

# 陆家嘴109.31亿收购陆金发 集齐三大金融牌照

证券时报记者 朱凯

陆家嘴(600663)今日公告,公司根据上交所问询函的要求,对涉及问题进行了核查和研究,做出了回复说明,同时对重大资产购买暨关联交易预案等文件进行了修改补充。经申请,公司股票于2016年5月18日起复牌。

从今年1月22日停牌至今的近4个月时间里,陆家嘴实际控制人上海浦东国资委和控股股东陆家嘴集团,一直在筹划和推进有关公司的重大资产重组相关事宜。公司4月5日公告,该重组可能涉及公司购买陆家嘴集团系统的相关金融资产;4月28日重组预案正式披露,公司拟通过现金支付方式收购上海陆家嘴金融发展有限公司(下称“陆金发”)100%股权。

据介绍,陆金发资产预估值约109.31亿元,公司拟投入43.72亿元自有资金加以收购。

陆家嘴集团党委书记、总经理李晋昭对证券时报记者表示,本次重大资产重组,掀开了陆家嘴集团国企改革的第一篇章。重组完成后,上市公司将实施“地产+金融”的双轮驱动战略,实现“产融结合”和打造金融控股集团;同时,陆家嘴集团将以金融板块证券化为依托,持续推进自身改革进程。

经过26年的发展,陆家嘴集团已形成1个投资中枢+4个产业板块(商业地产业、金融、新兴区域开发投资、战略投资)的发展格局。至2015年底,集团合并报表账面总资产已达1185亿元。据介绍,本次上市公司所购买资产

陆金发公司,属于陆家嘴集团“金融投资板块”,于2009年初由浦东国资组建,主要从事金融持牌机构及相关产业的投资管理。经过6年多培育,陆金发公司已控股或共同经营3家持牌金融机构,分别是爱建证券有限责任公司、陆家嘴国际信托有限公司、陆家嘴国泰人寿保险有限责任公司,同时参与了金融创新试点项目,参股股权投资基金,逐渐形成了“证券+信托+寿险+基金”的业务架构。

陆家嘴集团党委副书记、陆家嘴股份公司总经理徐而进表示,在当前互联网产业蓬勃发展以及金融市场化改革的背景下,上市公司收购金融资产将是一项双赢的举措。通过资产注入,集团系统下原本割裂的两个核心产业板块,聚合在了一个统一的平台上。

陆家嘴股份一举获得三个持牌金融机构,在资本市场也是鲜有案例,显示了集团国资国企改革大刀阔斧的决心。”对于此次重组,李晋昭如是评价。重组后,股份公司业务范围将从商业地产拓展至证券、信托、保险等产业,逐步实现“双轮驱动”、“产融结合”,积极构建全新的“商业地产+商业零售+金融投资”发展格局。

对于市场关注的“打造金融控股平台”这一热点,李晋昭告诉证券时报记者,收购完成后,陆家嘴集团将采取“地产与金融联动”、“金融持牌机构之间联动”的双联动策略,以证券化为契机,打通产业、研究、投行与投资四个环节,进一步提高集团公司服务浦东开发与区域发展的能力,打造具有浦东特色、陆家嘴优势的金控平台。

## 发改委明确煤电联营五大方向 鼓励混合所有制

证券时报记者 许岩

在煤炭产能过剩、电力发展速度放缓的情况下,政府连续出台政策加大煤电联营的支持力度,多渠道高标准规范煤电联营发展。

国家发改委近日印发《关于发展煤电联营的指导意见》,明确了煤电联营发展五大重点方向:着重推广坑口煤电一体化、在中东部优化推进煤电联营、科学推进存量煤电联营、继续发展低热值煤电发电一体化以及建立煤电长期战略合作机制。

《意见》同时提出,针对在役煤矿和电站,鼓励有条件的煤炭和电力企业突破传统的行业、所有制限制,通过资本注入、股权置换、兼并重组、股权划拨等方式,着力推进存量煤矿和电站实现联营,鼓励发展混合所有制。

煤电联营是指煤炭和电力生产企业以资本为纽带,通过资本融合、兼并重组、相互参股、战略合作、长期稳定协议、资产联营和一体化项目等方式,将煤炭、电力上下游产业有机融合的能源企业发展模式。其中,煤电一体化是煤矿和电厂共属同一主体的煤电联营形式。对于企业来说,有利于节约燃料运输成本;对煤企来讲,有助于防止产能过剩或供不应求。

近年来,在国家政策引导下,我国煤电联营取得一定进展,尤其是2002年电力体制改革以后,发电侧引入竞争机制,五大发电集团

成立,但上网电价和销售电价依然实行政府管制。当电煤价格随市场行情上涨时,发电企业成本压力增大,而“煤电联动”政策又往往不能及时到位。在这一背景下,煤电联营得到了政府、企业的支持和重视,并在实践中进行了大量探索。2012年之后,市场反转,煤价下跌,煤炭企业与电力企业对煤电联动都表现出比较高的积极性。

不过,尽管发改委加大了政策支持力度,但在目前煤电上下游全行业均较为低迷的背景下,也有不少业内人士对煤电联营的前景表达了担忧。

煤电联营有可能在短期内给煤企打开一定的销路,但是并不是解决煤炭行业困难的长久办法,它只是将外部矛盾内部化了。”厦门大学中国能源经济研究中心主任林伯强认为,从历史上看,煤电联营确实有其好处,但在目前背景下,恐怕效用有限,解决不了什么问题。当煤炭与煤电只有其一不景气时,鼓励煤电联营确有意义,能够最大程度地发挥效用,提高煤企或电企的业绩。”

安迅思煤炭行业分析师邓舜则认为,煤电联营一定要实现两个项目的真正融合,并且要经营好管理好,否则反而会成包袱。早些年煤价暴涨期间,多家发电企业都高价买了很多煤矿搞煤电联营,其实都是煤矿和电力项目独立经营,但是现在煤价暴跌,反而受到巨大影响,只有真正做好纵向发展的煤电联营才是真正的双赢。

## 阳光股份拟收购体奥动力 “紫光系”潜伏壳标的重组动作频频

证券时报记者 阮润生

作为紫光集团一季度新进公司之一,阳光股份(000608)日前公布了重组进展,拟收购足球项目IP公司体奥动力,并筹划配套募资。除了阳光股份,多家“紫光系”新进潜伏的壳类上市公司近期密集停牌。

5月17日晚间,阳光股份公告申请继续停牌。公告显示,阳光股份正在筹划发行股份购买华人文化有限责任公司旗下体奥动力(北京)体育传播有限公司的股权;同时,募集配套资金总额不超过发行股份购买资产交易金额的100%。具体交易方式、重组方案等仍在探讨中。

据介绍,目前体奥动力正在进行股权架构调整。由于本次重大资产重组涉及的资产、业务、财务、上市公司房地产业务等各方面核查工作量较大,重组方案商讨和完善所需时间较长,相关工作难以在6月8日前完成,故申请继续停牌。公司表示,如果发布终止重大资产重组公告,将承诺自公告之日起至少6个月内不再筹划重大资产重组。

5月12日,阳光股份首次披露拟收购体奥动力。据媒体报道,体奥动力在媒体版权销售领域有十多年经验,拥有中国足球几乎所有核心版权资源。2015年9月,体奥动力80亿元拿下中超联赛5年全媒体版权。体奥动力前身为北京华奥星空体育传播有限公司,与中超、亚冠、女足以及国际足联都有过合作。

工商注册资料显示,体奥动力注册资本1亿元,法定代表人为赵军。去年11月,公司从内资企业变更为外资企业,投资人变更为体奥动力有限公

司,董事长从赵军变更为黎瑞刚。

黎瑞刚正是华人文化(天津)有限责任公司的董事长。中国基金业协会注册信息显示,华人文化管理着华人文化产业股权投资基金。除了华人文化,黎瑞刚从2012年开始担任上海文化广播影视集团总裁。截至今年3月31日,上海文化广播影视集团位列万达信息和东方明珠的第四大股东和第一大股东。

值得注意的是,紫光通信在一季度新进成为阳光股份持股0.5%的第九大股东。除了阳光股份外,通过紫光集团、北京紫光通信科技集团有限公司、西藏紫光卓远股权投资有限公司等,“紫光系”在一季度新进公司14家,远超过去年同期持股家数,持股比例基本集中在5%的举牌红线以下。

据证券时报·莲花财经(ID:lian-huacaijing)记者此前梳理,“紫光系”新进上市公司都出现类似壳公司的特征:流通市值多在20亿以下,股权结构相对分散,传统行业为主,转型预期较强。今年三四月份,上述公司中约半数有停牌经历,“紫光系”可谓精准潜伏。

以阳光股份为例,年报显示,公司加大了对房地产业务的销售去化和转让剥离,并指出未来业务将主要聚焦在京津沪地区不良、低效资产的收购、改造、提升和退出。去年公司营业收入下降五成,扣非后净利润下降近八成,不过,货币资金增至5.41亿元,总负债降低。

除阳光股份外,目前国农科技、欣龙控股、山东金泰尚在停牌。另外,\*ST中发是紫光集团一季度新增持股比例超过5%的唯一标的,集成电路也被列为公司转型重要方向。4月,\*ST中发拟向定增对象募资7.7亿

一季度“紫光系”新进上市公司(进入前十大流通股股东)			
股票代码	公司简称	是否正在停牌	持股比例(%)
000004	国农科技	是	0.93
000608	阳光股份	是	0.50
000711	京蓝科技	-	1.30
000955	欣龙控股	是	2.77
002058	威尔泰	-	1.07
002213	特尔佳	-	1.53
002295	精艺股份	-	0.52
002579	中京电子	-	1.14
002645	华宏科技	-	0.49
600137	浪莎股份	-	4.04
600385	山东金泰	是	1.50
600520	*ST中发	-	7.76
600768	宁波富邦	是	0.58
601099	太平洋	-	2.64

阮润生/制表 彭春霞/制图

元,拟全部用于“智能机器人研发及产业化项目”、“物联网智能机器人研究中心建设项目”、“集成电路先进封装用设备及模具产业化项目”和补充流动资金,谋求转型。

不过,“紫光系”新进公司中也有重组失败的案例。4月27日特尔佳开市起停牌,后终止了重大事项,于5月12日复牌,连续两个交易日收盘价格

跌幅偏离值累计达到20%。

对于紫光系入股上述公司动机,国金证券电子行业分析师路思远向莲花财经记者表示,紫光系拥有实业,纯粹炒壳概率并不大。不过,随着紫光不断扩大投资规模,加上清华系收购公司,对壳公司存在刚需;加上自有平台上市公司定位各异,向外寻找合适的壳公司再注入资产相对更为容易。

■记者观察 | Observation |

## 盲目搞兼并去不掉过剩的炼钢炉

证券时报记者 余胜良

最近,钢铁行业兼并重组和裁减产能风声甚劲,行业集中度(即行业前十名占全行业产量份额)从2010年的48.6%降到了2015年的34.2%,被认为是行业恶性竞争的重要原因之一,所以一直被拿出来反复说事儿。有人直接给出了药方:行业前十名增产,其他减产,或者被兼并。但这恐怕并不是一剂良药。

实际上,2008年前后,中国也曾兴起一波钢铁行业整合重组潮,其中出现三个高潮,分别是河北钢铁和山东钢铁成立,鞍钢整合攀钢钒铁。前两个是省内整合,后一个则是跨省并购。

此外,宝钢曾试图整合酒钢、包钢未成,此后,为了在广东省建钢铁基地,最终整合了广东省一些钢铁企业。武钢也试图在广西建钢铁基地,但整合当地钢铁产业并不顺利。此外,武钢在云南,首钢在山西和贵州、

新疆也都有些成就。

时至今日,宝钢还有一些利润,但逐年下滑,武钢股份去年亏损75亿元,鞍钢股份亏损46亿元,首钢股份也在亏。不仅作为整合主体的旗舰企业在亏损,整合对象也在亏,\*ST钒铁连年亏损,\*ST韶钢,\*ST八钢日子也一直不好过。

这波兼并重组潮,除了跨地域整合外,还伴随着国进民退。比如,亏损的山东钢铁重组盈利丰厚的日照钢铁,2009年9月6日,山钢与日照钢铁签署资产重组协议。2009年3月1日,宝钢集团正式控股宁波钢铁56.15%股权,复星集团等民营资本全面退出。

这波兼并重组潮过去几年之后,中国钢铁行业在今天走向了亏损和大幅裁员深渊。去年,整个行业冶炼环节亏损超过千亿元,成为中国经济的老大难。

实际上,就集中度来看,钢铁行

业并非是简单地在开倒车。在大规模整合之前,2007年钢铁产业集中度为33.82%,2008年提升到41.45%,到2010年增长到48.6%。去年,行业集中度回到8年前,和2007年相当。

目前来看,市场要求分散的力量很强大,想强行担在一起的力量只会一时起作用。

2009年国家出台《钢铁产业结构调整振兴规划》,其中提到鼓励兼并重组,还提到限制新增产能。但2009年我国粗钢产量4.6亿吨,2015年实际产能已超过了12.5亿吨。为什么政策出了,行业集中度没提高,产能却成倍增长?

这是因为,兼并没有办法限制产能扩张。这个问题和煤炭行业一样,在2008年之后煤炭行业也有一个大兼并和去产能浪潮,但之后各公司都在扩产,直接导致产能过剩。各家钢铁都想做大,由于需求太过旺盛导致铁矿石价格飞涨,曾一度都在批评铁

矿石巨头巧取豪夺。

企业都是“理性人”,一旦有利润,就会拼命扩张,2008年的四万亿投资,让钢铁行业产能快速发展,只要有市场,就需要产能匹配。此外,尽管钢铁行业中有许多国有大型企业,但同时有众多民营企业参与,依然是一个完全竞争行业,所以单纯行政命令无法做到令行禁止。

从另一个方面看,盲目限制新增产能的做法,还可能会扼杀有创造力的新公司。

钢铁几乎算是工业时代以来最老的一个产业,但还是不断有新发明和新变化。美国的纽柯公司,在上世纪70年代才介入钢铁行业,该公司以废旧钢铁为原料,雇佣万人即可完成2000多万吨钢铁产量,如今已超过卡内基创立的那家老牌钢铁公司,成为美国钢铁业老大。

所以,市场需要的时候,自然会去兼并重组,何必以行政命令的方式来指定“真命天子”呢?说不定未来的行业龙头会因此胎死腹中。

## 四家公司收入麾下 联建光电打造数字传播集团

证券时报记者 周少杰

联建光电(300269)去年宣布收购的四家传媒公司终于移步出围。公司5月17日晚间发布公告,以现金及发行股份购买资产收购的深圳市力玛网络科技有限公司88.88%股权、山西华瀚文化传播有限公司100%股权、上海励唐营销管理有限公司100%股权和北京远洋林格文化传媒有限公司100%股权的过户手续及相关工商登记已经办理完毕。

2015年年报显示,户外广告传媒和公关服务收入已占联建光电总收入的一半江山,“数字传播集团”的雏形业已形成。

### 打造一体化综合营销服务链

公开资料显示,联建光电此次收购的深圳力玛主要为企业提供搜索引擎广告的方案与效果营销服务;华瀚文化为以户外媒体资源为主的媒体运营商;远洋传媒为客户提供一站式的户外广告投放解决方案,开展广告代理发布服务;励唐营销为从事活动传播的创意策划和执行管理业务。

据联建光电有关人士介绍,这四家公司分别涉足互联网广告、户外媒体运营、一站式户外广告服务、活动传播创意策划等业务,从不同角度加强上市公司的线上、线下服务能力,将为联建光电打造的一体化综合营销服务链添砖加瓦。

此次收购前,联建光电已通过成立联动文化,并收购分时传媒、友拓公关、精准分众、易事达等公司,以公关服务、户外媒体网络、数字设备为核心模块,形成软硬一体化、数字化线上线下整合传播平台。

随着重组顺利完成,联建光电将成为由数字营销(友拓公关、励唐营销、深圳力玛、精准分众)、数字户外(分时传媒、联动文化、远

洋传媒、华瀚文化)、数字设备(联建有限、易事达)三大板块组成的数字传播集团。

### 建立事业合伙人机制

随着“嫁入”联建光电的子公司越来越多,公司也不断探索加强子公司之间的融合发展。

据联建光电有关人士介绍,公司每季度举办全集团的融合悦享会,规划集团产品线 and 集团KA服务中心,衍生新的商业模式,为客户提供包括数字营销、数字户外、数字设备等线上线下、软硬结合的精准的综合营销解决方案,发力效果营销新商业模式。

比如,联建光电此次收购的华瀚文化就与此前并购的精准分众产生了“化学反应”。依托华瀚文化的户外媒体优势,精准分众整合移动互联网广告微客通营销服务、线上线下互动创意和技术、用户数据挖掘分析等优势,针对太原房地产行业,为其提供户外广告、移动互联网互动营销及数据分析等综合营销方案,并直接按房产销售量作为效果付费的广告营销模式,房产每销售一套取得相应的广告营销费,不断扩大服务地产项目,一季度效果营销模式收入增长至华瀚文化总营收的40%。

据介绍,该模式不但可以给精准分众进行销售分成,扩大精准分众与户外广告结合的应用范围,还增强了华瀚文化核心竞争力和媒体的售卖率。子公司之间的协同合作,不仅相互提高各自的营销实力,扩大客户群体和服务范围,也给联建光电提供了更加高速发展的动力。

与此同时,联建光电通过推出股权激励、员工持股计划、并购等方式,把公司利润创造者、运营控制者及利益分享者三者合一,子公司融合聚力,建立事业合伙人机制。目前,联建光电第一期股权激励已推出,涵盖公司86名合伙人,之前2015年员工持股计划涵盖近200名合伙人。