

## 鄂武商A 拟参股消费金融公司遭3董事反对

鄂武商8月28日晚间公告，公司当天召开临时董事会，审议通过《关于参股湖北消费金融公司的议案》。根据该议案，公司拟出资4500万元参股由湖北银行股份有限公司牵头设立武汉地区首家消费金融公司——湖北消费金融公司，该公司注册资本为人民币3亿元。

对于此次参股湖北消费金融公司，公告称，此举是对做强做优主业的有力支撑，通过投资消费金融公司，利用金融资本的杠杆效应撬动商业银行无法惠及的个人客户消费潜力，扩大武商集团的零售市场份额。

但该议案遭到公司董事邹明贵、汪强，以及独立董事余春江反对。其中邹明贵、汪强认为，投资金融类公司及业务不在主业范围之内，即不符合公司经营的目的与宗旨，也不符合公司股东对公司整体预期。

独立董事余春江指出，公司此举若为投资，则公司作为一般出资人五年后才具备转让所持股权的基本条件，股权的流动性不足，参股比例小，对于公司未来财务状况和经营成果影响亦小。(郭力方)

## 泽熙借道华润信托举牌宁波联合

宁波联合8月28日晚间公告，公司28日收到华润深国投信托有限公司的关于增持的说明函，8月27日，华润深国投信托有限公司作为受托人发起设立的华润信托·泽熙6期单一资金信托增持公司股份2.9万股，占公司总股本的0.01%，增持后，华润信托·泽熙6期单一资金信托持有公司1554.4089万股股份，占公司总股本的5%。此次权益变动前，华润信托·泽熙6期单一资金信托计划持有公司1551.5089万股股份，占公司总股本的4.99%。(戴小河)

## 中青旅斥资3亿升级遨游网

中青旅8月28日宣布，计划向旗下遨游网投入3亿元，继续平台化、网络化、移动化的发展战略，支持遨游网打造方便快捷的O2O旅游电商平台，致力于“用户提供长期服务”。

同日，遨游网宣布了四大品牌升级的重磅举措，包括发布遨游网的新LOGO，上线遨游网的新版主页，推出移动端“遨游旅行”APP3.0，以及基于十一产品季的一揽子产品和优惠方案。

遨游网CEO骆海菁表示：“经过3年多的重新定位及高速发展，遨游网已跨入中国OTA领域第一阵营，特别在出境游领域，短短3年多发展已经位居全国第三。在3亿元注资之后，下一步遨游网将围绕互联网、移动互联网时代用户需求和交互行为变化，做到‘产品丰富度更高、赢得更多用户好评、线上线下服务更加人性化与智能化、PC和移动端的用户体验更加良好’。”

与此同时，遨游网新版网站首页的正式上线，以及“遨游旅行”APP3.0的发布，将让消费者在线旅游消费体验变得更加简单流畅。据悉，改版后的遨游网在设计上最大限度的为用户考虑，去掉任何多余的设计和元素，减少干扰，呈现给用户一个简洁明快又舒适的页面。(陈静)

## 友阿股份启动电商平台招商

28日上午，友阿股份“友阿有啊”网络平台品牌招商会在长沙召开，这是友阿股份推进企业从传统商业零售企业向网络云商时代转型的重要一步。

该公司董事长胡子敬表示，“友阿有啊”是公司O2O战略的核心产物，启动网络平台品牌招商是公司触网的全局性战略开端，目标是最终实现商业零售业务线上线下的融合发展。

据悉，为加快“友阿有啊”网络平台建设和运营推进速度，此前，友阿股份已经与深圳融网汇智共同投资1亿元，联合发起设立湖南友阿云商网络有限公司，借助深圳融网汇智专业的互联网运营经验和云服务技术，为“友阿有啊”平台的深度开发和运营提供保障。

公司有关负责人表示，友阿股份“友阿有啊”分为网络购物、生活服务、娱乐休闲、政务服务四个功能板块，此次招商大会将继续打“免费牌”、“优惠牌”，品牌商免费入驻平台，享受比其它电商平台更优惠的扣点政策，大力吸引品牌商的入驻，立足湖南本土市场，利用友阿股份的商业资源、品牌影响和区域优势，实现线上线下全面融合。(李清理)

## 盛运股份原董秘获清白

中国证券报记者从盛运股份证券部了解到，公司已经收到证监会行政处罚决定书，经审理，公司前任董秘刘玉斌内幕交易违法事实不成立。但是，因为刘玉斌已经离职，不是公司高管，因此不需要公告。盛运股份表示，当时立案只是针对他个人，对公司的生产经营没有什么影响。

公开资料显示，2013年5月，因涉嫌内幕交易，证监会对华宝兴业和盛运股份进行立案稽查，刘玉斌作为盛运股份董秘，为此从公司董秘与副总经理职位上辞职，不过其仍然在公司工作。据了解，刘玉斌生于1982年，是安徽上市公司最年轻的80后副总和董秘。此外，华宝兴业涉事经理郭鹏飞也已经官复原职。(余安然)

## 全通教育推出在线教育网“全课网”

经过前期研发、内测与试点运营阶段，全通教育于8月28日正式发布面向校园端和家庭端的在线教育平台全课网。公司董事长陈炽昌在全课网发布会上表示，全通教育计划在三年内投入五亿人民币，以硬件免费送、软件免费用、服务支持随时到的模式，服务2000所学校、500万学生，快速聚合规模效应。

截至产品发布日，共有275所学校、超5000位老师、超50万学生、近250万名家长在使用全课网(V1.0)。在运营模式方面，公司将采取免费提供软硬件设施，并基于公司现有的线下服务团队和线上Call Center营销服务人员直达校园和家庭端，以中山市为试点，在全国范围内逐步开展业务推广和市场活动。在尚未有线下服务团队的地区，公司将通过新建当地线下服务团队或采取与当地基础运营商、业务推广运营商进行产品合作等模式实现。

公司表示，全课网(V1.0)在线教育平台的推出将促进公司在K12教育信息服务领域的纵深发展，进一步丰富公司产品线条，提高对用户的黏性，增强公司的综合竞争能力。另外，随着未来全课网旗下相关服务产品逐步进入规模化推广，将通过提升公司用户的ARPU值促进公司业绩的增长。

全课网在发布当日还与中山市东区人民政府签订了在线教育服务的战略合作协议，中山市东区作为“中山市现代教育示范区”，为提高区内现代教育水平，与全通教育建立战略合作伙伴关系，持续三年拟每年投入不超过1000万元人民币预算用于购买在线教育服务，并选择全通教育作为优先战略合作伙伴。

据悉，全通教育还计划于2015年推出全课网2.0版。(常仙鹤)

# 小股东连否九议案 \*ST昌九保壳渺茫

□本报记者 刘兴龙

作为证券市场备受关注的上市公司，\*ST昌九8月28日却迎来了第一次最冷场的临时股东大会，除控股股东昌九化工集团之外，中小股东无一到场。以资抵债是此次股东会的主题，\*ST昌九如今已经濒临退市边缘，相关议案的成败将左右上市公司自救的前景。

最终，持股数占比仅4.8%的150位中小股东通过网络决定了\*ST昌九的命运，9项议案共14项表决事项均被否决。随着此次自救尝试宣告失败，\*ST昌九保壳前景再度蒙上阴影。

### 小股东“内战”九连否

8月28日下午，在\*ST昌九会议室里，一场关乎上市公司命运的临时股东大会如期举行。让人尴尬的是，除了高管、律师和董事之外，股东代表只来了控股股东昌九化工集团一家。由于昌九化工集团回避表

决，于是，在依照程序宣读了相关议案内容之后，在场所有人只能静静地等待着网络投票的结果。

时间回到2013年12月，\*ST昌九召开的媒体说明会上俨然是另一番景象，不仅媒体蜂拥而至，众多中小股东也是纷至沓来。那时，由于投资者预期的重组赣州稀土落空，昌九生化公司股价连续出现10个跌停板，从31元跌落至最低9.21元，许多融资买入的投资者血本无归。在与投资者的网上和现场沟通过程中，昌九生化高管们被问及最多的就是“何时重组”、“如何重组”。

如今，资产重组来了，可是中小投资者却显得意兴阑珊。公告显示，8月28日参与网络的股东人数只有150人，持股数合计11579946股，占总股本比例仅为4.80%，尚不足一次举牌的标准。然而，恰恰是这150位散户决定了此次资产重组计划的命运。投票结果显示，9项议案共14项表决事项均被否决。这意味着，\*ST昌九此次为了避

免退市做出的自救努力宣布失败。

其实，\*ST昌九重组计划遭否早有预兆。7月1日，\*ST昌九筹划了2个多月的重大资产重组方案出炉。据公司预案，公司将除昌九农科54.61%的股权、货币资金、土地使用权等三项资产之外的闲置资产，以总估值13970.90万元的价格等额抵偿所欠昌九集团的债务；昌九集团将豁免\*ST昌九2.5亿元债务；\*ST昌九另将其拥有的512.2亩工业用地公开处置变现，以此实现效益最大化；同时，\*ST昌九未来的经营发展重心将集中在丙烯酰胺产业。但是，市场显然对\*ST昌九此次推出的保壳方案并不买账，该预案一经披露，\*ST昌九连续4个跌停。

### 重组计划难达股东预期

在剥离诸多早已停产的资产之后，\*ST昌九的业务将主要来源于昌九农科的丙烯酰胺产业。但是，昌九农科受原材料丙烯腈价格的波动以及电价上涨的影响，生产成本较高，盈利能力下降，2013年处于

亏损状态。虽然\*ST昌九已承诺努力实现昌九农科2014年扭亏为盈，但该愿望能否达成仍存不确定性。

即使此次重组计划审议通过，\*ST昌九也只是获得了2014年保壳的一丝希望，远远谈不上扭转上市公司经营困难的窘境。这显然距离中小股东的期望相去甚远。

“一直以来，我都认为\*ST昌九是非常不错的壳资源，即使大股东无力注入资产，也可以引入其他的壳资源。”一位自“融资爆仓事件”之前就一直持股的股东表示，\*ST昌九只有换血式的重组才能改变目前资不抵债的困境。

一位相关人士透露，昌九化工集团以及实际控制人目前没有可供注入的优质资产，并且由于涉及到国资委审批，在国有资产保值增值的前提下，上市公司重组方案的设计存在着一定的限制。

资不抵债、连续两年亏损的\*ST昌九已经濒临退市的边缘，如今重组计划遭到否决，让其保壳的时间变得更加紧迫。

## 控股股东邵根伙自掏腰包 大北农首推赠与式员工持股计划

□本报记者 戴小河

8月28日晚，大北农披露了《员工持股计划(草案)》。大北农员工持股计划的股票来源为公司控股股东邵根伙无偿赠与的9848万股股票，约占本公司总股本的6%；员工持股计划将分三批实施，总人数约3000人，在5年内分配完毕，首批参与员工人数约1000人。业内人士告诉中国证券报记者，这是上市公司中推出的首单赠与式员工持股计划，可以实现股东、员工、国家

和社会公众各方利益的平衡。

大北农控股股东此次计划无偿赠与的股票达到9848万股。公司表示，员工持股计划的资金来源为员工薪酬、自筹资金等。参与员工持股计划的员工需先行以其获赠股份市值的20%作为员工持股计划的设立出资，具体计算口径及金额由管理委员会确定。如果股权过户时相关税收政策仍不明朗或不利于持有人的个人利益，则经持股人会议表决通过，董事会审议批准后，邵根伙可以其他合法方式将上述股份过户至

### 本员工持股计划

近期已有新海宜、欧菲光、特锐德等多家上市公司推出员工持股计划。白云机场在6月30日召开2013年年度股东大会上，新任董事长刘建强也表示，作为国有控股企业，白云机场将积极顺应政策方向开展国企改革，其中员工持股将是未来的改革方向之一。此前，证监会发布《上市公司员工持股计划试点指导意见》，对员工持股计划的政策建议，并在《关于上市公司实施员工持股计划试点的指导意见》出台后积极推进相关业务。

作为大北农本次员工持股计划的财务顾问，长城证券总裁何伟表示，员工持股计划的实施不仅对上市公司自身的发展意义重大，对于A股公司治理结构的优化，甚至对全社会的收入分配制度改革都会起到一定的示范作用；也正是因为意识到了这一点，长城证券此前就积极参与了有关员工持股计划的政策建议，并在《关于上市公司实施员工持股计划试点的指导意见》出台后积极推进相关业务。

## 今冬明春农田水利投资或超3700亿

□本报记者 郭力方

近日，水利部内部下文件要求各地启动2014—2015年度冬春农田水利基本建设实施方案。按照水利部要求，今冬明春农田水利基本建设总投资力争较上年增长10%以上。这意味着如果以去年冬春农田水利3371亿元的总投资为基准测算，2014—2015年度冬春农田水利建设投资额有望达到3700亿元以上。

值得注意的是，本年度冬春农田水利建设的重点任务较以往的不同之处在于，提出要重点加快多项重点水利工程建设，如华北地下水超采区综合治理等。

### 重点领域阶段目标明确

按照水利建设行业的规律，每年11月份到翌年3月份为冬春期，水利各领域的建设将迎来一次集中推进期。据了解，水利部近日印发的《关于编制2013—2014年冬

春农建实施方案的通知》比往年提前了一些时日，目的在于将今冬明春农田水利建设的周期拉长，确保建设质量和效果。

《通知》提出，今冬明春建设的重点任务包括，修复灾毁水利工程、加强农村饮水安全工程、推进大中型灌区配套及节水改造、发展高效节水灌溉、防洪抗旱薄弱环节建设、加快解决农田水利“最后一公里”问题、加快重点水利工程建设和加快水土保持及农村水电建设等8项内容。

与以往相比，新的冬春农田水利建设年度方案中更突出的内容在于加快重点水利工程建设以及加快解决农田水利“最后一公里”问题。其中，《通知》明确今冬明春农田水利建设中将加快推进的重点水利工程包括，黑龙江、松花江和嫩江防洪工程，华北地下水超采区综合治理，以及西南等工程性缺水地区中型水库建设等。

此外，在常规性的重点任务方面，各项目

标数字也稳步增长。例如，提出今年度要完成140多处大中型灌区灌排泵站配套及节水改造，新增高效节水灌溉面积2000万亩以上，完成5万平方公里水土流失综合治理面积，以及全年新增农田水电装机200万千瓦等。

### 水利细分板块受关注

水利部发展研究中心一位专家对记者表示，从“十二五”开始，全国农田水利建设每年都保持10%—15%的同比增速，凸显政策力推水利建设步伐加快的决心。但对于农田水利领域的投资近两年正在由以往的“撒胡椒面”式向“重点领域倾斜”转变，因此，每个冬春农田水利建设的年度重点任务将成为数千亿投资额的重点关注对象。

有券商研究员对记者分析，从今年《通知》的内容看，加快重点水利工程建设成为亮点。这一提法可能与今年以来“治水”(水污染治理)成为国家环保治理的主旋律分不开

。其中特别是华北地下水超采区综合治理，黑龙江等“三江”流域防洪工程等近两年已被各地无论是环保部门还是水利部门都重点在抓的任务。他认为，基于此，今年度冬春农田水利建设投资的释放将优先利好地下水治理及防洪抗旱两大细分板块。

按照河北省等地目前初拟的地下水治理方案，所涉及投资超数百亿元，这无疑利好水质监测仪器及工程服务商龙头如雪迪龙、先河环保，以及地下污水处理技术及工程商碧水源、桑德环境等。

而上述专家对记者表示，今年开春以来东北、华北等地干旱形势异常严峻，针对于此，《通知》中特别提出的重点任务是，密切关注旱情发展，在旱区大力推广先进节水灌溉技术和设备，这意味着今冬明春干旱地区的节水灌溉工程将有加快招标势头。相应的，也将为过去几年已确立市场优势的节水灌溉龙头带来新增订单。

## 2014冷年市场表现超预期

## 空调业销售量销售额同比增幅均超15%

□本报记者 傅嘉

2014冷冻年度已经告一段落，与之前业内的担忧相比，空调行业的表现可超预期，8月28日在京发布的《2014冷冻年度中国空调市场白皮书》显示，本个冷冻年度，空调产业销售量销售额同比增幅均超15%，空调成为在后政策时代家电业表现最好的子行业。

### 空调领跑家电业

随着今年家电公司的中报相继出炉，在后政策时代，空调成为家电业表现最好的子行业已经成为业内共识。财务数据显示，格力电器今年上半年收入和净利润同比分别增长10%和42%，美的集团公司上半年实现收入773.31亿元，同比上涨17.28%，

实现净利润66.1亿元，同比上升58%。

在8月28日召开的2014中国空调行业高峰论坛上，《2014冷冻年度中国空调市场白皮书》正式对外发布，《白皮书》显示，与2013冷冻年度相比，2014冷冻年度国内空调市场整体销售量同比增长16.24%，国内市场销售规模达到4200多万台，销售额同比增长17.49%。相较而言，无论是销售量还是销售额，空调都是冰洗彩空四大产品中同比增幅最高的产品。

对空调市场增长贡献较大的动力则来自于农村市场的增长。虽然自2008年开始家电下乡、以旧换新、节能惠民等政策透支了部分市场需求，使得城、乡家庭冰箱、洗衣机、彩电以及城市家庭空调的每百户拥有量趋于饱和，但目前空调农村家庭每百户拥有量在30台左右，这表明市场仍有增

### 长空间。

《白皮书》显示，2014冷冻年度三级城市市场销售量、销售额同比分别增长22.14%和24.32%，四级城市市场增幅分别为31.48%和33.66%。三级城市销售量、销售额增幅比整体市场水平高出5.9和6.83个百分点；四级城市市场比整体市场水平高出15.24和16.17个百分点。

### 线上渠道销量翻倍

值得注意的是，空调的线上销售在2014冷冻年度大放异彩，随着空调企业2014年加大在电商平台的触网力度，电商渠道空调销售增长更加突出，成为空调企业不可忽视的重要渠道。

奥维咨询数据显示，2014年1—7月，空调电商市场销量同比劲增133.3%，空调市

场线上销量占比高达8.5%。随着在线销售比重的增加，空调产品的结构也出现了一些提升。

据京东的销售数据显示，2013年变频空调的销售占比为29.8%，而2014年1—7月占比达到了40.1%。通过分析数据不难发现，相较而言，目前线下体验在中高端空调产品销售中作用突出，空调在线上销售的产品结构仍偏中低端。

奥维咨询预测，随着近两年空调市场线上销售规模快速增长，预计2014年，空调线上销量达290万台，占整体空调市场销量6.3%。京东也预计，随着网购用户数量持续增长，渗透率不断提高，未来空调在线销售仍有较大增长空间，预计2014年其空调的销售规模将达到52亿元，2015年的销售规模有望达到88亿元。

## 三大业务齐发力 均胜电子上半年业绩增三成

□本报记者 王小伟

均胜电子28日晚间公布2014年上半年报，上半年公司实现营业收入33.82亿元，同比增长20.3%；实现归属于上市公司股东的净利润1.57亿元，同比增长33.62%；基本每股收益0.246元。均胜电子相关负责人对中国证券报记者表示，公司将在汽车电子人车交互产品系(HMI)、汽车新能源和工业机器人领域“三箭齐发”齐头并进，积极抢占汽车产业的技术制高点。