

年初48家IPO公司:7家闪电重组16家业绩下滑

■ 杨 苏

今年1月,48家公司首次公开募股(IPO),但目前已有8家公司停牌。其中,7家公司正在停牌筹划重组,1家公司停牌筹划重大事项。

根据《证券发行上市保荐业务管理办法》第七十二条,公司IPO后一年内“累计50%以上资产或者主营业务发生重组”,证监会将视情况严重程度暂停或撤销保荐代表人资格。不过,也有负责并购重组人士分析,如果是公司向外并购增强业务实力应该不违反规定。

值得一提的是,上述7家公司上半年净利润平均下滑130%,仅有2家同比增长;有4家位列48只新股上半年业绩跌幅榜前五名、平均下滑280%。对此,许多公司将下滑原因归咎于行业的季节波动。但上述管

理办法针对公司上市首年营业利润下滑超过50%的也有处罚。

16家公司业绩变脸

记者注意到,48家年初上市公司中,有16家公司上半年净利润同比下滑。上述8家停牌公司中,仅楚天科技和众信旅游今年上半年净利润同比增长;有4家公司则进入跌幅榜前五名。

其中,安控科技上半年净利润同比下滑520%,亏损1300万元左右。绿盟科技上半年净利润同比下滑180%,亏损300万元,至800万元。东方通、金一文化、溢多利、麦趣尔上半年净利润分别同比下滑128%、96%、35%、25%。

对于下滑原因,多数公司归咎于行业的季节性波动。记者致电其中两家公司询问,为何上市前在年中仍然可以保持盈利

或波动平稳,但在上市后出现大幅下滑,公司推诿称,“以公告解释为准”。

例如,东方通今年上半年净亏损300万元左右,比上年同期超1400万元的盈利有大幅下降。东方通解释,由于季节性销售波动原因,预期一些大额销售合同未能在本期签订,造成公司营业收入下降约9%;应收账款增加致使资产减值损失计提增加,以及管理费用增加等因素。

此外,也有公司业绩下滑是因为其他原因。安控科技上半年净利润同比下滑520%,公司将亏损解释为规模扩大,各项费用增长。

虽然金价上涨,但金一文化业绩反而大跌。2014年一季度,金一文化就曾大幅下调业绩为亏损1200万元至1900万元。金一文化称,主要是黄金价格的波动,导致因黄金租赁而产生的公允价值变动亏损。

2014年一季度,黄金价格从236.46元/克上升至258.5元/克,但公司公允价值变动损失了7809.87万元。

7家公司闪电重组

据记者统计,今年5月底以来,上述8家新上市公司先后停牌筹划重大事项。最新进展公告显示,除了麦趣尔之外,其余7家公司均宣布正在筹划重大资产重组。上述公司挂牌完成IPO时间均在今年1月下旬,停牌重组距离IPO时间仅仅4至5个月。

根据《证券发行上市保荐业务管理办法》第七十二条,证监会暂停或者撤销保荐代表人资格的情形有13种,其中2种情形与业绩下滑和重组有关。

情形一:公司公开发行证券并在主板上市当年营业利润比上年下滑50%以上;情形二:公司首次公开发行股票并上市之

日起12个月内,累计50%以上资产或者主营业务发生重组。

《证券发行上市保荐业务管理办法》在证监会官方网站政策法规一栏公示。多位接受记者咨询的业内人士也证实,该办法并未废止。

从内容上看,新股上市几个月就重组有违该办法的要求。不过,一位从事并购重组的人士分析认为,如果公司是通过向外并购增强实力,那么可能就不违反上述规定。当然,具体情况需要证监会认定。

值得一提的是,7家停牌重组公司中除了业绩多半下滑之外,还有3家公司在IPO后不久即出现了高层离职。



大智慧骗局乱象

转让股权 大幅裁员

■ 汪 洋 江 欢

在2011年1月上市前的路演中,大智慧董事长张长虹向股民讲述了他的彭博梦。在此后的几年时间内,大智慧开始了“圆梦之旅”,耗资数亿元收购公司扩充产业版图,不过完成大规模收购后公司便陷入了大幅亏损境地。

近日,多名投资者向记者表示,“大智慧于2013年收购了民泰(天津)贵金属经营有限公司(以下简称民泰)从事贵金属交易,利用客户对大智慧的信任,不断诱使客户加入民泰的现货白银交易并提供喊单服务(专业人员实时提供开仓方向及价格等),导致参与者出现大幅亏损,而大智慧却借此攫取巨额利润成功实现扭亏。”

在投资者出现亏损后,大智慧又适时推出了自己的虚拟白银现货交易平台——云操盘,“大智慧承诺云操盘盈利容易,手续费低且有专业人员指导。”上海的一位投资者王先生向记者如此陈述,“不过最终的结局却同样出现大幅亏损。”

在今年央视3·15晚会上,多家贵金属公司推出的白银交易被指为对赌骗局,折射出当前国内市场白银投资的诸多乱象。之后,大智慧旗下的白银投资公司民泰就陷入维权纠纷中。

今年6月大智慧发布公告,拟将持有的民泰公司70%股权以3.9亿元转让给自然人黄顺宁,本次股权转让完成后,大智慧将不再持有民泰公司的股权。大智慧做出这一举动后,不少投资者到大智慧上海办公大楼前维权。

维权人士发起的“大智慧民泰白银被骗QQ群”中,目前聚集了约780名此类投资者。记者联系到QQ群的负责人杨先生,他表示:“之前粗略统计有420名维权者,涉及的维权金额高达9000多万元。”

大智慧和白银投资者的纠纷案,已于6月30日由上海浦东新区人民法院正式受理,但已延期开庭。

民泰公司仍在招聘

在经历众多投资者上门维权以后,大智慧扔掉了民泰这个烫手山芋。由于监管部门并没有对此次事件定性,民泰仍拥有很强的吸金能力,大智慧也选择“肥水不流外人田”,张长虹将民泰公司70%的股权转让给了自己的妹夫黄顺宁。近期记者调查发现,民泰仍在大举扩张,招募员工。

记者7月16日以面试者的身份进入民

泰。面对近期投资者的维权行动升级,民泰安保也进行了升级,进入民泰公司需经过三道保安防线,由于记者以面试者的身份进入,保安并未阻拦。

在面试过程中,当记者问及最近发生的投资者维权事件时,面试官表示:“该事件对公司没有影响”。记者从面试官处得知,民泰的销售人员薪资构成为底薪加提成,底薪为5000元,提成按成交客户交易手续费的10%提成,具体薪资有一整套计算公式,目前其销售人员的平均月薪集中在1万元至2万元区间,以此计算,每名销售人员所服务的客户需完成5万元至15万元不等的交易额,销售人员与客户签约后将有后续人员跟进。

大规模裁员

在外部遭遇维权的同时,大智慧内部采取了史上最大规模的裁员行动,记者从大智慧前员工处获悉,目前裁员规模有1000人左右。

一名自称大智慧前员工的网友在“大智慧民泰白银被骗QQ群”里表示,“大智慧拖欠被裁员工工资和离职补偿金,目前涉及员工近千人,涉及的金额为3万至5万元”。

对此,记者联系到大智慧公司董秘王玫,她对于裁员的规模并没有否认。只是强调,“公司人员的进出属于正常情况”。

大智慧此次大规模裁员的原因,可能与其6月对外发布的一则重要公告有密切关系。

公告称,公司决定不参加2013年度投资咨询机构年检。

沪上一位专注于投资者维权的许律师表示:“事实上,证券投资咨询业务一直是大智慧的重要业务之一,短期内对于大智慧的重要性难以被替代。按照公司的测算,2013年投顾类业务约占公司主营业务收入的25%。更为重要的是,股票软件究竟是否属于证券咨询业务一直比较模糊。因此丧失咨询牌照可能给大智慧的业务带来不可预计的影响。”

上海某证券公司的分析师陈先生表示,“对于大智慧目前的裁员行动有所耳闻,并不意外。”他向记者解释,“大智慧从事金融产品的销售人员,无需任何从业资格证书,人行完全没有门槛。难以想象这些人如何能保证服务的专业性和安全性。”



上市7个月仅售3000辆 观致被指价格过高不接地气

观致3上市7个月之后,观致近日再推的观致3五门版依然延续“源自中国的国际汽车品牌”定价策略,11.99万至17.19万元的价格在业界争议不断。对于定价过高的质疑,观致汽车执行销售总监卫思梵一再强调,公司没有将研发成本转嫁到消费者头上,实在是车的高价值决定必须定这样价格。

观致作为一个新品牌,其国际汽车品牌所推车型定价甚至高于现代汽车,观致3五门版定价直指高尔夫、福克斯等欧美经典车型,这对于一个刚刚起步且缺少历史积淀和品牌吸引力的新车型也不知是福是祸。

自去年观致3上市以来,该品牌累计销量仅为3000辆,这样的销量低于观致高层的预期,也意味着观致将在相当长一段时间内难以赢利,那么出资方还有耐心和财力继续支持观致走下去吗?卫思梵在接受记者专访时透露,出资方投入了25亿美元,现在的花费远远低于这个数。

而据记者了解,观致出资方为奇瑞与以色列量子公司,早在2012年双方就注资了150亿至170亿元作为观致汽车一期项目使用。按照计划,前两年观致汽车将通过自身的品质得到市场的认可,在产品上市之后3年实现自我造血,即意味着出资方给观致管理层的时间仅剩2年多。

观致品牌知名度提升 未能换来销量大增

根据第三方的调查显示,在核心城市,观致的品牌知名度已经达到40%至60%,而在没有产品的前期,这个数字仅为7%。“观致官网的访问量和经销商收集到的销售线索相比之前翻了一番,这也助推我们的车型上市以来累计销售达到3000多辆。”卫思梵表示。

显然,这样的销量难言成功,甚至还不如一些二线的豪华车品牌销量。观致的目标是成为一个“源自中国的国际汽车品牌”,但目前的品牌营销策略似乎还不够接地气,包括观致3和观致3五门版的定价如不调理,短期内很难取得销量的成功。

卫思梵表示,为了确保高品质,公司的供应商60%与宝马重合,70%与大众重合,在材料做工与宝马相近的情况下,并没有突出品牌溢价,现在的定价与竞品并没有太大的差别。

观致汽车何时才能自我造血

据不完全统计,为了打造全新的平台,观致前期的研发投入已超过100亿元。此外,2014年前3个月,观致汽车利润总亏损额已达到3.58亿元,2013年亏损额高达15.58亿元,2012年亏损额6.35亿元。观致汽车还差不差钱呢?

观致品牌知名度提升 未能换来销量大增

根据第三方的调查显示,在核心城市,观致的品牌知名度已经达到40%至60%,而在没有产品的前期,这个数字仅为7%。“观致官网的访问量和经销商收集到的销售线索相比之前翻了一番,这也助推我们的车型上市以来累计销售达到3000多辆。”卫思梵表示。

显然,这样的销量难言成功,甚至还不如一些二线的豪华车品牌销量。观致的目标是成为一个“源自中国的国际汽车品牌”,但目前的品牌营销策略似乎还不够接地气,包括观致3和观致3五门版的定价如不调理,短期内很难取得销量的成功。

卫思梵表示,为了确保高品质,公司的供应商60%与宝马重合,70%与大众重合,在材料做工与宝马相近的情况下,并没有突出品牌溢价,现在的定价与竞品并没有太大的差别。

观致汽车何时才能自我造血

据不完全统计,为了打造全新的平台,观致前期的研发投入已超过100亿元。此外,2014年前3个月,观致汽车利润总亏损额已达到3.58亿元,2013年亏损额高达15.58亿元,2012年亏损额6.35亿元。观致汽车还差不差钱呢?

卫思梵告诉记者,出资方目前投入25亿美元,现在的花费远远低于这个数字。

谈到出资方短期内对观致汽车管理层的期望,卫思梵用了3个反问句。观致打造出同级大众市场质量领先的产品依据是什么?是打造中国市场入门级品牌所处的环境,还是要打造在中国市场具有影响力的国际品牌?还是说对标欧洲的汽车品牌?

“我们的目标就是打造全新的国际化、有竞争力的品牌,同时提升品牌形象和品牌认知度,而这些不能完全用销量来衡量。”卫思梵表示。

卫思梵举例说,德系车经过1个世纪确立了世界知名品牌,日系车用了20多年,韩系车用了10至15年,“我们是一个全新的品牌,股东方并不短视,他们也知道需要花很多时间,因为工厂需要新建、平台需要打造,我也很难预估观致汽车成功需要多长时间。”

但按照此前股东方的计划,观致汽车前两年通过自身的品质得到市场的认可,在产品上市之后3年实现自我造血,即销售车辆所得的资金能维持企业自身运转。这也意味着,观致汽车离实现自我造血时间仅剩下两年多,看来观致汽车管理层接下来的日子并不好过。



一汽夏利上半年净亏4亿元 面临产品和保壳双重压力

对于新的领导人田聪明来说,一汽夏利的问题有点棘手。记者翻阅公司多年年报发现,从2007年开始,一汽夏利经营活动产生的现金流量净额(现金流入量和流出量的差额)一项就开始进入“负”时代。2013年,该数据直线下滑至-16.67亿元。公司主营业务的不给力从中可见一斑。

田聪明新官刚上任赶上的还不止这些,公司上半年轿车销量几近腰斩,净利润亏损超过4亿元,一汽夏利也很可能成为上半年整车销量下滑幅度最大的企业。更严重的是,如果今年全年业绩亏损,一汽夏利距离披星戴帽的日子就不远了。提升销量、改善业绩、保壳都是问题。

“想改变夏利的现状非常难,改变一汽夏利过去长时间以来市场经营的窘况以及巩固夏利在整个一汽集团中的地位,这都不是短期内能实现的,这也不是田聪明一个人可以做到的。一汽夏利现在的状况主要是在一汽集团中夏利被边缘化造成的,如果夏利要改变现状,就需要一汽集团提升夏利的地位。”汽车行业资深分析人士张志勇告诉记者,只是目前看,一汽集团还没有这样的打算。

达芙妮上半年关店85家

达芙妮国际(以下简称达芙妮)近日发布公告,今年上半年核心品牌业务下滑5.5%,关闭了85家店面,其中18家为直营店。

“在品牌的运营中,有些店运营不理想就会被关掉,这也不是最近才发生的事情。”达芙妮公关总监黄英哲近日接受记者采访时称。不仅仅是达芙妮在关店,班尼路、美特斯邦威等本土时尚品牌都在关店,其背后原因既有ZARA等快时尚的冲击,又有高库存的压力。

达芙妮7月18日发布的公告显示,其核心品牌业务(达芙妮及鞋柜品牌)二季度的销售同比下滑2.4%,加上一季度下

滑9.5%,整个上半年下滑了5.5%。

山西汾酒净利预减逾六成

7月22日,山西汾酒晚间公告显示,预计2014年半年度实现归属于上市公司股东的净利润与上年同期相比,将减少60%至70%。公告称,上半年受白酒行业深度调整影响,公司中高端产品销量下滑,导致公司产品毛利率、净利润下降。截至22日,13家上市白酒公司中已有10家先后发布今年上半年净利下降或亏损预告,白酒公司的整体业绩堪忧。

分析人士认为,除“三公”消费受限、高端白酒需求锐减的因素外,二季度作为白酒行业的传统淡季,其间销量大幅下降也是其业绩下滑的另一重要原因。

4G业务落后半年 中国电信流失534万移动用户

7月21日,中国电信发布2014年6月份运营数据,当月公司移动用户减少98万,累计达1.8024亿;当月3G用户新增129万,累计用户数达1.0724亿。中国电信的运营数据显示,公司在过去6个月内,只有2月份的移动用户数在增长,其他月份均呈下滑状态,1月份公司移动用户数流失80万,2月份新增22万,3月流失180万,4月流失103万,5月流失95万,加上6月流失98万,中国电信在今年上半年累计减少534万移动用户。

对于用户数下滑的原因,中国电信表示,2014年上半年移动用户出现净流出主要由于竞争对手推出LTE服务,加强营销推广,导致市场竞争加剧。

(本报综合报道)

财经动态