

# 千禧锂业并购案引来“三国杀” 宁德时代、赣锋锂业、美洲锂业战不停

■本报记者 龚梦泽

在成功将赣锋锂业挤出出局后，宁德时代收购千禧锂业的计划遭遇新变数。近日，加拿大锂业公司美洲锂业宣布，已向千禧锂业提交无条件要约，以总价4亿美元(现金加股权，约25.58亿元人民币)收购千禧锂业所有流通股。

这意味着，宁德时代收购千禧锂业再遭阻挠。据《证券日报》记者了解，美洲锂业的收购报价为每股4.7加元，将以公司股票外加现金的方式支付给千禧锂业的股东。美洲锂业的这一报价，高于此前宁德时代提出的收购报价。

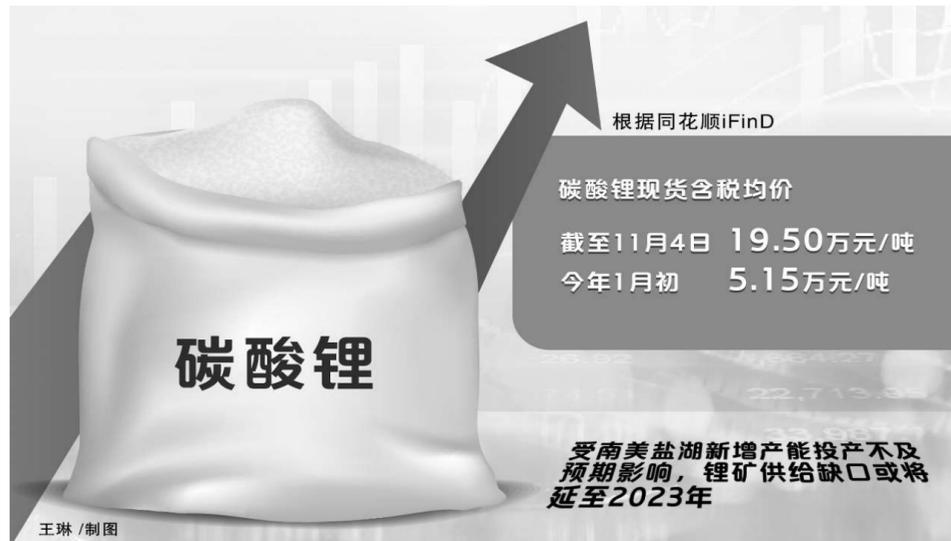
今年以来，由于下游需求居高不下，产业链供需错配，锂价格被一步步推高。根据同花顺iFinD，截至11月4日，碳酸锂的现货含税均价已攀升至19.50万元/吨，而在今年1月初，均价仅5.15万元/吨。受南美盐湖新增产能投产不及预期影响，锂矿供给缺口或将延至2023年。

## 宁德时代 竞购加拿大锂矿生变

7月16日，国内锂电巨头宁德时代发布公告称，以3.53亿美元的报价与千禧锂业达成完全收购协议。但随后，宁德时代向千禧锂业抛出价格更高的收购邀约；9月8日，千禧锂业发布公告，认为宁德时代新的收购要约更具优势，宁德时代可以在9月27日之前修改现有报价。

最终，宁德时代选择不调整报价。9月28日，千禧锂业方面称，宁德时代已代表千禧锂业向赣锋锂业支付1000万美元解约费。宁德时代将以3.77亿加元(约合人民币19.2亿元)的价格收购该公司。此次收购，是宁德时代供应链布局的重要举措，将进一步保障宁德时代长期稳定的锂原材料供应。公司随后也向媒体证实了该消息。

据《证券日报》记者不完全统计，此次收购千禧锂业之前，宁德时代已先后投资了北美锂业(North American Lithium)、Pilbara Minerals、Neo Lithium和Manono在内的多家公司，以获取美洲、



非洲和澳洲等地的锂矿资源。

谈及收购遭遇“截胡”，赣锋锂业管理层声明称，“如果上调要约价格，将开创中国企业在锂资源公开市场竞拍加价的先河，不利于行业良性发展，且赣锋锂业拥有更多锂资源项目的备选方案，因此未选择该项目。”

在投资者认为此事大局已定之际，美洲锂业如法炮制，同样以高于宁德时代的报价向千禧锂业发起收购。美洲锂业的收购报价为每股4.70加元(约合25.58亿元人民币)的方式支付。并且，美洲锂业愿意承担千禧锂业需向宁德时代赔付的2000万美元合作终止费。事件最新进展即是，千禧锂业留给了宁德时代10个工作日来决定是否上调收购价格。在2021年11月16日下午4:30(温哥华时间)之前，如果宁德时代没有上调报价，千禧锂业可能会落入美洲锂业之手。

“锂矿资源至关重要，但同样需要警惕高位收购会增加公司的负债，引发

潜在风险。”有锂电从业人士对《证券日报》记者表示，2018年，天齐锂业因购买SQM 23.77%的股权，新增并购贷款35亿美元，自此公司资产负债率和财务费用大幅上升，使得公司从2019年开始，经历了长达两年的至暗时刻。

## 锂矿供给缺口 或延至2023年

人们不禁要问，千禧锂业究竟是何来头，竟然引得宁德时代(宁王)、赣锋锂业(锂王)、美洲锂业三家企业竞相收购?

资料显示，千禧锂业从事收购、勘探及开发锂矿，该公司旗下的主要资产是位于阿根廷Salta省的Pastos Grandes盐湖等项目，但上述盐湖项目还有待开发或勘探，尚未投入实际运营，也未产生销售收入。截至2021年2月28日，千禧锂业总资产约为1.17亿加元(约6.03亿元人民币)，资产负债率为0.81%。

值得一提的是，美洲锂业与赣锋锂业也在阿根廷Pastos Grandes附近合作

开发Cauchari锂矿项目，与千禧锂业的Cauchari East盐湖项目相距很近。在这桩收购中，地理位置可能会是它们相对竞争对手宁德时代的一个优势。

此外，美洲锂业与赣锋锂业关系亲近，后者间接持有前者12.51%的股权。赣锋锂业2021年半年报显示，“本集团持有LAC12.51%的股权，虽然不足20%，但由于本集团目前派驻一名董事，对LAC的经营具有重大影响。”

事实上，赣锋锂业、宁德时代等企业之所以争相抢夺千禧锂业，背后反映出的是锂资源日益凸显的供需矛盾。更为重要的是，三方竞购一家尚未有任何产出的锂业公司，足见全球范围内锂资源争夺战已趋于白热化。

业内普遍认为，未来两年的锂资源供应将主要取决于南美盐湖的释放时间表。据西部证券的研报，由于受疫情因素影响南美盐湖新增产能投产不及预期，澳矿短期内停产项目难以复产，预计2021年至2023年还将存在2.73万吨、3.15万吨、0.57万吨的供给缺口。

# 两大国际酒业巨头在华建厂 “洋酒”消费风口回来了?

■本报记者 许洁

全球知名烈酒集团帝亚吉欧在拿下中国白酒品牌水井坊之后，又有新动作。11月2日，帝亚吉欧宣布在中国云南省洱源县投资5亿元建设首家威士忌酒厂。

帝亚吉欧亚太及全球免税渠道总裁费毅衡(Sam Fischer)表示，“中国是世界上最大的酒业市场，中产阶级消费者对于威士忌的需求日趋旺盛，建酒厂是帝亚吉欧基于本地洞察并结合其拥有的全球威士忌专业能力所迈出的关键一步。”

## 投资5亿元在华建酒厂

中国威士忌的消费趋势、消费场景以及应对威士忌迅速增长的需求，为帝亚吉欧的发展提供了良好的机会，这也是帝亚吉欧选择在中国建酒厂的原因所在。

帝亚吉欧是全球知名跨国酒业集团之一，此次加码中国市场，或是看好中国威士忌酒的未来发展潜力。

帝亚吉欧中国董事总经理艾恩华(Mark Edwards)在接受《证券日报》记者采访时表示，“2021财年，帝亚吉欧在大中华区的增长主要来自中国白酒和苏格兰威士忌，二者分别增长了53%和21%。苏格兰威士忌和尊尼获加super deluxe实现了两位数增长，主要得益于重点投资、创新，以及市场扩张路线，包括增加城市覆盖率和新的分销渠道。”

在艾恩华(Mark Edwards)看来，无论从渗透率还是饮酒场景而言，威士忌在中国市场都有巨大的潜力。此外，威士忌的受众也逐渐多元化，消费者年龄层、性别都在不断丰富，未来威士忌的增长趋势将会长期维持，这也是帝亚吉欧决定在中国威士忌品类上加大投资的原因。

对于投资回报，帝亚吉欧也给出了威士忌酒在中国发展的目标。“我们短期目标是生产面向中国市场的原产威士忌产品，而随着中国影响力的不断提升，今后会有来自世界各地的威士忌爱好者对中国威士忌产生兴趣，会品鉴、喜爱中国威士忌，因此我们要确保帝亚吉欧的中国威士忌产品能够得到全球消费者的认同。”艾恩华(Mark Edwards)表示，“对帝亚吉欧中国威士忌未来给予两位数增长的预期。”

## 威士忌消费风口会回来吗?

值得注意的是，全球第二大烈酒和葡萄酒公司保乐力加早于帝亚吉欧在中国建设威士忌酒厂，其选址在四川峨眉山。对于中国威士忌酒厂的投资，保乐力加公开表示10年内投资10亿元。

除了国际酒业巨头纷纷在中国

市场布局威士忌外，国内酒企也在加大对威士忌的投入。青岛啤酒、劲酒、洋河等也纷纷涉足威士忌。

“劲牌威士忌仅在线上就有产品，线下没有推广和发售。”劲酒相关负责人对《证券日报》记者表示，目前，劲酒的主力军还是做好中国劲酒。

面对众多酒企纷纷涉足威士忌酒，未来在中国的烈性酒市场中，以威士忌、白兰地为代表的“洋酒”能否重获高光?

对此，白酒专家铁犁对《证券日报》记者表示，10年前，以威士忌、白兰地为代表的烈性酒占中国高端蒸馏酒的消费比重在70%以上，随着茅台、五粮液在高端酒市场份额中占据绝对领先地位后，洋酒的销售逐年萎缩，目前占比在8%左右。

在铁犁看来，目前洋酒在中国市场的状态是“守势”，而随着90后、00后这些新生代成为消费主体，他们多元化的消费理念，对洋酒的消费将起到一定的帮助作用。保乐力加、帝亚吉欧在中国建威士忌酒厂的战略是正确的，但要想在3年-5年内实现快速增长还有难度。

酒业营销专家肖竹青对《证券日报》记者表示，国内中产阶级已经形成了巨大的购买力基础，另外，中国酒业消费呈现多样化，未来的发展趋势一定是细分化，针对年轻人的这种洋酒消费，威士忌消费已经成为不可阻挡的趋势，国际酒业巨头在国内建厂，将进一步适应消费升级的大趋势，也是看中了中国巨大的市场容量和消费潜力。

另有酒业资深人士也对记者表示，威士忌酒在中国预计会有广阔的发展潜力，但目前基数较低，产业发展周期长。

艾恩华(Mark Edwards)表示，“在中国，威士忌具有良好的增长潜力，更多国内、国际的参与者进入这个品类，能够让中国消费者有机会接触更多威士忌，推动整个行业繁荣发展。这些变化不会一蹴而就，而是长期发展演变的过程。从更广的策略层面来说，帝亚吉欧致力于通过威士忌文化教育、零售创新和多元化产品组合来推动威士忌品类在中国的发展。”

“今年1月份-8月份，中国进口威士忌达1.9万吨，同比增速高达56.3%，而去年全年为2.1万吨。”这是中国酒业协会秘书长何勇给出的数据。

“目前，国内威士忌没有一个成熟品牌，市场上消费的威士忌都是进口品牌，在细分市场，消费多元化、个性化消费趋势下，威士忌将保持增长的态势，但总量不大。”何勇对《证券日报》记者表示，“中国是最大的消费市场，它的包容性特别强，不管是烈性酒还是其他品类的酒都会找到一定的消费群体，随着消费多元化发展，未来中国酒类市场一定是百花齐放的消费场景。”

# 新凤鸣未完成回购计划遭上交所通报批评

■本报记者 吴文婧  
见习记者 冯思婕

由于未能完成回购计划，近日新凤鸣及时任董事长兼总经理庄奎龙受到上交所通报批评，且上交所将对该纪律处分通报中国证监会，并记入上市公司诚信档案。

2020年5月21日，新凤鸣披露回购预案称，计划12个月内以自有资金不低于1.5亿元、不超过3亿元回购股份，价格不高于11元/股。

令投资者大跌眼镜的是，一年期满后，新凤鸣累计回购金额仅为4684.99万元，仅占计划下限的31.23%，与预案披露的数额大相径庭。

## 回购股份与投资者预期不符

上交所表示，新凤鸣未按已披露的股份回购方案实施回购，回购方案完成率较低与披露的回购计划存在巨大差异，与投资者形成的合理预期严重不符。

对此，新凤鸣方面称，“受定期报告窗口期、股票二级市场价格等影响，导致符合要求的可供回购的天数较少；且由于公司股票成交量整体较小，一旦公司进行大额买入，容易造成股票价格大幅波动，进而可能影响广大中小投资者的利益。”

不过，对于新凤鸣的申辩，上交所并不认可。事实上，在回购期限内，减去窗口期与二级市场股票价格影响无法实施回购的情形，新凤鸣共有76个交易日可回购，但公司仅在其中15个交易日实施了回购。

新凤鸣还表示，“公司对回购未完成事项不存在主观故意，主要是公司董事会办公室和董事会秘书不熟悉业务流程和相关法律法规条款所致，本次回购行为也并未对投资者造成利益损害，公司更没有从中谋取利益。”

上交所则认为，新凤鸣在预案中仅对回购方案存在的不确定性风险进行概括性提示；在此后的回购进展公告中，未

再对因股票价格超过回购上限价格而无法完成回购计划的风险进行具体、有针对性的提示。

看懂研究院高级研究员程宇在接受《证券日报》记者采访时表示，“资本市场中，如果公司在做出承诺却不具体提示风险的情况下未如实履行承诺，这就是企业信用缺失。这种情况是违反资本市场诚信原则，严重干扰投资者对资产定价的行为，应该予以严厉处罚。”

## 募资大手笔 分红“铁公鸡”

值得注意的是，2017年8月8日，上市不到半年的新凤鸣披露预案，拟公开发行22.30亿元可转债。

据同花顺iFinD统计数据显示，2017年以来，短短四年时间，新凤鸣通过增发、可转债等形式募集资金净额合计约87.67亿元(包括IPO募资净额19.70亿元)；而2017年-2020年公司的年报派现金额依次为1.57亿元、1.53亿元、1.82亿

元与1.82亿元，合计派现6.74亿元，派现募资比仅为0.077。

此外，三季报显示，2021年9月30日，新凤鸣资产负债表的未分配利润科目余额为84.26亿元，比2020年年末的未分配利润66.73亿元增长了17.53亿元。

花钱“勤俭节约”的新凤鸣实际上赚钱能力不俗。受益于行业高景气，今年前三季度，新凤鸣实现营业收入365.69亿元，同比增长58.60%；净利润19.34亿元，同比大增644.84%。新凤鸣表示，上游原材料价格整体呈上升趋势，支撑公司产品售价整体上涨，下游纺织需求持续稳定增长，公司产品保持了较好的产品一原材料价差，总体盈利能力较上年同期明显增长。

有市场人士向《证券日报》记者表示，“对于成熟期的企业来说，派现募资比就好像一面照妖镜。已经手持高额未分配利润而不分红或分红过低的行为，显然是缺乏对股东利益的保护意识。”

# 年内物管业并购63宗 龙头物管企业市占率加速提升

■本报记者 董棋君

地产行业严冬下，不少企业开始断臂自救，相关并购也趋于频繁。进入11月，融创中国旗下融创服务与当代置业旗下第一服务控股联合发布公告称，融创服务拟6.93亿元收购第一服务32.22%股权。

当前，物业管理行业的市场竞争也日趋激烈，行业处于加速整合阶段，市场集中度持续提升。据中指研究院数据统计，截至2021年11月1日，今年物业管理行业内共发生并购交易63宗，涉及并购方33家物业公司；交易金额约315亿元，相比2020年全年交易总额大幅增长约198%。仅第一季度公告披露的并购事件达15宗，披露交易总金额约115亿元，超过2020年全年交易总额。

## 扩大非住业态市场份额

由于收购完成后，融创服务在第一服务中的持股比例超过30%，根据收购规则融创服务须对第一服务所有已发行股份作出要约收购。第一服务方面称，融创服务可能提出无条件强制性

现金要约，以收购第一服务全部已发行股份。

公告显示，根据要约接纳为现金2.6167港元/股，较第一服务10月8日短暂停牌前最后交易日收市价1.37港元/股溢价约91%；较第一服务首次公开发行及股份于联交所上市要约价2.4港元/股溢价约9%。

截至11月1日，第一服务共有10亿股已发行股份。按要约价及要约将涉及6.78亿股股份，倘要约获全面接纳，融创服务根据要约应付的总额将为约17.7亿港元。

此次收购也是继上半年完成对彰泰服务的并购后，融创服务的又一次动作。融创服务相关负责人对《证券日报》记者表示，收购将增加融创服务的物管规模，扩大公司在非住业态的市场份额，更重要的是，通过收购事项，融创服务将拥有在绿色人居服务领域的核心能力和竞争优势。

同期，融创服务在管建筑面积约1.73亿平方米，合约建筑面积约3.22亿平方米，其中来自第三方的面积占比仅32.2%。非住宅物管在管面积仅0.34亿平方米。融创服务的非住宅业态急需补足短板，而第一服务在管面积中，非住宅业

占比高达60%。

## 物管行业并购加速

据国金证券统计数据显示，上市物管公司仅7月份-10月份在收并购上的支出合计已超160亿元，超过2020年全年并购总金额。

部分房企为何扎堆出售旗下物业公司?对此，有业内人士指出，这就和当初房企争相分拆物业板块上市一样，现金流压力是今年物业管理行业并购频发的最主要原因。

中国城市房地产研究院院长谢逸枫在接受《证券日报》记者采访时表示，楼市调控政策趋严的情况下，销售回款速度放慢，尤其是债券、非标融资渠道被全面收紧之后，房企解决资金压力最直接的办法就是出售资产。

中指研究院物业事业部副总经理牛晓娟分析称，在房地产行业融资收紧的背景下，其影响也被传导至下游物业管理行业。年初房地产行业在“三道红线”及“两个上限”的宏观调控影响下，部分房企为缓解流动性压力选择出售旗下优质的物业资产，如亿达服务、富力物业、彩生活出售部分核心资产等。

牛晓娟表示，规模与布局，资源协同类并购，是现阶段行业并购的主要类型。类似碧桂园服务、万物云等企业通过收并购窗口期积极抢占粮草，继续巩固头部企业优势地位及提升市场占有率，强者恒强的行业格局显现。

按交易金额排序，碧桂园服务2021年公开披露的交易总额近190亿元，占并购总交易金额的60.32%。其中，年初54.32亿元“联姻”蓝光嘉宝，9月份一周内约133亿元接连“鲸吞”富良环球与邻里乐控股，也为碧桂园服务增加潜在在管面积约2.8亿平方米。在交易金额、交易宗数以及并购标的规模上，碧桂园服务成为2021年物业管理行业当之无愧的“并购王”。

对此，碧桂园服务相关负责人表示对《证券日报》记者表示，“碧桂园服务上市以来，围绕自身发展策略布局，一共收购了近20家物业公司。下一步的投资方向会结合国家发展需求，以及不断补强自身发展需要，在不同的方面，会有不同的侧重点。物管服务可能偏重住宅，商业运营、城市服务、社区增值服务偏重专业能力建设。”

“今年年底到2022年，都是龙头物管企业收购的好时机，未来会有更多企业受到债务杠杆的制约。”谢逸枫强调。