

★ST 二重退市成定局 未来或重新上市

■本报记者 张龙

在今天的两会热词中,国企改革备受关注,而在股市上煎熬的国企,何去何从?在某种程度上将会成为国企改革的风向标。

★ST 二重的实际控制人中国机械工业集团有限公司(国机集团)推出一份要约报告书,计划向全体投资者发出全面要约。这次要约期限为 37 天,从 2 月 26 日开始,一直持续至 4 月 3 日。

全国人大代表、国机集团党委书记石柯首度向《中国企业报》记者透露:“★ST 二重应该退下来。退市是从 1 板退到老 3 板上。我们在进行要约收购,以溢价 10%进行收购,给大家一次选择权。”他也很纠结:“我们也在犹豫,卖也不对,不卖也不知道,到底该怎么办?”

面对未来的形势,石柯却很有信心:“二重 2016 年肯定不会亏,会有盈利。”这句话,他和记者说了三遍。

二重未来方向: 经营模式和研发深度融合

面对要退市的二重,在石柯看来也是好事,退市不影响生产经营,这毕竟和破产是两码事。

石柯告诉记者,二重的经营模式将会发生改变,产业链将会向上延伸。

“二重从计划经济体制下过来,原来只能吃人家二手、三手的,现在要把产业链做到前端去。原来二重是个工厂,没有能力做前端,国机集团有这个能力,给二重注入了一个国际性公司 CMIC(中国机械对外经济技术合作总公司),可以在国际上直接拿项目去做。”石柯说。

此外,石柯同时告诉记者,二重还会和国机集团在研发上进行融合。国机集团有 28 个科研院所,这些里面有些可以和二重有机地进行深度融合。

此前,国务院国资委第一巡视组曾对中国二重开展过巡视工作,认为中国二重存在科研开发、国际贸易的“短板”。而在巡视组巡视中



国二重之前,曾对同行业的国机集团开展过巡视,巡视组当时认为,国机集团的优势在于科研开发和国际贸易,“短板”在于装备制造能力和水平。

“我们不放弃对二重解危脱困的努力,将举全集团之力帮助二重。”在国机集团董事长任洪斌看来,二重目前存在两个较大问题。一个是当前所处的行业产能过剩,市场竞争激烈,订单持续减少。第二个是债务负担沉重。

石柯举了一个例子告诉记者这个行业形势有多么的糟糕。去年二重给产品定的市场价,已经回到了 1991 年的水平,价格倒退 14 年。

“我们一个产品原来 1 吨可以卖 4 万元,现在是市场价格 1.4 万元到 1.5 万元。”石柯说。

国机集团董事长任洪斌说,国机集团一直在从这两个方面着手,减员增效,减轻债务负担,挖掘市场潜力。“比如,集团内部 28 家科研院所,只要把研发出来的新技术转化给二重,集团将给予大力支持。推动中国二重与其他所属企业的内部协同,开展多层次业务合作,充分利用国机丰富的海外渠道资源,推介二重产品走向海

外等。”任洪斌列举了国机对中国二重的扶持措施。

此前,★ST 二重发布公告称,经财务部门初步测算,预计 2014 年经营业绩将出现亏损,实现归属于上市公司股东的净利润为 -78 亿元。而国机集团在此时仍然发力拯救这家要退市的企业,源于其较高的营收。作为中国二重的母公司,国机集团去年取得了营业收入 2491.5 亿元,同比增长 2.8%;利润总额 60.7 亿元,同比增长 26.7%。

存再上市可能

面对是否会重新上市,石柯没有给正面的答复。

“主动退市的话,法律是允许的,以后可以再上,明年肯定盈利。国家也在修改上市规则,改革力度这么大,如果上市的话,不一定要两三年。以后上市的话,不用证监会批了,上交所就能批。”石柯说。

根据证监会的规定,对于申请重新上市,证券交易所针对主动退市公司与强制退市公司作出差异化安排。其中,主动退市公司可以随时向其选择的证券交易所提出重新上市申请。

而被终止上市的公司往往被要求最近 3 个会计年度净利润均为正数,重新上市等待时间漫长。

★ST 二重此前发布公告称,在国机集团的帮助和支持下,公司正在积极实施改革振兴的多项措施,以实现公司的持续经营,其主要目标是继续为国民经济提供重大技术装备。重新上市将有助于公司改善经营、规范治理、进一步获得做优做强的发展空间。公司将根据国机集团和公司的发展战略和国企改革的要求,在条件具备时积极争取重新上市。

★ST 二重的退市采取了要约收购方式,而这种退市方式也被市场看好。据了解,进入退市整理期的股票股价波动较大,主动退市可以避免股票进入退市整理期,为股东提供平稳退出的途径。有分析师称,主动退市对于投资者来说是一种保护措施,规避了退市整理期,从而避免股价可能大幅下跌造成的损失。

以 ★ST 长油为例,其停牌前收盘价为 1.63 元/股,在进入退市整理期后股价连续 6 天跌停,最终退出 A 股市场时的价格为 0.83 元/股,较停牌前下跌约 49%。

海尔苏宁共同瞄准电商下乡 农村市场上演大逆转

■本报记者 许意强

农村!农民!

就在今年两会期间,一个是制造产业巨头——全国人大代表、海尔集团轮值总裁周云杰,一个是商业零售巨头——全国政协委员、苏宁云商董事长张近东,两人“不约而同”将目光聚焦于农村市场和农村消费者。

周云杰提出,要打造“农村电商生态体系”,不仅让农民有能力买产品,还要帮助农民卖产品。而张近东则提出要“鼓励电商下乡,推动农产品流通体系建设”,推动农产品标准化、推动农业现代化,最终帮助农产品进城。

海尔:不只是让农民买,还要帮农民卖

中国的农村市场,正在成为所有中外家电企业都无法忽视的战略级高地。十年前,家电行业城市和农村的市场销售比重分别为“70%和 30%”。五年前,家电城市和农村的比重已经到达“55%和 45%”,接下来可以预见农村市场将会上演大逆转,占据 70%左右比重。

在从去年 12 月到今年 2 月,周云杰在对农村市场的集中调研和农村消费者的深入沟通后发现,农村家电市场蕴藏的空间确实很大,但也存在很多问题,比如说一些电商巨头的农村“瓶颈”,物流配送、用户服务等短板。

在周云杰看来,“当前在激活农民消费能力和消费信心上,还面临三只拦路虎,“一只诚信,另一只是最后一公里,还有一只购买力”。需要全社会的共同参与,特别是社会公开物流服务平台的建设来逐步解决。”

目前,海尔已在全国建立 3 万多家销售网点以及完善的物流配送体系,成为中国唯一可以将大家电直接配送“进村”、“进藏”的企业。特别是依靠海尔日日顺平台建立的车小微,在全国整合了 9 万辆服务车和 18 万服务人员的团队。

通过线下的 3 万多家海尔专卖店、9 万辆车、18 万服务人员以及线上的“车小微”平台打通后,海尔面向农村市场打造的“虚实融合”电商战略体系中,相对于传统电商平台还在寻找农村商机、补全物流配送和服务短板,海尔早就将农民不再当做是一

个被动的用户,而是吸引他们主动参与到企业的产品设计创新当中。

周云杰透露,“用户除了可以定制自己需要的产品,适合当地的用电环境、房屋居住环境”。更重要的是,海尔正在尝试和探索未来可以借助海尔的平台将农村地区的特色产品通过虚实平台进行销售,让用户不仅可以在海尔专卖店里买产品,还可以把农产品放到专卖店里,这样在实现平台“虚实”贯通的同时,也完成海尔“从卖产品给农民到为农民卖产品”的商业模式创新探索。

苏宁:以电商平台让农产品进城

2015 年中央一号文件再次聚焦“三农”,并提出“支持电商、物流、商贸、金融等企业参与涉农电子商务平台建设”。这让已经连续 13 年参加全国政协两会的张近东,感到非常高兴。

在他看来,“各大电商企业纷纷拥抱农村市场,抢占市场份额很好,但要真正打通农村市场,不只是走进去,还要把村里的产品运出来。关键就是两点:一是电商平台的建立,二

是绿色物流体系打通。”

来自商务部的监测数据显示:2013 年我国的农产品交易总额为 4 万亿元,其中 80%是通过传统市场实现的。同时,进入流通领域的生鲜农产品价值总额达 2.45 万亿元,但通过电子商务流通的仅占 1%左右。

过去多年以来,苏宁一直在推动“零售门店、物流配送和售后服务”的持续下乡,并于去年全面启动了“O2O 转型”后的苏宁易购下乡服务站建设工程,面向四五线城市和县镇市场的手机店、化妆品店等微商,吸引他们成为苏宁易购导购、代下单和包裹自提等购物服务的多功能站点。

同时面对 2014 年社会物流总额超过 210 万亿元,网购快递业务量接近 140 亿件,但物流行业存在基础投资不足,社会物流资源配置不合理等问题,面向农民的“最后一公里”还没有完全打通。

张近东提议,应该从政策层面,建立物流业能耗及排放标准,推动物流企业采用低能耗、低排量运输工具和绿色仓储;从企业层面,倡导行业优势企业搭建服务中小物流企业的综合服务平台,推动大企业物流系统的社会化进程。

比亚迪利润迎考 借新能源刮“日韩风”?

■本报记者 谢育辰

与年前比亚迪 H 股莫名跌停截然不同的,春节过后比亚迪借新能源板块重新成为资本市场的宠儿。

不久前,央视前主播柴静制作的大型纪录片《柴静雾霾调查:穹顶之下》受到舆论热议,加上两会上环保再度成为热点话题让与新能源有关的股票全线上涨,其中刚刚将电动大巴驶入日本的比亚迪无疑是投资者关注的焦点,涨幅一度超过 8%,冲击涨停。近日,《中国企业报》记者独家获悉,比亚迪电动车 e6 将会参加 3 月的韩国车展,将韩国济州作为下个海外市场的目标。

弃传统车致利润下滑

然而,就在比亚迪电动大巴登陆日本的第二天,比亚迪发布 2014 年度的业绩快报让投资者对这只“柴静概念股”充满思考。

据快报上的数据显示,公司全年营收达到 582.86 亿元,同比增长 10.26%,但是净利润却下滑两成,为 4.38 亿元;同期营业利润亏损 1.9 亿元,同比跌幅近 300%,截至三季度末获得的政府补助已达 4.76 亿元,在此基础上为何会出现营业利润的大幅下滑?

“传统汽车好比是比亚迪的现金流,新能源汽车就是明星业务,比亚迪偏重于明星业务而忽略了现金流。”一名汽车分析师对《中国企业报》记者表示。而公司在业绩快报中给出的解释则是“国内汽车市场增速有所下滑,市场竞争激烈,给集团传统汽车销量及盈利带来一定压力;太阳能业务方面,受海外市场双反政策和持续下滑的产品价格影响,盈利仍然大幅受压,给集团整体盈利带来较大负面影响”。

转投新能源汽车

去年,比亚迪整车累计销售 44 万辆,明华有道提供的终端数据显示,比亚迪占整个市场的份额仅为 2.5%。其中传统燃油汽车销量为 42 万辆,同比下降了 16.7%。而硬币的另一端,用前比亚迪汽车销售公司副总经理李云飞的话形容就是“幸福来得太突然了”。全年新能源汽车累计销售两万,稳坐我国新能源汽车销量的头把交椅。在这期间,比亚迪的磷酸铁锂电池的生产线一直处于产能不足的状态,销量并没有得到完全释放。

上述现象如同比亚迪公司快报给出的解释一致:“新能源汽车作为公司汽车业务的未来发展方向。”如何发展新能源汽车抛在了董事长王传福面前,“船长”王传福曾与“钢铁侠”马斯克一样,坚持纯电动车的路线,但是面对市场需求,固执的王传福还是调整了发展路线。在私人市场坚持双模混合动力为主导,在城市公交和租赁领域坚持纯电动。

目前,私家车领域比亚迪秦已经占据新能源汽车市场四分之一的市场份额,未来比亚迪还将推出“唐”、“汉”、“明”车型系列。与奔驰的合资公司不久前刚刚完成人事变动,原比亚迪销售公司副总经理李云飞出任比亚迪戴姆勒新技术有限公司副总裁一职,主管腾势品牌汽车的市场销售和渠道售后业务,主打中高端市场。有声音认为新能源的私人市场是被政策催熟,那么推动城市电动公交则需要王传福一个个攻破。

据比亚迪商用车销售事业部总经理王杰介绍,去年比亚迪电动大巴在国内的销量为 2500 台,其中涉及南京、深圳、杭州、大连、天津、长沙和西安等城市,显然“船长”加快了“游说”的步伐。不仅如此,在国外比亚迪纯电动大巴在全球的城市运营已经增至 44 个。

新能源汽车进驻日本觐觐韩国

今年年初比亚迪电动巴士 K9 频频漂洋过海,继年初赢得瑞典订单后,又成功登陆日本京都,标志着中国汽车首次进入日本市场,但是对于比亚迪来说并非第一次进入日本市场。追溯到 2013 年 7 月,比亚迪 MEPS-1000I 和 EPS-3000 两款家庭储能产品正式通过关于补助对象的审核,成为日本第一家获得 SII 认证机构认证的外资企业。

本报记者发现日本的门户网站上,一些群众将此次活动赋予了更多的政治因素,但是比亚迪亚太事业部负责人对本报回应:“此次比亚迪电动巴士进入日本是经过日本正常的审核流程,日本方面认为 K9 独特的轮边驱动系统和单次充电工况下超过 250km 的续航里程为业内领先。”

虽然比亚迪并没有对外界透露此次 K9 进入日本是采取租赁模式或者是直接销售的方式,但是与之相比,比亚迪更看重的是在海外市场取得成功的大规模商业化运营经验。目前比亚迪纯电动巴士是全球唯一一款通过欧盟、美国和加拿大等全球多个权威认证的电动巴士。此外,本报记者独家获悉,比亚迪电动车 e6 将会参加 3 月的韩国车展,目前韩国济州岛已经制定了详细的新能源车推广目标,比亚迪准备借此进入韩国市场。

在资本市场和海外市场全线飘红的同时,比亚迪也将面临全新的挑战。王传福曾宣称分分钟造出特斯拉成为业内争取的焦点,而两者最大的区别在于比亚迪致力于磷酸铁锂电池的研发,而特斯拉在中国市场掀起三元锂电池的热潮。国务院发布的《节能与新能源汽车产业发展规划(2012—2020 年)》明确提出“电池模块的能量密度要求是大于 150 瓦时/公斤”的要求,磷酸铁锂电池很难满足现有要求,目前北汽和江淮的电动车均采用三元锂电池。倘若比亚迪主推三元锂电池,将会面临更高的成本。

新能源汽车势必会是未来的发展趋势,但是对于眼下的比亚迪来说,想要驶入快车道,首先要挽回传统汽车丢掉的利润。