较大的主要原因,是去年同期适逢春节假期,销量基数较小。

作为生猪养殖领域的代表企业,新希望在2023年实现生猪销量1768.24万头,生猪销售收入269.05亿元。根据公司业绩预告,预计2023年实现归母净利润3亿元,同比扭亏为盈,扣非后净利润预计亏损。新希望表示,公司白羽肉禽与食品深加工业务引进战略投资事项影响归母净利润增加,而受生猪销售价格下降影响,猪价行业亏损是2023年扣非后净利润亏损的主要原因。

2023年,持续低位徘徊的猪价走势对生猪养殖企业业绩普遍造成拖累。据东方财富Choice数据统计, A股生猪养殖(申万三级行业)板块的10家上市公司均已披露2023年业绩预告,其中,仅有2家公司预计去年实现盈利,其他公司则预计出现不同程度亏损。

而根据新希望、温氏股份披露的今年1月份销售数据,生猪价格仍处于14元/公斤以下的较低水平,生猪养殖企业的成本继续承压。

对于2024年生猪养殖行业的发展趋势,分析人士保持相对谨慎的观点。国联证券认为,2月份春节后猪肉消费季节性回落,猪价继续承压,低猪价预计在2024年上半年仍将持续。

卓创资讯肉类市场分析师马丽媛向《证券日报》记者表示,2023年国内生猪及能繁母猪存栏量整体下降,根据生猪的生长周期推算,2024年国内生猪出栏量先小幅增长后减少,同比跌幅或在2%至3%;需求方面,2024年猪肉消费情况或仍偏弱,同比略减。总体来看,2024年猪肉供需均有缩减,但供应降幅或大于需求降幅,预计2024年白条猪肉价格或同比上涨,上下游盈利状况或有一定好转。

上海钢联农产品事业部生猪分析师张斌预计,2024年生猪产能或将继续下降,但上市猪企和规模猪场后备充足,仍处于扩产阶段,因此初步判断产能缓降或是主流。“降本增效,增强融资能力或成为企业经营的关键,当前成本差距较大,尤其是养殖成本。供大于求,产能过剩情况下,行业利润趋稳趋弱。”张斌说。

新希望在近期的机构调研中表示,公司已经采取改善措施。例如,通过后备母猪的管理提升,降低母猪净产值以及断奶仔猪成本,对2024年养殖成本的进一步下降起到重要作用,尤其是在第二季度、第三季度后会更明显。公司2024年平均育肥成本目标为15.5元/公斤,希望到2024年底全面进入15元/公斤以内。

多家合资车企1月份销量“开门红” 增长态势能否延续?

■本报记者 刘钊

2023年,多数合资车企销量都出现不同程度的下滑,但2024年新年伊始,这种情况有所变化。记者梳理数据发现,2024年1月份,包括广汽本田、广汽丰田、北京现代、悦达起亚、神龙汽车等在内的多家合资车企销量同比增幅都达到两位数,其中,东风本田、东风日产、长安马自达的销量甚至实现了倍增。

中欧协会智能网联汽车秘书长林示对《证券日报》记者表示,新能源汽车购置税的调整让部分消费者转移到传统燃油车市场,这或许能解释为何以销售燃油车为主的合资车企销量突然回暖。

多家合资车企报喜

具体来看,目前抢先发布1月

份销量数据的合资车企主要包括日系、韩系、法系以及德系等。

其中,日系车企方面,东风日产1月份销量为7.6万辆,同比增长115.6%;东风本田1月份销量为6.5万辆,同比增长113.3%;广汽丰田1月份销量为7.2万辆,同比增长17.6%;广汽本田1月份销量为5.7万辆,同比增长41%;长安马自达1月份销量为1.2万辆,同比增长219%。这几家日系车企均实现了销量增长,且增幅较高,尤其是长安马自达,增幅领先。

在当前的市场环境,日系合资车企取得如此大幅度的增长实为不易。事实上,在自主品牌崛起以及新能源转型的背景下,日系车企在中国市场的份额不断下滑,2020年至2023年,日系车市场份额分别为24.1%、22.6%、20%和17%。如今随着销量回暖,也为日系车企注入了信心。

韩系车企和法系车企也在1月份“扬眉吐气”。数据显示,北京现代1月份销量达到2.3万辆,同比增长12%;神龙汽车1月份销售0.6万辆,同比增长21.8%。

德系车企中,上汽大众公布了新能源车型以及明星车型的销量,其中,新能源车单月销量突破1万辆,同比增长181.7%。

明星车型方面,帕萨特家族销量为2.78万辆,途观家族实现2万辆的销量,朗逸家族销量超过4万辆。以此计算,今年1月份,仅上述三款明星燃油车型的销量就超过去年同期其全部车型的总销量。

乘用车市场信息联席会秘书长崔东树在接受《证券日报》记者采访时表示:“1月份纯电动市场呈现相对偏弱的情况,尤其是中低续航的产品,市场销量比较差,这也迫使厂家不得不调整销售节奏和

出货节奏。”

销量缘何大涨?

1月份合资车企销量缘何大涨?“去年春节假期在1月份,所以导致去年1月份销量基数较低,而今年1月份受节假日影响较小,合资车企的销量增长理所应当。”林示进一步表示,“同时应该看到,随着新能源汽车购置税的调整,理性的消费者开始回归传统燃油车,而合资车企依然在油车方面有着品牌与品质优势。”

合资车企在2024年1月份销量增长态势是否能延续?

“压力依然很大。”崔东树向《证券日报》记者坦言,“合资车企在2024年面临的压力主要源自转型新能源不顺利。当然,其都有着明确的转型规划,包括东风本田在内的几家车企都有了自主新能源品牌的动作和规划,以求借助本土化优势

大尺寸液晶面板迎涨价 厂商按需生产主导市场

■本报记者 丁蓉

大尺寸液晶面板(LED)再度迎来涨价。2月6日上午,TrendForce集邦咨询发布的最新面板报价显示,2月上旬65吋电视面板均价为164美元,较1月下旬上涨1美元;55吋电视面板均价为123美元,价格上涨1美元。

TrendForce集邦咨询分析师范博毓在接受《证券日报》记者采访时表示:“预期2月份65吋电视面板价格平均涨幅有望达到2美元至3美元。大尺寸面板价格上涨的原因来自供给端和需求端两方面,在供给端,恰逢农历新年,2月份工作天数少,面板厂稼动率降低,加上偏光板上游膜材供给不顺,导致供给偏紧;在需求端,下游库存不高,电视面板需求逐步

回暖。”

厂商控产策略生效

液晶面板是典型的周期性行业,本轮电视面板价格于2022年9月下旬触底后反弹。相较于中小尺寸面板,大尺寸面板涨幅一路领先。其中,65吋电视面板均价从2022年9月下旬的106美元一路上涨,到2023年9月上旬触及169美元阶段高位,之后有所回落。

“本轮周期中,基于面板厂商主动对稼动率调整,液晶面板价格在2023年下半年站稳厂商成本线之上。由于液晶面板产业向我国进一步集中,我国面板产业的国际竞争力和话语权不断提升,因此,厂商逐步实现了通过按需生产来主导市场。”智帆海岸机构首席顾

问梁振鹏在接受《证券日报》记者采访时表示。

当下大尺寸液晶面板价格再迎上涨,进一步提振业内信心。展望2024年,梁振鹏表示:“大尺寸面板价格全年有望保持在成本线之上。不过液晶面板厂商今年仍需保持控产策略,未来市场需求的波动性,给厂商在稼动率调节方面带来一定的挑战。”

从已经披露年度业绩预告的面板行业上市公司来看,赛道企业业绩分化。其中,在大尺寸面板领域具有领先地位的TCL科技归母净利润增幅居前。

根据TCL科技2023年业绩预告,公司预计实现归母净利润21亿元至25亿元,同比增长704%至857%。据悉,TCL科技55吋和75吋产品份额全球第一,65吋产品份额

全球第二。

多种技术路线全面开花

新型显示产业进入多种技术路线全面开花的新发展阶段。除了传统的液晶面板之外,有机发光二极管(OLED)、有源矩阵有机发光二极管(AOLED)等技术快速发展,应用场景越来越丰富,市场需求不断提升。

不过,目前OLED的市场价格还没有完全站上厂商成本线,一些厂商还处于亏损阶段。“OLED产业的发展,未来有望借鉴液晶面板经验,走国内产能释放、订单增加、市场份额扩大、厂商实现盈利并拥有定价权的发展路径。不过,这一过程不会一蹴而就,需要一定时间,需要企业重视研发,不断提升技术和

产品品质,降低成本。”梁振鹏表示。

新型显示产业上市公司正在不断提升市场竞争力。例如,京东方A多年来坚持将收入的7%左右用于研发投入。2023年公司柔性AMOLED出货量近1.2亿片,创单年出货量新高。公司投资建设第8.6代AMOLED生产线,该产线拟在第6代柔性AMOLED生产线积累的技术能力基础上,应用升级后的显示技术,重点对高端高IT类产品,并联合国内众多知名品牌,共同开拓中尺寸OLED屏幕产品的广阔市场。

TCL科技深耕MiniLED、MicroLED、OLED、LCD等新型背板和材料技术领域,公司的6代线OLED产品与全球主要手机品牌厂商均有量产合作,i4产线客户结构不断优化,中高端产品占比持续提升,盈利能力持续改善。