

中石化联手顺丰 加油站可收快递

双方将主要在O2O业务、油品销售、物流配送、交叉营销等领域开展合作

证券时报记者 刘杨

昨日,中国石化 600028 销售公司与顺丰速运公司签订业务合作框架协议。中国石化覆盖全国的加油站便利店网络将与顺丰速运的物流网络相互连接,提升双方网络覆盖率,增强网点的服务功能,形成 1+1>2 的叠加效应,中国石化加油站将为客户带来越来越多的全新体验和服务。

顺丰速运是继与大润发、西藏卓玛泉合作之后,中国石化迎来的又一家优势互补企业,也是首家物流合作伙伴。

根据协议,双方将主要在 O2O 线上与线下联动 业务、油品销售、物流配送、交叉营销等领域开展三方面业务合作:在广东中石化易捷便利店试点开设顺丰速运嘿客店,提供快递收发、电商包裹自提与商品二维码销售等 O2O 线上与线下联动 业务,并根据效果探讨在其他区域扩大合作范围;探索顺丰速运为中国石化易捷便利店与电商业务提供仓储与配送服务;中国石化将作为油品供应商,为顺丰提供优质油品,保障供应;积极开展交叉营销等其他合作业务。

中国石化销售公司方面表示,此次与顺丰速运合作,是引入行业领先

战略合作者的又一重要举措,可以实现优势互补,共同推进新兴业务迅速发展壮大,开辟新的利润增长点,增强销售公司的竞争力和可持续发展能力,推动销售公司从油品供应商向综合服务商转型,打造便捷、方便,让消费者信赖、人民满意的生活驿站。

顺丰速运也表示,此次合作有助于双方发挥各自专业优势,挖掘中国石化 3 万座加油站便利店实体网络与顺丰速运的全国物流网络的叠加效应,实现资源共享、优势互补、发展共赢。

据悉,中国石化销售公司拥有国内最完善的成品油销售网络和储运设施,按照加油站数量计算,是中国最大、世界第二大成品油供应商。截至 2013 年底,拥有自营加油(气)站 3 万多座,拥有约 8000 万加油卡持卡客户,2013 年国内成品油市场份额超过 60%。目前,中国石化开设“易捷”便利店 2.3 万座,每天为客户提供服务 2000 万人次。2013 年非油品营业额达到 133 亿元,今年预计突破 150 亿元。

顺丰速运是国内最大的民营物流企业之一,其快递配送网络覆盖全国,拥有嘿客便利店、顺丰优选电商平台、生鲜配送等新兴业务。



并购标的未达业绩承诺 金利科技打官司

证券时报记者 周少杰

因并购标的 2013 年业绩不理想触及补偿协议,金利科技 002464 履约回购注销应补偿股份却遭对方“不配合”。在追偿无门情况下,金利科技只好将康铨(上海)贸易有限公司告上了法庭。

金利科技今日公告,公司已聘请上海市国泰律师事务所提起法律诉讼,要求康铨上海履行业绩未达标的承诺。目前,上海市第二中级人民法院已正式立案受理此案。

事情起于金利科技多年前的一桩并购案。2011 年年底,金利科技以总价 3.7 亿购买宇瀚光电 100%股权。当时,交易对方康铨上海承诺,宇瀚光电 2011 年至 2014 年扣非后净利润分别不低于 4320 万元、4014 万元、4497 万

元和 4728 万元。若未实现上述承诺,康铨上海优先以认购的股份进行补偿,不足时,由关联方康铨投资进行现金补偿。

天有不测风云,宇瀚光电 2013 年度业绩承诺未实现,触发了上述补偿承诺。根据协议,康铨上海 2013 年度应补偿公司股份为 665.93 万股。

2014 年 5 月 8 日,金利科技在 2013 年度股东大会审议通过了《关于定向回购康铨(上海)2013 年度应补偿股份的议案》,拟以总价 1 元的价格定向回购并注销康铨上海持有的公司的 665.93 万股。回购注销完成后,金利科技总股本将减少。

然而,追债却困难重重。根据金利科技此前数次股票回购注销进展公告,公司自年度股东大会召开以来,一直积极处理股份回购并注销之事。

2014 年 6 月 12 日、6 月 19 日、7 月 2 日,公司以邮件方式通知康铨上海,催促其办理股份解质手续。在多次电话联系未果的情况下,公司委托上海富兰德林律师事务所于 2014 年 7 月 7 日向康铨上海的注册地址及其法定代表人陈鹏威的台湾家庭住址寄送律师函,并于当日将已盖章签名的律师函以邮件方式通知陈鹏威。

7 月底,追偿事宜终于有了回音。金利科技公告称收到康铨上海发来律师函。根据函件内容,康铨上海指责金利科技未履行 2011 年 9 月 28 日“评估基准日前滚存未分配利润归乙方所有”的约定,约束了宇瀚光电的正常经营,导致宇瀚光电 2013 年净利润未达到约定金额。同时还指出,金利科技所称的回购康铨上海股份数额有误,要求解除质押的股份数额也有误。

对此,金利科技予以回应,称金利科技和康铨投资 2011 年 12 月 8 日签署重组协议已对此前重组双方签署的《备忘录》滚存利润约定进行变更,宇瀚光电的经营层目前仍为重组前原经营管理层,业绩未达到承诺的利润数,责任在经营管理层。应补偿的股份计算没有错误,要求解除质押的股份数额也没有错误。

7 月 30 日,康铨上海发来第二封律师指责金利科技“原约定 4 亿收购宇瀚光电,贵司实际支付 3.7 亿,尚有 3000 万需支付”。金利科技对此作出说明,称“原约定 4 亿元”系重组双方签署的《备忘录》内容,此后双方签署的重组协议中宇瀚光电重新评估,评估值为 3.7 亿元。

在一来二去的律师函中,双方仍旧对应补偿股份事宜僵持不下,金利科技最终动用了法律手段,将康铨上海告上了法庭。

光线传媒半年报三大业务解析

证券时报记者 邝尧 严惠惠

8 月 9 日,光线传媒 600251 董事长王长田在谈到公司未来主营业务构成比例时用了这样一组数字——5:3:2。顺序依次指电影、电视栏目、电视剧及其他业务。上半年,光线传媒营收、净利分别下滑 35.66%、40.73%,连续三个季度业绩下滑正是前两大业务拖累造成。不过公司上半年毛利率达 48.77%,高于过去三年的水平。

电影:
目标是全国三成票房

上半年,光线传媒共发行、制作了 5 部电影,获得了 13.7 亿元票房,位列民营电影公司第一名。从数据上来看,光线传媒票房较去年同期微跌 8000 万元,但营收仅 1.94 亿元,同比大跌 43.89%,为公司营收下滑最严重的业务。

光线传媒在电影业务方面投入较为谨慎,多数为小投资拿到影片的发行权,这样的模式相对风险系数较小。艺恩咨询的资料显示,当前电影票房在扣除相关税费后,制片发行方可以获得 43%的分账额,其中发行方可获得 5%-15%的发行佣金。

光线传媒的毛利率数据也证明了这一现象。尽管收入下滑,但光线传媒电影业务成本仅 6932.95 万元,同比减少 50.23%;毛利率同比增长了 4.54%,达到 64.27%。

目前,光线传媒电影营收占整体

营收的 65%,王长田表示,这一比例将长期维持在 50%以上。“今年我预计电影票房会超过 35 亿,市场占有率会达到 25%。上半年票房第一,下半年还有一系列影片。明后年能提高到 20 部左右,占全国票房的 30%。”

电视制作:
新栏目广告超 3.5 亿

电视栏目制作及广告业务,是光线传媒上半年营收最为惨淡的业务部门,目前占光线传媒整体业务的 20%。数据显示,上半年光线电视栏目板块收入 6150.15 万元,同比降 40.37%;该板块毛利率仅 9.82%,同比下滑 20.64%。

光线传媒表示,主要是因为公司部分栏目正处于启动阶段,计划在下半年制作并实现收入;同时,受到宏观经济环境的影响,电视媒体广告受到一定程度的不利影响,广告收入有所下降。处于启动阶段的栏目,指的是公司联手央视打造的《少年中国强》、《Rising Star》、《我爱妈妈》等栏目,其中《Rising Star》被多位分析师认为具备“现象级”潜力。

王长田透露,《Rising Star》广告额预计超过 3.5 亿元,公司目前单集投资规模已超千万。长城证券分析师金伟认为,该节目采取与手机 APP 用户直接互动的评选形式,盈利模式为广告分成加互联网版权,有望成为公司新的利润增长点。



针对互联网视频领域,王长田说:这是我们接下来的一个战略布局,关键在于我们如何满足内容需求,现在在互联网竞争争的不是量,是单个产品的影响力。”

电视剧:
上半年唯一增长业务

电视剧业务是光线传媒三大业务中,上半年唯一实现营收上涨的业务。由于确认了《新闻联播》、《剑奇谭》、《侣供》等多部电视剧的发行收入,光线传媒上半年实现电视剧收入 4546.82 万元,同比增加 140.95%。

但光线传媒电视剧业务毛利率仅

35.29%,相比去年同期下滑 21.93%;一季度的时候,这一数字还高达 67.6%。对比一季度,光线传媒二季度增加了《侣供》的发行收入,由于该剧集尚未上星播出,对毛利率影响较大。

光线传媒电视剧业务主要选择与其他厂商合作进行。王长田表示,以投资的方式做电视剧也是一种策略。因为做小了影响力不够,做大销售是问题,卖不掉。”目前,光线传媒投资了欢瑞世界 4.5%的股权,新丽传媒 27.6%的股权。

宏源证券分析师王京乐在研报中表示,《剑奇谭》自开播以来收视率节节高升,下半年《深圳合租记》已经播出,《我的宝贝》已获得发行许可,光线传媒电视剧有望再创佳绩。

奥马电器发力自主品牌 欲做冰箱界小米

证券时报记者 马玲玲

冰箱代工企业奥马电器 002668 正向自主品牌转型并发力,昨日奥马电器推出时尚彩色冰箱 I'm COOL 系列,希望以低价占领年轻人过渡性需求市场,并向小米学习营销研发谋求转型。

剑指销量1000万台

据了解,2013 年奥马电器冰箱内外合计销量 563 万台,奥马电器副总裁姚友军透露,今年目标为 650 万台,其中出口目标为 400 万台,内销目标为 250 万台。今年奥马在出口和内销方面都有不错的增长,今年的目标可以实现。”姚友军说。

2012 年奥马电器提出 5 年倍增计划,目标是每年的冰箱销量增加 100 万台,2017 年的目标为 1000 万台。姚友军介绍,在 1000 万台的目标中,出口占 550 万台,内销为 450 万台,其中 150 万台为国内冰箱代工,另外 350 万台则为奥马电器自主品牌的目标。

姚友军表示,出口和国内代工的目标都不难,主要问题在于自主品牌。

在此环境下,奥马电器推出针对年轻人的自主品牌,主要定位为过渡性需求且消费力较弱的年轻人。该新品定价为 999 元,推出多款彩色产品,目前已开启预售。姚友军介绍,目前新品只在电商渠道销售,新品尚需改善,线下铺货改善效率太低,新品比较适合线上销售模式,待产品满足消费者需要后再进行线下铺货。

目前奥马电器在销售渠道“三分天下”,姚友军表示,电商渠道、连锁卖场、传统批发渠道大约为各占三分之一,未来将不断增加电商渠道的份额。

对于近日热议的家电能效补贴政策,奥马电器成为继美的集团、格力电器后,第三家明确提出不赞成政策的企业。姚友军毫不讳言:“不希望政府推出相关政策,企业需要对政策进行调整适应,打乱企业规划,另外政策通常不连贯,不利于企业发展。”

学习小米精神

在姚友军看来,小米精神的精髓在于营销、精准定位和研发创新。主打冰箱代工的奥马电器希望通过加大营销措施和创新来外部的挑战。

在小米模式中,“粉丝”是重要一环。相对于手机互动性强的特性,冰箱作为功能性产品互动性和更新换代都不强。奥马电器将通过两方面进行用户运营,一是售后服务,通过改善售后服务加强与消费者的交流;二是增加预售环节,吸取消费者的建议来改善产品。

小米手机在营销方面因产量供应不足的问题受到不少诟病,姚友军表示在产品供应方面不会“饥饿营销”。姚友军介绍,新品将在 9 月初批量生产,目前工厂每天产能为 3 万台左右,待新品正式上线后,交付周期不是问题。

此外,奥马电器新品将开发定制平台,目前正与以色列一家定制化企业进行洽谈,预计将成为奥马电器定制生产的供应商。在解决个性化生产和标准化生产冲突的问题上,姚友军表示,定制化不一定非标准化,在保持一定标准化基础上,适当增加个性化元素,有效满足工业生产的效率和消费者需求。

虽然奥马电器欲将自己打造成冰箱界小米,但有业内人士提出担忧,相对于手机互动性强的特性,冰箱作为功能性产品,互动性和更新换代都比较弱,能否真正与消费者形成良性互动尚需观察。

刚泰控股携手周星驰 开发长江七号动画电影

证券时报记者 杨苏 李欣

今年传媒概念火热,引得各路资本纷纷入场。主营矿业贵金属的刚泰控股 600687 继携手辽宁广播电视台之后,今日又宣布与比高动画有限公司签订合作协议,后者为比高集团 08220.HK 的全资附属公司,周星驰担任比高集团执行董事。

公告显示,周星驰将原著电影《长江 7 号》的专项许可授权比高动画,将发行一部以原著作品的著作权素材改编衍生的华语动画电影。该电影以“长江 7 号”命名,以中国内地为主要市场。

目前,比高动画邀请刚泰控股共同投资、发行及营销《长江 7 号》动画电影。合作期限从协议签订后支付第一笔投资款项之日起,至该动画电影于中国内地地区首次公映后 5 年为止。

根据投资协议,《长江 7 号》动画电影预算投资费用为 1200 万元,包括所有创作、制作、联合申报等费用。刚泰控股将向比高动画支付 240 万元,以此获得参与投资《长江

7 号》动画电影投资总额的 20%。

刚泰控股与比高动画约定以净收入分账比例分配双方收益,分配比例为比高动画及其他投资方八成、刚泰控股两成。净收入定义为动画电影的公映版本按照约定发行所产生的各项收入,再扣除总投资成本以及发行成本、营业税、运作行政费用等支出。

刚泰控股 2013 年年报显示,公司主营业务为矿业资源开发利用、勘探技术服务、贵金属制品设计和销售。不过,近期刚泰控股在传媒文化领域多有动作。

8 月 1 日,刚泰控股与辽宁广播电视台签署战略合作协议。刚泰控股称,辽宁广播电视台与本山传媒等相关影视传媒机构合作密切,本次合作将推动公司进入影视传媒领域的快速发展。

值得一提的是,刚泰控股即将迎来 8129.74 万股限售股解禁,解禁市值约 11 亿元。2013 年 11 月 6 日,建信基金管理有限责任公司以 13.72 元/股认购刚泰控股配套发行的股份,该部分股份将于今年 11 月 5 日解禁流通。

达安基因:埃博拉病毒 试剂盒研制已获成功

达安基因 002030 昨日晚间公告,公司产品“埃博拉病毒核酸检测试剂盒(PCR-荧光探针法)”已研制成功。目前试剂盒仅供科研使用,销售收入对公司的业绩影响较小,同时试剂盒能否实现产业化及市场需求情况存在不确定性。

埃博拉为高致死性病毒,目前还没有有效治疗办法,世界卫生组织 8 月 8 日正式宣布,西非埃博拉病毒是国际公共卫生紧急事件,将对其他国家造成风险,需采取协调性措施。

(周少杰)