

贤成矿业子公司股权遭仓促拍卖

其子公司联维亚和粤海化工的股权昨日共拍得2360万

见习记者 林少强

因控股股东个别高管盗用、私刻公章开展民间融资,在未有调查结果出来之前,贤成矿业旗下两子公司股权昨日在深圳遭仓促拍卖,拍卖合计所得款项2360.93万元。

竞拍者仅两家

昨日,深圳市宝安区前进一路的冠利达大厦16楼,贤成矿业(600381)旗下的梅州市联维亚投资有限公司66.84%股权和大柴旦粤海化工有限公司100%股权拍卖在此举行。

现场虽有近30人参与,但仅有2家举牌方在举牌,分别为88号和32号。最终88号举牌方以1650.93万元的底价取得联维亚投资66.84%股权,经过二十几轮竞价,粤海化工由32号举牌方以710万元获得,高出底价238%。

记者昨日赶到冠利达大厦时,在广东中宝拍卖有限公司一间不到50平方米的拍卖厅里,已有20多人在现场。在15时的拍卖正式开始后,仍有竞拍者前来。

当拍卖师在拍卖前宣读拍卖须知事项时,竞拍者私下进行着激烈的交流。然而在宣布竞拍联维亚投资66.84%股权开始后,现场沉寂了十几秒没有竞拍者举牌。

此后,88号竞拍人的举牌引起了周围买家好奇的眼光,举牌价为拍卖底价1650.93万元。按规定,每次举牌加价100万元,第二次的举牌价将增加到1750万元,但并没有其他竞拍者跟进加价。

拍卖师不得不把底价改为每次加50万元,但1700万元的竞拍价仍旧没有其他人参与者感兴趣,包括拥有优先购买权的6号买家也没有举牌的意愿。随着拍卖师的下锤,联维亚投资



①现场进行拍卖中
②拍卖会结束后作登记

66.84%股权被底价成交。

接下来粤海化工100%的股权成为竞拍的焦点,其209.8万元的底价相对也低很多。竞拍的焦点主要集中在88号和32号竞拍人,其余10多位举牌方一直处于观望的态势。该股权每次加价20万,在88号和32号20多个回合竞争的同时,88号举牌人不停地打电话似在沟通意见。

最终,32号竞拍人以高于底价238%的价格,即710万元获得粤海化工100%股权。

竞拍结束后,现场工作人员催促其他人员离场,88号和32号竞拍方则到隔壁办公室签署相关的协议,目前尚无法得知上述两位竞拍人的身份。

公司质疑拍卖仓促

在拍卖开始前,拍卖师宣读了一份来自于贤成矿业的风险提示函,即贤成矿业昨日发布的一份公告。

贤成矿业在昨日的公告中表示,近年来该公司控股股东内部出现个别高管在开展民间融资活动中,盗用、私刻公司及控股子公司公章,导致该公司及各控股子公司卷入数十亿元的债务诉讼事项。

贤成矿业认为,在相关部门的最终调查结果出来之前,对公司的上述股权资产仓促进行拍卖,将损害公司的合法利益及投资者的利益。

公开资料显示,中宝拍卖在1月7

日就公告了联维亚投资和粤海化工股权的拍卖事宜,并要求有意者于1月18日16时前将保证金汇入法院指定账户,1月22日方可参加拍卖。

记者从公开资料查到,粤海化工股权在2012年11月被冻结,而联维亚投资则是在今年1月15日前遭到冻结。

1月19日,贤成矿业公告发布子公司股权的司法拍卖事宜。公告显示,深圳市中级人民法院向公司送达了拍卖通知书,就申请执行林晓敏与被执行人上市公司贤成矿业、实际控制人黄贤优、间接控股股东贤成集团以及直接控股股东西宁夏国新民间借贷纠纷一案,委托中宝拍卖拍卖被执行人贤成矿业持有的联维亚66.84%股权和粤海化工100%股权。

铁路列车杂志摆放权招标: 馅饼抑或陷阱?

ST传媒主动退出,三三传媒《旅伴》及沃美《旅游地理》中标。

证券时报记者 李雪峰

在12306订票网站备受争议的同时,铁道部的另一项关于铁路杂志摆放权改革目前仅有两本杂志中标。在竞标的过程中,ST传媒(000504)退出与中国三三传媒(08087.HK)积极参与,显示了截然相反的态度。

按照铁道部去年下半年的规划,从2013年1月1日起,各列车上已摆放的杂志将被清撤,铁道部将委托中国广告协会铁路分会在全国范围内进行招标工作,包括上述两家公司在内的“圈内公司”及其他“圈外公司”均可参与竞标,但参与竞标的杂志必须支付一定的渠道费。

此前,摆放在列车上的杂志既有各铁路局自己的杂志,也有来自于媒体的杂志,而后者须经铁道部宣传部门批准后方可摆放在列车上。

经过长期博弈,列车摆放杂志逐渐形成了6家杂志寡头垄断的局面,分别是三三传媒的《报林》、《旅伴》、《旅客报》,ST传媒的《和谐之旅》、中青报的《青年时报》及中国铁道出版社的《中国铁路地理》。

招商证券一位不愿具名的分析师预计,如果铁道部不进行公开招标,铁路杂志的现行格局将维持相当长的时间。因为在公开招标之前,没有一家杂志曾宣布将不再摆放,也鲜有圈外杂志前往分羹。事实上,在铁道部此次招标伊始,ST传媒及三三传媒等传统的圈内媒体并未被渠道费所阻挠,依然参与竞标,反倒是其他媒体对此持观望态度。

从行政审批到公开招标,从不收费到收取渠道费,本身是一个市场化改革过程,如果渠道费维持在合理

水平,已在列车上摆放多年的杂志不会轻易放弃这个市场。”上述分析师表示,在相当长的一段时间内,特别是高铁在一线城市贯通后,列车依然是公众出行的首选,这中间不乏高端商务人士,均可成为列车杂志的潜在广告源。

事实也确实如此,《和谐之旅》2010年~2012年为ST传媒创造的营收分别为1377万元、2695万元、2965万元,毛利率则分别为25%、22%、25%,营收逐年增加。

正是由于这个原因,ST传媒直到铁道部招标截止日的前一天才宣布退出竞标,该公司一位内部人士向记者透露,以《和谐之旅》目前的盈利能力测算,2450万元的渠道费绝不是小数目,将会吞噬杂志全年的净利润。

其实之前也没想到渠道费会这么高,原本以为这是第一年收渠道费,可能会象征性收取。”上述人士说。

铁道部此次招标始于2012年11月29日。在此期间,招标受托人北京产权交易所曾连续四次对招标材料进行了补充,主要是渠道费及其他细节的补充。前三次补充招标材料后,招标过程迟迟不见进展,第四次补充后,才有杂志与铁道部基本达成一致。据悉,《旅伴》及沃美传媒旗下的《旅游地理》已初步中标。

我们只有《旅伴》中标了,《报林》和《旅客报》没有中标。”昨日三三传媒集团奥神传媒一工作人员向记者确认,不过该工作人员并未透露《报林》和《旅客报》未能中标的原因。

与ST传媒果断退出竞标过程不同,三三传媒在中标之前十分担忧竞标失利。三三传媒日前的一份注明内幕消息字样的公告指出,如果《报林》等杂志的合作出版商不参加招标或未中标,且不能及时招徕同等数量的分销渠道,那么三三传媒的盈利能力或将受到重大不利影响。在三三传媒看来,可能对公司造成冲击的是竞标失利而非渠道费,这与ST传媒存在明显的区别。

“天花板”不是板 格力电器营收千亿逆市增长

见习记者 张奇

国内空调市场萎缩6%,格力电器(000651)反而逆市高速增长。据该公司最新的2012年业绩快报显示,公司靠单一产品跻身千亿俱乐部,也是国内唯一一家营收达千亿的电器类上市公司。面对格力电器2013年1200亿元的营收计划,业内人士认为该公司的业绩增长还没有达到“天花板”。

逆行业高速增长

根据产业在线的数据,2012年国内家用空调市场下滑6个百分点,整个行业负增长的大背景下,格力电器的销售数据和市场份额同时在提高。

据格力电器的业绩快报,2012年该公司总营收达1000.84亿元,同比增长19.84%,达到公司之前预期的千亿收入规模目标;净利润达73.78亿元,同比增长40.88%,每股收益2.47元。

从格力电器1996年上市时的经营数据来看,当年的营业收入为28.41亿元,净利润为1.86亿元。如今17年后,增长分别超过34倍和38倍,且近5年来增速明显加快。格力电器上市以来的股价凸显高成长的轨迹,复权来看,该公司股价已突破2011年的新高,迈入2013年还在不断刷新股价纪录。

据公告的数据测算,格力四季度单季实现收入229.21亿元,同比增长17.88%。海通证券分析师陈子仪分析,格力电器2011年第四季度在行业整体双位数负增长情况下格力保持了17.76%的收入增长,2012年继续接近20%的增长速率,是在前年同期高基数的背景下完成。

2012年,空调行业仍处于景气调整期,格力电器的表现则优于行业

整体。根据产业在线的统计,2012年1月~11月,空调行业分别实现内销5393万台,同比下滑6%;出口4394万台同比下滑3.8%。格力则实现内销2379万台,同比增加8%,出口1081万台增加了4.2%,其中内销市场份额达到44.1%,比去年同期增加5.7个百分点。

招商证券分析师纪敏表示,美的实施战略转型后,行业整体竞争压力有所缓解。根据中怡康的统计,目前,主要空调品牌的终端售价较同期有7%~10%的提升;而去年末以来,铜等原材料保持低位运行,作为空调龙头企业的格力电器的净利率水平改观明显。

数据显示,格力电器去年第四季度盈利能力大幅提升,营业利润率、税前利润率、归属于母公司净利润率分别同比提升2.23、2.01、1.39个百分点至10.4%、10.6%、8.93%。同时,格力8.93%的净利润率创下单季最高。

未达成长“天花板”

从行业面上看,虽然空调销量经历了几年的快速增长,但2012年的空调销售调整较大。格力电器近5年来业绩持续超预期,反映该公司业绩超预期的驱动力已经发生改变。

国泰君安分析师方馨认为,过去由“行业高速增长+市场份额提升+盈利能力提升”这三驾马车所驱动的行业和净利润双增长已悄然改变,现在“行业高速增长”已经被“品质升级”所替代。

事实上,市场对于格力电器2012年第四季度的销售一直存在库存过高的担忧,并有两种判断。一是公司发货节奏控制得非常好,达到千亿之后也不需要再压货给渠道;二是年底突击压货给渠道,达成销售任务。方馨认为,第一种情况的可能性

较大。记者从部分经销商处了解到,格力电器在去年四季度或年底并没有特殊的发货鼓励政策,也没有给渠道很明显的压货压力。

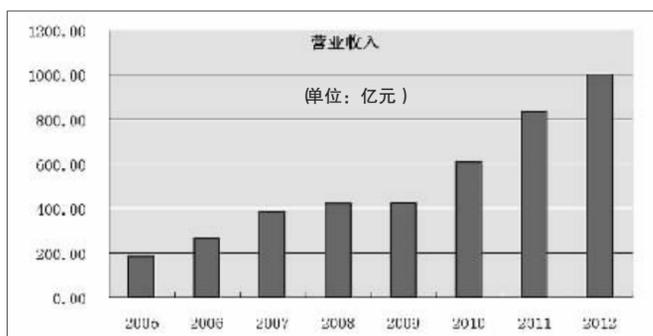
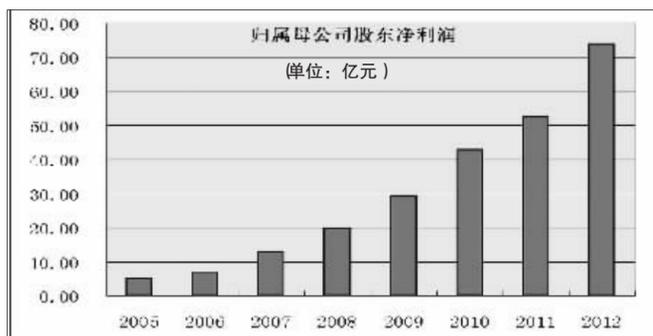
据了解,2012年12月下旬伊始直至2013年元旦期间,格力空调销售表现良好,多个经销商反馈库存下降明显,且在寒冷天气的催化作用下,该公司新推出的双极压缩机新产品有明显好的表现。同时,记者还从格力电器获悉,2013年1月出口排产饱满。

面对公司2013年1200亿元的收入

目标,长江证券分析师陈志坚认为,此前市场对于格力的成长性担忧一直存在,但目前的格力仍未达到所谓的成长“天花板”。首先,目前国内传统家用空调市场仍有较大的增长空间;其次,目前公司出口市场占有率远低于其内销水平,未来也有进一步提升空间;再次,均价更高的家用中央空调逐步普及也将拉动公司主营的稳步提升;此外,小家电及空气能热水器等品类外延性扩张也为其长期增长提供潜在动力。

据悉,格力电器管理层还曾表示,计划未来五年公司实现2000亿的规模。

格力电器2005年~2012年净利润及营业收入



资料来源:公开信息

张奇/制图

融创中国配股融资20亿 高负债扩张

证券时报记者 冯尧

继恒大地产(03333.HK)配股融资后,地产“狂人”孙宏斌掌舵的融创中国(01918.HK)昨日也抛出配股计划,公司拟配股集资20.1亿港元。

在3个月前刚发行优先票据的背景下,再度进行大规模融资,融创中国对资金的渴求可见一斑。更值得注意的是,该公司净负债率长期徘徊于内房企平均水平之上,不由令人联想到其前世顺驰。

管理层“食言”

根据配股计划,融创中国配售3亿股新股,按配股价6.7港元计算,最多融资20.1亿港元,而除去所扣除的相关佣金、税费等费用后,所得款项净额为19.99亿港元。据悉,配股设90天禁售期,花旗为配售代理。

此次配股后,融创中国董事会主席孙宏斌持股比例将由51.78%稀释至41.84%。孙宏斌在本月初曾表示,公司不缺钱,暂未有配股计划,当时更豪言专注卖楼动辄已可套现数十亿元。孙宏斌在天津拥有3个发展项目,总可售面积为83万平方米。天津作为融创中国的大本营,此举将进一步巩固其在该区域的战略地位。而在去年,融创中国已在天津斥资5.77亿元购得8宗地块。

融创一直坚持高端精品战略,但这目前显然不是大众市场方向,在限购背景下,高端产品又是否真能够持续高周转?深圳一位上市房企高层感到疑惑。在她看来,营销能力是支撑融创扩张的关键,一旦销售进度跟不上扩张速度,销售压力凸显,负债扩张便会留下隐患。

从融创中国2012年中期财报看,其净负债率为93%,2012年底这一数据达104%。而2011年末,

内房企的资产负债率均值为67.43%。2012年中期,融创中国所持现金为26.4亿元,而其短期借贷以及长期借款年内到期所要偿还的金额就高达54.7亿元。

激进扩张或有隐患

脱胎于顺驰的融创带有孙宏斌鲜明的个人特色,扩张激进。”前述券商人士坦言。

融创中国自上市以来的快速扩张有目共睹,尤其是在近年来逆势扩张。2010年,融创完成销售额83亿元。到了2011年达到192亿元,增长率达131%。而在去年更是提前完成300亿元的销售目标,全年356亿元的销售额同比增长高达84%。

其销售简报显示,融创中国去年在京津沪渝等地补充了约741万平方米土地储备。与此形成对比的是,2011年公司所有的土地储备仅为建筑面积175万平方米。截至去年年底,融创中国在买地或收购项目方面的总规模或已超过100亿元,项目增加至40个。

今年1月7日,融创中国刚刚公布,旗下融创置地分2次向北京万通收购天津泰达城市开发47%股权,并受让目标公司结欠债务,总计约8.22亿元。天津泰达于天津拥有3个发展项目,总可售面积为83万平方米。天津作为融创中国的大本营,此举将进一步巩固其在该区域的战略地位。而在去年,融创中国已在天津斥资5.77亿元购得8宗地块。

融创一直坚持高端精品战略,但这目前显然不是大众市场方向,在限购背景下,高端产品又是否真能够持续高周转?深圳一位上市房企高层感到疑惑。在她看来,营销能力是支撑融创扩张的关键,一旦销售进度跟不上扩张速度,销售压力凸显,负债扩张便会留下隐患。