

广东上市公司107位女董秘撑起半边天

证券时报记者 靳书阳

自1994年上市公司董事会秘书被确定为公司高级管理人员,董秘群体的职业生涯已经走过了20年。而女性董秘的日益增多,也给严谨得略显冰冷的资本市场,增添了一道靓丽的风景线。证券时报记者统计,广东地区(含深圳)397家上市公司中,共有107家上市公司董秘为女性,比例已经超过25%。随着“三八”妇女节的临近,这些女董秘职业履历中的诸多细节,或许会引发市场的关注。

证券时报记者初步统计,这107位女董秘中,共有42位任职中小板上市公司,27位任职创业板上市公司,38位任职于主板上市公司。其中,80后女董秘已经达到20位。

与公司一起成长

作为上市公司在资本市场对外沟通的名片,董秘上对监管层,下对普通投资者,还要应对变化日益迅速的舆论环境,重要性不言而喻。相当一部分女董秘,在所在公司经过长期的工作经验积累之后,走上董秘这个任务繁重的关键岗位。

记者查询公开信息发现,在这107位女性董秘之中,相当一部分已经在公司工作15年以上,伴随着公司的发展壮大,并最终上市,可谓和公司一同成长,如年轮一般记录着公司发展过程中的点点滴滴。

其中,深南电A董秘胡琴,毕业于武汉水利电力大学热能动力工程系应用化学专业,曾留校担任热能动力工程系年级辅导员。之后于1990年2月进入上市之前的深南电工作,1994年起任证券事务代表,2005年3月至今任公司董事会秘书。

宝安地产董秘沈蜀江,1995年7月加入公司,2004年4月起任公司董事局秘书、董事局办公室主任。作为深圳主板的老牌上市公司,宝安地产的证券简称数次变化,唯一不变的是像沈蜀江一样在公司坚守的资深员工。

迪森股份董秘陈燕芳,1996年起在公司先后担任财务部经理、董事长助理、行政人事部经理、董事会办公室主任、行政总监等职务,2010年12月起担任董事会秘书。

天源迪科董秘陈秀琴,1997年5月就加入天源迪科,先后任公司会计、财务经理、审计总监,2011年12月至今任天源迪科董事会秘书。

招商地产董秘刘宁,1998年起在招商地产从事证券事务工作,2001年被聘为证券事务代表,2004年任公司董事会秘书处主任,2008年起担任公司董事会秘书。

另外,粤高速董秘左江、深高速董秘吴倩、深天地董秘侯剑、兴森科技董

秘陈岚、通产丽星董秘彭晓华,均在各自公司工作15年以上。除了上述几位,广东上市公司107位女性董秘中,在所在公司工作期限达到10年以上的女性董秘,不胜枚举。

工作繁重而琐细

董秘工作繁重而琐细,是常人难以承受的,从媒体对A股上市公司女董秘的标志性人物——万科A前任董秘肖莉的公开报道可见一斑。

拥有14年董秘资历的肖莉,其日程表上,平均每月要参加一次境内外券商或投行组织的路演。类似活动,除了一天要出席八九个小组会外,还需与重点客户一对一地沟通。而年报、中报发布后,公司也会举行大型的机构投资者推介会,北京、上海、香港、深圳这些重点城市都要走上一圈。除此之外,肖莉对投资万科的20多家基金等重点投资机构,每年也要作一至两次的走访。万科作为一家颇受瞩目的公众公司,董秘还需要随时保持敏感性,准备回应各种变化。比如万科的股价一旦有了较大波动,肖莉都必须作出文字的说明,并分析其中原因,与投资者进行沟通。尽管远离董秘工作岗近四年,肖莉至今还保持着《新财富》杂志“最受机构投资者欢迎董秘”获奖次数最多的纪录。据悉,该奖项每年只授予一人。

肖莉的工作是许多董秘工作的一个缩影。繁重的工作压力也给女董秘们带来另一重困扰,就是不能同时兼顾家庭生活。据记者了解,女董秘们的离婚率,也要高于社会平均水平。

另外,在工作业绩方面,女董秘做出的成绩同样不让须眉。在业内颇具权威性的“新财富金牌董秘评选”,从2004年开始至今,只举办了十届。然而,证券时报记者查询十年来历届获奖名单发现,就在这短短十年时间里,有多位女董秘多次当选,成为榜单上的常客。其中,招商地产董秘刘宁6次当选金牌董秘,深赛格董秘郑丹5次当选,美盈森董秘黄琳4次获奖,通产丽星董秘彭晓华3次当选。

80后董秘集体上位

曾几何时,80后董秘在A股市场还是凤毛麟角。而随着时光的推移,以及中小板创业板公司的逐渐增多,充满朝气的上市公司,孕育了新一批年轻的女董秘。在广东地区上市公司107位女董秘中,80后董秘已经开始集体“上位”,数量达到20名。

2013年年报披露时,博元投资董秘王寒朵仅为27岁,大致为1986年出生,以此算来,王寒朵应为广东上市公司的女董秘中,最为年轻的一位。据

了解,王寒朵为法学硕士,2010年8月30日至2011年12月19日,出任博元投资证券事务代表,2011年12月20日至今,担任博元投资董秘。

另外,实益达董秘朱蕾,出生于1984年7月。国星光电董秘刘迪,出生于1984年1月,两人也较为年轻。

朱蕾曾任职于DTZ戴德梁行深圳公司,担任助理经理一职,并曾担任星星科技董事会办公室主任兼证券事务代表。2012年6月,朱蕾加入实益达,担任证券事务代表一职,后担任公司董秘。刘迪2006年毕业之后就进入国星光电的前身佛山市国星光电科技有限公司财务部工作,2008年起担任公司证券代表,后担任董秘。从简历来看,虽然刘迪年纪不大,但已在国星光电工作近十年。

在80后女董秘中,1983年出生的也较为集中。深大通董秘王小连、万顺股份董秘黄薇、东凌粮油董秘程晓娜、深桑达A董秘钟彦、众业达董秘张海娜,均为1983年生人。

80后董秘在踏上现工作岗位之前,普遍在上市业务及信息披露领域,积累了丰富的工作经验。

深华发A董秘翁小珏曾在广州友谊董事会办公室从事证券事务工作。深大通董秘王小连,曾先后就职于青岛森泰达集团有限公司、青岛亚星实业有限公司,负责行政管理及上市业务处理。

华控赛格董秘丁勤,曾在赤天化、珠海恒基达鑫国际化仓储股份有限公司从事证券事务管理工作,并曾担任深圳市微讯移通信息技术有限公司证券事务代表。钟彦在加入深桑达之前,就曾在香港上市公司长城科技股份有限公司担任过董秘职务。

此外,新国都董秘李艳芳、科陆电子董秘黄幼平、达意隆董秘肖林、英威腾董秘鄢光敏、腾邦国际董秘周小凤、超华科技董秘范卓、众业达董秘张海娜、南风股份董秘邱少媚、天赐材料董秘褐达燕、明家科技董秘陈涵涵、和佳股份董秘毕飞飞均有多年的证券市场从业经历,在成为董秘之前,已经收获了足够丰富的工作历练。值得一提的是,科陆电子董秘黄幼平在担任董秘职务的短短几年里,已经三次获得“新财富金牌董秘”称号。

职业董秘开始增多

国内资本市场经过20多年的发展,对董秘职务专业性的要求日益提高。此外,随着2009年之后创业板开闸之后,诸多新兴产业公司的批量上市引发的鲶鱼效应,熟悉上市流程和资本市场专业化运作的董秘的稀缺性开始凸显。最近几年,董秘职务的流动性也大大提高,广东地区107位女董秘中,就有数位董秘曾在其他上市公司担任过董秘职务。

例如,深圳惠程董秘方莉,毕业于武汉大学法学专业,历任东方金钰证券事



官兵/制图

务代表、总裁助理、董事会秘书。2014年5月起任深圳惠程董秘、副总裁。

劲嘉股份董秘李晓华,曾就职于另一家中小板上市公司和而泰,先后担任行政部经理、总经理助理、副总经理、董事会秘书。2012年6月19日,开始担任劲嘉股份董秘。广田股份董秘朱旭,也曾任国民技术董秘。朱旭曾先后荣获新财富第九届、第十届金牌董秘。

此外,爱施德董秘罗筱溪、雷曼光电董秘罗竣、广电运通董秘任斌,曾分别在朗科科技、科陆电子、天利高新担任董秘职务。从全国范围来看,这一现象,在中小板尤其是创业板公司中并不鲜见。

近半数具有研究生学历

随着上市公司治理的日益完善,以

及高科技公司在中小板、创业板批量上市,上市公司董秘呈现出高学历特征。证券时报记者发现,广东地区上市公司的107位女董秘中,绝大多数为本科以上学历。其中,43位具有研究生学历,占比接近50%。具备研究生学历的女董秘,又有25位任职于中小板、创业板公司,同样占据半壁江山。

在107位女董秘中,专职董秘并不占主流,大多数董秘都身兼副总经理或是财务总监等职务。其中,长亮科技董秘徐亚丽、顺威股份董秘曹惠娟、亿纬锂能董秘唐秋英、神州信息董秘辛昕、和而泰董秘罗珊珊,均同时为上市公司的财务总监。科士达董秘蔡艳红、拓邦股份董秘文朝晖同时也是公司财务负责人。深赤湾董秘步丹,也具有深厚的财务背景,曾任职于德勤华永会计师事务所。

万邦达一季度业绩预增400% 推10转20高送转分红方案

万邦达(300055)于昨日晚间公告了2014年度财务报告和2015年一季度业绩预告。年报显示,公司2014年全年实现营业收入10.29亿元,同比增长33.31%;实现归属于上市公司股东的净利润1.92亿元,较上年同期增长36.51%,业绩增速超出市场预期。依据年报,公司2014年业绩大幅增长的主要驱动因素是运营项目收入快速增长(较上年同期增长17.24%),以及收购的吴天节能公司收入和利润实现并表。

更值得投资者关注的是,万邦达同日公告的2015年一季度业绩预报预计公司2015年一季度的净利润为0.96亿元-1.02亿元,较去年同期增幅达到372.98%-402.54%,经营业绩实现“井喷”。主要原因是公司多个BOT项目在今年一季度达到运营状态,进入收获期,整体盈利能力大幅增强。

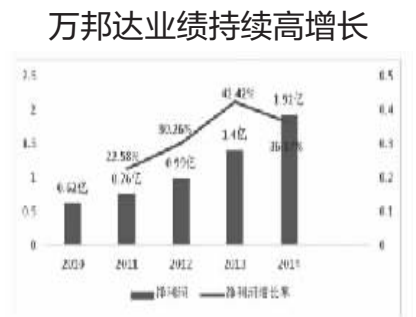
良好的业绩表现及对未来发展的良好预期为公司慷慨分红提供了可能,为积极回报股东,万邦达拟以截至2014年12月31日公司总股本245,061,605股为基数,向全体股东按每10股派发现金股利人民币0.6元(含税),同时,以资本公积金向全体股东每10股转增20股。

连续5年高增长 高成长属性凸显

万邦达是国家节能减排、水资源综合利用的领军环保企业,主要从事工业

水处理系统全方位、全生命周期专业服务,对给水、排水、中水回用及污水处理系统运营整体统筹,以专业技能节省水资源、土地资源,并降低系统运营成本。主要客户包括神华、中石油、中煤、大唐、陕煤化等大型企业集团。

得益于近年来我国在环保及污水处理领域的投资持续加大以及公司强大的技术实力,万邦达的经营业绩已连续多年保持高速增长,营业收入从2010年上市当年的2.67亿元增长到2014年的10.29亿元,4年时间增长了3倍;与此同时,公司的净利润也从2010年的0.62亿元增长到了2014年的1.92亿元,年复合增长率为32.66%。



资料来源:公司财报

虽然经历多年的高速增长,但万邦达依然保持着巨大的增长潜力,主要体现在公司强大的技术实力和超强拿单能力。年报显示,截至2014年12月31日,公司1亿元以上的订单总额超过19亿元(包括已结算和未结算);2015年3月

2日,万邦达又发布了公司参与榆横工业区工业污水处理厂托管运营项目的中标公告,依据中标金额,此项目未来几年将为公司合计贡献收入3.9亿元。我们认为,巨额的在手订单和强大的拿单能力可奠定公司未来高成长基石。

业务结构持续优化 可持续发展潜力增强

从业务结构看,万邦达的主营业务分为工程承包、托管运营、商品销售和技术服务四块,其中工程承包项目和托管运营业务为公司的主要收入来源,对公司的收入贡献分别达到49.3%和15.2%。尽管工程承包依然是公司最主要的收入来源,但项目托管运营呈现出了更好的增长势头,未来有望发展成为公司最主要的业绩来源。相比工程承包,项目运营具有更高毛利水平和更加长期稳定现金流,该业务的崛起将大幅增强公司未来的盈利能力和业绩的稳定性。

由于地方政府及企业近年来资金普遍较为紧缺等多重原因,BOT及专业的项目运营更被市场所青睐,未来有望成为水处理领域盈利模式的主要趋势。作为国内水处理领域最具实力的承包商之一,万邦达独创的EPC+O模式在项目托管运营方面具有天然的优势。一方面,公司作为项目承建方,对系统属性更加了解,导致运营方面比业主自行操作节省成本,便于将承接的工程承包项目发展

成为运营客户;另一方面,良好的运营业绩也将强化公司的客户黏滞性,便于获取业主系统内其他水处理项目。

不仅如此,2015年1月,公司还与芜湖市建设投资有限公司签订PPP模式的合作框架协议,标志着公司开始涉足城市公用环保服务领域,包括市政污水处理、水系治理、管网搭建等,将为公司带来新的盈利增长点,业务结构进一步优化。

环保新政加码 水治理行业发展空间巨大

随着工业的发展和经济的高速增长,我国的水污染事件频繁,水污染问题已非常严峻,据监察部统计,近几年全国每年水污染事故都在1700起以上。以地下水为例,我国的1/3水资源是地下水,有中国地质调查局的专家指出,全国90%的地下水遭受了不同程度的污染,其中60%污染严重。有关部门对全国118个城市连续监测数据显示,约有64%的城市地下水遭受严重污染,33%的地下水受到轻度污染,基本清洁的城市地下水只有3%左右。从污染数据不难看出,在加强水污染治理方面,我国已迫在眉睫。

实际上,我国政府已经非常重视在水污染治理方面的投资。2014年9月,国家发改委、财政部和环保部联合发出通知,要求到2015年6月底前,我国各

省(区、市)污水类污染物排污费征收标准每污染当量从0.7元提高到1.4元;同时实行差别化排污收费政策,为推动企业排污减排建立有效的约束和激励机制。此次排污费标准调高后,环保违法成本将大幅提高,倒逼企业提高环保投入积极性。

除此之外,预计2015年“新环保法”、“水十条”、“环境污染第三方治理指导意见”等多项重大环保法案和政策还将相继出台,其中“水十条”的出台将提高工业水排放标准,释放新一轮的环保投资空间,包含存量改造和新建“三同时”项目,“新环保法”的出台将加强监管力度,提升环保违法成本,增强排污企业的投资意愿,而“环境污染第三方治理指导意见”则确定了环保投资第三方服务的发展模式。

我们认为,密集的环保新政,将大幅刺激地方政府及工业企业在水治理方面的投入,预计我国水处理投资规模将达到2万亿水平,未来市场前景将十分广阔,这为万邦达创造了一个极好的外部发展环境。

实施并购战略打造 平台型综合环保服务商

根据公司制定的中长期战略发展规划,公司致力于成为平台型综合环保服务商,自身经营业务范围将进一步拓展,将借助资本市场的力量,通过并购具有较

掘金“她经济” 苏宁发力美妆

证券时报记者 马玲玲

作为网购主力军,数家女人”的节日成为各大电商掘金的日子。苏宁云商、京东、唯品会、聚美优品等主流电商纷纷推出针对女性的促销,苏宁云商的“闺蜜节”除了主推母婴产品外,还将美妆作为其着力点。据了解,此次“闺蜜节”苏宁云商红孩子锁定的销售预期为美妆1.5亿元、母婴3.5亿元。

转型中的苏宁云商去年交上了一份不错的成绩单,2014年业绩快报显示,营业总收入达到1091.16亿元,实现盈利9.46亿元。苏宁云商内部人士称,在2015年,苏宁红孩子在保持母婴品类持续增长的同时,美妆作为其业务组合的另一半势必有所筹谋。如果说母婴品类是苏宁红孩子的市场地位和品牌形象的主要决定因素,那么美妆有可能成为苏宁红孩子实现盈利和扩大用户基数的重要发力点。

掘金女性市场在去年便让苏宁云商尝到了甜头。数据显示,2014年7月,以“爱妻月”为噱头,为期三天的72小时疯抢为苏宁红孩子大量吸金的同时,也创造了一系列的销售纪录,热门商品面膜、防晒霜、姨妈巾销售量相比2013年同期上涨300%。

以“她经济”为特色的唯品会2014年实现营收37.7亿美元(约合236.22亿元人民币),同比增长122.4%。据唯品会市场部人士透露,唯品会的会员中女性用户占比高达80%,贡献了近90%的销量。2014年,唯品会联合经济学人智库EIU进行了全球首份针对亚洲女性的网购调研显示,女性购买最多的品类是服饰(89%)、母婴(87%)和美妆(83%)。

中国电子商务研究中心高级分析师莫岱青分析认为,美妆是“三八”妇女节不可或缺的一部分,自然成为电商争夺的领域,而大规模的低价促销更让美妆电商销售规模在短时间取得巨大增长。女性是消费力极强的用户群体,更是电商企业的必争用户。各电商正是瞄准这点,频频针对女性主题“造节”,从而增加女性用户黏度。同时“她经济”也能带动“他经济”,对于电商来说,如意算盘打得不错。通过活动锁定高质量女性用户,未来高成长红利或指日可待。

(余君雨)(CIS)