

马钢集团51%股权无偿划转至中国宝武

□本报记者 张玉洁

马钢股份6月2日晚间公告称，中国宝武对马钢集团实施重组，安徽省国资委将马钢集团51%股权无偿划转至中国宝武。通过本次收购，中国宝武将直接持有马钢集团51%的股权，并通过马钢集团间接控制马钢股份45.54%的股份，并成为马钢股份的间接控股股东，实际控制人将由安徽省国资委变更为国务院国资委。

中国宝武将成间接控股股东

公告显示，5月31日，公司收到马钢集团通知，安徽省国资委与中国宝武于同日签署《安徽省人民政府国有资产监督管理委员会和中国宝武钢铁集团有限公司关于马钢（集团）控股有限公司股权转让协议》（后

简称为《协议》）。根据《协议》，安徽省国资委将向中国宝武无偿划转其持有的马钢集团51%股权。

本次划转前，马钢集团直接持有马钢股份A股35.06亿股，占公司总股本比例约为45.54%，为公司直接控股股东；安徽省国资委持有马钢集团100%股权，为公司实际控制人。本次权益变动完成后，中国宝武取得马钢集团51.00%的股权，安徽省国资委持有马钢集团49%股权，中国宝武从而间接控制马钢集团所持马钢股份35.06亿股股份，马钢股份实际控制人将由安徽省国资委变更为国务院国资委。

马钢股份指出，本次收购是贯彻落实党中央、国务院关于促进我国钢铁行业健康发展，深入推进国有经济布局结构调整，落实供给侧结构性改革，加快产能过剩行业兼并重组的重

要举措，满足服务国家“长江经济带”战略、加强区域经济协同发展的客观要求，是培育具有国际竞争力的世界一流企业集团的关键措施。中国宝武与马钢集团重组，一方面将带动马钢实现跨越式发展，壮大安徽省国有资产，促进钢铁及相关产业聚集发展，助推安徽省产业结构转型升级，实现更高质量发展，另一方面将推动中国宝武成为“全球钢铁业的引领者”的远大愿景，进一步打造钢铁领域世界级的技术创新、产业投资和资本运营平台。

同时，本次权益变动有利于促进钢铁及相关产业聚集发展，实现马钢集团更高质量发展，提升安徽省国有资产质量，助推安徽省产业结构转型升级，促进地方经济社会发展。

与世界头号钢企差距缩小

中国宝武将重组马钢集团传言已久，本次

公告可谓“官宣”。钢铁行业人士指出，地理位置上，马鞍山距离上海不远，两家企业产品结构方面互补大于竞争。同时，两家企业早在10多年前曾经形成过战略联盟，双方交流频繁，渊源颇深，因此整体来看，整合难度较小。

《中国宝武钢铁集团有限公司发展规划（2016—2021）》中提出，2019—2021年，钢铁产能规模提升至8000万吨至1亿吨规模。在目前钢铁行业不允许新增产能的政策下，兼并重组或是中国宝武提升至1亿吨规模的唯一途径。

2018年中钢协数据显示，中国宝武和马钢集团2018年粗钢产量分别为6742.94万吨和1964.19万吨，合计达到8707.13万吨。世界上目前最大的钢铁集团安赛乐米塔尔2018年年报显示，当年粗钢产量为9250万吨。若整合顺利实施，重组后的中国宝武与其的产量差距将进一步缩小。

楼市告别“小阳春” 多地调控政策再收紧

□本报记者 董添

机构数据显示，楼市小阳春过后，全国楼市5月份出现了明显的分化，除个别新兴城市外，多数地区房价上涨动力不足，楼市热度减弱，小阳春终结。与此同时，最近2个月，多地政策再度收紧，海南、广州、苏州、合肥等地继续针对房地产加码调控。

热度下降

58同城、安居客发布《5月国民安居指数报告》显示，5月份全国楼市小幅回暖，67个重点监测城市中，新房价格环比上涨0.44%，二手房环比上涨0.11%，5月份楼市“小阳春”终结，楼市热度两极分化，房价上涨动力偏弱。用户找房行为方面，5月全国新房找房热度环比下降2.4%，一线城市找房热度环比微涨0.5%，二线城市出现较大幅度下降，降幅为4.1%。

58安居客房产研究院首席分析师张波表示，5月份楼市整体出现降温，3月、4月的“小阳春”在5月没有得到延续，楼市在经历了春节后的一波小高潮后，渐渐恢复到正常水平。同时北京、上海找房热度提升更多体现在二手房层面，预计今年二季度一线城市的市场交易量仍将好于去年三、四季度，但房价的上涨动力依然偏弱。

新房市场方面，5月份全国67个主要城市新房均价为16353元/平方米。67城中，有40个城市的房价环比上涨。从房价增幅来看，新兴城市潜力超过一线和新一线城市，环比增长前五的城市分别是：潍坊、南京、济宁、扬州、大连。二手房市场方面，5月份全国67个主要城市二手房挂牌均价为15202元/平方米，环比上涨0.11%。67城中有41城二手房挂牌房价环比提升。其中，北京市二手房挂牌价则相对较高，挂牌均价59820元/平方米，深圳及上海紧随其后。全国二手房房价环比涨幅最高的城市为舟山、洛阳、厦门、吉林、杭州，其中厦门二手房挂牌均价达到45355元/平方米，超越广州。

政策收紧预期强

与此同时，多地加强了对房地产的调控措施。中原地产研究中心统计数据显示，2019年5月，全国针对房地产的调控措施高达41次；2019年前5个月，累计调控次数达205次，同比增长近30%。最近2个月，多地政策再次出现明显的收紧，特别是海南、广州、苏州、合肥等继续针对房地产加码调控。

此外，5月以来，针对房地产行业的预警、约谈、问责机制再次出现。住建部再次强烈发声，连续2个月针对多城市的房价上涨提示预警。此外，地方调控收紧预期较强。5月下旬，银保监会公布2019年银行机构“巩固治乱象成果、促进合规建设”工作要点，严查房地产违规融资。银监系统再次针对房地产融资等加强监管。

中原地产首席分析师张大伟认为，2018年四季度至2019年一季度，房地产调控整体平稳。信贷增量供应下，部分城市房地产市场出现“量价齐升”的小阳春行情。在此情况下，房地产调控政策从4月中旬开始出现了明显的收紧趋势。最近两个月房地产调控超过百次，密度在历史看，处于最高阶段。

张大伟指出，稳定其实是双向调节，大涨肯定不是稳定，但暴跌也同样不是稳定。“稳地价、稳房价、稳预期”是全面调控要求，整体政策基本面依然保持比较紧的状态。只要信贷政策不出现明显变动，其他政策的调整对楼市影响有限。未来楼市走向如何，取决于政策层对信贷政策的调控力度。

A股终止增持频繁上演

增持主体资金落实情况成焦点

□本报记者 吴科任

在去年市场行情回调的背景下，A股掀起了一轮新的上市公司“增持潮”，但随着增持期限进入“倒计时”，一些公司的增持主体不仅是“零增持”状态，而且干脆宣布终止增持计划。多位业内人士接受中国证券报记者采访时表示，有必要从制度层面进一步加强对这类行为的约束与惩戒。同时，从对投资者负责任的角度出发，建议增持主体在披露计划前先把资金落实到位。

终止数量创近年新高

据中国证券报记者不完全统计，截至6月2日，今年A股已有15家公司发布终止增持计划的公告，创近年新高。具体来看，2018年只有6家，2017年和2016年各有1家，2015年不到10家，2014年为2家。

值得一提的是，从时间看，前述15家公司中，有12家是在4月份以来宣布终止的；从增持主体看，除了控股股东、实际控制人及其一致行动人，上述终止增持计划更多牵涉上市公司的“董监高”人员。

从终止原因看，1家因股价超过拟增持价格上限无法增持，1家因被暂停上市无法继续交易，其余13家基本为“由于金融市场环境变化、融资渠道受限等原因，增持股份所需资金未能筹措到位。”

从增持实施情况来看，宏图高科等有6家公司发布终止增持计划公告时，相应的增持主体还处于“零增持”状态；银鸽投资、亚联发展等8家做了部分增持，但与增持计划设定的目标

尚有较大差距。比如，银鸽投资董事高管拟耗资2000万元—4000万元增持公司股份，拟终止前增持了549.50万元；亚联发展公司实控人拟增持的金额不低于3亿元，拟终止前增持了8554.55万元。

部分终止增持计划涉及金额较大。比如，粤泰股份控股股东或其一致行动人拟增持股份金额介于4亿元—10亿元，拟终止前未有增持；融钰集团董事长尹宏伟拟增持金额为5亿元到10亿元之间，增持股份占总股本的比例不低于5%，终止前通过控制的公司累计增持了993.87万股，占融钰集团股份的比例为1.18%；阳普医疗实控人邓冠华及公司高级管理人员拟增持金额为1亿元到10亿元，终止前部分高管通过员工持股计划做了增持，增持金额为1748.30万元，实控人未增持；*ST雏鹰控股股东、部分董监高、证券事务代表及其他部分核心管理人员拟合计耗资不低于5亿元进行增持，终止前控股股东、实控人侯建芳增持了约3863.83万元，其他主体未增持。

此外，据记者统计，从发布增持计划到宣布终止计划这个期间内，上述15家公司中有12家的股价为下跌状态，累计下跌幅度均超20%，有的更是遭遇股价“腰斩”。需要注意的是，有的公司在发出终止增持计划的公告后，股价出现大跌。

落实好资金安排

鉴于终止增持的原因多与资金筹措相关，是否有必要把资金落实好再发布增持计划？中国证券报记者就该问题采访了多家上市公司

董事长、高管，观点一致认为有必要做好资金安排再披露增持计划。

江苏某上市公司董事长告诉记者，“资金安排主要有三种情况。第一种是增持计划披露前已把资金筹措好。第二种是资金安排有了一个初步的框架，但还没落实到位。第三种是资金根本没着落，先发一个增持计划公告再说，这种情形在后面筹集资金时很容易出问题。我觉得，第二种情形比较多。”

北京某上市公司高管认为，“从严肃性以及对投资者负责的角度看，增持肯定应该是先落实资金安排的，不然的话，其实它就会成为一个无根之水，没有办法执行。有些根本就不就是为了要真正增持，而是为了时对股价有影响，所以就没想过资金安排，这个出发点是不负责任的。”

华昌达董事长陈泽直言，“增持计划应该提前安排好资金，按计划实施增持。但由于一些公司股价长期低迷不振，大股东为提升股价，会公告大额增持，但实际未准备好资金，最后只象征性增持一些。”另一位来自北京的上市公司董秘表达了类似观点，“不少增持主体其实没想好资金安排，而是为了托股价。”

对于是否适合加杠杆进行增持，上述受访人士多持谨慎态度。“杠杆增持也是一种方式，但是杠杆比例不宜过大，以免股价波动太大造成被动平仓的风险。一旦股价持续下跌，杠杆增持风险很大。”

加强约束机制

不可否认，一些增持计划会因客观因素终

止或搁浅，比如年报、半年报披露窗口期、重大资产重组停牌期、股价超过拟增持价格上限、相关增持主体从上市公司离职等，但不排除一些目的不纯的“忽悠式”增持。因此，分析人士认为有必要加强对责任主体的惩戒，而不仅仅是道义谴责。

多位受访人士表示，尚需建立强有力的约束机制。“其实从法规上并没有严格来说一定不能终止增持计划，只不过要求有合理的解释。目前好像也没说筹集不到资金是一个不合理的原因。所以，从法规上来说不能直接监管或处罚，又或者是限制这些大股东的。”前述上市公司高管认为。

武汉科技大学金融证券研究所所长董登新认为，大股东增持向来是受监管鼓励的，但不排除一些增持计划除了稳定市场信心外，还有配合市场炒作的目的。从制度层面看，对于未能兑现的增持计划，很难鉴定是主观行为，还是客观行为，这让一些增持主体钻了漏洞。对投资者而言，索赔会面临取证难的现实问题，建议理性投资，立足公司基本面，而不是盲目跟风参与概念炒作。

陈泽直言，“作为上市公司大股东、董监高承诺的事项，如不能如实履行，应该作出一定处罚。”

北京市通商律师事务所合伙人靳明表示：“如果违反增持承诺，交易所可能会采取一些监管或惩戒措施，比如下发关注函、警示函、通报批评或公开谴责等。监管机构应该有一些更具体的惩罚机制来约束‘忽悠式’增持行为，但需要从技术层面厘清‘忽悠式’与‘非忽悠式’的界限。”

石头科技拟登科创板 深耕智能扫地机器人

聚焦科创板

□本报记者 张兴旺

石头科技创立5年来，从为小米制造定制化产品逐步发展成为拥有自有品牌的智能扫地机器人企业。2018年，石头科技营收突破30亿元，归母净利润为3.08亿元，成为行业的龙头企业之一。近日，石头科技创始人兼董事长昌敬在接受中国证券报记者采访时表示，公司通过不断研发创新，提高产品体验，给用户带来价值，致力于成为受人尊敬的科技企业。

让扫地机器人更智能

石头科技于2014年成立，创立最初只有5名员工，均有微软软件研发团队背景。石头科技创始人兼董事长昌敬表示，由于自己是个机器人发烧友，对机械和机器人很感兴趣，再加上自己学到不少AI方面的知识。2014年前后，他就开始了解扫地机器人市场。但当时觉得市面上的扫地机器人还不够聪明，大多是碰撞式扫地机器人，扫地过程中容易被卡住，昌敬希望做出有AI技术的扫地机器人。

创立时，石头科技即确立了以基于激光测距模组（LDS）的智能扫地机器人为主要产品的发展方向。经过约2个月的开发，在2014年9月中旬，创始团队向投资人演示了同步定位与地图构建（SLAM）的原型，证明了公司在软件上可以实现智能扫地机器人领域SLAM算法这一关键技术。最终，小米决定投资公司并委托公司开发米家智能扫地机器人。公司第一款产品“米家智能扫地机器人”于2016年9月上线。

招股书显示，石头科技基于智能扫地机器人的激光测距传感器（LDS）、陀螺仪、加速度计、里程计等传感器数据以及SLAM算法输出的定位和地图信息，公司自主研发了以人工智能（AI）为基础的清扫路径规划算法。

据悉，小米公司同时作为石头科技的客户、分销渠道和股东，是石头科技重要的商业合作伙伴。石头科技作为ODM原始设计商，为小米提供定制产品“米家智能扫地机器人”及相关备件。

2016年度至2018年度，石头科技与小米集团的交易金额占公司主营业务收入的比重较



图为石头科技总部

术及相关算法大规模应用于智能扫地机器人领域的领先地位。

与小米保持稳定合作

值得一提的是，石头科技是小米生态链公司之一。截至招股书签署日，昌敬持股30.99%、顺为持股12.85%、天津金米持股11.85%，石头科技实际控制人为昌敬。天津金米的实际控制人为雷军，顺为的实际控制人为小米的董事许达来。

昌敬表示，创业前他就在构思扫地机器人原型，成立公司后，仅两个月就做出了第一个原型（demo）。但出乎意料的是，当把demo拿去给投资人看时，大多投资人并不感兴趣。

“可能投资人不需要扫地，他们更关心空气净化器。再一看对标公司iRobot当时市值也不是很高。”昌敬对记者坦言，恰好一个小米公司的朋友知道他在创业，经过引荐，昌敬见到了小米联合创始人刘德。但当时昌敬对小米生态链并不了解，经过深入交谈后，昌敬觉得在公司当时发展阶段加入小米生态链对于公司发展有帮助，于是石头科技拿到了“小米系”投资。

据了解，米家智能扫地机器人主要定位于大众市场的家庭智能扫地机器人产品，石头科技自有品牌以石头智能扫地机器人为主，主要定位于消费市场中的中高端市场。

对于推出自有品牌的原因，昌敬坦言，“石头科技做自有品牌是希望公司能够更加独立，发展更好，不管是从市场、定位抑或产品的特性来说，自有品牌和米家智能扫地机器人实质上是不同类型的两种产品。且从我们的初心来讲，我们不想只做ODM企业。”



本报记者 张兴旺 摄

大，分别为100.00%、90.36%和50.17%。这也让外界质疑，石头科技对小米是否存在重大依赖。

对此，石头科技表示，对于小米定制产品，公司负责小米定制产品的整体开发、生产和供货。自公司成立以来，在公司与小米合作的小米定制产品中，公司依托自身软硬件技术优势负责产品包括零部件的整体研发，并由公司最终实现产品。此外，公司一直主导采购环节，自主选择代工厂商并管理生产、主导了产线布局、工艺流程和生产方案的设计，进行质量控制。公司自有品牌独立选择销售渠道。因此，公司在技术、采购和产供销等方面均具有独立性，不对小米构成依赖。双方的商务合作也是建立在公允的基础上，以实现共赢。

数据显示，2017年石头科技推出自有品牌“石头智能扫地机器人”，该产品2017年和2018年的收入分别为1.08亿元和14.78亿元。2018年公司推出“小瓦智能扫地机器人”，该产品2018年收入为9247.31万元。

据了解，米家智能扫地机器人主要定位于大众市场的家庭智能扫地机器人产品，石头科技自有品牌以石头智能扫地机器人为主，主要定位于消费市场中的中高端市场。

对于推出自有品牌的原因，昌敬坦言，“石头科技做自有品牌是希望公司能够更加独立，发展更好，不管是从市场、定位抑或产品的特性来说，自有品牌和米家智能扫地机器人实质上是不同类型的两种产品。且从我们的初心来讲，我们不想只做ODM企业。”

深入研发创新

招股书显示，2016年度、2017年度和2018年度公司经营业绩持续增长，营业收入分别为1.83亿元、11.19亿元和30.51亿元，呈现快速增长态势。

昌敬对中国证券报记者表示，“石头科技通过技术上不断投入，不断提高产品体验，给用户带来的更好的价值。只要做好这些，保证产品质量并不断实现更新换代，市场份额增长是水到渠成的。”

石头科技表示，公司十分重视技术创新在企业发展过程中的作用，对于研发的投入逐年增加。截至2018年12月31日，石头科技在境内已取得64项专利，包括7项发明专利、45项实用新型专利和12项外观设计专利。

招股书显示，石头科技2016年度至2018年度研发投入占比分别为21.49%、9.50%、3.82%，从同行业可比公司来看，科沃斯2016年度至2018年度研发投入占比分别为3.00%、2.73%、4.00%，福玛特2016年度至2018年度研发投入占比分别为4.05%、4.63%、4.50%。

石头科技表示，2016年、2017年，公司研发投入占比高于同行业可比公司，主要原因因为公司创立初期研发投入较大且收入规模较小。2018年，公司研发投入占比与同行业可比公司基本一致。

但从毛利率来看，石头科技与科沃斯、福玛特相比明显偏低。对此，石头科技表示，公司综合毛利率低于同行业公司，主要原因因为“米家智能扫地机器人”毛利率较低，报告期内，“米家智能扫地机器人”收入占主营业务收入的比例分别为98.58%、88.36%和47.21%。

对于公司拟在科创板上市，昌敬表示，“我们一直专注于机器人的研发，希望能募集到更多的资金支持公司去实现机器人科研创新，目前市场上机器人以家用为主，除了继续优化家用扫地机器人之外，我们希望能研发并推广出商用机器人，扩大扫地机器人的使用范围和消费层级。”

招股书显示，石头科技拟募集资金13.02亿元，公司的募集资金投资项目包括新一代扫地机器人项目、商用清洁机器人产品开发项目、石头智连数据平台开发项目和补充营运资金项目等。