

ST长康陷巨额资金占用及违规担保泥潭 三名独立董事联合“亮剑”发督促函

■本报记者 曹卫新

针对公司巨额资金被占用及违规担保问题,ST长康三名独立董事向公司及关联方“亮剑”。

5月17日,ST长康发布公告称,公司于近日收到张哲清、舒知堂、夏亲华三名独立董事共同向公司提交的《督促函》。三名独立董事就控股股东及其关联方非经营性占用资金问题,提醒公司及控股股东妥善解决,并要求公司督促相关方积极筹措资金尽快偿还占用资金,以消除对公司的不利影响。

此外,就公司违规担保问题,三名独立董事立即停止此类行为,并依法依规进行清理和纠正,同时对相关责任人进行追责,确保公司对外担保行为的合法合规性。

“近期控股股东偿还了1.4亿元占用资金,公司正在积极推进剩余占用的追偿工作。后续在年报问询函回复公告中我们也会对资金占用的进展情况做出相关披露。”ST长康证券部工作人员对

《证券日报》记者表示。

控股股东巨额资金占用

今年4月30日,ST长康突然曝出公司2023年度及2024年前4个月存在巨额资金占用及违规担保问题。

依据公司当日披露的2023年年报,截至2023年12月31日,控股股东长江润发集团有限公司(以下简称“长江润发集团”)通过资金划转形成对上市公司的非经营性资金占用余额为2.92亿元;通过融资租赁业务形成非经营性资金占用余额3105.03万元;通过贴现商业承兑汇票形成非经营性资金占用13.19亿元。截至2023年12月31日,长江润发集团及其关联方非经营性资金占用余额合计16.42亿元。对于控股股东非经营性资金占用情况的原因,ST长康在公告中表示“因为缺乏营运资金”。

数据显示,截至2023年年度审计报告出具日(2024年4月30日),控股股东及关联方非经营性资金

占用余额为36.25亿元。这意味着,2024年前4个月,控股股东及关联方就新增19.83亿元对上市公司的非经营性资金占用。

此外,一同曝光的还有违规担保事项。年报显示,2023年12月26日,吉林省汉合实业有限公司向公司控股股东长江润发集团开具电子银行承兑汇票,票面金额5亿元,承兑期限为6个月。ST长康子公司长江润发(张家港)机械有限公司以其持有的吉林银行5亿元3年期定期存单为上述银行承兑汇票的开具提供质押担保,该质押担保事项未履行审批手续。

相关事项曝光后,ST长康股价一落千丈。5月6日至5月17日,公司股票连续10个交易日跌停,累计跌幅达39.79%。截至5月17日收盘,ST长康已跌至1.71元/股。

“上市公司对外担保和关联交易必须严格遵循法定程序,及时对外履行信息披露义务。上市公司违规担保和资金占用发生时,如果发生的金额达到规定的信息披露标准,作为信息披露义务人,公司需要在交易发生后两

个交易日之内对外披露。如果未按规定履行信披义务,将构成虚假陈述。”上海明伦律师事务所王智斌律师在接受《证券日报》记者采访时表示。

多方敦促尽快妥善解决问题

纠正资金占用乱象,监管部门重拳出击。5月11日,ST长康发布公告称,公司于5月10日收到江苏证监局下发的责令改正措施。江苏证监局就公司控股股东长江润发集团及其关联方非经营性占用资金问题采取责令改正的行政监管措施,并记入证券期货市场诚信档案。要求ST长康立即采取积极措施,督促长江润发集团及其关联方限期归还被占用的资金,维护上市公司和中小股东的利益;要求长江润发集团及其关联方应积极筹措偿还占用ST长康的资金。

5月10日,深交所同步下发关注函,要求公司高度重视,严格按照责令改正措施要求督促长江润发集团在规定期限内归还被占用的资金,切实整改到位,维护上市

公司及中小股东利益。同时要求长江润发集团切实履行主体责任,积极偿还占款。

若公司未能按照责令改正要求在六个月内清收被占用资金,深交所将对公司股票实施停牌,停牌后两个月内仍未完成整改的,深交所将对公司股票交易实施退市风险警示,此后两个月内仍未完成整改的,深交所将决定终止公司股票上市交易。

除监管督促外,三名独董在督促函中表示:“在发函后,我们将采取隔周或不定期到公司经营场所对上述问题整改的落实情况进行督促和检查,以确保公司治理水平得以有效改善,切实控制公司风险。同时,我们也期待公司能够在短期内对上述事项的整改取得实质性成效,以实际行动回应市场和投资者的关切。”

“独立董事向公司发督促函,是违规事项发生后,对相关善后工作的一个督促。至于违规事项发生时,独立董事有没有履行相应的勤勉尽责义务,目前不好做出判断。”王智斌表示。

车载显示市场创新应用层出不穷 面板企业“变身”车企直接供应商

■本报记者 丁蓉

车载显示市场的创新应用层出不穷。5月17日,《证券日报》记者走访多家新能源车门店看到,中控台三联屏、抬头显示等已经搭载在一些高端车型上。“从市场反应来看,这些新型显示技术的应用,因大幅提升了科技感和客户青睐。”某车企销售人员向记者表示。

“车载显示在整个智能座舱中的重要性不断凸显,是汽车电动化、智能化发展过程中的一个重要趋势。”帆帆海岸机构首席顾问、资深产业经济观察家梁振鹏向《证券日报》记者表示。

而随着车载显示走向大屏化、多屏化、高端化,车载显示供应链框架也在悄然发生变化。

据了解,在过去的车载显示供应链框架中,位于供应链下游的整车厂商,向一级供应商提出需求,再由一级供应商将这些需求向模组厂商、面板厂商层传导。面板厂商负责生产制造,却很少与整车厂商直接衔接。

不过,随着车载显示屏幕采购量的大幅增加,以及车载显示创新需求的释放,传统供应链框架下,往往出现沟通效率低下、规格达不到车厂要求等问题。在此背景下,为了提升效率,整车厂商与面板厂商逐步建立起更加直接的合作。产业链上游的面板企业逐步向下游延伸,“变身”为车企的直接供货商。

“过去面板企业通过一级供应商居中沟通产生的效益越来越低,因此,众多车企、整车厂与面板厂商开始直接沟通合作,以满足产品规格要求和创新需求。”TrendForce集邦咨询分析师范博毓在接受《证券日报》记者采访时表示。

车载显示市场空间巨大。天风证券研报表示,预计到2025年,中国车载显示市场规模将达1100亿元左右。目前来看,面板赛道上市公司正加紧发展机遇,推动车载显示业务向纵深发展。

京东方精电作为京东方A旗下的车载显示模组和系统运营平台,为客户提供车载显示总成及智慧车载显示系统。国金证券研报表示:“公司作为车载显示器件龙头,未来有望逐步转型系统集成商。面板行业是显示产业链中技术壁垒、资金壁垒最高的环节,看好面板厂商逐步向下游延伸。”

芯瑞达的车载显示终端战略布局也已落地。据悉,芯瑞达参与投资设立安徽瑞龙汽车电子有限公司,致力于高算力芯片下的汽车智能化方案服务,主要产品为域控制器,其在主机厂商的项目或产品定点,有助于提升公司车载显示终端的供应链级次。

TCL科技高级副总裁赵军向记者表示:“车载业务是TCL华星战略增长点,过去几年,公司车载业务经历了高速发展,预计未来几年有望保持非常高的增速。”

深天马A在接受调研时也表示,公司看好车载显示市场,将车载显示作为公司的战略核心业务之一。2024年,公司将推动低温多晶硅车载业务加速发展,同时重点推进面向全球头部整车厂的汽车电子业务,实现业务规模快速提升,驱动车载显示业务的快速发展。

碧桂园清盘呈请聆讯延期至6月11日

■本报记者 张敏
见习记者 陈潇

5月17日,碧桂园在港交所发布公告称,香港特别行政区高等法院判令将呈请聆讯延期至6月11日。

往前回溯,碧桂园被呈请人Ever Credit Limited(建滔集团)于2月27日向香港特别行政区高等法院提出清盘呈请,内容有关呈请人(贷款人)与碧桂园(借款人)之间本金约16亿港元的未支付定期贷款及应计利息。

彼时,香港特别行政区高等法院将呈请的首次聆讯日期定为5月17日。碧桂园亦曾表示,公司将极力反对呈请,呈请的提出不代表呈请人能成功对公司进行清盘。

此前,接近碧桂园方面人士曾向《证券日报》记者表示,碧桂园涉建滔集团的债务金额在境外整体有息负债占比很低,单一债权人的激进行动不会对公司保交楼、正常经营以及境外债务整体重组产生重大影响。

同策研究院研究总监宋红卫向《证券日报》记者表示,此次碧桂

园清盘呈请延期在预料之中,碧桂园作为曾经的头部房企,手里有大量的资产,并肩负保交楼的使命,债权人更多是想通过此次举给碧桂园施压。

易居研究院研究总监严跃进在接受《证券日报》记者采访时表示,提交清盘呈请一般来说是投资者的一种策略,有一定撤回的概率。与此同时,近日房地产政策的持续出台,也有助于企业有更多路径解决当前的债务问题。

在多位业内人士看来,碧桂园仍在积极自救,叠加房地产政策的

持续推出,市场预期不断优化。

5月13日,碧桂园召开月度管理会议。面对市场的复杂多变,集团管理层强调要坚定信心,坚持长期主义,做正确且困难的事情,努力穿越周期。

碧桂园集团董事局主席杨惠妍表示,政策正在逐步向好,只要坚持熬过低谷,房地产行业一定会迎来春天。

此前,5月11日,碧桂园地产集团有限公司(以下简称“碧桂园地产”)在中国银行间市场交易商协会发布公告,宣布中期票据“23碧桂园MTN001”“23碧桂园MTN002”均在宽限期内完成利息偿付。

碧桂园地产表示,经公司和各方努力,积极筹措资金,盘活抵押资产,已于2024年5月11日将本期中票应付利息(人民币3555万元)及宽限期内产生利息足额划付至银行间市场清算所股份有限公司指定的收款账户,由银行间市场清算所股份有限公司根据付息登记日的持有人持有比例完成上述利息资金的分配处理,并付至债券持有人指定的银行账户。

一嗨租车战略“携手”NBA中国:异业合作生态圈的再扩容



5月17日,全国直营连锁租车品牌一嗨租车与NBA中国共同宣布,双方达成长期战略合作关系,一嗨租车将成为NBA中国的官方市场合作伙伴和汽车租赁服务合作伙伴。在广阔的中国市场,双方找到更多的价值契合点与共赢点。

据了解,双方将在线上线下展开长期性、全方位的市场合作,为全国NBA球迷及一嗨租车用户带来专属的NBA热血体验,协力打造“出行+体育+文旅”的新模式。

这是一次水到渠成的战略“携手”,是双方对当下中国市场、行业发展趋势以及多方面政策所构建的未来空间的共同把握。千亿元规模的出行市场,万亿元体量的体育与文旅产业,三大产业要素的融合互促,通过“出行+”构建全新的生态圈,有着充足的想象力,于各相关行业来说,也是一个窥探新走向、新潜能的“窗口”。

一嗨租车+NBA中国 水到渠成的合作

作为各自领域的佼佼者,一嗨租车与NBA中国是强强合作,彼此的认同感很关键,其中品牌精神内核高度一致,构成合作的坚实基础。一嗨租车追求创新突破,不断迭代,持续为用户提供专业优质的服务,进阶发展为国内出行企业引领者之一,与NBA多年来以专业篮球竞技、为球迷打造精彩赛事的热血理念不谋而合。

一嗨租车创始人、董事长兼CEO章

瑞平提到,NBA是一个专业、热血且富有竞技体育精神的国际品牌,向来以给球迷带来精彩体验为使命;一嗨租车从创立之初,就秉持着创新、向上、激情的生命活力,始终以用户为先,“相信我们的合作会擦出激情四射的火花。”

用户的高重合性,以及在产品和服务供给与需求的对应,将双方合作的缘由与价值意义实际化。

年轻群体是一嗨租车与NBA的共同主流客群之一,他们崇尚自由的生活方式,热衷于驾车自由行,也注重产品体验,对情绪价值的消费满足有着更高要求,诗与远方、随时出发与方向盘掌握在自己手上的需求,都由便利快捷的租车得以实现,其间对自由、遵从本心的“奔赴热爱”追求,与NBA提倡的热爱、逐梦同出一脉。

可以说,在不少年轻群体所希求的生活方式中,租车自由出行、观看体验NBA赛事,都是重要构成元素,映照出他们所追求的生活底色。

NBA中国首席商务官张文正表示,近年来,人们的生活方式也在不断变化,我们也关注到国内对租车出行的需求在持续提升,这种自由掌控、说走就走的生活方式,与NBA精神有着高度契合度。

一嗨租车与NBA中国的合作,包含多个方面,比如通过创新形式与NBA品牌、赛事与活动等实现关联绑定,带给用户更丰富多元的租车体验,与用户建立更深层次的情感链接,租

车自驾也成为积极追逐心之所向,尽情奔赴热爱的情绪价值供给载体。

对租车用户,NBA球迷来说,这为其刚需消费提供更多附加值,纵向服务层面有了更深的增值体验,也会推动两者间的互通,拓展一嗨租车、NBA各自用户和受众群体的横向扩容,进而为双方寻求更多合作并衍生更多元的价值,创造更好的基础。双方广阔的潜在市场空间也能由此得以开拓。

权威信息显示,结合自身既有禀赋、优势,叠加市场与政策因素,接下来一嗨租车与NBA中国还将从品牌战略层面着手,进一步挖掘双赢的市场潜力,围绕双方各自的品牌、优势产品与特色服务等,展开全面、深入、创新的联动,为租车用户、NBA球迷乃至更广泛消费者,带来更多的福利和价值。

“出行+体育+文旅” 新模式的想象空间

一嗨租车与NBA中国进行跨领域长期合作,一个更高层次的因素是双方对市场趋势、行业趋势的共同认知与把握,也构成合作的底层逻辑。

出行、体育、文旅,三要素交叉,是理解这一逻辑的入口。

出行本身就是体育赛事链条中的关键一环,租车自驾完成长途或短途的出行,自由而便捷,在体育赛事出行消费构成中权重上升。租车自驾在文旅消费中的角色更明显,诸如周边游、自驾游需求走高,已成为文旅消费市场变革的重要特征。

同时,“体育+文旅”深度融合趋势演变明显,体育旅游产品既是新文旅消费的主要供给之一,也是不少目的地在拉高文旅消费、改善供给结构,乃至做高市场竞争力的突破口之一,如体育赛事举办权的竞夺,体育旅游资源的挖掘到供需体系的深化,体育IP从零到一的打造等,都是表现。

“村BA”(全国和美乡村篮球大赛)是个例证。其由贵州省台盘村“六月六”吃新节篮球赛演变而来,从一地一域的小规模活动,发展为全国性的乡村篮球赛事,直接带动举办地的文旅发展。

公开数据显示,2023年,“村BA”网络曝光量超450亿次,受“村BA”系列赛事带动,台盘村共接待游客90余万人次,实现旅游综合收入8000多万元。

这背后可以窥得体育旅游融合发展的部分要义:台盘村的篮球赛事在多年沉淀后,已成为本地体育运动的IP,赛事的特质加上短视频的传播发酵,将效应扩大化,同时与当地既有的特色文化及旅游资源组合实现进一步产品化,形成新的旅游线路、旅游体验产品,篮球赛事与旅游相互助益,并在其他省份不同地方复制,最终形成“村BA”的体育旅游网络。

出行贯穿体育、文旅,体育与文旅又加快融合,出行、体育与文旅通过本身既有的密不可分的一条“线”完成深度融合,有着融合打通的基础条件,一嗨租车与NBA中国的合作,将这条“线”更实体化,“出行+体育+文旅”的新模式有了雏形。

延伸逻辑是,消费市场中新的供需模式出现,不仅是契合需求,也可以倒逼新需求出现,比如租车自驾游与观看“村BA”赛事可以成为一种新的体育旅游产品,也助推当地旅游产业发展。

也可以说,这一新模式的价值,不仅限于对一嗨租车、NBA中国的各自助益,在于对双方所在行业带来新模式创新突破与增益,对整个供需消费提供新空间可能。这是“跳出来看”的维度逻辑。

而政策给予了这一模式强助力。根据《体育强国建设纲要》,到2035年,体育产业将成为国民经济支柱性产业;《全民健身计划(2021-2025)》提出,到2025年,全国体育产业总规模将以9.2%的复合增速从2019年2.95万亿元增长至5万亿元。

以一项体育赛事来说,其之于一个城市,带来的经济账是一笔综合收入,短期的体育赛事与体育产业收入,与文旅相关消费交叉综合收入,以及带动城市品牌形象提升、文旅消费的长远收益。

有公开数据显示,2023年在郑州举办的一场马拉松赛,带动文旅体消费和产业效益1.46亿元,间接影响和产生次级效益逾7.32亿元。同时也让郑州的文化底蕴得以全面展现,新的城市品牌得以广泛传播。

这些直接与长远的效益的产生,也在当今以消费者/用户为核心的运

营文化中,消费者对产品体验的差异化、多元化、综合化有着更高要求,对消费链条中的企业来说,就预示着更多的机会。

一嗨租车长期以来的品牌认知度、美誉度,以及具备的优势,使其总是前瞻性地站在了机会的有利“风口”。租车出行,不再是简单的交通需求,而更像是一场体育文化体验之旅,在整个体育旅游生态系统里,一场有着双品牌、特色服务加持的自驾,带来全新的产品体验属性,对一嗨租车与NBA中国的商业模式、用户对球迷体验都能带来不小的改变,在文旅体融合模式基础上,出行不仅是贯穿,更是赋能。

“出行+” 市场引领者的创新路径

解决社会问题,或者说市场中存在的问题,于企业来说是一种责任使命,也是实现商业价值的主要路径之一。以我国为例,自驾需求高涨,但自有汽车保有量与有驾照无车群体之间“缺口”在加大。

官方数据显示,2023年全国汽车保有量3.36亿辆,汽车驾驶人4.86亿人,“剪刀差”已达1.5亿人。伴随交通基建发展完善,高铁“网络化”等带来的驾车出行需求提升,这一数据还会扩大。

一嗨租车将“改善国人出行方式,优化社会资源配置”作为企业使命,一方面通过探索为用户带来更好的使用体验,轻松享受由“汽车共享”带来的安全性、私密性和灵活性,影响并改变国人的用车方式;另一方面,通过推动更广泛的租车出行,有效提供社会资源利用率,减少汽车保有量,实现租赁车辆在不用车人群中高效周转,促进循环经济。一嗨租车数据显示,其一辆租赁车辆在一年间平均可以周转近70次。

一嗨租车是国内率先做到“万店”规模的租车企业,其超过1万个线下实体网点已衔接全国500多座城市,其中高铁站点、机场周边都有布局,加上已通行的异地还车政策,超过12万台车的规模体量(超200种车型,包括多款新能源车),其在租车网络的密集度、用户出行的多样化选择方面,实现高覆盖量,这不仅使得租车出行的共享经济有了更高的渗透率,也推动一嗨

租车自身市场份额的提升。

行业引领者的价值也体现在赋能产业发展,与产业上下游相关环节更好的协同互促效应。诸如与NBA中国的合作,其实也是一嗨租车既有“出行+”生态圈的扩大化与进阶。

深挖异业合作需求,一嗨租车已打造“出行+”异业合作生态,与地方政府、酒店、航空、OTA、汽车厂商等实现了深度链接,上下游链条合作紧密,推动C端、B端、C端彼此间的衔接,带动C端与B端的业务新增长,也覆盖更多元的消费场景及消费群体。

地方政府方面,一嗨租车与多地政府签署战略合作协议,因地制宜共创新出行方案,撬动地方文旅消费市场,包括整合线上线下渠道推广自驾游IP,创新当地旅游模式,促进旅游业态多样化,实现当地文旅新供给结构的创新优化,提升在文旅消费市场的竞争力。

酒店、航空方面,通过打造“出行+住宿”模式、“大交通+落地自驾”模式,本质上都是通过密集的网点、专业优质的定制服务,为消费者提供独有特色的出行生活方式。

汽车生产商等汽车资源合作更直观。一嗨租车已与国内外多家汽车生产商建立战略合作,通过平台将丰富车型推向市场,同时凭借其成熟的用车生态网络体系和资源,与车企协商制定车辆的全生命周期管理方案,加速新旧车辆迭代,促进汽车消费领域的车型升级。

以新能源汽车为例,目前一嗨租车旗下车队的新能源车占比超10%,新能源车型约有20种,与用户的需求对应。一嗨租车“五一”数据显示,其新能源车汽车租赁需求激增,凭借提前布局和优质服务,再次实现市场和用户口碑双赢。

未来,更低成本、更具环保优势的新能源车在租车行业中将大量使用,有利于打造“共享+新能源”的绿色出行模式,这是一嗨租车将面临的潜在社会效益与商业价值。

叠加体育、文旅行业在市场、政策双要素作用下的勃发发展态势,一嗨租车的“出行+”大生态圈,将聚合更多跨界融合的要素与资源,推动更宽领域的产业的发展,而在其中,一嗨租车也将稳固其行业领先的价值坐标。(CIS)