

斥资5亿元举牌上海环境 三峡系A股布局“再下一城”

◎刘礼文 ◎编辑 全泽源

集结了十余家 A 股上市公司后,“进击”的三峡系近日再度出手。上海环境 4 月 7 日晚间公告称,长江环保集团及一致行动人三峡资本今年 3 月 10 日至 4 月 3 日通过集中竞价的交易方式合计买入上海环境的股份比例由 0%增至 5%,构成举牌,且直逼上市公司第二大股东弘毅(上海)股权投资基金中心(有限合伙)6.80%的持股比例。

公告称,上海环境 4 月 3 日收到公司股东长江环保集团及其一致行动人三峡资本出具的《上海环境集团股份有限公司简式权益变动报告书》。根据《简式权益变动报告书》,2020 年 3 月 10 日至 20 日,三峡资本通过集中竞价方式买入上市公司 1779.08 万股,占股本总额的 1.95%;3 月 13 日至 31 日,长江环保集团通过集中竞价方式买入上市公司 2737.71 万股,占股本总额约 3%;4 月 1 日至 2 日,长江环保集团通过集中竞价方式买入上市公司 50.15 万股,占股本总额的 0.05%;4 月 3 日,长江环保集团通过集中竞价交易方式增持上市公司 1800 股,占股本总额的 0.0002%。据估算,上述交易需动用资金 4.99 亿元至 5.37 亿元。

据悉,本次权益变动前,长江环保集团及三峡资本未持有上市公司股份。本次权益变动后,截至 2020 年 4 月 3 日,长江环保集团及三峡资本合计持有上市公司 4567.13 万股,占公司总股本的 5%。其中,长江环保集团持有 2788.04 万股,占上市公司总股本的 3.05%;三峡资本持股 1779.08 万股,占总股本的 1.95%。

就此次举牌目的,长江环保集团及一致行动人三峡资本在公告中称,基于对上海环境未来持续稳定发展的信心及对其价值的认可,及对上海环境经营理念、发展战略的认同,从而进行的一项投资行为。其还表态,在未来的 12 个月内,根据市场情况并结合上海环境的发展及其股票价格等因素,有继续增持上海环境的计划。

新能源央企接连私有化 后续动作值得期待

◎张问之 ◎编辑 祝建华

新能源央企私有化退市一家接一家。
 华能新能源刚从港交所退市,中广核新能源又走上私有化之路。中广核新能源近日公告称,可能获控股股东提出私有化,公司尚未收到潜在要约人提出的明确私有化建议。

上证报梳理发现,2018 年以来,重资产型的能源公司从港交所退市步伐在加快。据不完全统计,截至目前,已有中国电力清洁能源、中电绿色清洁能源、哈尔滨电气、华能新能源、中广核新能源等 5 家公司公示“私有化”。其中,中国电力清洁能源、中电绿色清洁能源、华能新能源已成功私有化而退市;哈尔滨电气在历时 7 个月后,最终未能“除牌”,私有化以失败告终。

业内推测,未来华电福新及大唐新能源“排队”私有化的可能性极大。
 业内人士分析,上市公司选择私有化的原因一般有两个:一是股价未能反映公司实际资产价值;二是股票流通量及交投量低,缺乏二级市场融资能力。

以私有化尚在推进的中广核新能源为例,公司 2018 年、2019 年综合资产分别为 41.39 亿美元、53.80 亿美元;综合负债为 31.85 亿美元、42.70 亿美元;负债率为 76.95%提升至 79.37%,对外部资金的依赖明显。但与此同时,公司的市净率长期低于 1,无法满足企业经营资金需求。

“新能源企业私有化退市陆续增加,究其原因除了港股估值低于 A 股、负债率较高,还有国企推行私有化因素,很可能会涉及企业重组。”中泰国际分析师颜招骏在接受上证报采访时说。

“参考成功私有化的案例,不排除相关新能源业务未来会被并入兄弟公司的可能性。”就私有化将对能源行业带来的影响,颜招骏说,“对于行业龙头企业而言,竞争力或将进一步提升。”

比如,已经退市的中国电力清洁能源、华能新能源以及尚在退市进程中的中广核新能源,三家公司的兄弟企业分别为中国电力国际、华能国际电力、中广核电力,皆是相关母公司的主业上市旗舰。

经济学家宋清辉此前表示:“私有化对中广核新能源及其控股股东影响都很大,有利于快速恢复融资功能,提高在非核清洁能源行业的竞争力和市场地位。”据悉,新能源已成为中广核集团第二大支柱产业,总资产超 1800 亿元。

颜招骏分析,新能源央企私有化的另一个去向,可能是整合新能源业务在 A 股上市。

不过,就目前来看,上述已经私有化的公司尚未有进一步的行动。



据披露,长江环保集团和三峡资本的实际控制人均为中国长江三峡集团有限公司(下称“三峡集团”)。而作为 A 股市场中迅猛崛起的资本系“新秀”,2019 年以来,三峡集团已先后买入 12 家上市公司及子公司股权,具体包括 A 股公司 11 家:纳川股份、兴蓉环境、洪城水业、武汉控股、国祯环保、福能股份、旺能环境、启迪环境核心水务子公司浦华水务、川投能源、广州发展、国投电力,以及 H 股的北控水务集团。从能够估算的金额来说,耗资已超过 50 亿元人民币。

从三峡集团已收入“囊中”的上市公司来看,其资本布局围绕清洁能源和长江生态环保“两翼齐飞”而展开,主要为全国性业务平台、区域性地方平台、专业技术型企业等三类企业。

最新举牌的上海环境亦符合此逻辑。

身为国内固废行业起步最早的专业环保企业之一,上海环境是上海城投(集团)有限公司持股 46.46%的行业龙头。据了解,上海环境以生活垃圾和市政污水为核心主业,同时聚焦危废医废、土壤修复、市政污泥、固废资源化等新兴业务领域,处于行业第一梯队,其在业务上与三峡集团具有一定协同效应。与此同时,其深耕上海,拥有上海近 80%的生活垃圾末端处置业务份额;同时在成都、青岛、威海、漳州、南京、太原、洛阳等地进行拓展。

就专业能力方面,上海环境已建成多个示范性标杆项目。如拥有国内首个建设

千吨级、进口炉排技术的生活垃圾焚烧发电项目;建设和运营目前世界规模最大的生活垃圾焚烧发电厂(老港再生能源利用中心,9000 吨/日)之一;掌握各种烟气处理工艺,工程业绩覆盖干法、半干法、湿法和各种组合工艺;国内首个使用“半干法/干法”先进组合烟气净化工艺、也是国内首个使用更为先进的“干法/湿法”烟气净化组合工艺的企业;熟悉各种主流炉排技术,单台炉业绩覆盖 250 吨/日、400 吨/日、500 吨/日、750 吨/日,平均单厂规模位居国内前列。

上海环境 2019 年三季报显示,去年前三季度,公司实现营业收入 21.77 亿元,同比增长 18.68%;归属于上市公司股东的净利润为 4.41 亿元,同比下降 11.54%。



股权激励的温与火

◎林淙 ◎编辑 全泽源

清明时节,慎终追远。缅怀英雄,也要准备好砥砺前行。上市公司复工复产如火如荼的当下,各地都在积极想办法、出实招,努力把耽误的时间抢回来。资本市场也在大力推进再融资、并购重组等制度改革,为上市公司保驾护航。这期间,有一项制度可能没太引起注意,却对企业发展、经济振兴意义重大。这就是大家熟知但相对不温不火的股权激励。数据显示,沪市 1600 家公司中,最近三年也就 400 家左右公司发布了股权激励方案,还有不少公司从未尝过“鲜”。其原因很值得深思。

先要拿出来说的,可能是在关于人的价值这个问题上,认识还不尽一致。马斯洛讲,有效的激励,能够让人通过自我实现和自我超越激发无限潜能。德鲁克说,“经理人是企业中最昂贵的资源。”杰克·韦尔奇也多次强调,人是通用电气的核心竞争能力,他关于 20%-70%-10%的人力资源区分管理理论至今被许多管理者奉为主臬。这些认识,已经为国内外许多优秀企业所实践。无论是通用、苹果,还是华为、腾讯,无一例外都高度重视人才,也将其自身成就为了伟大的企业。但从更广的视野来看,不少企业对如何认识人才、怎样激励人才,观念上还是有不小的差异。梁漱溟老先生有言:“从来中国社会组织,轻个人而重家族。”这一中国传统文化有其积极一面,但在个人的激励上,却潜移默化地让一些企业在员工激励上的认识有所不足,甚至认为可以精神激励为主、物质激励可轻可重。对此,不妨再来重温一下《天下无贼》里那句直截了当的话:“21 世纪什么最贵?人才!”

已有的沪市公司实践,也印证了“关键人”的作用。2016 年,证监会发布股权激励管理办法。当年有不少沪市公司推出激励方案,回头来看,这些公司激励后四年的平均净利润增长率达到 25%,而同期未实行股权激励的公司平均净利润增幅为 8.53%。再举点表现亮眼的个案。汇顶科技最近三年共推出五期股权激励计划,向公司核心人员授予限制性股票及股票期权近 3000 万份;海尔智家 2009 年至今已推出四期股权激励计划,覆盖核心人员近 800 人次,授予期权及定向发行股票 1 亿余份。通过股权激励的深度“绑定”,这些公司的骨干从被动的“执行者”变成公司价值创造的“经营者”,归属感和获得感明显增强,真正实现了人才留得住、业绩靠得住、创新止不住。汇顶

科技 2019 年业绩预增超 200%,海尔智家十年的净利润复合增长率高达 26%。

要让股权激励在更多企业中得到推广应用,制度的包容性也比较重要。现行制度安排,更突出股权激励的“激励”定位。对应在方案要求上,就需要公司设置明确的激励指标,激励对象限于关键核心人员。这样的安排,能够满足传统型企业的需要。但实践中还有一类公司,需求可能不尽相同。比如科技企业,人力资源是其核心竞争力,员工文化水平和专业技能都比较高,光是激发关键少数的主动性还不够,激励需要覆盖更多的员工。这种情况下,偏薪酬型的股权激励定位可能是更合适的选择。比如阿里近三年的员工薪酬中,股权激励占比均超过四成;激励费用与收入的占比也维持在 10%左右的较高水平。如此看来,要让股权激励真正发挥作用,根本还是要贴合公司的实际需要。在制度安排上,则可以给企业更大的选择空间,允许其根据自身发展特点和经营状态选择更有利的激励定位,不做过多的限制。

股权激励要深入人心,也得打消一些顾虑。对股东来讲,担心的还是激励对象只重视短期业绩,甚至利用股权激励不当套利。当年,安然管理层主导业绩造假,一个重要动因就是高额激励诱惑。沪市中也有一家公司打算以市价一折推行股权激励,让市场为之喟然。要消除这些担心,还是要有清晰明确的约束机制。其一,自然是决策约束。股权激励怎么做,关键还是股东大会说了算。其二,是披露层面的约束。公司要通过信息披露把激励方案讲清楚、说明白,比如功能定位到底是侧重激励还是薪酬,背后有哪些考虑,不能搞得模模糊糊、似是而非。再有,要在制度层面扎牢藩篱。比如规定激励对象有重大违规行为的,其获得的激励收益就应当返还。当然,还要有比较好的市场约束,能让投资者用脚投票。此前,沪市有一家公司推出的激励方案定位为激励型,考核指标和授予价格却明显偏低。投资者都不满意,方案披露当日股价即下跌近 9%。公司受之触动,也很快调整了相关安排。

还有一个与激励效果密切相关的问题,那就是税收。其关键是税率高低和纳税时点。在境外市场,如美国,对符合条件的激励工具,相关受益人可以按资本利得来纳税,税率相对低了不少,持股时间越长享有的税收优惠也越大。纳税时点上,则普遍在激励对象真正取得收益后再行缴纳。在英、

法等国家,相关税收制度安排也大体相仿。这背后的逻辑,主要还是充分认识到“关键人”对企业绩效的作用。朴素地说,把企业这个大蛋糕做大了,给予个人的小蛋糕就物有所值,相较而言,在境内,已对激励所得的缴税做了一些便利的安排,比如可以申请延迟 12 个月缴纳。但总体看,股权激励还是按照工资薪酬征税,税率相对按资本利得缴税还是较高。在纳税时点上,是以股票解禁而非实际卖出获利来确定。这无形中使得激励对象不得不提前卖出部分股票,有些甚至还需面临借债缴税的窘境。在当前为企业减税降负成为政策选择的大背景下,对上市公司的股权激励税收制度做出适当调整和优化,可能是成本相对较小,却能从更深层次激发企业活力的一剂良方。

另有一个相映成趣的现象值得深思:国有企业推出的激励方案要远少于民企,近三年占比仅有两成,这背后的原因颇复杂。从实际情况来看,很多国有企业的管理者奉献精神强,有良好的职业操守。但是,没有有效的激励,人的趋利避害本性还是难免会让他们在创新与守成之间选择守成。企业的运营效率和创新活力也就很难充分释放。这几年,国企的制度机制也在不断深化,改革力度也在加大,尤其是去年央企股权激励新规发布,释放出了非常积极的信号。从实践层面看,也有不少公司已经做出了积极的探索,比如万华化学在集团公司层面想方设法以员工持股等方式进行激励,中国建筑则在 2013 年推出了十年期的股权激励计划,缓解公司薪酬与人才能力不匹配的矛盾。有效的激励,让这些企业坚持创新驱动,经营业绩也长期稳定向好。下一步,国企股权激励能不能在步子上再迈大一点,做出更有吸引力的安排,也是国企改革的关键一环。比如,也可以研究适度提高个人的激励幅度,增强激励对象的获得感,激发其全心全意为企业贡献才智的潜能。

讨论股权激励的温与火,并不是要让其成为短期的“炒作之火”,而是希望它能扎根企业实际的需要,成为支撑公司持续发展的长久“温暖之火”。好的股权激励,既能激发企业核心团队的潜能,又能节省公司真金白银的资金流出,还能把企业的发展和个人成长结合起来,形成个人与公司共同发展、相互促进的良性循环。这把“火”要真正旺起来,要在观念上破除成见,在机制上有支撑安排,使得股权激励真正成为上市公司习之如常、用之如常的制度工具。

星期六拟定增募资近30亿 加码移动互联网营销业务

◎张问之 ◎编辑 祝建华

因网红经济概念股价大涨数倍后,星期六抛出了近 30 亿元的定增融资方案,这一计划募资金额创下公司 IPO 以来再融资的新高。

星期六 4 月 7 日晚间公告称,公司拟定增募资不超过 29.72 亿元,计划用于 YOWANT 数字营销云平台建设项目、社交电商生态圈建设项目、创新技术研究院建设项目,并补充流动资金和偿还银行借款。

公司此次定增募资大多用于加码移动互联网营销业务。总投资 10.63 亿元的 YOWANT 数字营销云平台建设项目,将建设一套完善的集底层基础设施、中台海量数据处理、前台应用于一体的整体架构型数字营销云平台,从而提升公司数据计算和处理能力,提高互联网营销精准度,降低公司流量采购成本。总投资 14.28 亿元的社交电商生态圈建设项目,旨在构建以优质达人孵化基地、短视频场景化空间、直播运营中心及相应的配套运营平台为一体的完善的社交电商生态闭环。

星期六此次募资金额在规模上远超过往。2009 年 9 月上市以来,星期六共增发 3 次募资 19.30 亿元,加上 IPO 时募集的 9.9 亿元,已从市场中募资接近 30 亿元。

星期六表示,在国内互联网营销行业快速发展的当下,公司通过提早布局获得了一定先发优势,但受制于资金量不足带来的场地及软硬件配套等困难,业务快速拓展受到较大影响,因此公司计划再融资。

2019 年 8 月,星期六以 17.71 亿元收购遥望网络 89.40%的股权,形成皮鞋、皮革制品生产销售和移动互联网营销双主业运行架构。从 2019 年 12 月初开始,A 股“网红概念”受追捧,星期六在 25 个交易日内大涨 330.6%,股价最高达到每股 36.56 元。

产业链联手 破解重症呼吸机产能瓶颈 关键零部件国产替代方案已在测试

◎记者 时娜 ◎编辑 祝建华

新冠肺炎疫情仍在海外扩散蔓延,呼吸机等医疗物资告急!

上证报近日在迈瑞医疗等医疗器械企业调研时了解到,各大厂商正在开足马力日夜赶工,提升适用于新冠肺炎重症患者治疗的重症治疗呼吸机的产能,但依然缺口巨大。目前国内厂商已经在寻找关键零部件的国产替代厂家,向制约重症治疗呼吸机产能的关键环节发起“进攻”,迈瑞医疗、谊安医疗等已经在与零部件厂家开展测试和设计优化。

国内厂商争分夺秒生产“救命机”

我国医疗器械厂商正在争分夺秒扩充“救命”呼吸机产能,向全球疫情严重地区输送医疗设备。

记者在创业板公司迈瑞医疗的光明制造中心调研时了解到,从大年初二起,迈瑞医疗便加班加点“没有停过”,但呼吸机订单已经排到明年。目前,国内的主要设备已经基本完成交付。

“2 月中下旬开始,海外订单开始涌来,主要集中在亚太地区,到了 3 月初,随着欧洲疫情暴发,来自欧洲的订单需求就开始暴涨。目前已向意大利交付了两批呼吸机。”迈瑞医疗董事长李西廷透露。

北京的谊安医疗也在超负荷运转,“从春节到现在,一天也没有休息。”谊安医疗既生产重症治疗呼吸机,也生产急救呼吸机,但是并没有上市。

迈瑞医疗呼吸机产线负责人告诉记者,在疫情发生前,全世界能生产医用重症治疗呼吸机且具备一定规模的厂家有 10 多家,每年的产量约 10 万台,其中中国厂家的产量在 1 万台左右。疫情发生后,需求猛增,各大厂商紧急提升产能,但依然缺口巨大。

“我们呼吸机每日产能已经增至近 100 台,正在紧急调配资源,争取进一步提升产能。”上述负责人说。1 月 22 日至今,迈瑞医疗已交付重症治疗呼吸机逾 3000 台。

根据天眼查及国家药品监督管理局数据,国内拥有呼吸机注册证企业仅有 36 家,其中 24 家企业的经营范围含“进出口”,占比接近 70%。

具体到上市公司,涉及呼吸机生产业务的主要包括迈瑞医疗、鱼跃医疗、航天长峰等,我国没有以生产呼吸机为主业的上市公司,呼吸机只是上述上市公司业务的一部分,且占比均不高。

关键零部件国产替代已在测试

为应对仍在蔓延的疫情,英国、美国等国政府已经要求各大工业公司加班加点扩产或转产呼吸机。

“目前很多欧美汽车厂与呼吸机厂家合作,短时间内生产出了很多呼吸机,但这些呼吸机主要是急救转运呼吸机和家用无创呼吸机。医院专用的重症治疗呼吸机的生产受制于关键部件和生产检测校准装备能否跟上,否则即使产能很强大的汽车厂加入进来也解决不了问题。”迈瑞医疗呼吸机产线负责人称。

据了解,呼吸机绝大部分零部件来自国内,但也有一些零部件产自国外,比如重症治疗呼吸机所用的比例电磁阀、音圈电机、流量传感器、涡轮风扇等专用部件,全世界能生产这类部件的工厂非常少,主要集中在美国和欧洲。

针对零部件供应后续面临国际物流减少、工厂是否会因疫情停产等不确定因素,国内呼吸机厂商近期已在寻找国产替代厂家。

据了解,迈瑞医疗、谊安医疗等已经在国内找到了替代某些关键零部件的厂家,正在紧急开展各项测试和设计优化。但具体是哪些部件厂家,上述医疗器械厂商并没有透露。

3 月下旬,中鼎股份曾公告,公司近期收到客户的通知,成为美国通用呼吸机项目精密橡胶密封产品的批量供应商。