

# 打包出售“利润贡献主力” 威创股份被质疑交易必要性和定价公允性

■本报记者 李雯珊  
见习记者 解世豪

7月31日晚间，威创股份收到深交所关注函，问题集中在威创股份日前宣布的子公司股权转让计划上。此前的7月26日，威创股份曾发布公告称，拟向江苏宝力重工科技有限公司（下称“宝力重工”）转让公司所持有的北京红缨时代教育科技有限公司（下称“红缨时代”）、北京金色摇篮教育科技有限公司（下称“金色摇篮科技”）及常青藤智库（北京）教育科技有限公司（下称“常青藤”）三家全资子公司100%股权，交易价格为2.07亿元。

## 出售子公司目的存疑

为什么要转让上述三家公司100%股权成为交易所关注的焦点。资产评估报告显示，2022年全年，红缨时代实现净利润2354.73万元，金色摇篮科技实现净利润1053.83万元，常青藤则亏损1192.5万元。据年报显示，2022年威创股份的净利润仅为4192.3万元，其抛售亏损的常青藤还算合理，但将2022年合计贡献利润超八成的红缨时代和金色摇篮科技卖出，让人感到疑惑。威创股份证券部对《证券日报》记者表示：“目前因为政策原因，上市公司不能经营民办非企业，所以利润仅能够并表，我们无法使用资金。”

从标的公司价值来看，以收益

法评估结果1.26亿元和1.33亿元作为红缨时代和金色摇篮科技股东全部权益价值，较评估基准日2023年3月31日股东全部权益价值的增值率分别为87.19%和92.01%。以资产评估为基础评估，常青藤在评估基准日2023年3月31日的股东全部权益价值为-5840.35万元。

此外，截至2023年3月31日，常青藤对威创股份有其他应付款1.1亿元，宝力重工承诺将在标的公司工商变更手续完成前，及时协助标的公司处理应付公司的相关款项。这意味着，除交易款外，宝力重工对威创股份还将负有1.1亿元的债务。

对此，深交所要求公司结合交易标的主营业务、近三年经营情况及主要财务数据、相关资产评估报告及审计报告等，说明本次交易定价的公允性，公司将交易标的打包出售的原因及必要性，以及交易完成后是否将对公司正常业务开展产生影响。

## 接盘方是否有能力支付？

公开资料显示，宝力重工是一家钢结构工程承包商。截至2022年12月31日，宝力重工资产总额3.48亿元，净资产6754.39万元；2022年度实现营业收入1.24亿元，亏损220.04万元。家底貌似并不厚重的宝力重工要向威创股份支付交易款2.07亿元，同时还要帮助常青藤还完1.1亿元的应付账款，这引来深交所的关注。

罗瀚表示：“我们一直在寻找接



深交所要求威创股份结合宝力重工、交易标的主要财务数据、盈利能力、现金流情况、交易资金来源等，分析说明其支付股权转让款、协助常青藤还款的履约能力，公司已采取、拟采取的保障措施，并结合《股权转让协议》的生效条件及付款安排等，说明本次交易是否存在损害上市公司利益的情形。

罗瀚表示：“我们一直在寻找接

盘评估基准日2023年3月31日的股东全部权益价值为负，无法履行付款承诺的或有风险较高。

“从宝力重工所处行业和经营数据来看，其与威创股份不仅在行业协同性方面存在较大差异，且净利润仍在亏损中，要支付交易款项和还清债务存在一定的困难。”一位券商分析师对《证券日报》记者表示。

同时，比亚迪海外建厂也早已提上日程。2022年9月8日，比亚迪与WHA伟华集团大众有限公司签约，正式签署土地认购、建厂相关协议，标志着比亚迪全资投建的首个海外乘用车工厂正式在泰国落地，预计将于2024年开始运营，年产能约15万辆，生产的汽车将投放到泰国本土市场，同时辐射周边东盟国家及其他地区。

# 威创股份甩卖资产引发三大质疑

■谢岚

近日，深交所就转让资产事项向威创股份下发关注函，要求公司说明相关交易是否会损害上市公司利益。

此前，威创股份公告称，公司拟以2.07亿元向江苏宝力重工科技有限公司（下称“宝力重工”）转让北京红缨时代教育科技有限公司（下称“红缨时代”）、北京金色摇篮教育科技有限公司（下称“金色摇篮”）及常青藤智库（北京）教育科技有限公司（下称“常青藤”）三家全资子公司

100%股权。

值得关注的是，威创股份董事李昂对公司拟转让三家子公司股权的议案持反对意见。其中，鉴于常青藤截至今年3月末还对上市公司有其他应付款1.1亿元，虽然宝力重工承诺将在工商变更手续完成前，协助常青藤处理相关款项，但李昂认为常青藤评估基准日股东全部权益价值为负，无法履行付款承诺的风险较高。

此外，此次拟出售的另两家子公司红缨时代和金色摇篮2022年为威创股份贡献了超过80%的净利

润，从这一意义上可以说是公司的核心资产。同时，这两家公司系威创股份8年前以13.77亿元并购而得，对比此次交易价，买入卖出之间价格悬殊。

上市公司处置旗下资产是常规事项，但也一直是监管的重点关注事项。往前回溯，不乏有上市公司利用资产购进行利益输送、损害投资者利益，最终被监管机构“揪出来”。

而威创股份目前披露的信息看，公司此次资产处置无疑也引发了投资者的质疑：一是高买低卖，价格是否卖低了？二是处理了支撑公

司主要净利润的资产，后续经营咋办？三是处置过程中是否会引发财务风险？这一点已经由公司董事明确提出了质疑，而董事作为企业内部高管，显然掌握更多信息，其判断理应引起投资者重视和警惕。

威创股份有责任披露更多的信息，譬如详细说明交易标的还款的履约能力，交易标的定价的公允性，打包出售的原因和必要性，以及交易完成后是否会对上市公司业务展开产生影响等。

这些关键问题也正是此次深交所问询函的主要内容。事实上，在

明确相关资产处置“敏感”，且内部人士早已有所疑问的前提下，威创股份本来就应该自觉将这些信息披露的功课做在前头，而不是等到投资者纷纷质疑、监管机构“追问”之时，才不得不进行“作答”。

而此次深交所发出问询函后，威创股份能否对相关问题一一释疑，笔者也建议各方持续关注。



# 国创高新发布股价异动公告：已剥离房地产中介服务业务

■本报记者 李万晨晨

8月1日晚间，国创高新发布股价异动公告称，公司已于2023年6月份剥离房地产中介服务业务，公司不再持有深圳市云房网网络科技有限公司股权，不再涉及房地产中介服务业务。

截至8月1日收盘，国创高新已连收5个涨停。

国创高新董事会秘书彭雅超在接受《证券日报》记者采访时表示：“公司目前经营情况正常，内外部经营环境未发生重大变化。公司未发现前期披露的信息存在需要更正、补充之处。当前公司主营业务为改性沥青材料的生产及销售，未来公司将集中资

源聚焦新材料相关业务的布局。”

艾文策略首席投资官曹敏在接受《证券日报》记者采访时表示：“国创高新的股价上涨有可能是游资炒作，公司目前既没有任何地产相关业务，也没有其他重组等重大事项。市场借这波房地产相关政策进行炒作，未来市场风险大于机会，投资者要警惕风险，谨慎参与。”

值得注意的是，2022年，国创高新归母净利润亏损5.39亿元，其中，深圳云房网亏损金额为4.7亿元。此外，在2020年年报、2021年年报中，国创高新就分别对收购深圳云房网形成的商誉计提减值29.16亿元、3.03亿元。

5月18日晚间，国创高新发布公

告表示，拟将房地产中介服务业务相关子公司深圳云房网100%股权转让给公司的关联方。本次资产出售完成后，国创高新不再持有深圳云房网股权，深圳云房网不再纳入国创高新合并报表范围。6月12日，深圳云房网在深圳市市场监督管理局完成了股东变更登记，深圳云房网由国创高新变更为国创物业和国创恒源。变更完成后，公司不再持有深圳云房网股权。

彭雅超表示：“因公司房地产中介服务业务板块经营状况持续恶化，并出现持续大额亏损情况，对公司整体经营状况产生了严重的负面影响。因此，公司决定整体剥离房地产中介服务业务板块。”

随着地产中介业务的剥离，国创高新上半年的业绩也发生了积极变化。据国创高新发布的2023年上半年业绩预告显示，公司预计2023年1月份-6月份归属净利润亏损5500万元至8000万元。业绩变动原因为，公司房地产中介服务板块过渡期收入比上年同期大幅下降，亏损大幅减少；公司沥青板块业务收入与上年同期相比变化不大，但采购成本控制较好，毛利有所增加，亏损减少。

彭雅超表示，后期公司将重新聚焦新材料领域，充分整合公司在材料领域的资源优势，培养和尽快形成新的利润增长点。“目前公司正在重点推进磷石膏循环利用项目的产业化

进程。另外，公司还将加大与有关院校及科研机构在硅材料领域联合研发的力度，争取尽快取得突破性进展，积极推进项目落地。”

新材料研发方面，据国创高新5月29日公告，公司与武汉理工大学签署了《共建国创高新-武汉理工大学先进复合材料联合技术研究中心协议书》，决定共同建设“国创高新-武汉理工大学先进复合材料联合技术研究中心”。

展望下一阶段，彭雅超告诉记者：“公司以沥青业务为重点，强化企业技术和服务能力，持续提升供应链服务水平，继续深入推进与重点客户的战略合作，不断深化业务合作的深度与广度，推进磷石膏循环利用项目的产业化

# 新项目产能持续释放 惠城环保上半年净利同比大增1921.44%

■本报记者 刘钊

8月1日晚间，惠城环保发布2023年半年报，报告期内，公司实现营业收入5.06亿元，同比增长251.11%；实现归母净利润0.86亿元，同比增长1921.44%。

对于业绩大幅增长的原因，惠城环保表示：“新项目产能的持续释放，使得公司2023年半年度业绩较上年同期有较大增幅。”具体来看，公司4万吨/年FCC（石油催化裂化）催化新材料项目（一阶段）于2023年2月份正式投产，公司催化剂、分子筛、助剂产能均大幅增加；3

万吨/年FCC催化装置固体废物再生及利用项目于2023年4月份正式投产，公司的废催化剂处理处置能力得到大幅提升；石油焦制灰渣综合利用项目于2022年12月投入运行，本报告期POX（石油焦制氢）装置灰渣处理处置服务费及资源化产品销售收入大幅增加。

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：“惠城环保新项目产能的释放，对公司未来进一步壮大业务规模具有重大意义，上半年业绩大增也反映出新项目的市场销路正在打开。在环保政策趋严的

大背景下，公司未来收益有望更加可观，经营能力、盈利能力都将得到有效提升。”

公开资料显示，惠城环保是一家为炼油企业提供废催化剂处理处置的企业，公司通过自主研发的核心技术，实现对废催化剂的循环利用，相对于其他危废处置企业传统的填埋处置方式，公司依据废催化剂的污染程度、结构破坏程度等指标鉴别分类，经过物理分离、化学处理等过程，对废催化剂进行完全资源化处置，不会对环境造成二次污染。

当前，废塑料污染为全球痛点。据中石化数据显示，仅中国废塑料存

量便逾10亿吨，全球远超60亿吨，同时每年塑料仍有近4亿吨产量且该数据还在增长。废塑料处置问题需求迫切，市场非常广阔。惠城环保在揭阳市布局的20万吨/年混合废塑料资源化综合利用示范项目，公司的技术较好地解决了废塑料化学回收的相关痛点，若项目进展顺利将是全球首套混合废塑料高效化学回收装置。

海通国际分析师庄怀超分析认为，公司FCC催化剂市场前景广阔，相关业绩有很大提升空间。此外，公司高硫石油焦制灰渣综合利用技术效益显现。目前，公司在研的

混合废塑料深度裂解制化工原料技术取得了突破性进展，该技术的实现将大幅减少前端石化原料生产塑料及后端塑料焚烧带来的二氧化碳排放，真正实现了低值资源的高值绿色循环。

国联证券化工行业首席分析师柴沁虎认为，目前公司混合废塑料深度裂解产业化项目正在推进，若项目进展顺利将是全球首套混合废塑料高效化学回收装置；石油焦制氢灰渣综合利用项目，也有望进一步利用POX灰渣处置后的废盐资源，从中提取钒、镍等金属资源，进一步扩大项目效益。

## 比亚迪前7个月新能源车销量 同比增88.81% 出海进一步提速

■本报记者 李昱丞

8月1日晚间，比亚迪公布产销快报称，7月份销售新能源汽车262161辆，同比增长61.30%；1月份-7月份销售新能源汽车1517798辆，同比增长88.81%，完成了年度300万辆销售目标的一半。

此外，比亚迪7月份的海外销售增速尤其亮眼，销售新能源乘用车合计18169辆，超越2月份海外月销15002辆的高点，环比增速达到72.45%，较去年同期增长351.29%。累计来看，1月份-7月份比亚迪在海外销售92458辆。

海外销量快速提升的背后，是比亚迪不断推动新能源汽车出海。截至目前，比亚迪新能源乘用车已进入日本、德国、澳大利亚、巴西等53个国家和地区，并且部分车型在海外取得阶段性成功。

例如，BYD ATTO 3（元PLUS）作为比亚迪首款全球车型，今年已连续五个月获得泰国纯电汽车销量冠军，在新西兰和新加坡获得1月份-5月份累计纯电汽车销量第一。在以色列，该车型至今已连续七个月荣获全系单车型销量冠军。

“比亚迪在拓展海外市场方面会加大力度。”比亚迪董事长王传福此前在2022年年度股东大会上表示，目前比亚迪出海的主要车型是BYD ATTO 3，公司还在推进海豹等更多车型出口，相信随着车型的增加，公司海外出口月度销量将不止1万辆。

今年下半年以来，比亚迪在乘用车出海方面动作频频。7月份，比亚迪在厄瓜多尔瓜亚基尔车展首次亮相全新车型唐EV。7月12日，比亚迪在智利召开比亚迪品牌发布会暨新车上市发布会，面向智利市场正式推出纯电车型海豹。7月13日，比亚迪在摩洛哥举行品牌发布会暨新车上市发布会，面向摩洛哥市场正式推出三款全新纯电车型——汉EV、唐EV和BYD ATTO 3。

同时，比亚迪海外建厂也早已提上日程。2022年9月8日，比亚迪与WHA伟华集团大众有限公司签约，正式签署土地认购、建厂相关协议，标志着比亚迪全资投建的首个海外乘用车工厂正式在泰国落地，预计将于2024年开始运营，年产能约15万辆，生产的汽车将投放到泰国本土市场，同时辐射周边东盟国家及其他地区。

今年7月初，比亚迪与巴西巴伊亚州政府共同宣布，双方将在卡马萨里市设立由三座工厂组成的大型生产基地综合体，分别为一座主营电动客车和卡车底盘的生产工厂、一座新能源乘用车整车生产工厂以及一座专门从事磷酸铁锂电池材料的加工工厂，总投资额达30亿美元（折合人民币约45亿元），进一步推动比亚迪的全球化进程。

“从全球看，新能源汽车处于蓝海市场，中国电动汽车厂商尤其像比亚迪这样的大公司，品牌影响力渐强，正逐步开拓国际市场。”北京社科院研究员王鹏在接受《证券日报》记者采访时表示。

此前中汽协发布的数据显示，2023年上半年中国新能源汽车出口53.4万辆，同比增长1.6倍。另外据海关总署数据显示，2023年上半年，全国汽车商品出口金额999.7亿美元，同比增长41.7%。

## 芒果TV与淘宝天猫88VIP达成合作 进一步带动用户增长

■本报记者 何文英

在淘宝天猫88VIP即将迎来五周年之际，有部分用户发现88VIP权益页面显示，视频权益增加了芒果TV会员专享选项。据悉，这是淘宝天猫独立运营后，88VIP首次与阿里生态以外的平台进行权益合作。

芒果TV相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示：“88VIP用户选择兑换芒果TV会员后，将在88VIP有效期内享受芒果会员身份及相关权益，包括芒果的独家综艺、影视剧等，以及节目录制体验、会员专属线下活动等。”

据了解，芒果TV会员全年可享受购物、出行、生活、文娱等多个品类超200项商品福利和折扣，领取湖南广电旗下内容电商平台小芒App优惠券，享受芒果TV实景娱乐MCITY线下门店优惠等，还将有机会前往《去有风的地方》《全员加速中2023》拍摄地参与线下活动，与嘉宾互动。

根据QM数据显示，芒果TV移动端月活已达2.55亿户，稳居长视频行业前三，会员体量在6000万户左右，以年轻女性为主，与88VIP用户属性较为契合。

一位长期跟踪芒果超媒的券商分析师对《证券日报》记者表示，芒果独特的内容生态或是其与88VIP达成合作的重要原因。湖南卫视、芒果TV组成的双平台以48个综艺自制团队、29个影视剧自制团队与34个新芒计划战略工作室构成国内规模最大的专业内容生产基地。

上述分析师认为，淘宝与芒果此次合作将丰富88VIP权益，共同促进88VIP年轻用户进一步增长与扩大，为芒果TV带来更多淘宝体系的优质用户。