



公司

Company

B3 布局二三线城市
金地集团去年营收增两成

B4 绿色和平曝立顿茶包有毒
联合利华竟称产品完全符合国标

主编:天鸣 编辑:刘巧玲 电话:0755-83517217 2012 年 4 月 25 日 星期三

B1

要约收购期满 帝亚吉欧控股水井坊有惊无险

证券时报记者 魏隋明

昨日是帝亚吉欧集团要约收购水井坊（600779）的最后一日。水井坊股价收于 21.75 元，依然在要约收购价格 21.45 元之上。这将意味着帝亚吉欧收购并控股水井坊将画上句号。

3 月 26 日，帝亚吉欧向除四川成都全兴集团有限公司之外的水井坊全体股东发起全面收购要约。此次要约收购期限共计 30 个自然日，自 2012 年 3 月 26 日至 2012 年 4 月 24 日止，要约收购价为 21.45 元/股。

发起要约收购后，水井坊二级市场走势可用“大涨大跌”来形容。期初，良好的预期使水井坊受到投资者强烈追捧，公司股价在 3 月 22 日最高触及 27.64 元。但随后风云突变，受“禁止三公消费”、大盘暴跌等利空因素影响，水井坊近期股价重挫。

按要约收购计划，如果水井坊相关股东全部申报预受要约，帝亚吉欧要约收购所需最高资金总额为 63.18 亿元，

这对收购方的资金提出了考验；而如果要约收购期限届满时，社会公众股东持有的水井坊股份低于总股本的 10%，即低于 4885.46 万股，水井坊则面临不具备上市条件的风险。

昨日，公司股价一度跌至 21.48 元，距要约收购价 21.45 元仅一步之遥，但最终 21.75 元收盘。在二级市场股价高出要约收购价的情况下，流通股股东一般不会选择按要约收购价出售。

如今，要约收购期限已满，成功收购已无悬念。与此同时，帝亚吉欧集团 2011 财年报表显示，集团公司账上现金有人民币 164 亿元之多，按照收购所需最高资金 63.18 亿元来看，帝亚吉欧有完成要约收购的能力。

实际上，早在 4 月 18 日，水井坊公布要约收购进展情况就显示，截至 4 月 16 日下午 3 点，有流通股股东申报预受要约，预受要约股份共计 144 股，其中 120 股已撤回预受要约，预受要约且未撤回的股份仅 24 股。



因避税嫌疑 ST九发夫妻股东股权转让提价

证券时报记者 文泰

ST 九发（600180）的两位夫妻股东日前签署的股权转让协议，被媒体质疑涉嫌低价转让以避交个人所得税。时隔两月之后，二人重新签署了股权转让协议，新的转让价较之前提高了近 6000 万元。

2012 年 2 月 28 日，ST 九发股东沈仁荣与於彩君签署了《股份转让

协议》，约定转让沈仁荣持有的公司股票 2250 万股，转让总价 1.18 亿元。协议签署当日，ST 九发以 9.28 元的价格收于涨停。以此价格计算，2250 万股股权的市值为 2.09 亿元，转让价格仅相当于市值的 56%。

股权协议签署前，沈仁荣持有 ST 九发 2500 万股，是公司第三大股东。沈仁荣、於彩君系夫妻关系。股权转让完成后，於彩君将持有公司股

票 2250 万股，成为公司第三大股东。

该协议签署后，有媒体质疑沈仁荣“夫妻对倒”的低价股权转让行为涉嫌规避个人所得税。

根据国家税务总局等颁发的相关缴税规定，沈仁荣若选择在二级市场出售，以 ST 九发当时股价 9.28 元/股，结合沈仁荣受让 ST 九发时 5.07 元/股成本计算，2250 万股股份的应纳税所得额约 1 亿元，需缴个人所得税近 2000 万元。

沈仁荣若将该部分股权以 1.18 亿的总价转让，转让单价为 5.24 元/股，计税部分微乎其微。若於彩君日后减持，则无需再缴纳所得税。

ST 九发今日公告，公司股东沈仁荣与於彩君协商，同意解除 2 月 28 日签署的《股份转让协议》，并重新签署了《股份转让协议》，约定转让沈仁荣持有的公司股票 2250 万股，转让总价调整为 1.76 亿元。

乐视网称版权分销乃短期策略 不做二道贩子

证券时报记者 邹昕昕

受媒体质疑的乐视网（300104）昨日复牌跌停。公司的持续盈利能力一直受到市场关注。乐视网首席运营官刘弘昨日接受证券时报记者采访时表示，从目前的发展趋势来看，公司今年的广告和付费业务收入占比有望增至 50% 以上，将逐步改变此前依赖版权分销业务的状况。

版权分销、广告和付费点播一直是拉动乐视网收入增长的三驾马车。2011 年乐视网实现版权分销业务收入 3.56 亿元，占总收入比重达 59.5%。媒体曾质疑公司主要通过将

购买的版权分销给其它视频网站获得收入的盈利模式是否具有可持续性，并质疑公司广告收入、付费用户数量等与公布数据不符。

对于数据涉嫌造假问题，乐视网在昨日的相关公告中对版权分销收入的确认原则和方法等进行了说明。刘弘表示，付费点播业务方面，相关媒体所进行的时段性抽样检测，仅是对公司网站个别付费产品的个别渠道新增会员随机展开的统计，不是对网站所有新增会员进行的全面统计，其计算过程及结果不合理。

如果单纯依靠版权分销业务，那乐视网岂不成了二道贩子？”刘弘

认为，作为一家视频网站，一定要以广告和付费收入为主，未来公司要打造一个多终端、跨终端的云视频平台，而版权分销只是战术上的安排。

刘弘强调，版权分销只是一个短期策略，由于版权价格的高企，目前的广告和付费收入又不足以承担全部的版权成本，所以才会采取版权分销。一旦广告和付费业务足以承担起版权成本，版权肯定不会继续分销。版权分销是把“双刃剑”，在带来收入增加的同时，也会分流网站的流量，进而导致广告收入减少。2012 年是乐视网广告发力的一年，必然要收缩版权分销业务。”

乐视网一季报显示，1 月~3 月，公

司视频平台广告发布业务实现收入 6110.72 万元，同比大幅增长 207.38%。依照目前的发展趋势，今年广告和付费业务收入占比有望超过 50%。”刘弘说。

近期，影视剧版权价格出现大幅跳水，很多影视剧网络版权价格跌去一半。刘弘说：“我们现在也明显感觉到版权采购市场的变化，以前都是视频网站追着影视剧制作方去报价，而现在，质量一般或中等偏上的影视剧，制作方都会主动来找视频网站销售。”

刘弘认为，未来两到三年，随着互联网电视业务和手机电视业务的发展，版权价格仍会呈现上升趋势，但它不会是直线增长，而是波浪式增长。

巴厘岛刮起中国山寨手机风

证券时报记者 张珈

山寨手机在国内市场渐趋低迷时，在海外市场却广受欢迎。

在巴厘岛驰名世界的艺术重镇乌布，当地人 Made 经营着一家手机店，山寨机是他店里的畅销品种。在巴厘岛，这类手机店跟 Made 的名字一样四处可见。当地家庭习惯于按年龄顺序给男孩命名，老大一般叫 Wayan，老二则叫 Made。

4 月即将结束的时候，巴厘岛的雨季渐行渐远，而手机消费旺季还未正式到来。位于闹市区的手手机店顾客寥寥，Made 饶有兴致地聊起了他的生意经。他告诉证券时报记者，山寨的蓝莓（BlueBerry）系列手机是店里的畅销货，它与品牌手机黑莓（BlackBerry）的外表和功能如出一辙，价格却只是后者的零头。

Made 手机店的柜台上，几乎没有国际品牌手机的踪影，陈列的主要是当地运营商开发的合约机，以

及各式各样的山寨机。从价格标签看，最便宜的一款山寨机标价 50 万印尼盾，折合人民币 340 元左右。

供职于中国一家大型通讯设备商的 Colin 有近十年的国际市场营销经验，他告诉记者：“中国制造的山寨机在世界各地屡见不鲜，在发展中国家尤为畅销。便宜的手机大约几十美元，贵的在一百美元左右。”

山寨机在海外大行其道，主要是凭借低价战略博取消费者芳心。统计数据显，中国-东盟自由贸易区自 2010 年 1 月 1 日开放以来，从深圳口岸出口到越南、印度尼西亚等地的手机出现了较大幅度的增长。其中，2012 年 1 月经深圳口岸出口手机 4959.9 万台，比上年同期增加 23%；价值 35.9 亿美元，增长 38.8%；出口平均价格为每台 72.4 美元，上涨 13%。其中，私营企业出口 1286 万台，同比微增 0.8%。

从统计数据来看，大部分中国供应商都专注于低价手机市场，

GSM（第二代移动通讯）制式手机为最大出口品种。除山寨机之外，其他的中国制造产品也随处可见，在巴厘岛的豪华酒店，不仅有 TCL 空调等电器，也有中国代工的飞利浦吹风机等小家电。总体来看，在收入普遍较低的东南亚国家，性价比高的中国制造备受青睐。

当地一位游轮船员向记者透露，他的月收入约为 100 美元，这也是他的家庭总收入。在这里，妇女收入非常低，所以我的妻子干脆辞职在家带孩子。”他说，他最大的梦想是存钱在巴厘岛买套房子。

在中国，智能手机的风生水起加速了山寨机市场的萎缩。但在巴厘岛，使用苹果等智能手机的大都为各国游客，当地居民一般都使用外形老旧的机型。不过，这与当地移动网络的不成熟或许也有关联。

记者体验的是印尼运营商 AXIS 提供的 3G（第三代移动通讯）手机卡，一次充值 3 万印尼盾。但在当地的大部

分区域，都很难搜索到 3G 信号，连 GSM 通讯信号也时断时续。

当记者就 250 兆流量需要的套餐费用咨询 Made 时，他不敢给出确定答案，可见类似的顾客需求少之又少、当地移动网络普及率较低。不仅如此，WIFI（无线宽带）在这里也显得弥足珍贵，开放式的 WIFI 无处可寻，不少咖啡店更是打出免费 WIFI 的招牌招徕顾客，但其网速却令人难以恭维。

虽然山寨机通过发力海外市场寻求商机，但其外销的可持续性也令人担忧。

面对着不断上涨的人工成本及汇率波动等所带来的风险，不少山寨制造商表示，低价战略难以为继。

深圳海关也强调，随着中高端手机渐成主流，限制山寨机的国家相关措施进一步增多、低端手机市场趋于饱和，我国企业出口低端手机的发展模式将难以为继，有必要对国产手机尤其是山寨机加强规范化引导，必要时可通过第三方检测等方式强化质量管理。

太阳纸业募资10亿 补血”大股东全额认购

证券时报记者 张莹莹 贾小兵

去年 3 月推出的定向增发预案到期失效后，太阳纸业（002078）今日启动了新的定向增发预案。与此前方案相比，新方案中发行价格、发行对象和募集资金投向均发生了变化。

根据今日公告，太阳纸业将以 7 元/股的发行价格，定向增发 1.45 亿股，募集资金总额不超过 10.2 亿元，扣除发行费用后的募集资金净额将全部用于补充流动资金，满足未来各项业务发展的资金需求。公司第一大股东太阳投资将以现金方式全部认购。

去年 3 月，太阳纸业曾公布定向增发方案，拟向不超过 10 名特定对象，以不低于 11.82 元/股的价格，非公开发行不超过 2.2 亿股，募集资金不超过 25 亿元，用于老挝“林浆纸一体化”项目 12.5 亿元，30 万吨高松厚度纯质纸项目 10.5 亿元，并补充流动资金 2 亿元。

该方案 4 月 19 日获股东大会通过，有效期限为 1 年。此后大盘一路下跌，太阳纸业股价也大幅下探，最低跌至 6.13 元/股。该方案最终过期失效。

据了解，太阳纸业近三年资产负债率逐年提高。截至 2011 年 12 月 31 日，公司资产负债率达到 70.19%，高于同行业主要上市公司平均资产负债率水平。截至 2011 年 12 月 31 日，公司短期借款为 49.63 亿元，公司 2011 年财务费用为 6 亿元，比上年数增加 95.43%，主要是公司银行借款额增加及利率提高所致。

太阳纸业表示，为维持日常经营需要支出大量现金，用非公开发行募集资金补充流动资金，在增加公司资金实力的同时，将有利于优化公司资本结构，降低资产负债率。

太阳纸业今日同时公布的年报显示，2011 年公司实现营业收入 87.62 亿元，同比增长 9.02%；归属上市公司净利润 4.99 亿元，同比下降 21.54%。

■新闻短波 | Short News |

受蓬莱油田停产影响 中海油一季度净产量降6.3%

中海油（00883.HK）4 月 24 日晚间公布一季度业绩，期内公司未经审计的油气销售收入约达 488.4 亿元人民币，同比上升 3.7%。公司在第一季度实现总净产量 79.8 万桶油当量，同比下降 6.3%，主要是受到了位于渤海合作油田蓬莱 19-3 油田停产的影响。

期内，公司油、气均价同比增幅接近两成。其中，平均油价为每桶

120.79 美元，同比上升 19.4%；天然气平均价格为每千立方英尺 5.88 美元，同比上升 19.8%。

一季度，公司在中国海域有五个新发现，并有五口评价井获得成功，尤其值得关注的是公司在渤海海域获得了大中型新发现。期内，公司主要开发项目均按计划进行。海外发展方面，公司完成收购原洛石油公司在乌干达 1、2 和 3A 勘探区的个 1/3 的权益。（李明珠）

建峰化工“二化”装置恢复供气

建峰化工（000950）今日公告，经各方持续努力，建峰化工第二套化肥项目装置继今年 1 月 15~31 日恢复供气、试生产后，4 月 23 日接供气方中石化通知，自 4 月 25 日起恢复正常供气。

建峰化工表示，公司将尽快完成“二化”装置试生产，并力争从下半年开始投入正常生产。公司今年此前

公布的上半年业绩预告将不会因此受到影响。

建峰化工“二化”项目耗资 27 亿元建成，其中使用募资达 12 亿元。按照原计划，该项目应在 2010 年 6 月底前达产，然而由于天然气供应紧张，该装置迟迟未达产。“二化”装置何时达产对建峰化工利润影响巨大，是投资者热切关注的问题。（向南）

利欧股份一季度净利增8%

利欧股份（002131）公布的一季报显示，今年 1 月~3 月，公司实现营业收入 4.18 亿元，同比增长 22.28%；实现净利润 2700 万元，同比增长 7.97%。

2011 年，利欧股份按照未来十年的战略规划，完成了一系列投资举措，包括收购天鹅泵业、大连华能耐酸泵厂、无锡锡泵等几家同业，新建

湖南利欧等。这一轮并购投资完成后，利欧股份覆盖微型小型水泵、中大型工业泵等多个领域，初步完成了全产品系列泵业的布局。

据悉，利欧股份今年将全面展开工业泵产品的市场推广和技术引进等工作，力争在 2013 年实现销售收入 30 亿元以上、2015 年实现销售收入 50 亿元以上目标。（吕婧）

联通网厅改版加速进军电商

昨日中国联通（600050）网上营业厅借鉴电子商务风格进行了网站改版，并正式更名为“中国联通官网”。

在栏目设置、用户体验等方面，联通官网均与主流电子商务网站看齐。支持团购、限时抢购、买赠等多种活动，并支持快捷支付、支付宝、网银支付等各种支付手段。服务种类方面，不仅销售 3G 智能终端、3G

号码、无线上网卡、充值卡等产品，还整合了以往的话费充值、账单查询、业务办理等功能，同时开辟 24 小时在线导购等一站式便捷服务。

今年，中国联通把“打造成 3G 销售服务的主渠道”作为工作重点，将不断加大宣传推广力度，完善系统平台功能，并招募社会网络合作渠道。（马晨雨）