

受累年报难产 UT斯达康季报押后发布被指违规

□本报记者 陈中小路

由于2005年年报一推再推,UT斯达康(Nasdaq:UTSI)2006年第一季度季报也受到牵连。

昨日,UT斯达康再次收到Nasdaq决议通知,告知其未能按时提交截至2006年3月31日的2006年一季度报,违反了纳斯达克市场规则。

纯向记者透露过,年报发布的推迟导致季报也只能顺势押后。据了解,按照UT斯达康目前的计划,UT斯达康将于今年6月1日前后提交2005年年报,而2006年第一季度季报将在6月15日前后发布。

UT斯达康昨日进一步披露,Nasdaq上市委员会已于近日决定,“有条件地将公司挂牌期限延长到6月15日,并要求在此之前提交相应的财务报告”。

两航运巨头将入股 天津北港池码头项目

□本报记者 喻春来

天津港(集团)有限公司投资部相关负责人昨日对上海证券报透露,中远集团旗下的中远太平洋公司(1199.HK)和丹麦的A.P.穆勒-马士基公司已经同意参股总投资额超过40亿元的天津北港池码头B区的开发建设。

他说,中远太平洋有限公司和丹麦的A.P.穆勒-马士基有限公司将各自持有该码头30%的股权,天津港集团持有剩下的40%股份。

据悉,新建码头将至多包含3个泊位,预计其中2个将于明年投入运营。中远太平洋有限公司现还持有天津五洲国际集装箱码头有限公司14%的股权。

瑞安、世茂通过在港上市聆讯

□本报记者 唐文祺

走了一段波折路的瑞安房地产和世茂房地产,日前双双通过了联交所上市聆讯。

昨日,记者获悉,这两家企业合计集资约150亿港元,其中瑞安房地产将发行16亿股,每股定价为6-7.5港元,集资总额约100亿港元,将成为集资额最高的内地房地产公司,世茂房地产的集资额为39-55亿港元。

瑞安与许荣茂旗下的世茂房地产都没有顺利通过第一次上市聆讯。随后这两大房企都对上市计划进行了修缮。瑞安房地产第二天便以书面形式提出申辩,补充了上次聆讯时没有整理清楚的资料,并且解释了与瑞安建业旗下地产项目的竞争问题;世茂房地产也将上市计划改变为将其内地数十个项目打包赴港上市,而世茂国际则专注于海外地产项目,从而解决了世茂集团下属两大地产公司的竞争问题。

GSM-R全面开跑 北电拿下核心网建设半壁江山

□本报记者 陆琼琼

5月19日,铁道部与全球领先的通讯服务企业北电签署了一项中国铁路GSM-R(铁路移动通信全球系统)核心网项目合作协议。

根据协议,北电将全面负责承建遍布全国的7个主要节点的GSM-R核心网建设。

据悉,北电的GSM-R核心网主要设备将覆盖西安、成都、哈尔滨、南昌、兰州、昆明和乌鲁木齐7个主要城市。在完成第一期工作后,该核心网将被率先应用到国内的几条铁路骨干客运专线,横跨全国20个省市。加上正在运行的拉萨和西宁两个节点,北电几乎囊括了GSM-R全国19个核心网节点的一半市场。

华友世纪首季盈利大跌八成

□本报记者 陈中小路

华友世纪(Nasdaq:HRAY)昨日发布第一季度财报,相比另外两家在Nasdaq上市的SP空中网和掌上灵通,华友世纪交出的“成绩单”相当难看。

据悉,华友世纪一季度总收入1660万美元,同比增长11.4%,环比增长3.9%。不过公司净利润则暴跌,仅有90万美元,同比下降83.5%,环比下降69.3%。

财报显示,华友世纪的主要收入仍然来自无线增值业务,占总收入的87%,至于如软件、新音乐开发和系统集成服务等其他业务,收入贡献都不大。“下滑的原因在于WAP业务、软件业务持续低迷以及成本和运营开支增加。”华友世纪CEO王秦岱昨日强调,公司将集中稳定WAP业务,并采取措施确保我们不会进一步受到移动运营商的限制和处罚。

杜邦提价应对原料高涨

□本报记者 薛黎

总部位于美国特拉华州威明顿市的杜邦公司于当地时间17日宣布,将提高其大部分产品的价格,以应对原料成本持续上涨。

在当天公布的一份报告中,杜邦公司的经济学家们指出,有限的原油精炼能力和油价的持续上涨推动了大宗化工产品的价格上涨,而杜邦的很多产品以大宗化工产品为原料。

■港股大盘点评

权重股止跌 港股探底回升

□特约记者 郑宁远

周五港股受华尔街股市下跌影响早盘走低,但午后在汇丰控股和中国移动等权重股止跌回升带动下收收失地,恒生指数反以46.84点的涨幅报收于16313.36点,涨幅为0.29%。不过至周五收盘,恒指一周累计跌幅仍然高达588点,纽约油价从每桶69美元

下方涨至接近70美元处,迫使一些能源股上涨,最终带动资源权重最大的恒生国企指数涨0.14%报7042.31点。而恒生红筹指数涨0.36%,报2253.13点。市场忧虑内地再推楼市降温措施,这使内地房产股下跌,中国海外发展大跌3.9%,合生创展大跌4.14%,首创置业大跌3.7%,雅居乐大跌3.67%。

投资5.4亿元开发固态乳业务 蒙牛牵手全球乳业老二

□本报记者 陆琼琼

昨日,蒙牛乳业(2319.HK)宣称,已经与丹麦阿拉福兹集团合资成立乳产品合资公司。后者是欧洲营业额最大的乳产品制造商,世界第二大乳业巨头。

公告称,合资公司总投资额为5.4亿元,将在全球市场从事生产、销售和分销奶粉和其他固态乳产品的业务。蒙牛与阿拉福兹所占股份分别为50%和48%,阿拉福兹

全资附属公司Arla Foods Ingredients(AFI)和呼浩特市汇金房地产投资公司各占1%股权。

随着入世后关税下调,越来越多的外资乳业巨头进入中国市场。

中国奶业协会副会长王怀宝表示,还有更多的外资乳品企业在中国奶企接触中。因为中国乳业正处于快速增长期,这是最令外资乳业巨头心动的,他们甚至有意掌握控股

权。根据商务部的有关数据,目前我国乳业产值中有1/3是外资乳品企业创造的,利税总额占40%以上。

麦咨咨询合伙人崔凯认为,中国乳业成为海外资本角逐的焦点已是必然,但从目前合资的情况来看,包括蒙牛在内的企业只会让合资公司经营一些非核心业务。

申银万国乳业分析师认为,乳制品是消费升级的重要产品,随着我国城市居民收入

水平的持续提高和健康意识的增强,消费量正逐渐上升,特别以液态奶(UHT、巴氏和酸奶)的消费量增加尤为明显。

根据蒙牛2005年年报,其高达4.568亿元的净利润主要得益于冰淇淋和酸奶等附加值较高的产品。

因此德意志银行将蒙牛乳业2006年、2007年盈利预测调高4%,以反映新的营收增长,并设定新的目标价为9港元。

永乐管理层“回购”非核心业务

分析人士认为,这可能是为永乐日后融资作铺垫

□本报记者 索佩敏

去年高调宣布进军家居装饰行业的永乐电器(0503.HK),面对日益加剧的行业竞争,决定将这些非主营业务从上市公司中剥离。

昨日该公司宣布,出售7家经营非核心业务的附属公司股权,当中包括从事销售灯饰、家居装饰及建材等业务,总售价7028.89万元。分析人士指出,此举将增加永乐股东的信心,为其日后的再融资作铺垫。

获利2500万元

永乐在公告中指出,永乐和上海民融投资有限公司计划将其持有的7家永乐非核心业务的附属公司股份,转让给包括陈晓、束为、刘辉和袁亚石在内的永乐管理层。具体出售的股权为上海永乐楼宇设备工程、上海永乐楼宇设备销售、上海永乐装饰、上海永居家装饰、上海永居家装潢的全部股权,以及上海永乐照明71%股权。永乐透露此次交易的总售价为7028.89万元,包括买方承担其中两家附属公司的负债约4950万元。公司预计,该出售事项可获得2500万元盈利,出售的收益将作为公司的营运资金。

盈利前景不明朗

对于此次出售原因,永乐在公告中表示,出售的7家公司主要业务是灯饰、家居装饰和建材,而激烈的竞争和宏观调控令董事会预期这些业务盈利变得前景不明朗,因此公司决定出售。

永乐表示,2005年内地实施调控后,物业市场也进入调整期。出售的公



陈晓认为,不应该让股东来承担代价 徐汇摄

司主要从事楼宇工程、家居装饰及灯饰业务,在相当程度上受到了影响。

永乐提供的数据显示,截至2005年12月31日,除了刚成立不久的浙江永乐楼宇工程,其余6家公司除税及计入非经常性项目后的净亏损为3261.9008万元。而鉴于未来成本可能上升及竞争加剧,因此永乐出售非核心业务精简其经营。

“上市公司将一些还不成熟的业务剥离出来是一种很常见的行为。”信诚证券联席董事连敬涵如此评价。据他分析,作为一家上市公司,永乐需要对股东负责,给投资者信心。而上述7家公司大部分目前还处于亏损状态,将其从上市公司中剥离,能够令永乐的账目更加好看,并给投资者信心,同时也为永乐日后配售新股等再融资行为作好准备。

永乐昨日收报2.60港元,微升0.97%。

陈晓:会继续扩张家居建材装饰业

永乐此次出售的7家公司主要业务是灯饰、家居装饰和建材,而这正是永乐去年宣布重点开拓的新领域。

对此陈晓昨日在接受上海证券报记者专访时表示:“永乐并不是要放弃这一行业,只是在前景尚不明朗的时候,将这部分产业从上市公司中剥离出来。”去年永乐高调宣布进入家居装饰行业,并首先在上海漕宝路开设了5万多平方米的店铺。而事隔仅不到一年,永乐就将这部分业务从上市公司中剥离出来。对此陈晓表示:“是为了对股东有所交待。”

根据永乐提供的资料,出售的7家公司中大部分都处于亏损状态。“这个行业有着巨大的市场潜力,但是目前还没有找到合适的商业模式。”陈晓认为,“在一个行业我们尚看不明白的时候,不应该让股东来承担代价。”天相投资分析师曹平璘表示,目前内地的家居建材装饰行业主要有三

种盈利模式。一是像百安居、好美家这样的大型连锁零售商,通过向建材商大量采购然后出售给客户以赚取差价;二是像东方家园这样的商业地产运营商,通过将摊位出租给生产商而收取租金,销售过程则由生产商直接面对客户;三是像美克这样由生产商自建渠道,这种大多是高档家居建材生产商。

“从目前来看,摊位制的经营者由于省去了与建材商的价格博弈过程,收益相对比较稳定,利润率也较高。”但是她承认,目前这一行业的盈利模式尚不清晰。

但陈晓也表示,此次出售只是将这些业务剥离出上市公司,永乐并不会因此而停止在这一行业的拓展。陈晓认为目前市场上的商家多是“散兵游勇”,这一行业的前景巨大。“我们还会进一步扩张,家居建材装饰行业还会在我们这些老股东的手里进一步发展。”(索佩敏)

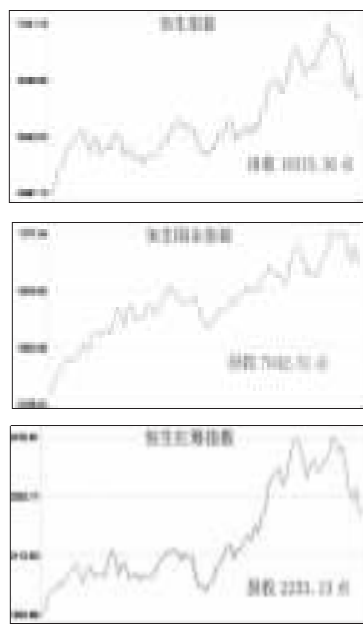


Table with columns: 代码, 股票名称, 收盘价(港元), 涨跌幅(%), 成交量(手数). Lists various stocks and their performance.

Table with columns: 代码, 股票名称, 收盘价(港元), 涨跌幅(%), 成交量(手数). Lists various stocks and their performance.

Table with columns: 代码, 股票名称, 收盘价(港元), 涨跌幅(%), 成交量(手数). Lists various stocks and their performance.

Table with columns: 股票名称, 收盘价(港元), 涨跌幅(%), A股股价(港元), B股股价(港元). Lists various stocks and their prices.

Table with columns: 代码, 股票名称, 收盘价(美元), 涨跌幅(%), 成交量. Lists various stocks and their performance.

分众传媒首季盈利940万美元

□本报记者 陆琼琼

由于收购了聚众传媒,分众传媒公司的总收入和净利润都取得了巨大的增长。

北京时间5月19日,分众传媒(Nasdaq:FMCN)发布了2006年第一季度未经审计的财报。报告显示,分众传媒第一季度总营收为3310万美元,同比增长246.1%;净利润为940万美元,比去年同期的260万美元增长257%。

财报显示,一季度,分众营收主要来自于商业楼宇联播网,包括聚众传媒的办公楼广告。分众传媒主要办公楼渠道A(主要由收购聚众传媒之前的商业楼宇联播网中的办公楼组成),第一季度在分众传媒

商业楼宇联播网广告服务营收中所占比例为91.2%。

商业楼宇联播网的广告服务营收为2150万美元,环比增长3.6%,同比增长127.7%。截至2006年3月31日,分众传媒在直接开展运营的城市安装的商业楼宇联播网液晶屏总数量为71230块,截至2005年12月31日为45049块。

另外,分众传媒在二级市场的增长已明显加速。第一季度,分众传媒主要办公楼渠道A在一级城市(北京、上海、广州和深圳)的每个30秒广告时段平均营收为11760美元,比上一季度的10553美元增长11.4%;在二级城市(分众传媒直接开展运营或通过地区经销商开展运营的所有其它城市)的平均广告营收为2656美元,

完成对聚众传媒的收购之后,从2006年3月1日起,分众传媒在商业楼宇联播网之下新增五个渠道,分别是主要办公楼渠道B(主要由原聚众传媒办公楼网络组成)、商旅人士联播网、领袖人士联播网、时尚人士联播网和医药联播网。江南春把此称为“户外生活圈媒体群”。

另外,分众传媒在二级市场的增长已明显加速。第一季度,分众传媒主要办公楼渠道A在一级城市(北京、上海、广州和深圳)的每个30秒广告时段平均营收为11760美元,比上一季度的10553美元增长11.4%;在二级城市(分众传媒直接开展运营或通过地区经销商开展运营的所有其它城市)的平均广告营收为2656美元,



分众传媒CEO江南春

比上一季度的2045美元增长29.9%。对于第二季度的业绩,公司预计总收入在4800-5000万美元之间,利润处于1800-1900万美元之间。分析师作出的预测分别为4720万美元和1650万美元。