

北京奥运与中国经济·商业篇

奥运商品销售预计2008年将达80亿

奥运会带来的消费市场繁荣主要表现在两个方面:一是奥运商品特许经营创造的新的消费细分市场;二是旅游者增加为奥运会举办城市及举办国带来的消费增长。专家预测,2008年北京奥运会,奥运商品的销售规模将达到80亿元人民币。



北京王府井大街俯瞰(IC 供图)

消费驱动高峰和后续效应达4年

消费驱动主要体现在奥运会举办当年和后的三年。奥运会举办当年巨大的人流将对旅游酒店、交通运输行业形成巨大的需求,并衍生到商业零售、体育健身等服务行业。同时,奥运会的巨大注意力经济开始显现。企业会利用这个百年难遇的时机展开强大的广告营销攻势,从而推动广告传媒行业的繁荣。奥运会带来的消费驱动具有高峰效应和后续效应两种作用。一般而言,在举办奥运会当年形成消费服务需求的高峰,在次年可能形成低谷效应,但其后两三年往往会因为城市形象的提升而继续发挥其积极作用。

奥运商机促进零售业并购升级

2001年至2005年的5年间,北京市社会消费品零售总额的年均增长速度达到15%,是国内消费最为繁荣的城市之一。2006年国内消费品零售总额实现10年来最大增幅,消费升级正在延续,国内社会消费品总额达到7.6万亿。展望2007年,拉动消费、扩大内需将是2007年经济

工作重心之一,受奥运经济刺激,零售业有望继续保持稳定增长态势。

奥运商机促进零售业并购升级:零售业可以提供稳定的现金流,属非周期性行业,在我国经济稳定增长、通胀尚不明显的大环境下,有着良好的发展前景。未来5至10年是中国零售业并购的高峰期,国内外零售商借助奥运契机,进行行业资源整合并购,将是未来整个行业发展的主要趋势。

奥运经济对零售业的百货店、超市和专业专卖店三大业态的影响中,对百货店业态影响是最直接的,结合商业地产模式,此类业态有望在未来发展中占据主流。

奥运前三年商业零售增长加快

奥运拉动投资和消费需求的增长,传导至消费品市场,推动商业零售行业快速发展。据抽样调查,来京旅游者用于商品和餐饮的支出约占总支出的25%,旅游者创造的零售额占全市社会消费品零售额的比重约为15%。因此,旅游业的快速增长必将推动商业零售业的相应发展。此外,奥运热带来的奥运纪念品的销售,以及带动文化体育用品的消费,也为社

会消费零售额的增长做出相应的贡献。

从国际上看,奥运会确实对商业零售增长推动明显,而且可持续性很强。韩国、澳大利亚举办奥运之前的三年商业零售增长明显加快,举办当年仍然保持较高的增长速度,而举办之后的两年也维持上升趋势。

王府井和西单商场受益较明显

同样的,北京市社会消费品零售额近两年出现增长加快迹象。可以预计,随着奥运会的临近,这一趋势仍将持续。

在北京的零售类企业中,受益较为明显的是王府井和西单商场。2008年北京奥运会的召开使得王府井的民族品牌价值得以充分延伸和拓展,受益于旅游人数的增加,预计王府井老楼、北京双安商场、长安商场和东安市场的销售额将显著提升30%左右,带来净利润的更快增长。西单商场在本地也有3家门店,其本部商场调整逐渐完成,友谊商店重建迁回提升业绩,未来两年业绩将受益于奥运而持续改善。

申银万国研究所 廖绪发 中信建投 彭晓华

关注公司

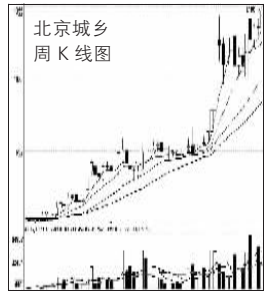
北京城乡 加大商业地产投资力度

2006年公司经营思路已作调整,将退出亏损严重的科技领域投资,转让相应公司股权,集中精力做大做强公司零售主业,并且加大对商业地产投资力度。为充分发挥公司资金存量优势,抓住2008年奥运会前北京房地产市场发展的商机,2006年公司向商业地产领域进一步延伸,先后投资中宇大厦及配套公寓项目的开发,并向酒店业拓展,而先前投资的军艺大厦、沈阳财富中心也进入投资收获期。商业地产受宏观调控影响小于住宅市场,在北京具有很大的发展空间,在商业地产的发展将是公司业绩增长的新引擎,将极大地提升公司的价值,预计商业地产占公司利润比例2007年为51%、2008年为57%。

公司走大众百货路线,共有3家门店,位置优越,均属于成熟门店,总营业面积超过4.6万平方米。北京奥运会的举办将惠及北京城乡,但奥运经济对公司业绩的拉动效果要逊于北京市核心商圈内的商业零售企业。公司主业成长性存在不足,公司积极寻求商业上新的突破。预计商业零售2007年、2008年实现12%、20%的增长。

预计2006年至2008年的净利润分别为0.73亿、1.05亿、1.51亿,年增长率分别为68.4%、44.4%、43.96%。

国金证券研究所 张彦

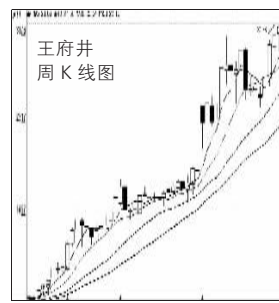


王府井 受益于奥运的中国第一百货

2007年公司将按照新一轮发展战略目标——打造中国第一百货,来确立王府井百货在中国百货行业的领导地位。为实现该战略目标,公司拟采取的经营手段主要包括与品牌供应商结成战略联盟、与地产开发商结成联盟合作开发门店,适当时机进行并购。

与百盛相比公司净利润率较低,除税收因素外,主要原因是:其一,公司门店分布仍然较为分散;其二,公司北京地区门店员工负担较重。以上问题将在2007年得到解决,同时随着公司门店经营管理日趋精细,公司净利润率将显著提升。

王府井为了迎接奥运的到来,在2004年已经针对奥运消费做了具体的行动规划。公司作为第一批奥运特许经营商品销售商,在奥运特许经营商品销售上已经抢占了先机,2006年特许经营商品销售额已经过亿元。随着



更多的奥运特许经营商品上市如黄金类奥运特许经营商品,公司奥运商品销售比重将显著上升。同时,公司还透露,2007年至2008年公司也有针对奥运的具体经营策略,预计将给公司带来较大的利润贡献。

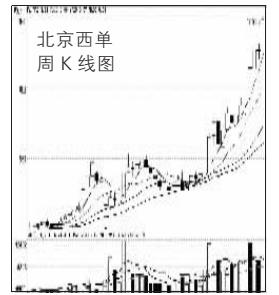
预计公司通过提升净利润率水平,可以保证2007年至2008年间的复合增长率达到150%以上,公司将在百货行业的黄金周期和奥运经济中显著获益。 广发证券 欧亚非

西单商场 奥运难给公司带来奇迹

公司核心门店历史悠久,但近年业绩并没有体现公司悠久的品牌和零售行业的景气状态,这表明:公司还处于2003年大调整失败的恢复之中;公司近年在外地的扩张效益还没有显现。

公司主要门店竞争力有待提升。公司自2004年以来在全国各地连续扩张开店,目前已经在北京和西部地区拥有百货门店6家、社区购物中心和超市6家的经营格局。但由于时间较短和经营的原因,这些外地百货门店中除新疆乌鲁木齐的门店实现盈利以外,其余均处于亏损状态;超市经营也没有取得预期的业绩。

北京奥运难给公司经营带来奇迹。2008年北京奥运会无疑会给商业零售、服务业的消费带来较大的促动,但基于以下的判断,公司难以从中获得较大的收益:公司定位于大众时尚百货,地域特色并不



明显:公司在北京仅有西单商场总店为百货店,其余门店均为社区购物中心或超市;基于王府井的品牌影响力以及步行街的优势,外地游客在北京旅游购物的首选是王府井地区而不是西单地区。

未来几年公司业绩将出现恢复性增长。随着亏损业务的减亏和清理,公司未来几年的收入和业绩将处于恢复性增长之中,预计公司2006年至2008年EPS分别为0.06、0.10和0.15元。 长江证券 邵磊重

Table with columns: 代码, 名称, 开盘, 最高, 最低, 收盘, 涨跌幅, 成交量, 中报(元/股), 中报(元/股). Lists various stocks and their performance metrics.

Table with columns: 代码, 名称, 开盘, 最高, 最低, 收盘, 涨跌幅, 成交量, 中报(元/股), 中报(元/股). Lists various stocks and their performance metrics.

Table with columns: 代码, 名称, 开盘, 最高, 最低, 收盘, 涨跌幅, 成交量, 中报(元/股), 中报(元/股). Lists various stocks and their performance metrics.

Table with columns: 代码, 名称, 开盘, 最高, 最低, 收盘, 涨跌幅, 成交量, 中报(元/股), 中报(元/股). Lists various stocks and their performance metrics.