

向日葵:阳光事业的“非阳光”投机

投资者认为,太阳能光伏原本是这个世界上“最阳光、最绿色、最光明”的事业,却不想在向日葵的“捣鼓”之下,变成一个上市公司大股东“为求商业利润最大化不择手段”的投机性资本运作平台。

■ 本报记者 许意强

旧疤未去,又添新伤。
从盈利500多万元到亏损1.7亿元,自2005年进入太阳能光伏组件市场的浙江向日葵光能科技股份有限公司(以下简称向日葵,股票代码300111),仅用了三个月时间。
日前,有市场投资者致电《中国企业报》记者,称“向日葵在业绩出现大幅度下滑之际,通过停牌数日修改业绩预告等手段,提前让公司董事总经理及多位高管选择在股价因业绩巨亏的下跌前高价位精准减持,通过损害中小股东利益的方式,完成对公司大股东和高管自身利益的锁定”。

随后,在《中国企业报》记者的调查发现,向日葵不仅“蹊跷”通过“业绩预告停牌数日”这一手段,确保上市公司高管减持在合适股价上的合规合法减持,而且公司在全球光伏产业的寒冬中对公司经营业绩和未来走势的表现“后知后觉”,存在误导投资者对公司的正确投资行为。

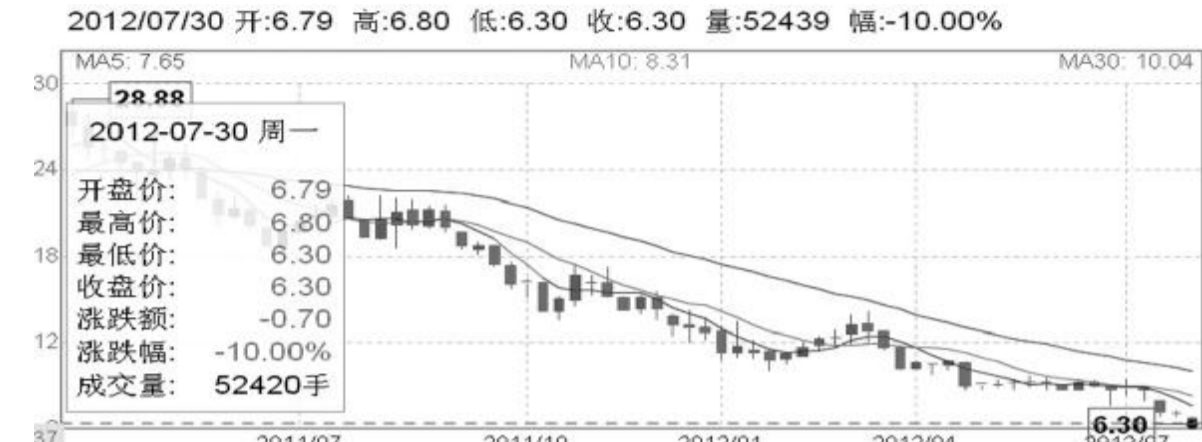
同时,作为公司大股东、董事长吴建龙产业布局横跨光伏、房地产、化工、医药、创投等多个领域,当前正面临来自国家政策和产业调控等外部风险的冲击,仅2011年向日葵披露的对外担保金额就高达1.93亿元,这些是否会为公司未来发展埋下一颗颗“定时炸弹”?

择机减持涉嫌“自导自演”

在2010年成功登陆深圳创业板,不足一年便在2011年遭遇市场业绩和经营利润的双下滑,营业利润同比下滑幅度高达94.13%。
日前,向日葵证券部人士在接受《中国企业报》记者以投资者身份咨询时明确回应,“公司高管减持与业绩预告停牌之间没有任何关系,只是时间上的巧合。”更为重要的是,公司并未违反任何规定,高管也不是抛售所持的所有股票。“不然的话,深交所肯定会向上市公司发出警示”。

向日葵方面的回应并不能解答投资者心中的“疑惑”。有来自上海的投资者就明确地向《中国企业报》记者提出疑问,“一般来说,上市公司因为业绩预告停牌,是几乎没有的事情。像向日葵这样发布一个业绩预告就停牌4天时间,简直是前所未有。”

根据深交所相关规定,上市公司高管在业绩预告、业绩快报公告前10日内不得买卖公司股票。《中国企业报》记者看到,向日葵于7月11日停牌,在当月14日发布业绩预告,涉及3个交易日。同时,向日葵四名高管于6月29日至7月2日期间大量抛售



7月30日向日葵股价跌停,这也创自2010年上市以来的新低

自家股,合计套现过千万元。其中董事、总经理丁国军减持80万股,另外三名副总经理陈海涛、潘卫标、杨翔分别减持50万股、12.5万股、21.25万股。

上述四名高管相关减持行为,正是在6月29日解禁到期就迫不及待实施。更令人感到诡异的是:6月29日,高管减持当日,公司股价涨幅达9.97%,7月10日,公司停牌前一天,股价涨幅达10.05%。

7月14日,当公司发布修正后的2012年半年报业绩,从预计净利润同比下降50%以上(2011年上半年同期净利润为1.3亿元),至预计亏损1.6亿元,为1.7亿元,令市场和投资者“大跌眼镜”,随之公司股价也出现持续下跌。

上述投资者向《中国企业报》记者表示,“公司所处的太阳能光伏产业全球性的不景气是公开事实,不过公司在今年一季报时还取得586.38万元净利润,短短3个月之后就出现1.7亿元的亏损,简直就是让投资者‘坐上一轮过山车’完全就被公司披露信息误导了,这家公司业绩变脸速度比浙江的天气变化还要快。”

模式革新被指“自说自话”

曾被市场投资者寄予厚望的向日葵,未能打破创业板上市公司第二年便滑入“业绩下滑、利润下跌”通道的魔咒。相反,其在企业信息披露和商业前景规划等方面,还存在有意对市场投资者的“选择性误导”和“判断性失

误”。
上市之初的2010年,向日葵的总营收达23.3亿元、营业利润2.79亿元。进入2011年,公司总营收同比下滑16.74%,仅为19.38亿元,营业利润同比下滑94.13%,仅为1641万元。今年上半年,公司的净利润竟然从1—3月份的盈利586.38万元,经过4—6月后迅速瘦身成为最高亏损1.7亿元。

面对营收下滑、业绩下跌,向日葵给出的理由颇为充分:光伏行业持续低迷、产品售价同比大幅度下滑;欧元汇率波动和远期外汇交易产生的汇兑损失高1.16亿元。此外,公司计划从卖光伏组件向卖光伏电站的商业模式变革带来的5000万元利润因为转让手续问题,尚未最终实现。

一位接近吴建龙的浙江投资者透露,“在吴建龙的眼中,卖太阳能光伏对海外市场依赖性大、对政策扶持的依赖性不强,并不是公司未来发展的主要方向。从卖太阳能光伏组件,到自己投资建设太阳能光伏电站,不仅赚得多回报大,而且成为一种全新的商品。”从2010年登陆资本市场之后,吴建龙领导下的向日葵便开始在国外兴建光伏电站,打起这“门”新生意的主意。

现实情况却让卖电站无法在短期内成为向日葵“扭亏增盈”的筹码。在浙江万里学院客座教授冯洪江看来,“从卖光伏组件到卖光伏电站,看上去是企业商业模式的变革,实际上这就是皇帝的新装。一方面,太阳能光伏电站投资大、面临的政策风险和产业链布局要长,短期很难有收益;另一方

面,向日葵的光伏电站投资主要在海外的市场上,这里面存在众多的交易风险和政策壁垒,并非向日葵这种中小企业所能操作的,除了需要技术、资金,更多的还包括对当地产业政策、市场风险等熟悉的经验和背景。”

当前,向日葵在德国电站的出售已经面临交割时间长的难题。各国快速变动的政策也成为公司发展太阳能光伏电站的最大壁垒。长远来看,德国、意大利等国相继下调光伏补贴,直接导致光伏产品价格下调,并实现平价上网,是行业发展的趋势。中国也同样会逐步取消对光伏的补贴政策。同时,一旦国外光伏电站形成规模和产业链,便会对外来者设置极高的政策和贸易壁垒。

“向日葵当前对于汇率波动造成的结汇巨额亏损的预防措施缺乏,已经折射出这家成立不足10年的新兴企业,未来自身对全球太阳能光伏产业挑战,未来掌控能力的缺陷,更难驾驭这一大摊子事业”,让冯洪江更为担心的是,其创始人所拥有的复杂多元化产业布局最终操作不慎,很有可能伤害到上市公司的正常运营。

目前,吴建龙共持有上市公司65%左右的股份,其还担任浙江龙华新世代房地产开发有限公司董事长、浙江龙华精细化工有限公司董事长、香港优创国际投资集团有限公司董事、浙江贝得药业有限公司董事长、浙江优创投资有限公司执行董事等职务,这显示出其产业未能实现聚焦式发展,这无疑会大大拖累向日葵在太阳能光伏上的复兴步伐。

百圆裤业退“二”守“三” 盈利前景暗淡

■ 本报记者 李金玲

进军二线城市,加大加盟店比重以加强对零售终端的控制,是百圆裤业曾传递给投资者的发展方向之一。去年该公司IPO募投项目的亮点是“购买16家商铺开设直营店项目”,根据其招股说明书,募集资金将主要用于营销网络建设,该项目拟投资27550.07万元,将在长沙、南京、太原、南宁、郑州、合肥、兰州和贵阳8个省会城市开设220家直营店。

然而时隔不到一年,该项目迅速变更为“在三线城市购买商铺建设战略加盟店及设立广州、南昌全资子公司开设直营店项目”;同时将原“营销网络建设项目中由贵阳控股子公司开设直营店项目”变更为“设立武汉控股子公司开设直营店项目”。

变更原因是省会城市商业地产价格的不断飙升。对于百圆裤业退守三线城市,有媒体表示由于商业成本过高而放弃,二线城市的做法不禁令人对公司未来发展产生担忧。加上公司刚刚下调了上半年的净利润预测,由同比增长20%—40%修改为同比增长0%—20%,盈利为2548万—3057万元。调整后公司能否兑现上市前对投资者的回报承诺也将被打上问号。

募投项目变更

募投项目的变更原因为省会城市商业地产价格的不断飙升。“公司原计划资金已不能满足实际购买商铺的资金需要。若按照原定项目继续执行,将无法完成原定项目的实施效果。”7月20日百圆裤业公告显示,考

虑到目前的现实情况,公司有必要根据当前市场的实际情况对之前制定的营销网络建设项目的实施方式进行相应调整,以提高募集资金使用效率。

对于新募投项目的情况说明,公告中显示,三线城市购买商铺建设战略加盟店项目实施主体为山西百圆裤业连锁经营股份有限公司,计划总投资额为83230694元,全部为商铺购置费。项目建设期为1.5年,第一年计划投入资金27466129.02元,购买商铺5家,第二年计划投入资金55764564.98元,购买商铺10家,总计购买15家,如投资金额余额不足一家店由公司自筹补齐。

设立广州、南昌全资子公司开设直营店项目实施主体为山西百圆裤业连锁经营股份有限公司子公司,计划总投资额为1000万元,分别对广州投资600万元,南昌投资400万元。公司拟定自股东大会通过本议案之日起,投资设立上述两家公司。项目建设期为1.5年。

对于项目可行性分析,百圆裤业表示,三线城市购买商铺建设战略加盟店项目目标市场空间潜力巨大、具备丰富的三线城市市场发展经验,三线城市市场发展的机会,同时,将对公司终端营销网络结构的完善发挥重要的作用。

相关费用必将大幅提升。而此时使用募集资金提前进入三线城市市场进行核心商铺的布局,必定为后期在三线城市市场稳定发展获取重要砝码。

有媒体表示,目前百圆裤业现有大部分直营门店为租赁方式取得,主要位于国内三四线城市,若按原计划实施,公司在国内二、三线城市的商铺数量也将大幅增加。但如今百圆裤业表示将退守三线城市,由于商业购置费高而放弃,二线城市的做法不禁令人对其未来发展产生担忧。

投资回报承诺能否兑现存疑

现百圆裤业拟将原项目中购买12家店的募集资金9323.0694万元变更用途,其中8323.0694万元用于三线城市购买商铺建设战略加盟店,第一年计划投入资金2746万元,购买商铺5家,第二年计划投入资金5576万元,购买商铺10家,总计购买15家;剩余资金1000万元设立广州、南昌全资子公司开设直营店。

7月26日,《中国企业报》致电百圆裤业董秘,对方以不方便为由拒绝了采访。记者又以邮件的方式采访,截至记者发稿也未能收到回复。

同日,记者多次拨打百圆裤业董秘电话,该公司证券部门的一位工作人员对《中国企业报》记者表示,公司高管均外出不方便接受采访,对于记者提出的“公司募投项目的变更能否兑现上市前对投资者的回报承诺”问题,该工作人员不是很肯定的回答“应该能。”

库存现已成为国内品牌服装企业的普遍现象。甚至有分析表示,目前的主要任务是处理存货。

一位业内人士坦言:“不少品牌的库存的账面价值占流动资产的比例超过50%。”如此下去,企业必须通过大量倾销来回收现金。

此前,百圆裤业在4月17日发布年报时仍表示,2012年将在募投项目市场依据募投计划进行市场拓展,并逐步购入适合经营本项目的商铺资源,进行终端网络的拓展。对于营销网络建设项目是否已变更,百圆裤业予以否定。

百圆裤业于7月10日在深交所投资者互动平台回应投资的问题时表示,公司目前对申报预测没有改变,虽然纺织原材料价格在下降,但是人工成本在不断提升,所以对公司的生产成本影响不大。目前公司产品的订单和销量都很稳定。从以上回复中投资者仍认为百圆裤业申报预测没有改变依然是增长20%—40%。

尽管如此,百圆裤业还是下调了上半年的净利润预测,由同比增长20%—40%修改为同比增长0%—20%,盈利为2548万—3057万元。业绩下调主要原因为公司的营销网络终端项目处于装修、刚开业阶段,目前尚处于培育期;直营店铺租赁,员工工资等费用较去年有所增长导致整体经营业绩未达到预期。

新兴产业“十二五”规划发布

小微企业艰难撑起“创新”天空

■ 本报记者 张龙

在战略性新兴产业方面,众多的中小民营企业在这种不利的局面下依然撑起了一片“创新”的天空。

李先生(化名)怀揣着对锂电池的梦想,带着他自己研发出来的3项锂电池专利,跑到了安徽开设了一家锂电池工厂,算上他,技术人员有5名,生产工人有20名左右。这是典型的小型科技型企业。

李先生的想法显得有些超前,锂电池市场发展至今,市场容量并未得到爆发式增长,这使得李先生举步维艰。尽管如此,仍有多家大型企业看上了他的技术。

7月20日,国家发展改革委发布了《“十二五”国家战略性新兴产业发展规划》。该规划提出:到2020年,力争使战略性新兴产业增加值占国内生产总值比重达到15%。

国家发展和改革委员会副主任张晓强表示:“新产品的70%是中小企业创造的,从这个角度来讲战略性新兴产业一定不能忽视中小企业或者是小微企业。”

小微企业活力:来自科技成果转化

靠着自有的3项专利,李先生在经过不断的调试失败之后,产品马上被市场认可。

“毫不夸张地说,我们的锂电池在国内是一流的。我们已经申请了一项实用新型专利,就是在南京的一个客户的产品上已经使用的动力锂电池安全阀,专利证书已经寄来了。今后我们的产品都要用的。”此时的李先生很自信。

南京的一个客户给了该公司20多万元的订单,生产太阳能路灯上使用的锂电池,总共1000组。

该客户说:“公司大小不是关键,使用该公司的技术,可以使锂电池寿命达到5年,节约了自己的更换成本。”

伴随着幸福而来的是烦恼,“国家相关部门想给我们一个1000万元的订单,但我们消化不了,公司规模还是太小了,产能跟不上。”李先生说。

中小企业的科技创新活力主要体现在推动科技成果转化上。据记者了解,在大庆、胜利等油田,已开始应用北京一家中小企业的技术来解决油中含水量的世界级难题,能提高石油单井日产量2.3吨,实现了“以砂增油”。

国务院发展研究中心一位不愿具名的专家曾对记者表示,事实证明,像联想、华为、阿里巴巴等从事新一代信息技术、高端装备制造、新能源产业的企业,无一不是从小企业脚踏实地成长起来的,现已成为发展战略战略性新兴产业的典型代表。现在地方政府对战略性新兴产业高度重视,今后扶持资金应该更多。

在中央层面,去年在中央预算内投资战略性新兴产业科目中,有关部门共支持了41个民营企业项目,占总批复项目数的38%。

小微企业之困:筹款不易,人才易断档

去年,在中央财政战略性新兴产业发展专项资金中,重大产业创新发展工程和重大应用示范工程共支持了17个民营企业项目,安排国家资金8亿元。

这对于占全国实有企业总数的99%以上,高达1100多万户的小微企业来说,有些杯水车薪。

“尽管政府很支持我们,但最多能给我们贷款的数额也就在100至200万元。而现在,我至少需要500万元才能够进行扩大再生产。”李先生说。

在北京,一家太阳能发电设备公司,至今仍然要依靠该公司的总经理陈先生的另一家IT公司进行输血维持。

“半年过去了,订单才只有20多万元,已经购买了产品的客户都说产品不错,能有效降低公司的电费开销。但国内市场需求还没有打开,只能挺着。”陈先生说。

李先生没有陈先生还有另一家公司输血的幸运。无奈之下,李先生准备把工厂搬到江苏。因为李先生在当地的客户向当地政府做了推荐,当地政府对此很重视,准备给李先生提供贷款1000万元,而且是低息。

张晓强曾表示,创业投资资金等方面要把小微企业放在重要的位置。还有在资本市场的融资工具上,既重视大企业的融资需求,也要重视小微企业的融资需求。

小微企业一个更大的问题在于人才断档上。李先生直言:“公司就靠我和另外几个人撑着,没有新的人才补充进来,缺乏持续性。一旦我们的创造力不够或者人才流失,作为靠创新生存的企业来说,就意味着倒闭。”

陈先生也面临着这样的情况,当初成立太阳能发电设备公司时,有近10个研发人员,现在已经走了4个,幸运的是,核心的研发人员还在。

更令人忧虑的是,很多地方的就业报告显示,超半数的应届毕业生不愿“委身”中小企业。

移动互联网再造智能机

娱乐休闲之后,移动商务成为智能手机新的商业方向

■ 本报记者 郭奎涛

移动办公正在成为现实,云计算、移动化正在重构企业业务的运营管理模式。

根据IDC的全球移动办公人数预测,亚太区(不含日本)的8.387亿用户将于2015年之前实现移动办公。在中国,有全球近20%的手机用户以及超过30%的移动互联网用户,这将为移动化在企业应用的普及奠定坚实的用户基础。

更为直接的支撑是工信部的统计数据,我国智能机出货量连续三个月超过功能机,目前的市场占有率已在50%以上。“相比传统功能机,智能手机更加注重用户的体验,90%以上的功能都是通过应用来实现的,手机硬件只是载体。”“智能手机厂商欧新整合营销传播中心副总唐毅说。

不过对于百度来说,智能手机已经演化为商业工具。目前,百度已经在手机上实现商务推广、移动营销。“企业搜索营销将进入移动营销时代,百度会继续双向匹配企业与用户需求,开发出更精准化的工具,满足用户需求,帮助企业扩展商业机会”。百度副总裁向海龙表示。

“智能手机的快速发展有两个基本前提,一个是支持快速移动的网络技术如3G、4G的普及,另一个就是移动互联网海量的APP应用作为内容支撑。”艾瑞分析师张毅告诉记者,90年代摩托罗拉推出推出的智能手机之所以影响有限,就是因为尚不具备这两个前提。(下转第十版)