

“牛散”马敬忠捍卫控制权 恒泰艾普小股东公开怼

证券时报记者 余胜良

昨天恒泰艾普(600157)举行股东大会,一名自然人股东何先生致电证券时报·e公司记者,表达对举牌方的支持,以及对当前实控人有所不满。

恒泰艾普董事马敬忠向证券时报·e公司记者回应称,接手后做了大量工作,这些都无法给外人说。

马敬忠一方去年7月份入主恒泰艾普,现在成了被挑战一方。北京硕晟科技信息咨询有限公司和其一致行动人李丽萍已增持达到10.03%,目前和大股东银川中能相差无几,后者持股比例为10.67%。

章程修订案被否决

8月24日恒泰艾普举行股东大会,会议将表决是否通过目前大股东提名的董事和独立董事候选人,以及一项备受瞩目的限制股东提名权议案。该议案将有资格提名董事、监事候选人的股东条件,从单独或者合计持有公司3%以上股份的股东调整为单独或者合计持有公司3%股份且连续持有超过180日以上的股东。”这被认为是针对新进入的北京硕晟一方。

会议下午2点开始,网络投票时间下午3点截止。

最终,中小股东通过投票,否决了《关于拟修订公司章程的议案》,其中反对票超40%。其他关于董事提名的议案则获得通过。

马敬忠表示,其提名的董事候选人不是大股东的人,而是独立的第三方有产业背景者。

当晚,恒泰艾普公告要剥夺北京硕晟超过一半的投票权。公告称,北京硕晟8月5日增持公司已发行的有表决权股份达到5%时,应立即停止并履行信息披露义务,该公司当日继续通过证券交易所集中竞价方式增持,继而使其合计持有的公司股份比例超过了5%,违反了证券法相关规定。北京硕晟及其一致行动人在买入

超过公司已发行的有表决权股份达到5%后的股份在买入后的36个月内均不得行使表决权,即北京硕晟及其一致行动人仅对持有的公司3560.57万股股票具有表决权,对剩余的3578.56万股股票不具有表决权。

马敬忠表示,截至目前对方还没有表态要提名董事或插手公司经营管理。

8月22日,深交所创业板公司管理部对恒泰艾普发布关注函。要求说明北京硕晟增持是否会导致公司存在控制权变更风险。

更早之前,马敬忠一方就意识到恒泰艾普控股权存在松动迹象,加紧筑墙提前防范。

恒泰艾普公告称,7月初至7月下旬,王某斐等人曾与公司管理层、控股股东多次沟通,表露出拟通过支付定金参与股权收购、后续将上市公司控股权倒手转卖给地方国资的计划,并提出以签订A、B两版不同价格合同的方式签署相关文件;同时希望在上市公司层面将公司部分优质子公司以低价出售给其指定的相关方。

恒泰艾普认为,上述两点要求如实施必定会损害国有资产利益并触犯相关法律法规,且由其控制董事会也会严重损害上市公司、股东尤其是中小股东的权益,故公司控股股东拒绝其受让股份的要求。

公告所称的王某斐,是硕晟科技的执行董事、经理。

投资者偏好

不过,恒泰艾普的公告,何先生并不买账。他称:举牌方还在举牌,还在不停买,怎么行动是举牌方的事情,还没有开始卖,怎么会断别人会损害国有资产利益,并触犯法律,怎么判定其会损害上市公司利益?”

他认为银川中能并没有多少资金实力,所持股权被很快质押,这一年多也没有做出什么事情,导致股价大跌,导致其利益受损。他对硕晟科技一方的举牌持欢迎态度,因为硕晟科技举牌使



恒虹恒集团一战成名的马敬忠一方去年7月份入主恒泰艾普,现在成了被挑战一方;拟限制股东提名权遭小股东质疑,一名自然人股东表达对举牌方的支持,且对现实控人有所不满。

图虫创意/供图 吴比较/制图

股价大涨,硕晟科技举牌后,股价从2块多涨到了4块多,马上就要回到成本线。

马敬忠表示,股民一般都会对新进入的股东持有好感,因为新进入者导致股价上涨。我们做了大量事情,进入恒泰艾普后做了资产大扫除,处理了许多遗留问题,挤掉了泡沫,夯实了资产,而这些外围投资者并不会看到,也不好对外说。”

何先生另一点不满之处是,和恒泰艾普沟通不畅。从银川中能进入后,他打了很多电话没人接,在互动平台上提问也得不到回应,很难理解上市公司的计划和打算。

马敬忠称,目前是希望上市公司业务聚焦,向着一个方向发展,再有几个月就清理得差不多了。”

马敬忠资本史

马敬忠大有来头,其中最出名的一次是举牌梅雁吉祥。

马敬忠控制的烟台中睿及其一致行动人中科中睿,于2017年12月22日至2018年2月14日期间,分别增持梅雁吉祥1.04%和3.96%的股份,合计占梅雁吉祥总股本5%,触及举牌线。

2018年2月5日,烟台中睿的实控人马敬忠曾表达希望通过股份增持成为梅

雁吉祥第一大股东的意向。

不过,后来梅雁吉祥管理层明确表示对马敬忠欲取得公司控制权的事项“不予支持或配合”,甚至表示必要的时候或将联合其它股东反击。

2018年3月6日中睿一方又合计增持梅雁吉祥股票59.25万股,正式成为第一大股东。

马敬忠多年来浸淫资本市场,在证券、资管、投资均有经历。他认为,做上市公司自然离不开资本运作,否则那就是纯粹做实业了。我向来主张产业发展必须是靠资本+实业的两轮驱动,两者互相促进、相得益彰。”

梅雁吉祥当时备受关注,还有一个重要原因是当时大股东是仲勤投资。仲勤投资作为恒大集团旗下产业,投资者都想看到恒大如何反应。2016年仲勤投资首度举牌梅雁吉祥后便再无动作。

恒大方面没有动静,中睿的独角戏唱到了去年6月份(在半年报中清仓式减持)。

从梅雁吉祥退出,到承接恒泰艾普,从时间上看,可以说是无缝对接。

马敬忠还曾经在上市公司鑫科材料(现更名为*ST梦舟)做过董事长。2017年5月,随着清仓转让股份,包括董事长马敬忠在内的公司董监高辞职。

海外收入增近3倍 甘李药业上半年赚3亿

证券时报记者 孙亚华

8月24日晚,上市不满两个月的甘李药业(603087)发布半年报,这家被称为“药中茅台”的公司,上半年实现营业收入12.07亿元,同比增长25.93%;净利润3.08亿元,同比增长14.92%。

在新冠病毒疫情影响下,大部分行业的海外市场都出现萎缩局面,而甘李药业的海外产品销售却出现大幅增长,国外主营业务收入同比增约2.8倍。

海外市场不降反增

上半年,甘李药业多个新产品取得进展。新品门冬胰岛素在报告期内成功获得了上市销售批文,另外,公司新药GLR2007在美国一期临床试验的病人入组也正式开始。公司三个主打产品:甘精胰岛素、赖脯胰岛素与门冬胰岛素在欧美的关键性一期临床均顺利完成,且甘精三期临床现处于收尾阶段。开发团队与欧美合作伙伴山德士全面开展合作,准备欧美申报工作,也取得了实质性的进展。

在研发投入上,2020年上半年,公司研发项目累计投入2.38亿元,较上年同期增长18.03%。

甘李药业表示,公司持续大力发展糖尿病相关新产品管线,若干新型降糖产品的研发如期推进。同时在其他领域,如肿瘤、免疫疗法、细胞疗法的药品开发也正常推进。

值得注意的是,在新冠疫情下,公司的海外市场业务不减反增。

2020年上半年,公司国外主营业务收入(主要包括原料药出口收入、医

疗器械出口收入)为2683.46万元,较同期增长279.85%。

甘李药业对此解释称:由于各国受到新冠病毒疫情影响,海外客户积极备货,因此增加了国际订单,尤其一些国家的合作伙伴完成新厂认证后,开始大批量订货,提高了上半年海外业务的收入。”

胰岛素市场广阔

糖尿病是21世纪全球增长最快的疾病之一。根据2019IDF全球糖尿病地图显示,2019年全球约有4.63亿人患有糖尿病;到2030年,糖尿病患者预计将达到5.78亿,到2045年将达到7亿。

同时糖尿病是一种慢性病,病情不可逆并且后期会出现各种并发症,大量的糖尿病患者以及糖尿病的特性催生庞大庞大的糖尿病药物市场。胰岛素作为控制糖尿病最重要的手段,高患病率、低渗透率,使得胰岛素市场规模将保持持续增长。

近年来,国内糖尿病患病率呈逐渐攀升趋势。但是,胰岛素治疗普及率低。据IDF统计,国内仅有2%的糖尿病患者使用胰岛素类药物控制血糖,而这比例在美国约为30%。

同时,糖尿病药物的生产研发门槛较高,属于技术密集型、资金密集型行业。降糖药的开发需要大量的研发投入,且研发周期较长;其生产需要符合严格的技术标准,对生产设备、工艺流程等较高。目前,该行业的主流厂商是诺和诺德、礼来、赛诺菲、阿斯利康等欧美发达国家药企。中国则正处于从仿制为主向自主创新为主、原创结合的战略转型阶段,与大型跨国制药企业仍存在差距。

龙利得:智能制造助力“出圈” 包装一体化开启新路

投资要点:

1、智能制造的集约化发展优势:龙利得将自动化、智能化基因深入骨髓,打造“智慧型工厂”,实现降本增效,提升产品附加值,构建核心竞争壁垒。

2、研发投入领先同行:近三年公司研发费用占营业收入比重均超4%,居于业内可比公司前列,时刻保持技术领先优势,发展后劲十足。

3、包装一体化优势逐步凸显:龙利得摆脱传统的“生产-运输”业务模式,产品覆盖工业应用、商业应用、民用终端应用等多领域,形成现代先进制造业的新模式、新技术、精细化服务大平台。

4、客户黏性及品牌价值高:龙利得已形成较高的品牌辨识度,客户主要集中于日化家化、粮油类、特殊食品、电子、家电等下游应用领域,涵盖立白集团、榄菊集团、益海嘉里(金龙鱼)、美国沃伦、博世西门子等大型企业,合作关系稳固。

5、募投项目打造新利润增长极:公司募集资金扩充瓦楞纸箱产能,同时配套绿色彩印内包智能制造生产线,拓展内包装业务领域,有望形成新的利润增长点。据测算,相关募投项目达成后,将新增营业收入5.6亿元。

包装行业“智能先锋”龙利得智能科技股份有限公司(下称“龙利得”,股票代码:300883)即将亮相A股!

公司成立于2010年,专注于中高端瓦楞纸箱、纸板的研发、设计、生产和销售,为日化家化、粮油、特殊食品、家居办公、电子器械、医药医疗等行业客户提供包装产品和服务。

龙利得以自动化、智能化为引领,率先建成印刷包装行业“两化融合”智能制造工厂,助力企业在传统行业领域“出圈”,刷新科技新高度,实现降本增效及可持续发展。

本次公司拟募集资金加码瓦楞纸箱产能,配套绿色彩印内包智能制造生产线,持续向生产要效率,向管理要效益,向市场要潜力,朝包装综合方案解决商转型。

纸包装行业作为包装行业占比最高的细分领域,占据40%左右的市场份额,随着电商、物流等行业对纸箱的需

求增加,瓦楞纸箱行业将继续保持增长态势。SmithersPIRA预测,到2021年,全球瓦楞纸箱包装市场将达到2690亿美元。

十年磨一剑 业绩步入稳健增长平台

龙利得原名龙利得包装印刷股份有限公司,曾于2015-2017年在新三板挂牌。摘牌后,公司实施增资扩股,引入金浦投资、诸暨东证、嘉兴力鼎等投资人。2017年,公司智能制造工业4.0无人智慧工厂投产,2018年,公司更名为“龙利得智能科技股份有限公司”。目前龙利得旗下拥有1家全资子公司及1家全资孙公司,分别为龙利得包装科技(上海)有限公司、奉其奉印刷科技(上海)有限公司。

本次发行前,自然人徐平、张云学共同控制公司40.58%股份,为公司实际控制人。公司拟公开发行不超过8650万股,占发行后总股本的25%,发行后总股本为不超过3.46亿股。

经过十年的摸爬滚打,龙利得已形成了相对稳定的生产、销售和盈利模式,目前业绩已进入稳健增长平台。2017-2019年,公司实现营业收入6.4亿元、8.6亿元、8.7亿元,归母净利润为5725.51万元、8875.58万元、8599.99万元。产品结构方面,纸箱、纸板贡献了公司绝大部分营收和利润。其中,近三年销售纸箱产生的营业收入占总营收比重分别高达81.84%、89.42%、88.93%;销售区域方面,主要集中在华东地区,近三年销售收入占比分别为76.72%、84.95%、89.38%。与此同时,公司逐渐向华南、华北、东北等国内及美国、澳大利亚、加拿大等境外市场扩张。

在智能制造、精细管理双轮驱动下,公司主营业务毛利率高于行业平均水平。2017年-2019年,龙利得主营业务毛利率为25.46%、25.05%、25.31%,分别高出行业均值1.11、3.74、3.67个百分点。

智能制造先行 降本增效成效凸显

传统的包装行业属于劳动密集型

产业,在人力、土地等生产成本持续上涨的背景下,通过增加固定资产投入,打造“智慧型工厂”,实现降本增效,成为包装行业的必由之路,而龙利得便是这条路当之无愧的“先行者”。

公司坚持“高而精”的集约型发展策略,将自动化、智能化“两化融合”的基因深入骨髓,以智能制造、精细管理提升生产效率,降低生产成本,赢得优质客户,打造核心竞争壁垒。

龙利得是工信部认定的国家级两化融合管理体系贯标试点企业。2017年下半年,公司打造的国内首家印刷工业4.0智慧工厂——奉其奉智能工厂开始投产,集结运营物流智能、操作流程智能、产品转换智能、仓储智能、客户端信息系统等5个部分,构建上下互通、整体互联的体系;2018年以来,安徽工厂扩建智能高效印刷成型联动线与智能物联网及仓库管理项目开始投产,实现整个生产线自动化控制,纸板生产车速最高能达到行业内领先水平近400m/min。

智能化直接拉升龙利得人均产值。2019年度公司人均产值为155万元,同比增长7%,居于行业领先地位;其中,上海奉其奉仅有16名生产工人,2019年实现营业收入2.7亿元。

目前,公司在安徽及上海设三个生产基地,均引入了高标准的先进设备,单个工厂投资规模虽高,但后续带来的高效率 and 规模效应却让企业受益无穷。近三年来,公司直接人工成本占总成本比例呈逐年下降趋势,已由2017年的3.28%下降为2019年的2.73%;2019年管理费用率为4.02%,低于行业平均水平1.41个百分点;与此同时,在智能化推动下,公司的制造工艺、交付能力持续提升,对优质客户的拉新、留存效果日益凸显。

研发投入业内领先 增长后劲可期

与智能制造相匹配,公司研发投入在业内遥遥领先。2017-2019年,公司研

发费用分别为2668.92万元、3874.48万元、3948.9万元,占营业收入的比重分别为4.16%、4.50%和4.53%,居于业内可比公司前列。截至2019年末,公司研发技术人员107名,占比19.01%。

龙利得主要通过技术营销开拓市场,消化现有产能,已形成技术与市场的良性互动机制。目前公司在瓦楞工业、水性印刷的瓦楞纸箱、成型结构、高清印刷及综合包装其它功能性方面,拥有一系列核心技术与研发工艺,且均处于大批量生产阶段;与此同时,在防渗水、防渗油、防酸、防锈、耐磨、轻质高压、透气保鲜、低克重、轻量化、高强度、环保低碳等包装印刷产品领域技术优势明显。

其中,公司主要用于出口的食品级、耐高温的披萨盒技术含量较高,近三年毛利率分别为38.82%、35.71%和34.78%,高于纸箱总毛利率10个百分点左右。

资料显示,公司已通过HACCP、SA8000、FSC、ISO9001、ISO14001、ISO22000、ISO50001、BRC、OHSAS18001等相关认证,共拥有256项专利、13项软件著作权。

洞察客户需求 包装一体化模式逐渐成型

我国包装行业分散,前10大企业市场占有率合计不足10%,市场集中度较低,竞争激烈。随着下游客户对降本增效及产品质量要求的提升,包装一体化成为行业发展趋势,也逐渐成为龙利得参与市场竞争的护城河。

近年来,龙利得逐步摆脱单一的生产商角色,对客户相关的包装环节提供全方位的配套支持,从产品设计到色彩管理,从接受订单到及时交货服务,快速响应客户订单的“多、散、快”的要求,建立生产、物流、信息平台,将客户包装产品的流转、存储直至生产辅助的全过程整合起来,致力于打造一站式的包装解决方案。该种模式有效提升了产品及服务附加值,增强客户黏性,拓展利润空间。

龙利得已具备包装一体化的技术基础,在先进制造设备、互联网技术融合及ERP、MES等管理系统赋能下,能够实现产品工艺设计、制造、检测、物流、服务等环节高度整合与集中控制。

客户优质稳固 市场品牌良性互动

龙利得聚焦于中高端瓦楞产品的生产,客户主要集中于国内外知名大中型企业,合作客较为稳固。公司客户群体涵盖立白、榄菊、益海嘉里(金龙鱼)、和黄白猫、恒安、伊利、鲁花、中粮、中盐、开米、海底捞、旺旺、佳格、来伊份、喜之郎、惠科(HKC)等企业;2020年上半年,开发了博西华、海底捞等新客户。

近三年来,公司获客能力持续提升,前五名客户销售额占营业收入的比重分别为51.69%、45.60%和40.07%,客户集中度呈下降趋势,对单一客户的依赖程度降低。

据悉,高端品牌客户在选择包装产品供应商时实行考核认证制度;在成为合格供应商后,还需经历周期较长的小批量试制、中批量试产才能进入大批量供应,而下游客户较为关注供应链稳定,合作关系一旦确立,后续变更的可能性较小。龙利得拥有优质大客户,基于与客户的深度战略合作将占据竞争优势,有望获取更多订单。

近年来,公司的品牌实力亦不断提升,逐步形成品牌与市场良性互动的闭环。公司连续多年入围印刷包装行业百强,先后获得“国家印刷示范企业”、“安徽省名牌产品”、“安徽省企业技术中心”、“安徽省专精特新企业”等荣誉,并于2017年获得了全球印刷业最具影响力的印刷产品质量评比赛事——“美国印制大奖”柔性印刷瓦楞纸箱类铜奖。

募资加码产能 拓展内包装市场

龙利得本次募投项目大多围绕智

能制造展开,具体为扩建智能高效印刷成型联动线与智能物联网及仓库管理项目(下称“智能印刷成型联动线扩建项目”)、配套绿色彩印内包智能制造生产项目(下称“内包制造项目”)、研发中心建设项目、归还银行贷款及补充流动资金。项目完全达产后,预计将新增营业收入5.6亿元。

智能印刷成型联动线扩建项目总投资规模为2.1亿元,拟使用募集资金1亿元,此前公司已先行投入1.1亿元。项目达产后,将新增9000万平方米纸箱产能,预计新增销售收入3.1亿元,税后内部收益率为13.03%。

近三年来,龙利得纸箱的产能利用率为94.86%、85.42%和90.15%,已趋于饱和,新增的纸箱产能将打破业务瓶颈,保障可持续发展。

内包制造项目总投资规模为1.36亿元,旨在满足下游客户对现有外包装产品纸箱的配套内包装需求,是对新领域的有效拓展。项目实施后,将新增12600万件彩印内包包装产能,填补公司配套内盒包装生产能力的空白,预计新增销售收入2.52亿元,税后内部收益率为16.87%。

截至目前,公司基于既有优质客户群体,已经承接了部分配套内盒产品订单,但由于不具备内盒包装的生产能力,只能通过外采予以满足,存在成本、质量不可控风险。通过在外包业务基础上进行配套内盒包装的生产,在优化产品结构的同时,有望能够与客户形成更深的绑定关系,为新增产能消化和未来收入增长奠定基础。

公司表示,在社会消费升级转型、下游消费行业及其配套服务产业发展的带动下,内盒包装作为消费产品的主要包装物,市场空间广阔。客户在甄选供应商时,更倾向于将订单发放给兼具外包装和内盒包装生产能力的企业,外包装和内盒包装配套生产已经成为行业趋势;与此同时,相较于瓦楞外包装产品,内盒包装产品具有更高的毛利率和产品附加值,在提升盈利能力方面作用显著。(CIS)