

天齐锂业董事长蒋卫平：

引入战投降杆 力争负债率低于50%

□本报记者 康曦

日前,天齐锂业公告称,全资子公司TLEA拟以增资扩股的方式引入战略投资者澳大利亚上市公司IGO,由IGO的全资子公司IGO Lithium Holdings Pty Ltd(简称“投资者”)以现金方式出资14亿美元认缴TLEA新增注册资本3.04亿美元,增资完成后天齐锂业持有TLEA51%的权益,仍然拥有格林布什锂辉石矿的间接控股权。

对于引入IGO的原因,12月9日,天齐锂业董事长蒋卫平在接受中国证券报记者专访时表示:“首先,IGO的出价,给了我们市场上公允的估值;其次,IGO是一次性付款,而对我们目前来说,减负债、降杠杆是首要任务,因此现金交易显得尤其重要;再次,IGO业务跟我们具有协同效应;最后,IGO具有矿山管理经验,又属于西澳大利亚本土企业,将有利于未来奎纳纳氢氧化锂工厂的运营管理。”

14亿美元引入战投

12月9日,天齐锂业公告称,公司、TLEA与IGO、投资者已就相关事项达成一致意见,并由公司董事长根据第五届董事会第十一次会议授权代表公司签署了《投资协议》。

本次增资完成后,天齐锂业持有TLEA注册资本的51%,投资者持有TLEA注册资本的49%。除用于支付本次交易相关费用外,TLEA本次增资所获资金拟主要用于偿付其就内部重组所欠公司全资子公司款项,公司全资子公司将以此用于偿还银团并购贷款本金12亿美元及相关利息;剩余部分资金将预留TLEA作为其子公司TLK所属奎纳纳氢氧化锂工厂运营和调试补充资金。

在天齐锂业看来,本次TLEA引入战略投资者,公司能够在不丧失核心资产控制权前提下有效降低资产负债率。蒋卫平指出:“通过引入战投,公司获得了14亿美元的资金,在偿还12亿美元的并购贷款后,公司的负债水平将从目前超过80%下降至60%左右。这对天齐锂业来说是一个巨大的进步,负债的降低将使天齐锂业重新回归到正常的负债水平。”

引入战略投资者,降低公司财务杠杆,是天齐锂业近两年来的重点工作。“自2018年12月收购SQM股份以后,公司财务杠杆非常高。为了降杠杆,天齐锂业一刻不停,将降杠杆作为主要任务。2019年因受国内锂行业环境变化影响,公司H股发行未能实施,配股发行募集资金不及预期。2020年经过多轮磋商、谈判,最终公司董事会选择了IGO。我们认为,在境外子公司层面引入IGO对公司降低负债和提高境外运营效率而言都是成功的。”蒋卫平说。

身负重债期间,天齐锂业各生产基地仍保持正常有序生产运营,即使在今年春节疫情最困难的时候,也没停产过一天。“保障生产经营,就是确保公司的市场地位,保护公司在客户心目中的信用。”蒋卫平说。

中国证券报记者获悉,天齐锂业2020年下半年订单较上半年有所增加,生产处于饱和状态。

完善锂电池金属资源布局

引入IGO,除了降杠杆外,天齐锂业还看中了IGO的业务协同性。IGO是一家领先的采矿和勘探公司,拥有优质的西澳大利亚镍、铜和钴资产。天齐锂业作为锂产业的领导者,双方具有较强的互补性,通过合作能够形成锂、镍和钴等清洁能源金属资产组合,完成锂电池所需的金属资源布局。

天齐锂业在引入IGO前,需要先进行内部重组,即将公司旗下TLH持有的TLA之100%股权转让给TLEA。TLA持有TLK的100%股权,TLK系公司2016年为实施澳大利亚氢氧化锂项目建设而设立的全资子公司。TLK正在建设的氢氧化锂项目目前处于暂缓建设状态,TLEA本次增资扩股完成后,将剩余部分增资款项作为氢氧化锂工厂的运营和调试补充资金。

目前,TLEA持有文菲尔德51%的股权,泰利森为文菲尔德的全资子公司。泰利森拥有目前世界上正开采的储量最大、品质最好的锂辉石矿——西澳大利亚格林布什锂辉石矿。重组完成后,TLEA除持有文菲尔德51%的股权外,还将持有TLA之100%股权。

蒋卫平表示,公司与IGO在核心资产和业务层面的全面合作,有利于优化公司对海外资产和业务的整合,提升生产、市场和销售运营的协同效应,充分发挥格林布什锂辉石矿和奎纳纳氢氧化锂工厂的高品质、规模化能力,尤其是加快TLK的调试及运营,进一步提升TLK资产质量和效率。

天齐锂业表示,若天齐锂业明年顺利引入IGO,未来双方的目标是共同经营好TLEA。目前,奎纳纳氢氧化锂工厂的调试工作正在有序推进,将让其尽快投入运营,力争2022年第四季度达产。从泰利森来看,二期扩产建设已经在去年下半年完成,现在处于产能爬坡过程中,未来还有三期扩产计划。

持续降杠杆

持续降低财务杠杆是天齐锂业未来的重要工作之一。蒋卫平透露:“本次增资完成后,天齐锂业希望继续降杠杆,力争让天齐锂业彻底走出高负债的困境。”

根据天齐锂业及全资子公司拟与银团签署的《修改及重述的贷款协议》,拟将并购贷款项下原A类贷款和C类贷款合计18.84亿美元债务的偿还期限展期至2021年11月26日,在公司全资子公司TLEA完成增资扩股引入战略投资者,且通过该交易偿还上述银团贷款本金不低于12亿美元等情形下,该期限可自动延长至2022年11月25日;拟将并购贷款项下原B类贷款12亿美元的到期日延长至2023年11月29日,在满足一定条件的前提下,经银团同意可以到期日延长至2024年11月29日。

公司透露,在偿还12亿美元的A+C类并购贷款后,未偿还的部分,公司将进一步通过股权融资的方式来解决,力争将负债率降到50%以内的合理水平。包括但不限于上市公司层面或者国内子公司层面进行股权融资。

而B类贷款12亿美元,公司认为可以长期存续,靠SQM和泰利森的分红和公司自身正常经营产生的现金流来逐步偿还。

天齐锂业对于未来锂行业的发展前景充满信心,其指出,目前,锂化工产品价格跌破部分锂辉石提锂企业的成本线,锂行业的供需关系正在逐步改善。随着下游动力电池厂商积极布局以及国际知名车企电动化规划的发布和推进,预计未来对上游锂化合物的需求将长期向好,并有望对锂化合物未来的市场价格形成长期支撑。



本报记者 康曦 摄

同程艺龙副总裁白志伟：

旅游业数字化智能化浪潮将提前到来

□本报记者 焦源源

同程艺龙副总裁白志伟日前在接受中国证券报记者专访时表示,新冠肺炎疫情使旅游业的数字化、智能化新浪潮提前到来。旅游业国际化进程将会暂时放缓,国内市场将成为各方争夺的重点。在新发展格局下,国内低线城市的旅游消费需求将进一步释放。

国内市场将成争夺重点

中国证券报:疫情使旅游业发生了哪些变化?如何应对机遇和挑战?

白志伟:疫情使旅游业的供求两端都发生了部分改变,某些改变可能是永久性的,主要有以下几个方面:

一是旅游业的数字化、智能化新浪潮将提前到来。在消费端,旅游基础服务的便捷化水平将会有个质的飞跃;在供给端,数字化技术将使得创新加速,一些全新的产品和服务会被大量创造出来,产业链的组织形态将发生变化。

二是下沉市场将迎来一个爆发期,激发本地化的文旅消费将成为各地区发展旅游产业的重点,旅游企业的供给结构也会向本地化消费调整,文旅融合将更加紧密,旅游产品的边界将得以扩大。

三是国内、国际两个市场的关系会发生一些改变,国际化进程将会暂时放缓,国内市场将成为各方争夺的重点。体现在消费端主要是“重新发现国内的美景、好物”,在年轻群体中有望掀起一轮旅游消费领域的“国潮”;在供给端则主要体现在国内游产品的数量和质量将大幅度提升,市场竞争会更加激烈。

对此,一方面,应抓住旅游数字化新机遇,持续推进ITA(人工智能旅行助手)战略的落地,应用最新的信息科技和智能技术持续提高服务效率,提升用户体验度;另一方面,在宏观层面,保持发展信心,助力构建“双循环”旅游发展格局。理性引导周边旅游、乡村旅游、自驾游等近程旅游消费趋势,让旅游休闲更加深入地嵌入到国民大众的日常生活中,发现身边的美丽风景,体验日常的美好生活。

随着疫情防控形势的好转,有序推进跨地区的中远程旅游,及早谋划出入境旅游市场。

中国证券报:今年公司连续三个季度实现盈利,逆势增长的动力点在哪?

白志伟:今年以来,公司持续打造丰富多元的服务场景生态和对下沉市场的精准把控。一是多元流量场景的探索取得积极成效。通过多元流量场景的探索,三季度公司平均月活跃用户规模实现同比正增长。公司还深入打造着丰富多元的服务场景生态,与地方政府及旅游景点合作推出“旅游+直播”活动;与短视频直播平台合作开发内容,通过优质内容触达用户,推广酒店和景点,激发用户出游兴趣。

二是深耕下沉市场。疫情期间,国内大部分低线城市是低风险区域,旅游业恢复趋势稳定,公司加大了对低线城市的布局。从长期趋势来看,低线城市已经成为中国旅游业高速增长的主角,目前也只有中西部地区的旅游业依然能够保持两位数增长。短期内,由于绝大多数低线城市是疫情防控的“绿色区域”,经济活动得以稳定恢复,因此也是旅游企业成功应对此次疫情危机的重要“战略缓冲带”。

中国证券报:“十四五”时期,进一步推动文化和旅游融合发展,应在哪些方面着力?

白志伟:“十四五”时期,应从以下几个方面推动文化和旅游的融合发展:一是加快旅游数字化建设,提升文化及旅游产品的数字化、线上化水平,创造便捷、高效的文旅消费体验,同时刺激基于新技术的产品和服务创新,创造新的消费增长点。

二是大力推进文旅消费的示范试点工作,充分释放本地居民的文旅消费潜力。本地化的文旅消费是做大城市文旅消费“蛋糕”的根本举措,通过示范试点工作,加快文旅产品及业态的创新步伐,推动文旅消费升级,创造新消费。

三是深化文旅产业市场化改革,以更加包容的监管政策充分释放文化和旅游领域基于需求导向的创新发展潜力,更好地满足人民群众对于高品质文化旅游产品日益增长的需求。

四是进一步推动文旅产业的深度开放,汲取旅游业发达地区和国家的先进经验,把国外的优秀企业、优秀模式与我国旅游业发展现状深度融合,加快文旅产业升级。

消费需求将进一步释放

中国证券报:“双循环”新发展格局将为旅游业带来哪些利好?

白志伟:一是“双循环”新发展格局将进一步激活国内消费市场,从而有利于拉动旅游内需。在新发展格局下,国内旅游消费特别是低线城市的旅游消费需求将进一步释放,从而为国内外旅游企业创造后疫情时代的“中国机遇”。

二是在新发展格局下,国内国际两个市场的互动和融合将进一步加深,有利于推动国内旅游产业的升级,以及深度参与全球产业分工,促进我国旅游业的高质量发展。

三是我国旅游产业的供给侧结构性改革将达到一个新高度,基于新需求、新技术的产品创新、业态创新将为旅游业的高质量发展提供新动能,企业也将获得更多创新发展机会。

中国证券报:日前召开的国务院常务会议确定了支持“互联网+旅游”发展的措施。旅游数字化、智慧化迎来了新一轮政策利好。公司是如何进一步推动旅游业和数字经济深度融合的?

白志伟:公司持续推进ITA战略,在赋能产业链方面的布局主要是对下沉市场旅行服务的数字化升级,以及深度参与地方政府新一轮的智慧旅游建设浪潮。

一方面,基于最新的信息技术、大数据为产业链赋能,积极参与国内新一轮旅游数字化进程。公司内部孵化的智慧旅游创新项目从三季度开始正式进入了规模化发展阶段,旨在以3D、VR、AI等最新科技为目的、景区、各类公共场所提供自动导览、智慧地图、VR预订、3D展品等功能,为游客提供一站式优质服务。

在赋能产业链方面,公司还整合了面向产业链的智能技术板块,加大了在住宿产业链、差旅等领域的渗透,未来也有望在新一轮数字化浪潮中开辟一片新天地。

另一方面,我们以数字化技术提升服务和运营效率以持续提升用户体验,希望成为行业内服务创新的引领者。继续优化平台,坚持以大数据及智能科技提升运营效率,对于交叉购买等指标的改善意义重大。

蒙牛拟入主“奶酪第一股” 妙可蓝多实控权或生变

□本报记者 潘宇静

12月9日晚,妙可蓝多发布公告,公司拟以蒙牛为发行对象非公开发行股票,蒙牛将以现金的方式认购。公告显示,除拟认购妙可蓝多非公开发行股票外,蒙牛还拟通过协议转让及妙可蓝多现控股股东、实际控制人柴琇表决权放弃等方式,取得妙可蓝多控制权。目前,柴琇与蒙牛仍在进行沟通协商,尚未签署相关协议。

有迹可循

1月6日,妙可蓝多发布公告称,公司股东以每股14元的价格向蒙牛转让公司5%股份,转让总价款为2.87亿元。与此同时,蒙牛作为战略投资者增资入股公司全资子公司吉林科技。至此,蒙牛一举拿下了妙可蓝多第二大股东的位置。

此后,蒙牛没有停止继续收购妙可蓝多的计划。3月24日,妙可蓝多发布非公开发行A股股票预案,拟发行不超过5870.71万股,蒙牛作为战略投资者,成为妙可蓝多定增的认购方之一,以3.15亿元认购2078万股。

蒙牛拟成为妙可蓝多实控人的猜测愈演愈烈之时,妙可蓝多和蒙牛的合作却陡升变数。8月24日,妙可蓝多公告宣布终止此前与蒙牛签订的非公开发行股票预案。

在9月2日妙可蓝多公布的投资者关系活动表中,妙可蓝多方面称,公司非公开发行方案的调整,并不像个别传言所说,对蒙牛退出公司定增的原因和过程做了种种猜测和解读。真实的原因就如公司已经对外公告的,是因为市场环境等相关情况发生变化,在综合考虑最新监管要求、资本市场环境并结合公司实际情况做出的调整。

妙可蓝多方面称:“公司与蒙牛将充分发挥各自优势,基于领先的生产研发能力,积极开展各类奶酪产品的开发和推广,并进行销售渠道共建、营销资源共享、产能布局提升等多方面多维度的业务合作。”

据妙可蓝多介绍,蒙牛在9月时已向公司委派了董事和财务副总监,并在信息化、品牌公关、生产质量管理体系建设、实验室检验能力等生产经营管理各方面向公司提供了经验、资源的支持与分享。

“公司未来的产能是按百亿销售量进行规划的。目前,位于上海金山的6万平方米新厂已经投建,预计今年年底可以建成。”妙可蓝多称。

市场潜力大

妙可蓝多的主营业务以奶酪为核心,而奶酪享有“奶黄金”的美誉。奶酪位于乳制品结构金字塔的顶端,是乳制品消费升级的主要方向之一。

光大证券表示,长期看好妙可蓝多在奶酪领域的发展。妙可蓝多奶酪棒通过出色的产品、一系列品牌营销、线下推广获取了消费者青睐。在行业快速扩容的当下,公司的市占率有进一步提升的空间,有望持续享受行业增长+市占率提升的双重机会,看好大单品奶酪棒的中长期表现。

华创证券研报显示,新国标下“再制奶酪”不仅仅局限于儿童,还包括成人,且成人奶酪体现为功能化奶酪。考虑到奶酪细分品类众多,且均处于增长阶段,预计市场短期来看没有明显“天花板”,竞争格局对企业经营更为关键。从企业角度看,我们看到伊利等全国化乳企也在奶酪上做了很多准备,但目前效果尚不如专业奶酪企业,而基于行业快速扩容,伊利等有望共享行业景气红利,实现较好增长。

德邦证券研报显示,乳制品消费的发展历程可以分为奶粉、液态奶、奶酪三个阶段。其中,奶酪营养附加值高、口感丰富并且应有场景广泛,是乳制品消费的最高形态。

根据欧睿预测,2024年我国奶酪市场(零售口径)规模将同比增长8.18%至100亿元左右。国内乳制品市场尤其是液态奶消费近二十年来获得了长远的发展,今后以奶酪为代表的发酵类乳制品仍有较大的发展潜力和空间。

开源证券指出,国内乳制品消费已进入快速增长的成熟期,核心的液态奶消费量已基本稳定在3300万吨左右,消费结构正由液态奶向更加营养、健康的酸奶和奶酪等升级。西式餐饮文化的普及带来了奶酪消费场景增加,国内奶酪行业规模迅速从2004年的4.03亿元增长至2018年的65.49亿元。近年来,奶酪行业推出了再制奶酪和儿童零食的大单品奶酪棒,并且获得了快速的发展。目前,我国奶酪行业规模仅百亿水平,但随着我国乳制品行业规模的稳步提升以及乳制品消费向奶酪的升级,国内奶酪市场规模千亿可期。