

中国石化联手阿里云升级化工业务

自建云5月启用

□本报记者 王荣

4月20日,阿里云共同宣布,公司与中国石油化工股份有限公司(以下简称中国石化)双方将展开技术合作,中国石化将借助阿里巴巴在云计算、大数据方面的技术优势,对部分传统石油化工业务进行升级,打造多业态的商业服务新模式。

另外,针对“阿里收购中国石化5000座加油站,试水能源O2O”的传闻,阿里云有关人士予以了否认。

石化自建云5月份启用

从去年12月开始,阿里巴巴与中国石化展开云平台建设合作,搭建在阿里云上的石化专有云已在今年2月份开通,并开始承载电商等业务系统。据悉,采用阿里云技术的石化自建云预计将在5月份启用。

3月27日,在中国石化集团信息化领导小组

会议上,中国石化董事长傅成玉对工业化信息化两化融合做了年度总结,并提出了2015年的计划。傅成玉表示,实现两化融合,首先需要建立一个统一、集成、共享的包括云计算大数据平台、物流平台、客户管理平台、支付平台在内的信息化大平台、大系统。其中,建设统一的云平台和大数据平台,以及IT运维、移动应用系统,是2015年的六大任务之一。

银河证券分析师预计,2015年,中国石化将会把化工产品的销售搬到网上,成立化工电商交易平台,中国石化将成为化工电商的“京东”。

据介绍,2012年6月,中国石化旗下电商B2C网站“易捷网”上线,提供食品、饮料、酒类、百货、汽车用品、润滑油、生活服务等七大类的商品。2014年,中国石化携顺丰开“嘿客版”易捷店试水O2O,推动销售公司从油品供应商向综合服务商转型。

资料显示,中国石化是中国最大的石油

产品(包括汽油、柴油、航空煤油等)和主要石化产品(包括合成树脂、合成纤维单体及聚合物、合成纤维、合成橡胶、化肥和中间石化产品)生产商和供应商,是世界第四大乙烯生产商。目前,中国石化年物流运作量达到1500万吨以上,在全国范围内建设及租赁有70余个中转仓库,拥有4500辆铁路槽车,在长江沿线拥有四个独立自有液体罐区和码头,总罐容达32万立方,物流服务的范围可以延伸到全国。

为混改提供技术支撑

在阿里巴巴与中国石化就信息化达成合作之前,市场曾盛传阿里收购中国石化5000座加油站,试水能源O2O。对此,阿里巴巴方面在4月20日予以了否认。

2014年2月,中国石化在央企中率先启动混合所有制改革,中国石化以旗下销售公司为平台,引入民营和社会资本,发展混合所有制经

营。经过一年的时间完成了混改增资,引入的投资者包括腾讯、复星、新奥能源、海尔、汇源、顺丰等不同行业的知名公司。而传言的阿里巴巴并没有在其之中。

海通证券分析师指出,中国石化销售公司发展混合所有制经营的最大优势在于遍布全国的3万余座加油站,依托3万余个销售终端发展包括汽车金融、汽车后市场在内的非油品业务,依托几千万张加油卡、易捷网发展大数据、电商业务,将是公司在非油品业务方面拓展的主要方向。目前非油品业务在销售公司盈利构成中的占比不足1%,而国外成熟市场上非油品业务在加油站盈利中的占比可达到30%,因而“我们认为中国石化销售公司非油品业务还有很大发展空间,与包括阿里在内的企业合作也会有很大的想象空间。”

阿里云总裁胡晓明也透露:“双方将积极探讨在物联网、车联网、金融支付、电商、O2O等多个领域的合作可能。”

■“新三板”动态
成立中配互联网公司
运通四方转型汽配电商

运通四方(830788)4月20日晚公告,公司成立全资子公司广东中配互联网科技有限公司,作为电商平台运营主体,推动集团全面向互联网模式转型。集团将依托积累多年的行业运营经验,重塑互联网+趋势下的竞争力。

公告称,按转型整体部署,中配汽配车型知识库模块已研发完成,预计7月初在运通四方各子公司所在的九个城市试点运营,2015年底实现现有华南六省全新模式的彻底转型,2016年在全国迅速推广。

在产品能力上,中配将覆盖国内各类型品牌及型号。中配将集团积累多年的车型知识库标准化,为客户提供大而全、一站式、纯正品、精准的汽配产品。中配销售团队将立足华南地区,将销售网络逐步辐射国内外。中配将目标客户定位于终端修理厂、主机厂服务站、汽车车队等。

随着团队组织建设、电商平台研发、供应链资源整合、互联网营销能力、服务基础建设的提升,运通四方还将引进供应链金融、保险理赔定损、二次制造、二手车及整车交易等项目,打造行业车型技术平台、供应链服务平台、物流平台、行业金融平台为一体的汽车后市场生态圈。(欧阳春香)

五矿稀土首季净利增12倍

五矿稀土4月20日晚披露今年一季报。报告期内公司实现营业收入6871万元,同比增长373.98%;实现净利润295万元,同比增长1258.38%;基本每股收益0.003元。

公司一季度业绩大增主要来自两方面原因:一方面,部分稀土产品价格出现反弹,公司结合市场变化加大销售力度,在稀土价格依然低于去年同期的情况下,实现营业收入大幅增长;另一方面,去年同期较低的利润基数(2014年一季度利润161万元)。

2014年,由于稀土价格低迷,公司全年仅完成1857吨产品销售,同比大幅降低60%,不到总产量的一半。(戴小河)

拟定增募资20亿元 盾安环境牵头中广核

盾安环境4月20日晚发布非公开发行A股股票预案,公司计划向舟山如山汇金壹号投资合伙企业(有限合伙)、中广核财务有限责任公司、北京领瑞投资管理有限公司等8名特定投资者非公开发行股票1.74亿股,发行价格为11.52元/股。募集资金总额20亿元,扣除发行费用后将用于制冷配件自动化技改项目、微通道换热器建设项目,并偿还银行贷款、补充流动资金。

根据公告,中广核财务有限责任公司拟认购金额为1.5亿元,认购股数1302.08万股。中广核财务有限责任公司的股东为中国广核集团有限公司、中广核工程有限公司和中广核服务集团有限公司。另外,北京领瑞投资管理有限公司的控股股东之母为中国华电集团公司。

有业内人士分析,核电巨头中广核以及五大电力公司之一的华电集团的入股,体现了对盾安环境发展的信心,未来它们之间存在拓展更多业务合作的可能。(高晓娟)

上市公司定向增发热情高涨

□本报记者 李香才

上市公司再融资热情空前高涨。根据Wind资讯统计,今年以来已有超过百家上市公司完成定向增发,两百多家上市公司正在推进定向增发事宜,还有多家上市公司因筹划定向增发事宜正在停牌。

近半数公司股价翻倍

根据Wind资讯统计,截至4月18日,今年以来共有129家上市公司实施了定向增发。其中,沪市公司49家,深市主板公司23家,中小板公司34家,创业板公司23家。这些公司合计定向增发股份315.72亿股,实际募资总额合计2042.33亿元。

从发行规模来看,永泰能源发行股份数量最多,为50.76亿股;其次为中纺投资,发行股份数量为32.65亿股;发行股份数量较大还有TCL集团27.28亿股、华东科技19.06亿股、蓝光发展16.78亿股、中达股份13.6亿股。从实际募集资金规模来看,中纺投资募集资金最多,为243.63亿元;募集资金规模比较大的还有华东科技、永泰能源,募集资金金额分别达105亿元、100亿元。

从认购方式来看,现金认购的居多。湘潭电化、辰州矿业、步步高、拓维信息、通源石油、华宇软件等公司为资产认购,神州高铁、南京中北、众合科技、雪莱特、久其软件、中纺投资等公司为现金+资产认购,冠豪高新增发为现金+债权认购,湘电股份增发涉及现金、资产、债权三种认购方式。

以4月17日收盘价为准,129家上市公司中,只有拓维信息一家公司股价低于发行价,其余128家公司均实现增长。整体来看,近半数公司股价较增发价已经翻倍。具体来看,宜华健康股价涨幅最大,涨幅达到703.35%;银河投资涨幅超过5倍;中达股份和三星电气涨幅超过4倍;神州高铁、中纺投资、万达信息等7家公司涨幅超过3倍。

根据Wind资讯统计,截至4月18日,还有116家公司定向增发获得董事会通过,129家公司获得股东大会通过,苏州高新、科华生物两

部分上市公司定向增发情况							
证券简称	增发进度	增发价格(元)	4月17日收盘价(元)	上涨幅度(%)	增发数量(万股)	募集资金(万元)	所属申万行业
江苏三友	股东大会通过	6.92	39.80	475.14	73075.58	505683.04	纺织服装
大智慧	发审委通过	6.05	29.70	390.91	135583.87	820282.40	计算机
龙生股份	股东大会通过	7.15	32.58	355.66	100699.30	720000.00	汽车
华鹏飞	股东大会通过	20.02	78.01	289.66	1705.79	34150.00	交通运输
包钢股份	发审委通过	1.80	6.28	248.89	1655600.00	2980080.00	钢铁
南华生物	董事会预案	6.35	21.79	243.15	9500.00	60325.00	传媒
迪安诊断	股东大会通过	38.69	132.19	241.66	2600.00	100594.00	医药生物
延华智能	股东大会通过	5.66	19.22	239.51	1586.37	8980.60	建筑装饰
全通教育	董事会预案	82.87	275.15	232.03	340.90	28249.99	传媒
启源装备	董事会预案	18.03	59.11	227.84	5191.35	93600.00	电气设备
中元华电	董事会预案	11.67	36.99	216.97	4542.00	53005.14	电气设备
新研股份	董事会预案	12.73	38.85	205.18	7730.00	98402.90	机械设备
泰格医药	股东大会通过	26.92	81.83	203.97	1857.36	50000.00	医药生物
科达股份	股东大会通过	5.56	16.85	203.06	40021.67	222520.49	建筑装饰
索芙特	董事会预案	7.53	22.82	203.05	67994.69	512000.00	化工
天茂集团	股东大会通过	3.39	10.25	202.36	290560.47	984999.99	化工
大恒科技	股东大会通过	9.71	28.64	194.95	30895.98	300000.00	电子

数据来源:Wind资讯 制表:李香才

家公司定向增发已经获得中国证监会批准,深天马A、兰太实业两家公司定向增发已经获得国资委批准,大智慧、界龙实业、东软载波、包钢股份、唐山港5家公司已经发审委通过。此外,中科曙光、格力地产、华西能源等多家上市公司因筹划定向增发事宜处于停牌中。

大股东认购积极

从已完成定向增发的案例来看,大多数上市公司的控股股东参与了定向增发,有些公司关联方也参与了股份认购。

比如,TCL集团的定向增发发行对象包括惠州市投资控股有限公司和新疆九天联成股权投资合伙企业(有限合伙),前者为TCL集团第一大股东,后者为TCL集团高级管理人员及核心管理人员投资设立的有限合伙企业。南京公用控股(集团)有限公司、南京市城市建设投资控股(集团)有限责任公司参与了南京中

国泰君安分析师在研报中指出,大股东通过定向增发方式援助上市公司可谓一石二鸟:

一方面,跟二级市场股票回购一样,能起到稳定股价的作用;另一方面,能为上市公司提供流动资金。大股东参与定向增发锁定期长达三年,意味着大股东对公司发展前景充满信心。

定增助力转型

从定向增发募集资金投向来看,大致可分为项目建设、收购资产、补充流动资金与偿还银行贷款三类。收购资产多是为夯实主业,或者是围绕主业延伸产业链,或者是通过收购标的的抢占市场份额。但也有些公司寄望通过收购资产进而转型,甚至是被“借壳”,这些公司多是传统行业公司,转型迫在眉睫。

“互联网+”大潮下,互联网领域标的成为上市公司定向增发并购的目标。主营鞋材生产和销售的泰亚股份4月17日公布重大资产置换及发行股份购买资产暨关联交易预案,公司计划通过发行股份等方式购买上海恺英网络科技有限公司100%股权,作价63亿元,本次交易构成借壳上市。泰亚股份希望通过注入互联网平台业务,实现主营业务的转型。科冕木业计划通过发行股份及支付现金方式收购妙趣横生95%股权、雷尚科技100%股权、Avazu Inc.和上海麦橙100%股权,公司计划由此布局网络游戏和互联网广告业务,目前已更名为天神娱乐。荣信股份则通过收购深圳市梦网科技股份有限公司,推动电力电子设备的“互联网+”。

一些公司通过定向增发引入新的股东,期待助力公司发展。特力A此次定向增发前主要业务为汽车销售及服务和物业租赁及服务,盈利状况欠佳。本次发行部分募集资金将用于特力A贝珠宝大厦项目,本次发行后公司的主要业务向珠宝产业转型。值得注意的是,此次定向增发特力A引入新股东深圳远致富海珠宝产业投资企业(有限合伙)。

永辉超市定向增发引入The Dairy Farm Company, Limited(牛奶有限公司),发行完成后公司将持有永辉超市19.99%股权。牛奶有限公司系牛奶国际全资孙公司,牛奶国际是一家领先的泛亚零售企业。双方将加强在全球采购、食品加工与安全、自有品牌产品的开发、高端超市、信息技术与电子商务等方面的战略合作。

去年净利增1.41% 贵州茅台一季度净利增长18%

□本报记者 王锦

贵州茅台4月20日晚公布2014年年报以及2015年一季报。2014年,公司营业收入和净利润双双实现正增长;2015年一季度,公司营业收入和净利润增幅分别达14.69%和17.99%,且预收账款比年初大增89%。这印证了业界关于茅台基本面已经见底、今年业绩将回升的判断。

茅台酒去年营收增5.4%

2014年度,贵州茅台共生产茅台酒及系列酒基酒58,735.49吨,同比增长11.90%;实现营业收入315.74亿元,同比增长2.11%;实现净

利润153.50亿元,同比增长1.41%;基本每股收益13.44元。公司拟对全体股东每10股派送红股1股,每10股派发现金红利43.74元(含税),共分配利润51.09亿元。

年报显示,公司核心产品茅台酒2014年度实现营业收入306.37亿元,同比增长5.44%,毛利率略微下滑0.91个百分点至93.67%;公司系列酒实现营业收入9.35亿元,同比下滑49.87%,毛利率也下降9.59个百分点至57.20%。

贵州茅台称,牢牢把握发展酱香酒这一主导产业地位不动摇,以“做强茅台酒,做大系列酒”为战略定位,坚定茅台酒高品质、高品位的路线,保持高端白酒优势地位,确保高端市场稳

定增长;同时进行下属子、副品牌的有机整合、升级,实施“大力培育中坚品牌”战略,推进营销模式转型,至少打造两个系列酒品牌成为全国化中高端品牌,成为公司的主要业绩增长点,实现中低端市场有效扩张。

一季度预收账款大增89%

贵州茅台同时公布的2015年一季报显示,

今年一季度公司实现营业收入85.44亿元,同比增长14.69%;实现净利润43.65亿元,同比增长17.99%;基本每股收益3.82元。

一季度末,公司预收账款余额为27.91亿元,比年初的14.76亿元增长89.09%。公司解释

称,预收账款增加主要是经销商预付的货款增加所致。

公司表示,根据行业现状、市场形势和公司的发展战略,预计2015年度实现营业收入较上年同期增长1%左右。

申万宏源分析师陈嵩昆在最新研报中指出,茅台已经完成第一阶段的恢复,经过调整后达到最好的经营状态,开始第二阶段的增长。凭借这一轮调整的正确应对,茅台已经成功独霸800元以上高档酒市场,其市占率、品牌力都达到了最好的状态;同时,本轮调整中,茅台成功由政务市场切换到稳定的商务、个人市场。预计未来茅台的业绩增速在10%~15%左右。

好机遇,充分发挥三方资源互补