

“四小龙”争相斗艳小间距LED屏

证券时报记者 周少杰

近两年,处于产业链最末端的LED(发光二极管)显示屏的增长一度放缓,价格战异常激烈。然而,2013年新产品LED小间距显示屏的横空出世,改写了这一细分领域的业绩颓势。随着小间距LED显示屏订单释放业绩,利亚德、洲明科技、奥拓电子以及联建光电2014年上半年净利润同比大幅增长。

小间距LED抢市场

去年7月份,利亚德发布6款大尺寸高清LED电视产品,掀起了小间距LED显示屏之争。随后不久,A股上市LED显示屏企业纷纷加入小间距LED阵营,相继推出自主研发的相关产品。

根据利亚德的定义,LED小间距电视是指像素间距小于等于4mm的LED显示产品,包括P4、P3.125、P2.5、P1.9、P1.6、P1.2(像素间距为4mm、3.125mm、2.5mm、1.9mm、1.6mm和1.2mm)等LED显示屏产品。

在当前主流大屏显示技术中,

LED显示屏的市场份额约占整体显示市场的48%,几乎与DLP(投影显示技术应用)产品的市占率持平。LED小间距显示产品的出现与快速应用,打破了目前LED显示行业价格战激烈及毛利率增长的瓶颈,成为该行业新的利润增长点,促使LED显示产业的格局进一步发生转变。

在LED小间距电视市场刚刚起步之时,业内就对“谁是LED小间距电视鼻祖”展开争论。早在2013年1月份,洲明科技就正式发布了UTV2.5V1.9V1.7V1.4小间距的显示屏产品,并在当年3月份的广州展会上正式推出。据称,洲明科技小间距产品2012年进入伦敦奥运会电视转播间,当年小间距产品的营业收入约占整个显示屏营收的10%。

LED小间距显示屏横空出世,首先受到冲击的是应用其他技术的大屏显示市场。据业内人士称,液晶显示屏(LCD)目前能做到100英寸以上的企业寥寥无几,液晶大屏显示需要靠拼接解决,但无论拼接技术怎么好,都无法解决缝隙问题。而DLP技术显示效

果不如LED小间距显示屏,而且也无法消除显示单元间的拼缝问题。

鉴于此,洲明科技在2014年半年报中乐观地预估,LED显示是当前及未来两至三年间,市内显示市场的主流,可以明显看到LED显示屏的需求量在2014年继续保持增长。

四小龙竞相争艳

利亚德小间距LED电视今年上半年新签订单达3亿元,确认收入1.92亿元,较上年同期增长了235.49%。该公司小间距LED电视营业收入占比再创新高,达到46.56%。截至目前,小间距标准电视已售出115台。此外,公司还将在近期发布针对民用市场LED小间距电视。得益于此,利亚德上半年实现净利润5399.28万元,同比增长76.02%。

面对市场竞争者,洲明科技也快速反应,在业内率先研制出0.8mm微小间距LED显示屏,开辟了110寸以上超大商用电视机和数字告示显示屏的蓝海市场。上半年,小间距LED显示产品订单量达9185万元,已成为公

司在显示领域发展的核心轴,公司预计今年小间距产品的销售目标将同比上升70%以上。

奥拓电子也加入到小间距LED显示屏阵营中,今年上半年研制出两款产品,包括1.0mm点间距户内超高密度LED显示系统和3.0mm点间距户外超高密度LED显示系统,这些研发成果得到客户的认可,并部分应用于2014年巴西世界杯足球场和球迷公园、伦敦滑铁卢火车站、2014年法国网球公开赛、2014年日内瓦国际车展等。上半年,该公司LED视频显示系统收入同比增长42.82%,达到1.06亿元。

目前,联建光电尚未公布半年报,不过该公司此前发布业绩预告显示,上半年实现净利润约3000万元~3200万元,同比增幅高达247.61%~270.78%。扣除分时传媒的影响,公司实现净利润为1000万~1100万元,同比增长15.87%~21.46%。

据了解,联建光电在2013年就大力推广微小间距LED显示市场,微小间距产品已获得客户广泛认可,2013年度微小间距产品合同额超亿元,预计2014年将取得重大成果,实现微小间距产品成倍爆发式增长。

佛山照明虚假陈述案昨日再度开庭

第二批涉原告467名,原告方同意和解,被告方不同意

证券时报记者 刘莎莎

昨日,广州市中级人民法院5楼第3号审判法庭内,佛山照明000541证券市场虚假陈述案展开了为期一天的第二轮公开审理,涉及原告467名。

虽与7月9日首次庭审的原告人数相近,但此次原告诉讼的代理律师却达23位。因代理律师较多,原定于2014年8月25日~28日持续5天的第二轮庭审于8月25日一天内进行了合并审理。因涉及原告方人数及代理律师较多,在庭前准备工作方面花费了较多时间,原定于9:00开始的庭审直至9:30才正式开始。

记者留意到,昨日的庭审吸引了10余位原告股东出席旁听,其中有5

位原告选择了由自己来进行辩护,并没有请代理律师。在旁听席上,一位65岁的陈姓女士曾经是佛山照明的股东,她称于2011年买入7000股,期间亏损2万元,目前尚未提起诉讼,她也十分关心该案件的进展,特意跑到庭审现场来听庭。

在昨日的庭审现场,广东奔犇律师事务所律师主任律师刘国华等23位原告方诉讼律师团,挤满了原告席,代表被告方佛山照明出席的2位律师仍来自广东格林律师事务所。

在此轮审理过程中,双方聚焦三个方面进行辩论:一、是否构成证券虚假陈述;二、原告方的损失是否具有真实性;如果构成虚假陈述和损失,其损失是否与被告的虚假陈述构成因果关系;三、若构成虚假陈述,是否存在系统风

险、是否需要扣除系统风险及行业风险、公司经营等因素?除此之外,双方就实施日、基准日的认定仍有异议。

据最高人民法院司法解释17条:“针对重大事件的信息披露违法行为,即可构成虚假陈述罪。”佛山照明的代理律师认为:“因关联交易、对外担保未及披露而造成的信息披露违规,涉及金额所占比例不足以构成重大事件。”而原告代理律师则不这样认为,并以佛山照明违规的事实进行举例说明。

那么,若构成证券虚假陈述,是否与佛山照明的违规披露存在直接因果关系?而其中系统风险又占了多大的比重。佛山照明代理律师认为:在揭露日之前,佛山照明在2年内处于持续下跌状态,在这期间造成的损失应

全部归于系统风险导致;而在揭露日到基准日期间,若构成虚假陈述的前提下,其中系统风险应占40%的比重,另外电子行业以及公司的经营风险等因素也应当被扣除。”

对于实施日的确定,原被告双方仍存在较大争议。原告方认为:“实施日为2010年7月15日。”而被告方则认为:“应将2010年11月8日列为实施日。”

昨日庭审的最后,审判长询问双方是否同意和解。原告方代理律师一致表示,同意和解。而被告方律师则明确表示不同意和解。从7月份首次庭审结果来看,当时双方虽庭上表示同意和解,但之后实际上却未达成和解。

庭休后,有不少原告股民关切地问刘国华律师:“何时会有结果?”他说:“可能要等到明年才会有结果。”

张瑞敏:海尔要做互联网时代的“剩者”

见习记者 顾哲瑞

没有成功的企业,只有适应时代的企业。处在互联网时代,企业只能跟上互联网。百年企业就是通过“自杀”重生的。”近日,海尔集团董事局主席、首席执行官张瑞敏在中欧国际工商学院20周年校庆“大师课堂”系列活动中主题演讲时表示,互联网时代下,海尔集团里只有三种人,平台主、小微主和小微成员。

演讲中,张瑞敏全面阐述了海尔的互联网化,而对于多年做企业家的感触,他表示:“战战兢兢,如履薄冰,生活在水深火热之中。总结起来就是四个字:剩者为王。”

时代造就成功企业

1985年,张瑞敏用大锤砸掉不合格的冰箱,唤醒了海尔全员的质量意识。29年后,他再次拿出砸冰箱的勇气,带领海尔开始了互联网时代的革命。

张瑞敏认为,每个企业的成功都是时代的产物,如果不能跟上时代,就会被时代淘汰。在海尔的字典里,就没有“成功”二字。其实,所有企业的成功都只不过是踏上了时代的节拍,踏准了就成功了,正所谓“台风吹猪都会飞”。但是,我们不可能永远踏准时代的节拍,所以问题就变成如何才能真正赶上这个时代的节拍。那些百年企业是如何做到基业长青的?我认为,百年企业就是通过自杀重生——你不能自杀,就会被他杀,被

时代所杀。”他说。

对于互联网时代来临对企业发展的影响,张瑞敏表示,首先,互联网带来了零距离。所谓的零距离是企业与客户的零距离,而零距离要求从以企业为中心转变为以用户为中心,其次,去中心化,没有领导。互联网时代下的企业,员工的领导不是他的上级,而是他的用户,员工和用户之间要直接对话。第三,分布式。所有资源不是在内部,而是在全球。

海尔迎战互联网

在互联网时代下,海尔做出了哪些变革,张瑞敏总结为“三化”:企业平台化、员工创客化、用户个性化。

张瑞敏表示,企业平台化是大势所趋。企业如果不做平台,只想把企业做大,开更多连锁店,这样一个电商就可以把你冲垮,而企业平台化就是让企业瞬间可以利用全球资源。如果我是一个平台,就可以整合全球最聪明的人来服务,当然前提是有用户。”

员工创客化,是让员工成为创业者。海尔几万人,每个人都要找到自己的用户,这点很难。因为有的员工就在生产线上,上哪找客户。我们推进的转变是,要把人员先解放出来。在金字塔型结构里,员工是听上级的,上级叫我干什么我就干什么,但现在,每个员工都要找到自己的用户,要变成创业者,而且可以寻找社会资源来创业。”张瑞敏说。

海尔现在的理念是“企业即人,人即企业”。张瑞敏介绍,企业即人”就



张瑞敏在中欧国际工商学院作演讲

顾哲瑞/摄

是企业中的每个人都可以成为创业者,每个人都可以成为“创客”,每个人能够创造非常大的企业。企业由管控组织变成创业平台,员工由执行者变为创客。

用户个性化,是在互联网时代,如何准确抓住用户千差万别的需求,并更好地满足这些需求。

海尔里只有三种人

面对海尔互联网化的改革,海尔

在组织架构上也发生了翻天覆地的变化。张瑞敏表示:“现在海尔只有三种人:平台主、小微主和小微成员。”

张瑞敏表示,平台主搭建一个平台做两件事,一是把原来的组织结构、流程解散掉之后变成互联网式;二是确保这个平台是开放的,确保各方人才的进入和流出。小微主是创业团队队长,这个团队长是一个小微,可以利用社会化的资源、社会化的资金来进行创业。剩下的是小微成员,他们不是过去指定的,而是变成一个社会化的过程。

■记者观察 | Observation |

混合所有制改革应改什么?

证券时报记者 李雪峰

混合所有制改革,无疑是时下国有企业或具备国资背景企业的头等大事之一,甚至有人将目前的混改与2005年的股改相提并论。众所周知,股改解决了国有股、法人股的定价问题和流通问题,首次让国有股、法人股与社会公众股实现了同股同权。那么混改究竟改什么?

目前,业界对混改多有分歧,导致二级市场就混改进行了地图式的盲目炒作。从字面意思理解,混改一般要引入民营资本等社会资本,在股权方面进行改革,适度让出一部分曾是垄断或寡头垄断的领域。对于在某领域曾长期处于高度垄断的国有企业,能够让出部分权益已属不易。

但是,混改不仅是简单的出让股权,很多时候出让股权并不能让新进资本分享到更多的利益。事实上,自股改以来,除极少数的电信、石油企业外,相当一部分国有上市公司已经逐渐转化为公众公司,这些公司的混改如果还是停留在股权转让的层面,混改就失去了意义。

例如在银行领域,交通银行第一大股东财政部仅持股26.53%,光大银行控股股东中央汇金投资公司持股41.24%。其他股份制银行如招商银行、民生银行等,前十大股东股权比例均较为分散,没有实际控制人。

在铁路领域,广深铁路、铁龙物流的第一大股东广深铁路集团、中铁集装箱运输公司,则分别持股37.12%、15.9%。

此外,在电力、煤炭、地产、医药等领域,国资绝对控股的现象并不明显。特别是华润集团、招商局集团、中国医药集团等大型央企集团,旗下上市公司在股权方面与其他社

会公众公司已无区别,普遍达不到绝对控股的程度。

因此,仅仅试图从股权层面对上述公司实施混改,恐怕难以收到预期的效果,甚至还会滋生出国资贱卖、借社会资本套现等严重问题。目前,已有个别央企被质疑出现了此类问题。

混改的深层次意义在于,将国有资本的政策资源与社会资本的社会资源有机结合,改变原有的政企体质,代之以更为灵活的现代化企业管理制度。混改,绝不仅仅是通过转让部分股权,进而实现套现。如果混改仅涉及到股权转让,那么全国所有大型央企、国企在数月之内即可完成混改。

作为对社会资本的回报,实施混改的国有资本须让出一部分利益,而该部分利益既包括相关资产的收益权、处置权,更应包括在董事会、股东会方面的权利。新进社会资本不能成为混改的摆设,他们应该在人事任免、决策制定方面享有必要的话语权,否则社会公众企业的现代化管理制度将无法在央企、国企进行复制,实施混改的国有资本便无须引入社会资本,而仅须将部分股权转让给其他国有资本即可。

从目前情况来看,股权较为分散的具国资背景的企业,在混改方面具备先行先试的能力。随着混改的深入,甚至可能会发生在国有控股企业董事会中,来自社会资本的股权占据主导地位。

而对于国有股权超过50%甚至70%的国有企业,混改可能还要持续很长一段时间,转让股权只是其中第一步。

有人说,国企混改的底限是保留控股权,否则将会演变为新一轮的国退民进运动。在实务中,控股权确实是绝大部分公司极其在意的重要元素,国企混改是否应该秉持维持控股权原则,还值得进一步探讨与深思。

■新闻短波 | Short News |

国美电器上半年净利增长115%

证券时报记者 马玲玲

国美电器(00493.HK)昨日公布今年上半年业绩,公司实现销售收入291.2亿元,同比上升7.4%;实现净利润约6.9亿元,同比增长115.2%。财报显示,国美电器综合毛利率从去年同期的18.3%增长至18.8%,总费用率下降约0.8个百分点至16.3%。

在百货商场纷纷收缩线下规模的时候,今年上半年国美电器新增门店55家,同比增长7.3%。其中,二级市场34家,增长11.3%。国美电器称,接下来将快速推进“中心店”带“卫星店”的网络开发模式,加大对二三线城市的覆盖,并且开拓未进入的城市,重点开发中西部内陆人口密集省份和投入资源大力发展沪宁线战略,全面拉升市场份额。

除了自营门店外,国美电器推进与百货超市及地方连锁的合作,新增79家联营门店,销售收入二季

度环比增加60%。

在保持线下优势的同时,国美电器的线上业务今年上半年频频出击。2014年上半年,公司线上交易额同比提升53.7%,其中二季度单季提升64.8%;日独立用户访问量同比增长43.8%;电子商务的毛利率达到7.3%;移动端交易额占比提升至10%。

国美电器表示,未来将加速在线、线下1605家门店(含非上市门店)和超市百货地方连锁的全渠道融合发展,并完善移动APP和大数据的运用,同时开拓国美金融及虚拟业务。

今年以来,国美电器不断推进“全渠道零售”战略,全新的全渠道采购平台便是表现之一。在ERP系统的管理下,国美电器正逐步优化产品结构,差异化商品销售占比从2009年的1.2%增长至2014年上半年的32%,加速实现2017年差异化占比50%的目标。国美电器首席财务官方巍表示,差异化商品销售占比的提升也促进了公司毛利率的提升。

保利地产上半年净利38亿 同比增12.19%

见习记者 阮润生

保利地产(600048)今日发布半年报。2014年上半年,公司营业收入339.99亿元,同比增长11.31%;净利润38.22亿元,同比增长12.19%;每股收益0.36元,同比增长12.19%。其中,房地产实现营业收入323.36亿元,同比增长11.07%。目前公司在市场占有率达2.09%,较2013年提升

0.55个百分点。

半年报显示,保利地产上半年实现签约金额651.39亿元,同比增长2.35%,实现签约面积501.22万平方米,同比减少10.82%。其中6月份单月实现签约金额165.21亿元,创下单月签约销售新高。报告期内,公司累计实现认购金额683亿元,同比增长8.8%,实现认购面积560万平方米,与去年基本持平。