

4家创业板公司 今起招股

仟源制药 (300254) 今日招股, 计划首发3380万股, 募集资金将投向年产1亿支青霉素粉针生产线建设项目、非青口服制剂生产线建设项目、年产150吨磷霉素氨丁三醇原料药生产线建设项目及研发中心建设项目, 这些项目分别需要投入资金7351.87万元、5993.43万元、5299.13万元和2648.75万元。

常山药业 (300255) 计划发行2700万股, 募集资金用于建设肝素系列产品产业化项目和研发中心建设项目。据了解, 已上市的海普瑞(002399)是公司国内的主要竞争对手之一。本次募投“肝素系列产品产业化项目”达产后, 常山药业的肝素原料药产能将由目前的8500亿单位扩大到38500亿单位, 低分子量肝素钙注射液产能由400万支扩大到2400万支, 新增低分子量肝素钙产能2000公斤。

星星科技 (300256) 今日招股, 首次公开发行不超过2500万股, 公司主营手机、平板电脑等产品视窗防护屏的研发、生产和销售。

开山股份 (300257) 今起招股, 拟发行3600万股, 发行后总股本为14300万股。公司此次募集资金拟投向开山凯文螺杆配套项目、维尔泰克螺杆配套项目、开山压缩机整机项目、维尔泰克系统整机项目等。公司致力于压缩机的研发、生产和销售。(薛韵红 严惠惠 李清香)

亚夏汽车今日申购

亚夏汽车(002067)今日网上申购, 公司发行价格22.35元/股, 市盈率为26.61倍。

亚夏汽车是一家以乘用车销售和综合服务为主体, 集乘用车销售服务、装潢、美容、配件销售及维修、驾驶员培训和保险经纪服务等业务于一体的股份制公司。公司现有31家奥迪、别克、广本、东本、丰田、日产、现代等品牌轿车4S店, 两所标准驾驶员培训学校, 1家汽车保险经纪公司, 并拥有3M汽车装潢产品安徽代理授权, 另外亚夏汽车还有两家品牌轿车4S店和1所驾驶员培训学校正在建设中。(程鹏)

网宿科技下半年 推动研发成果产品化

网宿科技(300017)今日发布半年报, 报告期内, 公司实现营业收入2.33亿元, 同比增长55.31%, 实现净利润1984.34万元, 同比增长32.44%。尤其是CDN产品收入增长加快, 较去年同期增长了76.20%, 实现营业收入1.34亿元, 占总收入的57.6%。

上半年, 募投项目建设使得公司业务平台得到高速扩容与升级, 为公司新产品、新技术的应用提供了有力的支撑平台, 推动了公司的业务规模迅速扩大。CDN网络加速平台技术升级及扩建项目已完成90.8%, 为公司业务收入的快速增长起到了关键作用。下半年, 公司将推动研发成果尽快产品化, 使之成为公司收入及利润新的增长点, 并加快把以WSA、CATM、云计算为代表的高附加值、高技术含量的产品推向市场。(董宇明)

久其软件 半年报营收增近50%

今日, 久其软件(002279)公布半年报。报告期内, 公司实现营业收入7655.52万元, 比上年同期增长49.37%; 归属于上市公司股东的净利润281.27万元, 同比增28.75%, 基本每股收益0.0256元。

半年报显示, 今年7月久其集中核算产品成功中标了中国化学工程集团财务综合管理系统, 对久其GMC的市场推广具有重要意义。在政府业务方面, 行政事业单位资产管理项目继续深入展开, 重点进行部分地市及区县的实施推广工作, 并启动了升级产品的研发。久其GSI(政府统计信息化)解决方案得到进一步推广, 并在报告期中标交通运输部科学研究院交通运输统计分析监测和投资计划管理信息系统(一期)工程项目。(孟欣)

西泵股份 与戴姆勒签定采购协议

日前, 西泵股份(002536)和世界汽车巨头戴姆勒股份公司签署了定点采购协议。这将意味着西泵股份正式进入Daimler全球工厂采购体系, 多款产品将按计划陆续开发和批产。

根据协议内容, 西泵股份将在2013年~2017年, 按照戴姆勒下达的生产订单和协议约定的年度价格, 为戴姆勒批量生产发动机支架等系列产品。今年开始试生产, 2013年将进入批量供货阶段。根据戴姆勒目前销量, 预计2013-2017年由西泵股份提供的支架及其它产品每年可实现销售收入2500万元左右。(滕小平)

要原创不要山寨 人口结构助推动漫产业起跑

证券时报记者 靳书阳

2011年7月, 国产动画新作《高铁侠》的宣传视频被上传网络后, 网友发现, 无论从人物上、场景上、剧情上, 甚至分镜头上, 《高铁侠》都呈现出与上世纪末日本动画《铁胆火车侠》高度相似。一时间, 《高铁侠》成为众矢之的, 网民纷纷指责出品公司的抄袭行为。有评论指出, 这起事件再次击中了中国动漫产业“大而不强, 创意匮乏”的软肋。不过近几年来, 国内也偶现“喜羊羊”这样成功的卡通形象, 甚至形成了一个新的文化符号。那么, 在当前国内环境下, 动漫产业的自主发展之路是否有捷径可言呢?

贴近儿童做原创

据记者了解, 动漫产业发展较为成熟的美国及日本, 分别代表了动漫产业的两种模式。美国模式主要为迪士尼模式, 即制作一部在全世界范围内冲击力特别强的动画电影, 先在影院播放, 此后再做主题公园以及衍生品销售等业务。日本模式则是先出版漫画, 再发展成为动画片, 动画片在电视台播出后再做衍生品。在日本, 电视台的播放平台只能收回成本的一部分, 更多的是靠衍生品的生产。

较为成熟的美、日动漫模式都需要建立于优质的动漫产品之上, 而中国动漫产品由于产业起步较晚, 产品质量同美、日相比仍存在一定差距。大多数国产动画片在播出之后, 收视率尚且不能保证, 更不要说后期衍生卡通形象产品的销售了。近年来国产卡通产业唯一的亮点, 或许就是“喜羊羊”这一卡通形象的推出。

自2005年首次在电视台播出以来, 经过数年的培育, 喜羊羊系列动画片获得广泛的好评。在忠实受众群具有一定基础后, 喜羊羊的制作方广州原创动力文化传播有限公司, 从2009年开始每年春节推出一部喜羊羊版贺岁电影。第一部电影《喜羊羊与灰太狼之牛气冲天》以600万的低成本制作费用博得9300万元票房, 投资收益率接近15倍, 创造了中国电影史上羊的一个奇迹。第二部电影《喜羊羊与灰太狼之虎虎生威》则以1200万元的投资获得了1.3亿元的票房, 成为国产动画电影的新标杆。

原创动力宣传公关部总监吴淳在接受证券时报记者采访时介绍, 公司的创作理念着重针对全国4岁~14岁, 特别是10岁以下的儿童, 创作他们这个年龄段的群体看起来有乐趣、心情放松的动漫产品。做到这一点, 看似并不复杂, 但已经足够建立起核心优势。

在A股市场上, 通过“动漫+玩具销售”建立起独特销售模式的奥飞动漫(002292), 也紧盯特定年龄的儿童消费者, 制定自身的销售战略。奥飞动漫董秘郑克东在接受证券时报记者采访时介绍, 虽然公司产品覆盖了16岁以下各个年龄层的少年儿童, 但是, 对公司销售贡献最大的还是6岁~10岁这一年龄群体。而这一年龄段, 也是公司卡通片收视的主要受众群体。这一群体的心理需求抓住了, 通过动画播放带动玩具销售的商业模式就实现最大的投资收益比。

人口结构助力动漫发展

业内人士认为, 在技术水准、商业化运作水平较发达国家尚有差距的现实国情下, 能够拍出少年儿童喜欢看的动漫产品, 实际上就已经是最符合国情的创作风格。光大证券分析师范敏认为, 在我国, 动漫市场应主要面向儿童。首先我国的儿童绝对数量非常多, 其次是独特的“核心”式家庭结构也适合发展动漫。我国0岁~14岁人口为2.2亿, 约占全国人口的16.6%。这一数字, 相当于两个日本或法、英、德的人口总和。

尤其是实行计划生育以后, 很多家庭形成了4个老人、两个中青年加1个小孩的核心式家庭结构。据调查, 约有30%左右的儿童为独生子女, 一个儿童牵动的是三个家庭, 儿童消费爱好所带动的消费影响力具有扩散性。动漫产业属于创意型产业, 前期投入小, 回收期长, 能带动一系列产业链。因此, 在庞大的儿童基数背后, 是更庞大的可消费人群。范敏分析, 喜羊羊系列电影投资收益率能超过国际最著名的动画制作公司梦工厂出品、以中国文化为背景的《功夫熊猫》, 也是因为少年儿童的消费需求, 能够很大程度上影响成人的消费决策。

在制作细节上的精心设置, 也是喜羊羊形象获得广泛传播的重要原因。有“喜羊羊之父”称号的广州原创动力文化传播有限公司原总



《喜羊羊》系列电影与《功夫熊猫》投资收益对比

| 片名 | 制作费用 | 票房 | 收益率 |
|-----------------|--------|-------|-------|
| 《喜羊羊与灰太狼之牛气冲天》 | 600万 | 9300万 | 1450% |
| 《喜羊羊与灰太狼之虎虎生威》 | 1200万 | 1.28亿 | 967% |
| 《喜羊羊与灰太狼之兔年顶呱呱》 | 2000万 | 1.3亿 | 650% |
| 《功夫熊猫》 | 1.3亿美元 | 6亿美元 | 362% |

靳书阳/供图

经理卢永强介绍, 创作小组开始做动画的时候, 就非常明智地选择了用Flash格式, 当时就是希望在未来网络传输方面留出一个空间。

民生证券研究员李锋分析, 2010年我国动漫产业总产值同比增长约28%, 发展速度迅猛。他认为, “十一五”期间, 动漫产业处于市场培育期, 而“十二五”期间, 动漫产业将

动漫: 请从说教回归娱乐本质

证券时报记者 靳书阳

“高铁侠你哪里去了? 动车追尾了不归你管吗!” 7月23日晚, 有人在微博上发出了这样无奈的怒吼。自陷入抄袭风波, 原本是网友调侃笑料的《高铁侠》, 随着“7.23”温州动车追尾事故的发生, 演变成一个让人心酸黑色幽默。

400人制作团队、日产60分钟、共160集”, 这是《高铁侠》的官方海报宣传语, 而据业内人士分析, 国内很少有公司能够承受这样的制作成本。联想到2008年动工, 原计划5年建成的京沪高铁, 今年就已通车, 让人不免怀疑《高铁侠》的出炉也许是一个配套的

“献礼”项目。在这种进度及意义的压力下, “抄袭”的传闻或许也不是空穴来风。而该片若真的被赋予了政治意义的话, 也将会使其不堪重负。毕竟, 动漫原本就是一个用于休闲娱乐的文化产品。

而这在中国的动漫市场并不是孤例。以与《功夫熊猫2》同期于“六一”档在全国上映的国产儿童片, 《守护童年》、《西柏坡》等为例, 《徐亲我》讲述一个充满温馨的三代血脉亲情的故事, 《西柏坡》则以儿童团员和革命后代挫败敌人偷袭轰炸西柏坡为主线。对比剧情可以看出, 《功夫熊猫2》轻松而不说教, 不但适合儿童观看, 对成年人也有吸引力。

知识产权保护任重道远

动漫产业虽然发展迅速, 但在我国面临着盗版泛滥的困扰。

广州原创动力总经理刘曼仪介绍, 喜羊羊整个系列动画片的制作投入是2000多万元, 但盈利过程却非常漫长。从2005年开始, 前两年基本都是亏损状态, 从2008年起终于有了盈利, 投资成本也才收回。如果以市场上盗版喜羊羊所占比例估算, 广州原创动力的损失四倍于现在的收入。盗用喜羊羊形象的产品涉及玩具、服装, 还有护肤品、儿童药品。如果这些盗版产品中如护肤品、儿童药品等出了什么问题, 喜羊羊这个品牌可能就就此终结。公司自做原创动画片初始, 就非常注重著作权的保护, 对动画片中的主要角色都注册了形象版权, 这些费用多达上百万元, 而这对于原创动漫来说确实是一个压力。

启明创投董事总经理董士豪指出, 相对其他行业, 投资界目前对国内动漫业的态度更为谨慎。许多中小型动漫企业融资困难, 主要是因为他们面临着创意和知识产权保护难题。企业辛苦研发出好的产品可能马上就会被抄袭, 这使得投资人不太敢投资。

从目前的社会环境来看, 中国还没有建立起一个尊重知识产权的文化氛围, 使用正版产品, 并不像发达国家那样成为消费者恪守的准则。这可能是一个长期的过程。公司目前能够做到的就是在各地成立专门的法务部门, 打击盗版产品。”吴淳向记者介绍。

董事长百万捐助“小伊伊” 远光软件经营慈善两不误

证券时报记者 叶峰

因董事长陈利浩“爱心微博”的善举, 7月26日至28日, 远光软件(002063)股价逆势走强, 三个交易日连续收阳。受益于软件服务化和两化融合的深化发展, 远光软件上半年营业总收入达2.86亿元, 同比增长52.05%, 归

属于上市公司股东的净利润达8466万元, 同比下降11.38%, 其中, 软件业务利润较上年同期增长68.84%。

公司称, 软件业务大幅度增长主要原因为, 今年上半年电力行业信息化需求持续、稳定, 公司财务管控系统进入批量结算阶段, 推动软件服务收入及定制软件

收入分别增长176%、42%, 同时软件销售业务理想, 收入较上年同期增长35%, 此外, 公司加强精细化管理, 严格控制实施成本与期间费用支出并取得良好效果。

关于投资收益较上年同期减少88.37%, 公司称, 主要原因在于公司参股公司华凯公司受项目结算影响收益大幅下降, 报告期对华凯投

资收益512万元, 2010年同期对华凯投资收益5306万元。今年三四季度开始, 这部分收益的影响将逐步减少。

在努力搞好经营的同时, 公司管理层也不忘记背负的社会责任感, 7月26日10点50分, 远光软件董事长、珠海政协委员陈利浩在微博上发起“微博转发捐助”活动, 承诺24

小时内凡其微博被转发一次, 就捐款1元给“7.23”事故幸存女童项伟伊。

截至前日上午10点50分, 该微博被转发90多万次。陈利浩微博称, “按照网友的建议, 我决定捐款1072417.20元, 以对应小伊伊的获救时间: 7月24日17点20分。因为我相信: 这一时刻, 也会在我国的社会进步进程中具有特殊的意义。”

新开普今日上市 智能一卡通前景看好

李彦

新开普(300248)于今日正式登陆A股市场。公司此次共募集3.36亿元。募股项目除了着力提高智能一卡通整体解决方案技术升级及产业化、研发中心升级扩建的同时, 将全面营销与客服网络扩建项目, 并全面对现有产品进行技术升级、延伸产品线, 提升技术研发能力、完善服务网络。市场预计, 上市将给新开普进一步增强公司竞争力, 提高公司盈利能力带来质量和量的飞跃。

从质的方面讲, 由于公司是国内最早从事智能一卡通系统研发和集成业务的企业之一, 通过

持续的研发投入和技术创新, 逐步形成了全系列智能终端、丰富的功能子系统以及具有强大集成能力的平台系统三层产品架构体系, 面向广大学校、企事业单位等“社区型”客户, 成为该行业的龙头企业之一。公司此次将募集资金用于智能一卡通整体解决方案技术升级及产业化项目和研发中心升级扩建项目, 将提高公司自主研发的核心业务产品的毛利率水平和盈利能力。

资料显示, 公司自行开发的软件及智能终端、技术服务和智能卡应用技术等是公司高附加值的核心理业务, 是毛利率的主要贡献来源。募集资金到位后, 公司

一系列核心技术的形成和应用将进一步大幅提高公司产品附加值。公司核心业务产品因具有更高的附加值, 报告期内毛利率平均达56.47%, 显著高于平均毛利率7.57%的外购软硬件产品, 因此提升了公司的综合毛利率。而公司较强的技术创新能力和整体解决方案提供能力, 规模化定制模式, 同样是公司高毛利的主要来源。

电子信息产业是我国实现信息化战略、促成经济转型的重要途径, 信息强国已经成为国家产业政策最为关注和方向。作为信息化建设的重要组成部分, 物联网及手机一卡通(手机近场支付)产业的重要环节, 智能一卡通行业将进入新一轮的快速

发展阶段。公司将依托在行业的先发优势、不断积累的客户资源和持续提升的整体方案解决能力, 在产品系列、功能不断完善的基础上, 不断拓宽业务领域。

同时, 公司还将继续分享校园、企事业单位和城市等领域快速增长的需求动力, 抓住有利时机, 使公司生产、销售和服务规模进一步扩大, 持续升级及调整产品结构、拓展公司应用领域覆盖范围。

目前, 公司手机一卡通(手机近场支付)业务及相关产品得到了中国电信、中国移动、中国联通三大运营商的一致认可, 且均建立了良好的合作关系, 2010年1月至2011年2月, 公司通过直销、经销方式签订的

手机一卡通业务合同及订单金额已达8400多万元, 2010年度手机一卡通业务实现收入达5089.68万元, 占当期销售收入的36.35%。2008年至2010年, 公司营业收入、利润总额及净利润复合增长率分别为45.48%、67.17%和64.59%。公司本次发行募集资金投资项目的实施将使公司盈利能力显著提升。

按照公司上市后的设想, 在未来三至五年内, 公司将坚持“规模化+个性化定制”的经营模式, 在巩固并扩大校园一卡通市场份额的基础上, 大力拓展城市一卡通市场领域, 积极拓展企事业单位一卡通市场, 同时努力增强自主研发和技术创新能力, 支持公司未来可持续发展。(CIS)