

年内多家龙头公司回购稳股价 比亚迪半个月斥资18.1亿元用于回购

■本报记者 赵学毅
见习记者 李昱丞

6月13日晚间,比亚迪发布回购公告称,当日回购A股股份约295.41万股,回购价介于344.33元/股至358.58元/股之间,合计耗资10.35亿元。至此,比亚迪已斥资18.1亿元用于回购A股股票。

除比亚迪之外,万科、中国平安、迈瑞医疗、顺丰控股等多家龙头上市公司年内纷纷出手回购自家股票。首都经济贸易大学教授陈及在接受《证券日报》记者采访时评价称,上市公司回购自家股票,是在向市场传递乐观预期信号,能够起到稳定公司股价、提升公司形象、提高投资者信心的作用。

半个月完成18亿元回购 比亚迪市值一度破万亿元

今年4月23日,比亚迪发布2022年回购公司股份的方案,拟以18亿元至18.5亿元的资金回购股票,用于员工持股计划,回购价格不超过300元/股。该回购方案于5月27日获得临时股东大会表决通过。

随后,比亚迪火速推进回购。公告显示,比亚迪分别于6月1日、6月2日、6月10日、6月13日四度出手,通过集中竞价交易方式,分别回购A股股份145.21万股、72.04万股、38.44万股、295.41万股,耗资分别为4.33亿元、2.16亿元、1.26亿元和10.35亿元,合计耗资18.1亿元,已超过回购方案的下限。

由于回购期间比亚迪股价快速

上涨并突破300元/股,比亚迪于6月8日晚间发布公告,将回购价格上限由不超过300元/股调整为不超过400元/股。

Wind数据显示,5月27日至6月13日期间,比亚迪A股股价累计上涨16.88%。比亚迪的市值也首次突破1万亿元,成为中国首家市值过万亿元的国产车企。

从成交价格来看,比亚迪四次回购股份的成本不断攀升,成交价格区间下限从293.37元/股升至344.33元/股,区间上限从300元/股升至358.58元/股。

果斯回购或来自比亚迪对新能源汽车行业的长期看好。公司在回购方案中指出,面对新能源汽车行业百年不遇的历史性发展机遇,公司凭借创新的技术、精准的战略和灵活的决策机制,持续巩固行业领先地位。拟实施回购股份用于员工持股计划,持续完善互利共赢的长效激励与约束机制,提升公司整体价值。

为提振市场信心 龙头上市公司回购忙

除了比亚迪之外,今年以来已有多家上市公司出手回购自家股票。《证券日报》记者对Wind数据统计后发现,截至6月14日,年内共有677家A股上市公司实施了股票回购,合计回购总金额489.55亿元,回购总股数42.22亿股,其中不乏万科、中国平安、迈瑞医疗、顺丰控股、美的集团等各行各业的龙头企业。

以地产行业龙头万科为例,公

比亚迪6月份四度出手,累计耗资18.1亿元用于回购

回购时间	回购股份数量	回购金额
6月1日	145.21万股	4.33亿元
6月2日	72.04万股	2.16亿元
6月10日	38.44万股	1.26亿元
6月13日	295.41万股	10.35亿元



司在3月30日晚间发布回购方案,拟斥资20亿元至25亿元回购A股股份,回购价格不超过18.27元/股,预计回购股份数量不低于1.37亿股。5月10日,万科通过集中竞价方式首次回购公司A股119.79万股,成交价介于17.99元/股和18.25元/股之间,成交金额为2166.56万元。5月30日至6月13日,万科连续10个交易日回购A股股份。截至6月13日,万科累计回购约4829.49万股,回购资金总额达8.47亿元。

回购了公司股份。公司在6月1日晚间公告称,5月份通过集中竞价交易方式回购A股股份2482.75万股。截至5月底,已累计回购A股股份1.03亿股,支付的资金总额合计50亿元,已达回购方案下限。

医疗设备行业龙头迈瑞医疗、快递行业龙头顺丰控股、家电行业龙头美的集团今年也分别完成了10亿元、18.99亿元、8.33亿元的股份回购。

北京南山投资创始人周运南在接受《证券日报》记者采访时表示,上市公司回购股份主要是向市场传递信心。回购股份若用于注销,可提升每股收益水平。

欢喜传媒陷“税务虚假抵扣”罗生门 部分项目停摆引发后遗症

■本报记者 谢若琳

6月13日晚间,导演王一淳在微博平台发文,举报欢喜传媒“税务虚假抵扣”。她表示,与欢喜传媒合作新片《绑架毛乎乎》被单方面停止合作后,对方在税务抵扣方面造假。

6月14日,欢喜传媒发布公开声明称,王一淳导演的微博存在多处失实内容。欢喜传媒与王一淳导演的合作产生纠纷,事实原委是非曲直已经由人民法院审理和认定。

“综合来看,这是一部合作电影拍摄被叫停后,牵扯出来的责任归属问题。”一位不愿具名的制片人在接受《证券日报》记者采访时表示,这类事件最近两年发生的概率不小,主要是线下电影承压,上游公司处境艰难。“欢喜传媒重新评估项目,并做出调整以节省开支,这是业内常见的做法。但公司没有做好收尾工作,在情感层面显得不近人情。”

绑定多位知名导演 徐峥、宁浩持有股权

欢喜传媒的前身是21控股。2015年,业界大佬董平联手宁浩、徐峥认购港股21控股的股份,完成借壳上市。随后,欢喜传媒构建了一个庞大的合约导演团队,陈可辛、王家卫、张弛(张一白)、顾长卫、

贾樟柯等都在其合作名单之列。

而欢喜传媒被外界所熟知,更主要的原因是其与宁浩、徐峥的深度绑定,这两位导演均担任公司的非执行董事。依托于强大的导演团队,欢喜传媒近年来佳作不断,代表作包括《夺冠》《囧妈》《我和我的家乡》《我不是药神》《疯狂的外星人》《我和我的祖国》《江湖儿女》等。

欢喜传媒的业务从投资、拍摄到放映端,还打造了流媒体“欢喜首映”,覆盖了全产业链。电影投制也是公司擅长所在,公司参投了大量项目。

天眼查App显示,欢喜传媒于2015年成立欢喜影视投资有限公司。通过该公司,欢喜传媒直接或间接全资持股台州欢喜文化投资有限公司、欢喜喜喜(天津)文化投资有限公司(简称“欢喜喜喜”)、北京欢喜文化传媒有限公司等3家公司。其中,欢喜喜喜就是与导演王一淳等签订影片合同的公司,多次因作品信息网络传播权被侵害而提起诉讼维权,涉案影片包括《一秒种》《疯狂的外星人》《误杀》《温暖的抱抱》等。

遭合作导演实名举报 陷“税务虚假抵扣”罗生门

王一淳表述称,2019年10月份,

其与欢喜传媒达成合作意向,约定由欢喜传媒出资,由王一淳出面,完成其新片《绑架毛乎乎》。随后,王一淳成立河南静深影业有限公司(简称“静深影业”),双方签订承揽协议。

“2020年5月份,静深影业收到40%制作费551万元。随后的6月份,欢喜传媒叫停了该项目。理由是‘疫情过后公司对目前项目重新评估,最终决定将该项目暂停。这是很多公司面临的现状’。”王一淳表示,当时,因影片筹备,静深影业已经支出96万元。

围绕已付款项,双方产生了纠纷,最终对簿公堂。法院裁定,确认欢喜喜喜与静深影业签订的《绑架毛乎乎承揽协议》解除;静深影业退还欢喜喜喜公司投资款并赔偿经济损失、违约金,合计约577万元。对此,静深影业提出上诉,但被二审法院判决驳回上诉。

王一淳介绍称,在此之前,静深传媒曾给欢喜传媒出具551万元制作费的增值税发票。但当静深传媒退回相关款项后,欢喜传媒工作人员对退票冲红一事多番推诿,导致静深影业需要另筹近百万元企业所得费。

“给欢喜传媒干了一年的活儿,我拿到了一分编剧费、导演费、承揽费,还倒找了我100多万元。”王一

淳表示。

但欢喜传媒回应称,“王一淳导演的微博文章多处内容与事实不符。欢喜传媒与王一淳导演合作终止后,双方合约已经解除,相关剧本版权已返还。欢喜传媒一直遵守税法法律法规,并合法处理以上纠纷涉及的税务事项。”

电影市场低迷 投资方缩减项目数量

受疫情反复的影响,电影行业当前处在艰难时刻,欢喜传媒的境遇也不例外。

财报显示,2020年和2021年,欢喜传媒业绩连续亏损,两年累计亏损4.72亿港元。主要是由于集团投资的院线电影推迟上映、票房收入减少所致,加上政府补助减少,以及不断优化“欢喜首映”在线视频平台的内容令版权摊销开支增加,欢喜传媒的日子有些难过。

以2021年为例,欢喜传媒分占票房收入215.8万港元,同比减少95.76%;电影及电视剧版权收入3254.8万港元,同比减少93.76%。

即便如此,欢喜传媒还是加大了项目投入力度。财报显示,2021年,欢喜传媒的电影及电视剧版权预付款(含电影导演预付款)约为8.83亿港元,同比增长40.58%,占资

产总额的39%。

深圳市思其晟公司CEO伍佰麒对《证券日报》记者表示,院线电影受疫情影响较大,网络电影和电视剧受影响程度相对较小。但关键的影响仍在于剧本及影片的质量问题。优质剧目仍会受到观众追捧;内容创意、制作质量一般的内容,则难以获得好的收视率或票房回报。

值得一提的是,文中被叫停的项目《绑架毛乎乎》曾获第22届上海国际电影节·电影项目创投最具投资价值项目,并作为唯一华语项目入围柏林电影节创投单元。

前述制片人认为,“如果市场环境好,投资方风险承受能力强,就愿意尝试一些新项目,挖掘新人。但市场环境不好,影视公司的投资策略偏向稳妥,新项目被砍也是正常操作。”

财报显示,欢喜传媒的项目储备十分丰富。其中,苏亮编剧及执导、黄渤主演的电影《学爸》已定档7月8日。此外,宁浩执导、刘德华主演的《红毯先生》,陈可辛执导的《独自上场》,张艺谋执导的《满江红》,顾长卫执导、葛优主演的《刺猬》,陈大明执导、张涵予主演的《无所畏惧》,陈佩斯执导的《戏台》,张国立执导及编剧、周冬雨主演的《朝云暮雨》等,均已进入筹划、制作或完成制作阶段。

转让车联网资产不足一个月 高鸿股份大笔募资投向工业互联网

■本报记者 王鹤
见习记者 冯雨璠

转让车联网资产不到一个月,高鸿股份又开始募资投向工业互联网业务。6月13日晚间,高鸿股份发布公告称,拟非公开发行股票,募资不超过15.29亿元,用于工业互联网产品研发和运营服务体系建设项目、南通云数网络科技有限公司(简称“南通云数”)100%股权收购项目。

高鸿股份表示,本次募投资金的实施,有利于优化公司在工业互联网及IDC产业布局。本次募投资金紧贴市场发展,与市场需求相适应,有利于提升公司市场占有率及盈利水平。

拟募资布局工业互联网

公告显示,高鸿股份拟投入工

业互联网产品研发和运营服务体系建设项目,募投资额为9亿元,拟投入南通云数100%股权收购项目的募投资额为6.29亿元。这两个项目属于公司主营业务中的行业企业、信息服务业务板块。

高鸿股份主营行业企业、信息服务、IT销售三大业务板块。东方财富Choice数据显示,2019年至2021年,公司分别实现营收114.1亿元、70.18亿元、85.48亿元,同比增速分别为23.15%、-38.49%、21.81%;同期实现归母净利润分别为2312万元、-1.22亿元、1536万元。

因受疫情反复及行业竞争格局变化等因素影响,公司2020年业绩大幅滑坡,2021年虽有所好转,但当年归母净利润增长也非主营业务所致,而是报告期内公司资产处置收益及营业外收入增加所致。

公司在公告中称,通过实施上述募投资项目,公司拟在现有的工业互联网、数据中心业务的基础上,通过提升研发能力、完善运营服务体系,进一步增强公司在工业互联网领域的竞争能力;通过收购优质IDC资产,引入多元化客户,不断提升自身IDC业务的市占率和品牌知名度。

据前瞻产业研究院预测,2018年至2021年中国工业互联网市场规模为5313亿元,预计2023年将达万亿元以上,年均复合增长率将超过15%。

中国人民大学副教授王鹏在接受《证券日报》记者采访时表示:“工业互联网应用场景众多,是互联网从消费级向生产级转型的重要体现,也是我国未来在生产方面实现高质量发展的重要一环。”

王鹏同时强调:“工业互联网的进入门槛较高,并非所有玩家局

就能分得一杯羹,企业需要长期的投入,深耕,才能有所收获。”

曾重点布局车联网业务

需要关注的是,高鸿股份此前一直宣称,要重点向车联网业务转型升级。从募资10亿元用于车联网系列产品研发及产业化项目,到以现金出资3.5亿元设立合资公司高鸿智联,无不体现出高鸿股份向车联网业务转型的决心。公司曾在公开互动平台表示,高鸿智联主要负责车联网模组、终端和解决方案。

然而,就在很多人期待公司的车联网业务将大展宏图之时,高鸿股份却直接卖掉了高鸿智联的股权。今年5月30日,高鸿股份发布公告称,公司向第一大股东电信科学技术研究院有限公司转让所持

有的大唐高鸿智联科技(重庆)有限公司25.23%的股权,转让价格为4.2亿元。

难怪有投资者直言:“车联网都快商用,公司却卖了,转眼又收购了南通云数,实在令人想不通。”

不仅如此,今年年初高鸿股份还频频出售旗下多处房产及其他子公司的股权,因此还收到深交所的监管函,被质疑“是否在突击创利”。

信息化百人会研究员向远之告诉《证券日报》记者,“工业互联网当前缺乏既能符合工业场景又能创造效益的产品,该领域对资金需求较大,且市场竞争激烈,入局时间短的企业很难实现盈利,需要企业有较高的战略定力,还能结合工业技术和互联网技术,找准合适的合作对象来拓展场景。”

快狗打车赴港IPO 获两机构基石投资 近三年毛利率均超30%

■本报记者 许洁

6月14日上午,同城物流平台快狗打车公布了其在香港交所主板上市的计划。快狗打车此次计划发售合计3120万股股份(视超额配售权行使与否而定),并将于6月24日在香港交所主板上市交易。其中,2808万股作为国际发售超额配售权行使(可予重新分配及超额配售权行使与否而定),余下312万股作为香港公开发售(可予重新分配)。发售价为每股21.50港元,假设超额配售权未获行使,经扣除估计包销佣金、手续费及费用后,预计全球发售所得款项净额约为5.673亿港元。

记者获悉,快狗打车已与奇瑞商用车(安徽)有限公司(以下简称“奇瑞商用”)及广发全球资本有限公司(以下简称“广发资本”)订立基石投资协议。奇瑞商用及广发资本已同意在若干条件的规定下,按发售价认购或促使其指定实体认购总金额约6350万美元可购买的发售股份数目。其中,奇瑞商用认购5000万美元,广发资本认购1350万美元。

对此,公司一位相关负责人对《证券日报》记者表示:“基石投资有助于提升上市公司形象,说明机构投资者对快狗打车的业务及发展前景充满信心。”

业务拟扩展至100个地级市

招股书显示,快狗打车业务覆盖中国内地、中国香港、新加坡、韩国、印度等五个亚洲国家及地区共340多个城市。公司拥有并经营两个品牌:一个是在中国内地运营的快狗打车,是一个拉货的打车平台;另一个是在亚洲其他国家和地区运营的GOGOX,主营业务包括平台服务、企业服务及增值服务。

据上述负责人介绍,快狗打车此次募集资金将用于以下几个方面:40%用于扩大公司的用户基础及增加品牌知名度;20%用于开发新服务及产品,以增强公司变现能力;20%用于在海外市场寻求战略联盟、投资及收购,这与公司的业务互补,且与公司发展战略一致;10%用于提升技术能力,增强研发能力,包括用于升级讯息及技术系统以及从第三方服务供货商采购先进技术;10%用于营运资金及一般公司用途。

虽然快狗打车归母净利润一直处于亏损状态,但2018年至2021年的收入分别为4.531亿元、5.485亿元、5.304亿元、6.609亿元,处于稳步增长中;同期,公司毛利分别为1.044亿元、1.731亿元、1.834亿元、2.417亿元,毛利率分别为23%、31.6%、34.6%、36.6%。

快狗打车CEO何松表示:“过去几年,我们没有加入行业补贴大战,因为B端客户更注重的是平台服务本身,不会受到补贴的影响。在客户忠诚度提高后,公司的收入和毛利率还会持续提升,我们会把毛利率控制在一个合理的水平上。”

何松称:“中国内地有300多个地级市,但公司业务渗透率较高的城市仍集中在一二线城市。公司下一步将把业务模式从一二线城市复制到至少100个地级市,为公司提供持续增长的动力。”此外,快狗打车还计划通过战略合作、投资和收购等方式开拓亚太地区其他潜在市场。“在东南亚地区,同城物流的市场潜力巨大,公司将利用东南亚的增长潜力扩大公司的国际版图。”何松表示。

企业客户3年增加一倍多

“货运产业是一座城市的‘毛细血管’,市场很大,但行业内同质化严重,竞争门槛较低。如何提升服务质量、杀出低价竞争重围,是货运平台和货运企业首要考虑的问题。”海通证券一位行业分析师对《证券日报》记者表示。

何松介绍称:“目前占公司收入大头的还是大企业客户,但平台一般都会先从C端和B端的小客户切入,建立起品牌、服务和足够运力,然后再向大企业的即时订单以及计划用车领域进行渗透。未来,大企业客户在业务结构中占比会越来越高。但这并不意味着会放弃C端和小B端的客户。先服务好他们,同时利用运力的双轮驱动来服务大企业客户,反过来再进一步通过运力的提升来服务C端和小B端的客户,形成一个良性循环。”

上述行业分析师表示:“货运平台注重大客户,可以优化公司的成本结构。服务好B端,可以带来运力提升;有了运力后,再推出针对C端的服务,由此可形成‘飞轮效应’。”

快狗打车有服务企业客户的丰富经验,因此在竞争中脱颖而出。据悉,面向具有经常性物流需求的企业客户,包括超市、餐厅、建材供货商、家具零售商、社区团购平台、电子商务平台及政府组织等,快狗打车可以通过提供定制物流方案,满足各行各业对物流配套不断变化的需求,提高企业客户的黏性及满意度。招股书显示,公司累计企业客户已从2018年12月31日的16000家,上升至2021年12月31日的39000家,3年增加一倍多,涵盖中小企业及大型企业。

“快狗打车未来会继续专注于深挖企业客户,增加企业服务的收入贡献,并进一步挖掘社交电子商务及社区团购服务等新兴行业企业客户的物流需求,提供更加多元化的服务,包括冷链运输、特殊运输及逆向物流。”何松表示。