

# 哪 50 家企业能率先“尝鲜”IPO?

■ 本报记者 陈青松

11月30日下午,中国证监会发布《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》。证监会新闻发言人邓舸表示,《意见》发布后,需要一个月左右时间准备工作,才会有公司完成相关工作程序,预计2014年1月,约有50家企业完成程序,并陆续上市。

IPO重启后哪些公司将最先有可能迈入上市的门槛成为业内关注的焦点。

## 拟上市企业 以江浙、广东、北京为主

《中国企业报》记者发现,已过会的83家IPO企业名单中,长三角地区、广东和北京的企业遥遥领先,其次是西部、中部、东北和华北地区的企业。

长三角地区共有21家企业过会,其中江苏12家、浙江5家、上海4家。广东地区和北京各有16家企业过会。值得一提的是,中西部地区一共有14家企业过会,其中西部8家、中部6家。此外,福建有5家企业,东北地区有4家企业以及山东、河北、河南共有5家企业过会。

不过,83家过会企业以创业板及中小板公司为主,其中拟冲刺创业板的达到43家。拟在中小板上市的公司达到30家。而拟在主板上市的公司仅10家。

观察还发现,在证监会公布的83家IPO企业过会名单上,排在前5名的企业,均为科技型公司。

公开资料显示,其中浙江花园生物高科股份有限公司本次计划发行2300万股,发行后总股本为9100万股;南京斯迈柯特种金属装备股份有限公司是具有独立法人资格的民营科技型公司,公司本次拟发行2465



王利博制图

万股,发行后总股本9860万股。

## 陕西煤业和中邮速递 募资额占据半壁江山

在80多家拟上市公司中,陕西煤业和中邮速递两家企业募资额规模较大,两家企业加起来几乎占据了所有企业计划募集资金的半壁江山。除浩丰创新和创意技术两家公司外,其余81家过会公司的拟融资金额均超过1亿元,其中18家公司的拟融资金额更是超过5亿元。

2011年10月,有“西部煤炭航母”之称的陕西煤业股份有限公司A股申请经中国证监会发审委2011年第193次会议审核通过,这标志着陕西煤业有望成为中国煤炭企业第三大上市公司。行业专家分析,陕西煤业募集资金将可能超过之前陕西省上

市企业累计募集资金的总和。

据悉,陕煤股份本次拟发行不超过20亿股A股股票,发行后总股本不超过110亿股。本次计划募集资金约172.51亿元,主要用于煤矿及配套基础设施建设、资源储备及补充公司营运资金三个方面。

2012年5月4日,中国邮政速递物流股份有限公司IPO会上获通过,成为国内快递业第一股。中邮速递披露的招股书显示,中邮速递拟发行不超过40亿股,计划融资金额为99.7亿元,发行后股本不超过120亿股。本次募集资金主要投向速递物流邮件处理中心、购置飞机、购置运输车辆、购置航材、补充营运资金等30个项目。

陕西煤业加中邮速递,两家企业计划募资金额共计272亿元,几乎占所有企业募资金额600亿元的一半。

## 西部企业仍有八家过会

在上市企业中,始终存在着东部企业上市数量多、西部企业上市数量少的现象。从83家已过会IPO企业来看,虽然仍未改变东多西少的格局,但整个西部企业加起来仍有8家企业过会,加上中部的6家,一共有14家,几乎与广东、北京持平。

除西安天和防务以及募资额高达172亿元的陕西煤业外,西部地区的过会企业还有成都天保重型装备股份有限公司、四川创意信息技术股份有限公司、重庆博腾制药科技股份有限公司、云南鸿翔一心堂药业(集团)、甘肃宏良皮业以及麦趣尔集团。

8家过会的西部企业中,就有两家医药类企业。

拟登陆创业板的重庆博腾制药科技股份有限公司已于去年5月过会,离上市的距离最近。

招股说明书显示,重庆博腾制药科技股份有限公司主要从事创新药,特别是抗击艾滋病的医药中间体研发和生产。2009年、2010年和2011年,博腾制药营业收入分别为2.89亿元、4.56亿元和5.53亿元,净利润分别为3371万元、4715万元、6190万元。博腾制药拟发行3225万股,发行后总股本12900万股。

云南鸿翔一心堂药业(集团)是云南本土知名医药零售企业,一心堂拟发行6510万股,募集资金约5.3亿元,将投向直营连锁营销网络建设项目和信息化电子商务建设项目。

据了解,除了上述已经过会的83家企业将有约50家企业于2014年1月陆续上市,目前排队申请发行的企业累计已达到760多家。预计完成760多家企业的审核工作,需要一年左右的时间。

(上接第一版)

《中国企业报》记者从一家地方乳企了解到,液态奶的成本基本上由以下几部分构成:原材料、包装材料、制造费用、人工成本、水电、动力费等成本。按照11月第二周的鲜乳收购价,原材料吨成本约为4158元,每盒原料成本为1.04元;包装材料按每吨奶4000盒灌装,每盒成本在0.4—0.7元之间;制造费用主要包括:零配件费用、产品设备检验费、房屋、设备折旧费等。按年1500吨产量计算,吨制造费用为4000元以上,每盒制造成本为1元;人工吨成本为629.28元,每盒成本为0.16元;水电、动力费吨成本为728.25元,分摊每盒成本为0.18元。这样算下来,每盒250ml纯牛奶的生产成本应该在2.88元左右,和市场上大部分纯牛奶的零售价非常接近。考虑到出厂后的配送费用、服务费用等,总成本还会提高。

不过,在业内专家看来,记者这样的计算过于粗糙,产品价格还包含品牌价值、特殊价值、文化含义等。另外,产品的口味、营养等特殊价值,也可以反映到价格上。

业内人士透露,8月中下旬以来,“奶荒”致奶价急速上升,平均原奶收购价由去年的3200元/吨—3300元/吨涨至3900元/吨—4000元/吨,像三元、光明和新希望等拥有规模牧场的乳企收奶价甚至从4000元/吨—4100元/吨涨至4800元/吨—5000元/吨,直接导致乳企成本压力加大。

一位不愿透露姓名的企业负责人表示,近年来,人工费、产品包装费、生产设备费无不在涨。今年,他手下员工工资平均涨了10%,但这只不过让企业总成本增加0.3%,可原奶价格上涨一下子让企业成本上升了7%。“就算不给员工加工资,也不能化解压力,只能寄希望于原奶收购价不要再涨。”

## 养殖萎缩、进口限制共同作用

为何会产生如此严重的“奶荒”?中国乳制品工业协会副理事长兼秘书长刘美菊向《中国企业报》记者表示,主要原因是现在养奶牛赚不了钱,散户养殖不断退出,规模化养殖短期无法迅速跟进。

根据中国奶业协会的统计,2012年全国奶牛存栏预计为1440万头,与2011年持平;牛奶产量3744万吨,同比增长仅2.3%。随着国内乳制品消费不断快速增长,未来奶源供应和销量之间的矛盾会更加明显。

尤其是当前中国奶牛63%为散养和小规模养殖,由奶农和小规模养殖户自行承担养殖风险和市场风险。这几年,饲料、人工、防疫等综合成本上涨的速度远快于奶价上涨的速度,造成奶农收益下滑,家庭散养加快退出,奶牛数量有所减少。

但也有专家表示,大量国内乳企集体涨价,不排除“洋奶粉风波”的影响以及奶企为了实现年度经营利润目标而乘机抬价。

中国奶业协会理事、乳业专家王丁棉告诉记者,“奶荒”并没有像企业描述的那么夸张,无论是新西兰干旱,还是中国高温天气,真正受到影响的奶牛不足10%,并不存在“奶荒”之说。他推断,自恒天然事件后,中国禁止新西兰乳制品进口,导致过去大量依靠奶粉进口的厂家“断粮”。“目前宣布涨价的企业都是上市企业,如果年底利润还不能拉上去,账面上会很难看。”

和讯  
HEXUN.COM

第11届  
中国财经  
风云榜

The 11th  
China's Financial Annual  
Champion Awards

2014  
1月11日  
Bei Jing

18年见证财经风云  
11载公榜树碑立传  
“激荡”之后  
中国经济的发展奇迹  
已进入提质增效的第二季  
和讯人正义无反顾的  
将自己的生命肌体  
融入经济改革的历史洪流  
并书写着信心的胜利

思考者 盛会

THINKING  
IN CHINA

殿堂思考  
中国智荟

关注手机和讯网

关注和讯官微

中国改革再出发