

# 同花顺及恒生电子子公司被立案调查

## 同花顺称已停止所有客户资产管理软件运行

□本报记者 汪珺

同花顺8月18日晚公告,公司收到中国证监会《调查通知书》,因公司涉嫌违反证券期货法律法规,证监会决定对公司进行立案调查。

恒生电子同时公告称,控股子公司杭州恒生网络技术服务有限公司因涉嫌违反证券期货法律法规,证监会决定对其进行立案调查。

同花顺称,在调查期间,公司将积极配合中国证券监督管理委员会的调查工作,并严格按照监管要求履行信息披露义务。目前公司生产经营状况正常。

7月12日,中国证监会发布实施《关于

清理整顿违法从事证券业务活动的意见》(简称“意见”)。同花顺称,公司严格按照政策要求进行清理整顿,规范同花顺资产管理软件业务活动。2015年6月中旬,公司已逐步清理资产管理软件中的客户规模。2015年6月11日至2015年7月12日已停止销售同花顺资产管理软件,在已销售的软件中停止新增客户、新增账号和新增资金,关闭资产管理软件中的存量用户开立主账户、开立子账户、存量子账户增资等功能。

2015年7月12日至2015年8月5日,逐步清理资产管理软件中的存量资金规模。

在数次通知存量客户的情况、大部分客户主动停止使用软件的情况下,公司于

2015年8月14日停止所有客户资产管理软件的运行,完全关闭了资产管理软件中的所有账户。

同花顺称,通过公司资产管理软件运行的客户资金规模约60亿元,占市场中场外配资规模不足1.2%;公司资产管理软件的销售额较小,占公司业务收入比例不足0.5%,停止同花顺资产管理软件的销售和运行不会对公司产生重大影响。

同时,恒生电子还公告了汇金、证金等公司对公司的持股情况,其中,汇金公司持股占比1.76%,证金公司持股占比1.23%。

根据中国证券登记结算有限责任公司上海分公司提供的截至2015年8月14日的股东名册,汇金公司持有公司股票1087.59

万股,占比1.76%,证金公司持有公司股票759.7695万股,占比1.23%。此外,博时、工银、大成等10家基金的中证金融资产管理计划分别持有公司股票0.44%。上述12名机构投资者共计持有公司股票4595.2595万股,占比7.438%。

此外,恒生电子公告,8月18日,公司控股股东杭州恒生电子集团有限公司通过上海证券交易所交易系统从二级市场购买公司股票61.43万股,平均增持价格约为65.1元/股,合计增持成本约4000万元。增持前恒生集团持有公司股份20.62%,增持后恒生集团持有公司20.72%股份。恒生集团承诺,本次增持的股份在6个月内不减持。

## 绿地集团整体上市收官

### “绿地系”初具雏形

□本报记者 李香才

8月18日,金丰投资更名绿地控股,绿地集团整体上市收官。绿地将借力资本市场开启新一轮发展历程。

#### 完成混合所有制改革

绿地集团董事长、总裁张玉良表示,作为A股市场的“新兵”,绿地将把企业打造成一家主业突出、多元发展、全球经营、产业与资本双轮驱动,并在房地产、金融、地铁等若干重要行业具有领先优势的跨国公司。

绿地作为本轮国资国企改革中率先成功完成混合所有制改革的典型样本,推出具有改革创新色彩的重组方案,这一成功与绿地的改革创新基因密不可分。

绿地自1992年创立以来,先后在不同时期进行了多轮体制层面的变革,1997年股份制改造形成了国有控股、职工持股的现代股份格局,到2013年通过公开市场引进战略投资者形成国有及多种成分资本交叉持股、相互融合的混合所有制格局。

改革创新的基因推动着绿地在新一轮国资国企改革中一路领先,最终完成整体上市。2014年3月,绿地整体上市重组方案正式披露,作为上海国资领域规模及影响力最大的一次重组率先亮相;2014年6月,金丰投资股东大会审议通过了绿地整体上市重组方案;2015年4月,绿地整体上市重组方案获得中国证监会上市公司并购重组审核委员会有条件通过;2015年6月,中国证监会正式下发重组方案核准批复。

#### 发挥整体优势

随着在A股整体上市,绿地完成了横跨A股及H股多家上市公司的资本平台布局,业务涉及房地产、金融、基建、汽车、园林等多个重要行业,“绿地系”初具雏形。未来,“绿地系”上市公司将进一步围绕绿地集团的整体战略,展开在各自资本平台及产业领域的创新转型升级,持续做大做强上市公司,共同推动“绿地系”建立在资本市场、产业领域的整体优势。

目前,除集团在A股整体上市外,绿地在香港资本市场控股绿地香港(00337.HK)和润东汽车(01365.HK),并已成为博大绿泽(01253.HK)第二大股东。

实现整体上市后,绿地将在资源平

## BAT携手A股公司创新

□本报记者 王荣

随着互联网巨头阿里、腾讯、百度先后发布低于预期的二季度财报,这些公司股价应声下行。目前,阿里和百度已启动大额回购以维稳。同时,为推进业绩增长,腾讯大力发展数字内容订购服务以及社交效果广告;百度大举布局O2O;阿里在O2O及云计算业务上大额投资。“O2O、云计算离不开实体,而A股市场聚集着大量的相关实体企业,这些公司未来与互联网巨头会有更多的合作机会。”有券商分析指出,目前这些互联网巨头的新业务尽管体量仍较小,但均呈现翻倍的增长。

#### 云计算潜力大

8月17日,阿里巴巴集团董事局主席马云与董事局副主席蔡崇信宣布增持。此外,阿里巴巴总额达40亿美元的回购计划也正式启动,当日阿里巴巴股价上涨0.58%。

受业绩增速低于预期等因素影响,在发布二季度财报当日,公司股价创出历史新高。

美国顶峰研究公司分析师指出,二季度,阿里巴巴的营收较华尔街的平均预期低4%。公司对新兴产业大额投资,对利润率带来了压力,PC端盈利的恶化也使移动业务的压力加大。

尽管如此,阿里对云计算、O2O等新兴增长机会极为看重。从财报上看,二季度,阿里巴巴云计算业务增长106%。阿里巴巴首席运营官张勇表示,将向阿里云增资10亿美元,并把阿里云放在战略核心位置。“越来越多的企业使用云计算服务,”云计

算未来的潜力巨大。

据悉,阿里搭建云计算底层架构,行业、企业解决方案则需寻求合作伙伴。A股上市公司中,用友网络、浪潮信息、天玑科技、东软集团等已披露与阿里巴巴开展合作。

用友网络公告,双方将在云计算服务、电子商务、大数据、广告等业务范围及企业文化与管理交流等方面进行全面合作。此前,阿里云和浪潮集团也宣布,将合力开拓智慧城市和政务云市场,并为各个行业提供从应用到服务的云计算整体解决方案,构建自主可控云服务生态链。

自去年启动“云计划”以来,阿里云上已汇聚50多个行业解决方案,覆盖游戏、多媒体、政务、医疗、物联网、金融等八大领域。这些解决方案由200余家大型合作伙伴提供。阿里云预计,未来三年全球合作伙伴将扩大至2000家。这意味着,更多A股公司将加入阿里云生态圈。

#### O2O成趋势

百度董事局主席李彦宏解读百度财报时指出,百度已不是纯粹线上公司,百度的O2O业务是非常重要的资产,公司在尝试为消费者提供一项从搜索请求到交易达成的整体式的服务。

二季度,百度总营收165.75亿元人民币,同比增长38.3%,净利润36.62亿元人民币,同比增长3.3%。业绩增速下滑的重要原因是,公司加大对O2O的投入。

目前,百度O2O业务快速发展,但并未贡献利润。财报显示,百度二季度O2O交易额为405亿元,同比增长109%;营收主要发

力点包括百度糯米、百度外卖、去哪儿旅游、百度地图等相关业务。在公布二季度财报前一个月,李彦宏高调宣布向百度糯米追加投资200亿元,并表示糯米是未来百度战略的重要部分。

在O2O业务上,阿里也在加大布局。8月10日,阿里巴巴宣布与A股公司苏宁云商达成全面战略合作。此外,追加对新加坡邮政的投资、加大与银泰的线上线下融合、投资奢侈品电商魅丽惠、战略增资阿里云60亿元、战略投资圆通,涉及电商、物流、O2O等多个方面。

O2O发展离不开实体。中信证券分析师指出,O2O融合中的壁垒包括上游商品供应链能力,广泛的物流网络,遍布全国或区域的店面。这些均是互联网公司目前所不具备的。

有券商研究报告指出,电商行业将从此前的流量红利进入存量博弈阶段。线上电商与线下实体企业之间的深层次合作,包括换股、收购、战略合作等有望增加,藉此实现双赢。深度融合有望对线下企业门店价值进行重塑,具有独特卡位价值企业的线下入口价值凸显。

“O2O等实质上就是‘互联网+’,消费互联网在国内已经很发达,但企业互联网才刚刚起步。”有券商人士指出,目前“互联网+”正加速向产业渗透,包括互联网金融、互联网医疗、在线教育、车联网多个传统行业。

#### 移动入口多元化

互联网巨头业绩承压与移动互联网浪

潮也不无关系。阿里巴巴二季度PC端收费比率同比下降47个基点,PC端商品成交总量同比下滑10%,这源自交易快速从PC端转向移动端的趋势,以及广告主降低在PC端的预算配比。

在腾讯二季度234.29亿元的总营收中,增值服务收入占到了最大,为184.28亿元,比去年同期增长17%,比上一季度略降1%。

而百度受移动业务影响更为明显。由于移动人口多元化,PC时代的人口被分流,百度需要大力布局移动端。

目前,三家互联网巨头的移动业务占比迅速攀升。6月份,百度移动搜索业务的月度活跃用户人数为6.29亿人,同比增长24%;阿里二季度中国零售平台移动端成交额增长125%,移动端收入增长225%,占全部零售业务的比重分别达到55%和51%。

腾讯今年年初制定了策略,通过与微信公众账号发布者等内容提供商的广告收入分成。由于微信等商业化,公司二季度品牌展示广告收入同比增长47%至20.16亿元,效果广告收入同比增长196%至20.57亿元。

互联网巨头在移动端发力,直接促进数字营销行业的增长。针对微信、手机淘宝、百度地图等移动应用,出现了众多数字营销公司,而传媒行业上市公司、互联网公司、传统行业上市公司则是纷纷通过并购整合布局数字营销市场。科达股份29.43亿元并购5家数字营销公司,吴通通讯13.5亿元并购互众广告,用友网络1.25亿元控股秉钧网络等,今年上半年,移动营销公司融资或被收购的案例达13起。

为了进一步完善战略布局,中搜网络今年4月与其子公司“中搜创投”发起募集成立私募创投基金,为中搜移动生态系统补足资本一环。近日,中搜创投领投虚拟现实综合服务提供商赛欢必弗,双方将联合打造基于移动互联网的虚拟现实综合服务平台。此外,公司还在“类第三方支付”领域进行了战略投资,以满足公司电商业务的发展需要。

由于在交易量、换手率、活跃度以及市值等方面在新三板中位列第一梯队,中搜网络被不少券商看做下半年新三板制度红利的最大受益者。目前公司有8家做市商为其提供做市服务,有券商对记者表示,随着新三板相关制度在下半年的加速落地,从公司完善的移动生态布局以及挂牌公司中的诸多指标来看,中搜网络有望成为分层和转板试点制度的最大受益者。

### 盘江股份拟募资49亿加码主业

盘江股份8月18日晚间披露非公开发行预案,拟以12.20元/股非公开发行不超过4.01亿股,募集资金总额不超过48.98亿元。募集资金净额用于加码主业及补充流动资金。值得注意的是,此次公司9.47亿元增资控股盘江煤层气公司51%股权。公司股票8月19日复牌。

募集资金中,拟使用14.11亿元投资老屋基“上大压小”低热值煤热电联产动力车间项目;16.69亿元用于盘江矿区瓦斯抽采利用项目(井下抽采部分);9.47亿元增资控股贵州盘江煤层气开发利用有限责任公司实施盘江矿区瓦斯抽采利用项目(地面利用部分),增资完成后盘江股份持有其51%股份;8.71亿元补充流动资金。

本次发行股票的发行对象为建信基金、瑞丰资产、浙银汇

### 华联股份拟投资“唱吧”

#### 打造O2O社区购物中心业态

华联股份8月18日晚公告,公司拟作为有限合伙人,与上海常瑞投资咨询有限公司、中信信诚资产管理有限公司等共同发起设立上海信馨文化投资中心,拟认缴出资总额为44651万元,其中公司拟以自有资金投资16000万元。上海信馨主要投资于北京最淘科技有限公司,其主要运营产品为“唱吧”及“唱吧直播间”。

根据公告,“唱吧”是一款免费的社交K歌手机应用。“唱吧直播间”是一款免费的视频互动手机应用,基于“唱吧”积累的用

户数量,强化社交元素,提供更为活跃的氛围与多元化的互动方式。目前唱吧产品累计激活用户规模223亿次,注册用户8145万人,活跃用户3023万人,平均日活跃用户数为436万人。

此外,北京最淘还在积极部署线下唱吧系统的KTV实体店,已在北京开设两家门店,通过组织线下活动,加强用户线上线下的互动性。未来唱吧产品将继续扩大其线下实体店的数量,发展配套娱乐业务、艺人经纪业务等,并最终定位于综合性娱乐平台。(汪珺)

### 东华科技拟募资10亿元

#### 投资商业保理等项目

东华科技8月18日晚间公布非公开发行A股股票预案,非公开发行股票数量不超过519481万股,发行价格不低于19.25元/股,募集资金总额不超过10亿元,扣除发行费用后的募集资金净额计划投资于商业保理建设项目、供应链金融数据信息平台建设,并补充流动资金。

根据预案,东华科技拟设立全资子公司东华商业保理有限公司作为商业保理建设项目的实施主体。公司拟非公开发行股票完成后,公司以6.5亿元募集资金对东华保理进行出资,以开展本募投项目。

公司的上游企业主要是材料、设备、施工、开车等供应商,此类企业通常规模不大,且行业竞争较为激烈,在与大型石化、市政企业谈判合作中通常处于弱势地位,一般需要垫付资金成本向下游业主企业供货;在目前

的经营模式下,赊销方式一般在企业结算中的比例占比都较高,给企业造成了较大的资金压力。通过开展商业保理业务,可有效盘活上述企业的应收账款,加快其资金周转,提供资金使用效率,促进上游供应商企业的发展。同时,为上游供应商开展商业保理业务能提高整个供应链的质量和效率,增强客户粘性。供应链金融管理信息平台建设项目计划总投资5000万元,拟使用募集资金投入5000万元。供应链金融管理信息平台建设可以深度挖掘供应链上下游数据信息,为供应链各个节点企业提供全方位、多层次量身定制的商业保理、抵押担保、应收账款质押授信等综合性金融服务解决方案,可以通过对大量基础数据的分析和匹配来提升供应链金融服务的内涵和效率。(李香才)

### 视科“互联网+传媒”战略升级

浙江视科文化传播有限公司18日正式发布视科“互联网+传媒”2.0战略升级暨视赚商城上线,标志着视科传媒从主营户外媒体运营商升级为立体O2O全媒体。视科传媒还与金通科技、央广传媒、惠民网以及保利艺术签署了合作协议。

视科传媒作为深大通的全资子公司,多年来致力于创意策划、品牌推广、精准营销、互动营销、媒体投放、媒介运营、移动电商、数据分析、效果评估九大板块的深度运营。视科传媒董事长夏东明表示:“一个

新媒体、新商业、新财富的三维时代已经来临。”

深大通总裁黄卫华称,视科传媒拥有丰富的线下媒体资源,而深大通公司的目标是整合移动网络媒体和线下媒体资源,建立基于大数据的O2O立体营销平台和新媒体传媒网络,成为国内领先的新媒体营销全案解决专家。

作为视科传媒着力打造的重要板块,视赚商城打造线上线下全渠道触达的广告新模式,以及集赚钱和消费为一体的购物新方式。(汪珺)

#### 联手海尔

### 联络互动发力智能家居业务

8月18日,联络互动与海尔智能家电科技共同宣布,将针对智能家居行业成立合资公司,并在产品研发、平台服务、客户运营等多方面展开合作,打造基于U+平台的智能硬件系统,以及围绕智能硬件的用户运营和服务体系。合资公司将发展方向主要放在提升存量家电智能化水平方面。

联络互动此前公告,双方拟合资成立开展智能家居系统及配套的用户运营及服务相关业务。合资公司初始启动资本为2.968亿元,其中联络互动以自有资金出资2.16亿元、持有合资公司54%股权,海尔智能家电出资0.8亿元、持有合资公

司36%股权;合资公司管理层出资80万元,持有合资公司剩余10%股权。

联络互动董事长何志涛表示,智能硬件是公司未来发展的重点,将在该领域投入33亿元,目前已经有多款创新型产品上市。公司看好智能家居领域,力图把客厅打造成系统级的用户入口。

海尔智能家电科技总经理李莉表示,智能家居是海尔未来的关键发展战略。青岛海尔已经开发了U+智慧生活平台。海尔与联络互动一起,结合双方在硬件、软件、用户运营的优势,转化亿万级的存量市场,打通从平台到应用场景的用户体验闭环。(张玉洁)