

发行数量规模持续升温 上市公司大股东追捧可交换债

□本报记者 郭新志

小众融资工具升温

可交换债券是指上市公司的股东依法发行、在一定期限内依据约定的条件可以交换成该股东所持有的上市公司股份的债券品种。按照发行方式,可分为公募EB和私募EB。

2013年10月14日,晓程科技第三大股东武汉福星生物药业有限公司发行“武汉福星生物药业有限公司2013年中小企业可交换私募债券”(简称“13福星债”),发行规模2.57亿元,票面利率6.7%,这是国内第一只私募EB,而国内第一只公募EB则是宝钢集团于2014年发行的“14宝钢EB”。

沪深交易所于2013年、2014年发布可交换债相关细则后,这一相对小众的融资工具开始进入投资者的视野。但真正获得上市公司大股东、投资人青睐,则在2016年以后。

“可交换债最初几年发行规模停滞不前,其中既有市场的因素,也有政策的因素。”一位专业从事可交换债的投行人士指出,对于发行人而言,可交换债既是一种融资方式,也是一种减持股票的手段。“上市公司股东减持新规之后,大股东减持通道受限,通过可交换债减持就受到了欢迎。”

同花顺iFinD数据显示,近年来可交换债市场发展较快,2015年、2016年国内分别发行了32只、71只可交换债,发行规模分别为223.65亿元和674.29亿元。2017年、2018年、2019年国内可交换债发行规模分别达到1172.84亿元、464.88亿元和814.31亿元,而2020年1月份可交换债发行规模就达到了108亿元,去年同期为4.8亿元。

即便如此,可交换债在其他直接融资工具中也显得颇为“小众”。

追捧背后目的不一

虽然可交换债募资的绝对规模较小,但这种融资工具却极大地解决了上市公司大股东的种种痛点。

1月23日,运达科技发布公告,公司控股股东成都运达创新科技集团有限公司



同花顺iFinD数据显示,2019年全年可交换债发行数量、规模分别较2018年93.10%、75.17%,今年再度呈现持续增长态势。2013年至今,国内共发行可交换债3526.24亿元,公募发行1107.7亿元,私募发行2418.54亿元;共发行280只可交换债,公募发行24只,私募发行256只。

“政策层面鼓励、融资门槛较低、投资人进可攻退可守,这些综合优势使得可交换债券供需两旺、发展火爆。”多年可交换债投资经验的易知(北京)投资有限责任公司总裁鲁万峰在接受中国证券报记者采访时表示,目前股市向好,可交换债迎来难得的发展窗口期,预计发行的强劲势头将延续。

(下称“运达集团”)发行私募EB的计划获得深交所批准。按照计划,运达集团拟发行面值不超过3亿元私募EB。

“我们此次发行可交换债是为了融资,投建轨交产业相关项目。”2月13日,运达集团一位负责该项目的人士告诉中国证券报记者,自发布可交换债发行计划

后,公司已经陆续接到了一些投资人的洽谈电话。“但目前轨交行业处于发展上升阶段,集团对上市公司运达科技的发展前景看好,希望有更多战略投资者认购,与上市公司一起发展并获得相应的回报,而不是仅仅作为财务投资。”

事实上,上市公司发行可交换债目的不一,有的发行人以融资为目的,也有不少发行人意在减持套现。

鲁万峰称,从发行方的角度来看,上市公司大股东此前多采用股票质押的方式融资,但自去年监管层严控股票质押融资以来,加之减持新规限制,他们的减持通道越来越少。而可交换债受限制较少,因而成为大股东较好的一条融资或退出通道。可交换债发行门槛较低,以公募EB为例,其财务指标要求上市公司最近一期期末的净资产不低于15亿元或者最近3个会计年度加权平均净资产收益率不低于6%。此外,发行人的净资产、可分配利润等指标要求亦不高,私募EB的发行条件更为宽松。不仅如此,可交换债在融资成本、质押率、融资到位速度、换股溢价等方面都有优势。当然,从发行人角度而言,可

交换债也不是想发就能发。一方面,只有法人股东才有发行资格,自然人股东不能发债;另一方面,近年来的债券违约风暴使得投资者对可交换债的发行人资质要求越来越高,发行失败的案例越来越多。因此,上市公司大股东必须围绕偿债、质押增信措施、换股价及其下修机制等方面合理设置偏债性或偏股性条款,以赢得投资者信心,确保顺利发行。

对投资人而言,可交换债“下跌持债、上涨换股”的机制优势,可以让投资者避免择时和仓位困扰,可进可退,降低投资风险。2月12日,先导智能发布公告称,其大股东发行的可交换债已经开始换股。记者注意到,该可交换债6个月锁定期后就已实现换股退出,最新换股收益率逾44%,年化收益率90%。2019年,“16牧原02”转股标的牧原股份,转股期平均股价60.24元,转股平均收益364.10%,转股最高收益率高达520.57%。

鲁万峰认为,随着我国加大直接融资规模等政策推动,可交换债未来将延续增长态势。目前,已上报交易所发行可交换债的公司有55家,潜在发行的数量更多。

近年来我国可交换债发行情况一览

	发行规模(亿元)	发行数量(只)
2015年	223.65	32
2016年	674.29	71
2017年	1172.84	80
2018年	464.88	29
2019年	814.31	56
2020年1月	108	7

数据来源/同花顺iFinD 新华社图片

餐饮业全年营业利润预计大幅减少

中国烹饪协会提出开源节流等四方面应对策略

□本报记者 潘宇静

新冠肺炎疫情对行业的影响,最受影响的莫过于餐饮业。近日,中国烹饪协会发布的调研报告称,2020年春节期间年夜饭的退订量达到94%左右。该协会预计,2020年餐饮业全年营业利润将会大幅减少,餐饮市场年初既定的全年发展规模和增长速度目标需要重新调整。

面对困难,中国烹饪协会对餐饮企业提出争取银行信贷支持、开源节流等四方面应对不利局面的措施建议。同时,很多餐饮企业选择坚定信心、展开“自救”,一些高档餐馆近期推出了外卖套餐。上海交通大学上海高级金融学院教授陈昕磊表示,疫情过后,餐饮企业可能会迎来一波消费爆发。实际上,随着各项利好政策出台和企业逐步复工,部分餐饮企业经营状况已开始显现回暖迹象。

春节期间78%餐饮企业无营收

中国烹饪协会发布的调研报告显示,相比2019年春节,今年春节期间,78%的餐饮企业没有营收;9%的企业营收下降率达到九成以上;7%的企业营收下降在七成到九成之间;营收下降在七成以下的仅为5%。

1月底,全国多地发布紧急通知,要求当地餐饮、酒店一律暂停营业,进一步做好疫情防控。一时间,全国上下的饭店餐厅、大排档、美食街、烧烤摊、小吃店纷纷歇业。

而餐饮业中,中小企业占据绝对主体,抗风险能力更加脆弱。

中国烹饪协会的调研数据显示,疫情期间,93%的餐饮企业都选择关闭门店。其中,有73%的企业关闭了旗下所有门店;8%的企业关闭旗下八成以上的门店;也有7%的企业关闭了不到一半的门店;仅有7%的餐饮企业由于是团膳或者是单店,所有门店继续进行维持性经营。

“在营收出现重大损失的同时,还需承担多项成本费用支出,这对餐饮企业更是雪上加霜。”中国烹饪协会在报告中提到,春节期间,餐饮企业的备货量一般是平常的3~5倍,要承担提前储备的食材时期的损失;要承担房租、人工成本、水费、电费、折旧等固定开支;逐渐陷入现金流短缺的危机;从金融机构获得贷款具有一定的困难。

根据国家统计局统计,2019年全国餐饮收入46721亿元,其中15.5%来自春节期间这一传统的消费旺季。根据恒大研究院数据,仅在春节7天内,疫情对餐饮行业零售额造成损失或为5000亿元左右。

部分企业订单回暖

随着各项利好政策出台和企业逐步复工,部分餐饮企业经营状况已经开始显现回暖迹象。2月8日元宵节当天,大龙燚创始人柳莺在朋友圈表示:“今天单量太大,上午就爆单了,麻烦漏单的申请售后。”

作为柳莺的同行,凑凑餐饮CEO张振

纬也在朋友圈晒出了火锅外卖第一单。其表示:“凑凑团队为了突破疫情中的经营困境,在有限条件下,最快速度上了外卖。”

此外,餐饮企业全聚德、便宜坊、眉州东坡、木屋烧烤等企业,也相继推出了送餐服务。

在灵活用工方面,众多企业的表现也可圈可点。2月份开始,盒马生鲜与青年餐厅等多家餐饮企业开展合作,将餐饮企业员工临时借入盒马生鲜。美团生意贷联合光大银行、江苏银行共同为云海肴、周麻婆分别提供1000万元贷款,用于员工工资、店铺租金等方面支出,以帮助餐饮企业度过疫情。

除了企业自身的努力之外,各地也纷纷出台扶持政策,如北京市、江西省、福州市、宁波市、苏州市等地宣布对中小企业减免房租;要承担房租、人工成本、水费、电费、折旧等固定开支;逐渐陷入现金流短缺的危机;从金融机构获得贷款具有一定的困难。

在资金支持方面,中国人民银行等五部门下发《关于进一步强化金融支持防控新型冠状病毒感染肺炎疫情的通知》,要求对受疫情影响较大的批发零售、住宿餐饮、物流运输、文化旅游等行业,以及有发展前景但受疫情影响暂时困难的企业,特别是小微企业,不得盲目抽贷、断贷、压贷;财政部此前下发《关于支持金融强化服务做好新型冠状病毒感染肺炎疫情防控工作的通知》,对受疫情影响暂时失去收入来源的个人和小微企业,地方各级财政部门要会同有关方面在其申请创业担保贷款时优先给予支持。

在资金支持方面,中国人民银行等五部

控制成本创新经营模式

中国烹饪协会称,预计2020年餐饮业全年营业利润将会大幅减少,餐饮市场年初既定的全年发展规模和增长速度目标需要重新调整。

面对困难,中国烹饪协会对餐饮企业提出几点建议:首先,人工与房租成本较为刚性,在缺少营收状况下,餐饮企业短期内面临较大的现金支出压力。企业应运用各地出台的扶持政策积极争取政府补贴和银行贷款。

其次,要重新审视剖析餐饮行业高质量发展的深刻内涵,在坚守食品安全底线的基础上,企业需要深刻考虑调整战略、聚焦客户、强化品牌、引导消费、提升服务价值等角度全方位发展。

再次,要开源节流度过现金流困难期,建立资金出现缺口的应急机制,平衡工资、货款、营销、门店端和工厂端的支出,控制好成本,杜绝一切跑冒滴漏。

最后,疫情过后,一些小微企业不可避

免面临淘汰,大量的铺面空置、大量的消费

机会将被释放,有实力的企业应有准备、有组织的拓展业务。

业内人士表示,此次疫情促使配送到家服务需求迅速增长,未来餐饮企业有必要考虑通过自建体系,或者选择与组织方式和物流体系健全的相应平台合作,继续拓宽新零售产品线,创新经营模式,提供更高质量的产品和服务,使其成为未来业务新增长点。

驰宏锌锗:助力疫情监测 全力赶制锗镜片

□本报记者 郭新志

中国证券报记者2月13日从驰宏锌锗获悉,新冠肺炎疫情发生后,该公司快速响应,充分发挥企业在疫情防控重点物资——红外体温检测仪配套材料锗镜片方面的生产优势,第一时间组织员工赶制红外体温检测仪配套锗镜片。在坚守疫情防控线的同时,做到了满负荷生产,实现了抗疫用红外体温检测仪配套锗镜片连续交付,产量约占全国总产量的十分之一,有效助力把好疫情监测第一关。

1月23日,公司在收悉云南省国资委党委《关于切实做好新型冠状病毒感染的肺炎疫

情防控工作的紧急通知》和第一份相关企业的订单咨询后,驰宏锌锗高度重视,当即组织开展锗单晶、红外锗镜片生产备料,为可能出现的定制化红外锗镜片订单做好准备。

1月30日,国务院应对疫情医疗物资保障组印发《关于组织做好红外体温检测仪及配套零部件生产企业复工复产工作的紧急通知》(肺炎机制医疗保障发〔2020〕34号)。驰宏锌锗当即制定锗镜片生产方案,获审批后快速组织员工复工、复产。

体温检测是疫情检测的第一关口,而锗

镜片是红外体温测温仪的“眼睛”。驰宏锌

锗要求,疫情防控是重中之重,稳产高产是

当务之急。锗镜片加工要“严守防线,开工战‘疫’。”在确保疫情防控到位,安全到位

确认后,“一人到岗,一人开工”,动员全体

班员以高度的使命感和责任感,全力投入到锗镜片生产中。

锗镜片班组

员从最初2人

返岗到目前的15人上班

(仍有6人隔离),

有的7天无休,

有的14天无休,

有的19天无

休,没有1人有半天以上的休息。

驰宏锌锗深知公司锗镜片产能有限,

深知抗疫情订单人命关天。因此,对疫情期

间接到的和预期会产生的普通订单,都及

时通过“点对点”的客户沟通说明情况,获

得客户谅解,以保障抗疫订单的按时交付。

据了解,在相关人员平均返岗率不足

70%的情况下,从除夕至今,驰宏锌锗锗

镜片加工实现了满负荷生产,较去年1月~2月

全月锗镜片产量增长570%,2月份至今更是

实现了2480%的增长,为全国抗击疫情贡献

自己的力量。

连续交付。

为保障红外锗镜片的及时配送,驰宏锌

锗的锗镜片物流发货单上都会特别注明:

“抗击疫情物料,请优先派送。”遇到航班停

运、道路封堵等情况,驰宏锌锗销售人员就

多方联系物流渠道,

及时联系转运路线,

确保加工出的产品最快送达。

据了解,在相关人员平均返岗率不足

70%的情况下,从除夕至今,驰宏锌锗锗

镜片加工实现了满负荷生产,较去年1月~2月

全月锗镜片产量增长570%,2月份至今更是

实现了2480%的增长,为全国抗击疫情贡献

自己的力量。

连续交付。

为保障红外锗镜片的及时配送,驰宏锌

锗的锗镜片物流发货单上都会特别注明:

“抗击疫情物料,请优先派送。”遇到航班停

运、道路封堵等情况,驰宏锌锗销售人员就

多方联系物流渠道,

及时联系转运路线,

确保加工出的产品最快送达。

据了解,在相关人员平均返岗率不足

70%的情况下,从除夕至今,驰宏锌锗锗

镜片加工实现了满负荷生产,较去年1月~2月

全月锗镜片产量增长57