

青海设立科技创新专板 挂牌企业拟借资本市场提升直接融资比重

■本报记者 李立平

4月22日,在统筹推进疫情防控和经济社会发展的特殊时期,青海科技创新专板终于落地开花。当天下午,青海省人民政府副省长黎明为青海科创板鸣锣开板并为挂牌企业逐一授牌。

“科技创新企业是全省经济发展的关键,承担着产业结构转型升级的重要使命。良好的资本市场环境是培育科技创新企业茁壮成长的‘温床’。在青海省区域性股权市场设立青海科技创新专板,是支持科技创新企业发展的重要举措,也是青海省区域性股权市场发展的里程碑事件。”青海证监局副局长肖雪维在接受《证券日报》记者采访时表示,希望挂牌企业能够抓住机遇,充分利用资本市场实现融资,不断提高技术创新能力和核心竞争力,为下一步做大做强打下坚实基础。

首批15家科创类企业挂牌 2022年底挂牌企业将达200家

4月22日,青海科技创新专板开板暨首批企业挂牌仪式在青海股权交易中心举行,首批15家科创类企业在青海区域性股权市场集中挂牌,并在上海股权托管交易中心进行统一展示。

据青海省地方金融监管局副局长李建丽介绍,从2019年下半年开始筹备,2020年1月份,经青海省政府同意,青海省地方金融监管局,会同青海省科

技厅、青海证监局共同出台了《在区域性股权市场设立青海科技创新专板的实施意见》。复工以来,在统筹推进疫情防控和经济社会发展的关键时期,“青海科技创新专板”的面世,是狠抓落实,多点发力,历时一个多月紧锣密鼓的筹备,才得以实现的。

《证券日报》记者注意到,首批挂牌企业的遴选主要以西宁及海西地区为主,从挂牌企业所处的产业领域看,既有属于新材料、高端装备制造等战略性新兴产业领域的,也有适应“四种经济形态”培育导向,属于体现青海区位优势的高原特色现代农牧业、清洁能源、清洁生产、绿色服务等产业的,具有青海特色的区域性股权市场科技创新专板已具雏形。

据《证券日报》记者了解,青海科技创新专板设置了基础层、精选层两个层级:基础层重点培育具有较好发展能力的省级科技型中小企业、具有较强创新能力的企业、具有一定科技成果转化能力或研发条件的中小微企业,着重推进基础层挂牌企业规范治理、孵化培育、融资服务等工作;精选层重点培育核心竞争力强、经济效益较好,具有较高成长性,能带动产业提升竞争力的高新技术企业及科技小巨人企业,着重推进精选层挂牌企业股份制改造、上市培育、战略资本引入、直接融资等工作。

“力争2020年底青海科创板挂牌企业达100家,其中,精选层企业达20家;力争2022年底‘青海科创板’挂牌企业达200家。”李建丽向《证券日报》记

者表示,推动挂牌企业实施股份制改造,建立现代企业制度。力争2022年底“青海科创板”挂牌企业中的股份制企业达20家。

提升挂牌企业直接融资比重 助力企业进入更高层次资本市场

据介绍,青海科创板定位于为省内科类企业提供改制辅导、规范培育、非公开发行与转让证券、融资对接、路演推介、管理培训、资本中介、财务服务等综合金融服务。下一步,将着眼创新型青海建设,不断提升挂牌企业规范运营水平,借力资本市场提升直接融资比重,在积极构建全省科创板挂牌企业梯次培育发展格局的基础上,以助推挂牌企业进入更高层次资本市场为抓手,加快推进青海省企业上市挂牌工作,通过资本市场推动青海省经济高质量发展。

“为推动青海企业到科创板、创业板、中小企业板等上市融资,青海省区域性股权市场设立青海科技创新专板,在融资、规范发展、品牌展示等方面加以推动和培育。科技创新专板的设立,是青海省补齐区域创新体系建设短板的积极探索,也是青海省深化资本市场供给侧结构性改革的先行试点。”肖雪维对《证券日报》记者表示,青海证监局将在中国证监会的领导和青海省委省政府的指导下,继续加强与地方金融监管局的监管合作,加强与省科技厅等相关部门的协调沟通,共同推动青海省区域性股

权市场规范发展,不断提升实体经济服务能力。

“随着首批企业在青海科创板挂牌,如何发挥多层次资本市场重要作用,将金融资源配置到全省创新链中的重要领域和关键环节,已成为摆在我们面前的一个重大课题。”李建丽对《证券日报》记者表示,“作为不沿海、不靠海的西部内陆高海拔省份,我们要以科技创新专板开板为契机,有效发挥区域性股权市场促进创新创业和经济转型升级的特殊作用,加快补齐我省区域创新体系建设短板,助力企业到更高层次的资本市场融资发展壮大,探索推进欠发达地区资本市场支持创新驱动发展的有效途径。”

作为青海省政府批准设立的全省唯一的区域性股权市场运营机构,青海股交中心董事长史永宁向《证券日报》记者介绍,目前,青海股交中心展示挂牌企业415家;累计为企业实现融资28.83亿元;托管企业398家,托管金额超过183亿元,孵化培育1家企业进入新三板。“青海科创板以深化青海省金融供给侧结构性改革为主线,面向青海特色现代产业体系建设,为各类科创企业提供改制辅导、规范培育、政策支持、非公开发行与转让证券、融资对接、路演推介、管理培训、资本中介、财务顾问等一揽子综合金融服务。通过挂牌,提升企业公众形象和认知度,提高企业治理和规范运作水平,增加品牌价值,使企业获得非上市公司公众公司地位,增强融资能力,为今后转板、上市打好基础。”

迎接疫情后的车市回暖 首届云车展演绎数字化线上盛宴

■本报记者 贺骏

4月22日,来自汽车之家的数据显示,截至当日早7点,2020首届春季云车展的累计浏览独立用户数突破1000万人,这仅是云车展上线两天的战绩。可供参考的是,去年4月16日至4月25日召开的上海车展,累计接待观众99.3万人次。

在全力复工复产的当下,云车展的开门红无疑令重压之下的汽车行业稍微舒了一口气。尽管疫情期间,不少主机厂试水“直播卖车”“云卖车”等,但如此全行业规模的“云车展”,还是有史以来第一次。

来自汽车之家的实时数据显示,截至4月22日,首届云车展的参展品牌数64个,合作车系数量达223个。截至目前,荣威、丰田、WEY位居品牌销量榜前三名。

据介绍,云车展举办的时间为4月20日-5月10日。“我们希望参展人数能够达到1.2亿,同时希望能够实现20万辆车的成交量”,汽车之家联席总裁邵海峰如此表示。

产业链各方不再“保持距离”

疫情之下,除了餐饮、旅游等遭遇到肉眼可见的重创之外,还有大量行业受到“陪伤”,比如展会。作为展会经济的重要支撑,原计划今年4月份召开的北京车展已经被迫延期,而拥有近百年历史的日内瓦国际车展,更是直接宣布取消。其上一次取消,是因为世界大战。

2003年的非典疫情,促使以京东为首的电商企业快速崛起,时至今日,电商无所不在,不过,汽车产业是个例外,或

者说汽车电商一直是个“伪命题”。即便是阿里和京东,试水多次,却无功而返。

2020年的新冠肺炎疫情,尽管人与人之间被要求“保持距离”,但汽车产业对于互联网的亲近,却达到了前所未有的程度。

“云车展的前因后果大家可能不太了解。”汽车之家副总裁刘悦透露,“其实从春节后,很多主机厂的领导,从北到南,从一汽到广汽等,大家一直在探讨怎么合作。其中很重要的一个想法就是能不能搞一个线上车展?后来跟汽车促进会进行沟通,王侯会长对此很赞同,就这个事情大家达成了共识。”

知易行难,疫情期间筹备这样一个全行业的大会,难度可想而知。

邵海峰回忆:“3月6日,王侯会长和我们当面开了一次会,疫情期间,难得的在办公室跟我们谈了将近2个小时,而且桌子只能坐四个角。当时的初衷就是站在行业角度,我们要帮主机厂做点事情,2020中国春季云车展就这样诞生了。”

作为云车展的主办方,汽车贸促会会长王侯在云车展的寄语中表示:“全力以赴,共克时艰。用创新模式聚合优势,用数字营销整合资源,线上线下融合发展,进一步促进汽车消费,共迎车市阳春。”

事实上,首届春季云车展已经超出传统车展的意义,更被视为汽车营销转型升级的一次练兵。工业和信息化部相关负责人表示:“为推动企业复工复产,促进汽车消费,我们支持汽车贸促会和汽车之家,积极探索模式创新,利用互联网大数据平台,举办‘2020中国春季云车展’,扩大汽车消费渠道,挖掘汽车消费潜力,提振汽车消费信心。”



“疫情之下,我们秉承‘先知先觉先行’理念,知大势,觉根源,率先破局数字营销之路,推动汽车行业全面复苏。”汽车之家董事长兼CEO陆敏表示。

直播带货被证明适用于汽车

在邵海峰看来,线下车展与云车展可以实现有效的互补关系。“线下车展和云车展各有优势。随着技术不断进步,用户碎片化时间以及体验要求不断地提高,云车展就诞生了,这是它的诞生逻辑。云车展能够更好地帮助用户,足不出户或在任何地方,去全面了解主机厂、了解车。站在主机厂的角度,线下车展有点像阅兵,实际上是通过一个集中时间、集中场馆去展现这个主机厂在过去时间,以及未来时间有什么样的优质产品,这是有仪式感的。但是线下车展的传播能力、产品介绍能力以及展销联动方面相对不足,而云车展就能够帮助实现。”

在业界看来,相较于线下车展,云

车展省去了很多物料、人力等硬成本投入,尤其是疫情之下,通过互联网的虚拟现实方式就能体验多款汽车,这样的方式更适合互联网环境下成长起来的年轻人。

事实上,年轻人最喜爱的“直播带货”,也被证明适用于“卖车”。“这次没想到很多网红女把车也讲得很好,并且互动方法深入人心”,汽车之家联席总裁张宇表示,“直播卖车这件事有一定的周期,不管是谁,现在还没到那种一听某个明星带货,就马上买的程度,这是不现实的。我们这次也测试了直播卖车,直播的影响力在于,如果用户只是最后缺乏一个刺激,同时叠加直播的这种氛围,成功率就会很高。”

分析人士认为,对汽车行业而言,一个崭新的篇章或许也将因疫情而开启。中国春季云车展的出现,不仅为汽车行业带来一场以智能科技为基础,与用户、厂商、媒体深度共创的视听盛宴,更将发掘汽车消费新场景中的全新增长点,助推汽车产业加速数字化转型步伐。

信披违规被记入诚信档案 长城影视连续2年亏损 预计将“戴帽”

■本报记者 曹卫新

在今年4月初接到中国证监会立案调查通知书后,长城影视于近日又收到了江苏证监局出具的行政监管措施决定书。因子公司股权冻结、多起诉讼事项信息披露不及时,江苏证监局决定对长城影视采取出具警示函的监管措施,并记入证券期货市场诚信档案。

经历过资本市场短暂辉煌的“影视借壳第一股”,如今深陷信披违规、债务诉讼等纠纷不能自拔,市值从最高176亿元跌至10亿元。而随着年报披露进入尾声,公司连续两年亏损,在年报披露完成后预计将被实施退市风险警示。

2019年5月7日,长城影视全资子公司东阳长城影视传媒有限公司所持上海玖明100%股权、上海胜盟100%股权被冻结。当日该事项在国家企业信用信息公示系统公示,涉案金额1000万元。作为长城影视的主要资产,上海玖明和上海胜盟的股权冻结事项达到《信息披露管理办法》第三十条规定的临时公告披露标准,不过,长城影视在2019年8月27日才进行临时公告。

除子公司股权冻结信披延迟以外,2019年公司还发生多起信息披露不及时事件。

依据江苏证监局出具的行政监管措施决定,2019年4月4日至7月30日期间,公司多起诉讼触及信息披露义务,均未能及时进行披露。

“对于会影响股价的重大事项,上市公司最迟应在两个交易日内披露,逾期未披露的,则构成不正当披露,不正当披露属于虚假陈述的一

种。”上海明伦律师事务所王智斌律师在接受《证券日报》记者采访时表示,虚假陈述的后果比较严重,公司可能会遭受证监会处罚以及投资者的索赔诉讼,情节严重的,甚至会涉及刑事责任。

《证券日报》记者梳理了解到,被出具监管警示函前10日,公司才因涉嫌信披违法违规,被证监会立案调查。记者就上述多次致电长城影视并发去采访提纲,但公司公开电话均无人接听,截至发稿公司方面一直未给予回复。

《证券日报》记者从知情人处了解到,前任董秘离职后,公司尚未聘任新董秘,董秘一职一直由董事长赵锐均代为履行。

屋漏偏逢连夜雨。除了被立案调查及被出具警示函外,长城影视2019年净利润亏损,将导致公司面临退市风险警示的风险。

2020年2月29日,公司发布的2019年业绩快报显示,去年公司实现营业收入5.04亿元,比上年同期减少65.15%,归属于上市公司股东的净利润为-9.74亿元;而2018年长城影视归属于上市公司股东的净利润为-4.14亿元,即已连续两个会计年度亏损。

此前公司曾在2019年业绩快报中对此提示风险称,“如公司2019年度经审计后的净利润为负值,公司股票可能在2019年年度报告披露后被实施特别处理。”

4月16日,长城影视发布的2020年一季度业绩预告显示,公司一季度业绩预计亏损,其中归属于上市公司股东的净利润预计亏损2500万元至3000万元。

隆基股份去年净利翻倍 一季度仍保持高增长

■本报记者 殷高峰

在一季度的疫情影响下,光伏龙头企业隆基股份仍保持了高速增长的趋势。

4月22日,隆基股份同时发布2019年年报和2020年一季度报。2019年,隆基股份实现营业收入328.97亿元,同比增长49.62%;归属于母公司的净利润52.79亿元,同比增长106.4%。2020年一季度,隆基股份营业收入85.99亿元,同比增长50.60%;归属于上市公司股东的净利润18.64亿元,同比增长204.92%。

“今年一季度仍保持比较高的增长首先是产能规模和去年同期相比有较大增长,而且高端产品的占比也在增加。”隆基股份董秘刘晓东在接受《证券日报》记者采访时表示。

此外,在今年营收328.97亿元的基础上,隆基股份提出了2020年496亿元的营收目标。

对于过去一年的经营表现,隆基股份总结为“抢抓行业发展机遇,加快规划产能建设步伐,推动了单晶产品市场占有率加速提升。”

一方面,截至2019年底,隆基股份的单晶硅片产能达到42GW,单晶组件产能达到14GW,超预期完成了产能规划目标;报告期内,在产量方面,硅片、组件分别为64.77万片和8906MW,分别增长77.83%和24.11%。单晶规模优势进一步巩固。

在多个项目提前投产之外,另一方面,2019年,隆基股份加大研发投入,深耕产品领先优势,主要产品单

晶硅片和组件销量均大幅增长。

年报显示,2019年,隆基股份的单晶硅片对外销售47.02亿片,同比增长139.17%;实现单晶组件对外销售7394MW,同比增长23.43%;实现单晶电池对外销售715MW。

此外,隆基股份积极拓展海外市场,海外收入增长明显。2019年组件产品海外销售达到4991MW,同比增长154%,占单晶组件对外销售总量的67%。

值得注意的是,2019年隆基股份研发投入16.77亿元。刘晓东对记者表示,隆基股份在研发上投入,推动产品成本下降,“价格的下调,也会进一步推动行业的快速发展。”

在年报中,隆基股份制定经营计划显示,到2020年底,单晶硅片产能达到75GW以上,单晶组件产能达到30GW以上;2020年,单晶硅片出货量目标58GW(含自用),组件出货量目标20GW(含自用)。

值得注意的是,隆基股份2020年计划实现营业收入496亿元。这意味着,如果这一目标实现,2020年隆基股份的营收增幅将达到50%。

“对于隆基来说,对企业的发展目标会有一个更高的追求,今年的营收目标对于隆基来说有一定的压力,但公司上下对行业发展推动单晶市场份额的提升还是充满信心,努力实现今年的营收目标。”刘晓东对记者表示。

数据显示,随着下游对单晶产品的需求增大,全球单晶产品市场份额大幅上升,PV Infolink估计到2021年将提升至85%以上。

本版主编刘明 责编于南 制作张玉萍 E-mail:zxmx@zqrb.net 电话 010-83251785

苏农银行上市后第四个年报 从规模扩张向高质量发展转型

4月23日晚间,苏农银行对外发布了2019年年度报告。截止年末,苏农银行实现营业收入35.21亿元,同比增加3.71亿元,增长11.79%,实现归母净利润9.13亿元,同比增加1.11亿元,增长13.84%。两项盈利指标均实现了两位数增长。

苏农银行自2016年11月份在上海证券交易所上市后,三年多的时间里已经在资本市场公开发布了4个年度报告。2016年上市后的第一个年报中,苏农银行的年末总资产只有813.49亿元,在当时的上市农商行中排名垫底。随后的三年多时间里,苏农银行奋起直追,资产规模在2018年成功突破千亿元。2019年苏农银行成功将公司名称由吴江农商银行变更为苏州农商银行,品牌提升的同时,还以发源地苏州市吴江区为基础向区域银行转变。截止2020年一季度末,公司的资产规模已经达到1318亿元。

在规模快速增长到一定阶段后,苏农银行更加注重质量提升,在提高发展质量和盈利能力方面深耕。

上市三年 先做大再做强

苏农银行的具体做法是加快向零售银行和中间业务转型的步伐。公司将金融科技作为零售转型有力抓手,实现零售贷款业务占比快速提升。通过非金融服务赋能发展的方式,实现服务场景的线上线下融合,优化客户体验,提升客户粘性,形成“苏州人民自己的银行”品牌。

从经营结果看,苏农银行2019年个人贷款的占比继续提升,从2018年的18.17%提升至2019年的21.07%。零售贷款较年初增长33.24%,高净值客户规模较年初增长42.50%,贡献多元化的业务收益。

2019年年报显示,苏农银行的理财产品募集金额为446.45亿元,存续余额为177.67亿元,与2018年同期相比,募集金额增长了8.99%,存续金额增长了35.84%。2019年,公司私行理财产品共募集28.42亿元,余额9.74亿元,中高端客户数增长率为11.68%(含村镇),高净值客户规模增长率为47.52%(含村镇)。

在向零售银行转型的同时,苏农银行还在不断探索摆脱银行机构主要依靠利息净收入的盈利模式,扩展利润多元化的空间。

从2019年年报披露的数据看,公司实现的35.21亿元的营业收入中,利息净收入为29.31亿元,同比增加2.47亿元,增长9.20%,非利息净收入5.90亿元,同比增加1.24亿元,增长26.74%,这一增速远高于利息净收入。

2019年,苏农银行实现手续费及佣金净收入1.28亿元,比2018年的

0.72亿元,增长了77.65%。2020年一季度这一增速继续扩大,与年报同时发布的一季报显示,公司今年一季度实现手续费及佣金净收入0.38亿元比上年同期增长了139.19%。

高效的金融服务 支持制造业抗击疫情

提高发展质量和盈利能力,首先要提高的是运营效率。在这方面,苏农银行充分发挥了长三角生态绿色一体化发展示范区内法人上市银行的优势,按照“前台营销到位”的原则,设立零售、公司、金融市场三大总部,新设绿色金融部和科创金融中心,以特色金融推动全面转型。按照“专业化与条线化发展、灵活性及精简性并存”的原则,有效提高部门以及条线协同作战效率,形成高效、灵活、完善的运行架构。

推进事业部制改革,强化利润中心建设,不仅有利于苏农银行提高发展质量,还在疫情期间充分发挥了高效的金融支持实体经济抗击疫情的作用。

据悉,在武汉雷神山医院的建设过程中需要大量的箱式房材料物资的供应,中建三局雷神山医院现场指挥部特此向吴江区一家彩板组合房厂提出材料的供应请求。这家企业经营地点正是苏农银行的发源地苏州市吴江区,而该企业疫情物资的持续生产供应存在一定的资金缺口。为此,苏州农商银行桃源支行积极与企业对接,1月28日该企业接到雷神山医院建设的材料需求,1月31日苏农银行组织现场办公,制定授信方案,当天完成材料上报,2月1日上午总行通过线上方式,召开不见面贷审会,批准企业授信方案,为企业解决燃眉之急。

苏州市吴江区还有一家企业的下游成衣合作伙伴需要提供防护服

膜材料。1月31日该公司与合作伙伴签订购销合同,2月1日上午该公司500万元的信用贷款获总行贷审会批准通过。

这两笔贷款,均为信用贷款,从材料收集到方案制定,再到审批决策,全流程用时不超过24小时。苏农银行在支持造纸业抗击疫情的过程中,充分发挥了地方法人银行服务属地,高效快捷的优势。

在防疫期间,苏农银行运用金融科技和专属服务为企业客户提供企业网银、银企直联、财资管理平台等对公线上服务渠道。转账服务、电子对账、代发工资、理财服务、财务管理、国际结算、在线融资、公益捐款等功能7*24小时不间断,为企业客户送上“防护服”。苏农银行表示,下一阶段还将继续采取增量扩面、提质降本措施,与实体经济和广大客户共克时艰、稳健发展。(CIS)