

中海阳董事长薛黎明：向光热发电战略转型



□本报记者 王颖春

挂牌3年，融资3次，融资总额将近4亿元。利用这些资金，中海阳（430065）成功度过光伏产业低迷期，并奠定公司由光伏发电向光热发电华丽转身的基础。

公司董事长薛黎明日前接受中国证券报记者专访时表示，中海阳一直希望能为投资者创造一个好的股份退出或转让机制，目前公司已开始准备有关材料，争取成为首批采取做市转让的新三板挂牌公司。待竞价转让细则明确后，公司也将积极考虑竞价转让。在新三板制度创新上，中海阳积极参与与先行先试，公司正考虑发行优先股和公司债，未来募集资金将主要投入到公司更加侧重的光热发电领域。

三轮定增融资4亿元

中国证券报:中海阳在什么样的情况下挂牌新三板的？

薛黎明:公司2005年注册以来，大部分时间都在埋头做实业，那时候企业不懂金融，也没有金融人才，能想到的唯一融资出路就是向银行借钱。

2010年一个偶然的机会，已经在新三板挂牌的联飞翔老总向我介绍了新三板的情况，说挂牌能让资本市场了解企业，公司治理会更加规范，中关村还有专门的扶植基金。这种情况下，我们通过联飞翔找到了申银万国，随后就开始启动挂牌程序。

中国证券报:公司在新三板挂牌以来，一共进行过3轮定增，总融资额将近4亿元。其中2010年上半年第一轮定增PE31倍，2010年下半年第二轮融资PE更是高达57倍，当时怎么能做到如此高的PE？

薛黎明:第一轮融资之所以拿到比较高的PE，首先因为2010年光伏正处于辉煌时期，行业大环境非常好。其次，当时中海阳在光伏大型地面电站建设上走在前面，2008年公司云南石林的项目，已经完成了勘测、设计和施工的整体方案，是国内第一个10兆瓦光伏整体电站，这些投资者都看在眼里。

第二轮融资PE更高，是因为那时公



中海阳公司董事长薛黎明预计，5年以后光热发电单位千瓦造价应较现在降低50%左右，度电成本和上网电价应该小于等于同一时期光伏发电的度电成本和上网电价。

（本报资料图片）

司规模逐渐扩大，业绩逐步释放。更重要的是，当时明确提出2.12亿元的募集资金用于更受关注的太阳能光热发电领域。通过这几次融资，不但解决了中海阳发展中需要的资金问题，也使公司被更多投资者所熟知。

中国证券报:我注意到，公司最近一次定增PE降至27倍左右，PE下降是否与转板预期落空有关？

薛黎明:前两轮融资PE之所以较高，除了当时投资者对整个光伏行业抱有较高预期外，另一个重要原因是投资者对转板抱有预期。受整个光伏行业陷入低迷影响，2012年公司中期报表财务数据下降很大，我们主动撤回了IPO申请。考虑到第三轮定增融资公司股本规模已从首轮融资的4750万股扩大至1.8亿股，企业透明度越来越高，市盈率横向对比参照系也更多，因此PE有所降低也是正常的。

争取成为首批做市公司

中国证券报:在这三轮定增过程中，公司如何寻找潜在的投资者？

薛黎明:第一轮融资的投资者大部分是主办券商申万推荐的，后两轮主动找上门来的投资者居多。在参与中海阳定增的投资者中，更多是对公司前景认同的私募

机构或个人。

中国证券报:除了转板，公司是否还为投资者考虑过其他的退出渠道？未来是否考虑选择做市或竞价方式转让？

薛黎明:当时看来，最好的退出机制的确是转板。2013年整个产业低谷的时候，不少投资者对于如何退出确实有过分歧，但在新三板即将推出做市转让和竞价转让制度后，这些投资者对于退出的前景都很明朗了。

从制度选择上，我们肯定希望能为投资者创造一个较好的退出或转让机制，尽可能满足投资者的流动性需求。目前公司已开始准备有关材料，争取成为首批采取做市转让的新三板挂牌公司，目前有很多家券商希望为我们做市，但是考虑到沟通成本，我们目前正在深入交流的券商有三四家。待竞价转让细则明确后，公司也将积极考虑竞价转让。在这个过程中，如果未来转板细则出台，我们也会考虑进一步跟进。在新三板制度创新上，中海阳始终愿意积极参与和先行先试，公司也正考虑发行优先股和公司债，未来募集资金将主要投入到公司更加侧重的光热发电领域当中。

重心将向光热转移

中国证券报:你提到未来募资将主要

投向光热领域，在公司未来发展规划中，光热会不会超越光伏，成为公司主要的业务发展方向？

薛黎明:是的。在光伏领域，中海阳除了在产业链后端的EPC环节排名靠外，其他领域并不具备太多优势。尽管目前光伏业务对公司主营收入贡献仍是最大，但企业未来的成长，需要定位在一个更具开创性、更有核心竞争力的领域，一个更细分、更专业的市场，对于中海阳而言，光热发电具备上述要素。

未来几年，光热发电占公司主营收入的比重将会越来越高，公司将逐渐实现由光伏发电向光热发电的战略转型。光热发电的业务模式，也将由光伏研发+销售的哑铃型模式，转向研发+制造+销售并重的模式。中海阳对于光热发电的投入，将不仅仅限定于槽式一个技术路线。目前看来，公司第二轮融资投入到光热发电领域是完全正确的，成都基地使公司已经拥有了光热发电主设备制造和光热电站EPC的能力，如果当时这些钱投到光伏，那么如今企业可能连维持都困难。

我认为，未来太阳能发电行业，大型地面电站，应该由光热发电主导，光伏发电则以分布式为主。光热发电的技术优势，可以很好地和传统化石能源结合起来。在未来的10到20年内，光热发电在煤、常规油气、非常规油气开采、运输领域的联合应用，其市场容量将极为巨大。国内现有光照资源一、二类地区的煤田、油田节能降耗、产能优化就能创造出一个过千亿元的光热市场。

不过，在近几年内，光伏发电的绝对市场份额肯定还是大于光热，因此我们对光伏的业务也不会放弃，未来光伏业务将以集团事业部的形式存在。

中国证券报:请对未来光热发电的单位千瓦造价、度电成本和上网电价做一个预测。

薛黎明:我预计今年推出分区划分的光热固定电价的可能性不大，最有可能的是先推出一批光热发电示范项目，结合项目自身情况，核准各项目上网电价，待这批项目建设及运营基本成熟后，再进一步推出光热发电标杆电价。

按照目前的进度，我预计5年以后，光热发电单位千瓦造价应较现在降低50%左右，度电成本和上网电价应该小于等于同一时期光伏发电的度电成本和上网电价。

用友软件：

“应用牵引”推进国产软件替代

□本报记者 王荣

“基础软件、操作系统、中间件等国产替代能力有限，但应用软件国产化率很高，通过应用带动软件是可行的策略。”6月18日，用友软件高级副总裁郑雨林在2014首届国产软件产业链合作峰会上表示。用友已在交通银行、财政部等部署“应用牵引”国产软件替代。

自上而下“应用牵引”

6月18日，海比研究与中国软件行业协会财务及企业管理软件分会发布《大型企业信息系统的国产化路径》白皮书。

白皮书提出了大型企业信息系统国产化的三大新思路和原则，即应用牵引、平台重构、分阶段实施，以及直接采用、对等替换、系统性替换、平台替换四条国产化路径。

从“去IOE”以来，中国信息化行业快速掀起了国产化浪潮。业内专家认为，要实现信息系统的国产化，必须打破“单飞”的观念，实施“应用牵引”，在国产软件产业链之间架起一座互通有无的桥梁，构建新型合作模式。

今年4月，中国软件行业协会财务及企业管理软件分会、中国软件网、用友软件、拓尔思、致远软件、广联达、360、明朝万达、中标软件、神舟软件、云通讯、正益无线、达梦数据库等50家重点国产软件企业成立中国信息化应用安全联盟。

此前，浪潮信息也提出国产主机产业联盟，主张从主机、操作系统、中间件、软件应用等自上而下的替代模式。此次用友软件等提出的应用牵引则为自上而下的替代模式。

郑雨林指出，目前ERP国产化率超过80%，但操作系统、中间件、基础软件国产替代的能力较弱，可以通过应用牵引分阶段实现国产化替代。

存在适配优化难题

按照白皮书的设计，首先实现外围应用软件的替代，然后是重点业务系统、行业应用软件、工业软件的替代，最终实现信息系统的整体国产化。不过，也有分析人士对国产化替代增加的企业成本表示担心，这可能会影响企业的积极性。

“不能纯粹为了替代而替代。”郑雨林指出，当老的平台和架构不能满足企业需要，在采购新的信息系统时点可实现替代。同时，新业务、新应用也可以先行国产替代。

郑雨林认为，未来全面实现国产替代，成本需要厂商、政府共同承担。国产替代的步骤应分不同领域、产业进行，需要考虑国产基础软件厂商的能力以及客户的业务、信息安全的紧迫性，预计在2020年之前，可实现信息系统的整体国产化。

不过，郑雨林指出，应用牵引模式也存在国产应用软件与国产基础软件的适配、优化难题。

在国产替代市场，阿里云服务来势汹汹。郑雨林指出，互联网平台公司目前主要是推出公有云服务，而用友软件则是向企业售卖产品，企业可以通过其提供更多的解决方案搭建自己的私有云，而这些服务在金融、电信、能源等领域均有市场。

支付宝推“未来公交”计划

□本报记者 王荣

6月18日，在首届城市建设信息技术产品博览会上，支付宝宣布“未来公交”计划。支付宝联手住建部IC卡应用服务中心，发布了该计划的一期产品城市一卡通，该一卡通支持NFC（近场支付），用户的手机将成为通行全国35个城市的公交卡。

据悉，虚拟交通卡中，支付宝无需与电信运营商合作，只需要与手机厂商协调，在手机中植入支付宝的应用。对于支付宝是否向手机厂商支付费用，支付宝方面并未透露。

按照“未来公交”计划，预计到年底，市面上主流带NFC功能的手机多数都将接入。据住建部IC卡应用服务中心介绍，年底加入互联互通的城市将达到60个。

分析人士指出，支付宝钱包用户数超过1亿，连接了国内180多家金融机构。一旦住建部统一全国标准，将促进NFC技术在公交领域的应用，进而为支付宝拓展其他行业的NFC应用提供借鉴。随着支付宝推进NFC功能的开发和扩展，相关市场也有望加速发展。

力推高端液奶

辉山乳业全国布局加码

□本报记者 王锦

自去年9月份港交所上市以来，深耕东北的辉山乳业（06863.HK）加快其全国化步伐。辉山乳业日前宣布，将借助高端液态奶新品加码对全国市场的布局。

由于拥有良好的奶源优势，辉山乳业在港交所上市时曾引来伊利、蒙牛等乳业龙头的投资入股。根据辉山乳业的财务数据，公司收入占比中，奶牛养殖占比28%，液态奶销售占比64%，奶粉业务占比7%。尽管液态奶占比超过六成，但作为东北液态奶市场领先品牌的辉山乳业在全国市场并无明显优势。

辉山乳业相关人士介绍，未来公司将实现由区域品牌逐步向全国领军品牌的快速发展。据介绍，辉山乳业去年启动了布局全国市场的战略，依托先锋产品液态奶及奶粉，目前其销售网络已覆盖东北、华北等区域，并逐步深入到华东、华中和西南等地区。“此次高端新品的推出也是辉山加快布局全国战略的关键一步。”辉山乳业常务副总裁葛坤表示。

不过，有业内人士称，尽管高端液态奶市场前景良好，但目前全国市场格局已经较为固化，已被蒙牛伊利等所掌控，后进入者势必面临极大的压力。

壹人壹本推4G安全手机

□本报记者 陈静

同方股份全资子公司壹人壹本6月18日发布首款4G安全手机M1，该款产品配置高端，主打安全概念，并瞄准高端人士，官方售价6980元。

壹人壹本公司CEO杜国楹表示，壹人壹本将凭借行业安全优势，深入个人安全商务市场，并配合同方“大安全”战略，逐步实现自主可控的安全战略目标。

为了加速布局移动互联网，同方股份2013年以近14亿元价格收购壹人壹本公司100%股权。作为同方股份移动互联网产业布局中的先锋军，壹人壹本公司也是同方“大安全”产业矩阵中的重要一环。

杜国楹表示，随着国家信息安全战略的推进，壹人壹本将结合同方“大安全”战略，继续以自主研发为核心，通过整合创新，实现自主可控的目标。

P3联盟遭商务部否决

国内航运企业仍深陷寒冬

□本报记者 欧阳春香

被欧美监管部门放行的P3联盟，在中国遭遇“红灯”。6月17日晚间，商务部发布公告，对马士基、地中海航运、达飞3家航运企业设立网络中心经营者集中反垄断审查案做出禁止决定。

对此，马士基官网发布回应称，P3相关成员接受并尊重中国商务部的决定，决定停止关于P3网络的准备工作，不会实施此前关于P3网络的相关计划。海通证券港航分析师姜明表示，该事件不影响行业的供需大逻辑，而三家公司若有意长期合作，完全能通过常规合作方式规避“反垄断”审查。

欧线份额高达47%

P3联盟是由全球前三大集装箱班轮公司马士基航运、地中海航运和达飞轮船在去年6月宣布成立，计划合计拿出约260万TEU的运力（各自分别贡献42%、34%和

24%的联盟运力），在全球东西主干航线合作运营，P3联盟拟定于今年四季度启动。今年3月，美国联邦海事委员会正式通过P3联盟审批，6月份欧盟也对P3联盟放行。

不过，P3联盟此次遭遇商务部的否决。商务部相关负责人表示，“经过对本案相关市场份额、市场控制力、市场进入、行业特点等因素进行评估，认为本次集中完成后，交易方将形成紧密型联营，在亚洲—欧洲航线集装箱班轮运输服务合并运力份额高达约47%，市场集中度亦有大幅提高。”

姜明分析商务部反对P3联盟主要有三个原因，首先是欧线份额太高，三家合并运力份额高达47%，控制力明显增强，极有可能损害货主的利益；再次是P3的合作紧密度高于传统联盟，P3计划通过联合船舶营运中心JVOC来调配运营船舶，商务部认定其属紧密型联营，控制市场的嫌疑进一步增加；而国内船公司反对可能是P3流产的另一个重要原因。

雀巢中国CEO张国华：

看好中国市场发展前景

□本报记者 王锦

雀巢（中国）有限公司董事长兼首席执行官张国华日前表示，大中华区对雀巢而言非常重要，且中国市场有非常好的前景，对大中华区的业绩成长有很高期望，“希望雀巢每个品牌都可以达到同类类中的领先地位。”

提高大中华区市占率

以销售额来计，大中华区已经成为雀巢第二大市场，仅次于美国。据雀巢财报，2013年雀巢大中华区实现销售收入66.18亿法郎，同比增长29.3%。

今年5月1日，此前在雀巢旗下惠氏任职的张国华成为雀巢大中华区董事长兼首席执行官。张国华6月17日表示，其首要任务是把雀巢当前拥有的不同品牌经营好，中国食品饮料市场的发展环境非常

好，提供了非常大的成长空间，雀巢可以通过增加市场覆盖，也可以通过新品类的上市去推动成长，将市场占有率做上去。

不过，雀巢不同业务板块之间出现了差异。以其在中国区域业务为例，雀巢集团全资子公司惠氏营养品在中国的婴幼儿配方奶粉业务去年增长迅速，无论销售还是市场占有率均实现大幅提升；而雀巢持股60%的徐福记去年的业绩增速则因为整个糖点市场的放缓而减缓至个位数。

对此，张国华对中国证券报记者表示，未来雀巢更多会着眼于每个业务品类的潜力。“中国消费市场发展空间还很大，包括徐福记在内的大中华区各个业务发展前景非常乐观。”

此外，徐福记副总裁胡嘉逊否认了“雀巢并购后，徐福记市场份额下降”的消息。胡嘉逊称，由于国内糖点市场整体发展停滞，使得徐福记的发展步伐也从过去的2位数增

长放缓至目前的个位数成长，但今年小幅增长是可以预期的。据介绍，徐福记2013年营业额突破60亿元，连续16年糖点市场销售第一。胡嘉逊还称，选择与雀巢合作，就是希望借助雀巢的全球管理经验，帮助徐福记转型升级，并持续未来多年的发展。

发力新品研发

事实上，雀巢在中国的业务拓展过程往往伴随着对本土品牌的并购。过去几年，雀巢对中国先后收购了蒙古、太太乐、银鹭、徐福记等企业，目前雀巢对徐福记、银鹭的持股均为60%，对蒙古、太太乐的持股比例为80%。

对于未来雀巢的并购策略，张国华对中国证券报记者表示，过去三年时间，雀巢确实投入了较大的资金做了一些投资，“当前我们的重点会放在经营好过去几年

的投资，当然如果有合适的投资对象我们也不排除会继续考虑并购。”

为了支持已收购企业的发展，6月17日，雀巢在国内的第三家研发中心正式落子徐福记，该研发中心将专注于糖点和冰淇淋两大产品品类的研发。张国华称，在徐福记建立雀巢研发中心是雀巢致力于发展徐福记品牌的一个重要举措，未来还会继续加大对徐福记的支持。

此外，雀巢相关人士还表示，今年10月份，雀巢中国第四家研发中心将落子厦门，而厦门是雀巢并购的另一个本土品牌银鹭的大本营。

张国华认为，随着社会时代的进步，消费者的口味及诉求均在发生变化，雀巢投资研发中心的目的便是希望从满足消费者需要的角度开发新产品，这是雀巢业务增长的最重要基础。