

建业地产拟引入国资战投 有信心偿还8月份到期5亿美元债

拟发行不超过7.08亿港元可换股债券,未来大股东或生变

■本报记者 王丽新

6月1日晚间,港股上市公司建业地产发布公告称,公司第一大股东恩辉投资有限公司(以下简称“恩辉投资”)与河南同晟置业有限公司(以下简称“同晟置业”)于2022年6月1日订立框架协议。同时,建业地产表示,截至公告日期,恩辉投资是公司的控股股东,由公司董事会主席兼执行董事胡葆森单独和实益拥有。

根据框架协议,同晟置业(河南省铁路建设投资集团有限公司100%持股的以地产投资为主的市场化运营平台)拟以6.88亿港元受让恩辉投资所持8.6亿股建业地产股份,占公司已发行股本的约29%。同时,同晟置业拟认购建业地产发行的本金额约7亿港元的2024年到期可换股债券。

受引入国资股东消息影响,6月2日,建业地产股价一度大涨近30%。

对于外界关注的同晟置业只是作为纯粹的财务投资人,还是会加入建业地产董事会、参与公司日常运营的问题,建业地产相关人士向《证券日报》记者表示,“此次主动引入国有战略投资者,主动优化公司股权结构和治理结构,有助于公司进一步完善现代企业机制和决策机制。具体合作情况,双方还在进一步商谈,一切以公告为准。”

拟引国资纾困 认购完成后实控人不变

公告显示,此次拟交易的8.6亿股股份占公司已发行股本的29.01%,收购代价为最高每股0.8港元,较6月1日收市价溢价约23.1%,约6.88亿港元的收购代价预计将以现金结算,恩辉投资同意在收取上述代价后以股东贷款形式向建业地产提供贷款以补充公司运营资金。

交易完成后,恩辉投资将持有建业地产41.1%的股份,仍为公司第一大股东,同晟置业则会变成第二大股东。

据公告披露,同晟置业由河南省铁路建设投资集团有限公司(以下简称“河南铁建”)全资拥有,而河南铁建又由河南省人民政府全资拥有。

据了解,河南铁建系省管国有重要骨干企业,注册资本600亿元,正在打造以铁路投资建设运营为核心,土地综合开发、产业金融、物流贸易、科技创新协同发展的“一核四驱”产业发展格局。

对此,建业地产方面表示,双方业务互补性强,合作潜力巨大。未来有望通过市场化运作的方法,整合双方品牌、产业、资源等优势,实现更多领域的协同发展,在房地产综合开发、城市基础设施建设、



城市综合开发运营、房地产项目代建、装配式建筑、物业管理等领域实现共赢。

“有国资入股,一方面将在一定程度上缓解建业地产资金紧张的局面,另一方面也能为其背书,向资本市场传递积极信号。”诸葛找房数据研究中心分析师关荣雪向《证券日报》记者表示,虽然此次股份认购完成后,胡葆森仍是建业地产实际控制人,但不排除河南铁建参与部分日常经营的可能性。

拟发行可换股债券 未来大股东或生变?

事实上,除了上述股权交易,还有另一笔可换股债券认购交易值得深思。

根据公告显示,待建业地产与同晟置业签订最终认购协议后,同晟置业将认购建业地产发行的本金额不超过7.08亿港元的2024年到期的票息5%、到期收益率9%可换股债券。

值得关注的是,对于该笔可换股债券,建业地产方面向《证券日报》记者透露,债券持有人有权按照不高于1.2港元/股将债券转换为股份,悉数转换后合计约5.9亿股股份予以发行,相当于现有股本的19.9%或发行扩大后股本的16.6%。

同策研究院资深分析师肖云祥向《证券日报》记者表示,若同晟置业完成受让恩辉投资出售的建业地产8.6亿股股份(占建业地产已发行股本的约29%)后,在可转股债券到期后选择转股行权,实际控制人胡葆森的恩辉投资(截至6月1日,恩辉投资持有建业地产已发行股份总数的约70.11%;股份转让完成后,其占建业地产已发行股份总数的比例约41%),或会失去建业地产控股股东

地位。届时,若债权部分全部转为股权,不排除同晟置业成为建业地产第一大股东的可能。这意味着,建业地产未来实际控制人或生变,将来有可能成为混改企业。

“可换股债券持有人有两年并可再延期一年的是否转换选择权,具体情况视后期市场交易状况而定。”建业地产相关人士向《证券日报》记者表示。

大股东暂无出售 其他核心资产股权计划

作为河南省“地产一哥”,受郑州遭遇暴雨灾害、新冠肺炎疫情等因素影响,以郑州为主战场的建业地产承受了巨大压力,一方面是受市场疲软影响,销售回流不及预期;另一方面则是融资难导致资金链紧张,偿债压力大。

根据年报显示,截至2021年底,建业地产的现金、现金等价物及受限银行存款的总值约为98.48亿元,现金偿债比为1.5倍;总负债下降29.9%至219.4亿元,其中,短期有息负

债下降55.7%至67.6亿元。从负债端来看,公开数据显示,目前,建业地产存续美元债8只,规模合计24.46亿美元。因境外债市场波动,建业地产2021年已用自有资金偿还过债务,而未来一年到两年内,建业地产还有较高的境外债偿还压力,包括2022年8月份到期的5亿美元、2023年到期的3亿美元债。

“2021年11月份,公司通过多种举措全额按时还了4亿美元债,保持30年在金融机构零拖欠、税务部门零偷逃的记录。”建业地产方面表示,2022年前4个月,公司实现未经审核的合同销售额88.97亿元。经过践行年初既定的缓解资金压力专项工作,公司有信心按期偿还8月份到期的5亿美元债。

面对这笔债务带来的偿还压力,建业地产方面表示,公司已通过盘活不动产、加速项目销售去化及回款、优化融资结构,积极开展融资工作、严控资金支出,以收定支提高资金使用效率等方式缓解资金压力。目前,大股东暂无出售其他核心资产股权计划,一切以最终公告为准。

营收同比增长25%至463亿元 美团一季度净亏损进一步收窄

■本报记者 许洁

6月2日下午,美团发布了2022年第一季度业绩。一季度,美团各项业务实现稳步增长,营收达463亿元,同比增长25%;经调整净亏损为36亿元,同比、环比均实现收窄。

“本季度,美团各项业务较好地应对了外部挑战,实现了高质量增长。我们长期积累的技术能力和覆盖全国的即时零售体系,在疫情期间发挥了独特价值,在服务民生、抗疫保供、促产业、稳就业方面均作出了积极贡献。”美团CEO王兴表示,“作为一家扎根中国的高科技零售企业,美团会继续坚定围绕‘零售+科技’战略,坚持创新驱动,提高供给质量,为中国零售行业新产业、新业态、新模式的发展壮大创造更好的生态环境,持续为商户、消费者创造更多价值,为中国经济稳增长多做贡献。”

新业务经营亏损环比收窄

按各项业务来看,在季节性淡季及疫情背景下,美团一季度外卖营收增长至242亿元,经营盈利15.77亿元,交易笔数达33.6亿笔,交易用户及交易频次均实现稳定增长,尤其中高用户交易频次增速超过平均水平。

“外卖业务收入增长,主要是由于订单量及客单价增加。疫情期间,外卖订单成为不少餐饮商户的第二生命线。在各地政府及有关部门指导下,美团积极围绕商户的实际所需,推出针对疫情地区经营困难商户的佣金减免返还等六项纾困举措,配合地方政府通过发放消费券提振民生消费,助力商户复苏。”美团一位内部人士对《证券日报》记者表示。

再看另外两大业务:一季度,美团的到店、酒店及旅游业务收入为76亿元,经营盈利34.74亿元;新业务和其他收入为144.9亿元,经营亏损90.25亿元。

“2022年第一季度,我们的餐饮外卖及到店、酒店及旅游业务合计实现经营盈利约51亿元,较2021年同期的39亿元有所增长,新业务及其他部分的经营亏损同比扩大,但环比收窄,经营亏损率也收窄至62.3%。主要是对商品零售业务更强的成本控制及经营杠杆。”上述美团内部人士表示。

“不死鸟”*ST金泰收终止上市决定 年内股价已累计下跌超50%

■本报记者 桂小笋

6月2日,*ST金泰发布公告称,收到上海证券交易所终止上市的决定,公司股票进入退市整理期的起始日为6月10日,预计最后交易日为6月30日。

同花顺数据显示,年内公司股价累计跌幅已经超过50%。*ST金泰是资本市场的老兵,于2001年上市。但查阅公司上市以来的经营数据可知,其不断重复着亏损-扭亏-亏损的过程。由于“保壳”得当,*ST金泰也被称为资本市场上的“不死鸟”,曾经创造过连拉42个涨停的纪录。

今年1月份,*ST金泰发布了业绩预盈公告。随后公司收到问询函,问询函明确提及,“若公司涉嫌存在业绩虚实现净利润转正,规避终止上市的情形,交易所将对公司2021年年报披露后,视情况及时提请启动现场检查等监管措施。如根据最终现场检查结果,公司扣除相关影响后,触及终止上市情形,交易所将依法依规对公司做出终止上市的决定,并对公司及有关负责人予以纪律处分。”

此后,公司于4月份发布业绩更正公告,更正后业绩出现变脸,由盈转亏。

“上市公司未经审计的预测业绩,当然可以有所调整,但是变化幅度应在合理范围内。”*ST金泰业绩预告由“盈”转“亏”,这种方向性变化超出了合理范围,*ST金泰时任高管在编制业绩预告时,有未勤勉尽责之嫌。”上海明伦律师事务所王智斌律师对《证券日报》记者表示。

除餐饮外卖需求外,日用百货、酒水零食、药品、品牌化妆品以及数码产品等各类即时零售需求也出现了大幅增长。在需求带动下,美团闪购业务继续保持稳健发展,用户数及交易频次实现强劲增长,一季度订单量同比增加近70%。目前,美团闪购已覆盖全国2800多个城镇,可为消费者提供30分钟“万物到家”的即时零售服务,成为各类线下门店扩大经营规模的主要渠道之一。

继续推进“零售+科技”战略

今年以来,美团的科技力量助力“打通最后一公里”。疫情背景下,针对“无接触”配送需求,美团在上海、北京率先投入自动配送车。财报显示,一季度美团研发支出同比增长40%至49亿元,研发费用占收入的比重接近11%。

艾媒咨询CEO张毅对《证券日报》记者表示,“从美团在科技研发方面的投入和策略来看,决心是很大的,其从一个本地生活平台不断往科技赋能的方向走,从全球科技企业研发费用占收入的比重来看,超过6%就算高的了,而美团达到了11%。”

美团CFO陈少晖表示,“美团将继续深入推进‘零售+科技’战略,更好地满足中国消费者多样性的需求,并且推动更多合作伙伴实现高质量增长。”

“一季度,我们更加聚焦优化运营效率,集中资源进行核心能力建设与价值创造。虽然面临复杂环境的挑战,但我国消费韧性、潜力足的特点没有改变,消费发展长期向好的基本面也没有改变。作为一家高科技零售企业,美团将继续把零售作为主赛道,把科技创新作为核心驱动,致力于发展成为中国消费市场的重要一环,推动中国的商品和服务零售行业实现更好地发展。”陈少晖表示。

“4月份开始,美团重新对零售业务进行了整体布局,‘降本增效’将成为美团今年零售业务的主题。”一位互联网行业分析师对《证券日报》记者表示,“总体来看,美团一季度的收入可以说是超出预期,从各项数据来看,疫情并未对公司业务产生太大影响。其作为本地生活市场龙头,外卖、酒旅、新业务之间实现了较好的业务共振。公司现金流状况也不错,可以支撑其新业务的开拓。”

苹果再陷“流量门”:既非个案亦非初犯 行业顽疾何解?

■本报记者 贾丽

继“窃听门”之后,苹果再次陷入“流量门”漩涡。

近日,有大量苹果用户发现,在更新到iOS 15.5系统后,后台“时间与地点”项目会频繁运行,出现“偷跑”流量的情况,有的甚至消耗几十个GB。

流量异常流失所带来的隐患也令人担忧,有用户发现,iOS系统后台在频繁获取用户定位、私自同步数据以及地图服务等隐私。

6月2日,苹果发布了iOS 15.6的公开测试版Beta2。不过“偷跑”流量的问题似乎并没有得到解决,有用户反映问题依旧存在。

对此,苹果中国内部人士对《证券日报》记者表示,“目前已要求专家介入,解决相关问题。”

或推送小补丁解决问题

iOS 15.5正式版于5月17日正式向苹果用户推送,短短两周就暴露出“偷跑”流量、手机发热和耗电异常等多个问题。有业内人士表示,自从库克执掌苹果公司以来,iPhone的创新性多次遭到质疑,iOS系统的更新也备受争议。针对用户反映的“偷跑”流量问题,

一位苹果客服经理告诉《证券日报》记者,目前正在研究解决方案。“iOS 15.6的公开测试版是为了测试更多功能而推出的,并非为了解决流量问题而更新的版本。目前工程部已经收到‘偷跑’流量”这个情况,并且着手研究,后续系统可能会推送更新版本的小补丁来解决这个问题。”

从用户反馈来看,升级iOS 15.5后,系统蜂窝网络的“时间和地点”服务使用了大量的流量。

对此,看懂研究院研究员、通信高级工程师袁博对《证券日报》记者表示,手机流量异常,明显是因为苹果系统升级后出现漏洞,致使软件“偷跑”流量。“考虑到iOS升级前此类现象并没有如此严重,因此该问题可能是软件版本升级时,苹果自有及第三方应用随系统更新时引入了相关问题。”

他表示,目前很多App都会使用到“时间和地点”的系统服务,对于消费者而言,不仅仅要关心哪个系统服务“偷跑”了流量,更要关心是哪个App使用了该系统服务“偷跑”了流量,因为这才是泄露用户隐私的根源。

涉嫌侵犯消费者多项权益

实际上,苹果并非首个被曝出存在

“偷跑”流量的手机厂商。

此前央视《每周质量报告》称,众多手机品牌都存在偷跑流量、预装软件数量多、难以卸载等问题。上海市消费者权益保护委员会(以下简称“上海市消保委”)曾在2015年选取10款智能手机进行模拟检测,结果表明多达9款手机都在开机注册上网及待机过程中“偷跑”流量。而“偷跑”流量最多的就是苹果手机,120小时内共“偷跑”流量80MB。上海市消保委表示,许多智能手机上的预装软件,并没有经消费者主动启用,就在后台悄悄联网,“偷跑”流量,这对消费者的公平交易权是一种侵害。

同时,记者在黑猫投诉平台上搜索发现,近一年里,三星手机、夸克App等都被大量用户投诉“偷跑流量”。在北京京师律师事务所律师许浩看来,部分手机厂商与软件经销商通过预装软件获利,已经成了一条灰色产业链。“此前,手机流量‘偷跑’现象非常普遍。2021年以来,我国严查互联网App滥用隐私数据的行为,目前这个情况已经缓解了很多,但依旧存在。”

北京市盈科律师事务所高级合伙人律师周垂坤对《证券日报》记者表示,目前苹果等手机依旧存在此类现象,实际上涉嫌侵犯消费者权益。“《消

费者权益保护法》第八条至第十条分别规定了消费者的知情权、自主选择权、公平交易权。部分智能手机在消费者不知情的情况下,随意预装软件,甚至影响手机的正常使用,严重侵犯了消费者的知情权。”

他表示,有的预装软件卸载后,手机内存未减少,表明该软件并未真正被删除,甚至有的预装软件出现了无法卸载的情况,这无疑是对消费者自主选择权的侵犯;此外,有些手机的预装软件,在消费者不知情的情况下“偷跑”流量,是对消费者公平交易权的侵犯。

而“偷跑”流量背后,还存在侵犯用户隐私的隐患。

“手机App经常出现流量‘劫持’、恶意广告推送、违规收集个人信息等情况。部分预装软件未经用户同意,通过获取手机通讯录信息等方式获取用户个人信息等,这无疑严重侵犯了用户的隐私权和个人信息权。”周垂坤认为。

对于上述问题,消费者个人维权也存在难点,比如诉讼时间长、成本高、赔偿金额低等。许浩建议,目前涉事厂商违法成本较低,各地消保委等可积极组织公益诉讼,在一定程度上解决消费者个人力量不足的问题,同时相关部门应进一步加大监管执法力度。