

张忆东 李彦霖

策略研究员

021-3856 5932

zhangyd@xyzq.com.cn

想象 7000 万人的力量 世博主题茶话会会议纪要 上海.20090429

2009 年 4 月 29 日

投资要点

自年初以来，我们持续推荐上海本地股，并组织了数次上海本地股的联合调研。原因是上海正处于经济转型的关键时刻，2010 年上海世博会、两个中心建设(国际金融中心和国际航运中心)、南汇区并入浦东新区、崇明岛开发、迪斯尼项目、上海国资整合、上海产业结构调整等精彩分成

3 月底以来，我们持续以区域经济振兴和消费拉动为主线，推荐上海世博会主题投资的机会。4 月 29 日晚上，我们在上海举行世博主题茶话会，邀请了世博局资深专家、部分机构投资者参与交流，试图从世博会后期准备、举办期筹划、赞助商、消费拉动等多个角度，对世博会带来的投资机会进行深入探讨。

主要交流内容如下。

一、上海世博会的聚集效应到底有多大？

1. 人流效应：7000 万人次是保守估计

根据世博局的估计，上海世博将吸引 7000 万游客前来参观。7000 万游客是如何估计出来的？世博局资深专家为我们作了解答。情景模拟显示，3.28 平方公里的围栏区域（门票收取区）每天可接纳 40-80 万人，高峰期每天可达 80 万人，展期共 184 天，因此 7000 万人次（ 184×40 万）只是保守估计。

我们也认为 7000 万人低估了上海世博会的吸引力。以前几次综合型世博会的例子看，1970 年日本大阪世博会就吸引了 6400 万人。若取平均 60 万人次/天，粗略估计世博参观人数可达 1.1 亿。相对于 07 年 5 月-10 月的上海旅游人数增加 50%以上。

2、消费效应：巨大而精彩的世博园区，一周玩不够，留在上海来消费

世博局资深专家给我们详细介绍了园区的规模和布局，这将是有史以来规模最大的一届世博会。两年前，世博局的专家仔细参观了的西班牙专业类世博会，该世博会参会国家数仅上海世博会的一半，园区面积仅上海世博会的 1/13，但是，世博局的专家整整参观了一天才刚参观了一半的面积。照此类推，上海世博会一周玩不够。

3. 会展效应

据专家介绍，世博期间，将有 2 万多场国内国际活动 在上海举行。这对上海物流、旅游酒店、零售、餐饮将产生巨大的拉动作用。

二、场馆建设工作近尾声，世博会的后续重点投入

1、安防——水平甚至高于奥运会

很多人有误区，认为世博会的安防强度会低于奥运，其实不然。7000 万以上人次，涉及 200 多个国家和地区，并且，在世博会期间，各个国家的独立展示馆实行“境内领外”政策，类似外交领事馆待遇，因此，世博会的安防工作，政治敏感度、操作难度都较大，对安防系统的要求也更高。安防工作涉及以下几个层次。

区域：整个安防区域分为三个环，中心的 3.28 平方公里为围栏区域（核心参观区域）；3.28-5.28 平方公里的区域为普通园区，主要是停车、配送等服务区域；5.28 平方公里以外 6.29 平方公里以内的区域虽不是园区范围，但已进入控制区。由于园区横跨黄浦江，涵盖浦东浦西，因此，江面也属于安防区域。但是，届时黄浦江不会封航。

设备：安防设备不少向国内公司采购。比如，园区仅摄像头就 2000-3000 个，而且标准比较高，而这只是安防工作很小一部分。安防设备方面，央企、军企如**航天科工集团**涉及较多，而北京奥运的安防设备商对于世博的参与较小。需要注意的是，由于不是赞助商，世博会的设备提供商等不得以世博采购为自身宣传，因此，相关上市公司对于订单的对外发布将较为谨慎。

2、信息系统

信息系统可以分为三个层次。一是支持性应用，如联想是信息集成商。二是展示性应用，如四创电子涉及部分展示性应用，包括，升空气球监测场馆等，既是展示先进技术，又是安防系统的重要构成，该项技术在汶川地震寻找直升机残骸时也发挥了作用；科大讯飞等公司虽然没有直接参与世博，但是他们参与的国家 863 课题是服务于世博的。三是纯展示类的，如机器人等。

3、新能源

太阳能设备将在世博会广泛应用。最精彩的是，世博轴将利用玻璃的巧妙把顶层的阳光引至地下一层。世博园区将使用零排放的新能源汽车，由赞助商上汽通用提供；赞助商申能股份将提供园区太阳能供电系统。

三、世博会最精彩的是——吃、喝、住、行、玩乐及配套（主要是物流）

据专家介绍，世博会期间，上海市政府将致力于服务好游客，留住游客，借此机会，推动服务业产业升级。

1、门票：世博会的售票借助以下四家公司的渠道：交通银行、中国银行、中国移动、中国电信。世博门票采用电子芯片，芯片制造商是上海华虹。

2、传媒：世博会的媒体服务由文广集团（东方明珠）等提供。世博 IT 部分将在计算机报（塞迪传媒）上宣传。腾讯享有网上直播权。中国移动在世博期间将推出 3.5G 手机的试商用。

3、吃喝：伊利股份和可口可乐是世博会赞助商，因此，拥有排他性垄断供应权。

世博期间，园区内也可以供应其他品牌的饮料和饮品，但是需由这两家赞助商代理。炎热季节，至少 7000 万人次的消费量，对伊利股份的雪糕产品、酸奶等乳制品，将有巨大的带动作用。对于食品，目前尚没有特许供应商。

世博期间，园区外的外溢效应：上海饮食文化最具代表性的是黄酒配大闸蟹，金秋、桂香、菊黄、蟹肥、酒醇，即使只是对于黄酒的浅尝，7000 万人次对金枫酒业的拉动也不可小觑。

4、纪念品：海宝等世博纪念品的经销权，由新世傲公司、均瑶等高级赞助商买断。据悉，纪念品的价格在 20 元到上千元不等。20-100 元的低端纪念品的大众消费潜力可能更大。

5、住行：对于上海地区的酒店，世博是难得一见的好时光。锦江股份的酒店是世博局的推荐酒店，开往景区的大巴由锦江酒店提供；上海机场、东方航空等受益客流增加；锦江投资是主要的物流提供商；长江投资也有望获得部分物流业务。

6、保险：中国太保是主要的产险及寿险提供商。

四、赞助商

赞助商向世博提供实物及现金赞助，享有同类商品排他性垄断供应权。与上市公司相关的供应商包括：宝钢、上汽、东方航空、交通银行、中国石油、中能集团、伊利股份、中外运、上海城投等。其中

上汽集团：作为世博会汽车合作伙伴，世博期间将向园区提供零排放的新能源汽车（园区内大部分汽车都将是零排放的）；

伊利股份：如上所述，与可口可乐一起垄断园区内饮料经营权；

交通银行：售票以及发行世博信用卡等；

中能集团：世博期间园区内的太阳能供电系统；

中外运：世博期间的对外物流服务。

其他潜在供应商：LED、LCD、空调等项目尚在洽谈。

五、世博会结束后园区和场馆的安排

对于投资者较为关系的世博结束后园区的再开发，专家作了如下解释。

园区土地不属于世博局。园区里的场馆分三类处理：一是永久性场馆，包括四馆一轴（世博轴、世博中心、主题馆、中国馆和演艺中心），将永久保留；二是临时性的场馆，将拆除；三是部分临时性场馆，经参展国申请，可以异地建馆。因此，保留场馆之外的园区土地，可以再进行商业开发。

六、总结

世博会将是上海消费服务行业的盛宴，也是推动现代服务业升级的促发点。上海本地的旅游酒店、食品饮料、商业贸易、物流等行业都将极大地受益世博。重点推荐：

锦江股份、金枫酒业、百联股份、豫园商城、锦江投资、伊利股份、东方航空、东方明珠、上海机场、中青旅、新世界、青岛啤酒、友谊股份。

详细投资策略建议请参考：

《上海世博—超级消费嘉年华》20090421；

《上海——服务型城市的历史转折》20090326；

《大珠小珠落玉盘—区域经济系列报告》20090316

投资评级说明

行业评级 报告发布日后的 12 个月内行业股票指数的涨跌幅度相对同期上证综指/深圳成指的涨跌幅为基准,

投资建议的评级标准为:

推 荐: 相对表现优于市场

中 性: 相对表现与市场持平

回 避: 相对表现弱于市场

公司评级 报告发布日后的 12 个月内公司的涨跌幅度相对同期上证综指/深圳成指的涨跌幅为基准,投资建议的评级标准为:

强烈推荐: 相对大盘涨幅大于 15%

推 荐: 相对大盘涨幅在 5% ~ 15% 之间

中 性: 相对大盘涨幅在 -5% 部 ~ 5% 之间

回 避: 相对大盘涨幅小于 -5%

机构销售部

机构销售负责人

郭 锐

电话: 021-38565929

Email: guor@xyzq.com.cn

上海地区销售经理

邓亚萍

电话: 021-38565916

Email: dengyp@xyzq.com.cn

尹 莉

电话: 021-38565911

Email: yinli@xyzq.com.cn

北京地区销售经理

严长胜

电话: 021-38565936

Email: yancs@xyzq.com.cn

韩吟华

电话: 021-38565933

Email: hanyh@xyzq.com.cn

广东地区销售经理

严长胜

电话: 021-38565936

Email: yancs@xyzq.com.cn

朱元曦

电话: 021-38565941

Email: zhuyy@xyzq.com.cn

研究报告发布

杨 忱

电话: 021-38565915

Email: yangchen@xyzq.com.cn

重要声明

兴业证券系列报告的信息均来源于公开资料, 我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证, 也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。我们已力求报告内容的客观、公正, 但文中的观点、结论和建议仅供参考, 报告中的信息或意见并不构成所述证券的买卖出价或征价, 投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。