

三家中小板公司 今起招股

证券时报记者 黄丽 陈勇 陈轲

雷柏科技 (002577) 今日招股,首次公开发行3200万股A股,并于4月13日至4月15日在北京、上海、深圳三地开始询价路演,网上路演时间是4月19日。

作为国内无线键鼠领导品牌,2010年8月27日,雷柏科技无线外设制造项目(雷柏工业园项目)在深圳奠基,新工业园投产后,将可形成年产3000万套以上外设产品的产能,成为全球最大的集无线外设产品生产、产品研发、营销及信息平台为一体的多功能基地。上市后,公司将募集资金投资于键鼠产品建设项目、音频产业化项目、无线游戏手柄产业化建设项目、技术中心建设项目以及营销总部及信息平台建设项目。

闽发铝业 (002578) 今起招股,公司本次拟公开发行4300万股A股,占发行后总股本的比例为25.03%,发行后总股本为17180万股。闽发铝业是海西板块的铝型材龙头企业,公司产品分为建筑型材和工业型材,在海西经济区内具有明显的竞争优势,福建省市场占有率为21.14%。公司本次募集资金将投放于4万吨铝合金型材生产线项目,预计投资项目达产后,年新增产能约为4万吨。

通达动力 (002576) 今日公布招股意向书,公司预计发行不超过3200万股。通达动力专业从事电机定转子冲片和铁心的研发、生产、销售和服务,2007年~2009年,归属于母公司所有者的净利润分别为3339.68万元、4012.98万元和3819万元。此次募集资金将投入风力发电机、电机定转子铁心制造项目和扩建电机定转子冲片、铁心及模具制造项目,拟投入的募集资金为2.78亿元。

怡亚通新兴业务翻倍 转型升级加速

证券时报记者 马宇飞

供应链服务商怡亚通(002183)日前披露2010年年度报告。过去一年,公司实现整体业务量325.66亿元,同比增长了33%;其中传统的广度供应链业务为272.81亿元,同比增长23%。而公司的新兴业务——产品整合业务和深度供应链业务,则分别同比增长了108%、167%,达21.8亿元和31.05亿元;业务量占比分别由4.30%和4.77%,上升至7%和9%,增速明显快于传统业务。这是自上市以来,怡亚通新兴业务首次取得了翻倍的增长。

这说明公司的业务转型升级进入加速期。”国元证券研究员胡德全称。他指出,怡亚通在2004年~2008年主要以广度供应链业务为主进行第一阶段扩张;目前,公司正逐渐推进供应链管理业务向深度和产品整合转型,迈向二次扩张。

据了解,所谓的广度供应链业务,即怡亚通作为代理商,帮助企业从事采购执行和分销执行业务,并按业务量的一定比例收取服务费。新兴业务则在此基础上,提供更多的增值服务,包括接受客户委托外包加工生产、物流配送甚至收款等全方位服务。

怡亚通董秘梁欣在接受证券时报记者采访时也称,新兴业务将是公司未来的战略重点。比如针对新兴业务的发展,公司去年就提出了“380计划”,预计5年内在全国380个城市设立集分销与深度分销、采购与深度采购功能于一体的城市平台。

梁欣表示,截至2010年12月底,怡亚通已建成近100个城市平台。同时将组织结构进行了调整,从原有的行业事业部,统一整合为380事业本部,下辖14个行业事业部,真正形成“纵横矩阵化、横向一体化、纵向专业化、运作精细化”的380平台服务体系。

不过需指出的是,正是由于380项目处于平台建设期,前期费用投入较多,以及行业过度竞争和海外经济环境不理想的影响,怡亚通的深度供应链业务、产品整合业务综合毛利率去年分别下降了1.10%和1.91%。

这并未妨碍机构看好公司的发展前景,胡德全认为,目前公司仍处于业务全面铺开阶段,前期市场培育成本较高,但公司业务模式处于国内领先,未来3~5年或将迎来业绩爆发点。

天喻信息 确定发行价40元/股

证券时报记者 吴蒙

天喻信息(000205)今日发布公告称,公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行价格最终确定为40元/股,对应2010年度经会计师事务所审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算的市盈率为66.89倍,网上申购日为4月13日。公告显示,天喻信息本次发行股份数量为1991万股,其中,网下发行396万股,占本次最终发行数量的19.89%;剩余部分为网上发行。

拓邦股份锂电池项目取得阶段性成果

证券时报记者 陈轲

经过前期协商以及安全性测试后,拓邦股份(002139)与上海中科深江电动车辆有限公司签署了《电动汽车用锂电池送样协议书》。

根据协议,拓邦股份将向中科深江提供两套电池进行装车路试。两套电池分别为:纯电动轿车用纳

米磷酸铁锂电池一套,型号为TB-32100FH,单体电池额定容量为100Ah;纯电动中巴用纳米磷酸铁锂电池一套,型号为TB-32180FH,单体电池额定容量为180Ah。在此次提供的两套电池中,型号为TB-32100FH的电池已通过了北方汽车质量监督检验鉴定试验所的测试,但型号为TB-

32180FH的电池仍在检测中。

此举系拓邦股份介入锂电项目后的又一次考验。去年10月,拓邦股份通过增发,收购并增资深圳煜城鑫电源科技有限公司建设锂动力电池及电池管理系统项目。

虽说结果仍待检验,但拓邦股份称,若此次装车路试合格后,中科深江将就上述规格电池及所适用的车型

向工信部提交备案。鉴于中科深江具有比较强的研发优势,具有上海国资背景,且已与多家国内整车厂开展合作,此次与中科深江的装车路试合作,是公司动力电池项目进展过程中的阶段性成果。

据悉,中科深江是由上海联和投资有限公司、中国科学院深圳先进技术研究院等公司共同投资成立,注册

资本7500万元,该公司系一家从事电动车辆及其零部件研发、生产、销售企业,是中国科学院电动汽车研发中心电动车研发成果的产业化实施载体。

根据后续合作条款,在电池取得北方汽车质量监督检验鉴定试验所的强制检测报告,并由中科深江在工信部备案之后,双方就电动汽车用纳米磷酸铁锂电池开展批量合作。

贝因美实施多元化战略 要做婴童业综合运营商

证券时报记者 李欣

生命因爱而生,宝贝因爱而美。”对于将在中小板上市的婴童行业领跑者贝因美(002570)来说,这不仅是一个口号,更是身践行者的使命。

资料显示,贝因美IPO前股权结构的一个特点,就是众多创投公司扎堆持股,并且其中不乏中金、中信、中投、平安等众多知名投资机构的介入,这反映了众多机构对公司未来投资价值的看好。

贝因美董事长谢宏表示,上市后,贝因美将正式启动同心多元化品牌战略,将从“单一产品制造商”,逐步走向“提升内涵的品牌商”,最终发展为“面向婴童行业的综合运营商”。

婴童市场广阔

根据Euromonitor的统计,2010年我国婴幼儿食品市场规模在420亿元,其中配方奶粉为368亿元,占比87%,辅食为53亿元,占比13%。预计2015年,我

国婴幼儿食品市场规模可达900亿元,市场前景广阔。

成熟的婴幼儿食品市场通常具有很高的行业集中度,以美国为例,仅美赞臣、雅培、雀巢3家企业就已占据97.1%的婴幼儿奶粉市场份额。目前,我国婴幼儿食品行业正处于快速发展阶段。

同时,婴童行业门槛也在不断提高,国家规定2011年3月底之前未重新获得生产许可的企业将被停产。中金研究员预计,随着市场竞争日趋激烈,国内婴童行业品牌强者愈强、弱者越弱直至淘汰的马太效应将充分显现,行业将正式进入淘汰整合期。类似贝因美这样的行业领导品牌的优势或将凸显。

可控奶源加进口保障质量

三聚氰胺事件以后,原奶质量问题不仅是企业生存发展的关键,也是企业竞争力的重要体现。

贝因美表示,公司的奶源主要来自非自有可控奶源基地以及国外进口,这样的模式既避免了高昂的固定资产投资支出,又保证了高品

质的奶源供给,成为贝因美既能保持高速增长,又能维持较高利润率和品牌美誉度的重要原因。

据了解,贝因美的奶源基地位于“中国奶牛之乡”的黑龙江安达市,处于被称为“黄金奶带”的北纬43度到52度区域内,奶源品质优越。此外,贝因美也从爱尔兰、荷兰、新西兰以及芬兰等地进口奶源,主要原料供应商均为世界顶尖的乳制品原料供应商,产品质量过硬。

技术研发能力突出

婴幼儿奶粉的竞争本质上是配方的竞争,每一种新的营养元素的添加都基于长期研究,新进入者难以在短时间里研制出优质产品,因此配方能够形成企业的“护城河”。

贝因美自成立起就致力于适合中国宝宝的配方研究。贝因美与上海市儿科医学研究所携手成立“上海市儿科医学研究所贝因美母乳研究中心”,率先开展中国母乳成分研究,且明显区别于基于国外母乳成分研发的国外产品配方。

从研发投入上看,贝因美研发投入

入远高于国内同行。贝因美2008年、2009年和2010年的研发费用分别占主营业务收入的3.09%、3.14%和2.76%。而行业平均披露研发费用分别占主营业务收入的千分之二左右。

贝因美目前拥有28项专利权和13项专利申请权,并已掌握多项与婴幼儿食品相关的关键技术。公司主导产品婴幼儿配方奶粉和婴幼儿营养米粉均为公司自主创新项目。

成熟有效的销售渠道

贝因美在全国成立了26家分公司,拥有超过2200家经销商,覆盖近8万个零售终端,分别在6个营销大区各配置一名销售总监,另外还配置了一名重要客户(KA大卖场)销售总监。在渠道模式上,公司将零售终端客户划分为现代零售客户和专业婴童客户,根据不同渠道客户的特点和重要性采取经销商模式或KA模式进行销售。

年报数据显示,2010年公司KA模式销售收入占营业收入的18.68%,经销商模式收入占比77.1%。与经销商模式相比,KA模式有利于缩减中间流通环节,提高贝因美产品的毛利率。

顺荣股份 与郑州日产签订协议

顺荣股份(002555)4月8日和郑州日产汽车有限公司签订了《产品开发协议》。根据协议,由顺荣股份为郑州日产开发燃油箱组件,适用车型N291、N395;零件供货价格由郑州日产采购部与公司另行确定;工装费用按6万台分摊,工装费用分摊完毕后,工装的所有权归郑州日产所有;协议开发计划期为2011年4月至2012年1月。

公告显示,该协议系顺荣股份首次和合资品牌整车生产企业订立《产品开发协议》,协议的订立表明顺荣股份已与合资品牌整车生产企业建立了合作关系。但顺荣股份提醒,由于产品开发需要一定的周期,在产品开发完成之前,上述燃油箱组件无相应销售订单,该协议的履行不会增加公司当期销售收入。(李小平)

远光软件 控制人调整股权结构

日前,远光软件(002063)接到控股股东珠海市东区荣光科技有限公司的通知,荣光公司于4月7日与陈利浩、黄建元签署了股权转让协议,荣光公司将所持的4160万股公司股份分别转让给陈利浩、黄建元,其中转让给陈利浩2850万股;转让给黄建元先生1310万股。转让价格为协议签署日收盘价23.74元的50%,即每股转让价格为11.87元,转让总价款为4.94亿元。

公告显示,陈利浩现为远光软件董事长、实际控制人;而黄建元现为公司副董事长,直接持有公司29.25万股。此次股权转让完成后,公司控股股东由荣光公司变为陈利浩,但实际控制人仍然为陈利浩,荣光将持有远光软件2873.19万股,为公司第二大股东。而黄建元将持有公司1339.25万股,占远光软件总股本的5.15%。同时黄建元还持有荣光3.87%的股权。远光软件称,此次股权转让有利于优化公司的股权结构。(李小平)

群兴玩具 预路演顺利完成

昨日记者从群兴玩具(002575)了解到,自4月6日刊登初步询价推介公告以来,公司高管与保荐机构暨主承销商平安证券组成路演推介团队前往深圳、上海、北京三地开展面向询价机构的路演推介活动,并受到投资者追捧。

据介绍,在路演过程中,投资者与公司高管对群兴玩具的技术创新、品牌、营销网络、服务体系、发展前景和行业地位等问题进行了有效的沟通和互动。

经过路演,投资者对群兴玩具的高管团队和公司未来的发展前景有了比较深入的了解。一些参与询价的机构纷纷表示,作为行业的领导者,群兴玩具凭借快速调整能力、品牌、人才等核心竞争优势,市场占有率日益提升,未来发展潜力巨大,公司的成长性值得关注。

继本次三地路演推介后,公司高管将于4月13日在中小企业路演网进行网上路演。(李坤)

净利增长88% 宋城股份唱出一台“好戏”

证券时报记者 孙玉 柯景

中国旅游演艺第一股”宋城股份(000144)年报的首次亮相,就唱了一台“好戏”。宋城股份今日公布的年报显示,2010年,公司实现营业收入约4.45亿元,同比增长63%;净利润1.63亿元,同比增长88%。每10股转增12股再派3元红利的利润分配方案也颇为丰厚。今年,宋城股份将着手宋城景区综合性开发、改扩建杭州乐园等方式,推动主营业务发展,并落实旅游演艺项目的投资、收购。

年报显示,公司各项财务指标较上年同期有大幅增长的主要原因在于,通过宋城大剧院改造提高游客接待力;新推出2010年《宋城千古情》增加了吸引力;此外,受益于上海世博会的举办,以及产业营销公司市场销售网络布局完善,2010年末宋城景区游客人数达到379.7万人,同比增长47.4%。

一台戏撑起了一只股,作为宋

城景区的核心产品《宋城千古情》,在连续演出13年后,仍表现出强劲的增长趋势。宋城股份今年将对宋城景区进行综合性开发,推出2011版《宋城千古情》。同时,公司将在原有募集资金投入7000万的基础上,追加自筹资金进行景区二期开发,扩大宋城景区的游客接待容量,并通过募投资金的投入,将杭州乐园建设成为长三角地区最具特色的综合性主题公园,扩大客源结构,提高盈利能力,打造4D实景演出《杭州千古情》、筹备建设动漫乐园,使公司的主要客户群体实现从少儿到成人的全覆盖。

在文化产业扶持政策和旅游业“十二五”规划的荫庇下,宋城股份将获得旅游和文化双向政策支持。行业领先地位将有助公司在“十二五”期间进行跨地区的兼并,与当地政府强强联合,形成多渠道的盈利方式。

提价以及游客数量的增长也将有效实现公司的内生增长。国金证券分



宋城景区内游客在观看表演

张霞 / 供图

析报告认为,宋城景区售票提价的同时,公司与旅行社结算价格大致提高了20%人次,意味着提价所产生的营业收入增长将绝大部分由公司吸收。

客源增长也同样值得期待,中信证券认为,日本震灾对我国国内旅游可能产生一定正面影响,短期内,部分旅客旅游消费需求可能从出境赴日游转化为国内游,增加国内旅游的消

宁基股份:致力成为定制衣柜业领导者

证券时报记者 甘霖

作为国内定制衣柜行业的开创者和第一品牌,宁基股份(002572)今日成功登陆中小板。公司董事长江淦钧表示,公司将借力资本市场,不断创新研发,全面提升“索菲亚”品牌,成为行业领导者。记者近日就一些投资者关注的话题专访了江淦钧。

证券时报记者: 请问定制衣柜行业目前的竞争格局如何,公司竞争优势主要表现在哪些方面?

江淦钧: 定制衣柜行业在国内历史较短,目前处于成长期,呈现一种散而小的格局,行业标准缺失。多数中小企业主要依靠模仿,行业的自主创新能力较弱。在未来竞争中,行业的集中度将会有所提高,

优势企业将占据更多市场份额。

宁基股份已掌握一系列核心技术和技术诀窍,拥有国内同行业较为完善的生产体系,积累了丰富的行业经验。公司信息技术的全方位应用特别是物联网技术和智能传感器技术的应用将引领行业的发展趋势。

公司的核心竞争优势主要体现在自主创新、品牌、生产制造、销售网络等优势。

证券时报记者: 请问主要原材料价格变动会给公司带来哪些不利影响?

江淦钧: 公司主要原材料为中密度板和以钢材与铝材为主的五金配件,其价格随市场供求及国际金属价格的周期波动而变化。过去3年,中密度板和五金配件占公司采购成本的54.65%、57.85%和

62.25%。如果未来国内中密度板和五金配件的价格随大宗原材料价格上涨,将增加公司产品的成本,对公司的盈利水平产生不利影响。

证券时报记者: 公司经销商模式是否存在终端过度依赖的风险?

江淦钧: 公司生产的定制衣柜在国内市场主要实行经销商专卖店销售模式。公司采用以经销商为主、以直营专卖店和大宗用户业务为辅的复合营销模式。其中,经销商开设专卖店销售“索菲亚”衣柜。经销商模式占公司销售收入80%以上。宁基股份长处是制造和品牌,公司坚持与经销商共同成长的策略,确保了销售终端的稳定。

证券时报记者: 请介绍公司下一步的技术开发创新计划。

江淦钧: 公司竞争优势和市场地

位很大程度上源自公司强大的研发队伍和研发实力。为了适应发展,提升核心竞争力,公司制定了下一步技术开发和创新计划。包括成立索菲亚研究院,整合公司研发、设计、工艺技术创新能力;吸收人才,扩充研发队伍;加强和完善技术创新管理等。

证券时报记者: 宁基股份上市后的整体发展目标是什么?

江淦钧: 公司将以做强“索菲亚”品牌定制衣柜为核心,强化产品研发、设计能力,优化产品结构,加快销售网络的拓展,提升生产能力,不断推动定制衣柜向个性化、时尚化、高附加值方向发展。公司计划在未来五年内发展800家经销商和1500家专卖店;建成10个分加工中心,覆盖全国销售网络的生产支撑体系。到2015年,公司力争市场占有率达到12%~15%。