

风险警示股扎堆触及面值退市 劣质公司加速出清

■本报记者 李勇

全面注册制下,市场优胜劣汰效应不断凸显。近期又有多家公司因股票收盘价持续低于1元而触及面值退市指标。

6月20日,*ST海投披露公告称,公司收到深交所下发的《事先告知书》,截至6月13日收盘,公司股票收盘价已连续20个交易日均低于1元。深交所决定终止公司股票上市交易。

《证券日报》记者以投资者身份致电*ST海投,对于公司收到《事先告知书》后是否会申请听证或者提出书面陈述和申辩,*ST海投相关负责人表示,暂时还没有了解到相关信息。若公司申请听证或提出书面陈述和申辩,将会披露相关信息,具体情况以公告为准。

据同花顺iFinD数据统计,今年以来,A股市场已有超20家公司触及面值退市,这一数量较往年大幅增加。其中,已有8家公司被摘牌,9家公司收到交易所下发的《事先告知书》。

“全面注册制及严监管的大背景下,上市公司‘壳’资源不断贬值,‘炒壳’行为得到有效遏制。部分公司股价连续下跌并持续低于1元,触及面值退市,这既是市场对其基本面的真实反映,也是投资者基于公司价值理性交易的结果。”新热点财富创始人李鹏岩在接受《证券日报》记者采访时表示,“面值退市公司数量的增多,是退市机制常态化、市场化化的一个表现,

今年以来

A股市场已有超20家公司触及面值退市
这一数量较往年大幅增加

其中

已有8家公司被摘牌
9家公司收到交易所下发的《事先告知书》



魏健琪/制图

也是投资者‘用脚投票’的必然结果,市场优胜劣汰效应正不断凸显。”

此外,记者注意到,上述年内触及面值退市的上市公司,均为风险警示类公司。

有不愿具名的市场投顾人士告诉《证券日报》记者,“风险警示包括退市风险警示和其他风险警示两大类,也就是平时所说的*ST和ST。面值退市公司基本都出自风险警示板块,是因

为其普遍存在较高的持续经营风险或规范运作风险,这也导致了其业绩的下滑和股价的下跌。”

公开信息显示,触及面值退市指标的公司,除了基本面恶化,一般还都存在多项违规情形。以*ST海投为例,公司曾因违规向关联方提供资金、未按规定披露关联担保等问题被交易所给予纪律处分,被证监会行政处罚。

“优质的企业受追捧,劣质的企业受冷落。全面注册制下,市场格局已经悄然变化。面值退市公司的增多,也是投资者意志的充分表达。”前述市场投顾人士认为,退市制度是资本市场重要的基础性制度,“有进有出、优胜劣汰”有助于维护市场的良好生态。随着人们投资理念的不断成熟,部分“绩差”公司将逐渐被边缘化,面值退市也将加速劣质公司的进一步出清。

“粽子经济”持续升温： 跨界新玩家纷纷入局 个性化将成未来趋势

■本报记者 吴奕莹 王君

端午节将至,“粽子经济”持续升温。《证券日报》记者近日走访各大商超发现,市场上的粽子产品不断推陈出新,在口味、包装、价格上也越来越“卷”。“现在消费者的选择很多,粽子口味非常丰富,价格也越来越实在了,百元以下的粽子礼盒很多。”一位超市的工作人员向记者表示。

而市场的火热也吸引了不少新玩家入局,包括中式烘焙食品品牌锦华礼、知味观、茶饮品牌奈雪的茶、喜茶等纷纷跨界推出粽子产品。

为何众多餐饮、消费品企业扎堆入局粽子市场?

农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅对《证券日报》记者表示,“国内的粽子细分市场尚未建立起较高的壁垒,行业内大型企业较少,市场竞争充分。同时,粽子具有市场门槛低、需求

量大等特点,相关企业看到了潜力,于是纷纷布局粽子市场。”

Co-Found智库秘书长张新原在接受记者采访时表示:“毛利率较高或许也是粽子行业吸引各企业布局的理由之一。”从相关上市公司披露的情况看,近几年粽子行业平均毛利率水平约在40%。例如,传统粽子巨头五芳斋2022年粽子系列产品毛利率为41.30%。

事实上,现阶段粽子正逐步实现周年生产和全年消费。安徽省劳动学会常务理事汪张明在接受记者采访时表示:“常年销售加上冷藏保鲜技术提升,以及行业内众多企业多年的营销推广和特殊场景促销展示,使得粽子赢得了大众消费市场。粽子方便、快捷、多品种的特点在近两年被发挥到了极致,满足了不同消费者的需求,可以说粽子正从时令型产品、礼品演变成快消品,预计未来粽子市场将持续延伸。”

五芳斋曾表示,2021年中国粽子市场规模约为84亿元,2024年市场规模有望超百亿元,其间复合增速预计达到7%。据相关市场调研人士称:“目前粽子行业还是由五芳斋等传统品牌占据主要市场,但可以预见,未来粽子市场的竞争会更加激烈。”

与此同时,生鲜电商平台也欲借势端午节提振销售业绩。

“今年在粽子中融入紫米、芋泥、爆珠、青稞等众多网红元素。让传统美食更适应当下潮流,是盒马的创新密码。”盒马预制菜部门采购张雨敏表示。

叮咚买菜更是早在今年春节后便开始规划端午节粽子相关产品,不仅覆盖五芳斋、诸老大等老字号,还开发了叮咚自有品牌“蔡长青”。叮咚买菜相关负责人告诉《证券日报》记者,今年端午节,叮咚买菜一共上线了16种相关产品,厂牌和自有品牌

的比例基本持平。粽子类相关商品以满足家庭即食场景的小包装为主,临近端午,礼盒类粽子的销量同比增长明显。就销量来看,今年端午节粽子的销量远超过去两年,年复合增长率超过80%。

在新老企业入局推新的背景下,未来粽子市场格局会发生怎样的变化?传统老牌粽子企业能一直保持竞争力吗?

对此,袁帅表示:“传统品牌的口碑和忠诚度是优势所在,但未来粽子市场格局会更加多元化,传统老牌企业需要不断创新,提高产品质量和服务水平,才能保持自身的竞争力。新兴品牌则需要加强宣传和产品研发,提高自身的品牌知名度和影响力。”

张新原也认为,未来,粽子市场将更加个性化,消费者对于品质、口味和包装的要求会不断提高,因此,提质和创新将是所有企业的竞争核心。

端午档新片预售总票房超5600万元 动画电影或延续火热表现

■本报记者 李豪悦

据灯塔专业版实时数据,截至6月20日17时40分,2023年端午档新片预售总票房(含点映)达到5631.7万元,共计有15部影片将在端午档展开竞争,其中《消失的她》《我爱你!》《八角笼中》分列票房预售榜前三位。

灯塔专业版数据分析师陈晋向《证券日报》记者表示,灯塔数据库显示,2014年-2016年端午档大盘票房快速上升,直至2019年稳定在7亿元-9亿元,最高纪录为2018年的9.12亿元。从目前预售状况看,今年端午档与2016年-2019年相当,期待今年端午档电影市场能有良好的复苏。

业内对端午档预售冠军《消失的她》寄予厚望。映前媒体票房预测,该电影最终票房在7.5亿元至9.8亿元区间。

官方信息显示,《消失的她》由北京壹同传奇影视文化有限公司(下称“壹同传奇”)、上海淘票票影

视文化有限公司出品,发行方包括北京阿里巴巴影业文化有限公司。其中,壹同传奇由陈思诚持股5.88%,最终受益股份38.118%。同时,《消失的她》由陈思诚监制。

灯塔数据显示,截至6月20日17时40分,《消失的她》预售票房已达2653.5万元,打破过去三年端午档影片预售票房纪录。

综合来看,2023年端午档影片涵盖悬疑、犯罪、剧情、爱情、家庭、动画等多种类型,其中,更有7部动画电影扎堆端午档。

对此,陈晋表示,一方面,今年动画片迎来爆发,2023年动画电影累计票房已突破48.3亿元,超过了2022年全年动画片总票房;另一方面,大档期动画是观影刚需,今年春节档《熊出没》系列新作收获14.95亿元票房,目前仍然排在2023年全年票房前三名,随着学生放暑假,期待后续上映的动画片《长安三万里》《超级飞侠:乐迪加速》等能够延续此前的火热表现。

全国中成药集采信息公开大会今日召开 专家称行业将加速洗牌

■本报记者 张安

近日,湖北省医药价格和招标采购管理服务网发布的《全国中成药联盟采购公告(第3号)》(以下简称《公告》)提到,全国中成药采购联盟集中带量采购信息公开大会将于6月21日在湖北省武汉市东湖国际会议中心召开。每家企业仅允许1人进入当天上午的申报信息公开会议现场和下午的议价现场。

根据《公告》及相关文件显示,此次全国中成药集采覆盖30个省级行政单位,参与申报企业96家,涉及16个采购组,42个药品种类,共有296款药品。

从综合得分的计算规则来看,除了价格竞争外,此次还新增技术评价得分项目,占综合得分的40%。技术得分的部分,由医疗机构认可度、企业排名、创新能力、药材品质、供应保障、医药价格和招标采购信用评价、质量安全等因素综合计算。

其中,供应保障、医药价格和招标采购信用评价、质量安全领域采用倒扣分方式计入。根据公开信息,目前有福建吉田药业有限公司等14家公司被扣分。

对此,海南博鳌医疗科技有限公司总经理邓之东向《证券日报》记者

表示,相关企业可以继续参与集采,但其需要付出更大努力来提升自身的招采信用评价。事实上,评价是动态的,如果企业能够不断改进产品质量、管理水平和市场营销,其招采评价将会逐渐提高。

东高科技首席行业研究员秦亮向《证券日报》记者表示,长远来看,中成药集采弥补了整个中医药行业在质量评价体系方面的短板,对中医药行业的规范化、高质量发展具有深远影响。集采常态化下,中药企业的利润空间势必会被压缩,但同时也将促进中药企业认识到创新的重要性,进一步加大研发投入。

“中药企业积极参与集采可通过规模化采购,降低原材料采购和生产成本;增加市场份额,获得更多的销售机会;获得更多的市场关注,提高品牌知名度。”邓之东进一步表示,“从行业角度看,全国中成药集采可以稳定市场价格,促进提高产品质量;促进行业洗牌,加速行业规范化、专业化发展;带动行业技术升级,进一步提高行业的整体技术水平。此次将有一些药品出现超过10家企业同台竞争的局面,激烈的竞争将导致中标价格降低,销量提升,加速企业转型升级,有利于行业高质量发展。”

中国奥园或将补发3份财报 复牌之路迈出关键一步?

■本报记者 王丽新
见习记者 陈潇

自去年4月1日宣布停牌后,中国奥园的复牌之路或迈出关键一步。6月19日晚间,H股上市公司中国奥园公告称,公司将于6月30日举行董事会会议,以便考虑及批准公司2021年度业绩报告、2022年中报、2022年度业绩报告及其发布。

对此,多位业内人士向《证券日报》记者表示,若能成功补发财报,将会成为中国奥园完成复牌指引的关键举措。同时,投资者和市场借此也能更全面地了解企业的财务状况,对于恢复投资者信心、重建市场信任具有重要意义。

为完成复牌指引动作,今年以来,中国奥园积极尝试化债举措,相关进展也为财报的披露提供了有利条件。6月12日,中国奥园披露了境外债务重组进展。截至当日,公司已与绝大多数境外主要债权人签订中期债务暂缓协议,涉及金额共计近40亿美元。

对此,中国奥园称,建议暂缓偿还债务安排,将为集团与主要境外债权人就全面重组条款的磋商提供一个稳定的平台。

“更多的债权人加入债务重组协议,意味着全面完成债务重组又进了一步,对于公司恢复正常经营有积极帮助。”中指研究院企业研究总监刘水向《证券日报》记者表示,不过,根据香港交易所复牌指引内容,只有补发财务报告、债务重组取

得明显进展,并证明遵守相关上市规则,完成复牌指引动作的公司才可能会复牌。

值得一提的是,在推动债务重组的同时,中国奥园还在积极引入“白武士”、盘活项目、加强交付销售等,以保证公司的正常经营。6月2日,公司在北京与实力央企中金建设、国测集团签署全面战略合作协议,全面推进广州旧改项目的全面合作,以及多领域涉及纵深层面的合作。

值得注意的是,按照港交所规定,停牌时间超过18个月将面临摘牌。这意味着,中国奥园完成复牌指引已步入倒计时,企业需非常重视,披露财报将是其复牌路上迈出的重要一步。

“当下最重要的是,一方面要保证财报的披露,避免摘牌;另一方面要以保交房为目标,积极修复基本盘,促进销售去化及现金回笼,恢复自身的‘造血能力’。”同策研究院高级研究员陈舒向《证券日报》记者表示,当下,公司需加紧推进相关进程。

“若能成功复牌,将对公司的生产经营,对金融机构、业主、股东等产生提振信心作用。”中国奥园相关负责人表示,公司有信心实现境内外债务重组和成功复牌的目标,完成保交付、保交楼使命,引领企业恢复到正常经营状态。

提高资产规模发挥协同效应 皖通高速拟36.66亿元收购六武公司100%股权

■本报记者 刘钊

6月20日晚间,皖通高速发布公告称,公司拟通过发行股份及支付现金的方式,购买控股股东安徽交控集团所持有的安徽省六武高速公路有限公司(以下简称“六武公司”)100%股权,交易价格为36.66亿元。

皖通高速表示:“通过本次交易收购六武公司100%股权,有利于增加控股的高速公路项目,进一步提高公司资产规模、发挥协同效应和规模效应。与此同时,六武高速的注入亦能够与公司现有路网形成路网效应,延长公司下属路产平均收费年限和整体运营期限,有效提升公司可持续发展能力。”

多方筹措资金

根据公告,皖通高速将通过发行股份及支付现金相结合的方式向交易对方支付标的资产的交易对价。其中,85%的交易对价由公司发行股份的方式支付,15%的交易对价由公司现金支付。

在发行股份部分,按照本次重组股份发行价格6.64元/股向安徽交控

集团支付股份对价31.16亿元,对应公司向交易对方发行股份数量合计为4.69亿股。安徽交控集团对公司的持股比例将由31.63%上升至46.71%。由于本次交易触发《上市公司收购管理办法》规定的要约收购义务,安徽交控集团已承诺其在本次重组中取得的上市公司股份,自新增股份发行结束之日起36个月内不以任何方式进行转让。

在支付现金部分,皖通高速拟采用询价方式向不超过35名特定投资者发行股份募集配套资金。本次募集配套资金总额为不超过14.66亿元,不超过本次重组交易对价的40%,且发行股份数量不超过本次交易前上市公司总股本的30%。本次募款款项中5.50亿元用于支付本次重组现金对价,占比37.50%;9.17亿元用于补充流动资金和偿还债务,占比62.5%。

北京博星证券投资顾问有限公司研究所所长、首席投资顾问邢星告诉《证券日报》记者:“此次收购对于皖通高速而言,是公司落实战略规划的重要一步。收购完成后将显著增强高速公路业务,提升公司核心竞争力以及综合治理水平,对主营业务的提升以及营收、利润的增长起到积极

作用。”

提升公司整体竞争力

对于高速公路上市公司而言,路产资源至关重要。皖通高速拥有合宁高速公路(G40沪陕高速合宁段)、205国道天长段新线、高界高速公路(G50沪渝高速高界段)等位于安徽省内的收费公路全部或部分权益。截至目前,皖通高速营收的主要来源仍然是通行费收入,而随着公司主要路产逐渐进入成熟期,公司通行费收入增速放缓,净资产规模已趋于稳定。

与此同时,一方面,新建路产面临较长的车流量和通行费收入培育期,改扩建现有路产在短期内也会对公司车流量和通行费收入造成影响;另一方面,优质的高速公路路产稀缺性强,因此公司需要积极寻找优质高速公路路产,通过并购重组进一步提高资产规模,发挥协同效应和规模效应。

本次交易标的六武公司成立于2022年12月份,系安徽交控集团全资子公司。六武公司通过持有的六武高速为过往车辆提供通行服务,并按照行业监管部门制定的收费标准对过往车辆收取车辆通行费。六武高速是国家高速公路网G42沪蓉高速的重要组成部分

分,六武高速收费里程92.7公里。根据安徽省政府批复,六安至武汉高速安徽段收费经营期限为30年,即从2009年12月28日至2039年12月27日。

数据显示,2021年、2022年和2023年1月份至2月份,六武高速通行费收入分别为5.60亿元、5.24亿元和0.95亿元,日均断面车流量为1.62万辆、1.61万辆和1.48万辆。

具体来看,本次交易完成后,皖通高速将进一步增加收费里程92.7公里,有利于延长上市公司所持有的道路资产的平均收费期限,并形成路网效应,且随着六武高速未来盈利的持续释放,长期将有助于提升上市公司业绩表现,对于提升公司整体竞争力、增强公司持续经营能力具有重要意义。

IPG中国首席经济学家柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示:“作为高速公路上市公司,控股较多的公路项目,并且在项目收费年限、收费水平、路网结构之间形成合理和优化的搭配,对于提升公司业绩和可持续发展能力非常重要。而此次皖通高速的项目收购,无论是从增加公司资产规模、提升收益水平,还是优化路网结构以形成协同效应的角度来看,都利好公司自身可持续发展。”