

有关部门督促试点城市项目尽快开工

维尔利率先分羹千亿餐厨垃圾处理市场

□本报记者 顾鑫

7月22日,维尔利股价上涨7.97%。即便如此,在环保板块中,公司依然是估值偏低的品种,一个重要原因是上半年业绩下滑和市场对于其主业垃圾渗滤液处理增长前景的担忧。不过,市场的认识正在转变,第三批餐厨垃圾处理试点城市名单日前公布,有关部门也要求试点城市项目尽快开工。

分析人士认为,餐厨垃圾处理业务有望成为公司下一阶段发展中的重要增长极,凭借技术优势和项目经验,公司将率先受益于这一规模达千亿元市场的启动。公司有关负责人则告诉中国证券报记者,保守估计,餐厨垃圾处理业务在2-3年内都将是拉动公司业绩增长的关键引擎。

试点城市建设将加快

近几年来,餐厨垃圾处理工作逐渐得到政府有关部门的重视,国家发展改革委、财政部、住房城乡建设部早在2011年就确定了首批33个餐厨废弃物资源化利用和无害化处理试点城市区)的名单,但相关餐厨垃圾处理项目的进展却一直很缓慢。

7月上旬,发改委环资司公布关于拟列2013年循环经济重点工程示范试点单位的名单,其中,河南省洛阳市、

山东省济南市、宁夏回族自治区石嘴山市等17个城市拟列为第三批餐厨废弃物资源化利用和无害化处理试点城市。加上首批和第二批试点城市名单,将近70个城市成为试点城市。

一些企业凭借较好的政府关系中标项目成为投资方,但缺乏技术和工艺,业内也缺乏成熟运营的项目,因而项目迟迟难以得到实质推进,投资方只能找各种借口向政府解释,但安排出去的财政资金必须得到落实,发挥应用的经济和社会效益,政府有关部门也比较着急。”业内人士对中国证券报记者说。

中国工商大学环境科学与工程系主任连海认为,目前我国试点城市的项目进程缓慢,效果不尽如人意。造成这种局面的主要原因是餐厨废弃物处理技术路线不成熟,各试点城市都处于观望状态。

为防止雷声大雨点小的情况再一次出现,住建部有关人士在一次行业会议上明确表态,试点城市没有开工的项目要尽快开工。作为餐厨垃圾处理行业的先行者,维尔利有关负责人则表示,餐厨垃圾处理的技术正逐步成熟,公司已经实现了各关键工艺环节的突破,而凭借在常州市示范运营的经验,公司已经具备建设和运营大规模餐厨垃圾处理项目的能力。



维尔利办公楼和厂区。

本报记者 顾鑫 摄

订单有望纷至沓来

环保行业的竞争,往往关系比技术更重要,只要凭借较好的政府关系获取项目,就不愁找不到工程建设的合作企业。然而餐厨垃圾处理行业并非如此,具有核心技术的企业才是真正稀缺品。

维尔利有关负责人介绍,很多其他行业的人都在搞餐厨垃圾处理,但是处理起来又很困难,合作方没那么好找。公司在常州已经中标了一个大型项目,

买项目公司的餐厨废弃物收集、运输及综合处置服务。工程按“一次规划、分期实施”原则进行建设,一期工程处理食物残余200吨/天,废弃动植物食用油脂40吨/天;二期工程处理能力增至餐厨废弃物395吨/天。

华泰证券分析师称,常州餐厨处置项目标志着公司正式进入国内的餐厨垃圾处理行业。经过固废业务团队2年多的技术引进、消化和创新研发,公司在餐厨垃圾处理业务方面的技术研发、中试工作已经基本完成,公司的餐厨垃圾处理工艺也已最终定型。

还有分析师表示,公司的餐厨垃圾处理业务有望释放更多利好消息。按照计划,公司力争在年内获得2-3个餐厨垃圾处理业务订单。这一市场的规模也不可小觑,1吨/天的餐厨垃圾处理能力仅工程环节的投资就需要50万元,200吨/天的规模需要1亿元,常州每天产生400吨餐厨垃圾,全国有超过500个这样的城市,因而市场规模保守估计达千亿元。

新增长极雏形显现

去年下半年以来,维尔利的订单较少,这直接影响到今年上半年的业绩。公司预计2013年半年度归属于上市公司股东的净利润盈利1397万元-1955万元,比上年同期下降30%-50%。不过,这

只是短期的业绩波动,随着餐厨垃圾处理业务逐渐放量和传统业务的恢复,公司业绩有望出现恢复性增长。公司有关负责人认为,餐厨垃圾处理项目在2-3年内都将是关键的增长点。

公司的传统业务是垃圾渗滤液处理,主要为填埋场进行配套,但增长速度正逐渐平稳。报告显示,2012年公司渗滤液工程及设备业务收入同比增长27%,毛利率稳定在42%。垃圾渗滤液工程收入占公司当期收入总规模的93%。

“十二五”期间,垃圾渗滤液工程投入市场规模预计100亿元左右,是“十一五”期间2.6倍。公司作为行业龙头,有望保持年均20%的增长。

在地方财政吃紧的大环境下,填埋场的建设步伐会放缓。国内有实力建填埋场的地方基本已经建了,实力不足的地方也不会那么快开建。另外,这一市场的竞争也比较激烈,公司尽管具有技术优势,但在某些领域还是会受到低价竞争者的困扰。因而渗滤液处理的增长不宜高估,考察公司的成长性必须看新业务。”分析师称。

公司有关负责人表示,除了餐厨垃圾处理业务,公司同时还在拓展污水处理、土壤修复、工业危废处理等领域,以保证未来增长的持久性。上市以后,公司获得了大量资金,这也给公司的快速扩张提供了便利。

新一轮电动公务用车试点有望启动

□本报记者 李香才

面对新能源汽车在私家车领域推广不畅的现实,国家开始在政府公务用车领域加强推广力度。随着上一轮中央国家机关新能源电动公务用车试点示范工作期限将至,新一轮试点工作或将开启,近日召开的中央国家机关率先使用新能源汽车专题研讨会或是一个前奏。

新一轮试点将启动

科技部网站22日消息,由中共中央党校机关服务局、上海市嘉定区人民政府共同主办的“中央国家机关率先使用新能源汽车专题研讨会”近日在中央党校召开。会议邀请了科技部、国务院发展研究中心、中直机关事务管理局、北京市科委、上海市科委、国家电网公司、北汽集团、上汽集团、通用(中国)公司等政府及企业代表,就中央国家机关率先使用新能源汽车的发展路径及相关政策进行了研讨。与会代表介绍了当前新能源汽车技术研发、示范应用、充电设施等情况,并就下一步加快新能源汽车市场化发展提出了国家补贴政策、车辆购置、电价优惠、基础设施建设等方面建议。

分析认为,北汽、上汽新能源汽车领域近来发力公务车市场,有望从新能源公务车市场分得一杯羹。

实际上,上一轮试点工作即将到期。国务院机关事务管理局、工业和信息化部、科技部2012年9月26日在北京共同启动中央国家机关新能源电动公务用车试点示范工作,11个部门首批试用23辆新能源电动汽车作为公务用车。这11个部门分别是国家发展改革委、科技部、工信部、国家民委、财政部、国

土资源部、住房和城乡建设部、文化部、国资委、中国工程院和国管局。23辆新能源电动汽车作为公务用车的试用期限为1年,由比亚迪和江淮汽车提供。

今年7月12日召开的国务院常务会议强调,要推动节能环保和再生产品消费。政府公务用车、公交车要率先推广使用新能源汽车,同步完善配套设施。到2015年,使高效节能产品市场占有率达到50%以上。

分析认为,随着上一轮试点工

作的结束,新一轮中央国家机关使用新能源汽车试点工作将开启。国家公务用车使用新能源汽车的表态将成为一个推力,而此次研讨会则是一个前奏。

多地出台相关措施

由于续航时间短板、充换电等问题,私人市场推广新能源汽车有一定难度。而公务车为集中管理,拥有固定停车场,充电桩和换电站等基础设施易于实施建设,推广示范效果比私家车明显。

据了解,在公务用车中推广新能源汽车并非首次提出。2009年的《汽车产业调整和振兴规划》中提出,县级以上城市人民政府要制订规划,优先在城市公交、出租、公务、环卫、邮政、机场等领域推广使用新能源汽车。2011年11月,工信部、国务院机关事务管理局、中共中央直属机关事务管理局联合印发《党政机关公务用车选用车型目录管理细则》,该细则明确,一般公务用车和执法执勤用车发动机排气量不超过1.8升,价格不超过18万元,其中机

通信用车发动机排气量不超过1.6升,价格不超过12万元;纯电动、插电式混合动力等新能源轿车扣除财政补助后价格不超过18万元。

业内人士指出,除了国家政策之外,多地政府也出台相关措施,在公务用车领域推广新能源汽车的使用。不过,目前来看,推广使用的效果并不好,地方保护主义成为新能源汽车在公务用车市场推广的重要障碍。要想真正实现公务用车的新能源汽车化,需要让汽车企业的发展与地方政府考核机制脱钩。

上半年业绩预增六成

江淮汽车利润增速跑赢销量增速

□本报记者 张怡

尽管上半年饱受“3·15事件”负面影响,江淮汽车仍预计,上半年将实现归属母公司净利润约5亿元,较上年同期增长60%左右。公司人士表示,业绩预增主要得益于盈利能力提升以及新兴增长点等。

利润增速提升

从销量数据看,上半年江淮汽车实现总销量27.4万台,同比增长21%,其中传统主力产品MPV和卡车分别增长7.2%和18.2%;轿车实现14%的正增长。从上半年预增60%的业绩表现来看,公司利润增速大于销量增速。

江淮汽车人士表示,上半年瑞风MPV和卡车是盈利增长的主要驱动力,两类车型6月份单月销量增速分别达到11.1%和35.5%。新

品方面,首款城市SUV瑞风S5自3月上市以来月销量已爬升至3000台左右,随着产能进一步释放和订单的陆续交付,销量还有较大的提升空间。

在轿车方面,“3·15事件”之后,市场普遍认为江淮汽车品牌遭受重创。不过,通过积极面对和快速反应,江淮汽车在很大程度上降低了品牌的负面影响,上半年实现了14%的正增长。

江淮汽车客户关系管理部部长汪中跃介绍,自危机爆发后,针对客户的投诉,公司进行了多维度专项整改。同时,公司耗资200余万元,在海南进行专门针对锈蚀的实验,找出锈蚀的各种原因,在工艺和材质上进行全面改进。

根据最近公布的2013年J.D. Power亚太公司的销售服务满意度调查,江淮汽车得分为614分,比去

年提升10位,在自主品牌车企中排名靠前。

对于利润增速快于销量增速,江淮人士认为,公司以效益为导向的经营方针初显成效。自2012年底江淮乘用车实施“瑞风+和悦”双品牌战略以来,公司努力确保双品牌利润和销量规模的双提升,而不是一味追求销量规模。

出口产品结构优化

由于持续优化市场结构和产品结构,江淮的海外销量出现逆势增长。据统计,今年上半年汽车企业出口48.68万辆,同比下降0.6%。江淮汽车上半年累计出口各类汽车近3.5万辆,同比增长10.7%,领先于行业增速。

江淮汽车国际公司副总经理张鹏表示,与低端出口不同,江淮高端轻卡占出口轻卡的比重达到85%,产

品结构进一步优化,在多项细分品类中均逐步凸显优势。其中在重卡部份,整体行业出口量下降8.1%,而江淮逆势增长36.1%;在轻卡部分,行业整体出口量下降1.4%,江淮逆势增长6.2%,且轻卡出口量占整体市场的26.3%,其份额超过第二、三位相加之和。

市场拓展方面,除进一步巩固南美和北非等传统优势市场外,通过导入新帅铃高端轻卡,江淮轻卡已经进入到澳大利亚和墨西哥等战略市场。

据悉,今年下半年至明年初,江淮汽车还将陆续推出轿车系列二代新品和悦A30、A20以及两款SUV产品和悦S30和瑞风S5。江淮汽车人士表示,在产品线进一步拓宽和品牌口碑进一步恢复的双重作用下,公司拟在下半年取得更多突破。

双氧水价格环比上涨逾20%

鲁西化工20万吨项目今日试车

□中证资讯

今年以来,双氧水涨价连连。根据生意社的厂家数据,安徽地区价格27.5%工业级)从年初610元/吨上涨至目前的1000元/吨,尤其是7月份以来,价格上涨约20%以上,山东地区部分厂商的出厂价格已经上涨到1200元/吨。

A股中鲁西化工、柳化股份、*ST川化、华泰股份均拥有双氧水产能,闰土股份和滨化股份的双氧水装置处于建设期。据了解,鲁西化工20万吨双氧水项目在23日将试车对外销售。

供给收缩

业内人士称,双氧水短期价格上涨主要是市场供给减少的因素推动。国内双氧水装置普遍使用

乙基蒽醌加氢催化生产双氧水,需要在区域内配套氢气供应,所以双氧水装置往往与氯碱行业配套布局。

去年以来,氯碱行业整体开工低迷,而华东地区氯碱更是受到西部低成本产能的冲击。由于华东地区的山东、江苏、安徽三地集中了国内60%以上的双氧水产能,地区内供氢不足使得6月份开始部分大型双氧水装置停产检修,市场货源供给大幅减少,下游客户和经销商看好后期双氧水价格。

双氧水下游主要应用于造纸、纺织品漂白和化工合成,三大下游合计需求超过80%。虽然下游行业目前景气程度较低,但相较于之前已经有了明显的好转,尤其是印染行业,春节以来已经多次上调价格,对上游原材料的涨价有较好的承受能

力。业内人士称,国内大型装置的生产成本在600-700元/吨,在目前的市场价格水平上,只要开工的企业,盈利都很丰厚。虽然后期部分新增产能投产,并且部分检修装置存在复产的可能,但从目前的情况来看,由于供氢不足的问题难以改善,而新增产能往往配套下游装置消化,商品量增加有限。

相关公司受益

A股中鲁西化工、柳化股份、*ST川化、华泰股份均拥有双氧水产能,闰土股份和滨化股份的双氧水装置也处于建设期。其中,柳化股份子公司盛强公司拥有30万吨双氧水产能,是华南地区最主要的双氧水厂商之一。此外,公司控股股东东柳化集团2011年收购了广东中成,广东中成也拥有双氧水产能9.2

万吨(含湖南智成化工5万吨/年),由于涉及同业竞争问题,同时公司承诺计划待广东中成和湖南桂成符合资产注入或整体上市条件时即解决同业竞争问题。柳化股份是上市公司中双氧水业务弹性最大的公司。

记者从鲁西化工了解到,由于近期行情较好,公司20万吨双氧水项目在23日将试车对外销售,产能贡献年收入2亿元左右。此外,公司双氧水的下游装置已内酰胺一期10万吨项目也将于近期投产。

值得关注的是,鲁西化工主营化肥生产销售,拥有210万吨尿素产能,2012年收入45.1%来自尿素,另有33.5%的收入来自尿素的下游复合肥。由于山东地区的尿素价格自春耕期间的2200元/吨下跌到目前1700-1750元/吨,而原料烟煤价格下

跌幅度100元/吨左右,按照公司的单耗测算,吨盈利较之前下降了200元左右,但和过去3年的淡季吨盈利相比,仅略有下降。

分析人士认为,2013年尿素行情差主要是三个原因造成:首先,部分地区农业非正常减产压制了部分需求;其次,由于国际市场价格下跌,内外价差有限限制了淡季尿素的出口;再者,煤炭价格下跌使得复合肥厂商和经销商对于价格预期不明显,拿货谨慎。

业内人士也表示,在这个价位上,尿素继续下跌空间不大,一是在目前的价格很多小厂已经跌破成本,停产的家数在逐步扩大;二是复合肥厂商前期以库存为主,并且港口库存也消化得差不多,加上气价上调,西南地区的尿素价格已经开始逐步上调,后续秋耕还是会有行情。

IPO观察

拟上市公司股权激励

对上市影响不一

□北京国枫凯文律师事务所 沾欣 周玉娟

上市公司的股权激励已形成比较完善的规范体系,包括《公司法》、《证券法》、《上市公司股权激励管理办法(试行)》等,但尚未针对非上市公司实施股权激励颁布专门的法律法规,目前拟上市公司的股权激励主要参考《公司法》等基本法律规定进行操作。

对于激励方式的选择,根据已有案例,拟上市公司实施股权激励主要采取两种方式:一是激励对象直接持有拟上市公司股份;二是激励对象通过法人单位(多为有限责任公司)或非法人单位(如有限合伙企业)间接持有拟上市公司股份。该两种方式各有利弊。激励对象直接持股的方式操作较简单,股权层次较少,股权归属关系清晰。对被激励对象而言,在遵守相关规定前提下可以较灵活地选择处置股权的方式和时机,有利于实现激励对象利益最大化,激励效果明显。但该方式也存在一定的问题:如激励对象在证监会审核拟上市公司申报材料期间,因离职等原因发生股权转让,导致该公司股权结构发生变更,拟上市公司需修改申报材料后重新上报,影响上市进程;如上市公司激励对象(尤其是高级管理人员)在二级市场过多、频繁地减持上市公司股票,可能影响公司的市场形象。以激励对象间接持股方式实施股权激励,其激励对象数量可相对较多,且便于整体统一管理;直接持股的法人单位或非法人单位的股东或合伙人变更(激励对象变更)不会影响证监会对首次公开发行股票申请文件的审核,无需重新申报;激励对象不能在二级市场直接减持上市公司股份,激励对象通过直接持股减持上市公司股票对上市公司市场形象影响较小。但该方式也存在一些问题:激励对象不能在二级市场直接减持上市公司股份,无法便捷地实现收益,不能最大程度发挥激励效果。无论通过法人方式还是非法人方式间接持股,法人或非法人减持上市公司股份存在一定税负(各地税务主管部门在实际执行有限合伙企业税收相关规定时存在差异)。

对于股权激励的股票来源,拟上市公司对员工进行股权激励主要采取增资或股权转让的方式,二者在上市后股票锁定期、上市前实施股权激励时等方面存在不同。根据审核要求,在中国证监会受理申请材料前6个月内增资扩股的,新增股东所持股票应当在公司发行上市后锁定3年;若在中国证监会受理申请材料前6个月内发生股权转让的,受让人所持股票应当在公司发行上市后锁定1年,若受让股票来源于控股股东或实际控制人的,应当比照控股股东的限售条件锁定3年。此外,根据《公司法》的规定,股份有限公司设立之日起一年内,发起人不得转让所持股份,拟上市公司拟在整体变更设立股份有限公司后一年内实施股权激励的,仅能采取增资方式;而在整体变更设立股份有限公司前实施股权激励的,采取增资或股权转让的方式均可。无论采取增资或股权转让方式,如无特别安排,激励对象所取得的股权必须同权、同价。

对于激励对象取得股权的定价,目前并无明确规定。根据已有案例,拟上市公司多以注册资本、经审计净资产或经评估净资产为依据确定。根据中国证监会目前的审核实践,对于拟在主板、中小板上市的公司,实施股权激励需按照股份支付的会计准则进行处理,如激励对象取得股权的价格与股权公允价格存在差额,其差额应计入管理费用。对于拟在创业板上市的公司,目前尚未强制执行该政策。在对员工进行股权激励时,为使股权激励达到最优效果并保障拟上市公司及股东的利益,通常在相关协议中设置合理的限制条件,如工作年限、竞业禁止、保守商业秘密等。但需要注意的是,限制条件的设置应注意其合法性和规范性,否则一旦引起争议或纠纷,处理不当将会使股权激励的效果大打折扣或对拟上市公司产生不利影响。