

耗资2.8亿投资东北制药两年赚3600万

辽宁方大集团挥别医药业

证券时报记者 李雪峰

两年前,当辽宁方大集团与东北制药控股股东东北制药集团达成股权转让协议时,投资者曾一度惊呼,方大系“要染指医药界”了。

没料到两年之后,辽宁方大集团已分两批将东北制药股权甩卖一空,东北制药集团仍然是控股股东,东北制药也仍然是此前的东北制药。

不划算的买卖

若仅从财务投资的角度来审视,辽宁方大集团入股东北制药并不划算。2012年11月9日,东北制药集团转让东北制药3338万股(占持股比例10%)。辽宁方大集团的接盘价格为8.35元/股,耗资约2.79亿元。

今年6月9日~7月2日期间,辽宁方大集团以9.15元/股的平均价格减持1669万股(占持股比例5%)。7月9日~7月25日,辽宁方大集团将东北制药剩余股权全部减持,交易均价为9.7元/股。

在上述交易中,辽宁方大集团账面浮盈约3600万元,资金收益率约为12.86%,年均收益率仅约为6%。很显然,辽宁方大集团若仅作为财务投资者投资东北制药并不算特别成功,相对于部分高收益的信托项目而言,前述投资甚至还存在机会成本损失。

但是,辽宁方大集团并不是单纯的财务投资者,这并不符合辽宁方大集团的资本运作风格。根据东北制药披露的资料显示,辽宁方大集团在受让东北制药10%股权之前,除实际控制方大特钢、方大碳素、方大化工之

外,并无参股5%以上的其他资产。

换言之,在入股东北制药之前,辽宁方大集团均是以取得控股权为资本运作最终目的。因此当辽宁方大集团与东北制药集团接洽时,很难令人相信辽宁方大集团仅仅是财务投资者。事实上,东北制药集团及东北制药也并不是以财务投资者来定义辽宁方大集团。

2012年3月份,东北制药明确表示要引入优秀战略投资者,以便助力东北制药实施搬迁改造、提升企业整体实力和市场竞争能力。这一战略投资者的定位为辽宁方大集团预留了很大的运作空间。

当时东北制药的股权结构是,东北制药集团持股22.49%,华融资产持股19.21%,再加上辽宁方大集团的10%股权,客观上形成了三足鼎立的格局,较为微妙。

当然,东北制药集团并非没有意识到这一点,因此提前增设了特别条款。该条款要求辽宁方大集团继续增持东北制药须征得东北制药集团同意,且东北制药集团享有优先回购权。上述安排无疑透露出这样的信息,即东北制药集团希望借助辽宁方大集团在资本、业务、市场方面的优势及影响力提升竞争力,但又不希望变成方大系企业,东北制药集团对控股权相当在意。

从入股到退出

在这种安排下,辽宁方大集团入股东北制药的目的何在?

后来发生的事是,东北制药于



辽宁方大集团投资东北制药年均收益率仅约6% 本报资料图

2013年年初以资本市场持续低迷为由主动撤回始于2011年6月份的增发申请,同时,辽宁方大集团提名方大系成员何志华进入东北制药董事会。

接着,东北制药2013年4月份再度启动定向增发,东北制药集团承诺至少出资2.47亿元参与认购,实际出资2.66亿元,辽宁方大集团及华融资产均未参与。

2013年7月29日,辽宁证监局就固定资产修理费用核算等问题责令东北制药限期整改。今年一季度,东北制药根据协议获得1.15亿元土地、房产补偿款。2014年7月21日,东北制药1.41亿股增发股份上市,而辽宁方大集团此时已开始减持。

回溯辽宁方大集团入股及退出整个过程,辽宁方大集团至少经历了东北制药两个重要阶段,即土地补偿和定向

增发。

有意思的是,东北制药集团2012年将东北制药10%股权转让给辽宁方大集团时,获得的对价是2.79亿元,今年参与认购东北制药增发股票的成本是2.66亿元,惊人相似。而整个过程中,辽宁方大集团相当于义务劳动者,以其极低廉的回报率助力东北制药完成了种种动作。

公开资料中,辽宁方大集团并未透露退出计划,反倒是2012年接盘东北制药时,曾表示在未来12个月内不排除继续增持东北制药的可能性。如果辽宁方大集团掌门人方威未出事,该集团是否还会清空东北制药?

不管如何,辽宁方大集团已清空东北制药,并且东北制药集团因为参与增发,持股比例跃升至23%,稳坐控股股东宝座。

并购提升业绩明显

上市广告公司外延式发展几成常态

证券时报记者 邱栋

省广股份日前公布半年报,得益于成功的并购,公司上半年实现净利润1.64亿元,同比大涨48.72%。统计数据显示,2012年至今,蓝色光标、省广股份、华谊嘉信等3家广告类上市公司进行了16起投资并购行为,其中12起盈利情况良好,为上市公司业绩作出贡献。

业内人士认为,由于我国广告业整体格局较为分散,拥有资本优势的上市公司在市场整合中更具优势,目前并购思路已经呈现规模并购及跨地域并购两大路径。

增厚业绩

数据显示,上半年省广股份实现营收26.23亿元,同比增加11.02%;公司实现净利润1.64亿元,每股收益0.28元;公司同时预计前三季度净利润将增长30%~50%。

民生证券分析师郑平认为,省广股份业绩增长的原因是内生业务稳步

发展,上半年上海瑞格市场营销公司纳入合并增厚了公司利润。资料显示,上海瑞格是一家提供线下营销服务的专业营销公司,业务包括促销、采购、展会等服务。省广股份去年8月以1.16亿元买入上海瑞格55%股权,上海瑞格今年上半年净利润达到1081.56万元。

由于投资项目收入喜人,省广股份近日再度披露两项投资计划,分别以1.88亿元获得广州中燃55%股权、1250万元获得深圳尚道微营销公司25%股权。两家公司分别承诺,2014年净利润不低于3800万元及500万元。

中金公司分析师王禹媚表示,省广股份投资电台、社交媒体广告公司,且与荣之联战略合作,通过灵活资本运作,构建了综合营销集团。

蓝色光标上半年业绩快报也显示,并购促进了业绩发展。报告期内,公司实现营业收入26.28亿元,比上年同期增长122.12%;实现净利润3.02亿元,比上年同期增长119.31%。增长原因为公司原有业务健康有序运

营,公司合并范围扩大及全球化策略的实施,导致品牌形象的提升和行业内竞争优势的增强,因而公司营业收入、营业利润及净利润稳定增长。2013年,该公司完成了对博杰广告及英国We Are Very Social公司的并购。

加速整合

宏源证券数据显示,广告行业近3年复合增速为32%,但前五大广告企业份额约8%,竞争格局相对分散。因此,广告巨头以并购拓展自身业务规模已经成为常态,且多家公司并购收效明显。

统计数据显示,2012年至今,A股市场共发生49起涉及广告资产的投资并购案,其中蓝色光标、省广股份、华谊嘉信等3家广告公司共发生16起,占比约三分之一。

在目前完成并表的13家被投资公司中,仅省广股份投资的上海窗之外公司亏损,其余均实现盈利。

知名广告人李映红认为:“广告业相当分散,因此整合的机会也是巨大的。已上市广告公司未来有两大发展机会,一

一是整合未上市公司,二是向三、四、五线城市发展。”

以上述16例投资并购案为例,蓝色光标、省广股份、华谊嘉信投资思路较为符合这样的思路。

在整合未上市公司方面,蓝色光标斥资16亿元并购博杰广告、华谊嘉信4.6亿元联姻迪思传媒,均是整合其他优质资源的典型案例。以博杰广告为例,该公司主营电视广告代理和影院数码海报开发,拥有央视6套和央视新闻频道的广告资源。

上海一位不愿具名的广告公司人员在接受记者采访时表示,目前行业并购思路还处于做大的阶段,跨区域并购也在进行中,但尚未进行到三、四线城市,主要是因为“一、二级市场都合不过来”。如蓝色光标目前的跨地域投资并购案例,多数集中于上海、广州等一线城市。

目前,A股市场尚有23起关于广告资产的投资并购案正在进行中,其中20例为今年公布的新方案。记者了解到,随着行业整合的加剧,广告业的马太效应会愈加明显。

受累“8·16事件”影响 光大证券净利同比降半

光大证券(601788)今日披露2014年上半年业绩报告,因为受累于市场波动和去年“8·16事件”影响,报告期内公司净利润同比下降逾50%。

数据显示,光大证券上半年实现营业收入19.22亿元,同比下降19.66%;净利润3.81亿元,同比下降53.01%。

光大证券表示,上半年该公司出现业绩下滑主要是由于市场下跌和“8·16事件”事件的影响所致。具

体而言,该公司上半年用于购买资产约损失1.22亿元;处置以前年度购买的可供出售金融资产实现损失1.54亿元,并计提可供出售金融资产减值准备2.23亿元;同时,受“8·16事件”影响,公司融资利率大幅上升,融资成本增加。

光大证券董事会表示,截至报告期末,该公司可供出售金融资产中的股票投资规模按市值计算为12.94亿元,已大幅降低了权益类投资的风险敞口。(桂衍民)

龙头房企上半年平价走量 万科A单月销售均价成下滑态势

证券时报记者 靳书阳

房企上半年的销售业绩,呈现两极分化的态势。去年销售额破千亿的房企,普遍在今年上半年实现销售金额及销售面积的“双高”型增长,远好于第二梯队的房企。从销售单价数据分析,这些一线房企似乎主要采取平价走量的销售策略。

从“招保万金”四大房企的半年度销售数据来看,只有万科A实现了销售金额和销售面积的双线增长。公告显示,公司上半年累计实现销售面积821.2万平方米、销售金额1009.1亿元,同比分别增长14.6%和20.6%。

证券时报记者根据上半年万科A每月公布的销售简报测算,公司的销售均价几乎呈逐月下降的趋势。统计结果显示,万科A今年6月份销售单价为每平方米1.11万元,5月为1.18万元,4月为1.17万元,3月为1.19万元,2月为1.22万元,1月为1.42万元。除了5月份销售单价环比略涨,其他几个月较上月均有所下降。这或许在一定程度上说明,万科A也采用了平价走量的销售策略。

相比之下,保利地产上半年的签约面积同比出现小幅下降。保利地产上半年签约面积为501.22万平方米,同比减少10.82%,签约金额651.39亿元,同比增长2.35%。另外,招商地产及金地集团上半年的销售面积及销售金额均同比下降。

从房企第一军团的销售情况来看,2013年全年销售额突破千亿元的房企中,有5家公司上半年实现业绩快速增长。其中碧桂园上半年销售金额同比增长率高达74%,恒大地产和万达的增长率分别高达58%、37%。在全年的销售目标完成率方面,恒大地产以64%完成率排名第一。中海发展、万科A完成率都超过50%,碧桂园、保利地产也超过四成,考虑到房企下半年的销售情况通常好于上半年,这5家房企完成全年目标问题不大。

新浪乐居统计数据表明,上半年销售金额同比增长最快的碧桂园及恒大地产,销售均价在上述房企中却排名靠后,分别为每平方米6505元及7101元。一位接近恒大地产的人士告诉证券时报记者,公司的销售一直采取随行就市的策略,走民生地产路线。

华电集团:电力市场相对过剩

华电集团政策法律部主任陈宗法在2014中国(北京)国际能源峰会上发言时表示,尽管去年火电行业整体盈利能力超过央企平均水平,但是电力市场整体进入相对过剩阶段,今年上半年全国发电设备累计利用2087小时,同比降低79%。

陈宗法称,截至去年底,发电

行业主要经济指标已经创下历史新高,火电板块重回利润中心位置,资产负债率出现下降,清洁可再生能源的比重和大型高效机组比重不断增加。但随着国内经济增速换挡,用电增长放缓、国内电力需求市场进入低速的增长期,全国发电设备累计利用小时连续下降。(魏书光)

布局4G可视化战略 欧菲光构建两大增长极

证券时报记者 水菁

日前,欧菲光(002456)宣布斥资8亿元收购融创天下100%股权,切入移动互联网的视频应用领域。欧菲光董事长蔡荣军在接受记者采访时表示,该项收购构建了公司除摄像头外另一强劲的增长极。

资料显示,成立于2007年的融创天下,在视频压缩、传输及后台云端管理方面积累了技术优势。融创天下董事长兼CEO朱在国介绍,公司开发的TIVC-L视频传输标准,在保证画质质量的前提下与传统的H.264标准相比,可节省60%左右的流量。由于庞大的空间需求,安防系统的视频文件通常只能保存1个月时间,但使用我们的系统后可延长到3个月。”朱在国说。

蔡荣军介绍,欧菲光具有非常清晰的战略。从IPO的创业阶段,到向触摸屏及摄像头等领域拓展的布局阶段,现在欧菲光已经进入了

第三个阶段,现阶段的重要任务就是向软件和服务转型。

对于行业的未来,蔡荣军认为,4G时代的来临,将带动基于移动互联网的视频需求爆发性增长。他认为,欧菲光的摄像头、指纹识别及MEMS等,将与融创天下的视频处理技术一起构建移动互联多媒体综合服务平台,形成同一产业链上的多个增长极。

对于摄像头的市场前景,蔡荣军认为,2015年将非常重要。2015年,1300万像素的摄像头将成为主流的普及型产品,而1600万~2000万像素的高端市场也将启动。”蔡荣军的信心来自于移动设备摄像头对数码相机,特别是低端卡片数码相机替代的机会。

欧菲光的摄像头产品已经向除苹果外的所有主流手机品牌厂商供货,我们已经提前两年达到了国内领先的目标,下一个目标是2016年做全球的第一。”蔡荣军说。

北京土地市场:宅地流拍商业地受捧

证券时报记者 张达

北京土地市场呈现冰火两重天局面。昨日,两宗位于朝阳区孙河板块的优质宅地,因现场竞价前无人报价最终流拍。而三宗位于房山区的商业金融地块遭受热捧,开拍前网报竞价多达28次,而且现场多家房企激烈竞争。

北京国土局公开资料显示,朝阳区孙河乡土地储备项目BCDE地块为二类居住、住宅混合公建、社区配套服务设施、中小学用地,规划建筑面积为17.61万平方米,挂牌起始价为46亿元。孙河乡土地储备项目K地块为二类居住用地,规划建筑面积为8.99万平方米,挂牌起始价为31.45

亿元。上述两宗地的起始楼面价已经接近3.5万元/平方米,创下孙河区域起始楼面价的新高。

根据规定,上述两宗地均设定合理的土地上限价格,当竞买报价达到合理土地上限价格时,则不再接受更高报价,转为通过现场竞拍方式确定保障房面积的方式确定竞得人,保障房建设单价标准为1万元/平方米。

不料,截至现场竞价前,上述两宗地均未收到网上报价,最终流拍,成为孙河今年以来首宗流拍的宅地。

作为北京房地产市场罕见的临近城市核心区的低密度居住板块,孙河板块的低密度宅地前两年一直是众多房企竞相争夺的对象。泰禾、首开、中粮

等品牌房企纷纷在孙河拿地,曾刷新北京单价“地王”纪录。

对于昔日热门板块宅地流拍原因,中原地产首席分析师张大伟认为,主要原因是起价过高,其次是区域内供应量充裕,以及整体市场上涨乏力,企业资金压力大。

亚豪机构市场总监郭毅也认为,楼市低迷成交带来的连锁反应已传导至土地市场,今年以来趋紧的信贷环境造成房企融资难度加大。与此同时,楼市的低迷成交影响了房企销售回款速度,使得房企的资金链备受考验,房企拿地策略趋于理性。对于当前以“去库存化”为首要任务的房企来说,孙河两宗地过高的总价无疑会加重资金使用成本。郭毅

预计,下半年国土部门推出的同类低密度地块还将频频遇冷。

在孙河板块住宅地块流拍的同时,房山区三宗商业地块却受到热捧。据了解,经过激烈争夺,房山区三宗地块均被北京天津基业投资有限公司竞得,溢价率分别高达77.7%、197%、210%,土地出让总金额达26.15亿元,三宗地块的平均楼面价格为8105元/平方米。

郭毅认为,看好区域商业前景,是上述三宗地块被房企激烈争夺的主要原因。另外,这三宗地块起始价格并不高,在土地市场低迷时期,对于为保证资金链安全的开发商来说,总价低、小面积的地块优势更为凸显,更易受房企青睐。