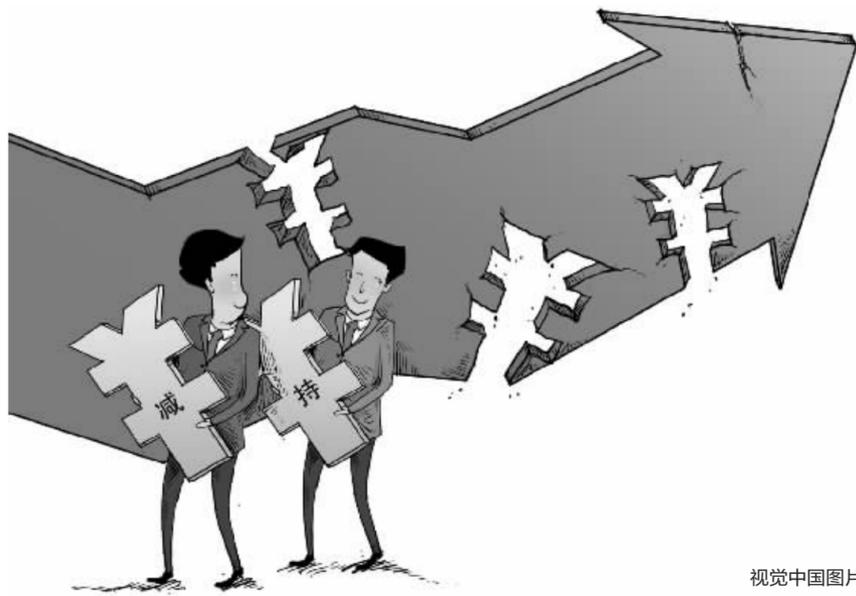


大手笔减持计划频现

部分公司股东拟清仓式减持

□本报记者 欧阳春香

6月12日晚,光威复材第二大股东推出“清仓式”减持计划,持有公司19.21%股份的中信合伙计划减持不超过9957.26万股,占公司总股本的19.21%,占中信合伙持有公司股份的100%。这成为近期A股公司股东大手笔减持计划的又一案例。此外,奇信股份、博腾股份等多家公司大股东均计划减持超过10%股份。Wind数据显示,今年5月份以来,41家公司股东拟减持股份比例超过5%。其中,9家公司股东计划“清仓式”减持。业内人士认为,上市公司股东大手笔减持,主要在于缓解股票质押债务压力。有的公司基本面可能出现变化。



视觉中国图片

推出减持计划

青松股份6月11日晚间公告,收到股东柯维龙及其一致行动人柯维新通知,两人计划通过集中竞价、大宗交易方式减持合计不超过3099.5万股,占公司总股本的6%。目前,柯维龙及柯维新合计持有青松股份6830.5万股,占总股本的13.22%。

柯维龙是青松股份第一大股东。2017年12月,青松股份发布公告,原实际控制人柯维龙与杨建新签署了《表决权委托协议》。根据协议,杨建新合计可支配青松股份29.80%,成为实际控制人。

近期类似青松股份的股东大额减持并不少见。Wind数据显示,今年5月份以来,共有41家公司的股东拟减持股份比例超过5%,有的公司控股股东减持比例超过10%,并出现不少“清仓式”减持。

东晶电子6月11日公告称,持股10.59%的公司第二大股东李庆跃拟6个月内清仓减持。同时,公司收到原控股股东蓝海投控通知,李庆跃与蓝海投控于6月10日已经解除了表决权委托协议,公司将处于无控股股东、无实际控制人的状态。

奇信股份6月10日公告,控股股东深圳市智大投资控股有限公司及其关联人叶秀冬,计划自减持计划公告之日起15个交易日后的6个月内,以集中竞价交易、大宗交易或协议转让的方式

减持公司股份不超过2443.53万股,占公司总股本比例10.86%。对于控股股东的大手笔减持计划,奇信股份董秘何定涛回应称,上述减持仅为计划,最终是否实施存在不确定性。拟减持股东将根据市场、公司股价等情况决定是否实施;减持方式还包括协议转让,采取协议转让方式的,单个受让方的受让比例不低于公司股份总数的5%。

博腾股份6月7日公告,合计直接及间接持有公司35%股份的控股股东、实际控制人居年丰、陶荣、张和兵(三人为一致行动人)计划未来6个月内合计减持不超过7100万股股份,占公司总股本的13.29%。值得注意的是,博腾股份4月3日因为实控人占用上市公司资金收到重庆证监局出具的《行政监管措施决定书》。

缓解股票质押压力

梳理发现,上市公司大股东抛出大额减持计划,大部分原因都是股东资金需要,其中主要是缓解股票质押债务压力。

以博腾股份为例,公司表示,减持目的为缓解长期以来的质押债务压力,合理控制融资杠杆,实控人居年丰三人拟减持其所持有的公司部分股份,减持所得资金将主要用于偿还其对外融资借款,降低自身资金风险及负债率。

深南股份大股东则因股票质押压

力,持股或被动减持。深南股份6月1日发布公告,持股29.51%的第一大股东周世平因办理股票质押式回购交易业务,近期可能被首创证券以集中竞价或大宗交易等方式被动减持最大股份数量3458万股,占公司总股本比例12.81%。6月11日,深南股份公告称,获悉周世平于6月10日被减持共计297.49万股,占公司总股本的1.10%,成交金额1997.69万元。

永清环保5月8日公告称,为纾解自身流动性困难,控股股东永清集团拟6个月内通过大宗交易、集中竞价交易的方式,减持公司股份不超过3867万股,即不超过公司总股本的6%。

东北证券研究总监付立春向中国证券报记者表示,上市公司股东大手笔减持,主要原因有三个方面,一是去年以来融资环境的变化,不少公司大股东面临质押平仓风险。大股东资金链紧张,不少上市公司以及相关大股东资金需求高,亟需回流资金;二是目前A股市场比较稳定,在这个时点减持可以在较高的价位获取现金;三是不排除一些上市公司经营形势面临挑战,目前股价已经高估,控股股东通过减持进行套现。

警惕基本面变化

随着减持计划增多,其对上市公司股价的影响逐渐显现。深南股份在披露第一大股东持股或被动减持的次日股价跌停。博腾股份公告大额减持

计划次日股价大跌7.57%。

付立春认为,大股东大手笔减持,对上市公司影响较大。上市公司控股权是比较优质资产,大股东大手笔减持,上市公司的股权将进一步分散,可能影响后续股权结构的稳定性,从而影响上市公司基本面和业务的稳定性。

以凯撒旅游为例,公司3月21日公告称,由于控股股东海航旅游及其一致行动人大集控股质押于宏信证券的公司股份涉及违约,宏信证券拟按业务协议约定对上述涉及违约的部分质押股份进行违约处置,可能导致其所持公司部分股份存在被动减持风险。

此后,海航旅游经过多次被动减持了2775.77万股。5月30日,东吴证券再次对相关股份进行违约处置卖出304万股。本次被动减持完成后,海航旅游及其一致行动人合计持有30.28%股份。这一持股比例和第二大股东凯撒世嘉及其一致行动人29.96%的持股比例接近。公司称,若后续海航旅游及其一致行动人进行减持操作,存在公司控股股东、实际控制人发生变更的可能。

光大证券研报认为,产业资本大手笔减持之所以引起市场极大关注,因为其具有获取企业内部信息的优势,对企业的估值水平与经营状况是否匹配有更强的判断力,应关注这类公司的基本面变化和持续经营能力。

是否通过不实减值测试规避减值补偿
投服中心质疑*ST斯太商誉减值

□本报记者 周松林

*ST斯太近期披露了针对2013年收购斯太尔动力(江苏)投资有限公司(简称“斯太尔江苏”)、斯太尔江苏收购增资STEYR MO-TORS GmbH(简称“奥地利斯太尔”)所形成的商誉计提商誉减值损失9716.56万元。作为公司的小股东和中小投资者权益保护公益机构,中证中小投资者服务中心认为,评估机构做出的商誉测试评估结论的真实性、公司未及时计提商誉减值的合理性等方面存疑。

2013年11月,*ST斯太非公开发行股票募集资金15亿元。其中,5亿元用于购买武汉梧桐硅谷天堂投资有限公司(简称“武汉梧桐”)100%股权,3亿元用于对奥地利斯太尔(武汉梧桐于2012年收购的全资子公司)增资扩产。前述交易对公司形成合并商誉3.45亿元。武汉梧桐(后更名为斯太尔江苏)和奥地利斯太尔均为商誉所涉标的资产。

根据《会计监管风险提示第8号——商誉减值》的规定,并购重组相关方至少在每年年终进行商誉减值测试,不得以存在业绩补偿承诺、尚在业绩补偿期为由不进行商誉减值测试。公司披露于2015年及2016年终对商誉所涉标的资产进行了商誉减值测试,并披露了北京国融兴华资产评估有限责任公司出具的商誉减值测试评估报告,但公司未披露2014年终是否对商誉所涉标的资产进行过减值测试和测试评估结果。

投服中心质疑,上述交易的承诺方是否通过不实的减值测试结果规避减值补偿。

首先,标的资产连续三年未实现承诺业绩,所属行业不景气,减值测试的评估结果仍为增值是否合理。标的资产主营业务包括柴油发动机的制造与销售等,由于国家柴油发动机排放标准升级,柴油发动机行业2014年至2016年整体低迷,受排放政策制约,斯太尔江苏原有增程柴油发动机、4缸柴油发动机和6缸柴油发动机产品平台面临技术升级需求。同时,由于奥地利斯太尔柴油发动机国产化进程不顺利,

导致其2014年至2016年业绩不佳,未实现承诺业绩。根据公告信息,斯太尔江苏2014年至2016年实际完成业绩为7406.57万元、-1056.93万元以及1.23亿元,三年累计业绩完成率仅为15.8%,实际业绩与三年承诺业绩2.3亿元、3.4亿元、6.1亿元(合计11.8亿元)差异巨大。

根据商誉减值8号文的规定,当相关资产现金流或经营利润持续恶化或明显低于形成商誉时的预期,特别是被收购方未实现承诺业绩的,以及所处行业政策等发生明显不利变化时,应认定出现特定减值迹象。一旦认定资产减值,按照双方协议约定将可能触发控股股东减值补偿义务。而评估机构做出的减值测试评估报告显示,斯太尔江苏2016年终对应的资产组价值由2015年终的6.5亿元增加至10.28亿元,增值率达58.15%。投服中心要求评估机构说明,在标的资产连续三年未实现承诺业绩、业绩完成率仅为15.8%、标的资产经营业绩持续不佳、柴油发动机行业政策变化、整体行业不景气的情况下仍做出标的资产增值的评估结论是否真实、公允;公司依据评估报告于2014年及2016年末计提商誉减值是否审慎、合理;2015年仅计提商誉减值4666.17万元是否充分准确。

其次,承诺期届满时未发生商誉减值,承诺期满后大额减值,是否存在规避减值补偿的嫌疑。按照利润补偿协议,若商誉所涉标的资产在承诺期届满时减值,控股股东将可能需要履行减值补偿义务。由于评估机构测试商誉所涉标的资产于2016年终(即承诺期届满时)未减值,没有触发控股股东的减值补偿义务。但承诺期满后仅一年,公司于2017年度及2018年第三季度就商誉所涉标的资产计提减值20152.35万元和9716.56万元,其中2017年计提理由为业绩未达预期。投服中心要求公司说明标的资产连续三年未达预期、承诺期届满时未出现减值,却在承诺期满后以同样理由计提大额商誉减值的合理性,承诺方是否存在规避履行减值补偿义务的嫌疑。

5月国内汽车销量同比下降16.4%

□本报记者 崔小粟

6月12日,中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)发布的数据显示,2019年5月,国内汽车销量完成191.3万辆,同比下降16.4%。其中乘用车销量156.1万辆,同比下降17.4%。中汽协方面称,受宏观经济下行压力,部分地区国六排放标准提前实施等因素影响,汽车产销仍处于低位运行。预计下半年,随着符合国六标准的车型不断增加,以及减税降费等一系列政策措施效果的持续显现,车市会有好转。

销量持续下滑

汽车产销量同比降幅继续低于两位数。5月,汽车销量完成191.3万辆,同比下降16.4%。1-5月,汽车销量累计完成1026.6万辆,销量同比下降13%。

乘用车产销量降幅大于汽车整体销量。5月,乘用车销量156.1万辆,同比下降17.4%。1-5月,乘用车累计销量839.9万辆,同比下降15.2%,降幅比1-4月略有扩大。

商用车销量今年以来首次同比下滑。5月,商用车销量35.1万辆,同比下降11.8%。其中,重型货车销量10.8万辆,同比下降4.7%。1-5月,商用车销量186.7万辆,同比下降1.3%。对于商用车销量下降的原因,中汽协秘书长助理许海东指出,除了受新能源客车销量下滑影响外,其他下滑原因还需要密切观察。

2018年,汽车行业出现了28年来的首次负增长,2019年销量下滑态势仍在延续。中汽协数据显示,2019年1-5月,汽车销量同比下滑幅度分别为15.8%、13.77%、5.2%、14.6%、16.4%。许海东对中国证券报记者表示,受部分地区国六排放标准提前实施等因素影响,汽车产销处于低位运行,主要表现在市场消费乏力,观望情绪明显等。“国五的车辆在大量促销,部分品牌已经到了6折甚至更低。在一些非限购城市,国五车型的性价比得到较好释放。”许海东表示,随着国五和国六切换时间临近,厂家排产国五车型面临亏损压力,而国六产品面临产

能爬坡考验;从经销商和消费者角度看,都处在观望期。

值得关注的是,新能源汽车同比增速出现回落。5月,新能源汽车销量10.4万辆,同比增长1.8%。其中,纯电动汽车销量8.3万辆,同比增长1.4%;插电式混合动力汽车销量2.1万辆,同比增长2.2%;燃料电池汽车销量315辆,同比增长8倍。1-5月,新能源汽车销量46.4万辆,同比增长41.5%。

国产品牌份额下降

中国品牌汽车销量出现集体下滑。根据厂商披露的产销快报,上汽集团、长安汽车、长城汽车、吉利汽车销量同比下滑均超过10%。其中,上汽集团5月销量48.09万辆,同比下降16.28%;1-5月累计销量为247.08万辆,同比下降11.8%。5月长安汽车集团销售11.35万辆,同比下降34.74%;1-5月累计销量为68.36万辆,同比下降32.9%。长城汽车5月销量6.3万辆,同比下降11.8%;1-5月累计销量43万辆,同比增长5.11%;吉利汽车5月销量9万辆,同比下降27%;1-5月累计销量56万辆,同比下降10%。

中国品牌乘用车市场份额达36.2%,为今年以来新低。中国品牌轿车、SUV、MPV销量同比均出现下滑。其中,轿车销量14.7万辆,同比下降27.2%;SUV销量31.5万辆,同比下降27%;MPV销量7.6万辆,同比下降26%。

许海东对此表示,车市持续低迷,中低端群体购买能力下降,导致一些中国品牌低端车销量下滑,其中尤以A级SUV车型下滑最为明显。

库存方面,经销商的库存压力有所减轻。5月份,月初库存为119.1万辆,月末库存为112.4万辆,增长率为-5.6%。中汽协方面认为,下半年,随着符合国六标准的车型不断增加,以及减税降费等一系列政策措施效果的显现,特别是6月初公布的《关于印发<推动重点消费品更新升级畅通资源循环利用实施方案(2019-2020年)>的通知》,为乘用车市场带来相对积极的作用,新能源汽车产销将继续保持较快增长。

水井坊董事长范祥福:

继续聚焦次高端及高端白酒板块

□本报记者 康曦



始做核心门店,半年后基本上所有的酒企都在做核心门店。近年来,我感觉体力一直在下降,在公司发展良好的时候,我选择激流勇退,将这个担子交给下一任。

公司招聘总经理时,危永标是备选人中最好的一位。他眼光高远,1991年在香港毕业后在内地工作了28年。他有很强的市场洞察力和认知力,工作能力卓越。

在28年的职业生涯中,危永标只在2家公司工作过。公司与危永标接触过程中,觉得双方很匹配,而且危永标对水井坊的业务掌握程度已经很高。

中国证劵报:水井坊的发展是否达到预期?

范祥福:我2015年10月加入水井

坊,同年11月就被要求提交5年发展规划给公司董事会批准。当时,距我加入公司仅1个月零10天,之前从来不懂白酒,全行业都不知道白酒行业低迷还会持续多久。最后只用了3年半时间,就超越了我制定的5年目标。

行业发展六个特点

中国证劵报:怎么看待白酒行业2019年发展趋势?

范祥福:将呈现六个特点。一是消费群体的转变和持续高端化。白酒消费结构发生改变,个人和商务消费取代政务消费成为市场消费主体;消费升级和价格提升成为白酒行业长期增长的驱动力,未来的行业增长是价值增长。二是马太效应和品牌分化表现。强者恒强的马太效应加剧品牌间两极分化。纳入国家统计局范畴的年销售收入在2000万元以上的规模白酒企业数量从2017年的1593家净减少到2018年的1445家。三是竞争加剧。300-600元仍然是行业增速最快的板块,并吸引600元以上和300元以下板块的领先企业进入,加剧了竞争。四是市场投入加大。为了布局未来,赢得市场份额,各品牌都在加大投入市场费用,用于营销网络的拓展和终端门店建设。五是数字化。业内领先的白酒品牌纷纷加大在数字化方面的投入,增强销售执行能力,提升渠道管理和消费者互动的效率和效能。六是健康意识。不断推出创新产品,吸引年轻一代的饮酒者和发展健康白酒。目前来看,成效有限。

中国证劵报:怎么看待近期部分白

酒企业提价?

范祥福:涨价能否持续消费者说了算。从今年1月开始,部分酒企开始提价,大部分白酒从业者的操作手法是先提价,然后停止供货。但水井坊的提价是真正的提价,不会停止供货。提价会根据市场价格、库存等多方面因素决定。

推进六大战略

中国证劵报:怎么看待市值管理?

范祥福:水井坊本身并不注重公司股价。我们只需要做对的事情,股价自然会有反映,不会因为股价而做一些事情。

中国证劵报:水井坊的费用投入与同行相比为何偏高?

范祥福:我们虽然有600多年的酒坊,但水井坊这个品牌2000年上市,只有19年的品牌历史,与其他品牌的起步点不同。我们需要加大市场投入,强化消费者的认知。

中国证劵报:公司2019年的发展规划是什么?

范祥福:2019年,公司计划实现销售收入33.83亿元,税后净利润7.53亿元。现阶段继续聚焦次高端及高端板块,通过六大战略实现这一目标。一是持续投入水井坊品牌建设,二是通过核心门店3.0项目聚焦必赢市场并实现销售网络扩张,三是提高效率以便能投入更多资源促进增长,四是在数字化时代信息化系统并提升数字化决策的能力,五是持续投入人才发展以促进公司成长,六是确保供应链的稳定可持续发展。