杭报集团拟借壳华智控股

传媒经营类资产估值约为22亿元

□本报记者 高晓娟

停牌逾半年的华智控股19日发布重大资产重组预案，拟向杭州日报报业集团有限公司和都市快报社发行股份，购买其下属传媒经营类资产，资产估值约为22亿元，股票发行规模约为5.23亿股。交易方案若最终获得证监会审核通过，传媒经营性资产整体上市后，杭报集团将成为上市公司控股股东。华智控股将从仪表制造行业华丽转身，成为国内最重要的主流媒体上市公司之一，公司面貌彻底改观。

拟购资产增值率197%

根据国家权威主管部门发布的信息，杭报集团综合实力居全国报业集团前列。本次拟购买的资产是杭报集团有限公司和都市快报社旗下优质的传媒经营类资产，集中体现杭报集团“以现代传媒集群为核心平台的城市生活服务商”的战略定位，主要包括新媒体集群、报刊广告类经营性资产和物流配送、商务印刷类资产。

根据公告，2012年度和2013年度，拟购买资产范围内所属公司的净利润约为7,788.04万元和16,166.07万元（备考财务报告），盈利能力较强。

根据预案，本次重组的交易标的包括拟出售资产和拟购买资产。拟出售资产为华智控股除固定资产、无形资产、递延所得税资产、货币资金、应交税费和应付股利之外的全部资产及各类负债。拟购买资产为杭报集团的传媒经营类资产，具体包括杭报集团有限公司持有的都市快报控股100%股权、杭州日报传媒100%股权、萧山日报传媒100%股权、城乡导报传媒51%股权、富阳日报传媒100%股权、每日传媒100%股权、杭州网络传媒100%股权、盛元印务100%股权、每日送电子商务100%股权，以及都市快报社持有的都市周报传媒80%股权、十九楼38.83%股权，合计11家公司股权。

目前，标的资产的审计、评估和盈利预测审核工作尚未完成。拟出售资产账面净值9,782.46万元，预估值为36,855.93万元，增值率为276.76%。拟购买资产账面净资产合计金额74,152.35万元，预估价值为220,267.95万元，增值率197.05 %。

新媒体集群初具规模

杭报集团旗下新媒体集群包括国内领先社区网19楼、全国省会城市领先的新闻门户杭州网、省内领先的垂直房产门户快房网、区域强势门户萧山网等。产品形态覆盖桌面互联网集群、移动客户端矩阵和包括手机阅读、微信阵列、官微群体在内的移动互联网产品。已经实现了新闻和服务信息等内容产品的全天候发布和主要目标受众的无缝覆盖。

从最近两年的发展势头看，杭报集团新媒体初具规模，已经可以不依托平面媒体独立运作重大经营活动，一系列品牌产品享誉省内外，包括婚庆大会、大型楼盘推演和区域房交会、大型车展、金融业展评、教育产品会展等，发展势头强劲。典型代表“19楼”是国内最大的生活消费类社区网站，已在30多个城市建立当地的“19楼”，和天涯、猫扑并称“中国三大论坛”。截至2013年底，19楼注册用户突破4040万，来自手机和平板的用户访问量突破1000万。快房网实现连续几年的跨越式发展，其运作作为优势全媒体房产营销平台和成功的房产专业垂直门户网站，目前在全国党报集团尚属首例，业务覆盖全省主要城市，开盘量和成交量上均位居杭州本地各类房产电商之首。杭州网、萧山网也是国内少数具备盈利能力和创新模式的政务信息服务门户，经营收入和利润保持稳步增长态势。

报刊广告与物流配送资质良好

此次拟置入华智控股的报刊广告类资产包括《杭州日报》、《都市快报》、《每日商报》、《萧山日报》、《富阳日报》、《城乡导报》以及《都市周报》等经营性资产。

其中，《都市快报》长期居于浙江省内平面第一媒体地位，市场影响力巨大。而杭州日报的影响力和经营情况长期居于全国省会城市党报前列。

近年来，杭报集团深度试水现代物流业，力图解决城市市民生活物流的“最后一公里”问题，“城市生活服务商”角色呼之欲出。所属每日送物流平台积极“破界结网”，与上海万象公司实现分拣协作和配送网络的深度合作，被中国电子商务物流企业联盟评为“2013年中国电子商务COD配送服务十强”。此外，杭报集团已经跨出传统报业印刷领域，数码印刷、包装印刷、商业印刷大踏步发展，业务比重已经占全部印刷营收的一半以上。

根据华智控股与杭报集团有限公司及都市快报社签署的《利润补偿协议》，杭报集团及都市快报社对标的资产作出承诺如下：若本次交易于2014年实施完毕，则利润补偿期间为2014年、2015年、2016年，承诺利润分别为17,536.81万元、19,527.65万元、21,511.63万元。

业内人士分析，杭报集团此次拟借壳整体上市，是最近三年来最新一例主流媒体进军资本市场的案例，对于巩固壮大传统主流媒体、提升城市报业集团的主流舆论影响力具有重要意义，对同类型城市报业集团上市具有借鉴意义。

根据公告，交易完成后，借助资本推动，杭报集团将进一步拓宽经营领域，实践其2008年提出的“从报业集团走向现代传媒集团，成为文化产业战略投资者”的战略目标。

中上协“上门服务周”为山西会员提供定制服务

2014年5月14日–15日，中国上市公司协会联合山西证监局、山西上市公司协会共同举办“上市公司发展环境与风险管理”专题交流会。此次交流会是中上协“上门服务周之走进山西”活动的重要内容，围绕国企改革、并购重组、风险管理和煤炭行业发展，进行深入解读政策、分析案例，为山西辖区34家上市公司提供的“定制服务”。

中上协党委书记、执行副会长姚峰表示，中上协重视提高对会员服务的落地能力，期望对山西的上市公司带来实质性帮助。同时，他号召辖区内上市公司积极入会分享经验。

针对山西上市公司面临的国企改革、发展方式转型等诸多难题，中上协邀请国务院发展研究中心中国发展基金会副秘书长张永伟做了《新一轮国企改革的思路及思考》演讲。中上协还特邀中国证监会上市部处长曹勇和中上协并购融资专业委员会执行主任委员、银华基金董事长王珠林对并购重组进行了政策解析和实务指导。此外，中上协还邀请专家对企业发展与期货市场进行了深入分析。

姚峰表示，在推动政府监管转型、强化行业自律的新形势下，中上协将主动承接证监会监管转型释放出的业务空间，将证监会以信息披露为核心的行政监管与中上协以公司治理为中心的自律规范相结合，切实发挥协会贴近会员、贴近市场的资源优势，努力当好会员的服务员。（于萍）

华域将与江森设立汽车内饰公司

华域汽车18日晚间发布公告称，公司全资子公司延锋汽车饰件系统有限公司与美国江森自控有限公司签署了汽车内饰业务全球合作框架协议，开展在汽车内饰产品上的合作。双方将投资设立一家在中国注册、由延锋公司控股的全球性汽车内饰公司，其中延锋公司拟持股70%，江森自控拟持股30%。

华域汽车方面称，新内饰公司将实现仪表板、副仪表板、门板、座舱模块、控制台模块等汽车内饰产品在全球范围内的设计、制造和销售。新内饰公司到2015年计划年销售额达75亿美元，有望成为全球最大的汽车内饰系统供应商。此外，新内饰公司将注册在上海自贸区，以利用自贸区的相关便利。（徐金忠）

五粮液调低出厂价及终端零售价

□本报记者 王锦

行业深度调整期，白酒龙头五粮液终于扛起降价大旗。中国证券报记者日前从五粮液方面确认，五粮液普五出厂价由此前的729元/瓶调整为609元/瓶，建议团购价调整为659元/瓶，建议终端零售价由1109元调整为729元/瓶。同时，五粮液的另一款主打产品1618五粮液的出厂价、建议团购价与建议终端零售价也分别调整为每瓶659元、729元、809元。

顺应市场 宣布降价

事实上，此次五粮液主动调低主打产品的出厂价在白酒行业并不多见。过去的“黄金十年”，“涨价”成为高端白酒的关键词。去年年初，五粮液还一度上调了普五和1618的价格。

自2012年年末至今，白酒行业陷入调整期，包括五粮液在内的高端白酒出现量价齐跌，五粮液普五终端价格也从逾千元一路下跌。目前，酒仙网上“普五”价格为769元/瓶，四川1919“普五”价格为653.40元/瓶。五粮液当前批发价格约为575元/瓶至590元/瓶之间。

有知情人士称，这次五粮液降价只是将暗降改成了明降，此前出厂价虽为729元/瓶，但对于部分大经销商有120元的返利，相当于609元/瓶。但此次降价之后，补贴取消，且一视同仁，对于小经销商有利，这或许会迎来一波小商补库存的需求。

五粮液股份公司副总经理朱忠玉表示，作为产品的生命线，价格是策略执行的根本。公司采取系列措施，以确保价格稳定、动销良好、库存合理以及市场秩序井然，“公司此次调整，是经过市场调研后做出的顺应市场变化的举措，年内在市场不出现大的变化的情况下，会坚定不移地执行。”

此次调整后，五粮液还推出了一系列组合型的配套保障措施，包括调整市场支持政策与打款执行方式、加强市场秩序管理，并加大了打假防伪等系列配套保障措施。

另据了解，五粮液同时还成立了市场营销与保障领导小组，切实抓好公司的销售和生产工作。其中，股份公司董事长刘中国担任市场营销领导小组组长，全面负责市场营销领导小组的运行工作，股份公司纪委书记余铭书负责对全国市场的营销督导、市场监管，副总经理朱忠玉负责股份公司的酒类销售工作，制订营销思路和措施；股份公司总经理陈林担任市场保障领导小组组长，主抓产品研发、生产工作，保质、保量、保时提供市场所需产品。

顺价销售尚需时日

对于五粮液此次降价，多数市场人士均予以肯定，认为五粮液此轮价格调整是尊重市场现状，“以退为进”的市场决策；同时，价格调整将有效地刺激市场需求，有利于价格进一步企稳和市场秩序稳定，进一步抢占市场份额，增强经销商等各方信心。

盛初咨询董事长王朝成表示，五粮液市场实际成交价和批发价早已和出厂价、指导价严重脱轨，此番调价承认了市场现实，出厂价降低也适度缓解了严重倒挂局面，年底政策取消的透明化有利于形成经销商一致预期，对长期价格稳定有帮助。

也有分析师称，五粮液今年改善明显，管理层越来越务实，这次降价是公司开始正视市场规律，对过去错误提价的纠正，五粮液渠道的恢复速度很可能会超市场预期。

五粮液方面曾表示，公司目前产品去库存情况良好，库存已达到近几年来的低点。

白酒营销专家晋育峰指出，五粮液降价背后的核心是政府减压，只有减压，才不用过多考虑“保量”，才有可能实现价格体系的恢复。不过，晋育峰也认为，由于马上进入传统淡季，需求支撑不够，加上老库存消化，不能指望现在就能实现平价甚至顺价，未来三个月内，只要经销商齐心协力，价格能够稳定在600元/瓶，五粮液调价已算成功，只要淡季稳住，到9月份之后才有可能实现顺差。

也有行业人士指出，此举打破白酒行业多年来能涨不能跌的定势，为行业发展带来新的想象空间。

不过，白酒专家肖竹青也认为，五粮液降价会导致连锁反应，会直接挤压国窖1573、剑南春、洋河梦之蓝、西凤酒国典凤香的市场份额。高端酒当前面临很大的压力，未来价格下行的压力还很大，预测未来普五价格会降到500元/瓶。如今各大酒厂已经将抢夺市场份额当作第一要务，输掉市场份额可能就会退出白酒主流舞台。

中国国旅海棠湾项目8月开业

中国国旅管理层日前在公司股东大会上表示，中国国旅海棠湾国际购物中心项目进展顺利，品牌招商工作已经完成，计划于2014年8月底开业。

海棠湾项目占地8.3万平方米，总建筑面积12万平方米，项目集购物、娱乐、餐饮及文化展示等多种业态于一体，开业后将成为全球最大的免税购物中心之一。

为解决海棠湾购物中心的交通问题，海口至三亚的高铁已经在海棠湾购物中心预留了站台。另外，在吸引客流方面，公司计划在市区开通免费班车，分别从亚龙湾、三亚湾和鹿回头往返海棠湾购物中心。

中国国旅积极布局免税业务，柬埔寨中免公司去年成立，获得柬埔寨金边、暹粒等城市市内免税店资质，这是公司第一家国外免税品公司。

此外，公司免税电子商务迈出第一步。中国国旅抓住上海自贸区首个跨境电子商务试点的契机，借助“跨境通”电子商务平台，首次实现了商品的线上销售。

中国国旅表示，拟将海棠湾国际购物中心打造成公司最好的一张名片。同时，继续提升采购水平、深挖传统免税渠道的销售潜力、积极拓展国内外免税销售渠道、大力推进跨境电子商务项目。（陈静）

成飞集成重组预案出炉

中航防务装备“借道”上市

□本报记者 钟志敏

停牌近4个月之久的成飞集成发布重组预案，公司拟以每股16.60元发行股份购买沈飞集团、成飞集团和洪都科技全部股权，标的资产预估值达158.47亿元。同时向中航工业、华融公司等非公开发行股份募集现金。在此次重组完成后，成飞集成主营业务将变更为以歼击机、空面导弹等军品研制为主。成飞集成将于19日复牌。

获158亿元资产注入

根据公告，公司拟采取发行股份购买资产的方式，由成飞集成向中航工业、华融公司及洪都集团三家资产注入方定向发行股份，购买沈飞集团100%股权、成飞集团100%股权及洪都科技100%股权，标的资产预估值达158.47亿元。同时，本次重组还将实施配套融资，即成飞集成拟向中航工业、华融公司、中航飞机、中航机电、中航投资、中航科工、中航电子、中航技、航晟投资及腾飞投资非公开发行股份募集现金。

本次发行股份购买资产和配套融资数量合计不超过127,287万股，发行价格为16.60元/股。其中，购买资产的股份发行数量为95,465.24万股；配套融资总额不超过528,241万元，发行股份数量不超过31,821.75万股。

本次交易前，中航工业直接持有公司51.33%的股权，通过下属企业凯天电子间接持有公司0.95%的股权，直接和间接合计控制公司52.28%的股权，为公司控股股东及实际控制人。本交易完成后，中航工业及其下属企业将合计持有公司约141,370.80万股股份，约占发行后公司总股本的87.37%，中航工业仍为本公司控股股东及实际控制人。

公司表示，本次交易前，成飞集成主要从事汽车模具、汽车车身零部件、新能源锂电池等产品的研制业务。本次重组完成后，成飞集成将新增歼击机、空面导弹等航空产品研制业务，拥有军品主业突出、民品布局合理的产业结构，具有较强的抗风险能力，有利于突出上市公司主营业务优势。

防务装备“借道”上市

通过本次重组，成飞集成也将成为中航工业防务装备核心业务资产整体上市的平台。从沈飞集团、成飞集团的主营业务上，不难看出均为歼击机及其零部件研发、制造、销售及服务，其中沈飞集团的产品更是涵盖我国已列装的重型、远程二代和三代歼击机，同时逐步向先进歼击机以及海基歼击机衍生，形成了较为完整的歼击机产品系列。

本次重组配套募集的资金，将用于沈飞集团三家公司核心军品研发、生产能力建设等方向，其中便包括拟投资52.75亿元的先进战斗机及航空武器系统能力提升项目，以及拟投资14.04亿元的沈飞民用飞机零件制造产业化建设项目。

数据显示，沈飞集团2012年和2013年净利润分别为3.7亿元和2.9亿元，成飞集团2012年和2013年净利润分别为2.5亿元和3.7亿元，而作为上市公司平台的成飞集成近两年归属母公司股东的净利润则分别为5445万元和4535万元。

成飞集成表示，本次资产注入后，上市公司的资产规模、盈利能力将得到大幅提升；公司得以整合中航工业防务装备业务板块雄厚的技术资源、市场资源以及优秀的人力资源，通过丰富产品类型、延伸产业链条、形成协同效应，增强公司抗风险能力，进一步提升公司的可持续发展能力和综合竞争力。

王老吉建国内首家3D全景数字凉茶博物馆

5月18日，王老吉凉茶文化全球巡回展战略合作签约暨王老吉3D全景数字凉茶博物馆上线仪式在王老吉凉茶博物馆举行。广东省博物馆、万木草堂、神农草堂、王老吉凉茶博物馆四方达成合作意向，接下来将共同搭建宣传和交流平台，弘扬和推广正宗王老吉凉茶文化。

发布会上，王老吉数字3D全景数字凉茶博物馆正式上线，该3D全景数字博物馆营造出全新的真实现场感和交互式感受，从凉茶始初一直到现代化的王老吉，全程享受一场凉茶文化的精神盛宴。据介绍，该3D全景数字凉茶博物馆在国内尚属首家。（黎宇文）

多数小股东弃权 珠江实业日常关联交易计划未获通过

□本报记者 常仙鹤

珠江实业5月16日召开2013年年度股东大会，会议审议了董事、独立董事、监事选举以及2013年年度董事会工作报告等14项议程，其中13项议程获得通过，而《关于预计2014年度日常关联交易的议案》遭到多数中小股东的弃权表决，最终未获通过。

在该议案中，公司预计2014年与关联方发生的关联交易总额将达14.63亿元，而去年同期实际发生额仅为9.75亿元，同比增50.05%。这些关联交易包括接受关联方提供的土建、装修、监理、设计等服务。

其中，公司预计2014年与控股股东广州珠江实业集团有限公司的关联交易额为1780万元，内容主要为采购服务委托，同比去年实际发生额448.76万元增长近3倍；其他关联方均属于控股股东的子公司，公司预计2014年与广州珠江外资建筑设计院有限公司将发生3720万元的设计业务，同比增1.1倍；与广州珠江工程建设监理有限公司发生2360万元的工程监理业务，同比增1.2倍；与广州市住宅建设发展有限公司发生13.84亿元的工程建设业务，同比增47.5%；还计划与广州珠江物业酒店管理有限公司发生60万元的关联交易。

由于关联交易需关联方回避表决，该议案的表决结果充分代表了中小股东的意愿，表决结果显示，同意该项议案的票数仅有9949股，同意比例15.44%；弃权的票数则有54500股，弃权比例达84.56%，0票反对。因此，该议案最终未获通过。

有与会的投资者向记者表示，还是希望公司能通过公开招标的方式采购，这样不仅程序透明，而且有望为公司节省费用。

今年以来，股东积极主义浪潮正在A股兴起，不仅是金融资本在二级市场频频举牌，更有越来越多的中小投资者，不再满足于被动消极地投资，而是积极主动地通过手中的投票权去增强自己在公司决策和治理中的话语权。东方宾馆、国农科技、力合股份等都发生了中小股东维护权益的举动。近年来，为了健全资本市场体系，我国在建立健全投资法规的内容中不断强化保护中小股东利益的重要性，使得中小股东参与公司决策治理的意愿不断增强。

另外，鉴于局部楼市出现调整，参加珠江实业股东大会的投资者还对公司的增长性表示担忧。董事长郑暑平对此称，今年以来楼市成交量确实出现了明显的下滑，但公司在售楼盘的价格较为平稳。全年来看，楼市持续性上涨动力不足，公司经营压力较大。不过，楼市出现根本性转向的可能性较小，公司有信心全年保持20%左右的增速。

地产业整体利润率下滑或成常态

近日，由国务院发展研究中心企业研究所、清华大学房地产研究所和中国指数研究院共同主办的“2014中国房地产上市公司研究成果发布会暨第十二届中国房地产投融资大会”在京举行。专家认为，2014年主要城市房地产市场表现平淡，部分地产上市公司业绩增长低于预期，预计未来行业整体利润率水平下滑将成为常态。

报告显示，2013年营业收入突破100亿元的房地产上市公司从23家跃升至35家，大型房企上市公司在市场转暖时发挥规模效应，扩大了领先优势，而部分中小型房地产上市公司的业绩来源较为单一，在市场上行时增长乏力。随着2012年下半年以来的热销项目逐步进入结算期，预计今年房地产上市公司的结算收入及盈利规模将稳步回升，但受较高的土地及资金成本影响，其利润状况仍难有较大改善。

随着楼市步入调整发展期，房企的利润率有所下滑。2013年，沪深及大陆在港上市的房地产公司毛利率均值分别为34.54%、33.27%，同比下降1.63和3.46个百分点。专家预计，未来房地产行业整体利润率水平下滑将成为常态，房企业绩分化将更趋明显。

值得注意的是，经历高成本拿地后，房企正面临现金流压力。据研究组测算，沪深及大陆在港上市综合实力TOP10房企在2012年、2013年及2014年一季度的土地购置费用占销售额比重分别为27.8%、48.5%和56.5%，呈持续提升趋势。（于萍）