

# 金厦公司易主迷局 创始人被架空

## 金智科技多位合伙人被指违规操纵上市公司做局

■ 本报记者 李海

南京市江宁三山风景区,重峦叠嶂,野生树木葱郁,芳草萋萋,鸟语花香。

在风景区内有一座占地面积达276亩,拥有25栋豪华别墅的“香榭岛”项目在2012年1月24日这一天被莫名强拆,其土地在随后的几个月内转让。

而在南京市鼓楼区虎踞路69号,五栋白色外立面的建筑紧挨着明城墙和秦淮河,是南京城区内罕见的独栋别墅群。

2013年1月21日上午九点,一阵急促的敲门声打破了别墅区的宁静。来人声称是受托于江宁区人民法院执行局的,要执行该别墅区3号别墅,并委托了资产评估机构来评估,这栋3号别墅即将不保,将被作为抵债之用。

两处别墅的命运都与金厦实业公司总经理吴剑元有着“深刻”的联系。

这块土地上到底发生了什么?《中国企业报》记者经过近一个月的持续调查,力图拨开层层迷雾,但复杂程度异常。

### 由资金拆借引发的股权变更

“这一切,都缘自2009年11月底银行对本公司开发的香榭岛项目的抽贷。经北京利亚保险代理公司引荐,本公司向金智投资和金智科技借款1.5亿元。”金厦实业公司总经理吴剑元对《中国企业报》记者说。而即将被抵债的3号别墅曾经是金厦公司的工商注册地。如今,吴剑元只扛着金厦公司总经理的空头头衔。

吴剑元是一位香港永久居民,在1992年9月17日来到南京创办南京金厦实业有限公司(以下简称金厦公司)进行房地产开发。

调查显示,2009年11月下旬,金厦公司要归还建设银行1个多亿贷款,北京利亚保险代理公司总经理吴伟介绍与金智投资洽谈资金拆借事宜,并达成了用金厦公司土地做抵押,金智投资的关联公司北京利亚公司做担保人,拆借1.4亿,期限4个月,月利息3.5%的合作条件。

于是,金智投资及金智科技分别签署了《公司委托借款合同》及“补充协议”。

“补充协议”约定了“如果到4个月不能还款的话,金智投资及金智科技要按1:1入股,作为金厦公司资本



“金厦山庄”3号别墅,金厦公司工商注册地

金的违约条款。”

由于银行对别墅开发项目抽贷,无力还贷的金厦实业便被要求遵循“补充协议”,允许金智科技和金智投资以借款本金1:1实行债转股。金智投资随后又提出以增资扩股代替债转股方案。

但到2010年3月签订《增资扩股协议》时,金智科技悄然隐退,原本由上市公司信用作为隐性担保的交易主角被完全腾挪成了金智投资。

### 公司易主,项目被转让

偌大的“香榭岛”被拆,就连金厦公司吴剑元也不知情,“是公司债权人去法院申请保全资产,发现根本保全不了,这才查明别墅项目已不在金厦实业名下,而是转让给一家叫南京康厚置业有限公司(下称康厚置业)。”

工商登记资料显示,康厚置业是金厦实业全资子公司,成立于2011年7月22日,法人代表则是金智科技董事丁小异。

对于它的成立过程,直接与间接持有金厦实业28%股权的吴剑元一脸茫然,他再三强调:“金厦公司现法人徐兵利用掌控公司公章的便利,没有召开董事会,非法成立的,这不仅有程序上的问题,亦涉嫌违反了《中外合资企业合作经营法》。”

吴剑元说,金厦实业董事名单中,金智投资占4席、田园实业有限公司占2席,成亨投资有限公司占1席。其中,吴剑元及其妻子100%控股

田园和成亨公司。“我没有接到过董事会议关于成立康厚置业的开会通知,所以怎么算都不可能凑齐2/3董事,但公司还是成立了”。

5个月后,金厦实业核心资产康厚街十号276.5亩土地及在建工程“香榭岛”被悄悄转到了康厚置业名下。

从康厚置业法人代表是丁小异可见,它与上市公司金智科技关系匪浅。

《中国企业报》记者获得的一份上呈江宁区工商局的《南京金厦实业公司董事会工作决议》显示,这份关于康厚置业成立并承接康厚街十号土地的决议上,签署着丁小异、王天寿、徐兵等人的名字。

他们的身份无一例外都与金智科技牵丝绊藤:王天寿曾任金智科技董秘,于2007年辞去职务,到金智投资出任投资总监;徐兵是金智投资法人代表,拥有金智科技0.49%股份;丁小异则分别持有金智科技与金智投资0.62%、3.82%股份。

《中国企业报》记者从金智科技2011年年报中发现,金智科技的管理层,包括徐兵、丁小异在内的几位自然人合计共持有金智投资69.93%的股权,金智投资又持有金智科技47.51%股权,换言之,这些人正是通过金智投资来控制金智科技。

### 7000万元出资的离奇异动

而在上文提及的这份《增资扩股

协议书》,《中国企业报》记者看到,增资完成后,金智投资股权比例就跃升至72.14%,一个月后,金厦实业的法人代表也变更为金智投资法人徐兵。从此,金厦实业便完全由金智投资实际控制。

从江苏华夏中天会计师事务所对这笔增资金额的验资报告可以确认,在2010年4月2日缴入金智投资在农业银行南京百家湖分理处存款7000万元,4月6日缴存在南京水游城支行8000万元存款,遂完成验资。

银行方面询证函也显示,4月2日金智投资缴入7000万元出资额,4月6日缴入8000万元。

离奇的资金异动也随即发生。

在农行百家湖分理处(账号03352130101040010067)的账户流水单上,《中国企业报》记者注意到,4月6日当天,该账户先后发生过4笔奇怪的出账,分别为3300万元、3300万元、3300万元和4350万元,其中两笔是转向江苏华兴软件有限公司和南京艾迪达斯数字技术有限公司,其余两笔都是转向金智投资。

到了4月8日,账户内剩余的150万元也被转到金智投资,并于当天撤销了该结算账户。

对于这笔涉嫌虚假出资的7000万元,有知情人士透露,原股东近期已向江宁区工商局正式举报此事。

对于金智投资的多方腾挪,金智科技董秘华美芳一直对外声称上市公司均不知情。记者就此事多次联系金智科技采访,均未果。

### 纵深

《中国企业报》记者独家采访吴剑元

## “这是一场虚假诉讼,就是个圈套”

■ 本报记者 李海

2013年1月22日,星期二,南京天气依然是阴沉沉的,空气中透着一股淡淡的湿冷味儿。

在独栋别墅群里,南京金厦实业有限公司(以下简称金厦公司)总经理吴剑元接受了《中国企业报》记者的专访。

《中国企业报》:增资扩股后,合作协议的条款是如何履行的?

吴剑元:他们没有完全履行。2010年4月20日华夏银行9600万贷款到期,原合作协议约定,4月20日由金智投资提供1.2亿借款给金厦公司用于偿还银行贷款和公司运行,但4月18日前金智投资确定借给金厦公司款项只有4600万,相差5000万,要临时找钱调头寸。当时我落实了一笔资金,但是徐兵却说吴伟的资金可以调,所以优先考虑借吴伟的资金,期限10天,费用100万。

《中国企业报》:后来这事怎么处

理的?

吴剑元:2010年4月19日,吴伟以其父亲吴根全的名义与金厦公司签署“借款协议”,借给金厦公司5000万,徐兵作为金厦公司法人签约,我为保证人。关于华夏银行还款事情,还款前华夏银行城东支行行长与金智投资委派到金厦公司的董事及财务负责人丁小异多次直接接洽,丁小异从行长处得到的信息是可以还了再贷,但是还款后,华夏银行拒绝继续贷款。后来我们找到主管信贷的孙行长查问此事,得知有人4月10日左右写信向华夏银行总行举报金厦公司骗贷,总行把此信件发到南京分行,所以南京分行不可能再继续放贷,此事在还款前华夏银行已经知晓。现在才明白这次“调头寸”就是个圈套。

《中国企业报》:之后发生了什么?

吴剑元:银行不能续贷,到期后5000万没有偿还,吴伟从此以借款协

议上极其苛刻的违约条款来搅局,而且金智投资就此不肯将拖了一段时间的“期满后成亨公司可以单独回购”的承诺书出具了。吴伟搅局3个月,为了让金智投资出面妥善处理吴伟还款事情,于2010年7月28日金智投资诱迫我签署了一份协议(“备忘录”),该协议签署后金智投资才愿意出面摆平5000万还款事宜。

《中国企业报》:最后是怎么解决此事的?

吴剑元:2010年8月8日,各方达成了以下协议:4125万资金由金智投资来与吴伟对接,其余875万+1000万罚金+利息=2250万在3个月内还清,逾期以“香榭岛”3号别墅办理过户偿还(此协议原件在丁小异手中)。

《中国企业报》:这件事情最终是什么结果?

吴剑元:2010年12月,金智投资李剑(投资经理兼法务)发来邮件,说明将近1.5亿委贷资金的用途,专门

确认其中4125万已经还给吴伟。但是,2011年7月4日吴伟(吴根全)在北京仲裁委起诉金厦公司及担保人吴剑元,还将成亨公司也列为担保人,要求金厦公司及担保人偿还连本带息7000多万元债务。2011年12月8日仲裁委开庭,庭上金厦公司律师及吴伟律师一致认定5000万元借款没有归还,这样仲裁裁定吴伟获胜,这明摆着是一场虚假诉讼,企图利用此债务清除成亨公司及我。

《中国企业报》:不用说回购一定没有实现喽。

吴剑元:是的,金智投资承诺的其他融资还是没有到位。2011年4月7日前,我们寻找了多家公司进行项目合作及融资洽谈,但是由于金智投资(他们是公司法人)的消极行为而无法落实。由于金智投资借款及融资没有到位,造成项目停工,无法实现现金回流而无法安排回购资金的事实。我认为,双方应该实事求是协商,而他们却单方面宣布灭失回购权。

### 策论

## 稀土产业链呼唤金融支持

■ 王卫东 范晨

稀土产业发展格局发生了重要改变。目前,中国已形成以内蒙古包头、四川凉山轻稀土和以江西赣州为代表的南方五省中重稀土三大生产基地。金融在包头稀土产业发展中发挥了积极的作用,特别是在稀土原料生产和初级产品加工等上游环节,支持作用不容忽视。

截至2012年6月末,包头10家主要银行机构稀土企业贷款余额为22.49亿元,较年初增加6.9亿元,增速为44.23%,较2011年同期增速明显上升,对稀土企业发展起到了积极的作用。近年来,外埠股份制银行纷纷进驻开设分支机构,丰富了当地银行构成体系,为稀土企业发展拓宽了融资渠道。

目前,国内稀土深加工产业与国际同行间存在巨大差距,也从侧面反映出目前我国稀土行业仍处在主要依靠出售资源来盈利的现状。与汽车工业、新能源工业等领域相似,国内大量的稀土企业仅掌握一些中低端的技术,而高端的核心技术被国外所垄断。有一些技术即使中国研究出来,但这些技术早已被国外的公司注册了专利,我们的技术也不能得到广泛应用。以发光材料为例,全世界有2480多项发光材料的发明专利,而中国的发明专利不足1%。目前,国内的稀土高端应用市场相对缺失。

除了技术壁垒等客观原因外,我国稀土深加工行业发展缓慢也有国内企业主观上不愿意、不愿投入的因素。资本的逐利性使之必然流向收益高、见效快的地方。很多企业热衷于卖矿、卖初级产品这些“短平快”的收益方式,而对延长稀土产业链、搞深加工却不感兴趣,即使是深加工,也只从事一些初级加工的工作。这也导致行业同质化问题出现,严重制约着稀土应用的发展。一个现实情况是,目前国内稀土加工企业多集中在钕铁硼、发光材料和镍氢电池三大行业,在其他高新技术产业应用方面少有涉猎。如此一来,必然造成低端产品的局部过剩,如江西就出现了氧化钪的大量过剩,进而加剧了稀土行业的不平衡。统计显示,中国应用于高新技术领域的稀土还不到50%,而先天资源匮乏的日本将90%以上的稀土用于高新技术。

近年来,随着外埠银行的介入,包头金融体系日益丰富,金融创新工具也呈多样化发展的局面。在传统贷款模式下,涌现出众多诸如股权、仓单、存货、银行承兑汇票质押贷款等多种贷款方式。尽管如此,金融创新仍存在局限性,很多方式仅限于个别行业与有资质的企业,众多中小企业仍面临贷款难的困境。一方面银行对于科技研发与创新所面临的风险避之甚远,很难涉及;另一方面企业创新需大量的资金支持,二者矛盾较为突出。

这一矛盾也反映出当前金融服务缺乏针对性,金融企业缺乏对客户特点制定金融产品的灵活性和必要性,金融创新仍未摆脱传统思路,只停留在贷款方式的转变,金融业的发达程度也没有达到可以为单个企业量身打造具有独特个性产品的地步。另外,由于对企业商标和专利等知识产权保护措施缺乏力度,鲜见企业以无形资产(土地使用权除外)获得贷款的案例,金融支持稀土产业链延伸任重而道远。

企业提高自主创新能力,是稀土产业链得以延伸的唯一途径。一是企业应加大对科技研发资金的投入力度。2011年,包钢稀土科技研发投入资金仅为8000多万元,只占其营业收入的0.63%。二是重视科技人才的培养与保护。包头虽然拥有稀土研究院等众多的稀土科研专业机构,但过去人才流失现象也较为严重,应努力提高科技人员待遇,并制定一系列激励措施,激发科技人员的创新动力。

因此,要发挥多种金融手段,拓宽企业融资渠道。包头国家稀土高新技术产业开发区2011年曾启动知识产权质押担保试点工作,并引入风险投资作为科技型中小企业引入资本的重要途径。通过推动企业在创业板上市,进一步拓宽了企业融资渠道。这些做法值得进一步研究完善,以利于全面推广金融支持稀土产业链延伸的经验。

(上接第九版)

逐渐轻资产化、重视线上营销、不断丰富自己的业务线以及抓住移动互联网爆发的机遇——携程在试图转型是毋庸置疑的,但在裴钰看来这并没有触及核心问题。“拓展无线用户不过是增加了一个营销渠道,在价格没有优势的情况下对营销的贡献能有多大?”裴钰表示,“而开展旅游目的地营销,则意味着要与门户网站乃至众多广告公司竞争,这已经是片红海了。缺乏清晰化的长期战略,缺乏商业模式创新才是携程真正的问题。”

在平台模式出现之后,除了价格上的劣势,商户用户的增速也成了OTA捉襟见肘的一面。这可能是致命的,于是就有了2012年携程、艺龙相继入驻途宝旅行,不惜以壮大对手为代价换取短期流量;另外,携程网CEO范敏日前曾表示,“2013年携程将会收购搜索引擎公司”——以携程为代表的OTA模式,似乎已经进入裂变前夜。

### 大数据:OTA的下一座“金山”?

“10年里OTA主要是在卖旅游产品,却忽视了‘旅游数据化’。这是迄今为止最大的遗憾。”裴钰表示,“携程现在的很多尝试与调整,就像是‘坐在金山上发愁’。”在裴钰看来,创立于1999年的携程有一个独特的竞争力优势:10多年发展积累下的旅游消费数据化资源。

据环球旅讯报道,2012年8月尚未正式推出的旅行计划网站Hopper获得了新一轮1200万美元的融资,这家公司由全球最大在线旅游网站Expedia及旅游社区TripAdvisor主管创建——彼时,Hopper声称自己已经抓取了“超过5亿页旅游数据”,而这一数字有望在年底达到10亿,Hopper也有望成为全球最大的旅游数据源。大数据与旅游业结合的魅力,可见一斑。

由此,裴钰谈到了中国的OTA们一个可能的转型方向:“云游”商业模式。“在无国界经济和移动互联网时代,以客户为中心化为根本,以‘旅游消费数据化’为创新核心,以平台型的无线业务为牵引,以消费数据化的平台型模式精准地、真正地引领需求。”