

■ 公告提示

豫光金铅限售股解禁



公司本次有限售条件的流通股 11413458 股将于 6 月 19 日起上市流通。



海螺水泥 15 亿委托理财

公司董事会同意将总额为 15 亿元的经营资金用于委托理财,购买徽商银行九越理财产品。



ST银广夏提示股价异动

公司股票连续三个交易日涨停,且连续三个交易日偏离值达到了 15%。不存在应披露而未披露信息。



益佰制药追送对价上市

公司将股改追送股份的主要安排提示:本次合计追送股份 270 万股,对价股份到账日 6 月 16 日;对价股份上市交易日 6 月 17 日。

让路股权激励 华星化工暂停增发

◎本报记者 徐锐 应尤佳

是股权激励?还是增发股票?华星化工今日做出了一个“与众不同”的选择。为使公司的股权激励计划符合中国证监会相关规定,华星化工日前决定暂停公司 2008 年度增发新股方案。这是第一家为了成全股权激励而放弃“做大蛋糕”的上市公司。

会连续下两道关于股权激励的“金牌”之后,不少股权激励与增发事项相隔较近的公司都需对该等事项目作出调整,其中也包括华星化工。今年 3 月 17 日,中国证监会下发《股权激励审核备忘录 1 号/2 号》,其中《股权激励审核备忘录 2 号》中规定“公司披露股权激励计划草案至股权激励计划经股东大会审议通过后 30 日内,上市公司不

得进行增发新股、资产注入、发行可转债等重大事项。”华星化工的股权激励方案与增发计划相隔不久,正属“触规”之列。

为了股权激励而放弃增发股票,华星化工的这份答卷确实有些“别具一格”。此前,不少上市公司都面临这样的选择,于是特变电工暂停股权激励方案,美的电器暂停股权激励方案……事实上,截至目前,所有碰到这

一问题的上市公司都不约而同地选择为增发扩股而放弃高管利益,只有华星化工成了一个例外。

华星化工公告表示,董事会经慎重研究决定暂停公司 2008 年度增发新股方案,以符合《股权激励审核备忘录 1 号/2 号》的要求,待公司股权激励计划经股东大会审议通过 30 日后或股权激励计划终止后,公司将重新启动 2008 年度增发新股相关

程序。

公开资料显示,华星化工曾于今年 1 月 17 日董事会审议通过了《公司首期股票期权激励计划(草案)》,并向中国证监会上报了全套材料。随后,公司在 3 月 12 日的董事会上又审议通过了《公司 2008 年度增发新股的议案》,并于 3 月 28 日召开 2008 年股东大会审议通过了增发新股议案。

SST华新第四次动议股改

SST华新今天公告,深圳市华润实业发展有限公司等非流通股股东提出了股权分置改革动议,为此,公司股票自 2008 年 6 月 16 日起停牌。公司将在 6 月 20 日前披露股改相关文件。如不能如期披露,公司将刊登公告取消本次股改动议,退出股改程序,公司股票于下一交易日复牌。

这是 SST 华新第四次提出股改动议。2008 年 6 月 11 日,公司与国海证券签订股改保荐协议,保荐代表人王旭。此前,SST 华新的股改保荐机构是招商证券。(阮晓琴)

万业企业中止定向增发

万业企业今日公告披露,公司董事会一致通过中止向特定对象非公开发行 A 股股票的议案,并决定调整公司管理架构,增设矿业部,更好地推进矿产投资业务,同时聘任原任控股股东三林万业集团能源矿业事业部副总经理刘洁为公司副总经理。

万业企业曾于 2007 年公司第一次临时股东大会通过关于向特定对象非公开发行 A 股股票方案,募集资金拟用于开发上海宝山尚明城福地苑二期、紫辰苑和湖南长沙万业青山城项目。公司表示,考虑到近期资本市场情况发生了较大变化,继续推进可能无法完成原方案。同时,目前公司股价存在一定的低估,公司目前的资金可以支持现有项目的开发建设,因此决定中止进行上述定向增发方案。(葛荣根)

美的越南子公司未受影响

美的电器今日披露,公司越南生产基地对越南市场的依赖程度较低,越南经济波动对公司越南生产基地的经营运作与业务无重大影响。

此前,公司通过全资子公司美的电器(BVI)有限公司在越南投资设立了美的制冷设备(越南)有限公司,该公司为美的电器目前在越南投资设立的唯一公司,截至 2008 年 5 月底,累积投资额折合人民币 4867.82 万元。该公司作为美的家用空调越南生产基地,用于生产“美的”自有品牌空调,满足越南本地及东盟与周边地区国家的市场需求。

目前公司越南生产基地处于投产初期,2008 年越南生产基地的空调产销规划为 20 万套,根据目前的实际接单及经营预测,越南生产基地八成以上产品均为出口销售,且越南生产基地的本地化采购比例较低,而除越南境内购币种以越南盾结算外,进出口结算币种均为美元,不受越南盾贬值影响。(应尤佳)

大连控股大宗股权亿元成交

大连控股今日公告,公司接控股股东大连大显集团通知,其持公司 2000 万股限售股拍卖事宜已于 6 月 11 日在辽宁嘉诚拍卖有限公司完成,买受人为大连国际,成交价为每股 4.98 元,成交金额共计 9960 万元,将在近日按照相关规定办理过户手续。此次拍卖完成后,大显集团持有的大连控股股份为 3.73 亿股,占总股本的比例为 35.06%,仍为公司控股股东。

公司表示,此次拍卖行为不会对公司的生产、经营、法人治理及公司 2008 年度盈利预期产生不利的影响。(应尤佳)

第一落点

九发股份责任人将被实施市场禁入

九发股份今日公告,公司近日收到中国证监会《行政处罚及市场禁入事先告知书》,公司信息披露违法案已经中国证监会调查完毕,拟依法对公司及相关个人作出行政处罚,并对相关个人实施市场禁入措施。(应尤佳)

宝商集团西安民生拟本周审议资产重组

停牌一个多月的宝商集团和西安民生今日表示,两公司目前正在与有关方面向相关部门进行了积极沟通,拟于本周内召开董事会,待董事会审议通过并披露资产重组预案后,股票就可复牌交易。(应尤佳)

科达机电收到 2277 万元退税

科达机电近日收到佛山市顺德区地方税务局陈村税务分局下发的通知,同意确认公司 2007 年度技术改造国产设备抵免企业所得税额为 2277 万元。2008 年 6 月 13 日,2277 万元抵免所得税款已退入公司账户,该项退税将使公司 2008 年度税后净利润增加 2277 万元。(应尤佳)

ST罗顿明起“脱帽”

ST罗顿今日披露,公司股票明起撤销股票交易其他特别处理。公司股票今日停牌一天,6 月 17 日起恢复交易,股票简称由“ST 罗顿”变更为“罗顿发展”。(应尤佳)

*ST 北生重组陷入停滞状态

重组方新增股东资金尚未到位,是否继续推进由公司新一届董事会决定

◎本报记者 陈建军

因实际控制人何玉良突然病逝和重组方新增股东资金尚未到位,目前 *ST 北生重组工作处于停滞状态。*ST 北生今日公告,此前应何玉良临终之托而管理公司的浙江广厦集团董事长楼忠福已于 5 月 14 日退出,公司的重大资产重组事宜将由本月 26 日产生的新一届董事会确认,并由其决定是否继续推进。

*ST 北生公告称,4 月 10 日,公司董事长何玉良因病住院治疗,期间委托楼忠福对“北生系”公司进行全面管理。4 月 11 日,楼忠福向公司高层管理人员宣读了委托书,并于 4 月 14 日派出代表进驻公司,实际参与并主持第一大股東广西北生集团及公司的日常生产经营活动的管理、财务管理,主要负责公司日常生产经营活动审批、财务审批工作。

突然去世的何玉良对 *ST 北生工作尤其是财务工作没有任何交



待,因而导致 *ST 北生财务运转极端困难,财务总监刘俊奕、财务负责人姚全相继离职。据知情人士向记者透露,在楼忠福代为管理期间,*ST 北生正常运转遇到了很大的阻力。随后,相关主管部门和地方政府派员进驻督促 *ST 北生回归正常。5 月 14 日,楼忠福退出 *ST 北生。

*ST 北生表示,在相关遗产继承法律手续办理完毕前,公司实际控制人为何玉良的妻子陈巧仙、女儿何京云。

何玉良的病逝,还改写了中能国际石油勘探(北京)有限公司重组 *ST 北生的进程。公司表示,由于董事长缺席未能及时调整、充实重组领导机构,且重组方新增股东资金尚未到位,目前公司重组工作处于停滞状态。为此,公司已正式函告中能石油:本次资产重组前期确定的重组机构、重组基本方案不变;重组工作前期遵循的法律程序基本不变;重组工作领导小组人员基本不变。

本月 26 日,*ST 北生将召开股东大会确定新一届董事会。此前,*ST 北生第五届董事会已经提名何京云等七人为新一届董事会候选人,并提名了三位独立董事。

*ST 北生股票今日上午 10 点 30 分恢复交易。

忽悠市场 江钻股份拟注资产优劣不辩自明

◎本报记者 初一

净资产收益率仅 5.88%,只有上市公司一半的水平,江钻股份拟注入资产的优劣现在已不辩自明。

上周六,江钻股份发布一系列与收购资产有关的公告,揭开了江钻石油管理局第三机械厂的面纱。此前,江钻股份控股股东江钻石油管理局表示,为兑现股改承诺,拟将其拥有的第三机械厂以经过审计和评估后的净资产作为定价基础,用出让的方式转让给上市公司。

公告显示,经审计,三机厂 2007

年营业收入为 27053.88 万元,净利润为 986.24 万元,净资产为 16772.07 万元,可以得出净资产收益率为 5.88%。该厂 2006 年的该项指标则更低,净利润为 132.83 万元,净资产为 13424.02 万元,净资产收益率为 0.99%。

从收入规模来看,江钻股份 2007 年营业收入为 114455.99 万元,三机厂的营业收入不及其四分之一。更重要的是,从盈利能力来看,江钻股份 2007 年扣除非经常性损益后全面摊薄净资产收益率为 10.56%。江钻石油管理局曾在江钻股份

股改中承诺,利用上市公司平台,通过增发或其他合适方式,将其拥有的机械制造业的优质资产注入江钻股份,把江钻股份建成中石化石油钻采机械制造基地。江钻石油管理局还保证,若不履行或不完全履行承诺,赔偿其他股东因此而遭受的损失。

江钻股份大股东是否按照承诺拿出了优质资产?净资产收益率这一衡量资产盈利能力的指标已经给出了答案。“一位一直关注江钻股份注资方案的市场人士如是说。

是江钻石油管理局手中没有优质资产吗?答案显然不是。江钻石油

管理局旗下共有 4 家石油机械制造企业,除江钻股份以及此次拟注的三机厂外,还有第四机械厂和沙市钢管厂。据其官方网站披露,第四机械厂 2007 年全年工业总产值、主营业务收入双双突破 16 亿元,同比增长近 6 成。仅从收入规模看,第四机械厂高出江钻股份一大截,也是市场对江钻股份注资预期最高的一块资产。

以三机厂去年 900 多万元的净利润,江钻石油管理局开出了 1.89 亿元转让价,使江钻大股东难逃套现之嫌。”上述市场人士表示。

红豆——从生产经营到创造运营

题记:由于成本不断上升,人民币升值幅度加大,外部环境变幻莫测,不少企业的利润在加速萎缩,作为纺织服装企业该如何应对?红豆集团的服装产业通过抓住微笑曲线的两端,努力使企业从生产经营型向创造运营型转变,或许可以给我们在艰难境地的服装生产企业提供有益的启示。

在转型中发力

近日,在红豆形象男装加盟商产品定货会上,和企业合作十多年的东北加盟商老汤这次最满意,因为红豆在国内首家采用 ERP 系统(企业资源计划系统)实行“实时定货”,老汤不仅在现场通过电脑了解了定货会的整体情况,还通过了解到的情况,综合汇总后第一时间把自己定货全部搞定。以前最起码要多花 10 倍的时间。

参加此次定货会的 500 多名加盟商也有同样的感受。而这些不过是正在转型中发力的红豆服装的一个亮点。的确,目前红豆集团整体都在转型,而作为集团主导产业,也是传统产业的红豆服装转型任务非常艰巨,也非常引人注目。

“现在服装的竞争比的是研发和终端渠道,红豆服装正通过抓‘微笑曲线’的两端,来全面从生产经营型向创造运营型转变。”红豆集团董事长周鸣江表示,“服装一直是红豆集团主业,在集团的产业格局中,服装所占的比例最大也最重要,红豆正通过转型来进一步扩大市场销售。”

品牌形象先行

“劳动力、原材料等各种成本的上升,人民币升值,外部环境变幻莫测,的确使属于传统行业的服装企业感受到了不小压力。但是更要看到服装行

业的潜力也是非常大的,我们有良好的经济前景,有不断扩大的内部市场,关键是企业如何把握。”周鸣江坦言。

在担当红豆服装转型重任的周鸣江看来,国内人均 GDP 正处于从 1000 美元到 3000 美元的飞速上升区间,这个区间也决定了国内主流群体服装消费正从大众消费开始快速向品质消费转型。但是在这个转型过程中,也出现了一些崇尚奢侈、攀比消费的不良倾向。既然国内的服装消费升级无法避免,作为服装企业就要审时度势,积极通过转型来适应市场需求。而正确的消费方式却是可以引导的,因此企业又可以在整体的消费升级中扮演好引导的角色。

周鸣江认为,目前红豆正在积极尝试着这种新的角色,而且取得了初步成效。

时光回到今年的 3 月 27 日,一场由中国服装协会主办、江苏省纺织服装行业协会、服装时报社、红豆集团承办的“中国主流生活方式”论坛,在人民大会堂举行。这是国内服装业界首次对中国主流生活方式进行积极的梳理和探索,引起社会广泛关注和热议。

“和谐道德、乐观豁达、进取拼搏、节俭平实”是专家、学者们对中国主流生活方式的高度概括。而红豆作为率先在服装界提出打造中国主流生活方式的倡导者,在会上高调拉起高而不奢的新节俭主义大旗。

周鸣江表示,此举红豆是经过反复调研、探讨,并邀请著名策划团队出谋划策才郑重推出的。红豆本身蕴藏着丰富的民族文化;红豆是情的化身,中华民族是最重视情感的民族。应该说红豆本身符合中华民族一贯的精神,这也是中国主流群体所具有的精神,因此由红豆来打造中国主流生活方式是非常贴切的。

与此同时,全新包装、全新定位的红豆品牌新形象也在此次服装服饰博

览会隆重推出,引起了广泛好评。

商业模式涅槃

今年 5 月 18 日,对红豆服装来说,具有里程碑意义,因为此次红豆形象男装加盟商产品定货会后,红豆形象男装将彻底告别批发市场,开始全力建设红豆形象男装连锁体系。

无论是从服装行业的特征来看,还是从连锁专卖体系的规律分析,原来商业模式的弱点,无疑是红豆模式转型的直接原因。正如红豆股份公司总经理刘宏彪所言,从整个服装市场的需求来看,红豆男装如果不提升品牌附加值,就不可能向消费者不断提供满足他们需求的商品;红豆男装如果没有自己的连锁专卖体系,就难以进一步规范市场;服装产品的竞争,实质是服装产品的服务竞争,如果没有自己的终端这个服务载体,就没有产品的市场。再结合红豆形象男装的主流消费群体,是二三线城市有文化知识、有固定收入的受众群体,如:公务员、教师、城市白领等。他们构成了中国主流的男装消费群体。红豆股份就是建立有亲和力、有特色、有品牌的连锁专卖体系,让他们能够买到有品位、有自信、有个性的服装产品。

选择新的商业模式必须摒弃旧有的模式。尽管经过多年实践探索,红豆拥有了强大的批发市场为主的商业体系。

“红豆商业模式的转型是时代的选择,就像企业当初建立批发市场体系一样,今天红豆转型选择连锁专卖体系也是同样的道理。”周鸣江认为,的确连锁专卖体系具有的市场覆盖面广、产品附加值高、盈利能力强、品牌特性强、渠道层级减少、发展潜力巨大等优势都是个性化消费时代的必然选择。

为了确保商业模式转型的成功,一方面,红豆股份花费了大量时间走访客户,反复对公司转型进行宣传、培训。笔者了解到,仅在红豆形象男装加盟商产品定货会期间,公司就安排了由红豆男装总设计师赵玉峰、专家廉仁淳、余明阳、陈伟等专家的专场、商品陈列等方面的专题培训,受到广大加盟商的欢迎。一方面红豆股份制定了非常严格的《区域加盟商管理办法》、《特许经营加盟商管理办法》等制度。到位的宣传,赢得了绝大多数客户的认同,他们都积极加入了红豆新的连锁专卖体系。

对此,中国服装协会秘书长王茁认为,红豆集团不断超越自我,主动进

行渠道变革,符合社会发展和服装行业发展的客观规律。

对于红豆形象男装的连锁专卖体系,周鸣江充满信心地表示,今年将达到 400 家,2009 年将达到 1000 家。

夯实创造基石

此次红豆形象男装加盟商产品定货会上,中国十佳时装设计师、红豆形象男装总设计师赵玉峰非常繁忙,不仅在培训上为加盟商讲授《商品陈列艺术与技巧》,还在定货会场为他们答疑解惑。

周鸣江认为,强大的市场营销网络体系,还需要强大的研发力量作为支撑。没有研发就没有市场。

红豆形象男装加盟商产品定货会也验证了周鸣江的说法。正是在赵玉峰的主导下,红豆自主研发的 500 多款品位不俗的系列男装,增加了加盟商的信心,许多加盟商表示,看到了服装,他们就放心了。有位加盟商这次定货会期间一下子订了 800 多万订单。

周鸣江表示,建立连锁专卖体系,不仅市场网络要健全,研发更要跟上,否则再好的购物环境,产品档次没有上来,消费者肯定不会买单。

为了加强红豆服装研发力量,去年,红豆股份聘请中国十佳时装设计师赵玉峰任红豆形象男装总设计师。今年元月,还通过调遣、招聘形成了由 20 多名设计师组成的红豆形象男装研发中心。此次设计的 500 多款红豆形象男装,具有十分强烈的系列感、原创性和技术性,这些都让这次推出的红豆形象男装三大系列(踏秋之旅、旅行艺术、青春风尚系列)既给人感觉含蓄、内敛、优雅,又具有丰富内涵。

对于此次红豆形象男装推出的服装,周鸣江表示满意,但他强调,企业要进一步加大设计师队伍建设,设计含量的大小就意味着企业利润率的高低,以后这种规律还会进一步显现。除了形象男装,包括红豆服装板块的其他几个品牌,企业要通过尽快地努力使设计师达到 200 多人,真正做到设计赢得市场。

对于未来,周鸣江表示,通过努力,自己有信心使服装成功转型。集团把服装优质资产注入红豆股份的工作也在积极推进中,而红豆财务公司的获批筹建等都会进一步促进红豆服装板块做大做强。(公司巡礼)