

公牛集团遭反垄断调查 连续两年营收过百亿

证券时报记者 康殷

反垄断调查延伸到插座龙头公牛集团(603195)。5月12日晚间,公牛集团公告,浙江省市场监督管理局决定对公牛集团涉嫌与交易相对人达成并实施垄断协议行为进行立案调查。

对此,公牛集团回应,将根据相关法律的规定,积极配合浙江省市场监督管理局反垄断案件调查工作,做一个有责任、有担当的企业,依法合规经营,并不断提升经营质量和可持续发展的价值回报水平。

情报通数据显示,2020年公牛集团转换器、墙壁开关插座两个品类天猫市场占有率继续保持第一。截至今年一季度末,高瓴资本位列公牛集团第四大股东,持有公司1.55%股份。北上资金(陆股通)为第五大股东,持有1.09%股份。

一季度业绩快速增长

去年2月公牛集团正式登陆上交所。截至5月12日收盘,公牛集团股价为190.45元,当日收跌2.33%,市值达1143.80亿元。

作为插座行业的龙头企业,公牛集团被称为“插座大王”,公司主营业务是电连接、智能电工照明、数码配件。2020年,公牛品牌再次跻

身世界品牌实验室《中国500最具价值品牌》,品牌价值较2019年增长19.46亿元,达157.82亿元。

2020年,公牛集团克服疫情带来的冲击和大宗原材料价格的大幅波动,实现营业收入100.51亿元,同比增长0.11%,连续两年营收过百亿;实现净利润23.13亿元,同比增长0.42%。2021年一季度,公牛集团实现营业收入25.74亿元,同比增长86.57%;净利润6.07亿元,同比增长256.17%,增长势头强劲。

拥有庞大销售网络

与之前阿里、美团等互联网平台企业,因为二选一被实施反垄断调查不同,公牛集团被调查的案由是涉嫌与交易相对人达成并实施垄断协议行为。

按照最新年报显示,目前公牛集团的销售体系包括ToC、ToB两大营销体系,包括线下五金渠道、装饰渠道、数码渠道及线上电商渠道。其中五金渠道主销转换器等产品及断路器、光源类照明产品,装饰渠道为公司智能电工照明业务板块各品类的共享渠道,围绕家装环节销售墙壁开关插座、LED照明、断路器、生活电器及智能家居等产品,数码渠道主销数码配件类产品。长年深耕插座产品的公牛集团

拥有庞大的销售渠道和客户网络。华创证券指出,目前公牛集团已建立覆盖全国城乡近110万家终端线下线上销售渠道。其中线下公司推行“配送访销”模式,2020年末公司五金、专业建材及灯饰、数码配件渠道售点近75、12和25万个,形成较难复制的线下营销网络。

B端渠道方面,公牛集团已与保利发展、融创集团、金地集团、建业地产等20余家TOP战略房企达成合作;与近30家全国及区域知名装饰公司建立了稳固的合作。

线上公牛集团全面入驻天猫、淘宝、京东、唯品会等领先电商平台,开拓数十家线上授权经销商,情报通数据显示,2020年公司转换器、墙壁开关插座天猫市占率均排名第一。

值得注意的是,同样因为涉嫌达成并实施垄断协议行为被立案调查进而被罚款的,还有药企扬子江药业。

2019年11月,市场监管总局根据举报,对扬子江药业集团有限公司涉嫌达成并实施垄断协议行为立案调查。直到今年4月15日,市场监管总局根据《反垄断法》第四十六条、四十九条规定作出行政处罚决定,责令扬子江药业集团停止违法行为,并处以其2018年销售额254.67亿元3%的罚款,计7.64亿元。



彭春霞/制图

*ST众泰4个月涨4倍 上海智阳拟暂缓投资

证券时报记者 余胜良

*ST众泰(000980)5月12日晚间公告,收到上海智阳投资有限公司给公司预重整管理人函件。函件称,基于对众泰汽车尽职调查结果的评估,以及近期众泰汽车股价异动,严重偏离其基本面,出于投资谨慎性考虑,上海智阳决定暂缓推进对众泰汽车的投资事宜。

而当初,正是因为公告上海新阳等两家公司有意参与重整,已经没有整车生产销售,只剩下债务的*ST众泰从退市边缘被打捞起来,股价从1.14元上涨4倍,市值达到117亿元。

上海智阳是不是真实投资者,其目的为何,都值得认真探寻。

退出

上海智阳的退出,此前已有征兆。4月6日,*ST众泰预重整管理人收到上海智阳来函称,随着今年国家对于汽车产业政策重点更加

转向鼓励和支持新能源汽车的发展,众泰汽车原有主要基于传统燃油车的生产线、车型产品以及供应链和市场渠道等基础条件和行业资源与公司对于本次的投资规划和发展预期有一定差异。目前,公司正在进行内部评估,是否最终决定重组众泰汽车,存在很大不确定性。

上海智阳本次又拿出股价上涨的理由,虽然没有明确表态,暂缓投资无疑会给投资者很不好的预期。

不过,目前还有一家意向投资者,湖南致博股权投资基金管理人,湖南致博股权投资基金管理有

限公司还没有表态。
*ST众泰表示,股价异常波动对公司预重整及后续重整可能会造成一定的影响。未来投资人如参与公司重整,主要将从公司基本面对发评估公司价值,并据此作出是否投资的判断,以偏离公司基本面的股价作为参考价作出投资的可能性极小。这也是重整的普遍做法,符合市场化破产的客观规律。而公司股价异常波动,可能会造成各方对重整的预期分化,增加后续重整的难

度,甚至可能会导致重整无法继续。

*ST众泰2020年度亏损108.01亿元,2020年末净资产为-44.23亿元。2020年合计生产汽车1371辆,销售汽车1674辆,公司整车业务处于停产半停产的状态,主要靠部分零部件贡献销售收入。

介入

因连续亏损,经营不善,*ST众泰控股股东铁牛集团已破产重整。

去年9月21日,浙江省永康法院受理登记债权人对公司的预重整申请,并选任浙江京衡律师事务所为预重整管理人,公司及预重整管理人向社会公开招募投资人,目的在于协调推进和统筹完成*ST众泰及其下属核心业务子公司的预重整工作,由投资人提供资金支持,全面优化债务人的资产结构、债务结构和股本结构;有效整合产业资源,实现产业转型升级等。截止日期为去年10月30日。

今年1月11日,*ST众泰发布

公告称,在招募投资人公告报名截止日期内,未有意向投资人正式提交报名材料。但在报名截止期满后,有两家意向投资人前来就参与预重整/重整事宜进行沟通。

此后股价大涨,也常常引来深交所发关注函。3月5日,*ST众泰表示,近期股价连续上涨与公司基本面不匹配,公司持续经营能力相关的重大不确定性尚未消除风险,业绩补偿的可回收性也存在重大不确定风险。

澄清公告并没有劝退投资者,反而有许多传言利好加身。

由于连续涨停,4月6日晚*ST众泰发布一则公告。公告中澄清特斯拉、小米、蔚来和宝能均不是《众泰汽车股份有限公司关于公开招募投资人进展的公告》中提到的有关协议的相对方,公司亦不存在与其进行过有关商谈或者签订合作协议的情形。”

同时,应交易所要求,*ST众泰披露了预重整意向投资人信息,除了上文提到的上海智阳,还有一家

为湖南致博。前者与预重整管理人签署了《保密协议》和《意向协议书》,后者签署了《保密协议》,二者缴纳了相应的保密保证金。

其中上海智阳于2020年10月初与公司预重整管理人进行接洽,并于2020年12月25日与预重整管理人签订了《意向协议书》,主要条款是向预重整管理人支付意向保证金,以及对众泰汽车开展尽调等。上海智阳由杨波控股50%,顾文斌控股50%,实际控制人为杨波和顾文斌。湖南致博由周智玉持股60%,韩娜娜持有40%,实际控制人为周智玉。

两个公司在资本市场上很陌生,而背后的持股人,也都不是知名人物,至于背后是否有高人,或者产业资本,时至今日也无法知晓。目前两个参与者迟迟没有锁定时间点,就无法锁定成本。

今年1月11日,*ST众泰宣布上述两个参与者出现后,股价就从低点1.14元开始上涨。如今公司股价为5.81元,上涨了409%。

首例普通代表人诉讼已判决 投资者保护再上台阶

证券时报记者 唐维

5月11日,上海金融法院就投资者状告飞乐音响证券虚假陈述责任纠纷一案,作出一审判决,飞乐音响被判赔偿315名投资者共1.23亿余元,人均获赔39万余元。上海证监局在2019年对飞乐音响作出行政处罚,认定其2017年半年报与三季报收入、利润虚增及相应业绩预增公告不准确。投资者据此处罚索赔并成功。

该案系2020年7月最高人民法院《关于证券纠纷代表人诉讼若干问题的规定》出台后,普通代表人诉讼的首次全面实践。该案为我国证券集体诉讼制度在全国范围内的进一步推广提供了可复制的上海金融法院样本,对于构建公正高效便捷的中小投资者司法保护体系具有重要意义。

此案充分体现了代表人诉讼制度“一次胜诉,众人获赔”的优点,一开始仅数十名投资者提起诉讼,其后按照“明示加入”原则,越来越多的投资者加入维权行列,最终共出现315名原告。通过代表人机制、专业力量的支持,大多投资者足不出户,即可参与维权,其“聚沙成塔、集腋成裘”的赔偿效应,能够对证券违法行为形成强大的威慑力和高压态势。

我国证券市场投资者已经突破1.8亿,其中95%以上为中小投资者。面对证券违法行为侵权时,由于人员分散、怕麻烦、自身索赔金额较小等原因,许多投资者往往会放弃维权,出现不想诉、不愿诉、不能诉的现象。即使证券违法行为受到法律法规的制裁,但对于中小投资者而言,往往只能默默承受损失。证券集体诉讼的落地实施,针对性地解决了这一难题。

证券集体诉讼制度,有助于发挥投资者保护机构的公益职能和专业优势,如在普通代表人诉讼中,投资者保护机构可作为原告参与诉讼。据知,该案定损时,上海金融法院直接采纳了中证资本市场服务中心出具的损失核定意见,并对维权产生的律师费、通知费合理部分依法予以支持,避免了投资者因举证难、费用高而对维权行动望而却步,为权利受损的中小投资者提供了便利、低成本的维权渠道。

按照司法解释的相关规定,证券集体诉讼主要适用于证券市场虚假陈述、内幕交易、操纵市场等案件,对上市公司的日常经营和市场运作行为具有重要影响。推动证券集体诉讼的发展,可以督促上市公司守法经营、依法披露,提高上市公司经营透明度,提高上市公司质量,提升资本市场诚信水平,进而打造出规范透明有韧性的资本市场。

较长一段时间里,我国资本市场一个较突出的问题是违法违规成本低。要改变这一情况,除了加大刑事、行政责任的追究力度之外,加大民事责任追究,让违法者“赔得倾家荡产”,得不偿失、望而生畏,可以有效减少证券违法行为。

当下,A股正为全市场推进注册制改革积极创造条件,注册制的核心是有效的信息披露,而这依赖于全方位的制度保障。此次证券集体诉讼制度的落地,有利于弥补证券民事赔偿救济之力的短板,与行政、刑事责任追究机制形成制度合力,共同为注册制改革提供强有力的保障。

两家铁路装备企业同日过会 央企持股国资实控

证券时报记者 康殷

两家铁路装备央企同日登陆科创板。科创板上市委5月12日审议中铁高铁电气装备股份有限公司、株洲中车时代电气股份有限公司2家企业的首发申请,均获通过。其中,中车电气此次科创板IPO拟募资77.67亿元。

中车电气是中国中车旗下股份制企业,其前身及母公司为中车株洲电力机车研究所有限公司,创立于1959年。中车电气于2006年12月20日首次公开发行H股股票并在港交所上市。

股东方面,中车株洲所直接持有中车电气5.90亿股内资股股份,占公司总股本的50.16%,为公司直接控股股东。中车电气的实际控制人为国务院国资委。

高铁电气,专注于电气化铁路接触网产品、城市轨道交通供电设备及轨外产品的研发、设计、制造和销售。高铁电气于2018年10月挂牌新三板,不过其在新三板挂牌期间暂未有成交。去年4月份,中国中铁筹划将所属新三板子公司高铁电气分拆至上交所科创板上市。从2020年12月21日获受理至今,高铁电气科创板审查历时4个多月,期间经历了两轮问询。

股东方面,高铁电气是中国中铁间接通过中铁电气工业有限公司控股95.21%的企业,实际控制人为国务院国资委。随着高铁电气分拆上市,中国中铁系上市公司将达到四家,另外三家为中国中铁、中铁工业和中铁装备。

此次科创板IPO,高铁电气拟募集7.83亿元,将用于高速铁路接触网装备智能制造项目、轨道交通供电装备智慧产业园建设项目等。

南极电商董事长张玉祥:将投更多资源拓展食品品类

证券时报记者 王一鸣

自年初被质疑“财务造假”风波以来,南极电商(002127)加大了和外界沟通的频率。

5月11日下午,南极电商在上海组织了一场投资者交流活动,据证券时报·e公司记者了解,这是近一个月内第二场,也是今年的第三场。虽然距上述风波已过去四个月,公司也曾发布澄清公告,但南极电商董事长张玉祥谈及此仍略显激动,之前“多做少说”的想法也发生了转变。

在这次风波中,中小股东和机构都受到了伤害,我深感内疚,希望及时和外界保持沟通。”他向参会者谈到。

关注三个指标

翻开4月披露的定期报告,南极电商对主要业务定义为:以电商渠道为主,基于品牌授权业务,整合供应链上、中、下游资源,向产业链提供高效率的产业服务,向消费者提供高性价比的产品;南极人、卡帝

乐鳄鱼、精品泰迪等是目前公司的主要品牌。

上述风波对今年公司业务有何种影响,是投资者颇为关注的话题。张玉祥在交流会伊始予以了回应。他认为:一家好企业不会因为短期的波动而影响大家的看法。南极电商重要的价值链生态仍维系较好,体现在以下几点:1)几乎没有供应商、经销商到公司抱怨或退出合作;2)疫情期间基本可以保证客户没有什么库存;3)95%以上的客户是赚钱的;4)产品的零售价消费者是持续认可的。

张玉祥解释说,看南极电商的经营情况好不好,有很多指标:GMV、收入、利润、客单、货币化率、产业链、库存等。但他作为管理者,最关心的是GMV、产业链、库存这三个,因为GMV(一季度主要电商渠道可统计的GMV为91.24亿元,同比增长59.25%)显示的是消费者是否买单;产业链关注的是客户是否挣钱;库存则是衡量纺织企业能否持续生存的重要指标。

按照南极电商的商业逻辑:企业做大后需要关注两个问题,一是

品牌和科技强控,二是改变组织,去中心化。张玉祥认为,去中心化是传统行业做大的最重要的标志;很多传统纺织服装企业做大后还是中心化;老板既是公司的董事长又是所有商品的买手。而南极电商是让合作工厂的老板变成市场主体、买手,这种模式一是解决了对商品兜底的责任;二是改善了库存问题;三是有助于解决做大后的质量问题。

所以结论是我们对今年的成长、对客户的生态是有信心的。目前公司在抖音、快手渠道做的较好,下半年有信心在抖音、快手渠道做到品牌前三名,主要原因是好货不贵、多样性。我们现在在抖音快手渠道是代发货模式,即从工厂直接到消费者。在阿里是多店,多爆款模式,相信阿里的变革我们适应很快。同时,公司在抖音、快手找到了一条适合并区别于淘宝、京东、拼多多网站的合作之路,主要找这些渠道行业前三名的做品类独家合作,这种模式避免传统的恶性竞争。我们希望在非主流电商渠道可以做起来,再建造一个主流电商。”张玉祥向投资

者介绍。

跨界底气何在?

此外,对于外界关注的跨境、食品等新业务模块进展,公司本次也透露了更多内容。据介绍,除了预计7月左右上线公司的跨境平台;按计划,在食品业务领域,下半年公司还将投入更多资源进行拓展,预计招数十个品类冠军做深度合作,对其管理、营销、品控都紧密、垂直化管理,希望做成数字化的7-11,可能自营约20个新的食品品类。

但做跨界的底气何在?张玉祥向投资者详解了这样一盘棋:南极电商将定位为一家SPA品牌(即一站式购物渠道),是渠道品牌和商品品牌合二为一的,渠道品牌更多的是信用背书,信用背书的底层是不满意就退货。通过时间的沉淀,公司可以从内裤袜子卖到咖啡卖到洗衣机……使用户对过去品牌的理解发生转变,一是用户认为有品牌在信用背书;二是用户认为这是个渠道品牌。

南极电商最大优势在于去年