

两大股东阵营各引强援抢筹 皖通科技内斗决战一触即发

○邱德坤 ○编辑 徐锐

未出所料，经过前一阶段的“唇枪舌剑”后，皖通科技内斗将迎来决战时刻。双方如今已逐渐亮出自家底牌，并通过外部强援争夺未来话语权。

5月9日，上证报获悉，南方银谷已与安徽安华企业管理服务合伙企业（有限合伙）（下称“安徽安华”）结成一致行动人，而安徽安华的股东背景则指向了蚌埠国资。

同日，皖通科技公告称，股东西藏景源进一步增持了公司股份，截至5月7日持股比例已达7.47%。西藏景源背后的股东，则是实力雄厚的世纪金源集团。

两大阵营的强援先后进场相助，各自增加股权筹码，也使得战局未来走势更加显得扑朔迷离。

蚌埠国资曲线“参战”

据悉，南方银谷与安徽安华于5月8日签署了《表决权委托与一致行动人协议》，安徽安华将其持有皖通科技1652万

股股份（持股比例为4.01%）的表决权委托给南方银谷，且今后参与表决皖通科技股东大会等任何事项时与南方银谷采取一致行动，为期18个月。

“安徽安华是南方银谷引来的援军。”接近南方银谷的人士介绍，南方银谷此举也是为防止出现最坏的结果，即其与王中胜等人的一致行动人协议如果到期后无法继续获得王中胜等人支持，南方银谷还有其他盟友。

截至3月31日，南方银谷持有皖通科技13.73%股权，加上安徽安华手中持股，合计对皖通科技的持股比例已达17.74%。

安徽安华的实力如何？天眼查显示，安徽安华的执行事务合伙人为刘宇恒，股东为刘宇恒、蚌埠经济开发区投资集团有限公司，后者由蚌埠市国资委100%持股。

同时，从安徽安华成立日期（4月21日）可以看出，这家公司或是专门为参与皖通科技“内战”而设立，且成立后快速进场吸纳股份筹码。

截至3月31日，皖通科技前五大股东

中未见安徽安华身影，而第五大股东王中胜持股3.87%，持股规模低于安徽安华，足见安徽安华的吸筹力度之大，并有意规避一季报披露。

西藏景源举牌后再度增持

相比于安徽安华的低调吸筹，疑似李臻等人“援军”的西藏景源，则在近期频繁高调增持。

皖通科技5月9日公告称，3月17日至5月7日，西藏景源增持公司股份约589.52万股，增持股份比例超过1%。截至5月7日，西藏景源的持股比例达到7.47%。

这显示出西藏景源对皖通科技的买入动作仍在持续。3月9日，西藏景源通过增持皖通科技0.1473%的股权，持股比例达到5%，触及举牌线。随后，西藏景源以自有资金又在3月13日至3月16日期间，通过集中竞价交易方式增持公司股份比例1.0394%，持股比例由此增至6.0394%。

持续增持的西藏景源实力不俗，其背后

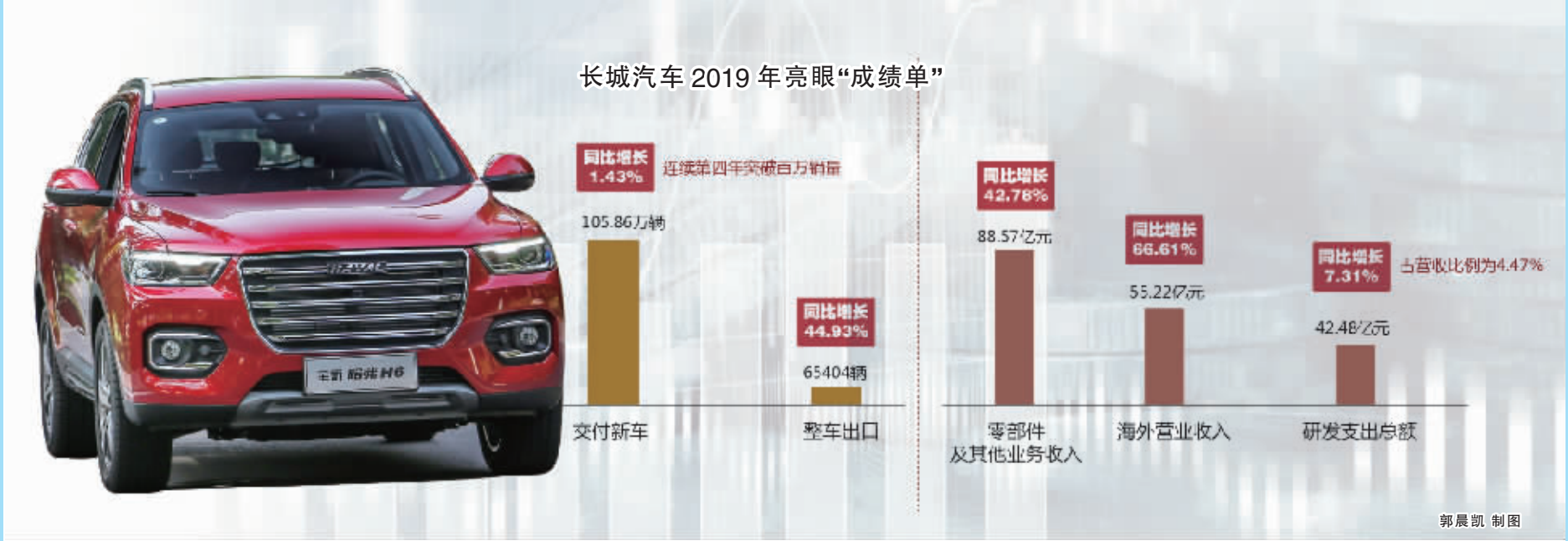
的实控人是世纪金源集团的黄海，而黄海所代表的黄氏家族，在2月26日发布的《2020世茂深港国际中心·胡润全球富豪榜》中，以290亿元的财富名列第626位。

当前，西藏景源还未明确与李臻等人的关系，但是两者却有着千丝万缕的关联。此前，李臻等人联合罢免了周发展的皖通科技董事长职务，而李臻任职皖通科技董事，则是福建广聚等皖通科技股东推荐。上证报此前调查发现，西藏景源与福建广聚存在众多交集。

作为南方银谷的对手方，李臻阵营目前已握有皖通科技的大量筹码。除了西藏景源持股7.47%之外，截至3月31日，福建广聚持股4.95%、梁山持股2.91%、刘含持股2.27%、王亚东持股1.18%，这些股东合计持有皖通科技股份的比例已达18.78%。

双方阵营各自蓄势增加股份筹码，均是为日后决战“储备弹药”。那么，双方是否另有援军潜伏于“水下”？各自引入的强援未来是否还会继续增持吸纳股份？本报将持续关注。

行业深蹲，长城汽车何以逆势起跳？



○刘立 ○编辑 祝建华

中国汽车产业近两年正面临“深蹲”，然而，长城汽车2019年却交出了亮眼的成绩：全年交付新车105.86万辆，同比增长1.43%，连续第四年突破百万销量；整车出口65404辆，同比增长44.93%；营收超962亿元，净利润超45.3亿元。

行业深蹲，长城汽车却逆势起跳。在近年来中国制造纷纷谋求市场深耕、品牌升级、全球化突破、探寻转型路径的今天，长城汽车无疑提供了一个非常具有代表性的逆势成长案例。

不难发现，在中国汽车品牌中率先突破基础技术与制造难题之后，长城汽车正通过构筑多“军种”协同作战的品牌矩阵、“七国十地” 募智的研发矩阵，以及ESG（环境、社会和公司治理）企业社会责任矩阵，建立更深的技术与品牌护城河，以及市场竞争与盈利能力。

细分市场覆盖+产业链渗透 打造多“军种”协作的集团军

2019年，长城汽车在品牌建设上的最大成就，无疑是完善了“4+4+1”品牌发展体系。所谓“4+4+1”品牌发展体系，指的是长城汽车旗下四大整车品牌——哈弗、WEY、欧拉、长城皮卡，四大零部件板块——蜂巢易创、诺博汽车系统、曼德电子电器、精工汽车，以及长城汽车与宝马集团合资的光束汽车项目。

身处体量庞大的产业领域，长城汽车“4+4+1”品牌体系的建立，使其不仅在整车市场上拥有可以协同作战的集团军，更是领先于国内同行，在零部件板块，形成产业链渗透能力。

2019年，长城汽车SUV产品在中国SUV市场的占有率为9.19%，较2018年提升0.14个百分点，其中10万元以上车型销量占比超65%。哈弗品牌作为“中国SUV全球领导者”，目前全球累计销量已近600万辆，连续10年蝉联中国SUV销量第一。

平均售价超16万元的WEY豪华品牌，赢得累计超33万用户的青睐，为未来进入欧洲、北美市场奠定基础。2020年第一季度，长城皮卡市占率近50%。长城皮卡全球累计销量超160万辆，连续22年保持国内、出口销量双第一。欧拉品牌进入新能源汽车品牌第一

梯队，欧拉R1在A00细分市场销量增速第一。

通过这组数据可以看到，哈弗、WEY、欧拉、长城皮卡四大整车品牌，在2019年均交出了亮眼的成绩，使长城汽车完成了从单腿走路，到双轮驱动，并最终实现“四驱越野”的阶梯性能力飞跃。集团作战不仅使长城汽车市场竞争力大幅提升，更大大增强了抗风险能力及持续发展能力。

在整车市场占有率不断提升的同时，零部件业务板块与海外市场，也正成为长城汽车的明星版块，为企业发展注入强心剂。2018年，长城汽车旗下四大零部件板块蜂巢易创、诺博汽车系统、曼德电子电器和精工汽车独立运营，实现了长城汽车自有零部件供应链体系从业务管控到投资管控的转变。2019年，长城汽车零部件及其他业务收入达到88.57亿元，同比增长42.78%。在2019年的上海国际车展和德国法兰克福车展上，长城汽车旗下零部件公司携一系列技术创新成果亮相，于世界舞台崭露头角。

与此同时，长城汽车与宝马集团合资的光束汽车项目，于2019年11月正式启动，通过“联合研发，中国制造，服务全球顾客”的崭新业态模式，进一步提升长城汽车的全球化品牌价值。

伴随旗下品牌全球化战略发布及零部件板块联袂出海，2019年，长城汽车海外营业收入达55.22亿元，同比增长66.61%。海外布局方面，长城汽车设立了俄罗斯、澳大利亚、南非、南美、中东五大区域营销中心，畅销全球60多个国家和地区，建立优质网络数量500余家，在俄罗斯、南非等几十个国家保持中国品牌销量第一。

对于长城汽车的全产业链、多品牌运营策略，多家机构也给出了积极的评价。

华西证券认为，乘用车行业目前在“刺激政策+首购释放”双重逻辑下需求回暖，未来长城汽车产品、品牌组合战略将继续发力，中期业绩有望逐季修复，整体经营向上趋势不变，“长期来看，长城汽车全球化战略布局及光束汽车项目顺利推进，自主龙头未来成长可期。”

新时代证券认为，2020年一季度，长城汽车单车营收达到8.3万元，对比2019年一季度的单车营收8.0万元，提升0.3万元，公司车型结构持续优化。随

着疫情防控形势的持续好转以及刺激汽车消费政策的逐步落实，公司汽车销量有望持续回升。

科技创新精确制导 “七国十地”广种博收

技术创新不仅是企业赖以生存和发展的基础，更是企业获得业绩增长的根本驱动力。汽车作为一个技术密集、全球化竞争的产业领域，其技术研发不仅依赖于可观的资金投入，更依赖于全球范围内的智力合作。

据不完全统计，今年以来，在28家券商关于长城汽车的研报中，15家建议“买入”，13家建议“增持”。多数券商认为，近年来长城汽车加速推进全球化战略，及持续加大研发投入，在电动化、智能化及网联化方面不断取得突破，未来值得期待。

一直以来，长城汽车不断通过技术研发投入，来获取企业发展的技术驱动力。2019年，长城汽车研发支出总额42.48亿元，同比增长7.31%，占营收比例为4.47%，重点布局汽车清洁化、智能化、网联化等前沿技术领域。

从自主研发发动机和变速箱，到投资50亿元建设长城汽车新技术中心，再到形成“七国十地”的全球研发布局，长城汽车覆盖前沿技术领域、遍布全球的研发网络，已经初步构建完成。目前，除国内保定、上海外，长城汽车在海外主要汽车技术创新中心日本、印度、德国、美国、奥地利、韩国等地均建立了研发中心。

在安全技术领域，长城汽车已经形成了自己的安全技术品牌。2019年7月，WEY品牌发布Collie牧羊犬全维智能安全系统，致力于实现“交通事故零伤亡”，创造新的汽车安全标杆。

在汽车清洁化领域，长城汽车致力于新能源与高效燃油动力协同发展，提升产品的环境友好度，在新能源汽车领域发布了基于Pi4平台的插电式混合动力型如WEY VV7 PHEV、VV7 GT PHEV，和基于纯电动专属ME平台的欧拉IQ和R1。

此外，长城汽车旗下蜂巢易创还发布了包括4N20发动机、9DCT变速器、6001系列电驱动力在内的“1纪元”动力系统，自主研发的GW4C20B 2.0T发动机和7DCT变速器分别荣获“中国心”十佳发动机和“世界十佳变速器”称号。

长城汽车已搭载在旗下多款新车的

新一代车联网系统，以5G、自动驾驶等智能科技为引擎，构建“影音娱乐、新闻资讯、出行服务、车友互动”用户关怀互联生态。同时，长城汽车还携手百度、阿里高德、华为等8家战略伙伴，打造基于5G+AI技术的出行机器人。

从产品价值到品牌价值 ESG 报告揭示质变升级路径

与2019年年报同步发布的长城汽车2019企业社会责任报告（ESG报告），展现了长城汽车着眼可持续发展的努力和实践，力图通过股东、员工、供应商、用户等相关方的协同成长，推动企业核心竞争力从产品价值到品牌价值的质变升级。

多年来，长城汽车在为用户提供高品质、高性能产品的同时，促进社会进步与环境改善。例如，疫情发生后，长城汽车在行业内率先应用抗菌抗病毒的“N95级”车载防护滤芯，打造疫情下高标准的用户防护屏障。

员工是企业的第一财富，长城汽车坚持不断完善企业管理制度与人才激励体系，打造全球人才培养体系，通过为员工提供高品质居住环境、解决员工子女教育问题等，使员工能够安居乐业，全身心投入为用户创造价值的使命。

长城汽车将对合作伙伴、消费者、全社会的责任理念融入企业发展，与经销商、供应商等合作伙伴始终保持鱼水关系，打造利益共同体，营造公平、公正、公开、透明的合作环境，哈弗品牌连续5年在中国汽车行业用户满意度指数（CACSII）销售、售后服务满意度评价中保持第一。

同时，公司坚持教育、就业扶贫，服务社会，促进社会和谐稳定，向河北省阜平县捐赠价值千万元车辆及设备，举办“992爱心夏令营”活动；今年疫情防控期间，公司先后捐款、捐车总价值达885万元，设立2000万元用户关爱基金，为经销商提供“三减三赋”政策；随着我国疫情防控形势持续好转，公司又全力复工复产，为稳定经济贡献力量。

百舸争流，奋楫者先；凡是过往，皆为序章。2019年逆势起跳的良好业绩，无疑会使长城汽车在2020年更笃定全球化核心战略，着力构筑经济价值与社会价值二元价值体系，巩固国内市场领先优势的同时，继续扬帆海外市场。



好业绩受投资者追捧 特宝生物详解高增长基因

○记者 柯豆豆 ○编辑 祝建华

好业绩为特宝生物业绩说明会带来高人气。5月8日，特宝生物业绩说明会在上证路演中心举行，中国证券网进行同步直播。在公司2019年业绩增长超过3倍、今年一季度增长超过40倍的背景下，投资者分别通过电话、网络端连线业绩说明现场，与特宝生物高管积极互动交流，希望求解公司高增长背后的基因及动力。

特宝生物是一家从事重组蛋白质及其长效修饰药物研发、生产及销售创新型生物医药企业，已开发完成4个治疗用生物技术产品派格宾、特立立、特立津、特立康，用于病毒性肝炎、恶性肿瘤等疾病的治疗。伴随核心产品进入收获期，公司也在科创板上市首年交出一份亮眼的“成绩单”。2019年，公司实现营业收入约7.3亿元，同比增长62.77%；实现净利润6429.39万元，同比增长301.76%。今年一季度，公司延续强劲增长态势，实现净利润2236万元，同比大幅增长4024.37%。

投资者迫不及待要求公司详细解析高增长的内因。公司财务总监、董事会秘书孙志里表示，公司业绩增长主要有三大驱动因素，一是生物医药行业销售规模持续高速增长；二是2017年和2018年公司派格宾仍处于新药推广期，随着派格宾产品各省份招标工作逐步开展、乙肝临床治愈科学证据的不断积累，派格宾销售收入同比增幅达93.87%；三是受益特立津、特立康产品推广策略的下沉，血肿线产品的销售收入同比增长39.88%。在积极开拓市场的带动下，公司今年一季度业绩迎来开门红。

作为公司拳头产品、收入主要来源之一，派格宾的技术竞争优势以及相关产品价格波动对销量的影响牵动投资者的目光。据公司总经理孙黎介绍，派格宾系国内自主研发的全球首个40kD聚乙二醇长效干扰素α-2b注射液，产品上市打破了国外进口同类产品垄断中国市场的局面。2019年的高增长验证了产品的市场竞争力。

针对恩替卡韦等核苷（酸）类药物的降价对派格宾影响，孙黎分析，随着核苷（酸）类药物价格大幅下降，一定程度上提升了更多慢性乙肝患者的支付能力，核苷（酸）类药物经治患者人数的增加，在某种程度上也提高了上述人群在未来为追求更高治疗目标（乙肝临床治愈）而联合使用聚乙二醇干扰素α-2b的可能。

伴随2019年年报好业绩，特宝生物发布分红预案，拟10派0.25元。投资者也进一步追问公司对股东回报的考虑。对此，公司董事长兰春表示，公司高度重视对投资者的回报。“公司所处的医药制造业具有研发难、投入高、周期长等特点，公司在制定利润分配方案时根据企业所处阶段量体裁衣，兼顾了股东短期利益和企业长足发展需求。目前公司正处于相对快速发展阶段，需要投入大量资金用于新药的研发、产业化以及市场开发，在保持分红政策的连续性和相对稳定性的前提下，公司拟将留存利润投入再生产，以良好的成长性和优秀的业绩提升上市公司内在价值，提高股东持股的综合回报率，为股东创造更大的投资效益。”

方大钢铁拟斥资7亿元 要约收购东北制药10%股权

○记者 滕飞 ○编辑 祝建华

东北制药5月10日晚间公告，公司控股股东之一致行动人方大钢铁将对公司进行要约收购，收购所需最高资金总额为7亿元。另外，收购人还表示不排除未来12个月内通过二级市场增持或其他手段增持上市公司股份。

据公告，本次要约收购股份数量为9070.48万股，占东北制药已发行股份总数的10.00%，要约价格为7.72元/股（截至5月8日收盘，东北制药股价为7.44元），本次要约收购所需最高资金总额为7亿元。

截至要约收购报告书签署之日，方大钢铁及其一致行动人合计持有上市公司2.60亿股股份，占总股本的28.64%，本次要约收购完成后，收购方最多合计持有东北制药3.50亿股股份，占总股本的38.64%。

本次要约收购资金来源于方大钢铁自有资金。资料显示，方大钢铁主要从事螺纹钢、线材、汽车钢板弹簧等产品的研发、制造和销售，业务同时涵盖中厚板、螺纹钢、高速线材、小型材等多系列多规格产品。方大钢铁2019年营业收入784.02亿元，归属于母公司所有者净利润44.76亿元。

公告显示，自然人方威持有方大国际100.00%股权，通过方大国际间接持有方大集团99.20%股权，通过方大集团间接控制方大钢铁100%的股权，系方大钢铁的实际控制人。

公司表示，本次要约收购不以终止东北制药上市地位为目的，主要基于方大钢铁以及公司控股股东方大集团对东北制药未来持续稳定发展的信心，巩固对于旗下上市公司的管控和决策力、维护企业长期战略稳定，进一步促进东北制药的稳定发展。

荣盛发展 拟分拆荣万家赴港上市

○记者 韩远飞 ○编辑 祝建华

荣盛发展5月10日晚公告，公司拟分拆所属荣万家生活服务股份有限公司（下称“荣万家”）到港交所主板上市。

公告显示，2019年，荣万家实现营业收入13亿元，净利润1.01亿元；今年1月至3月实现营业收入4.04亿元，净利润5073.79万元。

股权比例上，目前荣盛发展持有荣万家91.20%的股权，河北中鸿凯盛投资股份有限公司持有荣万家8.80%的股权。对于本次发行规模，荣盛发展表示，在符合上市地最低发行比例、最低公众持股比例等监管规定的前提下，发行比例不少于发行后荣万家总股本的25%（未考虑超额配售权的行使），并授予承销商不超过上述发行的H股股数15%的超额配售权。本次发行并上市所得的募资拟用于市场及业务拓展，收购兼并，社区生活服务，提高业务信息化水平，补充营运资金及一般公司用途等。

荣盛发展公告强调，本次分拆荣万家赴港上市后，公司仍将继续保持对荣万家的控股权，不会对公司其他业务板块的持续经营运作构成任何实质性不利影响，不影响公司独立上市地位。本次分拆上市有助于突出公司生活服务板块的发展优势，提高公司及荣万家的持续运营能力，并能够完善荣万家的激励和治理机制，使得其内在价值得以充分释放。