

首例涉新三板操纵证券交易市场案宣判

●记者 刘礼文

8月5日,就原告上海朱雀珠玉橙投资中心(有限合伙)(下称“上海朱雀投资”)诉被告新三板公司上海阿波罗机械股份有限公司(下称“阿波罗”)及其前实际控制人邵军操纵证券交易市场责任纠纷一案,上海金融法院作出一审判决并公开宣判。上海金融法院认定,原告上海朱雀投资的投资差额损失为318万元,判令被告邵军承担赔偿责任,阿波罗因并非操纵市场行为人而不承担共同侵权责任。

该案系全国首例新三板操纵证券交易市场责任纠纷,也是首例涉交易型操纵证券交易市场行为的民事赔偿责任案。

3000万元定增交易引发纠纷

天眼查显示,上海朱雀投资分别由海南平安私募基金管理有限公司和上海朱雀资产管理股份有限公司持有96.59%和3.41%的股份,其中后者为上海朱雀投资执行事务合伙人;阿波罗于2015年在新三板挂牌交易。

回溯案件详情可知,2015年8月3日,阿波罗在新三板市场的股票转让方式由协议转让变更为做市转让。两年多以后,阿波罗公告称,因涉嫌操纵证券市场操纵,证监会决定对阿波罗实际控制人进行立案调查。

证监会于2020年9月7日发布的《行政处罚决定书》显示,2015年8月7日至9月30日,新三板市场做市指数从1515.4点跌至1322.15点,跌幅为12.75%。同期,阿波罗股价从20.26元/股涨至30.79元/股,涨幅为51.97%。阿波罗之所以涨势较好,并非公司本身被市场看好,而是来自包括“当家人”在内的多名人员的违法操纵。

公开信息显示,在上述时间段内,邵军通过其控制的证券账户连续买入,主动与做市商成交,大量买卖阿波罗股票,使做市商不断提高双向报价中枢,推动成交价格不断上升,其成交量占同期市场交易量的比率为54.03%,这些交易行为影响了该股交易量,也对其价格走势产生了重大影响。

《行政处罚决定书》还认定,邵军等从2015年9月14日开始,连续8个交易日进行了尾盘操纵。对此,证监会对邵军处以150万元的罚款,并对其他案外人亦有相应处罚。

2015年9月17日,原告上海朱雀投资作为定增意向投资者参加了阿波罗组织召开定的增投融资对接会。通过线上线下多轮谈判,2015年11月,原告上海朱雀投资与阿波罗签订《股票发行认购协议》,以20元/股的价格,购入阿波罗发行的股份150万股,共计投资3000万元。

就在上海朱雀投资参与定增后,阿波罗股票在2015年10月8日至2018年11月13日两次停牌。其间,阿波罗试图“转战”A股,但上市申请被证监会受理后,又于2018年8月20日被撤回。与此同时,2017年8月,阿波罗的股票转让方式也由做市转让变更为协议转让。

几番操作过后,阿波罗的股价大幅下跌。2018年11月14日,再次复牌后,阿波罗第一个交易日的股票价格跌至2.4元/股。2020年9月17日,即《行政处罚决定书》公告之日,阿波罗股价为5元/股。

因参与阿波罗定增投资产生巨额亏损,上海朱雀投资起诉阿波罗及前实际控制人邵军,要求两被告承担操纵证券交易市场民事赔偿责任,并赔偿经济损失2259.88万元。

前实际控制人被判赔偿投资损失318万元

在庭审现场,投资损失与操纵证券交易市场行为是否存在因果关系、投资损失应当如何认定,以及阿波罗是否需要承担共同赔偿责任等问题,成为原被告双方的辩论焦点。

经审理,上海金融法院认为,上海朱雀投资通过其定增投资与操纵行为高度关联等具体事实,证明了邵军操纵市场行为对投资者的诱导是导致原告最终决定投资的重要因素之一,邵军拉升股价的行为影响了原告参与投资的定价。上海金融法院认定,行为入实施的操纵证券交易市场行为与其遭受的损失之间的因果关系成立。

就投资损失认定方面,法院充分考虑了阿波罗当年的盈利能力、行业前景、管理水平、竞争优势等情况,并对比参照同行业公司的财务指标和非财务指标,最终还原阿波罗合理的股权价值为17.88元/股。

上海金融法院认定,原告上海朱雀投资的投资差额损失为318万元,判令被告邵军承担赔偿责任,阿波罗因并非操纵市场行为人而不承担共同侵权责任。



周洋 制图

宠物产业受资本青睐 IPO计划不断涌现

■2021年全国城镇宠物消费市场规模2490亿元,同比增长20.6%。未来3年我国宠物行业复合增速为14.2%,到2023年市场规模将达4456亿元。

■除了源飞宠物、乖宝宠物,目前已披露招股书或上市计划的宠物企业,还包括天元宠物、福贝宠物、中恒宠物、悠派宠物、瑞派宠物、新瑞鹏宠物等;在一级市场,今年以来豆柴、帅克宠物、易宠科技、魔力猫盒、红狗Reddog等宠物企业宣布获得融资。

■目前,中国宠物企业规模普遍较小,主要原因是产品以代工为主、海外市场销售占比过高。已有不少宠物企业开启转型,加强自主研发投入和自主品牌建设。

●记者 郭成林

宠物产业正在快速发展,相关公司纷纷开启上市之路。7月27日,乖宝宠物创业板首发过会;8月3日,源飞宠物开启上市申购。

宠物产业一级市场的投融资方面,2021年末上市宠物企业融资金额累计超36.2亿元,发生融资数量57起;今年上半年,超10家宠物企业披露获得上市前融资。

《2021年中国宠物行业白皮书》显示,未来3年我国宠物行业复合增速为14.2%,到2023年市场规模将达4456亿元。宠物企业质地如何?从招股书可见,这些企业营收、净利增速高,毛利率较高,细分业务发展较好,同时也普遍面临代工为主、业务体量小、品牌效应低、产品附加值不高等问题。

宠物产业高速发展

2017年,中宠股份和佩蒂股份登陆A股,此后宠物企业上市者寥寥。2022年,不少宠物企业谋求上市。

除了源飞宠物、乖宝宠物,目前已披露招股书或上市计划的宠物企业,还包括天元宠物、福贝宠物、中恒宠物、悠派宠物、瑞派宠物、新瑞鹏宠物等。

再看一级市场。天眼查数据显示,目前我国有197.5万家经营范围含“宠物”且状态为在业、存续、迁入、迁出的“宠物”相关企业。成立于5年内的“宠物”相关企业占比最多,达93.1%。注册资本在100万元以内的占比近八成。2021年新增注册企业数量为81.6万家,年度注册增速为123.3%。2022年以来新增注册49.8万家相关企业。

4月8日,宠物食品品牌豆柴宣布完成千万级A+轮融资;5月25日,帅克宠物宣布完成约5亿元Pre-IPO轮融资,由百联挚高资本、博裕资本领投;7月,易宠科技宣布

完成数亿元战略融资,投资方为瑞普生物;近日,魔力猫盒宣布完成C1轮2000万美元融资;宠物营养保健品牌红狗Reddog获得2亿元A轮融资。

宠物产业各类细分业务发展势头同样良好。

中国畜牧业协会宠物产业分会发布的数据显示,宠物产业的市场中,食品产业占比51.5%,医疗产业占比29.2%,宠物寄养、宠物美容、宠物婚丧等服务产业占比12.8%。此外,宠物玩具、宠物服饰等新兴领域也引人注目。

宠物产业各类细分赛道也不断涌现龙头企业。如源飞宠物,被称为“狗绳第一股”,其产品包括宠物牵引绳、胸背带、项圈等;在宠物殡葬行业,今年6月恩宠堂完成了1500万元A轮融资;中宠股份主要经营宠物零食,主要产品包括宠物干粮、湿粮、零食等;依依股份主营宠物一次性卫生护理用品;瑞普生物主要研发宠物疫苗及药品。

大市场与小公司

《2021年中国宠物行业白皮书》显示,2021年全国城镇宠物消费市场规模2490亿元,同比增长20.6%。未来3年我国宠物行业复合增速为14.2%,到2023年市场规模将达4456亿元。

不过,查阅拟上市宠物企业招股书及上市宠物企业财报可知,目前中国宠物企业规模普遍较小。

主营宠物食品的乖宝宠物,2019年至2021年营收分别为14.03亿元、20.13亿元和25.75亿元;净利润分别为416.02万元、1.11亿元和1.4亿元;主营业务毛利率分别为28.87%、33.12%和32.79%。主营狗绳的源飞宠物2019年至2021年的营收分别为5.15亿元、6.08亿元和10.67亿元;净利润5491.15万元、8319.80万元和1.37亿元。主营宠物用品的天元宠物2021年实现营收

量及拟募集资金金额。

招股书显示,真实生物的核心产品阿兹夫定为具有广谱抗病毒活性的创新药物,分别于2021年7月及2022年7月获国家药监局附条件批准用于治疗HIV感染及新冠肺炎,为中国公司研发的首个获国家药监局批准用于治疗新冠肺炎的口服直接抗病毒药物。据悉,真实生物还利用阿兹夫定作为核苷类药物的潜在抗肿瘤活性(其已被证明会干扰癌细胞中核酸的合成),开发治疗若干类型血液肿瘤的药品。临床前体外研究结果显示,阿兹夫定

18.54亿元,同比增长27.85%;净利润1.07亿元。

“目前,宠物企业规模确实不算大,行业集中度较低。”和泰资产人士表示,“这正是资本进入宠物行业的原因。中国的宠物产业尚在发展初期,优秀的企业能够高速发展。”

代工与品牌商

中国宠物产业的发展时间不长。基于制造业、面向海外市场,中国宠物产业是典型的外向型产业。

中宠股份、乖宝宠物、佩蒂股份等上市公司均成立于2005年前后,早期业务均为海外代工(OEM/ODM),主要供应给宠物零售商Petco、PetSmart和连锁零售商Walmart、Target等,无品牌价值、产品附加值低,有的至今仍无法摆脱对海外市场的依赖。

如中宠股份,虽然公司有自主品牌“Wanpy”“Zeal”“Dr.Hao”“Happy100”“KingKitty”等,但其财报显示,2021年主营业务收入主要来自海外市场,占比达76.03%。

又如佩蒂股份,公司拥有“齿能”“爵宴”“好适嘉”等品牌,2021年公司的营收主要来自海外市场,占总收入比例达83.45%。

拟上市企业亦然。

源飞宠物在招股书中表示,公司产品以出口为主,销售市场覆盖美国、欧洲、日本等。2018年至2020年及2021年上半年,源飞宠物海外市场销售收入分别为4.21亿元、4.87亿元、5.79亿元和4.56亿元,占主营业务收入的比例分别为97.36%、94.91%、95.50%和95.74%。源飞宠物的产品以贴牌销售为主,自有品牌销售占比不足1%。

“中国宠物企业以代工为主,体量小、品牌效应与产品附加值较低。在资本不断涌入后,我们看好头部企业转型品牌商,争取更大市场份额。”天图资本一位投资经理说。

已有宠物企业开启转型。如乖宝宠物,在国内市场推出了自有品牌麦富迪,投入大量成本进行消费者教育和品牌认知,营销费用占营业收入的13%。从研发投入看,乖宝宠物已位居行业第一,近3年研发费用分别为3552.63万元、4405.05万元和5936.17万元。

自主研发、自主品牌的加持下,近3年乖宝宠物主营业务毛利率分别达28.87%、33.12%和32.79%,远高于同行业头部上市公司20%左右的平均水平,其中公司自有品牌产品的毛利率分别达36.14%、39.79%和40.82%,相当于公司代工产品的两倍。

中宠股份近年来也在积极发力品牌业务,2021年还收购了新西兰宠物罐头公司PetfoodNZ70%的股份,开展海外品牌业务。

激烈竞争拓展盈利边界 手机业下个增长点在哪?

●记者 时娜

增强性能、全场景互联、加码折叠屏……全球智能手机市场低迷,手机行业开启新一轮竞争,刺激消费需求,拓展盈利边界。

数据公司IDC最新报告显示,2022年二季度全球智能手机出货量降至2.86亿台,同比下降8.7%,已连续4个季度下降。“市场低迷是暂时的,只要能给消费者带来创新体验,产业会迎来新的机会。”荣耀CEO赵明说。研究机构CINNO Research预计,下半年手机市场的销量表现或好于上半年。

手机厂商竞争激烈

7月,有多款智能手机上市。为了刺激消费,手机厂商不断增强手机性能。

7月19日,vivo发布的iQOO10系列主打充电快,号称手机充满电只需10分钟。7月20日,中兴通讯发布努比亚Z40S Pro,带来了18GB+1TB的内存版本。

手机厂商还不断调低售价。荣耀7月22日推出一款搭载6.7英寸超窄边全视屏、5000万像素镜头的5G手机,起售价仅1599元。苹果中国官方商城也在近日启动降价促销,7月29日至8月1日,苹果中国官方商城部分商品推出了150元到600元不等的优惠。

手机厂商激烈竞争的背后,是市场的低迷。

数据公司IDC报告显示,2022年二季度全球智能手机出货量降至2.86亿台,同比下降8.7%,已连续4个季度下降。调研机构Canalys表示,今年二季度全球智能手机出货量为2020年二季度以来最低。

全场景互联成创新方向

联发科预计,2022年全球智能手机出货量约12亿部至12.7亿部,同比下降6%至11%,下游客户调整库存的时间将延续2至3个季度。

面对这种情况,赵明认为,要坚持把创新、品质和服务作为荣耀战略支撑点,既要坚持研发往前行,也要提高运作效率,控制可能出现的风险。

为了加强用户忠诚度,寻找更多增长点,当前各大手机厂商纷纷推出全场景战略,推出更加齐全的产品种类,并通过技术创新,让平板、PC、可穿戴等各类设备能够互联互通,从而实现生态横向拓展,拓宽盈利边界。

不仅是华为和苹果在不断丰富全场景布局,包括荣耀在内的众多手机厂商也开始将全场景作为“战略标配”。

7月21日,荣耀正式推出了笔记本、平板、手机、智慧屏、耳机等基于MagicOS全场景操作系统底层架构的新设备,并提出以消费者为中心的理念。这一理念认为,无论是什么设备,消费者当前使用的设备就是中心设备,可以调用互联的其他设备的能力,服务在不同的产品解决方案和设备之间,可以非常方便地进行流转。

赵明介绍,将于今年底推出的MagicOS7.0,会进一步加强全场景能力,目前荣耀体系全场景产品占比还不是很高,未来全场景产品收入将达总营收的40%。

折叠屏赛道逆势向上

智能手机市场整体低迷,但也有细分赛道逆势向上。IDC报告显示,折叠屏手机细分领域保持高速增长态势。2022年上半年,国内折叠屏手机出货量超110万部,同比增长约70%。

分厂商看,IDC称,虽然供应受限,但华为依旧凭借强大的品牌与产品力,占据国内折叠屏手机市场超过63%的份额。OPPO凭借FindN具有显著差异化特点的产品设计,以及较强的价格竞争力,位列折叠屏手机市场第二的位置。三星的ZFlip3、ZFold3两款产品已接近生命周期尾声,市场份额排名第三;荣耀、vivo的供货策略相对保守,分列第四位、第五位。

Counterpoint Research预计,2022年下半年手机厂商将推出4至5款新的可折叠手机产品,预计2022年全年中国折叠屏手机市场的出货量将同比增长225%,达270万部。

放眼全球,中信证券预计2022年全球折叠屏手机出货1440万部,同比增长93%。国信证券研报称,2022年三季度三星、摩托罗拉、小米等品牌将陆续推出折叠屏新机,在行业销量高增长、新机频繁发布的催化下,折叠屏手机产业链相关公司有望受益。

手握首个国产新冠口服药 真实生物冲刺港交所IPO

●记者 张雪

港交所8月4日披露,真实生物递交港交所主板申请上市,中金公司为独家保荐人。

真实生物成立于2012年,是一家集自主研发、生产和销售为一体的创新药研发企业,主要从事抗病毒、抗肿瘤、心脑血管及肝脏疾病等创新药物的研发。公司第一大股东为三联创投,持股46.89%。公司创始人王朝阳是公司控股股东,通过直接或间接的方式合计持股48.61%。

财务数据方面,2020年、2021年和2022年前5个月,真实生物其他收入及收益分别是6.8万元、137.6万元、845.1万元,其间分别亏损1.51亿元、1.97亿元、2.18亿元。亏损原因是公司药物研发支出金额较大。报告期内,公司研发支出分别为1.06亿、0.64亿和1.14亿元。

此次IPO募集资金将主要用于公司治疗新冠肺炎核心产品阿兹夫定的制造及商业化,治疗HIV感染、HFMD及若干类型血液肿瘤的临床开发等。真实生物未披露拟发行股份数

量及拟募集资金金额。招股书显示,真实生物的核心产品阿兹夫定为具有广谱抗病毒活性的创新药物,分别于2021年7月及2022年7月获国家药监局附条件批准用于治疗HIV感染及新冠肺炎,为中国公司研发的首个获国家药监局批准用于治疗新冠肺炎的口服直接抗病毒药物。据悉,真实生物还利用阿兹夫定作为核苷类药物的潜在抗肿瘤活性(其已被证明会干扰癌细胞中核酸的合成),开发治疗若干类型血液肿瘤的药品。临床前体外研究结果显示,阿兹夫定

对多发性骨髓瘤、淋巴瘤及急性白血病癌细胞系具有有效活性。目前公司已完成相关临床前研究,并计划于2023年下半年向国家药监局提交IND(新药临床试验)申请。

真实生物表示,公司准备开启阿兹夫定商业化销售。今年7月,真实生物与复星医药就阿兹夫定的商业化签署合作协议。此外,公司已与多家药品制造商签署战略合作协议,这些药品制造商将为公司生产及供应阿兹夫定的活性药物成分(API)及片剂。公司亦具备自行生产能力,年产能约10亿片剂阿兹夫定。