

武汉南国置业股份有限公司 2012 年度报告摘要

1、重要提示

1.1 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

1.2 大信会计师事务所为本公司 2012 年度财务报告出具了标准无保留意见的审计报告。

1.3 公司董事长许晓明先生、财务总监张军先生及会计机构负责人（会计主管人员）唐珂先生声明：保证本年度报告中财务报告的真实、完整。

1.4 本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

公司简介

股票简称	南国置业	股票代码	002305
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	谭永忠	汤伟	
电话	027-83983726	027-83988055	
传真	027-83988055	027-83988055	
电子信箱	ir@langold.com.cn	ir@langold.com.cn	

2、主要财务数据和股东变化

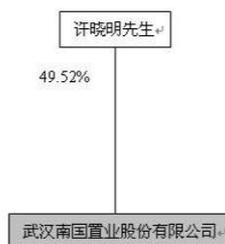
(1) 主要财务数据

	2012 年	2011 年	本年比上年增减	2010 年
营业收入（元）	2,208,993,164.06	1,017,944,667.88	117.01%	661,631,837.64
归属于上市公司股东的净利润（元）	445,508,023.95	293,972,564.36	51.55%	192,414,797.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	444,986,213.64	290,420,284.13	53.22%	191,648,703.64
经营活动产生的现金流量净额（元）	441,524,030.67	-833,651,253.94	152.96%	-519,195,153.94
基本每股收益（元/股）	0.46	0.31	48.39%	0.20
稀释每股收益（元/股）	0.46	0.31	48.39%	0.20
加权平均净资产收益率	23.3%	18.4%	4.9%	13.73%
	2012 年末	2011 年末	本年末比上年末增减	2010 年末
总资产（元）	6,498,100,124.03	4,848,260,426.25	34.03%	3,687,099,201.88
归属于上市公司股东的净资产（元）	2,118,152,948.70	1,732,133,299.75	22.29%	1,482,103,735.39

(2) 前 10 名股东持股情况表

报告期股东总数		19,780		年度报告披露日前第 5 个交易日末股东总数			16,868	
前 10 名股东持股情况								
股东名称	股东性质	持股比例	报告期末持股数量	报告期内增减变动情况	持有有限售条件的股份数量	持有无限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
							股份状态	数量
许晓明	境内自然人	49.52%	475,411,128	-8,997,384	356,558,346	118,852,782	质押	341,000,000
武汉新天地投资有限公司	国有法人	21.75%	208,810,656	0	0	208,810,656		
裴兴辅	境内自然人	1.86%	17,870,000	-29,639,600	0	17,870,000	质押	12,500,000
周道志	境内自然人	1.05%	10,070,000	-10,020,592	0	10,070,000		
武汉闻一多基金会	国有法人	1.04%	10,000,000	10,000,000	0	10,000,000		
许贤明	境内自然人	0.95%	9,134,848	2,000,000	0	9,134,848		
平安信托有限责任公司—新价值成长一期	境内非国有法人	0.66%	6,335,732	720,059	0	6,335,732		
王昌文	境内自然人	0.65%	6,274,200	-2,091,400	6,274,200	0	质押	5,820,000
沈杰	境内自然人	0.65%	6,200,000	6,200,000	0	6,200,000		
钟大庆	境内自然人	0.61%	5,817,400	5,817,400	0	5,817,400		
战略投资者或一般法人因配售新股成为前 10 名股东的情况（如有）	无							
前 10 名无限售条件股东持股情况								
股东名称	年末持有无限售条件股份数量	股份种类						
		股份种类	数量					
武汉新天地投资有限公司	208,810,656	人民币普通股	208,810,656					
许晓明	118,852,782	人民币普通股	118,852,782					
裴兴辅	17,870,000	人民币普通股	17,870,000					
周道志	10,070,000	人民币普通股	10,070,000					
武汉闻一多基金会	10,000,000	人民币普通股	10,000,000					
许贤明	9,134,848	人民币普通股	9,134,848					
平安信托有限责任公司—新价值成长一期	6,335,732	人民币普通股	6,335,732					
沈杰	6,200,000	人民币普通股	6,200,000					
钟大庆	5,817,400	人民币普通股	5,817,400					
丰和价值证券投资基金	5,543,768	人民币普通股	5,543,768					
前 10 名无限售流通股股东之间，以及前 10 名无限售流通股股东和前 10 名股东之间关联关系或一致行动的说明	无							
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无							

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



3、管理层讨论与分析

一、管理层讨论与分析

(一) 市场环境变化及管理层看法

2012年，中国经济遭遇了始料未及的困境，问题既来自于外部，也来自于内部：外部环境方面，欧债危机不断反复，发达国家经济分化加剧，大多数新兴市场国家经济增长放缓或持续低位运行，全球经济增长明显放缓；内部环境方面，近年来国内生产要素成本持续上涨，使传统制造业和出口面临重压，加上房地产市场调控的持续，多方因素合力之下，经济增长面临较大下行压力，GDP增速持续放缓，三季度跌至7.4%，形势严峻程度一度超过预期。四季度起，国内经济出现了比较明显的复苏，其主要推动力来自于两个方面：其一，地方基础设施建设强劲增长，拉动固定资产投资快速回升；其二，房地产市场企稳上行，带动建设活动温和回升。2012年实现国内生产总值519,322亿元，同比增长7.8%。城镇居民人均可支配收入24,565元，同比增长12.6%；全国社会消费品零售额207,166亿元，同比增长14.3%；固定资产投资364,835亿元，同比增长20.6%。

2012年是房地产行业全面回稳的一年。由于前期调控成效基本得到了中央层面的肯定，相比2010-2011年多轮次、力度不断升级的政策调控，2012年没有出台新的调控政策。尽管中央层面对调控的口风一直维持在相对严谨的层面，但相关地方政府为支持合理自住需求，出台了调整普通住宅标准、公积金、信贷优惠等温和的调整政策。2012年全国有28个城市先后对公积金贷款政策进行了调整，方式从年初时相对较轻的延长贷款年限、增加贷款上限，到下半年后下调首套房、二套房公积金贷款首付比例。在货币政策方面，随着银行存款准备金率的下调及降息，紧缩的货币政策开始松动，信贷投放也以5月份为分水岭呈现先稳后增，全年新增约8.5万亿的规模。在此背景下，购房者观望情绪逐渐缓解，大量抑制的刚需入市购房，推动了2012年房地产市场的持续复苏，房地产市场企稳回升的态势十分明显。2012年全年商品房销售面积111,304万平方米，同比增长1.8%，商品房销售额64,456亿元，同比增长10.0%。其中，住宅销售面积增长2.0%，办公楼销售面积增长12.4%，商业营业用房销售面积下降1.4%；住宅销售额增长10.9%，办公楼销售额增长12.2%，商业营业用房销售额增长4.8%。

2012年，社会消费品零售总额207,166.7亿元，同比名义增长14.3%，比上年同期回落2.8个百分点。按消费形态分，餐饮收入23,282.7亿元，同比增长13.6%；批发零售183,883.9亿元，增长14.4%。在商品零售中，限额以上企业(单位)商品零售额93,330亿元，同比增长14.8%，其中，家具类增长27.0%。

2012年的行业政策环境和发展态势验证了公司管理层年初的判断。公司管理层认为：经历了2012年的

触底回稳，政府对一二线核心城市的调控思路也由“抑需求”逐渐转向“增供给”，地产行业未来的发展形势趋向乐观。政府在十八大的工作报告中首次提出了城镇化、工业化、农业现代化和信息化四化同步发展的理论：工业化为城市提供更多的非农业就业机会；农业现代化提高农村劳动生产率、进而释放更多的农村人口，更可在部分农村实现大型产业结合的经营模式，推动农村直接升级为城镇；信息化则是促进工业化和农业现代化更好更快实现的重要推手。综合来看，将工业化、农业现代化和信息化和城镇化进程捆绑在一起，已经成为未来我国促进更有质量城镇化的基本国策。城镇化短期拉动的仍是地产和基建投资，而长期看将是促进消费，改善经济结构的重要途径，将为房地产市场尤其是商业地产创造更多有效需求。

对未来的行业政策和市场环境，公司管理层认为：2012年下半年的上行趋势将在2013年得以延续，2013年整体市场将好于2012年，但限购限价政策短期内不会放松，不同城市、物业、企业的分化将进一步加剧，未来的行业竞争主要是拼战略、拼模式、拼资本、拼管理、拼人才。公司经过十五年的辛勤耕耘，形成了较为成熟的地产研发、商业物业开发与运营和资源整合的经营模式，商业开发运营管理人才储备丰厚、人才成长迅速、团队稳定成熟，具备了同时运作多个大型商业综合体项目的的能力。2012年底成功引入央企中国水电建设集团房地产有限公司（以下简称“中国水电地产”），实现了民企软实力和央企硬禀赋的高效结合，将彻底突破公司自身成长和区域扩张的瓶颈，大幅提升公司的竞争实力。在中国今后20年实现经济结构转变、扩大内需、改善民生、保持经济持续增长的背景下，城市化进程的加速、居民收入的持续增长及消费结构的优化升级等支撑商业地产行业发展的三大基础条件在相当长的时期内不会发生改变，商业地产行业在未来较长的时间内仍将处于快速发展的时期，公司对于未来商业地产的发展保持积极乐观。

（二）报告期内公司总体经营发展情况的回顾

1、公司总体经营情况

2012年是公司继2011年实现跨越式发展后经营管理再上新台阶的一年。公司秉承“建设精彩城市生活”的企业使命，以对公司文化的认同与遵从为内在约束、以制度与流程的完善与执行为外在约束、以事业部制和项目部制作为组织方式、以目标绩效管理作为评价奖惩工具，坚持走价值创造之路。实施“一个中心、两个基本点”的经营策略，即以确保企业经营性现金流为中心，强化成本控制，拓宽融资渠道，实现公司筹融资与商业模式的匹配；以产品和投资人为两个基本点，深入研究消费者和投资人的需求，不断提升城市广场和家居广场两条主要产品线的开发营运能力，加大新产品线的研发和已有产品线的创新，主动应对复杂多变的市场形势，及时调整开发节奏和营销策略，持续提高管理效率和经营效益，再次实现了经营业绩大幅度增长，各项经营指标再创历史最好水平。

2012年，公司累计销售金额30.46亿元，主要销售项目六个，分别为大武汉家装二期——灯饰馆、家居馆，南国花郡，荆州南国城市广场一期，洪广SOHO（原悦公馆），汉口城市广场一期；实现营业收入22亿元，同比增长117.01%；实现利润总额6.07亿元，同比增长46.03%，归属于上市公司股东的净利润4.46亿元，同比增长51.55%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润4.45亿元，同比增长53.22%；每股收益0.46元，同比增长48.39%；公司总资产64.98亿元，同比增长34.03%；归属于上市公司股东的所有者权益21.18亿元，同比增长22.29%。

2012年，公司主要销售结转项目为大武汉家装二期——灯饰馆、家居馆，南国花郡，销售面积19.31

万平方米；存量房销售5113.22平方米，分别为风华天城、北都城市广场、南湖都会等。实现销售收入214,748.88万元，租金及管理费收入6,150.44万元。商业运营管理项目有南湖都会、大武汉家装一期、西汇城市广场一期、南湖城市广场、首义汇、北都城市广场及大武汉家装二期家居馆等，商业营运面积共计35.62万平方米。

2012年，公司在建项目八个，在建面积为89.45万平方米；其中续建项目七个，分别为洪广SOHO项目3.39万平方米，大武汉家装二期——灯饰馆、家居馆17.83万平方米，西汇城市广场二期14万平方米，南国中心一期11.13万平方米，南湖花郡9.2万平方米，汉口城市广场一期20万平方米；新开工项目一个，为荆州南国城市广场一期13.9万平方米。竣工项目三个，为南湖花郡和大武汉家装二期——灯饰馆、家居馆，竣工面积27.03万平方米。

2012年在建项目一览表

序号	项目名称	地理位置	建筑面积 (万平方米)	备注
1	洪广SOHO	市级商业中心核心地段	3.39	续建
2	大武汉家装二期家居馆	古田商业副中心	8.83	续建
3	大武汉家装二期灯饰馆	古田商业副中心	9	续建
4	西汇城市广场二期	古田商业副中心	14	续建
5	南国中心一期	市级商业中心核心地段	11.13	续建
6	南湖花郡	南湖商业副中心	9.2	续建
7	汉口城市广场一期	后湖商业副中心	20	续建，权益面积14万方
8	荆州南国城市广场一期	荆州沙北核心区	13.9	新开工

公司2012年经营管理工作：

(1) 主动应对复杂多变的市场形势，及时调整经营策略，加快项目实施进度

在项目销售方面，公司秉承建设精彩城市生活的愿景，更加重视每一个项目的价值发现和价值创造，凭借较好的营销功底、良好的市场口碑，辅以准确的市场客户细分、严密的开盘组织等手段，实现了南国花郡项目开盘当日销售率达82%的业绩；荆州南国城市广场作为荆州的第一个城市综合体项目，成功嫁接了南国商业地产的品牌优势和大武汉家装商业资源优势，一入市就成为荆州市场的明星项目，市场占有率达到25%。2012年，公司整体销售额均已超过年初目标，较好的挖掘了项目的商业价值，并通过标准化模块化的精细管理，保证各项目资金快速回笼。

在项目开发方面，根据对不同项目商业模式的定位，确定了相应的开发管理模式，例如荆州项目快速周转的开发模式、南国中心做精品的模式；开发管理策划更加系统化；开发计划管理及执行控制能力进一步提升，确保了南湖花郡和大武汉家装二期——灯饰馆、家居馆项目如期竣工，实现了2012年的经营业绩目标，也为公司未来几年经营业绩的实现打下了良好的基础。

(2) 更加注重价值创造能力，持续提高商业营运的精细化管理水平

2012年，随着首义汇、北都城市广场、大武汉家装二期家居馆开业运营，公司投入运营的项目本年度

达到七个，累计运营面积达到35.62万平方米；其中，南湖都会运营面积3.27万平方米，西汇城市广场一期运营面积4.16万平方米，大武汉家装一期运营面积10.63万平方米，南湖城市广场运营面积3.47万平方米，首义汇运营面积3.35万平方米，北都城市广场运营面积5.74万平方米，大武汉家装二期家居馆运营面积5万平方米。

南湖都会：本着进一步完善项目商业动线，丰富业态品类，增加顾客逛街的连续性的原则，再次进行了一系列的动线改造和业态调整，引进了与项目定位符合的品牌商户，项目作为南湖花园社区居民生活舞台、社区购物及休闲中心的地位进一步得到巩固。2012年南湖都会项目整体平均租金相比2011年增长15.7%。

大武汉家装一期：根据公司发展战略，结合自身实际情况及建材行业整体经营环境，将“创建一个集建材、灯饰、家居、软装于一体的整体家居方案解决平台”作为项目发展方向，紧紧围绕“调整”开展一系列工作，即引进具有良好发展前景的新兴品类；扶持市场原有弱势品类做大做强；推动原有强势品类更加强势，有效实现各品类均衡发展及品牌之间的良性互动，同时加强空间的丰富性建设，使大武汉家装真正成为集“建材、灯饰、家具、软装”四位一体的选择性丰富、时尚新品汇聚、购物环境舒适的整体家居方案解决平台，助力江城市民实现美好家居梦想。

2012年，大武汉家装销售额、市场知名度及提及率、辐射半径及外埠影响力、客单价均有增长。项目整体运营与发展业绩平稳，传统强势品类依然领先，新兴强势品类异军突起。

西汇城市广场一期：作为汇聚购物、餐饮、休闲、娱乐等业态的古田城市商业副中心，持续优化品类布局，协同各品牌效应，进行商业规划及商户调整，在年度平均租金上涨9.71%的同时，项目出租率、租金收缴率、收缴及时率全年保持100%，项目商业氛围得到了进一步的丰富，商业价值进一步得到提升。

南湖城市广场：紧紧围绕创建一个富有城市生活魅力和活力，汇聚购物、餐饮、休闲、娱乐等业态与功能复合的大南湖商业中心，帮助市民享受精彩城市生活的项目使命开展各项工作。2012年南湖城市广场项目整体平均租金相比2011年增长12.14%。

首义汇：旨在打造武昌乃至武汉市品质休闲、情调休闲首选地，采用亲切的开放式休闲街区形态，将历史人文氛围、商业活力与新首义广场和谐相融，是武汉首个纯粹lifestyle休闲游憩街区。

北都城市广场：以超市和影院为主力，集合零售、特色餐饮、儿童功能店、社区服务类等业态形式，满足商圈内居民购物、聚会、娱乐等需求，致力于打造后湖商业副中心领先的综合型购物中心。

大武汉家装二期家居馆（月星家居武汉店）：定位于中、高端的家居专业卖场，客户以大武汉家装中、高定位的建材消费者为主，同时满足高端消费者的选择。该项目已于2012年12月23日开业，开业效果超出预期，开业当天客流量及销售额均得到了月星家居集团认可。

（3）审慎获取符合公司发展战略的优质土地资源，增强持续发展能力

在调控持续，行业低迷的背景下，公司坚持以武汉市内规划核心商圈、轨道交通重要节点和湖北省内重要地级市项目资源为目标获取符合公司战略方向的优质土地储备。2012年取得雄楚广场项目用地，新增规划建筑面积29.88万平方米，锁定了1个武汉市战略项目、1个湖北省地级市战略项目。

（4）不断提升融资管理能力，保障资金需求

2012年，筹资结构得到了进一步优化，融资成本持续下降，融资管理能力显著提高。信托融资占比下

降至17%，比2011年下降27个百分点；长期借款占比上升至63%，比2011年上升23个百分点；综合融资成本较2011年有较大幅度的下降。

(5) 项目部制为主的组织架构得到了进一步确认

2012年，项目部制得到了全面的推行，积极推动了公司业务的快速发展，已经被证明是符合公司实际的非常有效的组织形式，项目部制将在很长一段时间内能容纳公司快速发展需要。

(6) 品牌建设进一步强化，品牌影响力持续提升

公司经过十五年的品牌建设，形成了以“建设精彩城市生活”为愿景，以“敬业、诚信、学习、理想”为核心文化理念，以“专注于商业地产的开发与运营”为核心竞争力的品牌战略，形成了“中心级商业、区域及社区型商业、LIFESTYLE休闲游憩街区、家居专业市场”等丰富的产品线，并围绕产品线，实施品牌规划。通过品牌与项目互动互促及品牌牵头多项目联合等方式，以品牌提升项目价值，以项目丰满品牌价值。经过多年的品牌建设和诚信稳健的项目运作，公司的品牌价值获得了投资人的高度认可及评价，各项目老业主重复购买和推荐购买比例较高，公司已成为武汉商业地产的领头品牌。

(7) 大力实施人才培养及推进股权激励，加强团队建设

为适应公司业务快速发展需要，2012年，公司继续推行以“一对一”人才培养为核心的人才梯队建设制度，并围绕“一对一”人才培养实施了多层次、多途径的人才培养措施。公司人才培养体系更加完善，构建了与公司发展相适应的人才梯队。

2012年，公司完成了预留期权的授予，扩大了激励对象范围；公司首期股票期权符合行权条件，并成功采取自主行权方式行权，激励与约束相结合的长效激励机制更加完善。

(8) 认真履行公民的社会责任

2012年，公司累计捐资48.33万元，公司连续第10年向公司在武汉大学设立的武大弘毅助学基金捐资30万元，资助200名特困大学生完成学业；向刘道玉基金会捐资9.33万元，专项用于资助乡村教师培训等。2012年公司大武汉项目被搜房网评为最具投资价值商业地产，洪广SOHO项目被湖北地产年会评为2012年度湖北最具投资价值楼盘，汉口城市广场被湖北地产年会评为2012年最佳城市综合体。公司2012年再度被深交所授予“信息披露直通车”资格。

2、公司主要财务指标完成情况

(1) 主要会计数据

单位：元

	2012年	2011年	本年比上年增减(%)	2010年
营业总收入(元)	2,208,993,164.06	1,017,944,667.88	117.01	661,631,837.64
利润总额(元)	607,137,040.86	415,749,678.51	46.03	259,684,687.06
归属于上市公司股东的净利润(元)	445,508,023.95	293,972,564.36	51.55	192,414,797.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	444,986,213.64	290,420,284.13	53.22	191,648,703.64
经营活动产生的现金流量净额(元)	441,524,030.67	-833,651,253.94	152.96	-519,195,153.94
	2012年末	2011年末	本年末比上年末增减(%)	2010年末

总资产（元）	6,498,100,124.03	4,848,260,426.25	34.03	3,687,099,201.88
归属于上市公司股东的所有者权益（元）	2,118,152,948.70	1,732,133,299.75	22.29	1,482,103,735.39
股本（股）	960,000,000.00	960,000,000.00		480,000,000.00

（2）主要财务指标

单位：元

	2012年	2011年	本年比上年增减（%）	2010年
基本每股收益（元/股）	0.46	0.31	48.39	0.20
稀释每股收益（元/股）	0.46	0.31	48.39	0.20
扣除非经常性损益后的基本每股收益（元/股）	0.46	0.30	53.33	0.20
加权平均净资产收益率（%）	23.30	18.40	4.90	13.73
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率（%）	23.27	18.18	5.09	13.67
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.46	-0.87	152.87	-0.54
	2012年末	2011年末	本年末比上年末增减（%）	2010年末
归属于上市公司股东的每股净资产（元/股）	2.21	1.80	22.78	1.55

二、 对公司未来的展望

（一）公司所处行业发展趋势及市场格局

2013年是党的新一届领导集体上任后的第一个完整的财政年度，其“稳增长”力度预计将会超过2012年，中国经济将暂时走出增速快速下滑的局面，但在稳定增长中寻求结构转型的基调不会改变。未来中国经济增长模式必须从依赖出口转变到依靠内需上来，而城镇化正是我国最大的内需。由此可见，在未来十年，中国的城镇化进程将继续提速。

公司管理层认为，2013年调控主基调不会出现逆转，限购政策将继续执行，但房地产政策面仍然存在松动的压力和动力，改善、投资类物业销售状况将在2012年下半年基础上继续好转。随着城镇化进程的推进，新增住房需求、改善性住房需求及投资类物业需求将会持续增加，房地产业尤其是商业地产仍然处于重要发展期。在城镇化进程的加快、居民收入的持续增长及消费升级的背景下，商业地产将迎来巨大发展机遇；再加上通胀导致投资需求的快速上升、投资渠道狭窄及首选固定资产的投资习惯等因素，必然会持续增加对商业物业的需求。尽管众多房地产企业因调控而转战商业地产或加大商业地产投资，使得商业地产供给量迅速增长，竞争加剧，但公司秉承以商业地产开发和运营为主业的综合性物业发展战略，通过多年耕耘，运营模式及产品线日趋成熟，品牌影响力持续提升，在未来的商业地产发展中先发优势明显。

公司管理层认为，作为一家以武汉市为核心发展区域商业地产开发和运营企业，武汉市的经济发展及城市价值的提升对公司的未来发展有着关键性的影响。2012年武汉商品住宅销售面积1336万平方米，同比增长24.24%；销售金额852亿元，同比增长23.59%；商业物业成交量为119.65万平方米，较去年增长近38%。武汉市立足建成国家级中心城市，已步入全面快速发展轨道，计划十二五期间经济总量实现翻番，2016年生产总值将超过1.3万亿元，社会消费品零售总额超过6000亿元，重回国家一线城市行列。从长远发展看，

武汉房地产市场需求依然旺盛，市场发展潜力持续增加，武汉市房地产市场的基本面仍然趋好。随着武汉市城市地位、价值的提升及快速发展的轨道建设将为公司商业地产的开发和营运提供巨大的发展空间。

2012年底，公司基于优化股权结构及长远战略的考虑成功引入央企中国水电地产，中国水电地产是获准保留房地产开发业务的16家央企之一，是中国水利水电建设集团公司的直属企业，拥有房地产开发企业壹级资质，资信等级AAA级，是中国建设银行总行级的重点客户。尽管其地产业务起步稍晚，但发展迅速，截至目前，中国水电地产已进入北京、唐山、抚顺、成都、绵阳、都江堰、长沙、武汉等城市进行房地产开发，形成了以“京津冀都市圈”、“成渝经济区”、“长株潭城市群”、“武汉城市圈”、“环渤海经济圈”等城市群为核心多项目、跨区域战略格局，拥有的土地规划建筑总面积超过700万平方米。中国水利水电建设集团公司已大力介入重点城市的轨道交通建设，在获取轨道交通物业项目用地方面具有相当的优势，出于对房地产行业的长期看好及对南国置业商业地产运营模式与管理团队的认同，中国水电建设集团大力支持中国水电地产入股南国置业。中国水电地产入股公司后将从稳定的低成本融资渠道、项目资源获取等方面支持公司商业地产的开发建设，尤其是地铁上盖物业的开发方面，同时中国水电地产也将最大限度保护并支持公司高效的管理运营和激励机制，以期将央企地产资本和资源优势同南国置业在商业地产开发运营方面的专业能力和团队有效结合，进一步推进南国置业的区域深耕、模式复制，促进南国置业和中国水电地产良性发展，为公司创造更大的业绩。公司管理层认为，高质量商业地产项目未来空间依然广阔，公司将一如既往地朝这个目标奋力迈进。

（二）公司面临的主要风险和竞争优势

行业竞争风险

未来将会有更多实力雄厚的房地产企业进入商业地产领域，商业地产行业的竞争将进一步加剧。

政策风险

房价的持续上涨如超出政府“底线”，可能导致新的调控政策出台。限购政策、房产税的改革试点推进，可能给公司的销售情况带来变化，最终影响公司销售预期和毛利率。

管理风险

随着公司经营规模的不断扩大，管理幅度及难度也不断增加，如不能及时应对和解决，将给公司带来一定的管理风险。

经营风险

在开发环节，由于房地产开发涉及到多个环节，在项目的开发过程中可能面临建筑材料价格波动、城市建设及城市规划调整等诸多不确定性。如不能及时应对和解决，将对公司项目开发周期、经营业绩和财务状况产生一定的影响。在商业营运环节，如出现区域人口变迁、商户经营不善或营运管理人才短缺，有可能对商铺出租率和租金水平产生不利影响。

财务风险

如果未来销售回款达不到预期或者融资不畅，公司将面临一定的财务风险。

文化及经营理念融合风险

中国水电地产入驻公司后，必然面临企业文化及经营理念的交汇与碰撞。如不能妥善继承、融合、提

升及发展，公司将面临文化及经营理念的融合风险。

2012年，公司继承和发展了十余年积淀的“敬业、诚信、学习、理想”的企业文化和核心竞争优势，为公司实现持续、稳健发展奠定了基础：

持续提升的价值创造能力

经过多年商业地产开发运营实践和积累，公司已经成长为区域有影响力的商业地产开发商和运营商，在商业地产“空间”和“内容”规划及有效编织商户组合实现商业项目定位等方面的认知和解决问题的能力不断增强，商业开发运营管理团队成长迅速，具备了同时操作多个大型商业综合体项目的能力。

日趋成熟的运营模式及丰富的产品线

经过多年的耕耘，公司已形成了成熟的商业地产开发运营模式，城市广场和家居广场两条主要产品线的开发营运能力及品牌影响力不断提升，并已具备快速复制的能力及条件。

持续优化的股权结构及优质股东

2012年底，公司基于优化股权结构及长远战略的考虑成功引入央企中国水电地产，中国水电地产合计持有公司 29.75%的股份。中国水电地产承诺，将利用自身资源和资本优势，积极推动南国置业业务的发展，并在可能与南国置业存在竞争的业务领域中出现新的业务发展机会时，给予南国置业相应优先发展权，最终达到促进南国置业和中国水电地产良性发展、为股东创造更大回报的目的。

优质的土地储备

公司目前储备项目建筑面积约 120 万平方米，均位于武汉市规划的中心商业区和市级商业副中心区的重要节点上、地铁换乘枢纽和地铁覆盖位置及省内二线城市的核心区域。中国水电地产的入驻必将大幅提升公司获取重要交通节点特别是沿城市轨道交通站点区域大型综合体开发用地的实力。

高忠诚度的客户资源和丰富的商户资源

成熟的商业开发运营能力确保了公司商业地产项目的成功，实现了公司、业主和商户多方共赢，获得了业主和商户的信任，老客户重复购买和推荐购买比例稳步提升。公司与沃尔玛、大润发、家乐福、月星家居、肯德基、麦当劳、百安居、星巴克、苏宁电器、工贸家电、屈臣氏、金逸影城、横店影城等国际国内知名企业和阿迪达斯、耐克、周大福、诺贝尔、TOTO、科勒、CK、柏丽莎等知名品牌建立了战略合作关系。

（三）公司未来发展战略和 2013 经营策略

随着中国水电地产的入股带来的央企地产资本和资源优势，公司面临的新的形势，公司的发展战略将逐步转向核心城市重要交通节点特别是沿城市轨道交通站点区域大型综合体物业的开发与运营，以大力加快发展步伐，迅速增强公司的市场影响及竞争力。公司将围绕全面提升业务素养来迎接更大的挑战。公司将借助中国水电地产在工程管理方面的优势，加快融合，引进人才，以迅速提升公司的开发能力；在继承及保留自身创新文化的同时，切实加强基础管理能力，为公司的持续高速发展奠定坚实的基础。

主要经营计划：

2013 年在建总建筑面积计划达到 122.9 万平方米，在建项目达到 9 个。其中，续建建筑面积约为 62.42

万平方米，续建项目 5 个（西汇城市广场二期、南国中心一期、汉口城市广场一期、洪广 SOHO、荆州南国城市广场一期）。

计划新开工建筑面积约 60.48 万平方米，新开工项目 4 个，分别为南国中心二期、荆州南国城市广场二期、汉口城市广场二期、雄楚广场。

计划竣工项目 4 个，竣工建筑面积 51.29 万平方米，为汉口城市广场一期、西汇城市广场二期、洪广 SOHO、荆州城市广场一期。

在项目拓展方面，2013 年计划获得 3-5 个项目，取得和锁定 50-100 万平方米的规划建筑面积。

4、主营业务情况

(1) 主营业务（分行业）

单位：元

行业名称	本期发生额		上期发生额	
	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本
房地产	2,208,605,764.06	1,192,154,222.92	1,017,169,867.88	400,254,837.69
合计	2,208,605,764.06	1,192,154,222.92	1,017,169,867.88	400,254,837.69

(2) 主营业务（分产品）

单位：元

产品名称	本期发生额		上期发生额	
	营业收入	营业成本	营业收入	营业成本
物业销售收入	2,147,488,809.00	1,160,540,071.12	961,482,251.51	379,284,403.16
出租收入和物业管理费收入	61,116,955.06	31,614,151.80	55,687,616.37	20,970,434.53
合计	2,208,605,764.06	1,192,154,222.92	1,017,169,867.88	400,254,837.69

5、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

无

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

无

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

本期新纳入合并范围的子公司

名称	期末净资产	本期净利润

荆州南国商业发展有限公司	60,159,248.66	-39,840,751.34
荆州大本营商业管理有限公司	4,981,538.09	-18,461.91
武汉南国洪创商业有限公司	101,188,414.87	1,188,414.87

(4) 董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

不适用

(5) 对 2013 年 1-3 月经营业绩的预计

2013 年 1-3 月预计的经营业绩	归属于上市公司股东的净利润			
	净利润同比上升 50%以上			
2013 年 1-3 月净利润同比变动幅度的预计范围	归属于上市公司股东的净利润比上年同期增长幅度为：	90.00%	~~	100.00%
2012 年 1-3 月经营业绩	归属于上市公司股东的净利润（元）	10,418,312.66		
业绩变动的的原因说明	可售物业较上年同期增加。			

武汉南国置业股份有限公司董事会

二〇一三年二月五日