

南京2023年首轮土拍揽金超179亿元 房企拿地积极性提升

■本报记者 曹卫新

3月17日，南京2023年首轮土拍收官，当日共计出让13宗地块，其中纯住宅地块11宗，另外2宗为加油加气站用地和居住社区中心用地。13宗地块用地面积约44.88公顷，起拍总价166.221亿元，成交金额为179.521亿元，溢价率约8%。

公开信息显示，南京本轮土拍吸引了近30家房企参与，在2022年南京第二批土拍中拿地最多的老牌国企栖霞建设开年便积极拿地，在本轮土拍中与众多房企一起下场争夺热门地块。

诸葛数据研究中心高级分析师关荣雪在接受《证券日报》记者采访时表示，“南京本轮土拍热度回升明显，继去年年末两轮零溢价之后，2023年首批土拍迎来开门红，溢价率仅次于2021年第一批次土拍，成为自2021年以来9个批次集中土拍溢价率的次新高。本次土拍还有品牌房企积极布局，无疑是南京市场注入了‘强心剂’。”

南京首轮土拍顺利收官

从供应量来看，南京2023年第一批次住宅供应11宗地块，较去年第五批次减少4宗，涉及河西新城、南部新城、江宁高新区、溧水等区域。

据诸葛数据研究中心监测，南京本轮土拍热度回升明显，溢价率升至8%。此外，南京的土地出让效率也在逐步提高，本轮流拍率已由上轮的6.67%降至零。

南京本轮土拍在热度回升的同时，也凸显出地块间冷热分化的特征。成功出让的11宗住宅地块中，有4宗触顶摇号，3宗溢价成交，4宗底价成交。河西西南G03地块成为大热门，从正式登场到触顶最高限价

南京本轮土拍热度回升明显

继去年年末两轮零溢价之后，2023年首批土拍迎来开门红，溢价率仅次于2021年第一批次土拍，成为自2021年以来9个批次集中土拍溢价率的次新高



崔建城/制图

进入摇号状态，前后仅用时53秒。河西西南G03成交楼面价43173元每平方米。雨花台区2宗地块也颇为抢手。其中，位于西善桥街道数字大道沿线的G05地块经过61轮竞价触顶进入摇号环节。

“多个城市推出了土地供应的明细清单，供应地块信息更加公开透明，这也让房企拿地更加有准备。南京本轮推出的13宗地块中有11宗是住宅用地，纯住宅用地占比高。落实解决老百姓住房需求问题，需要保障住宅用地供应充足。”

易居研究院研究总监严跃进在接受《证券日报》记者采访时表示。

7宗地块被国企央企取得

为了进一步优化营商环境，切

实减轻企业负担，3月2日，南京首轮土拍开拍前半个月，南京市规划和自然资源局印发了《南京市土地交易市场竞买保证金使用银行保函工作规则（试行）》的通知。经南京市政府同意，在原有以土地竞买保证金缴纳作为参加土地竞买履约保证的基础上，增加见索即付银行保函作为参加土地竞买的履约保证方式。此举为房企拿地减轻了资金压力。

诸葛数据研究中心监测显示，南京首轮土拍拿地房企中，国企央企占据半数以上份额，11宗地块中有7宗被国企央企收入囊中。民营房企出手也相当阔绰，伟星房产豪掷31亿元拿下河西西南G03地块。

“对比近期拍地的城市来看，

南京本轮土拍热度不俗，且溢价率赶超苏州今年首轮。同时从近期全国各地土拍表现来看，呈现出‘热点城市率先升温，楼市压力较大的城市暂时仍处于土拍平淡的瓶颈期’的特征。土地市场热度回升也将传导至楼市成交端，预计热点城市或将市场修复进程中率先企稳，且长期处于领先地位。”关荣雪表示。

诸葛数据研究中心数据显示，全国50家重点上市房企2023年1月份至2月份销售金额为6724.6亿元，销售面积为4254万平方米。从单月销售情况来看，2023年2月份50家重点上市房企销售金额为3838.6亿元，环比上升33%，同比上升24.6%；销售面积为2420.8万平方米，环比上升32.1%，同比上升7.3%。

盐湖提锂项目遇挫 西藏珠峰阿根廷孙公司环评报告被退

■本报记者 舒娅瑾

3月17日，西藏珠峰披露公告称，其实际控股的孙公司阿根廷锂钾有限公司（以下简称“阿根廷锂钾”）正在推进其迪亚布利洛斯盐湖（又名“安赫莱斯盐湖”）矿权组“年产5万吨碳酸锂盐湖提锂建设项目”的投资建设，由于“针对锂资源开采阶段的环境影响报告不满足最低要求”，该项目环评报告被退回并要求补充提交。

此前，西藏珠峰就曾因为盐湖提锂项目的进展不及预期而引发投资者不满和担忧。此次环评报告被退，公司的盐湖提锂项目进度是否会再被拖累、是否会影响到西藏珠峰正在推进的定向增发工作、公司将采取哪些措施推动项目进展受到市场关注。对此，《证券日报》记者致电西藏珠峰联络采访事宜，但截至发稿时，公司未作出回复。

作为A股“涉锂”公司之一，西藏珠峰的海外盐湖提锂项目一直备受市场关注。提交环评报告是推进公司的阿根廷“年产5万吨碳酸锂盐湖提锂建设项目”重要环节之一。2022年10月中旬，阿根廷锂钾向阿根廷萨尔塔省有关部门提交了环评报告并获得正式受理，然而时隔5个月后，环评报告最终未获得通过。

根据萨尔塔省有关部门出具的反馈意见，技术咨询团队认为，阿根廷锂钾针对锂资源开采阶段的环境影响报告不满足最低要求，因此建议退回补充更正，并要求其根据环评可行的开采计划，提交一份新的环境影响报告。

事实上，西藏珠峰的海外盐湖提锂项目近年来波折不断，公司先后与宋都

锂科、中电建国际等合作方“牵手”又“分手”。

看懂研究院一位关注锂盐产业链的研究员向《证券日报》记者表示：“西藏珠峰盐湖提锂项目进展屡次被延迟，可能与环保要求、技术难题、市场需求等多方面因素有关。公司应该加强技术研发和环保措施，提高项目的可行性和可持续性，争取早日实现项目落地。”

据悉，西藏珠峰已责成阿根廷锂钾及现场团队协同有关专业中介机构，按照环评报告的反馈意见进行问题分解回复。公司坦言，环评报告“仍存在再次反馈意见被要求补充材料，最终获批时间不及预期等风险”，而鉴于相关审核需要时间的不确定性，存在导致项目整体进展最终较预期计划延迟的风险。

首都经贸大学工商管理学院研究员肖旭向《证券日报》记者表示，目前锂电池行业总体呈现供不应求状态，相关技术要求也越来越高。国内企业在扩大产能的同时，也要在技术创新方面投入更大力度，防止由于技术问题可能导致的结构性产能过剩。

值得一提的是，西藏珠峰此前抛出了80亿元定增募资计划，其中38.5亿元的拟募集资金计划投资“阿根廷锂钾有限公司年产5万吨碳酸锂盐湖提锂建设项目”。西藏珠峰股东大会在今年2月份审议通过了延长非公开发行股票股东大会决议有效期和相关授权有效期的议案。在阿根廷锂钾的环评报告被退回后，西藏珠峰能否及时推进盐湖提锂项目和定增募资事项，《证券日报》记者将持续关注报道。

东方财富2022年净利润同比降0.51% 证券业务实现快速发展

■本报记者 周尚行

3月17日晚间，东方财富发布2022年年报。数据显示，2022年，东方财富实现营业总收入124.86亿元，同比下降4.65%；实现归属于上市公司股东的净利润85.09亿元，同比下降0.51%。

值得关注的是，东方财富旗下两大“王牌”子公司东方财富证券、天天基金为其贡献了不俗的业绩，上述两家子公司去年合计为东方财富贡献了124.81亿元的营业收入以及54.92亿元的净利润。

其中，东方财富证券2022年实现营业收入14.44亿元，同比增长11.57%；实现净利润52.78亿元，同比增长9.38%。报告期内，东方财富证券获准公募基金投顾业务试点展业资格；同时，资本市场活跃度较高，股票交易额同比大幅增加，公司证券业务实现快速发展。此外，东方财富证券公募基金投资顾问业务正式展业，同时获批基金托管业务资格，实现新突破。2022年，东方财富证券股票交易额19.24万亿元，市场份额进一步提升，证券业务相关收入同比略有增长。

天天基金方面，2022年实现营业收入43.37亿元，净利润2.14亿元。截至

2022年末，天天基金共上线152家公募基金经理人15768只基金产品，非货币市场公募基金保有规模5845亿元，权益类基金保有规模4657亿元。截至去年年末，天天基金累计基金销售额超过8万亿元。天天基金服务平台日均活跃访问用户数为213.66万。

东方财富不仅仅局限于证券业务，作为互联网财富管理综合运营商，其主要业务还包括金融电子商务服务业务、金融数据服务业务等。此外，东方财富2022年持续加大研发投入，研发费用高达9.36亿元，同比增长29.25%，研发投入占营业收入的比例提升至7.49%。其中，研发人员数量为2123人，同比增长1.38%。

东方财富表示，2022年，为进一步扩展和延伸财富管理产品与服务，推动国际化战略纵深发展，公司有序推进了瑞士GDR发行相关工作。此次发行在扣除发行费用后，将用于扩展和延伸财富管理产品和服务，加大研发技术的合作与投入，子公司增资及海外分支机构建设、满足日常业务发展需要，补充流动资金等，以进一步提高整体财富管理服务能力，巩固和提升公司市场地位。

新诺威去年净利润同比增84.70% 咖啡因量价齐升助推业绩增长

■本报记者 张晓玉

3月17日，新诺威披露2022年度业绩报告。数据显示，新诺威去年实现营业收入26.26亿元，同比增长42%，实现归属于上市公司股东的净利润7.26亿元，同比增长84.70%。此外，新诺威拟向全体股东每10股派发现金红利1.5元，每10股转增8股。

从主营业务来看，新诺威功能性原料产品实现营业收入22.43亿元，毛利率为38.34%；保健食品类产品实现营业收入3.29亿元，毛利率为79.39%。

在全球范围内，中国、印度和德国是全球咖啡因主要的供应地，其中，我国为咖啡因的最主要生产国，基本上由几家具备咖啡因定点生产资格的企业进行生产。

年报显示，新诺威是全球生产规模最大的化学合成咖啡因生产商，公司2023年度咖啡因生产计划获批16700吨。

作为新诺威主营产品之一，咖啡因去年价格持续高位运行。从销量来看，新诺威去年咖啡因销售14010.35吨，较2021年同比增长14.26%。

添翼数字经济智库高级研究员吴婉莹在接受《证券日报》记者采访时表示：“2022年受解热镇痛类药物的出口

及国内需求持续高涨，咖啡因价格全年处于高位。而去年新诺威的营收和净利润均实现同比大幅增长，主要受益于咖啡因价格和销量的同步上升；从毛利率来看，其主营业务在产业链地位较高，有溢价权。”

谈及未来发展规划，新诺威总经理韩峰表示：“公司将着力推动有水咖啡因质量研究与攻关，实现上市销售，为公司后续发展提供新动力。同时，结合客户需要以及市场开发需要，持续推进国外高端客户的市场开拓和注册更新，进一步扩大国外高端市场占有率。”

除了咖啡因类产品取得亮眼成绩单外，2022年新诺威还完成了对石药圣雪100%股权的收购。资料显示，石药圣雪主营业务为大健康领域功能性原料的研发、生产和销售，其主要产品为阿卡波糖原料及无水葡萄糖原料。

从业绩表现来看，石药圣雪去年实现营业收入5.26亿元，实现净利润9065.39万元，超额完成业绩承诺，完成率为111.22%。

韩峰表示：“通过本次交易，公司的业务布局进一步完善，公司资产规模显著增加，盈利水平进一步提升。同时可在未来以石药圣雪为生物技术平台，在功能性原料领域开拓更多的产品类型和业绩增长点。”

1.24亿元再揽129家门店资产 老百姓加速下沉三线至五线市场

■本报记者 何文英

连锁药房龙头企业老百姓的门店版图又将进一步扩大。

3月17日晚间，老百姓发布公告称，公司全资子公司安徽百姓缘大药房连锁有限公司（简称“百姓缘”）与交易对手方梁修军、程彬、何明贝、燕洪伟、燕传军以及安徽为百姓大药房医药连锁有限公司（简称“为百姓”）共同签署《股权收购协议》，并出资设立新公司。

新公司设立后，为百姓包括129家门店在内的全部业务和相关资产将注入新公司，然后由百姓缘购买重组后的新公司80%股权，收购价格为1.24亿元，资金来源为公司自有资金。

对于此次收购的意义，老百姓董

秘冯诗倪在接受《证券日报》记者采访时表示：“本次交易符合老百姓门店网络扩张聚焦优势市场及下沉三线至五线市场的发展战略规划，交易完成后，将进一步提高老百姓在安徽区域的市场占有率，有助于增强公司的盈利能力。同时，本次交易将有助于公司提高全国范围内的行业竞争力和品牌影响力，对于公司战略实施和长远发展具有重要意义。”

据了解，为百姓是安徽省安庆市区域头部连锁，在安庆市场具有较高的市场占有率。冯诗倪表示：“为百姓与公司积极拓展安徽市场，特别是皖中南市场的发展战略完全匹配，项目整体发展前景良好。”

公告显示，为百姓2022年营收为1.67亿元，经双方协商确定，为百姓重组后新公司100%股权定价为1.55

亿元，因此公司本次取得目标公司80%股权的收购价款为1.24亿元。

一位券商医药分析师在接受《证券日报》记者采访时表示：“近三年同行业交易规模接近的收购案例平均市盈率在25倍左右，老百姓此次收购为百姓129家门店，市盈率为15.89倍，资产估值低于行业平均值，且考虑到为百姓在安庆区域市场的占有率优势以及对老百姓的战略意义，本次交易估值具有合理性。”

值得关注的是，老百姓还公告了近12个月内未履行董事会审议程序的购买资产交易事项。其中泾县江南医药连锁有限公司100%股权收购、湖南老百姓仁仁药房连锁有限公司1.9383%股权收购、江苏普泽大药房连锁有限公司等控制的25家门店相关资产和业务收购、兴化市楚水大药

房连锁有限公司控制的20家门店相关资产和业务收购、三泰济生堂医药连锁有限责任公司49%股权收购均超过了千万级别，12个月内累计收购资产交易金额达到了3.13亿元。

资料显示，目前老百姓大药房营销网络已经覆盖全国20个省级市场、120多个地级以上城市。去年6月份，老百姓第一家门店落地湖南桃江县，成为首家门店数破万家的民营上市医药零售企业。去年12月份，在与众多国际机构投资者交流中，老百姓总裁王黎也明确表示未来并购依然聚焦于优势的“9+7”省域市场，持续提升市占率，夯实领先优势。在拓展的同时，公司也会注重下沉。“由于下沉市场老龄化程度更深、费用率更低、健康管理水平不及一二线城市等原因，发展空间更大。”

超30个品牌加入车市价格战 业界认为行业面临新一轮洗牌

■本报记者 赵彬彬 贺玉娟

汽车行业价格战正打得火热。据记者不完全统计，截至目前，已有东风汽车、比亚迪、长安汽车等超30个汽车品牌参与其中。

3月17日，《证券日报》记者来到济南市经十西路某4S店，工作人员对记者表示，“目前路虎揽胜极光（古铜特别版）优惠力度较大，分期付款的话，价格可以从42.98万降到29万元，降阶约14万元。”

在今年年初特斯拉中国宣布国产车型全系降价后，造车新势力市场份额被进一步挤占，蔚来、理想、小鹏的1月份交付量均出现环比下滑。此后，问界、小鹏汽车、长安汽车、广汽集团、上汽大众等纷纷加入价格战。

其中，近日一组关于“湖北史上

最强购车优惠季开启”的海报火爆全网，东风标致、东风雪铁龙、东风日产、东风风神等多个合资品牌热门车型宣布全系降价促销。其中，指导价21.19万元的东风雪铁龙C6最高补贴达到9万元，到手仅需12.19万元。

巨丰投顾高级投资顾问赵喜龙认为，“随着新能源汽车的技术不断成熟，市场渗透率不断提高，燃油车的销售压力越来越大，所以通过降价来消化库存、尽快回笼资金是必然趋势。”赵喜龙表示。

Co-Found智库秘书长张新原认为，各家车企的降价促使消费者购车意愿提升，一些原本还在观望的消费者被大幅度的降价吸引，刺激和加速了其购车计划。

广科管理咨询首席策略师沈萌对《证券日报》记者表示，“汽车生产

供应链长，整车企业的库存周转压力大，当汽车销售需求下滑时，为了缓解资金链压力，车企往往会推出优惠活动刺激消费意愿，而地方政府从扩大内需、提振消费的角度，也推出购车补贴，希望扩大消费规模拉动经济增长。”

市场认为，此次车企陷入价格战的直接原因是排放标准切换以及年初以来汽车需求疲弱所致。平安证券研报指出，受购置税减半退出及新能源车补贴退坡等因素影响，2023年以来汽车消费需求不足。2023年1月份至2月份我国汽车销量为362.5万台，同比下降15.2%，同期燃油乘用车销量仅219.3万台，同比下滑幅度超过25%。

此外，渐行渐近的“国六B”执行标准，促使一些车企加速去库存。而随着车企降价愈演愈烈，这场

价格战还能持续多久，成为市场关注的焦点。

在沈萌看来，降价的底线是成本，对于财务压力已经加大的企业来说，很难选择亏本销售，因此当库存压力减少后，降价行为就会减少。“车企竞相降价，一方面是缓解库存周期压力，另一方面也是对供给端进行调整，部分规模小实力弱的品牌会退出市场，最终优化汽车供给端的结构，恢复供需平衡发展。”

从行业竞争的角度来看，此轮车企降价也引发市场对行业加速洗牌的担忧。在Co-Found智库秘书长张新原看来，这对于汽车行业的长期整体影响依然具有不确定性。

华福证券表示，预计此轮价格战之后，新能源车将加速替代燃油车，具备推出“高产品力”车型能力，已经完成“渠道改造”的车企将最终胜出。