

首开股份 获控股股东增持

首开股份 (600376) 今日公告称,公司接控股股东首开集团通知,首开集团昨日通过上交所证券交易系统买入方式增持公司股票348.57万股,占公司已发行总股份的0.23%。本次增持前,首开集团持有股份占公司已发行总股份的49.53%。增持后,首开集团持有公司7.44亿股,占公司已发行总股份的49.76%。

首开集团计划在未来12个月内以自身名义择机继续通过二级市场增持公司股份,累计增持比例不超过公司已发行总股份的2%(含本次已增持的股份),并承诺在增持计划实施期间及法定期限内不减持其所持公司股份。首开集团称,增持是基于对中国资本市场长远发展的乐观判断及看好首开股份的未来发展,表达对公司未来持续稳定发展的信心。(刘征)

中国远洋 上半年亏损48.7亿

中国远洋 (601919) 今日公布半年报。上半年公司实现营业收入346.5亿元,较去年同期上升1.2%,归属于母公司所有者的净利润为-48.7亿元,较去年同期下降79.7%。

报告期内,航运市场运力过剩,供需失衡的矛盾没有改善。虽然集装箱航运市场在主要班轮公司的不断努力下,运价与去年下半年相比有了较大程度的恢复,但总体情况并不理想。干散货航运市场则再次陷入低谷,上半年全球干散货航运运力同比增长超过15%,而需求仅同比增长6.2%,供需严重失衡。BDI上半年平均值为943点,比去年同期下跌了31.3%,为该指数设立以来最为低迷的时期。码头行业、物流行业市场情况相对较好,但也受到了一定影响。

中国远洋认为,经济疲弱带来的国际贸易需求放缓使得下半年国际航运市场需求只能维持低速增长。此外,由于新船交付压力持续,下半年全球海运船队运力供应继续快速增长,全球航运市场仍将面对运力过剩的压力。(刘征)

敦煌种业 中期亏损1.47亿

由于所属产业市场持续低迷和不稳定,敦煌种业 (600354) 今年上半年实现主营业务收入6.53亿元,营业利润-1.38亿元,归属于母公司股东的净利润-1.47亿元,较上年同期下降1.86亿元。

半年报显示,敦煌种业业绩大幅下降,主要是由于控股子公司敦煌种业先锋良种有限公司产品销量减少,利润较上年同期出现较大幅度下降,种子产业整体利润较上年同期下降4433万元;受纺织行业普遍不景气的影响,棉花销售市场持续低迷,棉花产业业绩较上年同期下降4185万元;受油脂产品、番茄酱市场持续低迷影响,食品加工行业业绩较上年同期下降2370万元。

敦煌种业表示,下半年公司种子产业切实做好以“吉祥一号”为主的玉米品种的种植、加工和销售工作,重点是酒泉、武威玉米种子自动化加工生产线按期投入生产运营。据记者了解,武威玉米种子加工生产线项目是敦煌种业为做大做强种子产业在武威市武南镇投资建设的高标准、自动化玉米种子加工项目,预计年加工玉米杂交种3.2万吨,该项目目前正在设备安装和配套工程建设,计划9月中旬投入生产。(孙琳)

红阳能源大股东“两无”承诺忽悠市场六载

在监管部门监督下,大股东沈煤集团承诺两年内将优质资产注入公司

证券时报记者 凡奇

近一个多月来,一直处于舆论风口浪尖的红阳能源 (600758) 及其大股东沈煤集团似乎平静了很多。原因是在证监会辽宁监管局的监督下,沈煤集团未完成的股改承诺终于有了明确的完成时间。投资者在痴心等待六年后,沈煤集团承诺两年内将优质资产注入红阳能源。

长达六年的“两无”承诺

7月27日,红阳能源公告,公司收到《中国证监会辽宁监管局行政监管措施决定书》,随即向公司控股股东沈煤集团进行了转达。沈煤集团表示,集团已责成有关领导和专门人员负责落实向红阳能源注入优质资产的承诺,沈煤集团将加快相应资产的整合,努力创造条件,力争用两年时间完成相关承诺。

这一份看起来非常厚重的承诺,投资者等待了六年,并且在监管部门的监督压力下作出的。

六年时间,很多事情都可能改变;六年时间,也耗费了很多投资者等待的热情。

时间追溯到2006年7月,时称“金帝建设”的红阳能源正在进行股改。据记者了解,当时为了顺利完成股改,保荐机构给对资本市场情况与规模不熟悉沈煤集团支招,在股改方案中作出了承诺:“为促进金帝建设做大做强,有效保护上市公司及全体股东的长期利益,沈煤集团将在未来一段时间内适时向金帝建设注入优质资产。”

这个看起来相当诱人的注资承诺,让投资者一等就是六年。接受记者采访的业内人士及投资者表示,这根本就是一个“两无”承诺,既没有承诺的具体内容,又没有完成承诺的具体时间。

有意无意中,沈煤集团给投资

者画了一张“饼”。据了解,这张“饼”的内容应该是煤。

一位非常熟悉公司情况的人士对记者表示,沈煤集团曾表示将集团旗下的煤炭资产注入红阳能源,但迟迟没有动静。后来,沈煤集团又想将煤炭资产单独拆装上市。

在等待和期盼中,这张“饼”无法充饥果腹,而是不断消磨着投资者的耐心与期盼。六年后,正是辽宁证监局的反复约谈、质询、督促,要求沈煤集团尽快履行承诺,给市场和投资者以交代。似乎是迫于压力,才有了沈煤集团六年之后的注资承诺。

注资仍充满不确定性

然而,细心的投资者发现,除了给出“两年内”这个具体的时间表,沈煤集团这一次的承诺仍然充满了不确定性。

红阳能源公告称,沈煤集团要努力创造条件,力争用两年时间完成相关承诺。沈煤集团只表态“努力”、“力争”,伸缩性极强的词句似乎表明,资产注入依然充满变数。

有证券分析人士表示,资产注入毕竟不是一件小事,只有将最合适的资产注入重组的公司,才能帮助公司做大做强。

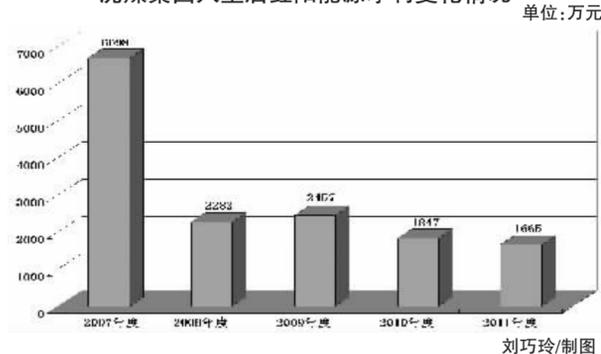
据了解,沈煤集团是辽沈地区一家非常有实力的大集团企业,集团资产很多,优质资产也不少,也正因此,六年前沈煤集团才得以入主金帝建设。不排除这几年沈煤集团在反复考量与权衡,将哪块优质资产注入公司更合适。

只是,考量的时间似乎太长。两年承诺兑现期,加上已经过去的六年,一个承诺横跨了八年。

另据了解,根据红阳能源所处的电力、蒸气、热水生产和供应行业,结合沈煤集团现有的资产情况,也可以看出,沈煤集团将非煤业务注入上市公司的可能性不大,



沈煤集团入主后红阳能源净利变化情况



最有可能的是注入煤炭资产。

红阳能源业绩每况愈下

在长达八年的注资承诺中,掌握决策权的是大股东沈煤集团,而受伤害更多的则是红阳能源。因为注资承诺不兑现,红阳能源屡屡被监管部门

和投资者询问质疑,股价也因此大幅波动,公司信誉及市场形象大打折扣。

六年中,沈煤集团因无视承诺的诚信力,也自尝苦果。时至今日,沈煤集团持有的9109.75万股限售股份仍未解禁;沈煤集团下属公司多次谋划的海外上市计划也因为此事搁浅。

股改完成后,背靠沈煤集团这棵大树,红阳能源这些年的生产经营情况却每况愈下。

翻开公司的财务报表,可以看到,2007年,红阳能源净利润为6698万元;2008年则大降65.91%,为2283万元;2009年净利润为2457万元,2010年则下降至1847万元,而2011年上半年,净利润较往年同期下降38.61%,为792万元。

相对于拥有40多家分公司、子公司,销售收入超过百亿元的辽宁百强企业沈煤集团而言,销售收入只有两亿多元的红阳能源,显得体量太小。

有知情人告诉记者,对上市公司的经营发展,沈煤集团基本不闻不问,上市公司管理人员要见到董事长、总经理都很难,更别说与投资者沟通了。

如今,沈煤集团又为投资者开具了一张两年期的“支票”,但愿到何时能兑换成真金白银。

工程与投资收益骤降拉低业绩 凯迪电力寄望生物质发电

证券时报记者 吴蒙

凯迪电力 (000939) 今日发布半年报。受制于越南升龙工程项目审批延缓、股权投资收益骤减,凯迪电力中期业绩出现较大下滑。不过,公司方面表示,自年初开始的生物质原料采购体制改革将有望大幅降低生物质原料成本,提升生物质发电效益,增厚公司未来业绩。

今年上半年,凯迪电力实现营业收入12.3亿元;实现净利润4080万元,同比下降93.32%;扣除非经常性损益的净利润5560

万元。

公司中期利润大幅下滑的主要原因是去年同期公司因失去东湖高新 (600133) 控股权而获得5.8亿元税前收益,加上越南冒溪项目获得4.9亿元工程款,合计获得10.7亿元收入,而今年同期,因东湖高新股价下跌,公司投资收益为-2074万元,工程项目收入降至2.7亿元,两项合并减少收入8.2亿元,减少利润5亿元左右。

值得一提的是,报告期内,在我国经济减速的大背景下,公司积极调整产业结构,力促精细化管理落实到位,从而推动了创新式商

业模式的全面实施。公司传统产业保持稳健经营,原煤销售项目人工成本及安全措施费上涨虽略拉低销售毛利,但项目整体收益基本保持稳定。蓝光环保发电项目毛利较上年同期出现上升,亏损大幅减少。

备受投资者关注的生物质发电项目,历经半年原料改革后,已初见成效。公司董事长陈义龙曾表示,公司对原材料采购体制进行整顿后,原材料品质已大幅提高,价格上涨态势得到了有效控制,燃料吨价有百元左右下降。预计9月初6个已投运电厂的发电量将逐步恢复到正常水平。对此,凯迪电力董事、燃料主

管陈义生进一步表示:“9月份后凯迪电力6个生物质电厂有望实现满负荷运转,公司每个生物质电厂在正常运营,以及不计算增值税返还及碳汇(CDM)收益的情况下,每年有望实现2000万元以上的利润。”

公司财务总监汪军介绍,公司目前手头现金充足,企业账面资金较去年同期增加了8亿多元,尽管因此资产负债率提高了5.3个百分点,但也保证了公司的各个项目,尤其是生物质发电厂项目的资金需求。公司计划2012年新投产生物质电厂建成投产8到10个,未来生物质发电将成为公司业绩主要发力点。

*ST中基 七措施力保全年盈利

*ST中基 (000972) 今日公布的半年报中表示,公司正按照年初提出的七项保盈利对策和措施,积极探索有利于可持续发展的途径和方法,争取实现2012年保盈利目标。今年上半年,*ST中基实现营业收入6.3亿元,净利润亏损1.89亿元。(宋雨)

长园集团 再度中标国网项目

继前三次在国家电网集中招标中成功中标之后,长园集团 (600525) 的电网设备类产品在国网第四次集中招标中再次中标,合计中标金额超过1亿元。(许菁)

西藏 5100 上半年业绩向好 多元化营销策略发力终端

2012年8月23日,西藏5100水资源控股有限公司(以下简称“西藏5100”)公布了2012年上半年业绩。报告显示:2012年上半年,公司实现营业收入人民币2.47亿元,同比增长18%,实现净利润人民币1.78亿元,同比增长20%;公司客户结构进一步优化,对中铁快运的销售收入占营业收入的比例自上年同期的33%,下降至27%;零售渠道的销售收入占营业收入的比例自上年同期的12%,上升至41%;总体平均销售单价自上年同期的每吨人民币7147元,上升至每吨人民币8892元。

东兴证券食品饮料行业分析师分析,在一些外资高端矿泉水屡曝质量问题后,国外高端矿泉水的品牌力逐渐被削弱,外资主导的市场格局正在被打破,与此同时,国内多家企业已瞄准这一领域。其中,西藏5100正在依托其西藏念青唐古拉山脉海拔5100米的原始冰川水源以及多元化的营销模式占据超过1/4的中国高端瓶装水市场份额

(基于Euromonitor International欧睿信息咨询公司对于中国高端瓶装水行业2011年情况的分析报告),并逐渐成为国内高端水市场的领导品牌。

定位高端 开辟市场

对于目前瓶(罐)装饮用水行业的发展格局,东兴证券食品饮料行业分析师认为,虽然瓶(罐)装饮用水行业近年来一直处于高速发展阶段,但是随着各项成本的高企,行业利润率一直在下滑,2008年行业的利润率只有3.85%,这表明行业已经进入“微利时代”,在这种环境下,很容易形成寡头低价竞争的局面,新进入者难以打破这种格局。但随着国内消费水平的提升,高端水品牌逐渐异军突起,目前已占据国内10%左右矿泉水市场份额。有专家估计,未来三年内中国高端矿泉水的市场容量将不少于100亿,因此未来国内高

端矿泉水是一片蓝海市场。

在西藏5100上市之前,公司曾请了一家专业的公司做了北上广深的调研,结果显示:大部分人对西藏的前五个概念都是正面的,比如:天然、纯净、无污染等等。这坚定了我们将品牌定位高端的信念,最关键的是我们的水源本身也非常珍稀,进口产品从品质上看跟我们相比并没有什么优势,这是很重要的。”西藏5100执行董事兼行政总裁付琳如是说。后来的一系列事实证明,西藏5100的判断没错,西藏5100正是在打造高端品牌的基础上,借助多元化营销手段,开辟了国内高端水的市场。

侧重机构营销 拓展多元化零售渠道

西藏5100下属子公司西藏冰川矿泉水销售有限公司(以下简称“营销公司”)总经理李良红介绍,营销公司一

直坚持“侧重机构营销,拓展多元化零售渠道”的销售策略。公司开拓了独特的机构营销模式,这类客户主要包括中铁快运、中国国航、中国邮政、中油碧辟、中国石化、工银国际、建银国际等。同时,公司积极和大客户采用联合品牌的方式,以双方的品牌和商誉巩固市场领先地位,这类客户主要有全聚德、横店影院等。

在零售市场方面,西藏5100进一步发展国内的传统销售渠道,以夯实其市场领导地位。2012年上半年,西藏5100的客户结构进一步优化,大力发展零售渠道,选择优质的经销商建立长期的合作关系,保证一定的销售价格和销量。目前,经销商数量由2011年底的132个增加到目前的168个,销售网点由2011年底的4102个增加至目前的6187个,覆盖的城市由2011年底的35个增加至目前的48个。除传统的商超之外,西藏5100还成功覆盖了高档餐饮饭店、高档酒店、高

档俱乐部、高尔夫球场、机场等即饮市场,形成了务实、高效的营销网络,确保产品全渠道覆盖。

针对中国高端水市场的特点,西藏5100还制定了“店点授权、精准营销”的营销策略。“店”即销售的传统渠道,如商业超市、大型酒店饭店、高级俱乐部等,“点”即为西藏5100的全方位覆盖营销战略。借助这样的策略,西藏5100可以精确统计存货,给负责生产的水厂提供订单指令,为后期生产控制成本,有效避免产品从西藏到内地城市的物流损耗,达到产销平衡。”

创新营销 启动电商

基于电商的巨大潜力,西藏5100也积极借助“水卡”尝试电商业务。从2012年4月起,西藏5100陆续和12家国内知名电商合作,开启了5100水卡的线上销售业务,这些电商包括京东商城、

当当网、卓越亚马逊等。合作电商认为,对于西藏5100冰川矿泉水品质的认可,是开展合作的基础。西藏5100全新的水卡模式也帮助电商大大节约了仓储及配送成本,存货管理问题,例如产品被损坏。由于后期水卡兑换服务由西藏5100承担,配送和后期服务效率大大提高,免去了电商的后顾之忧,降低了电商的投诉率。报告显示,西藏5100的水卡业务增长迅速,2012年上半年,水卡的销售收入占营业收入的比例由上年同期的5%,上升至13%,成为公司业绩日益攀升的增长引擎。

根据国家统计局的数据,瓶(罐)装饮用水行业的利润总额高速发展,2003年行业利润总额为5.14亿元,2011年就达到了52.29亿元,是2003年的10倍多。借助于多元化的营销策略,未来以西藏5100为代表的高端瓶装矿泉水将会有更好的发展。”东兴证券食品饮料行业分析师预测。(肖渔)(CIS)