

金马退市余股收购 仍剩500多万股

金马退市(金马集团)000602今日公告,神华国能集团公司要约收购金马集团股份余股的结果显示,仍然有其他股东持有金马集团股份512.6万股,占金马集团总股本的0.51%。

2013年6月19日至2013年7月18日,神华国能集团实施了对金马集团的全面要约收购,持有金马集团9.5亿股股份,占金马集团股份总数的94.23%,股权分布已不再符合上市条件,随后于2013年8月14日终止上市。

不过,2013年8月15日至9月13日,神华国能集团要约收购余股的结果为,神华国能持有金马集团股份约为10亿股,占金马集团总股本的99.49%。但是,其他股东持有金马集团股份512.6万股,占金马集团总股本的0.51%。

对此,神华国能集团称正在进行研究有关金马集团的后续事宜。金马退市将在方案确定后公告,请余股股东予以关注。

(杨芬)

胜利精密子公司 获4000万政府补贴

胜利精密(002426)今日公告,公司全资子公司安徽胜利精密收到安徽省舒城县《关于给予胜利精密制造项目奖励的情况说明》,给予安徽胜利精密奖励资金4000万元,用于基础设施建设。

据了解,上述资金已划拨至安徽胜利精密资金账户,按照《企业会计准则》,该项政府补贴资金作为营业外收入计入当期损益,对胜利精密2013年度的经营业绩有积极影响。

同时,公司公告,安徽胜利精密还于近期竞得了共计46.97万平方米国有建设用地的使用权,并已与舒城县国土资源局签署了成交确认书。

(袁源)

万和电气 “爱心厨房” 落户贵州山区

最近,万和电气(002543)捐建的贵州遵义市三渡镇坪丰小学“爱心厨房”正式落成。这是万和继捐建广东韶关深度水民族学校“爱心厨房”之后的又一次爱心延续。

据了解,遵义市三渡镇坪丰小学是当地最为贫困的学校之一,现有70多名学生,9名教师。该校学生大部分属于留守儿童,家校距离较远,孩子们通常自带午餐或者吃方便面。

为了让孩子们吃上热腾腾的饭菜,万和电气与天涯公益·微基金联手推出了“天涯爱心午餐+万和爱心厨房”的爱心公益活动,由天涯公益·微基金负责给孩子们提供免费的日常食材,改善孩子们的伙食,万和捐赠学校配套的厨房用具,给孩子们建设一个现代、卫生的厨房。

万和电气表示,公司在自身快速发展的同时,一直自觉承担着作为企业公民的社会责任。未来,万和还将继续在贫困边远地区学校推行“爱心厨房”项目,为山区的孩子们送去爱心和温暖。

(周少杰)

全球养殖巨头泰森嘉吉相继落户中国

有分析认为,养殖业周期底部或在明年春节后

证券时报记者 靳书阳

继去年鸡肉养殖巨头泰森集团落户山东之后,近日嘉吉公司的动物蛋白全产业链项目也在安徽来安县正式投产。面对国际巨头纷纷布局中国,圣农发展(002299)董秘陈剑华认为,参考美国养殖业的发展历程,近年在经历了禽流感等负面因素之后的中国肉鸡养殖业,已经到了一个产业整合的阶段。

美巨头纷纷来华建厂

据了解,嘉吉来安项目总投资额超过2.5亿美元,年加工能力高达6500万只鸡,年生产鸡肉产品为17.6万吨,是世界四大粮商之一的美国嘉吉公司在华最大单笔投资,也是目前国内肉鸡产业中最大的现代化全产业链项目。与其他大型养殖项目不同的是,该项目集饲料生产、种鸡繁育、雏鸡孵化、肉鸡养殖、屠宰初加工和深加工为一体,是真正意义上的全产业链。

嘉吉来安项目中国事业部总裁梁厚哲表示,这是嘉吉在全球首个肉鸡全产业链项目,主要是考虑到中国消费者对食品安全的高度敏感性,所以公司希望通过一体化养

殖来确保食品安全。”

“一体化养殖模式能有效地应对食品安全风险,但投资量大,技术要求高,这对企业提出了更高的要求。”中国畜牧业协会商业分会副秘书长仇宝琴分析道。

与美国嘉吉公司等量级的竞争对手美国泰森集团,也早已在中国北部城市山东莒县建厂。2012年6月底,鸡肉养殖巨头泰森集团就与山东莒县正式举行了签约仪式,将其年产肉鸡360万只的养殖项目落户于莒县闫庄镇。据了解,莒县闫庄镇将建成两大肉鸡养殖场,主体生产设备全部进口美国,并于2013年初完成了主要建筑和配套设施项目建设。

据陈剑华向证券时报记者介绍,泰森集团在肉鸡养殖领域的规模超过嘉吉公司。圣农发展作为国内最大的肉鸡养殖企业,规模也仅相当于泰森集团的十分之一左右。

周期底或在明年春节后

事实上,从行业景气度来看,2013年应该算是养殖行业的低谷期。今年4月份突发的H7N9流感事件,鸡肉终端消费受到严重影响,进而造成鸡肉价格低迷。

兴业证券研究员蒋小东认为,2013年应该不是肉鸡养殖行业的周期底部,即使较乐观估计,养殖周期底部的出现也至少在2014年春节之后。

但从另一个角度来看,行业低谷期也为龙头企业的扩张提供了难得的机会。陈剑华分析,国际巨头之所以纷纷斥巨资进入内地市场,主要有两个决定因素。首先,中国是一个人口众多、消费市场巨大的国家,任何企业都不会忽视这个市场。而随着城镇化的推进,以及人均消费水平的提高,中国市场的增长空间仍然巨大。

另外,中国的市场集中度远远不及美国。据陈剑华介绍,美国前五大公司合计市场占有率高达67%。目前,我国有几万家肉鸡养殖企业,圣农发展作为中国最大的肉鸡养殖企业,市场占有率也只在5%左右。陈剑华认为,美国的今天就是中国的明天,未来国内养殖企业间必有一轮激烈的淘汰整合,现在只是一个开始而已。行业低谷期正是有实力的大企业进行兼并收购的最好时机。

中国市场足够大,多一两个竞争对手,并不值得忧虑,关键是自己练好内功。”陈剑华告诉记者。

■相关新闻 | Relative News |

KKR鼎晖联手现代牧业 建大型牧场

证券时报记者 尹振茂

昨日,KKR、鼎晖投资与现代牧业(01117.HK)宣布成立一家合资公司,并将于未来18个月在中国合资建造两个大型乳业牧场,投资总额约1.4亿美元。

此次交易仍需获得监管机构批准,预计第四季度完成。KKR将通过其中国成长基金(China Growth Fund)投资于该合资公司。

据了解,该合资公司计划于未来两年建造两个万头规模的牧场。牧场位于山东省商河县,当地天气条件适宜奶牛养殖,并获得当地政府的大力支持。KKR、鼎晖投资与现代牧业将分别持有合资公司61.5%、20.5%与18%的股权。

同时,合资公司将购买现代牧业因牛群自然繁殖而产生的多余奶牛。此外,现代牧业可在3年后回购合资牧场股权,从而确保其维持长

期增长的潜力。

资料显示,KKR和鼎晖曾于2008年共同投资于现代牧业。自投资之后,现代牧业的规模从3个牧场、2.4万头奶牛逐渐发展成拥有22个牧场、近18万头奶牛的大规模乳业集团。2010年,现代牧业成功在香港联交所上市。

KKR全球合伙人Julian Wolhardt表示,“我们之前对现代牧业的投资十分成功,在新的合资公司当中,我们会延续这个成功的模式,与经验丰富的本土管理团队密切合作,利用KKR的资金、全球资源和强大的运营支持,满足市场对高质量原奶的持续需求。”

根据市场研究机构Euromonitor调研显示,过去5年以来,中国乳制品消费市场的复合年增长率为10%,而由于消费者对食品安全的持续关注及健康意识日渐提高,对高端优质乳制品的需求增速远高于整体市场,高端乳制品市场份额已从10%上升至19%。

百变车型助推天汽模模具业务发展

公司预计,德国子公司ETQM年底可实现利润,目前已接到订单

证券时报记者 马晨雨 刘杨

从1965年天津汽车厂的独立车间到1995年天津汽车集团的模具中心,再到2003年改制为民营企业,随后2010年实现上市,如今的天汽模(002510)已经成为国内最大的一流模具制造企业。

当下,在国际金融环境不景气、国内汽车行业爆发增长期已过的背景下,天汽模将如何继续前行,又将有何应对措施?中国上市公司协会组织的“走进上市公司”活动中,一行人就公司的经营规划、海外发展等问题与董事长及高管进行了深入交流。

受益车型多元化

据悉,早期的模具厂都是为汽车主机厂配套自用,在2005年以后模具产业开始逐步走向市场化。

目前很多大的汽车厂仍有自己的模具厂,但考虑到闲置时的维护成本,规模都较小,基本都是以研发为目的保留的。在国际上,大规模的模具厂都是市场化的。

据介绍,实际上汽车产量跟模具生产企业的效益关系不大。比如

一款老桑塔纳生产200万辆,和一款只生产了几万辆的小众车型对天汽模来说是一样的,都是一套模具一个产品。

天汽模董事长常世平表示,模具行业对经验的要求特别高,它不光是资源密集型的重资产产业,也算是人才密集型产业。作为单件生产的模具与其他批量生产的产品不同,每一个产品都是独一无二的。这就要求负责每一个工具每一个环节的工人要凭经验动脑去实施。所以模具行业在成长的过程中比较缓慢,包括人才的成熟、经验的积累,这也是该行业门槛较高的原因。

虽然在管理及检测上实现了高度的信息化,但由于一个车型只配一套模具,这样模具生产就没法做到完全的自动化、智能化。近年来在世界范围内,欧美日等发达国家的模具企业,随着市场的扩张成本压力增大,人力成本过高支撑不了研发需要,比如在中国3~4亿元人民币就能研发出来的模具,国外可能要3~4亿美元。

常世平表示,全球汽车模具市场也要向着能更加适合其发展的地域移动。随着近10年来中国汽车需求的上升,世界都在向中国转移。但



天汽模董事长常世平接受证券时报记者采访

本报资料图

由于海外汽车厂商在中国市场投入的车型越来越多,加上自主品牌推出的车型也日新月异,虽然中国的汽车产销进入了平稳增长期,但是汽车品种的数量仍是大幅增长,直接拉动了模具业务的增长,也给天汽模带来了新的机遇。

低成本海外扩张

全球汽车厂商为降低成本将汽车模具采购向中国转移的趋势越发明显,这对天汽模来说无疑是实现

海外扩张的大好机会。

今年上半年天汽模斥资180万欧元,在德国投资设立子公司天汽模欧洲模具有限公司(ETQM),并以此为主体洽购德国知名模具企业GIW。对于天汽模而言,此次收购具有重要意义。未来,天汽模将建立一种全新的运营模式和盈利模式,即由ETQM负责承接海外的订单、模具设计、调试及售后服务。模具关键设计外的技术工作和全部的制造环节则由公司在中国境内的工厂完成。

天汽模起步是靠国内民族品牌的需求,但是真正让公司发展壮大的,实际上是国际业务这一块。从2004年、2005年开发国际市场后,近年来出口一直占公司模具收入的40%-50%。

常世平表示,国际化是必然要走的一步。他认为,布局全球统一的市场,既方便模具的营销,又能满足国外客户的售后服务。而选择收购德国的公司,重点是因为它具有丰富的经验和顶级的技术,这对公司走向国际化之路的帮助是不言而喻的。

常世平强调,接手德国公司后必须要改变原有的运营模式和经营方式,否则还会走上高成本导致亏损的老路。未来公司也会考虑两边结合的生产方式,但这还需要过程。公司预计ETQM年底可实现利润,目前已经陆续接到订单。

关于是否会跨区域进行投资,常世平坦言,目前不大可能,但会考虑纵向发展。比如公司目前的冲压业务,将来会考虑做一些装焊夹具和白车身。因为模具产业链比较短,平行来做是必然趋势。

此外,记者了解到,天汽模也在密切关注3D打印、新能源汽车等新兴产业的发展及契合机会,但目前还没有实质性的进展。

广发银行成立25周年,电子银行业务领跑同业 再造一个网上广发

广发人嘴边常挂着这样一句话:创新是广发银行的基因”。近年来,广发电子银行先行先试,屡创同业第一。在广发银行昂首迈进25岁的征程上,意气风发、蓬勃向上的广发电子银行人喊出一个响亮的口号——“再造一个网上广发”。

2013年广发银行网上银行、手机银行客户仍保持快速增长,电子银行交易替代率已超过90%,网上银行客户量已连续五年复合增长率超过60%。截至8月末,网上银行客户量为800万户,同比增长279万户,增幅达53.6%;手机银行客户量为196万户,同比增长101万户,增幅达106.4%。

开放,取众家之所长

广发银行手机银行于2011年3月横空出世,4月iPad版移动银行正式亮

相,5月重磅推出新一代个人网银。2012年7月,广发银行推出全国首创的24小时智能银行”。一年后,广发银行微信营业厅正式网上迎客。广发电子银行自诞生之日起,就以开放、包容的心态,从客户需求中听取意见、从同业做法中吸取经验,打造兼容性最强、易用性最高的电子银行。

两年多前,智能手机并不像今天一样普及。年轻人喜欢玩手机,但不一定能买得起一台智能手机。广发银行大胆提出“全手机平台的手机银行”,网页版使用兼容性较好的WAP手机网页架构,支持所有能够上网的手机访问和使用手机银行。客户端版手机银行同时支持iOS(Phone及iPad)、Android、Symbian、Windows Mobile等主流手机操作系统。

目前,广发银行手机支付业务涵盖远程支付和近场支付,稳居移动支付第一阵营。今年6月,中国银联、中国移动、

首批合作银行和终端厂商正式对外推出手机钱包业务,广发银行成为首批八家发卡银行之一。

包容,渠道高效协同

在兼容并包、创新模式的同时,若处理不好,可能会形成新的壁垒。经过多年的摸索,广发电子银行已初步掌握了这一“门径”。

首先,实现各种电子渠道之间的协同。如该行手机银行的电影票、游戏点卡购买等亦已在个人网银实现,未来更可将这些功能移植到自助银行渠道上。接着,实现电子银行与柜台渠道的协作。通过“网点预约取号”服务,实现电子银行与柜台渠道的相互协作,减少客户网点排队等候时间。最后,试水“万能支付”,打破社会支付壁垒,降低社会交易成本。去年3月,广发银行率先与中国银联开

展多渠道多应用电子支付战略合作,先行先试“万能支付”业务。信用卡跨行还款业务就是广发银行基于银联结算平台新增的绿色跨行还款途径,为目前业内首创。

融汇,链接网络金融

当前,各种快速发展的金融变革力量不容忽视,商业银行必须直面来自于互联网时代新兴金融服务模式的挑战。”广发银行电子银行部总经理方琦表示。商业银行客户基础雄厚,风控手段齐备,在信息获取上具有天然优势,如果能抓住信息这个核心,将其与银行的各项经营管理活动深度融合,就掌握了网络时代的制胜法宝。

广发银行提出网络金融理念在同业中相对较早。下一步,广发银行将在强化安全合规的前提下,加大在此领域的资

源投入,巩固和扩大已有优势,提升自身网络金融的市场竞争力,将网络金融打造成为低成本占用、高收益率的新兴业务增长点,尤其是借助新的服务手段增强获客和创利能力,兼顾与实体金融服务的融合,实现服务的不断优化和持续改进。

创新,领先的原动力

如今,以互联网、云计算、移动通信为代表的新技术广泛普及,使得整个人类社会的组织形态、生活方式以及商业模式都产生了巨大的变化,催生了新的金融形态。如何在多方竞争和同质化中保持领先“半点”,唯不断创新才能不被超越。

据了解,广发电子银行每推出一项创新业务,背后的流程设置、制度设计、组织变革以及对员工的考核制度都会

随之不断进行改革,以强化创新的内生力量和机制保障。方琦认为,这正是广发电子银行能在短短几年内创下多个同业第一的原动力。

从ATM机到网银,到手机银行、智能银行,再到现在的网络金融,电子银行的内涵和外延不断丰富扩展。对于广发银行而言,不变的永远是“以客为先”的核心理念,紧密围绕客户需求,为客户提供一站式、全方位金融服务”的核心驱动。为应对互联网时代浪潮的来袭,广发银行加速战略转型步伐,把握时代发展机遇,在稳步扩大和夯实客户基础的同时,战略布局未来金融服务市场,致力于将个人网银、手机银行等传统意义上的“柜面替代渠道”和“成本节约中心”逐步转变为“营收的产出中心”和“存款的汇集中心”,在网络上再造一个广发银行!

(CIS)