

境外参股公司商誉减值 蓝色光标一季度业绩亏损

证券时报记者 彭志华

蓝色光标(300058)今日发布一季度业绩预告,亏损 9588 万元~1.11 亿元。记者在第一时间采访了公司董秘许志平。

据悉,蓝色光标境外参股子公司Huntsworth plc2014 年经审计的财务数据初步结果显示,Huntsworth 对其控制的两家子公司Citigate 和 Grayling 进行了商誉减值,减值金额合计 7150 万英镑,造成其 2014 年度净亏损为 5617.2 万英镑。蓝色光标持有 Huntsworth 19.85%股权,其亏损对蓝色光标 2015 年第一季度净利润产生约 1.28 亿元人民币的影响。

许志平向记者介绍,商誉减值是指购买公司的价格减去该公司净资产的公允价值。在国外的上市公司中是一种比较常用的手段,Huntsworth 上一次商誉减值是在 2005、2006 年,分别是 2960 万英镑和 370 万英镑。欧洲市场大环境不景气,以及 Huntsworth 换了新的 CEO,导致董事会在这个时间点选择商誉减值。

商誉减值是指对企业在合并中形成的商誉进行减值测试后,确认相应的减值损失。商誉作为企业的一项资产,具体表现为在企业合并中购买企业支付的买价超过被购买企业净资产公允价值的部分。商誉减值只会发生在上市公司,Huntsworth plc 是在伦敦证券交易所上市的全球公共关系及医疗整合传播集团。

许志平说:“大部分分公司从上市的经营管理,到现在大部分在做的并购管理,以及一小部分开展的市值管理,商誉管理还没有开始接触,蓝色光标不会去做商誉减值,因为公司近几年还是会走并购的主线,这个减值,减的是当期利润,造成的市盈率减低不利于进行并购,这个对任何一个并购的公司都是要特别注意的。”

特发信息4.4亿收购两公司 进入军工通讯领域

证券时报记者 水菁

深圳市新一轮国企改革再下一城。停牌 7 个月后,特发信息(000070)今日公告,公司拟向深圳东志和成都傅立叶的股东发行股份及支付现金,以购买两家公司 100%股权。藉此,公司业务增加宽带通讯终端设备制造,并进入通信市场的军工航空领域。

根据公告,此次交易采取支付股份和现金支付相结合的方式,深圳东志 100%股权交易作价 1.9 亿元,成都傅立叶 100%股权交易作价 2.5 亿元,交易总额为 4.4 亿元。此次非公开发行股份价格定为 9.55 元/股,其中向两家公司 的 6 名自然人股东发行 3089 万股,另外向智想 1 号发行 1152 万股募集配套资金 1.1 亿元用于向陈传荣等股东支付部分现金。

借助股权收购,特发信息不仅引入深圳东志和成都傅立叶的股东成为战略合作人,同时公司 57 名高管、中层管理人员及技术人员还将通过智想 1 号参与非公开发行。

*ST路翔戴帽也受待见 机构连续3天造访

证券时报记者 杨苏

机构一般不爱看被实施退市风险警示的公司,不过凡事总有例外。3月23日,*ST路翔因连续两年亏损不幸戴帽。从过往调研来看,机构很少现身 ST 类公司,何况当前 A 股行情正当牛市。然而,4月8日~10日,*ST路翔一连迎来三波调研机构,其中不少是国内知名机构。

*ST路翔魅惑难挡。4月8日,上门的机构有海通证券、华夏基金、中欧基金、海富通基金、工银瑞信基金、毕咸投资;4月9日,又有大成基金、金鹰基金、银华基金,以及两位个人投资者;4月10日,中信证券和国安证券资管前来探查。

根据 3 份调研报告内容,3 批次机构关注公司的角度极为重合,十多个问题仅有个别存在差异。出现这种情况的原因,一种是彼此交流频繁的众机构不断前往公司询问同样的问题,一种是交流内容披露以重要事项为主,所以一些差异化交流没有体现。

证券时报记者注意到,*ST路翔的主营业务有所变化。追溯公告,*ST路翔在 2009 年收购甘孜州融达锂业有限公司 51%股权,剩余 49%股份通过向广州融捷投资管理集团有限公司及张长虹增发股份方式,于 2013 年完成股权收购,目前*ST路翔持有融达锂业 100%股权。2014 年 6 月,*ST路翔公告收购东莞德瑞 65%股权,从而新增锂电池

设备生产装备业务,进一步延伸了锂产业链。

*ST路翔在 2014 年年报中表示,2014 年是公司战略调整和业务转型的收官之年。2014 年 5 月和 6 月,通过几次股权转让基本完成沥青资产和相关业务的退出计划;锂业行业前景明朗,2014 年锂精矿产品价格同比上涨,但因为矿山扩产项目征地问题推进不理想,导致产品生产在冬歇期结束后尚未复工。机构询问公司 2014 年继续亏损的原因,*ST路翔称,2014 年度沥青业务因实施退出计划,导致业务收入大幅降低,沥青业务毛利是亏损的;矿山因停工未复产,融达锂业整体亏损约 3000 万。

对于矿山征地困难之处以及复产、扩产情况,*ST路翔表示,主要在于当地群众的不同利益诉求,矿山征地涉及到多个自然村,受藏区地理位置和复杂的经济社会环境影响,当地政府征地工作以稳步推进为主。

*ST路翔称,受征地、矿区复杂的社会环境等因素影响,优化调整了建设方案和用地方案,尽量减少征地面积;同时,公司正积极配合协助当地政府的协调工作,力争二季度末实现复工。

机构进一步询问,甲基卡矿区的资源储量以及公司复产后的产能。*ST路翔披露,甲基卡矿脉资源储量丰富,除公司矿山储量 2899.5 万吨外,还有天齐锂业矿山,另外还

有部分储量资源未设置矿权;矿山复工后经设备更新、生产流程优化等一期技改措施,将实现 45 万吨/年的产能。

对于目前锂精矿价格和毛利率情况,*ST路翔称,锂精矿价格在 420 美元~450 美元之间(不含税),锂精矿毛利率超过 30%。

机构还注意到*ST路翔收购的东莞德瑞经营和盈利情况较好,因此询问公司东莞德瑞原股东转让股权的缘由。*ST路翔解释,东莞德瑞原股东主要想基于借助上市公司平台,谋求更大的发展空

■相关新闻 | Relative News |

*ST路翔携手华讯方舟 掘金在线教育

证券时报记者 翁健
见习记者 岳薇

机构调研纷至沓来,同时股票连获涨停,披星戴帽的*ST路翔(002192)最近火爆异常,而公司今日披露的公告多少道出了一些缘由。*ST路翔将携手华讯方舟,涉足在线教育领域,前期主要是进行智能电子书包终端产品的研发、制造和销售。

公告显示,*ST路翔拟与关联方华讯方舟共同投资设立芜湖市融捷方舟智慧科技有限公司,注册资本 5000 万元。其中,*ST路翔现金出资 2550 万元,持股 51%;华讯方

舟以现金出资 2450 万元,持股 49%。目前,双方尚未签署正式的投资协议。

据悉,融捷方舟将涉猎智慧科技领域,前期主要是进行智能电子书包终端产品的研发、制造和销售。智能电子书包的定位是可替代传统课本和作业本,实现阅读、书写、课堂互动、作业与检测的智能学习终端。

管理层持股、股权激励以及改名,是当下市场热门的资本话题,多批次调研中机构也就此发问*ST

路翔。*ST路翔称,暂未有股权激励和管理层持股,未来根据实际情况在适当的时机不排除实施股权激励和员工持股计划的可能;暂无更名计划,待公司非公开发行和业务升级转型完成后,根据公司实际情况,不排除有更名的可能。

此外,机构询问公司在非公开发行完成后,原来公司大股东柯荣卿如何定位。*ST路翔表示,非公开发行完成后,柯荣卿仍然是第二大股东,持股比例超过 10%;目前柯荣卿已不在公司任职,但会支持和关注公司战略的发展。

舟以现金出资 2450 万元,持股 49%。目前,双方尚未签署正式的投资协议。

据悉,融捷方舟将涉猎智慧科技领域,前期主要是进行智能电子书包终端产品的研发、制造和销售。智能电子书包的定位是可替代传统课本和作业本,实现阅读、书写、课堂互动、作业与检测的智能学习终端。

智能电子书包采用电子墨水技术(e-ink)作为显示屏,具有不损害视力、续航时间长、重量轻、不能玩游戏、不能上网等特性。

*ST路翔表示,公司通过投资设立控股子公司融捷方舟涉猎智慧科技领域,通过新的业务模式和合

作关系拓展更广阔的业务领域和市場,有利于拓展新业务,寻找新的利润增长点,保障公司可持续发展能力。

值得注意的是,*ST路翔的董事长兼总裁吕向阳同时也是华讯方舟董事长。就在几天前,新入主恒天天鹅的华讯方舟抛出了一份注入价值 16.5 亿元全部军事通信及配套业务的重组方案。

今年以来,第一高价股全通教育一路狂奔,在线教育概念备受市场青睐。艾瑞数据显示,2013 年中国在线教育市场规模达 839.7 亿元,预计中国的在线教育市场规模在未来几年将维持 20%左右的增速,2015 年国内的在线教育规模将达到 1200 亿。

隆平高科回应超级稻绝收 祸起低温多雨相关产品停售

证券时报记者 翁健 邢云

安徽万亩超级稻绝收,将隆平高科(000998)推上了风口浪尖。4月12日晚间,隆平高科正式对相关情况进行说明。公司表示,持续低温连阴雨是此次减产和绝收的主要原因,而公司已决定停售此次在安徽蚌埠地区推广的杂交水稻品种“两优 0293”。

隆平高科首先表示,“两优 0293”品种此前种植期间未出现稻

瘟病灾害情况。该品种于 2006 年通过国家品种审定委员会审定,根据审定意见,该品种适宜在福建、江西、湖南、湖北、安徽、浙江、江苏的长江流域稻区以及河南南部稻区的稻瘟病轻发区作一季中稻种植。安徽蚌埠地区属于稻瘟病轻发地区,该品种自 2008 年至 2013 年已经在该地区连续种植 6 年,未出现稻瘟病灾害情况。

而此次“两优 0293”出现减产和绝收,主要原因是持续低温连阴

雨。根据安徽省气象中心公开数据,2014 年 7 月至 8 月安徽省遭受罕见的低温多雨天气,两月平均气温为 26.2 摄氏度,为 1994 年以来最低,其中蚌埠气温为半个世纪以来历史同期最低。有关部门据此发布了病虫害预报,但由于持续低温连阴雨的极端气候影响、防治效果不佳等原因,上述地区多个易感稻瘟病品种出现了减产或绝收情况,其中包括隆平高科公司的“两优 0293”。

中信银行 为传统优势业务注入新内涵

受国内金融整体大环境变化影响,银行业整体出现业务转型常态化。尽管如此,公司金融业务依然是各商业银行最为看重、也最能体现其盈利能力的业务板块。中信银行,这家自成立就被深深打上“对公”烙印的股份制银行,在该业务领域,持续保持领先态势。据其 2014 年年度业绩报告,去年该行公司金融营业收入 626.76 亿元,为全行贡献了一半以上的营收;公司金融非息收入近 51 亿元,非息收入占比 18%。

中信银行行长李庆萍上任后曾表示,面对中信银行未来发展,作为继任者的自己,要做的就是传承并不断变革。而如果要对中信银行对公业务路径进行梳理,那么不难发现,李庆萍倡导的也是中信银行对公业务正在践行的。强者恒强不是简单传承,顺应市场变化并不断变革创新才会让传统焕发全新的生机。

加快转型 完善供应链金融体系

2014 年,经济下行、金融脱媒,以及渐行渐近的利率市场化脚步都让整个银行业倍感压力。告别了持续多年的两位数高增长,作为银行最重要的业务板块的对公业务也不可避免受到冲击。一方面,大型企业直接融资不断增加。小企业日益成为银行贷款新增主力,另一

方面,来自外资银行、民营银行的竞争更加激烈,如何不断创新对公经营模式、再造业务流程成为商业银行迫切需要破解的难题。与此同时,以提升核心竞争力、增强价值创造力为目标的经营架构也为银行所选择。

2014 年,中信银行加快公司金融业务经营转型,在传承业务传统优势基础上,加大了产品结构、客户结构和收入结构的调整,加快重点发展供应链金融、现金管理、保理、资产托管等重点业务,以保证对公业务实现持续快速协调发展。

中信银行一直以来都将供应链金融业务作为公司金融战略的重要业务加以推动,并且已建立完善的供应链金融业务产品体系,围绕核心及上下游企业提供综合金融服务。

去年 9 月,中信-海尔供应链网络金融的创新与突破成为广受市场和各界关注的热点,成功打造了金融业和制造业在供应链金融领域在线合作新模式。

近年来,中信银行主动对供应链金融业务结构进行调整,将业务的经营视角从传统的大宗商品行业逐步转向消费类抗经济周期行业。并顺应核心企业经营模式线上化发展趋势,充分利用互联网技术手段,加快发展电商供应链金融业务,目前已成功上线海尔集团网络融资项目、一汽马自达、大众中国等直

连项目。该行还是国内最早为企业提供现金管理服务的银行之一。目前,产品线已经全面覆盖现金池、收付款、智能存款账户等业务,可为客户资金流、信息流管理提供全方位服务。

2014 年,中信银行在现金管理及保理业务方面取得突破。通过大力推进现金管理产品创新,上线智能存款、代理支付、企业全流程商通、B2B 电子商务存贷质押卖方在线融资,以及电子招投标金融服务系统,推动了对公结算卡、电子委贷、B2B 电子商务应收账款质押在线融资等产品研发,推进多项银行资金管理系统建设及云服务平台布置工作;保理业务方面,该行推进了保理基础产品和业务流程的规范化、标准化、集中化和信息化,围绕城镇化建设工程保理、租赁保理、反向保理、政府采购保理、国际保理等五个重点方向推动保理业务的开展,成功实现了重点区域、重点领域的双重突破。

主动求变 深耕传统强项

2014 年,中信银行在对公业务模式优化上做了积极探索尝试。

首先,中信银行转变了对公负债业务增长模式,主动应对利率市场化进程,合理引导市场化存款协调发展,进

一步加大了对公结算存款、机构存款等低成本负债的营销力度。截至报告期末,该行公司类存款客户数 35.57 万户,比上年末增长 3.98%;公司类存款余额 22,455.36 亿元,比上年末增长 8.84%。

不仅如此,中信银行还转变了对公资产经营方式,调整信贷结构,按照“向存量要规模,向增量要效益”的思路,推进对公资产业务调整。通过创新产品继续扩大业务先发优势,努力将现代服务业金融打造成为该行独特市场价值的核心来源。

中信银行行长李庆萍日前表示,未来中信银行业务发展、战略定位都将围绕国家经济发展需要,以抢抓发展机遇。其实这一思路在该行对公业务转型中已有所体现。随着我国经济转型和结构调整过程,以文化创意、现代物流、现代旅游、健康服务等为代表的现代服务业将步入一个黄金发展周期。而中信银行敏锐捕捉到市场契机,正努力从重资本资产业务向轻资本资产业务转变。

该行刚刚上线可实现“一站式就医”和就诊流程覆盖的“银医通”系列产品,随后又针对现代旅游业探索性地推出了景区经营权质押融资的“景区贷”,针对现代文化产业重点打造了“院线贷”等创新产品,逐步建立了现代服务业金融的先发优势。

公司银行客户 分层经营新思路

在对公业务营销理念中,“客户中心主义”一直被视为核心,客户即是财富,银行客户管理运营模式的调整也成为银行提升经营效率的重要途径之一。

为推动公司金融业务发展,中信银行建立了对公客户分类分层差异化经营管理体系,确定了 101 户总行级核心战略客户由总行直接管理。并为总行级核心战略客户逐户制定了差异化综合金融服务方案,推出了汽车、电力、电信、建安等 7 个重点行业营销指引,并与 11 家核心战略客户新签署了“总对总”战略合作协议,在现金管理、发债、票据池、项目融资等重点项目的营销中实现了突破。

中信银行的客户营销并非简单分类,而是基于对公业务的深刻理解,及对客户资源内涵把握基础上进行的。有专家指出,只有优质的客户才能够带来财富,银行要把有限的资源投入到对优质客户服务上,而客户成为最大财富的关键是要尽可能多地使用银行的产品和服务。

汽车金融作为中信银行最具竞争力与影响力的对公特色业务,其经营

业绩连续多年保持三成的市场份额并稳居同业首位。中信银行是最早建立总行层面的汽车金融业务部门构建覆盖产业链上下游乃至终端消费者的专业化平台。目前已与国内近 70 家主流汽车厂商建立稳定合作关系,服务经销商数量超过 5700 户,累计融资规模近 2 万亿元,特别是近两年该行对汽车销售行业的信贷投放规模均已突破 4000 亿元,是汽车金融市场当之无愧的领军者。

发挥集团全牌照优势

2014 年,中信银行依托中信集团强大平台,发挥全牌照的、多渠道的协同优势,通过“投行+商行”、境内+境外”的模式,致力于为客户提供最全面的综合融资服务,对公领域中多项业务成绩不俗,并领跑市场。

中信银行加强了机构业务专业化经营,搭建系统性的机构客户营销服务平台,进一步深化了与财政、社保、国土住建、医疗卫生、教育、烟草等社会公共领域机构客户的合作关系。

中信银行相关负责人表示,下一步中信银行还将与中信医疗、中信产业基金、中信资本等中信集团内企业紧密合作,以股权、债权融资为资本纽带,在公立医院改制、民营医院收购、健康养老、移动医疗、远程诊疗等诸多方面布局医疗产业生态圈。(CIS)