

百亿元并购筹备近5年“闯关”失败 沙钢股份董事长称对主业无影响

■本报记者 曹卫新

经历了788天超长停牌、调减并购交易价格、中止审查等一系列事件后，沙钢股份耗时5年时间筹备的转型数据中心产业的规划最终“闯关”失败。

7月7日晚，沙钢股份对外披露称，中国证监会上市公司并购重组审核委员会当日召开的2021年第16次并购重组委工作会议，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未获得审核通过。

7月8日、9日，沙钢股份复牌后连续两日跌停。截至7月9日收盘，公司股价报收于9.37元/股，两日市值蒸发48.62亿元。

重组一波三折 耗时近5年未获通过

沙钢股份的这场重组历时近5年。

2016年9月19日，因筹划重大资产收购事项，沙钢股份于当日起开始停牌，而这一停就是788天。直至2018年11月15日，公司对外披露重大资产重组预案(修订稿)，宣布拟以“发行股份+支付现金”的方式收购苏州卿峰100%股权，交易作价为237.83亿元。次日，公司股票复牌交易。

沙钢股份得以复牌，与中国证监会2018年11月6日发布的《关于完善上市公司股票停牌制度的指导意见》(以下简称《指导意见》)密切相关。《指导意见》明确提出，要压缩股票停牌期限，增强市场流动性。上市公司股票超过规定期限仍不复牌的，证券交易所应当强制复牌。

复牌后的沙钢股份，重组进程仍然缓慢。在2018年11月15日披露重组预案后，公司便着手组织各中介机构落实对标的公司最近两

年及最近一期财务数据进行审计、评估、补充尽调等。

但到了2020年11月24日，公司宣布，对前次重大资产重组方案作出调整。与2018年的重组预案相比，新方案中，沙钢股份收购苏州卿峰100%股权的交易对价减少近50亿元。2021年2月24日晚，公司重大资产重组事项终于获中国证监会受理。

当投资者以为这场“马拉松式”重组终于步入正轨、即将进入冲刺阶段时，沙钢股份随后宣布，由于标的公司财务数据超过有效期，需要对标的公司进行加期审计并更新财务数据后进行审查，公司决定申请中止审查本次重大资产重组事项。

2021年4月12日，公司再次向中国证监会提交恢复审查公司重大资产重组事项的申请文件。当月，公司收到《中国证监会行政许可申请恢复审查通知书》。

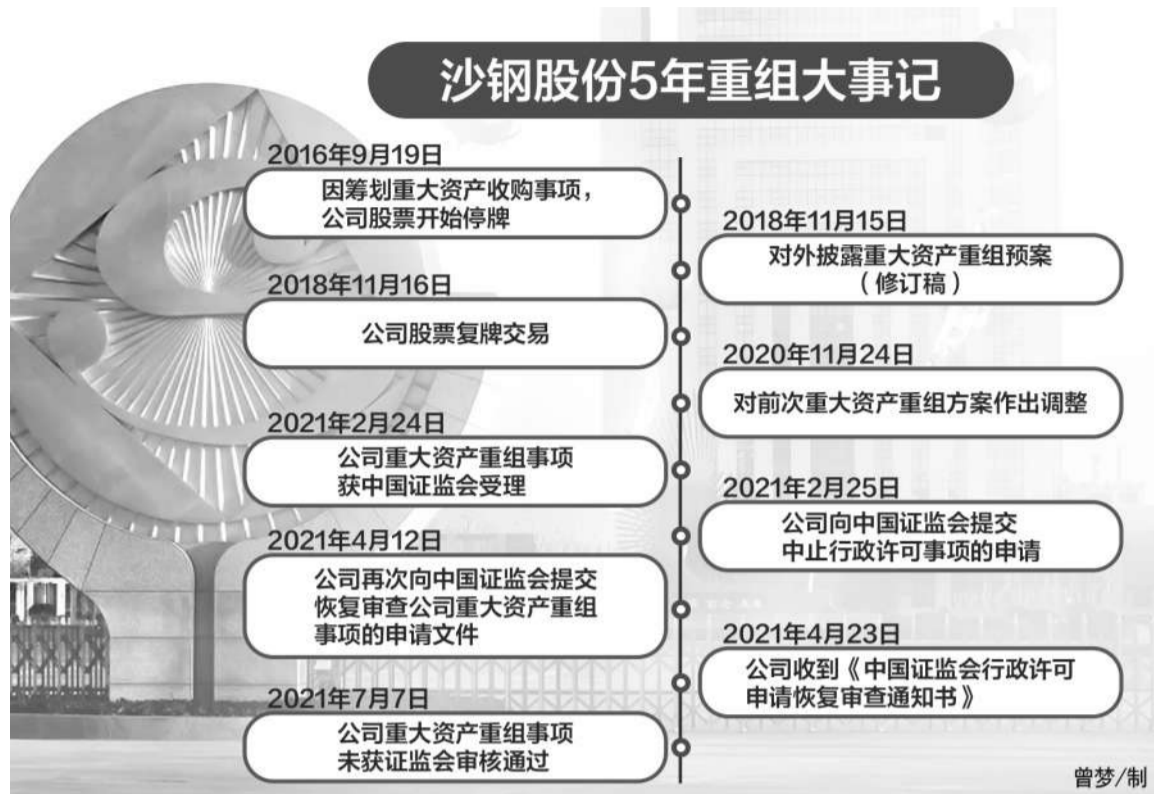
直至2021年7月7日，熬了近5年时间的沙钢股份重大资产重组最终还是“落空”了。

《证券日报》记者就此致电沙钢股份董事长何春生。在谈及重组被否后公司的双主业转型战略是否会继续推进时，何春生表示，“目前还不确定要怎么做，我们要在研究以后再决定。重组一事对公司钢铁主业没有任何影响。”

标的公司盈利能力存疑 双主业转型战略前途未卜

据证监会并购重组委公告，对沙钢股份此次并购的审核意见为：申请人未能充分披露标的资产海外政策风险和核心竞争力，盈利能力存在较大不确定性，不符合《上市公司重大资产重组管理办法》第四十三条的相关规定。

公开资料显示，苏州卿峰为持股型公司，本部未经营业务，其核



心资产为 Global Switch(简称“GS”)51%股权。GS总部位于伦敦，是欧洲和亚太地区领先的数据中心业主、运营商和开发商，现有13个数据中心，分布在阿姆斯特丹、法兰克福、中国香港、伦敦、马德里、巴黎、新加坡、悉尼等8个区域核心城市，总建筑面积达到42.81万平方米，总电力容量为427兆伏安。按照此前公告，交易完成后，沙钢股份主营业务将由特钢业务转为“特钢+数据中心”双主业共同发展。

依据最新披露的重组草案，标的公司近年来主要财务数据并不理想。数据显示，苏州卿峰2018年度、2019年度和2020年度分别实现营业收入34.69亿元、31.27亿元和32.47亿元，实现净利润分别为26.19亿元、-44.84亿元和13.50亿元。

“在‘双碳’目标下，未来国内粗钢产量一定会呈下降趋势，在存量市场竞争格局中，沙钢想培育新的支柱产业。沙钢看到了钢铁产业数字化转型的巨大市场，想通过收购一家知名数据运营开发商来实现自己的目的。一是满足自身数字化转型的需求；二是利用自身行业背景，为钢铁行业企业的数字化转型提供增值服务。但这个并购案旷日持久，多年来数据中心市场格局已发生重大变化。”谈及沙钢股份重组一事，中钢经济研究院首席研究员胡麒牧在接受《证券日报》记者采访时表示。

“在新基建浪潮中，国内已经建设起很多数据中心，国内数据服务商也成长起来了，此时再收购国外资产，标的估值、盈利前景是否

有较大变化、是否是资源浪费，都是监管层出于保护投资者利益而要考虑的。”胡麒牧告诉记者。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林在接受《证券日报》记者采访时表示：“大数据行业，也就是如今的云计算行业中的IaaS，底层基础设施是IDC的机房托管行业。作为第三方，基本上业务存在重叠，且具有一个统一的特征——规模效应决定成败。很多传统企业并没有在这个领域形成规模经营优势，因为自身没有产生需求，没有入口。钢铁公司和IDC八竿子打不着，不能实现业务互补。从这个意义上来说，沙钢股份转型IDC产业的战略并不妥当。钢铁行业应该从现有业务出发，向钢铁材料、下游的精密钢制部件等领域延伸。”

聚焦汽车行业

国产Model Y订单排产至9月份 特斯拉大降价引发车市连锁反应

■本报记者 龚梦泽

近日，特斯拉凭借产品大降价和超出预期的产销数据，又在汽车市场掀起一波热潮。

特斯拉最近推出仅售27.6万元的Model Y标准续航版，比此前的长续航版及Performance高性能版本的售价分别直降7.19万元和10万元，降幅之大超出市场预期。产销量方面，尽管今年以来特斯拉负面消息缠身，但6月份的销量不降反升，批发销量达33155辆，同比大幅增长122%。

“此次Model Y的预订量确实非常火爆。”北京望京特斯拉体验中心的一名工作人员在接受《证券日报》记者采访时表示，国产Model Y的价格27.6万元，是扣除进口关税、运费、购置税、国家补贴之后的最终售价。

“现在订车预计最快也要9月份才能交付了。”该工作人员透露，上海超级工厂的生产线已经完成一切调试，会全负荷去生产，保证产能和供货量。

早在今年第一季度财报电话会议上，特斯拉CEO埃隆·马斯克曾表示，“Model 3当前已成为全球最畅销的高端轿车，Model Y会很快打破Model 3创下的纪录。”马斯克预计，Model Y很有可能在2022年成为全球范围内销量最好的汽车。

新车排产已至9月份

特斯拉内部人士回应《证券日报》记者称：Model Y展车将于近日陆续发运至全国各特斯拉门店。“新车排产订单已延后至9月份，最近几天到门店的人非常多，建议

消费者错峰前往。”与在售的长续航版34.79万元的售价相比，标准续航版采用磷酸铁锂电池，续航里程为525公里，仅比长续航版少69公里，百公里加速比长续航版慢0.6秒至5.6秒，但价格却足足削去7万多元。

大幅降价引发连锁反应

结合近两年Model 3的市场表现可以看出，特斯拉车型展现出了在所属价格区间的统治力，对其所处领域一定范围价格区间的竞品，不论是电动车还是燃油车，不管是定位如何，都在价格和销量方面形成了“无差别攻击”。

记者注意到，自特斯拉国产Model 3磷酸铁锂电池车型上市后，Model 3整体在华销量连续三个月环比增长，去年四季度的三个月销

量分别达到1.21万辆、2.16万辆、2.38万辆，位列国内新能源乘用车销量榜的第二名。

关于国产Model Y对燃油车的影响方面，在限行限购地区，如北上广深以及杭州等准一线城市，传统豪华车BBA(奔驰、宝马、奥迪的简称)紧凑型SUV和中型SUV的定价或将面临长期冲击。“特斯拉于对手最大的杀伤力，于消费者最大的贡献就是逐渐打破豪华品牌价格谱系的定价优势。对于BBA来说，走量产品价格失守后，未来面临的压力会非常大。”新浪财经专栏作家林示对记者表示。

林示认为，在购车的四个关键因素(核心产品力、服务、品牌和价格)中，特斯拉目前不会比竞品输掉超过两项。那些能在某个单项上赢下特斯拉的竞品，往往在这四个方面有长有短，甚至在单项比较

中差距巨大。

数据显示，今年上半年，特斯拉在华销量为16万辆，在国内新能源乘用车108.7万辆的总交付量中占比近15%，占公司全球销量的42%。

特斯拉的降价策略，已引发车市连锁反应。记者了解到，今年1月份，宝马官宣iX3大幅降价7万元。蔚来汽车虽未降价，但推出更为优惠的换电服务。此外，沃尔沃针对新能源汽车中标客户，推出“首次到店试驾XC40纯电版，就送500元京东卡”的活动；一汽大众对首次试驾ID.4 CROZZ车型的中标客户，赠送600元京东卡；北京汽车则推出EU5北京特供版(限量300辆)，赠送4000度充电桩电量和最高2万元置换补贴等优惠，以期增强购买转化率。

上半年销量突破120万辆 长安汽车强势领跑自主品牌

■本报记者 王鹤 见习记者 冯雨瑶

长安汽车日前披露最新产销数据显示，今年6月份公司汽车销量达17.30万辆；1-6月累计销量120.08万辆，同比增长44.5%。

今年上半年，受芯片短缺、原材料价格上涨等不利因素影响，汽车销量增速继续回落。中国汽车工业协会(简称“中汽协”)披露的数据显示，1-6月汽车产销量分别为1256.9万辆和1289.1万辆，同比分别增长24.2%和25.6%，增幅比1-5月分别回落12.2和11个百分点。

在“缺芯”潮下，很多汽车厂商的销量明显下滑，缺芯是个全球性问题，估计在9月份以后才会慢慢好转。深圳市乐风广告传媒有限公司

总经理、每日侃车首席撰稿人张晶对《证券日报》记者介绍称，这种情况下，部分国产品牌的汽车芯片相对够用，下半年销量影响应该不大，但其他一些品牌可能就没办法了。

长安汽车销量领跑

今年上半年，全球“缺芯”危机持续，但部分国产汽车品牌却在逆境中突围，销量可观。其中，长安汽车成为众多国产汽车品牌中的销量“领跑者”。

官方数据显示，今年1-6月，长安系国产品牌汽车累计销量突破95万辆，同比增长53.5%。同期，长城汽车、吉利汽车的销量分别为61.8万辆、63万辆。在车企竞相角逐的乘用车市场，长安系国产品牌

乘用车上半年累计销量超过65万辆，亦取得领先优势。此外，在当前蓬勃发展的新能源汽车市场，长安汽车也表现出强劲的增长态势，上半年长安新能源汽车累计销量达37283辆，同比增长321.4%。

“上半年长安汽车销量表现突出，主要得益于长安旗下的蓝鲸动力品牌，该品牌的发动机、变速器质量确实很靠谱。”张晶对《证券日报》记者表示，长安汽车整体销量的稳健增长，离不开主力产品的持续热销。数据显示，今年1-6月，搭载蓝鲸NE系列发动机的“蓝鲸家族”阵营，累计实现销量突破55万辆大关。

“缺芯”潮仍将延续

去年12月份至今，“缺芯”成为

全球汽车行业面临的共同难题。据咨询公司AlixPartners预测，芯片短缺或导致2021年全球汽车产业损失1100亿美元，全球汽车产量将下降390万辆。

“由于产能建设需要一定周期，‘缺芯’现象预计还将持续一到两年。”深度科技研究院院长张孝荣在接受《证券日报》记者采访时表示，“车企面临产量下降、市场供应不足、库存不足甚至工厂关门的情况。”

乘联会最新发布的销量数据显示，今年6月份厂商批发销量153.1万辆，环比下降4.9%，同比下降10.2%。

截至2021年6月底，福特、宝马、特斯拉、丰田、大众、现代等主要车企均已宣布“暂停部分工厂”

或“缩减产量”的计划。

“也有车企在‘自救’。一是加价购买芯片；二是努力与更多芯片厂商达成深度合作；三是自建芯片生产线或寻找合适的芯片生产厂商予以收购。”张孝荣进一步分析称，“由于芯片供求矛盾并没有得到质的改善，下半年汽车产销量将努力追上上半年，同比增速大概率会低于预期。”

“由于台积电、三星等芯片头部企业的产能已全部被提前锁定，因此会出现车企加价也买不到芯片的困境。”金融科技专家、阿里MVP马超认为，“缺芯”的现状将率先冲击毛利率较低的低端车型，无论是车企还是芯企，都要加快技术升级，才能在未来的竞争中赢得主动权。

荔枝遭《小猪佩奇》制片方索赔117万元 音频平台“声”意难做

■本报记者 许洁 实习生 梁傲男

近日，因未经许可向公众提供《小猪佩奇》的原声音频在线播放服务，美股上市的音频平台荔枝(LIZILO)被艾斯利贝克戴维斯斯有限公司、娱乐壹英国有限公司告上法庭，要求其赔偿经济损失及合理费用支出共计117万余元。《证券日报》记者就上述消息采访荔枝方面相关负责人，其回应称“不予置评”。

据艾媒咨询发布的《2020年中国有声书行业发展趋势研究报告》显示，目前有声书行业利润微薄，版权支出占有声读物制作成本支出的比重日益增高，掌握了大量优质IP的网络文学平台将在有声书行业占据巨大优势。

侵权成本低的问题 该如何破解?

据中国裁判文书网的判决书显示，艾斯利贝克戴维斯斯有限公司、娱乐壹英国有限公司作为《小猪佩奇》动画片的制片方，对该片享有完整著作权。被告在其运营的荔枝平台向公众提供《小猪佩奇》四季音频的在线播放服务，被告的行为侵害了原告的信息网络传播权，原告为此提出起诉。

对此，荔枝方辩称，平台仅提供了信息网络存储空间，被诉侵权音频皆为用户自发上传；且被诉侵权作品与荔枝平台上的用户群体重合度低，传播范围小，影响力有限；公司未从中获得任何利益，认为原告主张的赔偿金额过高。

值得注意的是，在审理过程中，原告申请撤回对《小猪佩奇》第二季、第三季的侵权、赔偿主张。诉讼请求改为：被告赔偿两原告经济损失及合理费用共计78万余元，并承担诉讼费用。

法院经审理后认定，荔枝在线提供《小猪佩奇》的原声视频在线播放服务，且在“卡通动画”类音频播放量中排名前列，播放量较大，在一定程度上会影响原告的市场份额，侵害了原告享有的著作权、信息网络传播权。最终，经综合考虑，法院判决被告应向两原告赔偿7.8万元，并驳回原告其他诉讼请求。

法院在判决书中明确表示，即使侵权音频确为用户上传，但涉案权利动画片《小猪佩奇》在国内外享有非常高的知名度和美誉度，被告作为专业播客节目平台，对于在其App上存在用户上传具有较高知名度的音频内容，应该施予较高的注意义务。

值得注意的是，本案原告要求赔偿78万余元，实际法院仅判赔7.8万元。备受关注的知识产权保护成本高、侵权成本低的问题又该如何破解?

对此，北京市京师律师事务所律师孟博认为，可以通过加大执法监督和加大对侵权行为的惩戒力度、加强专业技术支持、加强跨部门跨区域办案协作、推动简易案件和纠纷的快速处理、加强知识产权快保护机构建设等方式，综合运用法律、行政、经济、技术、社会治理手段强化知识产权保护。

荔枝涉及侵权 法律诉讼400余起

智慧芽知识产权专家缪恩生对《证券日报》记者表示，版权侵权比较难以界定的是“商业目的”和“合理使用”的界定。荔枝的案例是目前比较典型的网络分享导致的版权侵权问题，这类问题最早出现在下载软件中，目前也经常出现在各大视频、音乐和网盘平台中。

“通常，个人以传播为目的的分享不会构成侵权，比如，在朋友圈分享歌曲，然后对歌曲进行评论。但未经许可可在网站上分享歌曲的，属于侵害作品复制权、发行权的行为，即使没有盈利，也会给版权人造成损失，所以还是要承担侵权责任的。”缪恩生表示。

《证券日报》记者对相关信息梳理后发现，这并不是荔枝第一次涉嫌侵权。今年4月份，因未经许可播放《平凡的世界》有声读物，荔枝曾被作家路遥之女路茗茗告上法庭，并被判赔偿超过50万元。

据天眼查App数据显示，荔枝涉及侵权纠纷的法律诉讼多达400余起，包括“侵害作品信息网络传播权纠纷”“著作权权属、侵权纠纷”等。

“知识产权保护具有复杂性、法定性、无形性、地域性等特点，因此，很多知识产权所有者对产权的认识不足，自我维权和维权的意识不高。”知信律师事务所律师陈光向《证券日报》记者表示，知识产权保护还存在以下难点。一是知识产权使用者易于获得，使用行为边界较难分清。二是侵权行为分布范围广泛，比较难于发现。三是侵权行为违法获利可能性较大，但赔偿额较低，震慑力度较小；与之相比，知识产权所有者用于维权的金钱与时间成本较大，导致维权意愿不高。

股票激励计划获得通过 智明达提净利润三年倍增目标

■本报记者 舒娅璐

在今年4月实现A股上市以后，成都智明达电子股份有限公司(以下简称“智明达”)迅速推出了股票激励计划。近日，公司2021年限制性股票激励计划方案等相关议案在股东大会上顺利获得了审议通过。智明达本次激励计划的实施被认为将更加稳定核心团队，实现员工利益与股东利益的深度绑定。

根据智明达2021年限制性股票激励计划(草案)，公司的此次激励计划拟向激励对象授予权益总计不超过106.06万股，约占草案公告时公司股本总额的2.12%。第一类限制性股票和首次授予的第二类限制性股票拟激励对象合计97人，约占公司2021年5月底在职员工总数的22.25%，包括了董事、高管、中基层管理人员、技术骨干、业务骨干等。该激励计划限制性股票授予价格采取自主定价方式，为智明达首次公开发行价格34.5元/股。

值得一提的是，智明达此次的激励计划涉及到上市公司的业绩考核目标。以2020年净利润为基数，智明达2021年至2023年净利润增长率将分别不低于40%、70%、100%。智明达是国内优秀的嵌入式计算机模块提供商。通过近二十年的积淀，公司的产品和解决方案已涵盖数据采集、信号处理、数据处理、通信交换、大容量存储与图形图像处理等技术方向。7月2日，智明达披露的2021年半年度业绩预告显示，公司今年上半年预计将实现归母净利润3193万元至4151万元，同比增长100%至160%。