

杉杉股份再度跨界 拟豪掷7.7亿美元攻占LCD偏光片市场

■本报记者 吴奕莹

杉杉股份登陆资本市场后,成功从服装生产企业跨界转型至锂电新能源。近日,杉杉股份公告拟再度跨界,进军LCD偏光片市场。

6月10日,杉杉股份发布重大资产购买预案,公司拟以7.7亿美元收购LG化学旗下LCD偏光片业务及相关资产。收购完成后,杉杉股份将持有LG化学LCD偏光片业务及相关资产70%权益,进入全球仅由少数几家公司主导的LCD偏光片市场。

拟涉足平板显示行业

杉杉股份发布的重大资产购买预案显示,LG化学将在中国境内以现金出资设立一家持股公司,杉杉股份向持股公司增资以获得70%股权,LG化学持有剩余30%股权。

以持股公司作为平台,后续杉杉股份将通过该公司购买LG化学旗下南京乐金、广州乐金、台湾乐金LCD偏光片业务及北京乐金100%股权,并收购LG化学直接持有的LCD偏光片资产及知识产权。

LG化学自1997年起开展LCD偏光片业务,主要从事LCD偏光片的研发、生产与销售。作为全球领先的偏光片制造商及分销商,LG化学偏光片业务在全球增长最快的中国市场份额连续多年保持第一。

根据集邦咨询计算,2019年偏光片全年有效产能预计达5.66亿平方公尺,前三大厂商分别为LG化学、日东光电与

住友化学,合计市占率高达65%。

杉杉股份于1999年登陆资本市场,并从服装生产企业成功转型至锂电新能源企业。对于此次再度跨界的原因,记者联系了公司相关负责人,他表示:“目前处于交易所重组审核阶段,暂不方便答复。”

香颂资本执行董事沈萌在接受《证券日报》记者采访时表示:“并购是企业跨越式成长的主要手段,可以规避新行业前期成长的风险,直接得到成熟的实体。但是并购会出现收购溢价、商誉风险可能受到市场波动影响。”

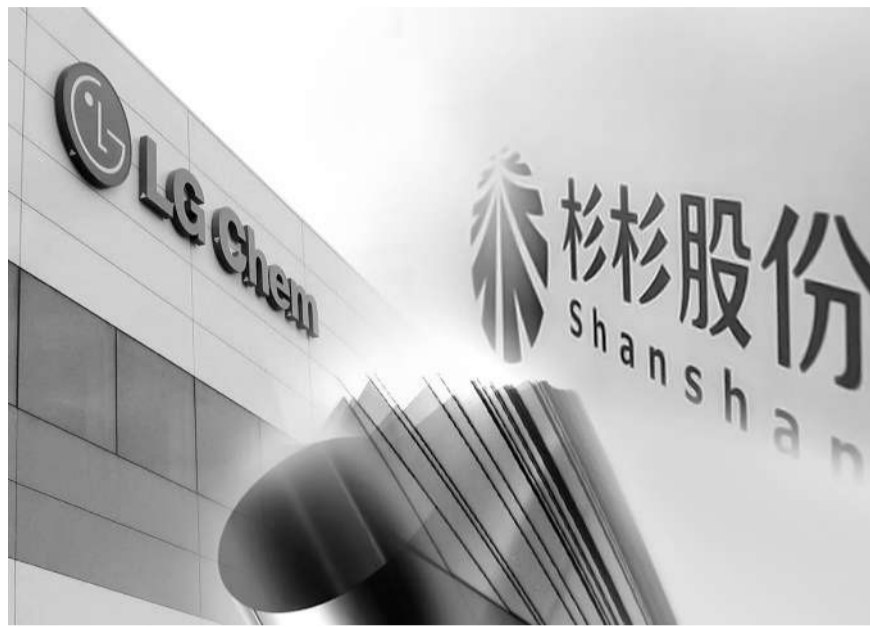
同日,杉杉股份还发布了定增预案,拟按9.31元/股的价格向控股股东杉杉集团及其子公司,以及间接控股股东子公司发行股份募资不超过31.36亿元,扣除发行费用后将全部用于对持股公司增资以收购标的资产。

杉杉股份表示,本次公司通过收购LG化学旗下LCD偏光片相关资产,将嫁接LG化学在LCD偏光片市场的领先地位,利用关键解决方案及技术扩大市场占有率,进一步完善产业布局,增强整体竞争力和可持续发展能力。

偏光片本土化发展加速

LCD属于平板显示行业,广泛应用于电视、笔记本电脑、平板电脑及智能手机等消费类电子产品,近年来,LCD市场的“中进韩退”趋势较为明显。

北京迪显总经理崔吉龙在接受《证券日报》记者采访时表示:“目前我国已成为全球最大的LCD市场。从市占率来看,2020年全球电视面板57%的产能集



在中国大陆,其他的主要分布在韩国、日本以及中国台湾。中国大陆LCD行业的产业规模和产业技术都已达到了全球领先。近年来,中国大陆相关产业依托政策、资金优势,规模快速扩大,抢占了韩国等不少海外厂商的市场份额,导致其盈利水平变差,部分企业开始逐步减少产能或者退出LCD市场。”

据韩国半导体·液晶工程学会的预测,2022年前中国还将设立19家8—10.5代线的大型面板厂,其产品的生产成本仅为韩系工厂的1/3—1/5。

偏光片是生产LCD的关键部件。崔吉龙认为,国内LCD发展会带动对上游核心材料偏光片需求的增加。根据IHS预计,2018年至2020年全球偏光片需求

将保持约6%的同比增速,增长动力主要来自LCD面板需求的增长,以及OLED面板的高成长,预计未来2—3年将维持平稳的增长态势。

“虽然我国已实现在LCD领域的领先,但在偏光片等上游核心材料板块领域仍处于发展期,主流的偏光片制造商仍集中在日韩,国内产能较少。”崔吉龙补充道。

川财证券研究员黄博表示:“杉杉股份通过本次收购进入全球仅由少数几家主导的LCD偏光片市场,有望扩大市场占有率,同时偏光片的本土化生产,有助于提高我国偏光片业务的自给率,进一步完善产业布局,增强上市公司的整体竞争力和可持续发展能力。”

鲁北化工重组获无条件通过 控股股东旗下钛白粉资产将整体注入

■本报记者 赵彬彬

6月11日,鲁北化工公告称,6月10日,公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易事项获中国证监会并购重组委无条件通过。

“本次交易的实质是鲁北集团旗下钛白粉资产整体注入到鲁北化工中来。”鲁北化工董秘张金增告诉《证券日报》记者,本次交易完成后,公司的产业布局将拓展到钛白粉领域,资产规模、收入规模进一步扩大,有助于增强公司盈利能力和核心竞争力,提升抗风险能力。

并购重组 切入钛白粉领域

本次重组方案显示,鲁北化工拟向控股股东鲁北集团发行股份并支付现金收购其持有的金海钛业66%股权,拟向锦江集团发行股份及支付现金收购其持有的金海钛业34%股权;同时,鲁北化工拟现金收购鲁北集团持有的祥海钛业100%股权。收购完成后,金海钛业、祥海钛业将成为鲁北化工全资子公司。

根据交易各方确认,祥海钛业(尚在

建设中)100%股权作价0.2亿元,以现金支付;金海钛业100%股权作价13.8亿元,采取股权加现金方式收购。其中,鲁北集团持有金海钛业66%股权对应价值为9.11亿元,锦江集团持有金海钛业34%股权对应价值为4.69亿元。经协商,鲁北化工拟向鲁北集团支付50%股份和50%现金,拟向锦江集团支付20%股份和80%现金。

资料显示,金海钛业拥有年产超10万吨的钛白粉生产线,主要产品为金红石精品,此外公司还有年产10万吨的硫酸法钛白粉生产线处于建设中。2017年、2018年、2019年,金海钛业分别实现净利润0.81亿元、0.96亿元、0.98亿元。祥海钛业6万吨氯化法钛白粉生产线处于建设中尚未有运营业绩。

鲁北化工原有业务包括化肥、硫酸、水泥、溴素、盐业和甲烷氯化物。本次交易完成后,鲁北化工将切入钛白粉领域。

鲁北集团一位高管曾对《证券日报》记者表示,鲁北集团的钛产业板块资产整体注入鲁北化工,可以有效提升上市公司持续盈利能力,同时,集团钛业资产也实现资本证券化,有助于国有资产保值增值。

“钛白粉产业与公司硫磺产业具有高度关联性。”张金增表示,金海钛业产生的石膏废渣是公司水泥生产的重要原料,收购完成后,公司硫磺产业链与钛白粉产业链将实现协同发展,减少关联交易。

需求回升 钛白粉龙头宣布涨价

钛白粉在涂料、塑料和橡胶、造纸等领域有广泛应用。中国的钛白粉下游消费领域中,目前仍以涂料为主,占比达61%,塑料和橡胶居第二位。

随着国民经济的稳步增长,下游应用领域持续发展,对钛白粉的需求也呈现出增长态势。公开数据显示,2011—2019年,我国钛白粉的表现需求量为158.6万吨增长至234.6万吨,年均复合增长率为5%。

6月8日,日本钛白粉生产商石原公司公开发布其调价函,宣布其销往亚太地区的钛白粉产品将于7月1日起上调价格,幅度为200美元/吨。

“短期来看,石原公司借此释放一个提价信号,提醒下游客户进行备货。长期来看,随着疫情控制,下游需求将逐步恢复,6月底之后钛白粉价格有望逐步回升。”卓创资讯分析师田晓雨接受《证券日报》记者采访时表示,近期国内市场下游客户提货积极性开始好转,市场对未来预计普遍偏乐观。

“业内普遍预计钛白粉价格已经基本见底。”国内一家钛白粉企业人士也表示,随着下游塑料、造纸及涂料等行业开工率提升,国内钛白粉需求继续回升,同时海外钛白粉需求也开始好转,钛白粉需求有望继续改善。

“市场价格的调整一定程度上加速了市场玩家的淘汰与整合。”田晓雨认为,未来,规模化的钛白粉厂将更具有竞争优势。

资料显示,目前,金海钛业拥有硫酸法钛白粉10万吨,此外公司还有一条10万吨的钛白粉生产线预计2021年底建成。祥海钛业6万吨氯化法钛白粉生产线也计划在2021年底建成。本次交易完成后,鲁北化工未来的钛白粉产能可达26万吨,规模优势将进一步凸显。

“金海钛业质地不错,盈利能力也比较好,并入上市公司后有望迎来更好的发展。”田晓雨说。

核酸检测技术快速突破 相关公司上半年业绩有望增长

■本报见习记者 郭冀川

当人类面对大灾大疫的时候,如何才能战胜这些灾难?《抗击新冠肺炎疫情的中国行动》白皮书指出,科学技术是人类同疾病较量的锐利武器。面对人类未知的新冠肺炎病毒,中国坚持以科学为先导,充分运用近年来科技最新成果,组织全国优势力量开展疫情防控科技攻关,加速推进科技研发和应用,部署启动了83个应急攻关项目。

白皮书指出,要持续提升核酸检测能力,增强试剂盒供应能力,扩充检测机构,缩短检测周期,确保检测质量,实现“应检尽检”、“即收即检”。

随着核酸检测需求量大增,相关上市公司受益匪浅。硕世生物预测,2020年1—6月份的累计净利润较上年同期将有较大增长幅度。天风证券指出,根据中性预估,海外约有1.3亿人需要进行新冠病毒检测,对应核酸检测市场空间为126亿元,相关上市公司二季度业绩还将持续增长。

核酸检测技术迭代突破

近期,国家卫健委表示,我国的核酸检测能力已达到每日150万份。

核酸检测作为一个病原学检测的方法,是判断新型冠状病毒感染确诊的重要手段,核酸检测对于落实“四早”,即“早发现、早报告、早隔离、早治疗”,在疫情防控过程中具有非常重要的意义。

华夏幸福研究院医疗研究员王瑞妍在接受《证券日报》记者采访时表示,新冠肺炎疫情发生之后,核酸检测成为确诊的关键环节,我国在核酸检测领域市场化较早,有大量第三方机构针对各类疾病从事相关临床和基础研究服务,在病毒基因组序列公布后,积极开发出相应的核酸检测产品,在卫生部门的推动下完成临床实验,迅速推向市场。

中国科学技术大学罗昭铭指出,早期上市的核酸检测试剂产品都是基于常规荧光定量PCR方法,如采用的单基因检测,前后大约需要3小时。随后一些公司的产品实现了多基因检测,或者使用适合快速扩增的酶,都在一定程度上可以提升检测速度。此后RNA一步法技术和抗体检测等技术的突破,让核酸检测速度缩短到半小时以内。

中国医药物资协会医疗器械分会秘书长陈红彦对《证券日报》记者说:“在此次疫情中,检测试剂的推出速度之快,不仅令人欣

喜,其技术的不断迭代更让人振奋。POCT(现场及时检测)类产品作为核酸检测领域的最高技术,已经被越来越多的公司掌握,推出的15分钟出结果试剂盒,已经代表了行业最先进的技术。检测时间的缩短,十分有利于医院快速辨别感染人群,越快速地检测越能降低传染概率。”

核酸检测助力公司业绩

如今,越来越多的企业复工、学生复课,人员跨省流动都产生核酸检测需求,市场空间也进一步扩大。核酸检测试剂也从此前的“一盒难求”,到如今的“愿检尽检”。

随着核酸检测需求量大增,相关上市公司业绩也发生了明显变化,从2020年一季度业绩来看,聚焦新型冠状病毒核酸检测的企业取得了较好业绩,华大基因、达安基因、万孚生物、硕世生物等企业的新型冠状病毒核酸检测产品,都对公司业绩做出了较为突出的贡献。

2020年一季度中,硕世生物和达安基因是净利润增速最快的2家公司,归属于上市公司股东的净利润增速分别达到670.91%和559.37%。硕世生物在一季报中表示,因2020年第一季度新冠检测试剂销量大增,导致2020年一季度净利润已经大幅超过2019年1—6月份水平,因此公司预测2020年1—6月份的累计净利润较上年同期将有较大增长幅度。达安基因也在一季报预告中表示,受新型冠状病毒肺炎疫情影响,市场对新型冠状病毒核酸检测试剂及核酸检测仪器、相关耗材的需求量大增,对公司业绩产生了积极影响。

国信证券认为,核酸检测试剂集中采购将大概率实现全国推广,这将大幅降低检测试剂的采购成本,减轻相关采购单位及社会公众的负担。这对于检测试剂生产企业、医疗和第三方检测机构以及普通公众来说都是利好,且具有明显的社会效益。

除了国内需求外,多家新型冠状病毒肺炎核酸检测生产企业产品获得了海外认证。

天风证券指出,海外疫情仍处于紧张期,对于试剂盒的需求较大,根据中性预估,海外约有1.3亿人需要进行新冠病毒检测,对应核酸检测市场空间为126亿元。相关上市公司二季度业绩还将持续增长,同时国内检测订单有望重新提升,为全年业绩贡献持续的增量,今年业绩有望实现高增长。

科创板迎“视听大数据第一股” 博汇科技今日上市

■本报记者 向炎涛

6月12日,北京市博汇科技股份有限公司上市,成为科创板“视听大数据第一股”。

根据招股书显示,博汇科技深耕视听信息技术行业多年,主营产品包括视听业务运维平台、媒体内容安全、信息化视听数据管理三个业务领域。

博汇科技重视自主创新能力建设并不断推进产学研深度融合,具有较强的研发能力和较为完备的研发基础设施,从而在技术积淀、客户资源、人才管理、服务体系等方面形成比较优势。公司拥有12项专利技术和9项发明专利、3项实用新型,24项在审专利技术(23项发明专利、1项实用新型)以及168项软件著作权,并且获得诸多科技奖项。

从成长性来看,2017年—2019年期间,博汇科技分别实现营业收入1.96亿元、2.84亿元、2.75亿元,复合增长率为18.48%;对应净利润分别为3068.23万元、5498.55万元、5091.02万元,复合增长率为28.81%。

此次在科创板上市,博汇科技募集资金总额4.09亿元,用于产品升级与研发测试展示能力提升项目、市场营销与服务网络建设项目和补充流动资金等。公司表示,将继续保持在视听信息技

术领域的研发投入,不断深化产品及服务结构,持续提升自身的技术研发能力和服务能力;重点针对5G下的视频传输技术、4K/8K超高清视频的显示技术、全媒体业务监测管理平台项目、多媒体显示调度及资源管理平台等项目进行研发攻关;积极促使云计算、人工智能、大数据分析等先进技术的产品化、应用化;满足行业不断向深度发展以及未来扩展业务的需要,有效提升公司在视听信息科技行业的核心竞争力,巩固公司的行业领先地位,为股东、为社会创造更大的价值。

能在行业处于领先地位的背后,是博汇科技的技术开发与自主创新投入在做支撑。博汇科技2017年—2019年研发费用投入占营业收入的比例均超过14%。博汇科技称,将继续保持较高的研发投入比例,同时加大人才投入,稳定核心研发团队。这些将为公司在快速迭代的视听信息技术行业快速前进奠定坚实基础。

近期,数家广电上市公司先后确认参与发起组建中国广电网络股份有限公司,广电的全国整合进入落地阶段。业内人士指出,在广电系统摸爬滚打20余年、业务覆盖全国30个省级广电网络项目的博汇科技,将随着“全国一网”整合方案的推进,有望迎来更广阔的市场发展空间。

梦洁股份升级四大核心举措 电商直播成新零售重要一环

■本报记者 何文英

“公司将以家纺为主体,围绕商品、渠道、服务、新零售模式四个维度升级,持续打造‘一公里’家居消费服务生态圈,致力成为家居生活新零售领导品牌。”6月10日,在梦洁股份2020年战略发布会上,董事长姜天武雄心勃勃地说。

梦洁股份CEO李菁在发布会后接受《证券日报》记者采访时表示:“电商直播将作为公司完善智慧零售新业态的重要一环,届时公司将形成具有梦洁特色的电商直播矩阵,加速赋能传统线下渠道。”

四大升级完善家居生活服务

梦洁股份是一家拥有超60年发展历史、专注于家纺主业的行业巨头。今年是梦洁股份上市十周年,在这一特殊节点,公司首次提出“打造家居生活新零售领导品牌”的战略目标。

围绕上述目标,李菁在发布会上阐述了四大核心举措,即服务升级、商品升级、渠道升级、新零售模式升级。

李菁表示,持续推动家居服务升级

是梦洁零售转型的关键一环。近年来,公司重点推出的“七星管家体系”、“大管家体系”以及全国首家高端专业洗护品牌“七星洗护”、“i*wash家居洗护”等,以洗护服务作为重要流量入口,深挖服务价值,开启了家纺行业洗护服务专业化新时代。据悉,目前“七星洗护”已在全国建立6家高端洗护工厂,洗护服务有望持续增厚公司业绩。

在渠道方面,梦洁将以“多店态、多层次”的1+N模式实现升级。线下,公司将以城市中心mall店、5+3梦洁家居生活馆、梦洁智慧门店等10种店态进行全国布局,加速实现“千城万店”的目标。尤其是公司推出的“智慧小店”,由于其门槛更低、可复制性更强,将成为其向重点社区以及三线、四线城市下沉过程中快速抢占市场的利器。线上,2020年,公司将推动所有加盟商实现线上全平台的打通升级。

随着消费需求不断多元化和个性化,高品质的商品和丰富的产品结构也成为梦洁股份新的发力点。当天发布会上,梦洁股份与密露、吾皇万睡、巴黎现场、梦洁股份与密露、吾皇万睡、巴黎现场上海、闪殿、科特勒咨询等设计品牌、国潮IP和研究机构进行战略合作签约,融合当下最流行的元素及趣味跨界

营销玩法,致力于打造爆款,不断下沉年轻市场。姜天武预计,2020年公司可实现3000万元、5000万元级别的单品数量翻倍。

打造具备梦洁特色的直播矩阵

2017年,梦洁股份启动战略转型,提出“一边建智能工厂,一边做智慧零售”。此后,“智慧零售”成为公司新零售战略转型中频频出现的关键词。

与传统零售模式不同的是,梦洁股份所打造的智慧零售模式,实现了“线上+线下、总部+加盟商”的融合发展。

据介绍,在公司自建的“一屋好货”家居社交电商平台上,加盟商以线下实体店为支撑,以“一屋好货”商城作为云店,在线销售梦洁集团旗下所有品牌商品,有效打破了传统销售模式的桎梏,通过“社交”和“私域流量”打开新的突破口。尤其在今年疫情冲击线、渠道受阻的情况下,公司“一屋好货”平台流量暴增。数据显示,2月份活动期间,“一屋好货”平台日均访客超过15万人次,日均成交金额在400万元以上。

同时,公司将电商直播作为完善智

慧零售新业态的重要一环,通过与直播平台及头部主播的战略合作,公司总部+门店直播、创办梦洁(杭州)直播研究院等方式,整合内外部资源,在家纺行业率先切入电商直播新赛道。

据李菁介绍,梦洁股份的电商直播战略主要分为三种方式:第一种是与薇娅、烈儿宝贝等头部网红合作;第二种是与抖音、快手等直播平台合作;第三种是在公司内部和门店做在线直播,挖掘自己的直播网红,包括高管带货等。此外,公司还与李湘、李响、杨迪、高露等名人均有不同程度的合作。

为支撑电商直播业务发展,梦洁股份还专门打造了“梦洁(杭州)直播研究院”。据介绍,该研究院将在未来几年内为梦洁股份和家纺行业输出1000名新媒体网络主播。参加培训的主播均将从梦洁门店导购中择优选择,形成具备梦洁特色的大直播电商矩阵。

数据显示,2020年前4月,梦洁股份线上业务增速超过100%,营收占比迅速提升至30%以上。李菁表示,公司后续将以直播电商产业为突破口,全年安排100场“梦洁家纺节”的直播专场,持续深化智慧零售业务布局,形成新的业绩增长点。