

我在现场

4.7万投资者被锁572天 沙钢股份回应：复牌时间不确定

本报记者 曹卫新

在投资者的印象中,A股市场似乎总是有一些上市公司很吝啬,即使有钱也不给投资者分红。不过《证券日报》记者留意到,近年来,在各级监管部门的监督和引导下,越来越多的上市公司加入到分红大军中,A股市场的分红气氛日渐浓厚。不过对于沙钢股份的投资者来说,公司的未分配利润已经连续11年为负值,在连续11年分红无望的情况下,公司股票自2016年9月19日起已连续停牌一年半时间。

连续被锁仓572天,381个交易日之后,公司重大资产重组推进有无实质性进展,公司股票何时复牌成为投资者最为关心的问题。日前,《证券日报》记者走访沙钢股份,公司董事会秘书杨华告诉记者,公司重组一事一直在推进过程中,不过目前股票的复牌时间还不能确定。

连续11年未分红

2015年8月31日,证监会等四部门联合发布《关于鼓励上市公司兼并重组、现金分红及回购股份的通知》,要求上市公司具备现金分红条件的,应当采用现金方式进行利润分配,鼓励上市公司增加现金分红在利润分配中的占比,提高长期股权投资回报。

Wind资讯数据显示,截止到4月13日,沪深两市共有1600家公司发布了2017年年报,其中有1256家宣布将进行现金分红,占比达到78.5%。

不过对于沙钢股份的投资者来说,寄希望于通过现金分红实现投资回报是无望的。沙钢股份2017年年报显示,2017年母公司报表未分配利润为-5.22亿元,无可供分配利润。记者查阅历年年报发现,沙钢股份未分配利润为负值的状况已经累计长达11年。沙钢股份前身为高新张铜,自2006

年10月25日登陆资本市场以来,仅2006年度实施过分红方案,时下的分配方案为每10股送3股转7股派0.4元(含税)。

上市12年连续11年没有分红,有上市公司董秘告诉《证券日报》记者,这在A股资本市场上是极为罕见的。

2018年3月30日,深交所发出一份关注函,对沙钢股份连续11年未进行现金分红一事表示高度关注,并要求公司就2017年未进行现金分红的具体原因和合理性作出说明。

对于连续11年未分红的原因,公司方面表示,主要是因为自2007年起,公司前身高新张铜连续三年亏损,导致这三年公司未分配利润为负值。截至2010年12月27日,高新张铜完成发行股份收购沙钢集团所持江苏沙钢集团淮钢特钢有限公司(后改为“江苏沙钢集团淮钢特钢股份有限公司”,以下简称“淮钢公司”)63.79%股权事宜,公司母公司报表未分配利润为-10.02亿元。对于上市公司来说,需要通过淮钢公司分红的方式实现对前述巨额亏损的弥补后才能具备分红条件。

记者留意到,深交所关注函中还要求沙钢股份说明合并利润表中净利润影响达到或超过10%的控股子公司现金分红情况,是否存在大额未分配利润留存于子公司的情形。沙钢股份回复关注函表示,公司不存在合并利润表中净利润影响达到或超过10%的控股子公司受限的情况,也不存在大额未分配利润留存于子公司的情况。

记者注意到,2010年至2014年,公司下属子公司淮钢公司确实按照公司章程的规定及时进行了分红,期间公司未弥补亏损降幅较大。截至2017年底,公司合并报表未分配利润为15.82亿元,母公司报表未分配利润为-5.22亿元。

不过在2015年至2017年间,淮钢公司表示由于盈利规模显著下降以及



摄影/曹卫新

应对经营压力,淮钢公司未进行利润分配,这也导致公司2015年至2017年母公司报表未分配利润一直未有实质性变动,一直维持在-5亿元。

记者仔细阅读公告发现,事实上在淮钢公司的背后,存在着一家盈利能力较强的子公司——江苏利淮钢铁有限公司(以下简称“江苏利淮”)。2016年度、2017年度江苏利淮实现净利润3.57亿元、12.16亿元,可供分配利润分别为2.95亿元、13.89亿元。

值得注意的是,2016年,江苏利淮未进行利润分配,2018年3月份,江苏利淮利润留存于子公司的情况。沙钢股份回复关注函表示,公司不存在合并利润表中净利润影响达到或超过10%的控股子公司受限的情况,也不存在大额未分配利润留存于子公司的情况。

对于此次孙公司江苏利淮一次性全额利润分配的原因,公司方面表示这是孙公司董事会的决定,公司方面暂不便回应。

4.7万投资者被锁572天

据Wind资讯数据统计,沙钢股份自2016年9月19日起停牌,截止到4月13日收盘已连续停牌572天,共计381

个交易日,停牌时长在沪深两市停牌企业中排名第三。

连续锁仓381天,投资者早已按耐不住。资料显示,截止2017年底,公司股东户数为47388户。记者在深交所互动易平台上看到,有部分投资者通过互动平台反复在询问公司重组进展、何时能复牌。

有投资者告诉《证券日报》记者,自己是在停牌前意外买入的股票,谁知这一关就是一年多时间。对方打趣的说:“总共到现在才2%的收益,关了这么久还不如每天把钱放支付宝呢,每天还能有一些收益。”

2017年12月21日,在停牌时长超过一年时,深交所中小企业管理部专门就公司长时间停牌一事发函表示高度关注,要求公司结合筹划事项的进展情况,判断继续停牌的合理性和必要性,若筹划事项无实质进展或存在其他难以继续推进的情况,要求公司尽快申请复牌,切实保护投资者的合法权益。

采访中,杨华告诉《证券日报》记者,这阵子询问公司何时复牌的投资者的确比较多,公司重组一事一直在推进过程中,不过复牌时间还不能确定。

缓解终端“控费降价”压力

本报见习记者 李万晨曦

4月13日,《证券日报》记者冒雨前往位于东西湖区的武汉塞力斯,参加其2017年年度股东大会,塞力斯作为国内为数不多的体外诊断细分领域上市公司受到了投资者、研究员的关注。

公司董事会秘书刘巧云在会后与投资者们进行了充分交流,“我们下一年度将围绕提升公司的渠道价值和平台价值战略核心要点,通过不断创新商业模式、高起点寻求战略合作等手段进行布局。”刘巧云如是说。

“上游和终端”双把控

2016年10月份登陆主板上市以来,塞力斯营业收入和利润持续增长。《证券日报》记者查阅2017年公司年报,公司营业收入实现9.2亿元,同比增长46.74%,归属于上市公司净利润

9384.7万元,同比增长36.17%。

即便是业绩稳中向好,医疗器械耗材存在毛利率下行的风险仍然受到了投资者们的一致关注。数据显示,公司2017年全年实现毛利率33.68%,同比下降1.14%。股东大会当日,塞力斯也收到了上交所的《问询函》,《问询函》中也提到“两票制”、“控费降价”等相关行业政策,公司如何“向上游降成本”、“消化终端控费压力”?

刘巧云在股东大会现场向投资者做出了解释:“这个压力我们是可以承受的,公司作为中游企业,通过向上游降成本、以专业服务于终端控费的方式,来消化终端控费降价的压力。具体而言,公司的渠道价值和平台价值逐渐显现,并为国际国内生产商所认可,因此在2017年公司已经在供应链整合上通过深度合作、重新议价、渠道并购等手段,提升了在上游议价话语权。向上游转移支付能力明显增强,47家国际品牌、国内品牌的活跃供应商

塞力斯上游和终端双把控

的供应价格进一步下降。例如我们的主要供应商西门子,就给了我们比较低的折扣率。另一方面,借助优质的集成化服务,掌握终端项目,当公司控制的终端数越来越多,对标本话语权多了,渗透的空间就多了。”

SPD创新原有商业模式

IVD(体外诊断)行业的特殊性决定了塞力斯的商业模式包含着极强的服务属性和技术属性。刘巧云表示:“商业模式由IVD升级到SPD,未来我们希望平台价值和销售规模同步提升。这样一方面扩大了单个医院的采购规模和利润体量,另一方面通过介入医院的采购供应、物流管理、财务结算等体系,深度参与医院管理,增强服务属性,提高客户粘性。”

据了解,SPD(供应/管理/配送)是IVD集约化业务的迭代升级版,覆盖医院多种采购需求,整合涵盖了药品、

体外诊断、高低值耗材等医用产品集约化服务。公司在原本IVD集约化服务基础上进行模式创新,业务范围从原本的整体供应、采购、管理、配送和集中结算,实现医院与供应商、科室与科室之间的全方位一致性管理。该模式集物流、资金流和信息流为一体,具有实时、高效、透明、全程可控的特点。且延展空间广阔,便于后续维保业务、供应链金融等服务的拓展。

“去年SPD已经进行了布局,今年2月份该业务已经在内蒙古等地落地。今年我们的思路更加清晰,未来两年要通过子公司去推进SPD模式并逐步实现放量”,刘巧云表示。

此外,被问及公司未来外延式发展的具体想法,刘巧云表示:“内生发展和外延并购两方面都要重视,未来也有考虑做一些协同性并购,目前也积极寻找大体量的战略合作者,希望2018年有所收获。”

资产剥离致营收降逾七成 民生控股谋转型寻新利润增长点



股东大会现场

摄影/陈慕鸿

本报记者 陈慕鸿

4月12日,民生控股召开2017年度股东大会,公司各位高管悉数出席了本次会议,各项议案也得以顺利通过。

在股东大会交流环节,《证券日报》记者就广大投资者比较关注“如何规避投资风险,保障收益”的问题进行了提问,公司总经理陈家华表示,公司在投资方面非常谨慎,并且有非常严格的风控制度。

营收下降不影响公司运营

2017年对于民生控股来说是“特殊的一年”:公司全年实现净利润

2721.38万元,同比增幅超六成,但由于2016年剥离了民生财富管理公司,2017年公司仅实现营业收入7141.84万元,同比下降78.32%,规模创出历年来新低。《证券日报》记者发现,去年民生控股的典当和保险经纪业务的营业收入合计为7134.6万元,占营业收入比重为99.9%。而在当前典当和保险经纪这两大主营业务市场竞争激烈的背景下,民生控股未来如何保障业绩的持续改善便成为投资者关注的焦点。

对于业绩的此番表现,陈家华表示:“此前置出的民生财富管理营收规模比较大,独立出去不在报表中,所以营收规模大幅下降也很正常。公司保险加典当去年营业收入7000多万元,按照

证监会的管理条例,这个收入规模保证一个上市公司的最低规模要求是没问题的。另外,公司未来发展态势是稳定逐步向好的,未来公司营收规模也会逐渐增加。虽然典当和典当都属于类金融服务业,不会像银行、信托、证券等这些行业容易出现较大规模收入,浮动也不会很大,但这足以支撑上市公司的运作。”

投资收益成公司业绩关键点

2017年报显示,民生控股仅证券投资资产规模便达3.5亿元左右,投资收益也成为影响公司净利润的关键因素。在股东大会上,对于《证券日报》记者提出公司在当前金融监管趋严、市场波动比较频繁的情况下,如何规避投资风险保障投资收益稳定增长的问题,陈家华进行了详细的介绍。

他解释称,目前民生控股主营是典当和保险经纪业务,现在姑且称之为民生控股的过渡阶段,证券投资主要是利用公司多年积累下来的闲置资金,投资的主要去向,一是购买信托产品;二是国债回购,这个风险极小的,资金不能说小,但是周期很短。另外二项市场的投资分量不大,盈亏都不多。总体来讲,公司每年能保持5%以上的投资收益率,这为民生控股的业绩稳定提供了一些支撑。同时,公司董事会

在投资方面非常谨慎,稍大投资都要经过严格的程序,内部也有制度的规范。“比如说公司的证券投资,我们有证券投资管理制度,有短期针对投资岗位的专门规定,所以公司风控是很到位的”,他说。

记者注意到,民生控股原主营业务为商品零售,从2014年开始致力于业务转型,通过不断实施重大资产重组,收购民生典当、民生保险等金融资产,逐渐向金融服务类业务发力。不过转型之路并不顺畅,目前民生控股主营只剩下典当和保险经纪业务,显然公司转型尚未到位,寻找新的利润增长点也势在必行。

众所周知,民生控股大股东泛海控股集团旗下产业资源丰富,作为其第二大上市平台,大股东的支持力度将直接关系到公司的未来转型。陈家华认为从2014年到现在,民生控股就没有停止过重组的工作,大股东及董事会一直为最大化发挥上市公司的价值而努力。然而由于证监会对上市公司重组、借壳等事宜的监管趋严,这在一定程度上限制了股东和公司团队的努力,导致到现在为止没有达到预期结果。但即便如此,民生控股想要做强做大没有大股东的支持是不可想象的,未来获得大股东多方面的支持,包括项目资源支持是完全可能的,走内部重组路线是没有问题的。

禾丰牧业净利连升四年 股东大会上董事长最“挑事”

本报记者 李勇

润实现连续4年增长。

在禾丰牧业日前召开的2017年度股东大会上,最“挑事”的居然是公司的董事长金卫东。在对各项议案的审议期间,金卫东对关联交易、聘任审计机构等多个议案发表了自己的看法,以其让投资者对公司了解的更真实,更透彻。

理性规划稳健发展

“应该把关联交易占总体的比重披露出来,让投资者看的更清楚;审计机构也应形成定期更换的制度,即可以防止互相包庇,保证数据的真实,新机构也可以从新的角度,对公司进行更严格的审视。”金卫东表示,“都说东北地区的肉多,我们公司一直都是塌塌实实的埋头做事,所有数据都是真实的,准确的。我们不会利用什么关联交易等手段弄虚作假,侵占公司股东的利益。”

对于公司的发展,金卫东表示:“不保守,不冒进。即不希望企业过于保守,错失发展的机遇;也不希望企业过于冒进,带来风险。”

禾丰牧业在披露的相关公告中这样表述:公司将在充分了解国内外政治、经济及行业动态的基础上,关注企业长期发展和风险控制,聚焦于企业及项目经营质量与投资回收期,本着稳健负责的投资态度,合理布局,步步为营,不贸然投入,不冲动投资,始终保持产业结构的合理性与安全性。

金卫东表示:“现在企业的融资成本在提高,即便像禾丰这样的企业,也享受不到下浮的贷款利率,只是基准的正常水平。这就要求我们居安思危,要有风险意识,适度的控制投资规模。”

记者了解到,公司35亿元的银行授信目前只用了一部分额度,企业的发行工作也在紧张推进,公司希望能有一个更好的利率水平。2017年底启动的定增也将于近期上报申请材料,所投资项目将分期稳步推进。

“如果狼来了,我们不一定非得跑过狼,只要跑过其他的人就好。”对于《证券日报》记者提出的中美贸易紧张局面可能带来的上游玉米、豆粕等价格上涨问题,金卫东如此诙谐的比喻。

公司董事会秘书赵馨告诉《证券日报》记者,公司去年在简政精兵、降本提效、产品研发、销售精进等多方面积极采取措施,取得了良好的成效。各项成本和费用有效降低,三项费用占营业收入的比重降低0.34个百分点。

记者了解到,在饲料板块,公司去年精简人员三百余人,接近10%。每吨产品降低成本费用10元-20元左右。单位制造费用在下降,产品进销差得到了改进和提高。

禾丰牧业披露的年报显示,2017年公司实现营业总收入136.96亿元,同比增长15.38%;归属于上市公司股东的净利润4.71亿元,同比增长10.32%,净利

“淘内”走向“淘外” 御家汇谋多品牌战略

本报记者 何文英

4月13日,御家汇创始人,公司董事长、总经理,82年的戴跃峰主持了御家汇A股上市后的首次年度股东大会。从“淘品牌”起家,抓住互联网及消费升级红利,到成为“互联网电商第一股”,戴跃峰称,“御家汇的创业历程,是一条微缩版的中国电商生命曲线。”

越过IPO上市这一关键节点之后,开始从“淘内”走向“淘外”的御家汇又有什么样的目标?公司的规划是做到国际前10名的目标,戴跃峰在股东大会上说,实现这一目标需先做到国内前三。

以国内化妆品巨头上海家化为参照,2017年,上海家化实现营业收入约65亿元,剔除婴幼儿辅食类营业收入14亿元后,收入大概是50亿元。

虽然御家汇正处于业绩高速增长期,但距离50亿元营业收入仍有不小差距。公开数据显示,公司2017年营业收入为16.46亿元,同比增40.61%;净利润为1.58亿元,同比增117.89%。

好在,市场空间足以支撑公司业绩高速增长,戴跃峰介绍,面膜市场大约有300亿元-500亿元的规模,而且,公司今后要做多品类的美妆产品。

因背靠马云的淘宝开始创业,戴跃峰此前自称是马云的“信徒”,后来要借鉴小米模式突破天花板,戴跃峰则成了雷军的“粉丝”。

“靠营销模式抢客只是一时,产品好才能长久发展。”戴跃峰这一理念与雷军小米模式的产品核心论不谋而合。

戴跃峰将自己定位为“产品经理”,在这位“产品经理”的规划中,御家汇多品牌战略矩阵初步成型:一是御家汇品牌,御家汇是国内头部面膜品牌,市场占有率排名前列;二是小

技术研发优势提供支持

“饲料行业两端的‘一高一低’将引发整个产业的深入变革,更考验企业的管理、技术和运营能力,对企业的技术研发能力提出了更高的要求”,赵馨说。

赵馨口中的一高一低指的是上游原料玉米、豆粕等大宗商品的价格高和下游终端产品的价格低。记者日前在沈阳云峰街地站附近的地利生鲜超市看到,普通猪肉的零售价格已经跌破9元/斤,猪肉排的价格只有9.90元/斤,过年时卖到每斤20多元的肋排现价也只有16.80元/斤。

“由于下游产品的价格低迷,许多养殖户现在处于亏损状态,虽然前端原料价格上涨,但饲料的销售价格涨幅却很小,而且时间滞后。”赵馨表示,“这会催生一场革命,促进饲料业的技术升级。”

业内人士向《证券日报》记者表示,随着养殖业的转型升级,通用型饲料越来越少,这就要求多配方和较快的配方变化频率。记者了解到,禾丰牧业拥有国家认定企业技术中心、新型生物饲料研发与应用国家地方联合工程研究中心、国家农产品加工饲料加工专业分中心等多个研发平台。公司通过自主研发、技术引进、科技成果转化、产学研结合等途径,形成了国内一流的企业技术创新体系。此外,公司重要股东荷兰皇家德赫斯公司在技术研发、配方管理、原料选取及数据库等方面的资源与经验也具有世界一流的水平。

“德赫斯的一个技术总监长期就在我们北京的分公司,我们与德赫斯技术人员定期进行交流,在技术上有着深入进行合作。”赵馨表示,“公司有开发低蛋白的配方产品,目前下游的行情更利用这些产品的市场推广。”

赵馨解释称:“下游行情好时,养殖户更愿意为配方中的高蛋白买单,希望早日出栏销售;而目前肉价低迷,养殖户就会精打细算,需要性价比更高的产品,为新品的推广带来契机。”

一位农牧行业的专业研究人员告诉记者,一直以来人们都以蛋白质含量的高低作为衡量产品好坏的一个重要标准,但好时候蛋白质都是过量的,并没有完全的转化和利用,而是被排掉了。特别是在上游蛋白质来源价格较高的时候,就更需要寻找替代品,提高产品的利用率和吸收率。需要提高产品的性价比,需要新原料的选取,技术水平和配方能力有着竞争优势的大型企业将获得先机。

禾丰牧业2017年度报告显示,肉禽产业化业务的营业收入呈现快速增长态势,一不小心就在规模上跻身白羽肉鸡行业第一梯队,成为国内主要的白羽肉鸡产品供应商之一。赵馨向《证券日报》记者表示,公司向下游拓展肉禽产业可谓得心应手。据了解,公司在肉鸡养殖方面孵化肉比已经达到155-16左右水平,已经处于国内同行业的前列。此外,公司还将在生猪养殖方面尝试性的谨慎推进。

迷糊、薇风这些细分品牌。其中,“小迷糊”定位大学生与年轻白领,收入规模持续翻倍增长,已成为公司主要业绩增长点之一;三是代营国际品牌业务。

“从营业收入规模来说,是按上述顺序,但如果按未来增速,顺序则可能倒过来。”戴跃峰如此点评公司产品矩阵规划。

值得关注的是,公司通过代理韩系“丽得姿”妆妆面膜品牌进一步扩大大面膜受众,通过代理日系“城野医生”品牌进军水乳膏霜领域,2017年代理品牌实现收入2.04亿元,相比2016年的0.39亿元,大幅增长4.3倍,并实现扭亏为盈。

4月10日,公司宣布代理强生集团旗下品牌美国轻奢洗发水品牌OGX,这是御家汇继代理城野医生品牌之后二度“牵手”强生,也是御家汇首次触及日化领域。

公司人士表示,御家汇从电商起家,线上品牌运营渠道通畅,经验丰富,代营国外知名品牌能迅速打开局面。以城野医生为例,2017年3月份开始,御家汇对城野医生进行运营。3个月,城野医生销量突飞猛进,增幅超1000%,达到了单月单店销量过千万,刷新了国际品牌入驻天猫的销量记录。

上述人士表示,随着上述代理品牌的示范效应显现,公司预计未来会继续加大代营规模,此板块可能成为御家汇快速扩大营业收入规模,跻身行业前列的契机。

资料显示,御家汇2018年2月份成功登陆创业板,募得资金8.49亿元,其中4.65亿元投向品牌建设与项目推广,对公司渠道拓展形成资金支持。

据戴跃峰介绍,公司线上渠道已由传统电商平台切入拼多多、云集等新流量“社交+电商”入口,线下除传统屈臣氏、大润发等KA渠道,未来可能接入小米生态圈,线上线下双线发展拓宽市场。