

国家大基金首次减持三家芯片公司

□本报记者 杨洁

国科微、汇顶科技、兆易创新12月20日晚分别发布公告,国家集成电路产业投资基金股份有限公司(简称“国家大基金”)拟自该公告日起15个交易日后的三个月内,采取集中竞价交易方式分别减持所持三家公司不超过1%的股份。

国家大基金成立于2014年,这是国家大基金成立五年后在A股市场首次披露减持计划,国科微、汇顶科技、兆易创新均是国家大基金一期投资的芯片公司。芯谋研究首席分析师顾文军告诉中国证券报记者,国家大基金是市场化管理的基金,减持是情理之中,尤其是国家大基金二期已经成立,对一期投资项目有选择性的、分阶段退出也就顺理成章。

盈利丰厚

根据公告,国家大基金披露减持的原因是为实现股东良好回报。这三家公司都是A

股知名芯片设计企业,近来股价屡创新高。国家大基金对三家公司的持股时间最少2年多,最长已达4年。中国证券报记者初步计算,截至12月20日,国家大基金对这三家公司的持股浮盈合计接近90亿元。

国科微是国内广播电视系列芯片和智能监控系列芯片的主流供应商之一,12月20日收盘价为43.95元/股,年初至今涨幅达93%。

早在2015年,国科微上市前两年,国家大基金就增资国科微,前后斥资4亿元。本次减持前,国家大基金持有国科微2812.55万股股份,占国科微总股本的15.63%。粗略计算,截至12月20日,国家大基金针对国科微的投资浮盈约8.36亿元。

汇顶科技在指纹识别芯片方面全球领先,一度成为A股首个市值破千亿的芯片公司。12月20日,公司收盘价报204.85元/股,年初至今的涨幅为161%。

根据公告,2017年11月,国家大基金通过

协议受让的方式,以93.69元/股、合计28.29亿元对价受让了总计3020万股公司股份,约占汇顶科技总股本的6.63%。截至12月20日,这些持股浮盈33.57亿元。

兆易创新产品为NOR Flash、NAND Flash及MCU,广泛应用于手持移动终端、消费类电子产品、电信设备、医疗设备、汽车电子及工业控制设备等各个领域,12月20日收盘价为195.3元/股,年初至今涨幅为214%。

2017年8月,在兆易创新首发股份解禁面临较大股价压力之时,国家大基金以65.05元/股价格、14.5亿元的总对价受让了兆易创新2229.5万股股份,占公司股份总数的11%。海通证券当时评论称,国家大基金入股,兆易创新正式成为国家虚拟IDM重要一环,也有助于兆易创新从国内Nor Flash民营龙头走向国家存储平台。截至12月20日,国家大基金持有兆易创新股票3121.30万股,约占兆易创新总股本的9.72%,持股浮盈46.65亿元。

二期接力

从此次减持计划披露来看,国家大基金一期自2014年成立以来,已进入回收期 and 投后管理阶段。业内人士认为,有了国家大基金二期接力,后续一期将可能披露其他的退出计划。

根据中国证券报记者此前报道,国家大基金二期已经成立,2019年10月22日正式注册,注册资本为20415亿元。上述人士认为,二期或致力于打造自主可控的集成电路产业链。不过,目前从公开信息还没看到有二期投资落地的项目。

在国家大基金一期投资项目中,芯片制造占67%、设计占17%、封测占10%、设备和材料投资占6%。具体投资的A股上市公司包括:芯片设计领域的汇顶科技、兆易创新、景嘉微、国科微等;芯片封测领域的长电科技、华天科技、通富微电;半导体设备材料领域的北方华创、长川科技、中微半导体等;化合物半导体与特色工艺领域的三安光电、耐威科技、士兰微等。

茅台集团大力缩减品牌数量 贴牌模式发展渐弱

□本报记者 周文天 潘宇静

12月19日,茅台集团第五十次党委会作出决定:各酒业子公司将陆续停用集团标识和集团名称,推行品牌“双五”规划,将子公司品牌数缩减至5个左右,产品总数控制在50个以内。茅台集团表示,长期以来,茅台集团内各酒业子公司大多采取贴牌经营的模式,长期依赖集团母品牌背书,不利于子公司打造出真正具有市场竞争力的品牌,且同时存在着透支茅台母品牌的潜在风险。

停用集团标识

此次停用集团标识的子公司范围涵盖习酒公司、技术开发公司、保健酒业公司、健康产业公司、葡萄酒公司、生态农业公司、酱香酒公司等。

关于品牌问题,茅台集团党委书记、董事长李保芳表示,要下大决心加强品牌管理,堵住品牌严重透支的这道口子;全力推动各子公司停用集团标识的落实,帮助子公司甩掉集团这根“拐杖”;各子公司要尽快制定品牌瘦身计划,做好品牌培育规划,全力塑造核心品牌,打造大单品,逐步淘汰业绩低下的联营品牌。

事实上,茅台集团自2017年开始大力“瘦身”以来,全面梳理公司品牌,多次针对旗下品牌产品条码进行规范和整治。当年,茅台集团开始推进品牌“双十”战略,要求每家子公司保留的品牌数不超过10个,每个品牌的条码数不超过10个。

茅台集团曾经陆续开放了技术开发公司、习酒公司、保健酒业公司等子公司进入贴牌领域。仅以技术开发公司为例,其经营的品牌就有茅台醇、天朝上品、道禾、富贵万年等多款。

但在酒水行业,贴牌企业做的又是另一番生意。业内人士透露,“傍名牌”的白酒成本较低,有的每瓶成本只有几元钱,甚至直接向第三方采购原酒,灌装贴标后在某些非主流电商销售,但却打着名酒的旗号。更为“疯狂者”,则专门出售条码,对基酒与包装一概不负责,由各类代工企业自己解决,条码层层转卖,连茅台集团都难以掌握其流转情况。

白酒行业分析人士称,长期以来,子品牌多、乱、小等现象不断地在稀释茅台的品牌力,从短期来看,少了“茅台”的加持,也意味着各子公司的业绩或多或少会受到影响。

终止投资两家联营公司

除了决定对子公司品牌数量“瘦身”之外,茅台集团党委还作出一个重要的决定:终止对旗下的广东尊茅酒业有限公司、河南新



新华社图片

隆祥酒业有限公司两家联营公司的投资入股,并对投资收益进行清算。

这是继12月17日茅台宣布解散电商公司清算注销之后又一个动作。茅台集团官网的文章标题则更为直接:《两家联营公司因背离初衷回报太低 管理粗放 被茅台集团终止投资》。

该文章指出,两家公司销售对象绝大部分为其股东,鲜有直接销售给消费者。客观上只是把取得的茅台酒经销权在一定范围内进行了二次分配,不符合茅台集团“让真正的消费者更容易买到茅台酒”的政策导向,收益来源单一,严重依赖公司给予的茅台酒经销权,导致剔除销售茅台酒收益后的实际投资回报率太低。同时,经营管理粗放。

据悉,广东尊茅酒业有限公司、河南新隆祥酒业有限公司,由贵州茅台酒销售公司于2016年投资入股,占股比例均为20%。

值得注意的是,茅台集团在子公司层面也开始加速清理和瘦身的脚步,并明确到今年年底,将完成部分亏损、微利等子公司的清退工作。

业内人士指出,从对“电商公司”的清算注销,到对联营公司终止投资,茅台集团在后千亿时代,将纵深推进营销体制改革。

资深酱酒专家权图表示,贵州茅台的这一做法将促使现有有优秀的子品牌做大做强,在市场不作为的子品牌将被逐步淘汰。

“对茅台而言,这一举动影响甚小,说不定还会加大茅台酱香系列酒的稀缺,从而推动茅台酱香系列酒的发展。”酒水行业研究者欧阳千里表示。

贴牌生意收紧是趋势

茅台砍贴牌子公司,五粮液砍外形长得像普五的贴牌产品,泸州老窖缩减条码,山西汾酒清理品牌,名酒对于自身品牌价值越来越重视。

除了贵州茅台之外,在今年5月举行的五粮液股东大会上,集团管理层透露五粮液将在与消费者的持续互动中打造强大的品牌IP。但是,五粮液一度存在众多高度相像,让消费者眼花缭乱的产品,严重透支了五粮液的主品牌形象。为进一步加强消费者对与五

粮液主品牌的识别度,五粮液将继续清理和整改其他定位不清或不符合要求的产品。未来,五粮液计划将产品矩阵进一步缩减至45个品牌、350个条码以内,并完善核心品牌不同价格段的产品。

五粮液管理层当时表示,品牌清理节奏不会停止,全方位、无死角是工作原则,通过信息化品牌管理能彻底解决产品死灰复燃的问题,确保今后这些产品、品牌无法研发。

此外,2018年,泸州老窖打响“品牌复兴”战役,产品条码删减幅度超过90%;山西汾酒对于带有“汾”字的产品全部收回,完成品牌梳理。

行业分析人士指出,贴牌酒严重影响了白酒企业的品牌形象,而品牌是白酒行业最为重要的资源,整顿贴牌酒有利于维护酒企的品牌形象,但短期内肯定会造成一部分收益的下滑。

“净化市场,轻装前行。”一位接近茅台的人士表示,从长远发展和大局来看,停用集团标识和名称势在必行。

回购计划大幅缩水 多家公司主动终止回购方案

□本报记者 董添

12月份以来,中嘉博创、*ST升达、中航光电等多家上市公司发布终止回购计划,有回购期限届满不得不终止,还有因为资金短缺等原因主动终止。从回购实施效果来看,不少回购金额大幅缩水,与回购方案下限相差甚远;有的公司为了弥补实际回购金额与回购方案下限之间的差异,有意推出二期回购计划。

终止原因各异

部分公司回购金额大幅缩水,主动终止回购公司股份。以中嘉博创为例,公司12月19日晚发布终止回购公司股份的公告。截至本公告日,公司通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式回购公司股份,累计回购股份112.88万股,占公司总股本的0.17%,支付的总金额为1443.62万元(含交易费用)。公司此前披露的回购方案显示,拟以集中竞价交易方式回购公司股份,回购的资金额度为2亿元—4亿元。公司表示,实际回购股份情况与回购方案存在差异,是因公司所面临的行业发展机遇、外部融资环境及公司后续融资计划发生意外所致。

针对终止回购计划的原因,中嘉博创表

示,董事会认为当前公司须保有充足的运营资金以确保前期项目的有序推进,并强化公司整体的抗风险能力。如将剩余的拟用于回购股份的资金用于应对未来复杂的经济形势以及维持公司未来持续经营发展,更符合公司当前的实际情况。因此,在当前情况下继续推进股份回购事宜,已不再符合公司现阶段发展战略,不符合公司及股东的利益。公司董事会审慎决定,终止实施本次回购股份事项。

不少公司回购期限届满,不得不终止回购计划,但是实际回购金额与回购下限相差较多。有的公司为了弥补实际回购金额与回购方案下限之间的差异,有意推出二期回购计划。以启迪环境为例,截至2019年12月18日,本次回购期限届满并实施完毕,公司使用自有资金通过回购专用证券账户以集中竞价交易方式实施回购股份合计390.78万股,约占公司总股本的0.27%,支付总金额为3991.59万元(含交易费用)。公司回购金额与回购方案计划金额存在差异。根据此前公司发布的回购方案,公司拟以自有或符合法律法规规定的自筹资金以集中竞价交易方式回购股份,回购金额为5亿元—10亿元。

启迪环境表示,为保障公司正常开展经营活动,持续推进公司存量项目建设进度,公司须保有充足的资金优先满足运营资金需求,并在流动性趋紧的情况下强化公司整体抗风险能力。公司对本次未能全额完成回购计划深表歉意,将于近期拟定新的回购计划并履行相关决策程序。

续推二期回购

与上述回购效果欠佳的公司不同,有的上市公司是因为首期回购股份方案效果较好,随后推出二期股份回购方案。

以开尔新材为例,公司12月18日晚公告,12月13日,公司收到控股股东、实际控制人邢翰学出具的《关于提议公司回购股份的函》。邢翰学于12月13日向公司提议实施第二期股份回购,公司拟以自有资金5000万元—1亿元通过集中竞价交易方式回购股份。根据开尔新材披露的第一期回购结果,实际成交总金额为8913.41万元(不含交易费用),实际用于回购的资金总额已达到回购方案规定的回购资金总额5000万元—1亿元的要求。

针对推出二期回购方案的原因,开尔新材表示,2019年以来,公司抓住地铁、隧道类空间装饰市场需求放量增长、火电及非电行业节能环保市场整体回暖等行业发展契机,主营业务呈现较快增长态势,2019年前三

季度经营业绩创同期历史新高,持续稳固行业龙头地位。为稳定市场预期,提振投资者对公司的投资信心,并进一步完善公司长效激励机制,综合考虑公司经营和财务状况,提议公司以自有资金回购公司股份。

除开尔新材外,中国证券报记者梳理发现,今年以来,已有众兴菌业、海印股份、中核钛白、宝鹰股份等多家公司年内推出了第二期股份回购计划。

部分公司二期实施效果较好。以中核钛白为例,截至12月9日,公司已通过集中竞价交易方式回购股份数量1.12亿股,约占公司总股本的7.01%,最高成交价格为466元/股,最低成交价格为385元/股,成交的总金额为4.72亿元(含交易费用)。接近回购方案中提到的“回购总金额不超过10亿元,且不低于5亿元”的回购下限。

但是,也有公司二期回购计划没有实施就主动进行了终止。以宝鹰股份为例,公司在终止第二期回购股份的公告指出,第二期回购股份实施是以可转换公司债券成功发行为前提,经慎重考虑,公司已决定终止本次可转债事项,并向中国证监会申请撤回本次可转债的申请文件,因此公司决定终止实施本次回购公司股份。截至目前,公司第二期回购股份尚未实施首次回购。

游戏版号重启一周年

行业生态悄然生变

□本报记者 于蒙蒙

游戏版号重启一周年。近日,中宣部出版局副局长冯士新在2019年中国游戏产业年会上透露,今年以来国家新闻出版总署共批准出版运营游戏1468款。而2017年核发了9368款游戏。

这一数据反映了目前游戏市场正在发生一场变革。游戏审批趋严,倒逼企业打造产品更趋精品化游戏。业内人士坦言,版号减少意味着商业化门槛提高,企业会把控产品质量,提升精品化运营。

行业回暖

《2019年度中国游戏产业报告》数据显示,2019年中国游戏市场实际销售收入为2308.8亿元,同比增长7.7%。从细分市场来看,移动游戏占整体营销收入近七成,处于主导地位;客户端与网页游戏占比分别降至26.6%和4.3%。2019年移动游戏营销收入为1581.1亿元,同比增长18%,成为拉动游戏市场营销收入增长的主要因素。

中国音像与数字出版协会第一副理事长、中国音数协游戏工委主任委员张毅君称,移动游戏继续保持较快增长,拉动国内游戏市场稳步扩展;自主研发游戏海外营销提升明显,涌现出一批优质作品;电子竞技游戏异军突起,为游戏产业提供了新动能;在新技术驱动下,AR/VR、云游戏等前沿市场将迎来快速成长的新机遇;特色游戏用户群体显现出较大的增长潜力和发展空间。

在中宣部出版局副局长冯士新看来,今年网络游戏行业正在发生积极的变化:一是行业预期稳定,发展信心提升,版号核发逐步实现常态化;二是社会责任强化,行业生态好转;三是市场竞争升级,精品意识增强。文化内涵丰富、品位品质高端的产品更加获得市场认可,市场竞争开始从比规模、比买量向比内容、比品质转变;四是海外市场拓展步伐加快,中国游戏的国际地位明显提升。

影响不一

今年以来国家新闻出版总署共批准出版运营游戏1468款。上述数据对于游戏企业意义非凡,头部企业和中小企业面临不同的境遇。

国金证券早前统计数据 displays,2009年—2018年总共核发了19880款游戏版号,其中仅2017年就核发了9368款。但是,在历史上,38%的版号都发给了棋牌类游戏,这类游戏现在是国家整顿的重点对象;还有31%发给了泛休闲类游戏。国金证券估计,每年发放5000个版号可以满足市场的基本需求。假设每月核发3—4批,2019年可能只有3000个版号。

中国证券报记者梳理发现,今年获批游戏版号中未见棋牌类游戏踪影,每个月会公布两批游戏版号,无论是数量和审批速度均低于早前市场预期。

“还是比较低于预期吧,所有游戏企业都受负面影响,但头部企业的抗风险能力更强,对监管的理解更透彻,产品储备较好,可以提升市场份额。”一位券商传媒分析师如是说。

中国证券报记者就版号因素采访多家龙头企业,相关人士均认为对其影响有限。某头部游戏上市公司人士表示,一方面短时间内没太大影响,因为今年新发的产品都是早前储备着的版号,可以支撑近两年的产品运营。但另一方面来看,现在版号数量骤减,公司能上线商业化的产品就会减少,对于执行多元化战略会有一点影响。“版号发放减少,必然会导致精品集中化,因为审批严格了,意味着商业化的门槛高了,大家就会把控产品质量,这对公司的精品化运营是有好处的。”

凯撒文化副总经理、董秘彭玲告诉中国证券报记者,审批政策的从严其实是在推动国内游戏市场发展走向更加成熟的阶段,当然也倒逼各大游戏企业进行反思和调整,凯撒文化也不例外。未来游戏行业的竞争不再单纯是“量”的比拼,更多的是“质”的较量,一些实力和竞争壁垒较弱的厂商,会加速被市场淘汰,因此公司会将更多的精力和资源倾斜在精品游戏的打磨上。

前述分析师指出,版号审批速度放缓对中小企业影响更重。首先,IP模式无法实施,中小企业没有资金购买优质IP;其次,在5G云游戏时代,中小游戏企业可能更难,因为大型游戏进入门槛更低,用户普遍会去玩大型游戏,中小企业没有开发能力,所以可能只能走独立厂商卖版权的路线。

对于业务板块涵盖游戏的上市公司而言,其运营思路也发生了变化。一家业务涵盖影视和游戏的上市公司董秘介绍,其游戏业务子公司除了在意立足小而美产品外,正在谋求新的增长亮点。子公司正积极拓展以大数据支撑为基础的流量运营领域,开展移动数字整合营销业务。

角逐云游戏

除了集中力量打造精品游戏,云游戏成为行业内内部能看到的新红利。

世纪华通CEO、盛趣游戏董事长王佶在中国游戏产业年会上表示,每一次的技术升级都会涌现全新的市场机会和商业模式,形成全新的消费习惯,诞生全新的龙头企业。他预计,到2023年,中国云游戏用户规模就将突破6亿人,市场规模也将达千亿级。

随着云游戏时代的到来,也带来新的商业模式。王佶认为,变量首先发生在云游戏服务平台本身,把游戏放在云端服务器运行,把渲染后的画面传给用户,同时向云端传回用户操作。能够提供这一套“流式传输”服务的,可能就是未来最大的“渠道商”,所以盛趣游戏有机会去创造这个新的巨大的平台;其次是用户对内容的购买,主要是基于付费订阅的模式。“随着云游戏用户规模的增加,内容的丰富和用户体验的提升,付费意愿和水平也会增强,平台的广告变现能力也自然水涨船高。”

在手游内部人士看来,云游戏服务的开放和科技巨头布局,将大幅度提升货币化。由于中国游戏市场与欧美路径不同,中国游戏货币化以手游为主,欧美以PC单机为主。所以,云游戏服务对于大幅度提升手游ARPU值有很大帮助,对于像中手游这类存有大量手游发行的企业来说,具有较大的增长空间。

相关游戏公司亦与科技公司在云游戏领域展开合作。12月初,游族网络与华为签署了云游戏合作协议,双方将基于华为云鲲鹏搭建云游戏平台。根据协议,未来双方还将在5G+云计算+游戏等创新领域打造更好的用户体验。12月18日,腾讯游戏与GPU巨头英伟达签署战略合作备忘录,共同宣布成立联合创新实验室,构建基于PC和主机游戏的START云游戏平台。