阳光股份终止并购京基百纳

证券时报记者 刘凡

1996年就上市的老牌上市公司阳光股份(000608)自9月宣布并购京基集团旗下资产——京基百纳商业管理有限公司(下称“京基百纳”)的消息引发了市场关注。但2个多月过去,并购最终以失败而告终。

阳光股份工作人员对证券时报记者表示,终止收购的原因是京基方面未取得相关证明文件,而且交易双方对估值存在分歧,加之这原本是一起现金交易,耗时两个月未达成一致,再拖下去对双方都不利,因此公司最终决定终止并购。

阳光股份购入京基百纳曾引起了广泛讨论,因为双方实力对比悬殊,堪称“蛇吞象”。在今年上半年业绩和2016年的业绩报告中,阳光股份的净利润均为亏损状态,分别为-7884.2万元和-4.68亿元。

据阳光股份披露,业务区域主要分布在京津沪、成都等最热点的几个区域,覆盖购物中心、城市综合体、高端综合项目等,业已建立起以京津沪区域为重点,辐射全国的发展布局。截至2015年中,公司已在全国持有、管理的商业地产项目共计29个,总建筑面积超过130万平方米。

在2016年年报中,阳光股份就直言:“受经济增速放缓及产业结构调整影响,公司扩张及新设公司有所减少,一些城市办公物业由供不应求到供略大于求,租金增长有所放缓,空置率有所提高。”

阳光股份表示,2016年是公司调整资产结构,积极寻求新业务的一年;公司虽然亏损,但基本消化了公司过往几年遗留下来的一些历史包袱。

今年第三季度情况略有好转。截至2017年9月30日,阳光股份的净资产为31.36亿元,前三季度营业收入4.43亿元,净利润大幅增长190.29%,达到3.03亿元。阳光股份称,今年前三季度业绩大幅增长的原因系阳光股份出售了部分子公司股权导致投资收益增加所致。

并购标的京基百纳则业绩尚佳。官网显示,目前京基百纳在运营管理的项目总面积达60多万平方米,包括京基100城市综合体、南山京基百纳广场、KK MALL(京基百纳空间)、沙井京基百纳广场、KK ONE(京基百纳时代)、京基铜锣湾数码通讯广场、京基御景华城商业广场等。

曾有媒体报道,仅KK MALL单个商业项目2016年全年销售额就达15亿元,同比增长13%。工商登记资料显示,京基百纳在2012年完成增资,注册资本从1028万元上升至约2.01亿元。

京基集团为何要出售京基商业?又为何是阳光股份来并购?交易双方实力的悬殊引发了外界的各种猜测,尤其是京基欲“借壳”的说法流传最广。京基集团曾公开表示,谋求企业发展动能,实现产业转型。一方面从商业转型为文化产业,目前其深圳的房地产项目亦与教育相结合,欲使文化产业与地产业务相融合。

其实,京基集团并非首次涉足A股,该公司曾与康达尔(000048)上演过不亚于“宝万之争”的控制权争斗剧情。此外,京基集团还曾在去年举牌民盛金科(002647),并于今年4月参与了北讯集团(002359)的非公开发行。

阳光股份人士表示,本次重大资产重组事项的终止,未对公司生产经营等方面造成不利影响。公司将积极通过内生式和外延式发展相结合的方式寻求更多的行业发展机会,寻找新的盈利增长点,改善公司盈利能力,提升公司竞争力。

收购氨纶新产能 泰和新材战略大调整

证券时报记者 崔晓丽

泰和新材(002254)12月7日晚间发布公告,公司计划在宁夏地区设立控股子公司,收购宁夏越华新材料股份有限公司(下称“越华新材料”)与氨纶业务相关的经营性资产及相关债务,目前双方已经签订了《购买资产框架协议》。公司方面表示,未来氨纶业务将向中西部转移,位于烟台的公司本部将着重发展芳纶等高附加值产品。

公司表示,由于环保政策趋严,氨纶行业许多中小生产企业面临着“关停并转”的局面,预计未来行业竞争格局将发生较大变化,产能将向少数龙头企业集中,未来的市场竞争将主要在龙头企业之间展开。为应对这一局面,公司决定将氨纶产能逐步向生产成本更低的中西部转移,烟台本部将着重发展芳纶等高附加值产品。

证券时报·e公司记者了解到,宁夏地区煤资源丰富,当地煤炭、工业用电的价格均远低于东部沿海地区。同时,越华新材料位于宁夏宁东能源化工基地内,该基地已入驻中国石化等多家化工企业,部分原料在基地内即可采购,这将节省部分物流成本。

据悉,国内氨纶企业分为两大阵营——以泰和新材为代表的少数企业奉行差别化竞争策略,以华峰氨纶为代表的多数企业奉行低成本竞争策略。本次泰和新材氨纶产业战略转移,有望在兼顾原有的差别化竞争策略基础上,大力实施低成本策略,重新构筑公司氨纶业务的综合竞争力。

长期以来,氨纶行业面临着比较严重的产能过剩问题,全国80%以上的产能集中在东部沿海发达地区。近年来,随着城市规划的变化,环保政策也日益严格,东部地区的氨纶生产企业普遍面临着环保压力增加、生产成本上升等问题,向生产成本更低的中西部地区转移将是大势所趋。本次收购无疑将使泰和新材在产业转移的浪潮中抢占先机。

泰和新材称,在将氨纶产能逐步向生产成本更低的中西部转移同时,烟台本部将着重发展芳纶等高附加值产品,这给市场带来较大想象空间。

资料显示,泰和新材是国内芳纶产业的排头兵,其间位芳纶产能7000吨,居国内首位、全球第二位;对位芳纶产能1500吨,居国内首位、全球第四位。作为一种战略性物资,芳纶在国防军工、航空航天领域有着广泛的应用。近年来,公司在军品领域大力拓展芳纶市场,并已取得了相关资格认证。公司也曾经多次公开表示,公司的芳纶产品供不应求。

大雪采捕 “獐”显味道

——记獐子岛海参大雪采捕节

证券时报记者 黄剑波

说起海鲜,许多人的第一印象就是好吃、滋补,而作为A股为数不多的海鲜龙头股,地处东北的上市公司獐子岛(002069)的一举一动也吸引着众多股民的目光。12月7日,獐子岛举行的一年一度的“大雪采捕”再次成为众人的焦点。

大雪时节宜进补

12月7日,在农历上显示为大雪,“大雪”是农历二十四节气中的第21个节气,更是冬季的第三个节气,标志着仲冬时节的正式开始。在中国民俗中,大雪是“进补”的好时节,素有“冬天进补,开春打虎”的说法。而在北方的沿海地区,适合冬天进补的高蛋白海产非海参莫属。

地理优势造就极品海参

据介绍,自2013年起,一年一度的海参“大雪采捕”已经成为獐子岛的民俗节日。獐子岛海域为国家一级清洁水域,海参自然生长的水深约30米,为“辽参”的核心产区之一。“大雪”时令的海参肉质肥厚、营养充足,经过3年以上自然生长的海参品质更佳,是最佳采捕时机。獐子岛海参为国家地理标志产品。为持续出产优质海参,公司自2011年起对獐子岛海域海参全面实施养护资源的野生有机模式,在行业内率先实现生产销售全程可追溯管理,并采取限量采捕措施保证资源的可持续发展。2013年起,公司按海参品质的“时令特点”,坚持实施“冬捕”策略,进一步提升了所出产的海参品质。

当天獐子岛温度在1度左右,海上风力5级,证券时报·e公司记者在船上已冻得瑟瑟发抖,看着采捕员潜入水中,记者很是佩服。

对于打捞出的海参,小于三两重的都丢回海里,采捕人员称,这样一是保持海参的品质,二是保持海参的可持续生长。

刚从深海采捕出来的獐子岛海参,会收缩成橄榄球状,摔在甲板上,会弹力十足的“跳起来”,对此,采捕人员自豪地说:“我们獐子岛的海参会跳舞!”

而对于为什么会产出这么大的海参,獐子岛董事长吴厚刚就在采捕节的致辞中介绍,北纬39度得天独厚的地理环境造就了獐子岛无可复制的生态优势:这里拥有国内首个MSC可持续认证渔场,是公认的海参自然繁衍的核心圈层。这里出产的每一头野生海参,都是未经投放任何苗种、物竞天择的自然产物,都是平均体重150克以上。

未来重点发力市场端

獐子岛公司海洋牧场以虾夷扇贝为主要品种,是中国第一家通过MSC可持续发展认证的渔场。虾夷扇贝底播增殖方式是以人工繁育或自然采苗方式获得苗种,经过中间育成后,公司每年在11月左右进行“底播大会战”,集中将育成的苗种播洒到公司确权海域。之后历经2-3年左右的自然生长后进行捕捞、加工、销售。

根据“市场+资源”战略,公司正在建设以生物技术为核心的海洋牧场资源整合平台、以信息技术为核心的供应链保障平台、以互联技术为核心的O2O消费者服务平台,并通过由“食材”企业向“食品”企业转型升级,从战略上突出调理食品、休闲食品、即食食品等核心产品的创新与经营,拉动产业平台向消费平台升级。

2016年,獐子岛虾夷扇贝营收达7.53亿元,海参营收则为1.96亿元。不过值得一提的是,2016年报显示,獐子岛虾夷扇贝的毛利率为22.28%,海参的毛利率高达44.92%。

■采捕员下水捕捞海参
▲采捕员打捞出来的海参
●海参近距离特写

黄剑波/摄 官兵/制图

獐子岛董秘孙福君对证券时报·e公司记者表示,海参产业的行业集中度非常低,按照国际惯例,行业领先企业的市场规模一般占到20%左右。海参有土特产概念,在一定区域内的品质才会特别好,因此受区域的约束非常大,中国海参看辽参,辽参看长海,长海看獐子岛。公司未来要扩大销售额,就要有效开发长海海参优质资源,未来重点会在市场端发力,在持续提升内生动力的同时,积极探索外延式的成长。

广汽集团联手科大讯飞 推进“汽车+互联网”创新

证券时报记者 李映泉

广汽集团(601238)12月7日晚间披露公告,公司当日与科大讯飞(002230)签订战略合作框架协议。根据协议,双方将互视对方为大客户,承诺按各自企业的流程在同等条件下优先使用对方的产品和服务;还将在智能人机交互技术、车载智能化及人工智能技术、大数据分析、智能车联网平台、广告投放、智能客服、智能销售机器人及营销创新等业务领域展开合作,协议有效期为5年。

公告显示,广汽集团和科大讯飞一致认为智能语音交互技术是实现智能化的一项关键核心技术,在汽车智能化领域有重要的应用价值。结合科大讯飞现有及未来开发的智能语音技术,共同研究和规划在汽车中使用该技术的场景和集成应用方案。此外,双方还将联合开发基于智能语音技术的车载终端产品及车载应用平台。

广汽集团表示,此次合作有利于公司实现在智能网联领域的进一步发展。就在同一天,广汽集团董事长曾庆洪在《财富》论坛上表示,依托智能网联新能源汽车和共享经济,移动出行产业正经历着全面重构的产业革命。

曾庆洪在论坛上指出,汽车制造商和科技公司等各方必须开放合作,才能够达到一个双赢的局面。广汽正在以开放的姿态主动积极拥抱互联网,推进“汽车+互联网”创新,从而促进实体经济转型升级。

据介绍,广汽在新能源汽车领域持续研发已近10年,目前已全面掌握新能源三电(电池、电机、电控)、机电耦合技术、新能源专用发动机技术等关键系统/零部件技术。预计到2020年,广汽新能源车型产品将多达20余款,新能源汽车占集团整车产销规模10%。

与此同时,广汽还通过开发高效发动机、更高效率的变速器,以及轻量化技术更广泛的覆盖应用等手段,实现燃油车的节能降耗减排。

“随着智能网联新能源汽车的不断成熟,自动驾驶、绿色共享出行将不断提升交通效率和人们出行的体验。”曾庆洪指出,智能网联和共享经济同样将全面重构移动出行产业,从而不断提升交通效率和人们出行的体验。

帝龙文化大股东转让股权 引监管层发函关注

证券时报记者 刘凡

帝龙文化(002247)6天前发布的控股股东转让股权的公告引发了浙江证监局的关注。12月7日晚间,帝龙文化称收到了浙江证监局下发的关注函,函件要求帝龙控股和姜祖功等就转让公司股份,以及宁波揽众天道投资管理有限公司(下称“揽众天道”)受让股份的原因、资金用途和未来股权处置安排作出说明,还追问此次交易与2015年公司并购苏州美生元是否是一揽子交易。

回溯公告,12月1日晚间,帝龙文化公告,控股股东帝龙控股及其一致行动人姜祖功与揽众天道签署了股份转让协议。协议内容包括,帝龙控股及姜祖功分别拟将各自持有的7000万股及1000万股帝龙文化股份以13.75元/股的价格转让给揽众天道,合计作价10亿元。

浙江证监局提到的2015年的并购苏州美生元的事项,是指帝龙文化在2015-2016年间以34亿元的对价收购美生元100%股权的重大资产重组。当时重组采用了发行股份及支付现金的方式,在并购了美生元之后,公司的证券简称由“帝龙新材”变更为“帝龙文化”,公司主营业务在原高端建筑装饰贴面材料制造业务的基础上新增移动游戏开发与发行业务。

关注函表示,揽众天道与帝龙文化第二大股东余海峰及其关联方是否存在关联关系。

帝龙文化有工作人员对证券时报·e公司记者透露,会力争在下周回复关注函,但对控股股东的股权转让的后续事宜安排等未予透露。

从财务数据来看,帝龙文化自并购美生元后转型较为成功,2016年公司实现净利润3.79亿元,较2015年大幅增长341%;今年前三季度,帝龙文化实现净利润3.38亿元。

联手宋卫平蓝城集团 黄山旅游“二次创业”

证券时报记者 童璐

联手宋卫平和蓝城集团打造特色小镇,启动太平湖风景区项目,黄山旅游(600054)近期动作频频,打出了一系列转型“组合拳”。在12月7日举办的高峰论坛上,黄山旅游总裁章德辉表示,新时代下山岳景区转型升级面临着新使命、新征程,黄山旅游将通过“旅游+”布局全域旅游产业链,“走下山、走出去”,实现“二次创业”。

尽管手握“天下名山”,但近年来包括黄山旅游在内的不少景区上市公司,往往“靠山吃山、千山一面”,不同程度的遭遇了“门票经济”天花板,具有景区容量有限、淡旺季明显,产品供给单一,人均客单价水平偏低和产品创新不足等痛点。

章德辉认为,面对这些短板和痛点,山岳景区公司在收入和运营模式上亟需转型。具体到黄山旅游上,公司转型发展策略是:从“单一观光型”向“观光、休闲、度假复合型”转变,山内山外协调发展。

章德辉透露称,限于多方面原因,公司正在就宏村项目进行紧张的、艰难的谈判。此外,黄山旅游打造的“谭家桥国际小镇”目前已经完成规划。资料显示,该“国际小镇”地处黄山风景区东大门,占地18.2平方公里,总投资300亿,定位是打造集旅游集散、度假休闲、购物娱乐于一体的国际小镇。

值得关注的是,绿城集团创始人、蓝城集团董事长宋卫平也现身黄山旅游本次高峰论坛现场。随着章德辉与宋卫平正式签署战略合作协议,也意味着黄山旅游的“旅游+”小镇发展模式正式开启。此前12月5日,黄山旅游公告称,公司拟与蓝城集团联手打造医疗康养小镇、特色农业小镇、主题旅游小镇等综合体,全面落实“生态+旅游+农业+颐养”开发新模式。

宋卫平表示,他看好黄山地区会“成为美好生活建设典范”,将和黄山旅游合作打造一系列的小镇集群,“希望明年、后年小镇的一些样板区就可以展示,三年五年有一些小镇的局部。”

黄山旅游与蓝城集团未透露是否将从谭家桥项目开始特色小镇的合作。有资料显示,今年11月中旬,两家公司曾联合考察谭家桥国际小镇项目。

此外,黄山赛富旅游文化产业发展基金也在本次论坛上正式揭牌成立,这意味着规模10亿元的赛富基金进入实质性运行阶段,也是黄山旅游“旅游+金融”发展中的重要一步。