

怡亚通 拟收购境外500强企业

证券时报记者 阮润生

自6月1日停牌的怡亚通(002183)今日发布公告称,目前公司正在筹划收购某境外上市公司,为世界500强企业,属于重大无先例案例。另外,公司本次非公开发行股票募集资金规模较大,公司仍需进一步落实认购意向。

公告显示,本次拟交易标的为境外上市公司,相关收购规模大、范围广、程序复杂,交易方案设计较为复杂,交易金额较大,公司仍需要与相关各方就交易方案进行沟通和探讨。

非公开发行事项计划由公司控股股东、员工持股计划已联系相关机构制订计划中,外部投资机构共同参与,本次非公开发行股票的锁定期为三年。因公司本次非公开发行股票的募集资金金额较大,停牌期间,公司多次联合券商对投资者进行推荐,积极寻求有意向的投资机构,截至目前,公司已收到相关机构的投资意向,并签订了《附条件生效的股份认购合同》。

公司股票继续停牌。公司债券(122228)不停牌。

达华智能控股股东 提议中期10转15

证券时报记者 赖少华

达华智能(002512)19日发布公告,基于公司目前生产经营情况以及对公司未来发展前景的良好预期,公司控股股东、实际控制人、董事长蔡小如提议公司2015年半年度利润分配预案为:以公司总股本为基数,使用资本公积金向全体股东每10股转增15股,不送红股,不派发现金股利。

蔡小如承诺在公司董事会、股东大会审议前述2015年半年度利润分配预案时投赞成票。公司董事会组织5名董事蔡小如、陈融圣、董焰、吴志美、袁培初(公司共7名董事,超过董事会全体成员总数的二分之一以上)对该预案进行了讨论研究,并达成一致意见,与会董事均书面承诺在公司董事会正式审议前述利润分配预案时投赞成票。

文峰股份参设产业基金 布局医疗互联网产业

见习记者 康殷

文峰股份(601010)今日公告,公司拟以自有资金1.4亿元与南通麒越投资管理有限公司及其他合伙人签署合伙协议共同发起设立“文峰麒越医疗与互联网产业投资基金”。

据了解,麒越投资管理团队由专业股权投资人士组成,核心团队自2007年起在著名美元股权投资基金任职并负责多起成功投资;此外麒越投资管理团队还聚合了医疗行业内顶尖的专家顾问团队。南通麒越投资与公司不存在关联关系。

公司表示,产业基金的投资领域以医疗大健康领域为主要投资方向,重点关注医疗服务、体外诊断服务或产品、医疗大数据相关应用、优秀医疗上市公司定向增发的合适投资机会及合适的互联网投资以及互联网在医疗领域应用的投资机会。

暴风科技为保业绩转让部分暴风魔镜股权

暴风魔镜未来两三年“烧钱”或达10亿

证券时报记者 孙璐璐

暴风科技(300431)自7月中旬复牌以来,就急速驶进了下跌的通道,目前股价已较复牌前最高点下跌超六成。股价过山车般的大起大落,也让暴风科技CEO冯鑫“学乖”了,不敢再在媒体面前谈论自家股价。

对于暴风的股价,还是不作评价了,公司也不建议我说。”冯鑫在昨日暴风科技举行中报媒体沟通会上说。

在竞争异常激烈的互联网行业,不断“烧钱”推出新产品以做大用户群,是每家互联网企业市场开拓阶段所必然经历的过程。由于前期大量资金地不断投入,而短期内与回报严重不成正比,这也直接导致投资者对其前景判断的难度加大,股价也会随之波动较大。暴风科技就是典型的例子。

研发投入提高致 上半年净利润下滑

18日,暴风科技股价迎来复牌后的又一次跌停板,这或许多少受到昨日大盘表现不佳的影响,但暴风科技17日晚间公布的2015年中期业绩,也是导致跌停的重要原因。

暴风科技2015年上半年报告显示,公司营业收入增长26.12%,但归属于上市公司股东的净利润同比下降70.73%。

暴风科技这么解释净利润大幅下滑,品牌广告收入增长的同时,其占营业收入的比例也明显提高,导致公司销售费用增长较快;公司加大了研发投入力度,新产品“暴风魔镜”、“云视频”、“加油站”及DT数据中心等项目的开展导致公司研发费用增长较快;公司上市后加强了人才引进力度并实施股权激励计

划,导致公司管理费用增长较快;公司虚拟现实业务处在早期投入阶段,暴风魔镜处于亏损状态,影响了公司整体净利润。

一切都因还处在大量“烧钱”阶段,所以净利润在下滑。不过,一个向好的趋势是,今年二季度,暴风科技净利润扭亏为盈,环比增长408.8%,实现净利润670万元。

暴风科技CFO毕士钧解释称,暴风科技上半年的研发投入较大,同比多增30%以上,这是导致净利润同比下降的主要原因。对于互联网企业来说,通常上半年的盈利收入要少于下半年,暴风科技二季度已经实现扭亏,预计下半年收入要比上半年好。

未来两三年暴风魔镜 或将投入10亿

暴风科技上半年投入研发的产

品不少,其中,暴风魔镜最为“烧钱”。冯鑫表示,上半年公司各项成本大幅提高,净利润减少处在预期之中。

中报公布当天,暴风科技同时公告称,公司拟将持有的暴风魔镜11%的股权转让给暴风控股(北京)有限公司和黄晓杰,其中,向暴风控股转让持有暴风魔镜5.5%的股权,转让对价为1683万元,向黄晓杰转让持有暴风魔镜5.5%的股权,转让对价为1683万元,合计为3366万元。本次股权转让后,公司持有暴风魔镜19.84%股权。

以暴风魔镜为代表的VR(Virtual Reality,虚拟现实)领域,是冯鑫最为看好的互联网发展前景。冯鑫表示,未来2至3年VR技术将全面改变互联网,并产生颠覆式的用户体验,这也是暴风科技抓紧提早布局VR业务的主要原因。

既然暴风科技如此重视这块蓝

海,为何要选择转让部分股权呢?冯鑫向证券时报记者解释称,暴风魔镜推出不到一年的时间,目前仍处研发升级、开拓市场阶段,今明两年的投入会继续大涨,近两三年内都不会实现“赚钱”,为不影响暴风科技的业绩,不得不对其进行剥离。

我相信,未来两三年内,中国的很多互联网公司会加入VR业务的战争中,这期间大家都会是不断“烧钱”,预估前期会投入10亿元左右的规模用于不断拓展用户群、升级魔镜产品,前期不可能实现赚钱,我们有预期和准备。”冯鑫说。

不过,投入总要考虑回报问题。冯鑫认为,VR业务未来的主要盈利点,将是依靠ARUP值(每用户平均收入)和即时广告。

数据显示,截至目前,暴风魔镜已销售近30万台,日活用户近2万人。而公司的目标是,争取年内实现销售超100万台,日活用户超10万。

定增项目未达预期 旭光股份中期净利大降六成

见习记者 唐强

受电力元器件行业产能过剩等因素影响,旭光股份(600353)2015年中期业绩不理想,其净利润同比下滑超过六成。证券时报记者注意到,旭光股份2011年定增项目大多已建成投产,但均未达到承诺收益。如今,旭光股份业绩则依靠去年才控股的子公司支撑。

8月18日,旭光股份公布了2015中期业绩报告,上半年该公司完成营业收入3.29亿元,同比增长60.94%;不过,旭光股份面临着增收不增利的局面,当期实现净利润仅有1856万元,同比大幅下降

61%。对此,旭光股份解释称,报告期内,国内经济增速持续下行,电力元器件行业产能过剩、市场需求不足,企业间竞争加剧。

证券时报记者注意到,旭光股份2014年度报告中曾披露了2015年度的经营计划,确定2015年经营目标为营收6.8亿元,营业成本5.44亿元,费用9500万元。2015年上半年,旭光股份营收3.29亿元,完成计划的48.38%;营业成本3.07亿元,达到计划的56.43%,费用3354.18万元,达到计划的35.31%。

实际上,旭光股份经营业务也有一些亮点,伴随着上半年光电通讯器件行业的快速增长,其相关产

品产销两旺。需要指出的是,旭光股份上半年营收增加主要是依靠控股子公司储翰科技,后者主要开发、生产、销售光纤通信用光电器件组件,其产品主要用于三网融合、4G网络、大数据等,是光通讯、互联网和数据传输网络的核心器件。

资料显示,2014年5月,旭光股份投资1832万元购买储翰科技股权和增资储翰科技,成为后者的大股东,目前已直接持有储翰科技42%的股权。2015年1~6月,储翰科技完成营业收入1.3亿元,较去年同期增长222.82%;实现净利润1231万元,较去年同期增长1601.41%。

时间回溯到2011年,旭光股份顺利定增计划,成功募资2.99亿元,并投入“电子电气生产研发基地技术改造项”、“年产10万只接地隔离用真空器件生产线技术改造项”等5大项目建设,达产后预计实现年净利润9757万元。

截至2015年6月30日,公司累计使用募集资金2.53亿元,今年1~6月使用募集资金495万元,尚有募集资金余额为4609万元。如今过去4年时间,上述定增项目基本建成投产,已到了提交“成绩单”的时候。

但证券时报记者发现,上述项目除“技术中心改造升级”处于正逐步实施外,其余4大定增项目的运

行均未能达到预计收益。其中,“年产10万只中压开关接地隔离用真空器件生产线技术改造项”、“年产40万件工业金属陶瓷制品及配套生产线技术改造项”早已完工投产,但由于国内宏观经济形势的原因,其行业产能趋于饱和,未能达到设计产能,以及受人工工资上涨,新厂区新增固定成本和管理费用增加的影响,未能达到承诺收益。

此外,“年产2250只射频频震荡电子管生产线技术改造项”已基本完工,并进行少品种产品的生产,还有部分设备正在安装调试阶段。该项目同样受制于国内宏观经济形势的等原因,没有达到承诺收益。

深康佳提出“易战略2.0” 智能家居产品同时亮相

证券时报记者 周少杰

经历董事会调整之后,深康佳A(000016)新经营班子首次对外亮相。新任总裁刘丹在8月18日智能家居战略发布会上首次提出涵盖彩电、手机、冰箱、洗衣机等家电在内的智能家居战略,宣布“易战略”升级到“易战略2.0”。

此前,刘丹在一场研讨会上透露了康佳即将布局“智能家居”领域,并专门成立了涵盖所有智能家居硬件设备的运营公司。在昨日发

布会现场,康佳智能家居产品正式亮相,参会者用手机即可与康佳旗下包括彩电、冰箱、洗衣机、空调、电饭煲在内的10余种品类产品实现互联。

“智能产品改变了我们的生活,智能家居更是给每一个人的生活带来巨大便利和深刻变革。”刘丹表示,康佳将通过整合完整的产业链和技术优势,全面融入互联网+基因,向智能电视、智能家电及互联网+转型。在此目标上,新的领导班子致力于建立一个良好的激励机

制、市场化的经营管理体制。”

在发布会上,刘丹还对“易战略”升级后的“易战略2.0”进行阐述。去年年初,康佳提出易终端+易平台。数据显示,截至报告期末,“易终端”以“简单易用”为核心的智能电视终端;易平台,则是对内容和应用供应商的纵向开放、对同行之间互通的横向开放。升级后的“易战略2.0”体现为两种商业模式,即“互联网+”和“+互联网”。

据介绍,康佳“互联网+”商业模式包括易生态、易用户两部分,即

通过融合实现一体化的平台战略,品牌之间、设备之间、系统之间都互联互通,从而建立智能家居生态圈,实现用户免费,客户付费;而“+互联网”的商业模式包括易生活、易终端两部分,即康佳的终端产品以“易用”为出发点,提升产品性能和用户体验,丰富各种互联网应用,从而实现用户增值服务收费。

在发布会上,康佳还发布了主打“真彩”的系列新品。真彩是康佳独家技术,包括真彩背光、色轮引擎、HDR(高动态范围图像)等。

2015年,康佳的真彩引擎技术获得影像行业协会的技术创新大奖,性能上节能环保且拥有高色域的画质。而康佳此次发布的系列新品高、中、低端产品都采用了该项技术。

深康佳副总裁兼多媒体事业部总经理林洪藩表示,康佳通过优酷、腾讯、阿里等互联网巨头合作,导入互联网平台内容;康佳销售网络已经覆盖电商、连锁、线下等几大渠道,“O2O趋势渐热之际,康佳渠道管理布局和产品策略相配合,不管消费者来自哪一端,康佳的渠道体系都能及时达到。

平安银行中报亮点频现 业务创新成效显著

利率市场化进程加快、监管趋严、民营银行迅速发展、互联网金融持续升温……2015年上半年,银行业的经营面临着更多的挑战。

平安银行自有其应对之招,变革、创新、发展”依然是其不变的理念,专业化、集约化、综合金融、互联网金融”依然是其力争打造的四大目标特色。

2015年上半年,平安银行以公司、零售、同业、投行等为业务重点,深化组织模式改革,同时加快业务创新,通过“橙e网”、“行E通”、“贷贷平安”、产业基金”等平台和产品,形成独具特色的品牌,继续向社会展示“平安银行真的不一样”的品牌形象。

盈利稳健增长 息差逆市上升

平安银行上半年业绩再次实现稳步快速增长。根据其近日发布的半年报,该行上半年实现营业收入465.75亿元,同比增长34.09%;受益于投行、托管、理财、结算等业务的快速发展,实现手续费

及佣金净收入137.22亿元,同比增幅76.58%;净利润115.85亿元,同比增长15.02%。

同时,平安银行推行成本精细化管理,也取得了良好效果,全行费用增幅低于收入增幅,投产效率持续优化。上半年成本收入比为32.22%,同比下降5.37个百分点,较2014年度下降4.11个百分点。

尽管2014年以来经历数次降息,银行利差普遍收窄,但平安银行的息差依然取得亮丽的表现,净利差、净息差分别同比提升0.25、0.21个百分点。这得益于几个原因,一方面,平安银行通过各种手段加大力度吸收低成本活期存款,负债成本控制得力,上半年活期增量占比达59%,活期余额占比39%,较年初提高18个百分点;另一方面,通过优化结构、加强定价管理,在严控“两高一剩”行业信贷投放的同时,加大高收益资产配置,小企业、汽融、新一贷等高收益贷款余额在资产中的占比持续提升,经营效率明

显提高。平安银行的资产规模同时也稳步提升。上半年,该行总资产25705.08亿元,较年初增长17.56%。其中存款16551.12亿元,较年初增长7.95%;贷款和垫款(含贴现)11878.34亿元,较年初增长15.92%。非银同业存款较年初增加逾2000亿元,较年初增长89%。

推进转型创新 增量业务加速

随着金融脱媒的逐步深化,客户需求日趋复杂化和多样化,银行必须提供涵盖结算、投资、融资、理财等在内的一体化金融服务。而平安银行依托平安集团综合金融平台优势,业务创新的步伐从未停止。

2015年上半年,平安银行持续推进转型创新,物联网金融、光子支付、橙e网、口袋银行、行E通、产业基金、贷贷平安等业务或平台均加快推广。这些创新业务正逐渐成为平安银行特有的核心竞争力。

以“橙e网”、“行E通”为代表的互联网门户平台,集资源整合、客户聚集、产品集成和信息互联互通于一体,共同构建出平安银行的综合金融服务体系,并已经成为平安银行重要的获客渠道。数据显示,截至报告期末,橙e网注册用户超过50万户,其中公司用户超过35万;行E通平台已累计上线三方存管银证合作机构70多家,行E通银银合作客户逾400家;平安橙子累计客户数已达120万户,较年初增长132.4%。

物联网金融则是平安银行今年业务创新的另一个着力点。作为业内首个试水“物联网金融”的银行,平安银行通过物联网技术赋予动产以不动产的属性,切实解决了实体经济动产融资业务的管理难题,为重构供应链商业模式、降低银行服务门槛,提供了全新的方式和科学的手段。今年6月,平安银行联合感知集团全球首发物联网金融产品,引入感知等物联网传感设备和智能监管系统,在全国钢材交易的重点区域推进了大型

仓库的智能改造升级,有效解决了动产融资过程中信息不对称、重复抵质押等动产融资难题。

平安银行的其它创新产品,也为其带来了明显效益。如其推出的同业财富账户业务,助其提高活期存款总量及占比,降低整体负债成本;主打产品“贷贷平安”商务卡将小额信用循环贷款与借记卡功能及权益相结合,高度契合小微企业轻资产、缺乏有效抵押担保的特点,有效减轻小微企业融资负担,报告期末客户数和贷款余额分别较年初增长9.5%和28.25%。

深化事业部改革 打造专营业务

平安银行行业事业部的改革已初见成效。目前,该行共有地产金融、能源矿产金融、交通金融、现代物流金融、现代农业金融和医疗健康文化旅游金融等六个行业事业部,截至报告期末,六个行业事业部累计存款余额2055亿元,贷款余额2258亿元,实现营业收入59.83亿

元,管理资产规模节节攀升。在六大行业事业部之外,平安银行还有11个产品事业部和1个平台事业部,搭建起“1+6+1”的总体架构,已经形成地产、交通、能源矿产、现代物流、现代农业、医疗健康、文化旅游七大行业产业链全覆盖的模式。平安银行也因此切实切实成为了产业资源的整合者、金融资源的集大成者。

此外,平安银行今年上半年还新成立了资金运营中心和信用卡中心两个专营机构,分别在上海和深圳前海挂牌,资金运营中心主攻FICC业务(固定收益、外汇和大宗商品业务),致力于打造“黄金银行”、“期权专家”、“智慧交易”三大明星业务品牌,上半年均获得快速增长;信用卡中心的挂牌,则有利于平安信用卡通过专业化人才培养、集约化数据管理,让客户更为便利地享受平安集团一站式金融服务。

未来,平安银行将主动适应“新常态”,继续积极创新产品和业务模式,将“真的不一样”的服务进行到底。(CIS)