

## \*ST凯迪僵局或迎转机 重组接盘方背景深厚

证券时报记者 曾灿

受流动性危机等多重因素影响,\*ST凯迪(000939)自复牌后已连续23个交易日跌停。而在多方力量的协调之下,公司面临的这一局面或将有所改观,瘦身自救“初步方案”已经亮相。

在2017年年度股东大会召开前夕,8月2日晚,\*ST凯迪公告称,公司已同控股股东阳光凯迪以及中战华信资产管理有限公司(下称“中战华信”)签署重组框架协议,拟对上市公司开展“股权处置+资产处置+债务重组”联合重组。

此外,阳光凯迪已同意适时情况下向中战华信托管其所持\*ST凯迪股权,中战华信将全面参与“整体设计联合重组方案”。上述协议的签署对公司2018年度业绩可能构成重大影响。

## 逾期债务超过30亿

根据公告,截至7月26日,\*ST凯迪逾期债务共计31.71亿元,公司净资产为106.33亿元,逾期债务占最近一期经审计净资产的比例为29.82%。

\*ST凯迪表示,目前部分债权人根据债务逾期情况已经提起诉讼、仲裁、冻结银行账户、冻结资产等措施,相关逾期引发的债权人措施,对公司的生产经营和业务开展造成了一定影响。

事实上,在此前由\*ST凯迪举办的媒体交流会上,阳光凯迪董事长陈义龙曾表达对上市公司当前状况的痛心以及愿意协助和推进凯迪生态解决债务危机的意愿。

他表示,为应对公司债务危机,湖北省、武汉市和公司所在的东湖高新区已成立工作专班,确定了以市场化、法制化方式自救的方针,公司将通过资产重组、债务重组和股权重组等3种方式寻求尽快恢复业务,相关债权人也设立了债委会。

根据规划,债务重组将由债委会主导;在股权重组方面,\*ST凯迪将引进有实力的战略投资者,进行控股权转让。而此次重组框架协议签署,也意味着\*ST凯迪的债务危机的处置工作再进一步。

## 拟处置资产估值140亿

据披露,\*ST凯迪此次拟打包处置出售其部分业务板块的非主业资产,同时获取资产处置现金用于推动债务重组,并最终引入战略投资者完成股权重组、全面恢复生产经营。

根据框架协议,中战华信拟通过自行管理或协调旗下管理人管理方式发起设立并购基金,一揽子收购\*ST凯迪拟出售的业务资产包内全部资产,包括风电项目、杨河煤业、在建生物质等十项资产类型;除上述资产处置计划外,各方还将全面推动其他非主业资产的对外出售,力争在1年内完成全部出售。

具体而言,本次中战华信打包收购的非主业资产包括10项资产包,其中除去蛟河、汪清、桦甸3个已投产生物质电厂项目的其他资产包账面资产价值暂估为139.42亿元,中战华信及凯迪生态双方同意采取“标底底价+溢价分成”方式打包出售。

在这些拟处置资产中,首批拟出售资产包括3个资产包,一是风电项目,初步作价12.8亿元,上海斯能有意收购中战华信管理的风电基金LP份额;二是煤炭项目,初步作价10亿元,深圳前海瀚坤有意收购相应LP份额;三是包括桦甸、汪清、蛟河3个电厂以及敦化、嫩江、榆树3个在建电厂项目,初步作价22.6亿,山东水发有意收购相应LP份额。

\*ST凯迪称,上述3家交易对手方已经分别对相关资产进行了初步的考察和尽职调查,并对相关资产具有一定的了解;相关协议正式签署前交易仍需获得债委会同意,并实现全面撤诉、解除保全。

## 重组接盘方背景深厚

记者注意到,\*ST凯迪本次重组交易对手中战华信,是中国舆情战略研究中心控股的金融控股集团,公司注册资本13亿元。而有意参与风电资产收购的潜在投资方上海斯能投资,为澳洲知名金融投资集团麦格理集团旗下企业。

此外,本次有意参与\*ST凯迪生物质发电板块资产投资的山东水发,为山东省属一级国有独资企业山东水发集团下属企业。

据\*ST凯迪披露,完成前述资产处置后,各方将继续通过资产重组推动债务重组工作,综合运用债转股、挂账停息、债权折价现金偿付等多种方法,实现降低债务、恢复主业经营的阶段性目的。

此外,根据规划,待公司资产处置及债务重组工作进入到稳定可控阶段、生产经营全面恢复后,\*ST凯迪还将适时引入国资战略投资者,以市场交易对价方式取得凯迪生态控股权,通过实施混改重组,提升上市公司盈利能力。

# 智慧零售“军备竞赛”持续 A股新零售概念公司业绩分化明显

证券时报记者 康殷 岳薇 张巍文

从无人售货柜到无人店铺,基于人脸识别、重量识别和移动支付等技术的无人零售,正成为资本市场的宠儿。

7月31日到8月1日,2018第一届中国智慧零售大会暨深圳国际智慧零售博览会”在深圳开幕。这是国内智慧零售方向的首个千人级专业会议和首个大规模专门展会,数千家企业展出智慧零售最新硬件设备,无人零售仍然是大热方向。

但无论是阿里提出的“新零售”,腾讯的“智慧零售”,还是京东的“无界零售”,巨头们在零售市场的军备竞赛和圈地运动从未停息。从目前公布2018半年度业绩情况的20家新零售概念公司来看,各家业绩分化差异明显。

## 抢占无人零售商机

去年很多人说未来无人零售将取代有人零售,但天虹认为不会。”天虹股份董事长高书林对于无人零售有着独立观点,他认为,无论有人和无人都是零售的一种业态,无人零售不可能完全替代有人零售;很多零售需要有温度的服务,这就需要人的服务支持,这才是零售的重要组成部分;而零售从标准化向个性化消费过渡,也需要有人服务的支撑。

自从新零售出现以来,包括生鲜行业、商超行业等市场已基本被巨头分割完毕。纵观整个新零售市场,无人零售是新零售行业至今仍未被分割的市场之一。这种形势下,经营者自然希望通过抢先布局无人零售行业,掌握行业话语权。

证券时报·e公司记者在展会现场看到,智慧零售参展商大量展出各类智能柜。在奥莱特电器的展区,扫码开门,关门“结账”的广告语下,是融合了AI视觉识别的智能自助柜。系统提前记录柜内商品图像,消费者扫码打开柜门后,只需取出商品,摄像头就能自动识别商品种类和数量。”销售人员范建波介绍,用户首次使用需开通支付宝免密支付,扫码开柜拿起货品,柜内的摄像头通过视觉识别确定商品,完成扣款。

同样采用AI图像识别技术的还有哈哈零兽。总部位于武汉的哈哈零兽成立于2017年初,是一家提供无人智能售货柜系统解决方案的公司,创始人樊伟是前腾讯产品经理、美团早期业务拓展员工。

展会现场,哈哈零兽展出的带显示屏和不带显示屏的多款智能货柜,容量在385L到400L之间。货柜顶部同样通过安装摄像头,提供商品图像识别功能。樊伟表示,这款智能柜的主要竞争对手其实是传统机械式自动售货机,但智能零售柜可存放商品品类更具弹性,可以售卖常规快消品、水果、饮品等。

成本方面,智能零售柜的成本要更低。现场参观多款智能柜后发现,售价从最便宜的2999元到2万多元的价格均有。而相比之下,机械式售货机的成本在万元级,普遍售价在2到3万元。

经营模式上,哈哈零兽主要以提供零售柜的模式盈利,核心是服务两类B端客户,一类是体量较大的品牌商,如百果园、良品铺子等,另一类客户是小商家,商家以加盟的形式投资,零售柜的运营交由第三方服务商管理。

在展会现场,悦智购公司打出“零元加盟免费领柜”的智能柜模式,通过加盟合伙人或成为城市合伙人,客户只需支付点位成本和人工成本,即可获得商品零售的利润分红。现场工作人员介绍,乐观情况下,10台智能柜一年净投入10万元,年底净收益可达23万元。

智能柜外,配合RFID射频标签技术的各种硬件,各类自助收银终端同样“百花齐放”。大量厂家推出类似设备。广州天河公司展位,包括台式壁挂式收银终端,全功能酒店自助入住智能终端,触摸屏

去年很多人说未来无人零售将取代有人零售,但天虹认为不会。”天虹股份董事长高书林对于无人零售有着独立观点,他认为,无论有人和无人都是零售的一种业态,无人零售不可能完全替代有人零售;很多零售需要有温度的服务,这就需要人的服务支持,这才是零售的重要组成部分;而零售从标准化向个性化消费过渡,也需要有人服务的支撑。



康殷摄

POS一体机等产品已经非常成熟。麦当劳的自助点单系统,沃尔玛的扫码购系统,其实就是融合了移动支付扫码支付的收银终端,目前类似技术产品非常多。”展位人员介绍。

据了解,无人零售目前包括无人便利店和无人柜两大形态,除展会现场大量的无人柜(智能货柜)外,采用RFID技术和物联网模式的无人便利店,由于成本更高,参展的企业相对较少,但也并非冷门。

2018年无人便利店不少创业公司更迎来资本市场新一轮融资热潮。今年4月完成Pre-A+轮融资的无人便利店神奇屋也出现在展会现场。

神奇屋成立于2016年底,定位是轻食茶饮区+空中仓储式自动售货机的复合便利店。现场看到,轻食茶饮区有两名店员值守,售卖果汁、烘焙食品等;而一旁的数个自动售货机24小时营业,售卖数百款超市标品。据介绍,和市面上一般的无人便利店或自动售货机不同,神奇屋的仓库悬挂在屋顶,顾客在自助电子屏上挑选商品并扫码支付后,微型仓库即通过传输设备将货物送至取货口。

## BATJ抢滩新零售

马云在2016年提出“新零售”概念后,新零售就变成了零售业的“网红”。互联网巨头纷纷重金布局线下,抢滩未来零售风口。不过,经过近两年的跑马圈地,阿里、京东、腾讯(京东&腾讯)已经依托自己的数据优势资金优势顺利攻城略地,百度则中规中矩发展平平。

早在四年前,阿里就已经开始探索线上线下融合的商业模式。2014年阿里巴巴以54亿入股了同为浙商的银泰商业,成为其最大股东,触角开始向线下延伸。

2017年,进入新零售“元年”,阿里先后收购银泰百货、新华都的股权,抢占占领浙江、福建市场。银泰旗下拥有46家百货公司,新华都旗下拥有120多家门店。

2017年11月,阿里以约224亿港元收购高鑫零售36.16%股权,高鑫零售是中国规模最大的大卖场零售商,拥有欧尚、大润发两大品牌,市场份额多年保持国内零售行业第一。

从阿里巴巴的新零售布局进程来看,更多的是对传统零售的投资改造,目的是弥补自己线下的不足。

对于大型商超领域,通过一系列资本运作,深度绑定高鑫零售、银泰、三江购物、新华都等行业龙头。对于便利店领域,通过天猫小店战略,逐步转化现成门店,并加快无人便利店淘咖啡探索;2017年8月,第一家天猫小店已在杭州正式运营,阿里随后宣布要在2018财年打造1万家。

对于厮杀激烈的生鲜领域,阿

里系在2017年4月进一步增持饿了么,目前对饿了么的持股达到32.94%,已取代饿了么管理团队成为其最大股东。又先后四次投资易果生鲜,目前苏宁生鲜和天猫超市均由易果独家运营。

另外,从2016年年初,阿里就推出了线上线下一体化的生鲜超市与餐饮店结合体盒马鲜生。目前,线上用户转化率高达35%,实现用户月购买次数达到4.5次,坪效是传统超市的3-5倍。

近日,阿里150亿元战略入股分众传媒,双方旨在共同探索新零售大趋势下数字营销的模式,把控制了线下广告流量入口。

事实上,除了资金和物流,阿里进军新零售的最大优势是多年电商累积的大数据。

在第一届中国智能零售大会上,阿里云新零售商超行业总经理李冰以盒马鲜生为例演示了数据驱动下的新零售业态。李冰表示,盒马鲜生可以实现3公里范围内30分钟上门,这跟其数字能力有极大的关系。他认为,商超实现新零售的关键在于数字化能力,盒马鲜生全流程已经实现数字化,实现全渠道覆盖,全业务共享和全数据融合。

腾讯的新零售布局很大程度上是针对阿里,继阿里前脚重金揽入欧尚和大润发,腾讯后脚便以42.15亿元战略入股永辉超市。永辉旗下的超级物种的业态直接与阿里巴巴旗下的盒马鲜生形成竞争。

与阿里不同的是,阿里从零售起步,新零售整合上重物流、支付、会员资源打通,自身处于核心;腾讯是社交起家,拥有巨大流量,其新零售布局旨在为这些流量寻找商业机会,自身处于前端。

除了永辉这步大棋,腾讯还通过一些线上的电商平台,进行各种新零售的尝试,无论是每日优鲜的前置仓模式,还是京东无人便利店,亦或是通过美团间接介入的无人货架领域,基本上涵盖了目前新零售的主流形式:无人便利店、无人货架、前置仓社区零售等。

另外,腾讯于2014年收购京东20%股份,与京东深度绑定,联手推出线上线下无界零售解决方案,共同探索新零售。

目前,京东已联合永辉超市、沃尔玛推出“京东到家”APP开展O2O业务,同时将永辉超市做为“京选空间”入口,借助永辉线下资源和客流量为彼此相互引流,此外通过从沃尔玛处并入的1号店弥补其在华东地区的市场短板。

腾讯智慧零售战略合作部总经理田江雪在会上表示,移动支付的普及,让用户的数字化行为沉淀成企业资产。腾讯看到很多线下企业有流量的痛点,于是对外开放了数字化的能力,比如支付、小程序、公众号、社交广告的数据能力,都可以

通过腾讯云输出到商家。

京东云副总裁陈仲儒介绍了京东的三个重要的布局:京东金融、物流、京东云。其中,京东云是赋能的第一出口,可以在三个方面帮助合作伙伴:一是销售赋能,帮助传统零售商的营销能力结合京东商城的销售能力,线上线下相互打通;二是品牌赋能,借由京东商城,借由各位零售厂商、各位城厂商之间的合作,在品牌上面互相拉牌,比如品牌口等不同的促销方案;第三个数据赋能,利用京东的数据,为各零售商赋能。

百度在新零售领域依然延续了电商的颓势。此前,百度外卖被饿了么收购;2016年百度在零售电商的投资几乎为零;2017年无人便利店提供商YI Tunnel被百度投资领投,除此之外,百度在新零售板块并无大动作。据了解,百度专注于其本身最具优势的广告业务和人工智能领域。

百度大数据零售负责人陆毅明表示百度的定位是技术赋能提供商,而不是零售服务商。因此,百度从大数据的角度来做切入,解决零售商家的实际问题。

陆毅明透露,百度通过搜索数据,能够了解大众对品牌的偏好。通过百度地图,百度能知道市场对于各品类的需求。在大数据的支持下,就可以帮商超选择在哪里开店最佳,除了智能选址,百度还能提供消费者洞察、精准招商、全渠道营销、品牌价值分析等服务。

## 概念公司业绩差异大

从目前公布2018半年度业绩情况的20家新零售概念公司来看,各家业绩分化差异明显。

净利润同比实现增长或扭亏为盈的有华联股份、快乐购、汇纳科技、苏宁易购、红旗连锁、民德电子、中百集团、人人乐、利群股份9家公司;净利润同比下滑或由盈转亏的有神思电子、新华都、永辉超市和三江购物4家公司;净利润同比持平的包括思创医惠、步步高、天虹股份、广百股份4家公司,另外远望谷、新开普和科蓝软件3家公司上半年净利润亏损。

这些公司中,净利润同比增幅较大的仅有华联股份、快乐购、苏宁易购和中百集团4家公司,且各家公司的盈利成色差别也较大。根据国家统计局数据,2018年1-6月社会消费品零售总额18万亿元,同比增长9.4%,增速低于上年同期1个百分点,二季度增速进一步放缓,消费市场继续保持平稳、弱复苏的增长态势。

在这样的大环境下,苏宁易购上半年实现净利润59.97亿元,同比增长1957.38%。不过公司在今年上半年出售了部分阿里巴巴股份,实现净利润约56.01亿元,扣除这

部分影响,苏宁易购上半年由主营业务带来的净利润实际约为3.96亿元,同比增长35.85%。

但上半年苏宁易购的线上交易规模增长亮眼。上半年苏宁易购商品销售总规模为1513.19亿元,同比增长44.63%,线上平台商品交易规模为883.22亿元(含税),同比增长76.51%。

值得一提的是,截至6月30日苏宁易购合计拥有各类自营店面4813家,苏宁易购零售云加盟店765家,与此同时,公司进一步完善零售云体系在商品供应链、物流、IT、金融服务等方面的建设,加快零售云网络的部署。

苏宁易购总裁侯恩龙认为,纯电商时代已经结束,下一个10年进入场景互联时代,苏宁将通过线上线下随处可见、随时可触的无限渠道场景,满足消费者在任何时间、任何地点、任何服务的需求。

华联股份净利润大增主要源于投资收益,而中百集团上半年实现净利润4.44亿元~4.56亿元,同比增长226.06%~234.87%,主要源于完成江夏中百购物广场资产证券化项目,增加同期净利润1.79亿元,以及子公司中百仓储公司因珞珈路卖场拆迁补偿,增加净利润4.24亿元。快乐购则在今年上半年完成重大资产重组,实现并表,净利润同比增长超过49%。

天虹股份正在全力推进“数字化”、“体验式”、“供应链”三大业务战略,推进科技创新应用,增强门店体验、优化零售业态,提升专项运营能力,公司预计上半年实现净利润3.75亿元~5.62亿元,同比变动幅度为0%~50%,区间想象空间较大。

值得一提的是,有阿里巴巴加持的三江购物以及引领新零售玩法的永辉超市今年上半年的净利润同比下跌。

业绩快报显示,三江购物今年上半年实现营业总收入20.77亿元,同比增长7.91%;实现净利润5693.58万元,同比下滑13.81%。三江购物表示营业收入增长主要是因为新店开店速度加快以及创新店销售增长,也因为创新店业务拓展前期投入和人才储备导致费用支出较大,以及公司上半年授予第二期员工持股计划购股金支出,公司净利润同比出现下滑。

永辉超市上半年实现营业总收入343.97亿元,同比增长21.47%;实现净利润9.43亿元,同比下滑10.67%。永辉超市今年上半年也在增加新开门店数量,销售额稳步上涨,但费用支出也随之增加,此外公司引入高端管理、技术、经营型人才增加了薪酬成本,并计提了3.58亿元的股权激励费用,导致净利润下滑。

永辉超市董秘张经仪今年5月曾表示,外界对永辉的认识有三个:生鲜、合伙人和超级物种,但公司目前正在做的事,就是用数字化驱动业务;零售行业以前太落后了。但是如今,互联网大佬也都在进入这个领域,未来3至5年中国零售一定会进入数字化零售时代。