

严核战投 严管理财 严控过剩产能 A股定增审核呈现三大最新风向

◎记者 王乔琪 ○编辑 覃秘

再融资新规出台已有5个多月,新规实施后的定增反馈意见也陆续披露。监管有哪些新变化?哪些是新时期审核关注的重点?上证报记者梳理7月初以来37家A股公司再融资反馈意见,发现除了对财务指标、行政处罚等继续保持一贯关注外,监管层对定增拟引入的战投是否合规,募集资金是否用于财务性投资以及是否新增过剩产能等方面着墨最多。

有券商分析人士认为,在市场整体流动性增加、资本市场逐步向好的背景下,减少纯粹的套利行为、鼓励资金流向实业的监管态度愈发凸显。

严核“战投”身份

今年2月中旬,再融资新规实施后,“战略投资者”这一角色因享受“八折锁价”的条件而备受市场追捧。从近期反馈意见来看,是否符合“战略投资者”的规定也是监管层核查的重点。

例如,至纯科技于4月29日披露,拟定增募资不超过14.9亿元,北京集成电路基金、中芯涌久等共7名战略投资者认购。反馈意见即要求对涉及战略投资者认定的部分内容给予进一步说明,包括逐一说明引入的每名认购对象是否符合规定,穿透披露其各层出资人具体认购份额及各层出资人的认购资金来源,说明是否存在对外募集、代持、结构化安排或者直接间接使用上市公司及其关联方资金用于本次认购等。

与之类似的还有长安汽车。根据此前披露,长安汽车本次非公开发行对象为包括中国兵器装备集团有限公司、中国长安汽车集团有限公司、南方工业资产管理有限责任公司在内的不超过35名特定投资者。对于已明确的3名特定投资者,长安汽车被直接问及“是否存在直接或通过其利益相关方向上述特定投资者提供财务资助、补偿、承诺收益或其他协议安排的情形”,要求明确特定投资者以何种价格认购及参与认购的数量或数量区间。

针对新天药业定增计划中拟引入的3名特定投资者,反馈意见要求公司及认购对象遵照新证券法的相关规定,承诺本次股票发行的前后各6个月不再进行股票买卖并进行信息披露。

实际上,再融资新规发布后的3月20日,监管机构就发布了《关于上市公司非公开发行股票引入战略投资者有关事项的监管要求》,厘清了“战略投资者”的定义,大幅提高了认定门槛,并要求上市公司对其信息进行充分披露。在此背景下,康臣药业、立思辰等多家上市公司均根据细则对定增预案进行规范调整。

“明确身份定义,以及严格的核查,可以有效排除套利型、投机型的假战投,维护市场的公平。”一位券商人士分析称。

部分公司再融资反馈意见一览				
公司名称	是否锁价定增	预案出炉时间	反馈意见披露时间	反馈意见重点
道威股份	是	3月23日	7月9日	1.认购对象情况及是否导致实控人变更 2.募作投资情况 3.募投项目是否新增同业竞争 4.行政处罚和整改情况
科达利	否	4月9日	7月11日	1.控股股东股权质押情况 2.产业政策影响及新增产能消化措施 3.财务性投资情况
东方环宇	是	4月11日	7月12日	1.募投项目具体内容合理性和必要性 2.财务性投资情况 3.认购对象减持情况
长安汽车	否	4月28日	7月10日	1.募投项目相关审批文件情况 2.新增产能消化情况 3.控股股东股权质押情况
拓邦股份	否	4月29日	7月10日	2.前次募投项目未达预期原因及本次募投项目合理性 3.财务性投资情况 4.新增产能消化措施等
至纯科技	是	4月29日	7月9日	1.募投是否合规 2.认购资金来源 3.控股股东股权质押问题 4.财务性投资情况
吉林化纤	否	6月8日	7月9日	2.应债及贸易摩擦影响情况等 3.财务性投资情况
新天药业	是	6月20日	7月11日	1.募投是否合规 2.募资使用是否合规 3.财务性投资情况
福日电子	是	6月23日(更正版)	7月11日	1.前次募资问题,本次募资使用是否合规 2.募作投资情况

严管募资“曲线”理财

一边是大手笔将自有资金投向理财市场,另一边却在资本市场再融资投入项目建设,募资“曲线”理财的现象也正受到越来越严格的监管。

以东方环宇为例,公司4月10日发布公告称,拟定增募资不超过4.37亿元,用于“昌吉市燃气管道建设及配套设施改造工程项目”和“热源环保设备升级及供热管网改造项目”,另有1亿元用于补充流动资金。

不过,截至今年3月底,公司交易性金融资产余额1.96亿元,主要为购买银行理财产品。另外,据公司7月18日公告,今年二季度委托理财金额达到了5.09亿元。

购买理财产品时“出手阔绰”,上马新项目时却又伸手向市场要钱。对此,反馈意见要求公司详细说明上述投资行为是否属于财务性投资,同时,补充说明是否存在最近一期末持有金额较大、期限较长的交易性金融资产和可供出售金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资的情形。

由于前次募集资金管理中出现问题,福日电子此次再融资也被重点问询。

反馈意见显示,福日电子前次发行股票募集资金6.5亿元,全部用于偿还借款和补充流动资金,募集资金于2016年4月到账。但根据此前福建证监局监管关注函,该公司于2016年9月将部分募集资金转出

用作长期股权投资,还存在设立资金专户未经董事会批准、募集资金制度不完善的情形。

基于福日电子的“前科”,反馈意见要求公司说明前次募集资金是否变相用于财务性投资、此次同样用于“补血”的6.09亿元募资使用是否符合相关规定等。同时,要求公司对报告期各期末账面资金存放地点、存放类型、存放期限、利息年化收益率等关键性细节问题进行列表说明。

上海证券报记者注意到,拓邦股份、亚威股份等公司的相关财务性投资内容也都受到“质询”。

有券商人士认为,使用闲置募资购买理财产品本是为了提高资金的使用效率,但一边融资,一边大手笔理财的行为,有可能让本该流向实体经济的资金通过加杠杆流向虚拟市场。

严控新增过剩产能

对募投项目是否“新增过剩产能”的询问,几乎成了近期反馈意见中的“标配”。

例如,吉林化纤拟募集资金6.5亿元用于相应项目建设,反馈意见就要求公司说明,募投项目是否符合《关于抑制部分行业产能过剩和重复建设引导产业健康发展若干意见》(国发[2009]38号)等国家产业政策要求。同时,结合公司现有产品的产能利用率、产销率以及行业发展情况,说明此次进行大规模产能扩张的必要

性及合理性。

拟募集资金不超过5.2亿元用于新型包装材料及胶粘材料智能化等项目的永冠新材,同样被问及类似问题。反馈意见提出:“结合市场空间、市场竞争、现有产能利用率等情况说明新增产能规模的合理性,新增产能消化措施,是否存在产能过剩的风险。”

同属包装行业的嘉美包装也被明确问及,新增年产10亿罐二片罐生产线项目是否符合产业政策,说明新增产能规模的合理性等。

事实上,今年6月份,证监会在《再融资业务若干问题解答(2020年6月修订)》中强调,原则上,募集资金投资后不得新增过剩产能或投资于限制类、淘汰类项目。

今年上半年,受疫情以及补贴退坡等因素影响,新能源汽车产销同比出现较大幅度下降,产能如何消化也成为监管部门在审核该行业公司时关注的重点。

科达利就是其中的一个案例。公告显示,公司拟募资不超过13.86亿元用于“惠州动力锂电池精密结构件新建项目”等。在反馈意见中,科达利被问及“未来若国家及地方政府减少对新能源汽车的资金支持,申请人将如何规避由此对公司发展所造成的风险”,同时,要求公司详细论证相关募投项目达产后,新增产能消化的具体措施。与之相类似的长安汽车也被要求结合相关产品的产能利用率、在手订单等情况,说明新增产能消化措施。

两大电网下半年投资速度加快 特高压工程或迎新进展

◎记者 王文嫣 ○编辑 林坚

加快推进重点项目建设,全力以赴完成全年预定目标;加快推进数字化建设……在近日分别召开的半年工作会议上,国家电网有限公司(下称“国网公司”)和中国南方电网有限责任公司(下称“南网公司”)均将上述内容列为下半年工作重点。

上海证券报记者从国网公司进一步了解到,下半年还将力争推动4条特高压线路的核准建设。

下半年电网投资速度将明显加快

南网公司透露,上半年公司完成农网投资148亿元、中央预算内投资67.4%,助力打赢脱贫攻坚战。

国网公司年中工作会议透露,上半年主要受到疫情和洪水影响,施工进度缓慢。下半年将周密安排部署优质高效推进项目建设,以完成全年预定目标。公司今年将固定资产投资调增到4600亿元,增长9.9%,预计带动社会投资超过9000亿元,整体规模将达到1.4万亿元。下半年将要完成其余63.4%投资,意味着未来电网投资将提速。

南网公司也明确,将确保年内25个项目按期保质完成,提前谋划新增一批带动性、关联性强的关键领域“四类项目”,全力以赴完成全年目标任务。

4条特高压工程进度将加快

上海证券报记者从多个渠道获悉,国网公司下半年将力推南昌—长沙、荆门—武汉、白鹤滩—江苏和白鹤滩—浙江4条特高压线路核准建设,其中与白鹤滩水电站相关的两条线路进展相对较快。

白鹤滩水电站建成后将成为装机容量仅次于三峡电站的世界第二大水电站,随着近期白鹤滩水电站外送方案落定,为满足该水电站电力外送需要而规划的白鹤滩—江苏、白鹤滩—浙江两条特高压直流线路项目也将迎来关键性的突破。

在所有电网投资项目中,市场关注度最高的莫过于特高压工程。根据国网公司的测算及过往线路建设情况来看,单条特高压工程项目的投资额在160亿元至200亿元不等。特高压项目的投资拉动效应为3倍。相关线路一旦核准建设,将直接带动整个产业链和地方经济。

许继电气近日也透露,公司将积极准备、及时跟进白鹤滩—江苏、白鹤滩—浙江两条直流线路的招标工作。

数字新基建发展或超出想象

“数字新基建”是两家电网公司今年聚焦的另一大业务板块。

国网公司6月发布了“数字新基建”十大重点建设任务,并与华为公司、阿里巴巴集团、腾讯集团、百度公司等41家合作伙伴签署战略合作协议。国网公司投资约247亿元,预计可拉动社会投资约1000亿元。

上海证券报记者了解到,以5G为例,国网公司未来肯定会通过已有的杆塔资产与运营商深入合作。国网公司还利用自身杆塔、多站融合优势,正在大规模建设北斗基站。此外,国网系统也一直在谋求合作对象携手打造5G电力专网。

南网公司则透露,未来将全力推进数字化转型和数字电网建设,积极融入国家新基建建设,制定实施公司融入和服务新基建专项行动计划。

东阿阿胶推行年轻化战略 二季度业绩现转机

◎记者 滕飞

“夏季清心中国行——‘浆’爱传递山东关爱行动”日前在济南启动。新华社民族品牌工程指数成分股东阿阿胶同时发布公司2020年新营销策略,并针对夏日淡季推出专属产品。

从渠道转向消费者运营,东阿阿胶正在逐步落实重回营销本质的承诺。东阿阿胶在今年反复强调加速数字化营销转型,品牌年轻化是其攻坚的方向。东阿阿胶副总裁刘广源表示,今年夏天,东阿阿胶将着力把“阿胶+”产品植入现代年轻人生活方式。

活动现场,东阿阿胶针对年轻消费者需求,推出了适合夏季滋补养生的时尚便捷新吃法,包括夏季清心糕、东阿阿胶酸奶杯、东阿阿胶葛根饮、东阿阿胶奶茶等。

东阿阿胶此番推出一系列夏日养心产品的背后,是公司经营思维的转变。在公司新营销策略中,渠道营销已经不再是主流。东阿阿胶OTC部总经理焦龙辉表示:“现在是消费者主权的时代,只有满足终端需求,才能实现产品快速销售。”

转型消费者运营后,公司今年提出“一季一IP”的战略。夏季养心战略,公司意在获取年轻消费群体的认知;冬日滋补,则是公司保存量客户的手段。在客户合作模式上,公司今年也出现了改变,遵循“一切为了消费者”的营销理念。针对经销商,公司也由买卖关系转化为服务关系。公司此前通过政策和销售费用,引导下游进货,并对终端店面下达经营指标,引导销售。如今,公司正在逐步摒弃这种单项沟通的销售方式,全力打造顾客导向循环沟通的销售模式。

这种营销模式更加立体,公司通过旗下数字化营销包,协同下游客户,一同拓展社群营销。公司将客户画像细分为5类,通过社群引导、学术拓展、场景营销等手段建立顾客忠诚度,最终实现顾客向社群意见领袖的身份转变,由客户进行主动推荐,在客户端裂变,实现客户增长与保留。

受清库存以及疫情的影响,公司上半年业绩依然承压,预计亏损6754万元至9841万元。在2019年年报中,东阿阿胶提出把清渠道库存作为2020年重点工作,并严格执行该策略,叠加疫情影响,公司半年度业绩预告出现亏损在预期之内。

不过,综合公司一季度的亏损额8386万元来看,公司二季度业绩已出现好转,亏损幅度收窄。结合东阿阿胶近年来一系列的变化,可以预计公司正在逐步摆脱阵痛,重新走上正轨。

赶潮A股市场 老字号如何焕发新活力

◎罗茂林 ○编辑 郭成林

近期,一批中华老字号纷纷叩响A股市场的大门。前有徽菜代表同庆楼登陆主板,后有张小泉、中国茶叶、四川郎酒等一批公司正式递交招股书申报稿,它们共同的标签就是“中华老字号”企业。

然而,纵览目前A股市场上存量的老字号企业,却面临冰火两重天的境地。一边是“龙头”贵州茅台市值超2万亿元,五粮液、海天味业等知名老字号市值也高达数千亿元;另一边,Wind数据显示,目前上市老字号公司中,市值不足百亿的达到20家,全聚德的市值仅为37.49亿元。

好风凭借力,送我上青云。资本终究不过是助力,老字号虽有IP加持,但若想焕发青春,仍需回归经营本质,在体制机制上大刀阔斧地改革创新,在市场迭代中锁定年轻一代的用户群体。

“我认为老字号应当意味着品质的稳定,而绝不能让品牌沾染暮气。”同庆楼董事长沈基水如此表示,这位老字号人的经验当为镜鉴。

老字号的困境与破局

自2006年商务部认定首批“中华老字号”以来,至今共有1128家企业得到这一金牌认证。不过,目前A股市场中的老字号却并不多。据Wind数据不完全统计,目前老字号相关上市公司只有不到50家。并且从市值上来看,公司之间也相差悬殊。

股市内外,大多数的老字号经营都面临困局。据媒体报道,新中国成立以来初期共有老字号16000多家,至上世纪90年代初,这一数量锐减至1600余家。而在2006年被商务部认定为“中华老字号”的企业中,目前仅10%生

产经营具备一定规模、效益好,近70%的企业面临发展困境,约20%的企业长期亏损濒临破产。

困局与老字号自身的特点有关。按照商务部相关认定标准,老字号企业成立时间需早于1956年,这使得老字号大都是家族传承的餐饮零售业,在公司治理体系上欠下不少课。并且,大部分老字号名声也局限于一地,加之经营理念落后、产品创新不足等问题,经营惨淡也是意料之中。这一背景下,在资本市场自然也难觅知音。

不过,近年来老字号迎来了破局的契机。从最早的故宫文创到后来的李宁、百雀羚,一批有着明显特色的品牌开始走红网络,甚至在年轻人群中受到追捧。IP理念与老字号不谋而合,许多品牌的价值得到资本的重新审视。

与此同时,政府部门也在积极推动中华传统老字号的保护工作。2017年商务部、发展改革委等部门联合下发《关于促进老字号改革创新发展的指导意见》,提出推动老字号积极对接资本市场,此后地方政府层面也纷纷积极响应。老字号的资本市场征程自此也进入了新的阶段。

如何借力资本的东风

A股市场不乏借助资本力量将企业做大做强老字号。贵州茅台自不必说,海天味业的表现也堪称典范,自2014年上市以来,公司仅用6年的时间,市值就从383.86亿元飙升至4000亿元。备受市场追捧的背后是良好的业绩支撑。公司年报显示,2019年,公司实现营业收入197.97亿元,同比增长16.22%;净利润约53.53亿元,同比增长22.64%。此外,片仔癀、云南白药等都是很好的例子。

相比之下,全聚德上市后的经营就颇为冷

清。近期全聚德发布公告称,公司董事霍岩申请辞去一切公司职务。而近半年来,全聚德已经有3位高管相继离职。高层频繁变动反映出公司经营方针的摇摆,而这背后是全聚德持续低迷的业绩。

近年来,有关全聚德转型的报道时常见诸报端,然而转型的口号“涛声依旧”,公司的业绩却“拾级而下”。财报数据显示,全聚德2017年至2019年营收分别为18.6亿元、17.77亿元、15.66亿元,对应的归属净利润分别约1.36亿元、7304.22万元、4462.79万元。今年一季度受疫情的影响,业绩更是出现了断崖式下跌。

可见,如何把募来的钱花好,如何借助资本市场之力,实现公司治理与人才队伍的升级,每个老字号企业都需要交上自己的答卷。

老字号的多元与深耕

对于老字号企业而言,探索多元与专注深耕绝无好坏之分。

张小泉或许能给人以启示。据公司招股书显示,2017年、2018年和2019年,公司分别实现主营业务收入33555.68万元、40313.47万元和47955.93万元,净利润分别为4884.16万元、4380.85万元和7230.07万元。可见,只要深耕一个领域,一把小小的“剪刀”也能支撑起上亿营收的公司。海天味业财报中仅酱油一项就实现营收116.29亿元,占总营收超过50%,更是印证了“千鸟在林不如一鸟在手”的道理。细分领域的深度往往超乎想象。

多元与深耕取舍的核心既在于时机,也在于契合度。这一点同庆楼的经验颇有可以借鉴之处。2004年,沈基水以27万元的价格买下了“同庆楼”商标,此后一举让这家濒临破产的老字号起死回生,如今正式登陆A股市场。