

政策与需求共振 OLED产业链公司频获机构调研

证券时报记者 李曼宁

5月初以来,机构调研热情持续走低。上周(6月23日至27日),深市约111家公司披露机构调研报告。机构主要聚焦新兴产业的变化趋势,尤其关注有机发光二极管(OLED)、锂电池、新能源汽车产业链的发展情况。

行业方面,上周机构调研多集中于机械设备(4家)、电子(13家)、电气设备(13家)。个股方面,永太科技先后迎接3批次机构造访,为上周被调研次数最多的公司;神思电子则合计接待41家机构,是上周内获“翻牌”机构数量最多的公司。

除了此前反复活跃的锂电池、新能源汽车产业,OLED产业同样风头强劲。本月,国内外多家机构共发布逾40份以OLED为主题的研报,侧面印证OLED产业的火热。市场表现方面,OLED板块个股上周平均涨幅超过6%。其中,濮阳惠成、锦富新材、凯盛科技5月27日逆市涨停。与此同时,机构继续深挖产业链相关标的,永太科技、深天马A、万润股份、长信科技、华映科技上周均获调研。

OLED处于爆发前夜

机构缘何青睐OLED板块公司?一方面,OLED产业发展已引起国家层面的重视。近日,国家发改委发布《国家发展改革委工业和信息化部关

于实施制造业升级改造重大工程包的通知》。通知》在电子信息升级工程的规划中明确指出,要重点发展新一代有机发光半导体显示(AMOLED,属于主动驱动式OLED一类)量产技术。

另一方面,近期,三星显示器、乐金显示器(LGD)、日本显示器(JDI)向苹果手机供应AMOLED屏幕的讨论浮出水面。中金公司研报指出,苹果2018年产品将大规模采用OLED已成大概率事件。OLED更替LCD浪潮处于爆发前夜,智能手机、电视、其他智能穿戴对OLED需求快速崛起。因此,在政策与需求端的共振之下,OLED行业有望迎来快速发展。

永太科技受机构关注

5月26日,永太科技一周内第三次接受调研,周内到访机构有国泰君安、中信建投、星石投资等共计13家券商和私募。三次调研均聚焦公司中长期业绩,以及公司CF光刻胶产品在OLED领域的应用。

证券时报·莲花财经记者注意到,在上周之前,永太科技今年仅获一家机构单独调研,也并未将其与OLED产业联系起来。公司为苯系系列氟精细化学品的生产商之一,主营医药、农药和电子化学品业务。

调研中,机构询问CF光刻胶能否应用于OLED。永太科技表示,公司CF光刻胶产品可应用于OLED产品

的生产制造。公司与华星光电正在积极开展OLED和TFT-LCD用CF光刻胶的技术研发工作,预计今年有望实现量产。

永太科技的光刻胶技术储备较早。早在2013年底,公司便宣布拟定增募资6.1亿元,用于“年产1500吨平板显示彩色滤光膜材料CF产业化项目”等。翻阅公司年报,该项目达到预定可使用状态日期为2016年6月30日。

业绩方面,永太科技预计今年上半年实现净利润1.11亿至1.44亿元,同比增长0至30%。中长期业绩增长方面,公司预计未来3年实现净利润不低于12亿元,并称若包括收购标的浙江手心和佛山手心的业绩承诺,未来3年的净利润将不低于14亿元。

深天马A在5月25日获南方基金、兴业证券、星石投资等共7家机构调研。公司今年已合计接待17批次机构到访。公司为OLED产业中游面板相关标的,此次调研中的全部14个问题均涉及OLED。机构关注公司武汉天马G6项目进度。公司表示,5月14日曾公告,将仅对其后段生产线的部分设备进行优化,成为以LTPS为驱动基板的AMOLED生产线,项目周期

并不改变。目前,武汉天马G6项目正在建设中,进展顺利,预计2017年建成投产。

机构进一步询问深天马A的AMOLED进展及客户情况。公司介绍,2013年开始投资建设一条5.5代AMOLED量产线。目前该产线产品已成功点亮并量产出货,未来将为市场、客户提供更多新型显示技术产品。2016年世界移动通信大会上,公司展出了5.5代AMOLED量产线首款产品。客户方面,公司称坚持大客户与中高端产品策略,与全球著名品牌客户建立了良好合作关系。同时,公司产品已基本全模组化出货给终端客户,向客户提供一体化显示解决方案。

深天马A还介绍,其研发的柔性显示屏基于AMOLED显示技术,柔性项目开发平台基本完成,为柔性技术量产奠定基础。公司称一直保持对柔性显示技术深入研究同步开发,并持续投入,做好该技术的产业化准备。

同日,长信科技也获中欧基金、光大证券、浙商资管等13家机构调研。公司介绍,OLED模组业务在3月份已经开始逐渐出货,4月份出货量为50K。



入主美尔雅 中植系资本版图再下一城

证券时报记者 曾灿

入主美尔雅(600107)之后,资本大鳄中植系实际控制的又一家上市公司揭开面纱。

5月28日,美尔雅发布权益变动报告书,中国建设银行股份有限公司湖北省分行(以下简称“建银股份湖北分行”)将其持有的湖北美尔雅集团有限公司(以下简称“美尔雅集团”)79.94%股权出让,受让方为中纺丝路(天津)纺织服装科技有限公司(以下简称“中纺丝路”)。

而中纺丝路的控制人则是中植企业集团有限公司(以下简称“中植集团”)。公告资料显示,中纺丝路的控股股东为岩能资本管理有限公司,对其持股比例达到67%,而岩能资本是中植集团旗下全资子公司。也就是说,在并购业务布局八年多后,中植系终于获得首家具有绝对控股权的A股上市公司。

据公告,中植系参股的上市公司已达17家,但此前实际控制的A股上市公司只有*ST宇顺一家,而且该公司是通过表决权委托的方式实现控股。

曲线入主美尔雅

今年4月13日,建银股份湖北分行在武汉光谷联合产权交易所(以下简称“武汉光谷产交所”)公开挂牌出让其持有的美尔雅集团79.94%股权,在公告期内,共有2个竞买人在产权交易机构办理了意向受让登记。依据竞拍结果,中纺丝路以5.65亿元竞得上述股权。加上后续的职工安置费用和代美尔雅集团支付的债务,总成本将达到12亿元左右。

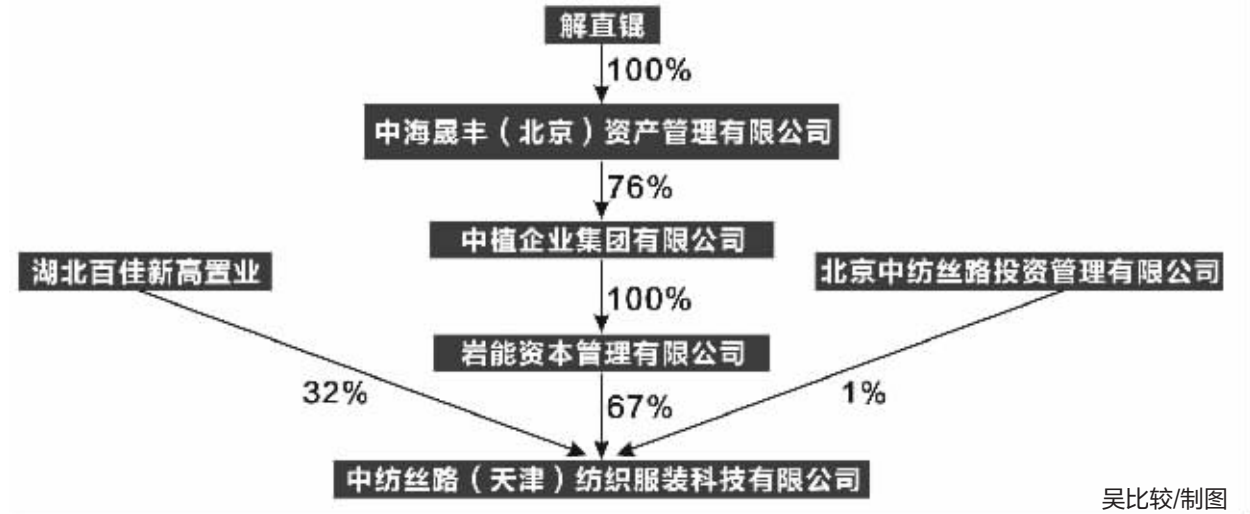
美尔雅发布的公告显示,中纺丝路的股东方由3家公司组成,包括岩能资本、百佳新高、北京中纺丝路,三者的持股比例为67:32:1。也就是说,中纺丝路的控股股东为岩能资本,实际控制人为中植集团解直锟。

中植集团实际控制人解直锟,即前中央汇金公司总经理植春之弟。目前中植系已成功打造出投资、信托、财富管理、矿业、新金融、基金、新能源等多元化业务。而近年来,其还通过并购涉足大量实业,诸如已初具规模的汽车产业:中植集团已控股永通汽车、永生汽车、中植新能源汽车等9家公司;此外,中植系还参股福田汽车。

与大部分企业不同的是,中植系的实业资产大都按照产业链模式进行投资。比如,其汽车业务重心逐步向新能源及新能源燃料电池领域发展,与



中纺丝路股权结构图



吴比较/制图

赣锋锂业一起增资安靠能源,试水锂电池;此外,公司也在培育当前正处在风口的氢燃料电池业务。借助产业链发展模式,中植集团已初步形成一个产业和金融结合的“资本帝国”。

不排除注入资产

中植系入主美尔雅,完全超出市场预期。“一位投行人士表示,此前,建银股份湖北分行将股权受让条件限定为有纺织服装行业背景,市场一度热传主营纺织业务的民企江苏阳光可能竞拍成功,但中植系最终成为此次竞拍的‘黑马’。”

美尔雅当前所处的服装行业景气指数颇低,公司效益不尽如人意,中植系为何看中美尔雅?对此,美尔雅在公告中解释称,中纺丝路及其控股股东表示看好服装行业的长远发展。这是诸多借壳方在拿下控股权后,近乎标准化的表达方式。“上述投行人士表示,对于成立时才2个月且无任何主业的中

纺丝路来说,这种说法站不住脚,中植系擅长资本运作,旗下资产规模庞大,如此对价收购美尔雅不会是冲着其纺织主业而去,后续,美尔雅承接中植集团其他资产注入的可能性很大。

美尔雅转型在即

中植系控股美尔雅,总成本近12亿元,但美尔雅主营服装业,若依靠其自身的盈利能力获取投资回报基本没有可能。”上述投行人士表示,中植系购买美尔雅看中的是其壳资源价值,待中植系正式接手后,美尔雅可能脱胎换骨,脱离服装主业。

而这也是当前服装上市企业的一条“流行”路径。Wind数据显示,从2015年至今,服装行业内已进行50起并购重组,其中有9家上市公司进行了资产置换,即新注入资产替换原有纺织服装资产,包括大杨创世、浙江富润等,而这些服装企业跨界进入的行业包括快递、互联网、电力、医疗健

康等。比如日前,大杨创世通过资产置换方式,将服装主业彻底剥离,置入快递资产。此后,大杨创世收获5个涨停板,至今股价仍高出复牌前的40%左右,成为当前资本市场的一个热点。

美尔雅很有可能也会走这条路。”湖北一位证券行业资深人士认为,美尔雅的服装主业也不具备核心竞争力,按照资本市场的惯常做法,中植系可能会将这部分资产整体剥离,将其处理成一个干净的壳后,再通过定增的方式,注入新的优质资产。

事实上,中植系对美尔雅的确有业务调整的打算。5月28日,美尔雅公告称,为了增强上市公司持续发展能力和盈利能力、改善上市公司资产质量,大股东中纺丝路不排除在未来12个月内根据市场需要尝试对其资产、业务进行调整的可能性;中纺丝路可能会筹划针对上市公司或其子公司的资产业务进行出售、合并、与他人合资或合作的计划,或上市公司拟购买、置换资产的重组计划。

中恒集团回复年报问询函: 药材价格波动影响较小

证券时报记者 康殷

受旗下梧州制药产品销售下降影响,去年中恒集团600252业绩随之下滑。2015年年报显示,中恒集团实现营业收入13.43亿元,同比下降58.22%;实现归属上市公司股东的净利润5.2亿元,同比下降67.38%;扣非后净利润2.09亿元,较去年同期下降75%。

5月29日中恒集团回复上交所年报问询函时表示,2015年公司在医保控费、限价、限量、控制占比等政策及市场竞争激烈的大背景下,梧州制药的产品在终端销售增速放缓。

中恒集团表示,2015年第一季度,梧州制药产品销售平稳中有所增长,一是时值秋冬季节,气温变化、饮食习惯等因素诱发心脑血管疾病的发病率上升,终端市场产品需求旺盛,经销商对全年终端出货量态度乐观,主观上促进了经销商积极提货。

但进入第二季度,公司产品环比销售出现大幅下降,一是二季度开始气温转暖,客观上心脑血管发病人群减少,终端市场用药需求降低;二是医药政策上,因医保控费,全国主要省份多家医疗机构停止了采购或限量采购上年度销售排名靠前的药品;三是行业政策下经销商对新市场开发难度加大,而经销商前期积压在手上的存货较多,提货意愿和提货量下降。

2015年第三、第四季度,公司产品销量进一步下滑。首先是公司管理层变动,9月公司原控股股东筹划转让公司控股权,经销商观望情绪加

重;其次,当前医保支付政策下,经销商从销售终端的回款周期加长,资金压力很大,在公司管理层和控股权变动期间,经销商少量提货甚至退货,以减轻其资金压力。

另外,中恒集团透露,梧州制药2015年度共发生退货金额为3.35亿元,其中因产品包装破损原因退货金额为390.26万元,因其他原因退货金额为3.31亿元,退货额占中恒集团2015年度收入比重为24.94%。

但中恒集团强调,因为公司产品疗效确切,不良反应比例低,深受终端患者信赖,且2016年年初公司控股权转让完成,新控股股东广西投资集团有限公司进驻,公司正积极采取应对措施,优化公司管理层架构,加强销售队伍建设。

另外,中恒集团透露,目前公司药材原材料储备充足,药材价格波动对2016年公司主要产成品成本影响较小。公司重要中药产成品涉及的重要中药材为三七,市场上三七的价格从2014年5月至11月出现较大幅度下降,由450元/公斤左右下降至150元/公斤左右;2014年12月至2015年12月三七价格维持在150元/公斤左右的较低价位;2016年1月以来三七价格有所回升,目前价位约200元/公斤。

2015年度梧州制药分批次采购三七原材料,采购价格为130元/公斤至160元/公斤,该部分三七原材料足够今年及未来一段时间的使用。三七采购成本下降造成2015年梧州制药产成品成本中原材料占比为44.15%,较2014年的占比76.66%大幅下降。

全国首家生命科学行业协会在深圳成立

证券时报记者 阮润生

5月29日,深圳市生命科学行业协会第一次会员代表大会在深圳举行,发起单位包括北科生物、华大基因、融汇仁和、泰康人寿、达实智能、爱视健康和绿飘带传媒等生命科学领军企业,组成全国首家“生命科学”产业整合平台。

作为协会筹备组组长和协会首届副会长,深圳市融汇仁和集团总裁丁星介绍,当前的医疗体系仍然是以医院为核心,随着生命科学进步,未来医院会成为健康管理机构,除了原有医药产业,生命健康等相关的产品和服务将会扮演越来越重要角色,构建新的医疗体系。协会定位为国内外生命科学领域有影响力的专业行业协会,将会参与行业标准制定,提供相关法律法规方面咨询顾问服务。

北科生物董事长、协会会长胡祥博士表示,生命科学是大健康产业的龙头与先导。北科生物将构建平台型生态圈,联合华大基因等生命健康领先企业,引领生物科学、医学技术与世界先进科技进行联手,共同探讨解决世界生命科学的前沿课题,推动中国生命科学产业化进程,通过行业协会的力量在国际上争取话语权与定价权。

据协会首任秘书长王合成介绍,协会会员单位超过60家,2016年协会将依托北科生物、华大基因与泰康之家等平台成立中国生命科学产业联盟,并将于7月10日,邀请诺贝尔医学奖获得者、两院院士等生命科学先驱人士,牵头筹备召开生态文明贵阳国际论坛主题论坛——2016生命科学(贵阳)国际峰会,届时将发布全国首份《2016中国生命科学产业报告蓝皮书》。

玛雅计划半年内设立1000家网吧VR专区

证券时报记者 张鸾文

日前,显示科技厂商玛雅在昆明举办“是时候玩真的”全球首届VR竞技比赛启动会,宣布推出玛雅网吧VR应用,高调进军VR市场。

对于VR,行业的普遍共识是:游戏产业是VR商业应用的主要领域;而中国的游戏应用环境集中在网吧市场。玛雅十余年来深耕网吧和电竞市场,在VR大潮之下顺势推出针对网吧的电竞VR产品水到渠成。

在VR市场中,各厂商纷纷推出了其消费级产品。与其他品牌的策略不同,玛雅VR聚焦网吧,为网吧量身定制VR产品,解决了其他VR品牌在网吧应用领域的空白。在其他品牌还在概念宣传之时,玛雅开始实现VR落地。

启动会现场,玛雅展示了其网吧VR设备、VR无限空间操作平台,以及跨平台全兼容VR系统。

启动会上,玛雅推出了若干VR定制方案。玛雅网吧VR的桌面型解决方案,对空间要求小,网吧改造成本低;在游戏内容上将主流游戏VR转化,丰富可玩性;经过技术整合,玛雅开发的目前唯一的跨平台全兼容VR系统,可以将主流平台的大部分内容兼容使用;玛雅同时发布的VR无限空间操作平台,游戏内容在云端不断更新,让玩家迅速上手。

玛雅创始人兼CEO林志坚表示,玛雅网吧VR定制方案是目前唯一针对网吧并具有可操作性解决方案。玛雅VR网吧市场目标是在2016年举办全国30个省市的VR电竞联赛,并在半年内打造1000家VR主题网吧。