

股东户数增加 筹码趋于分散

□本报记者 徐金忠

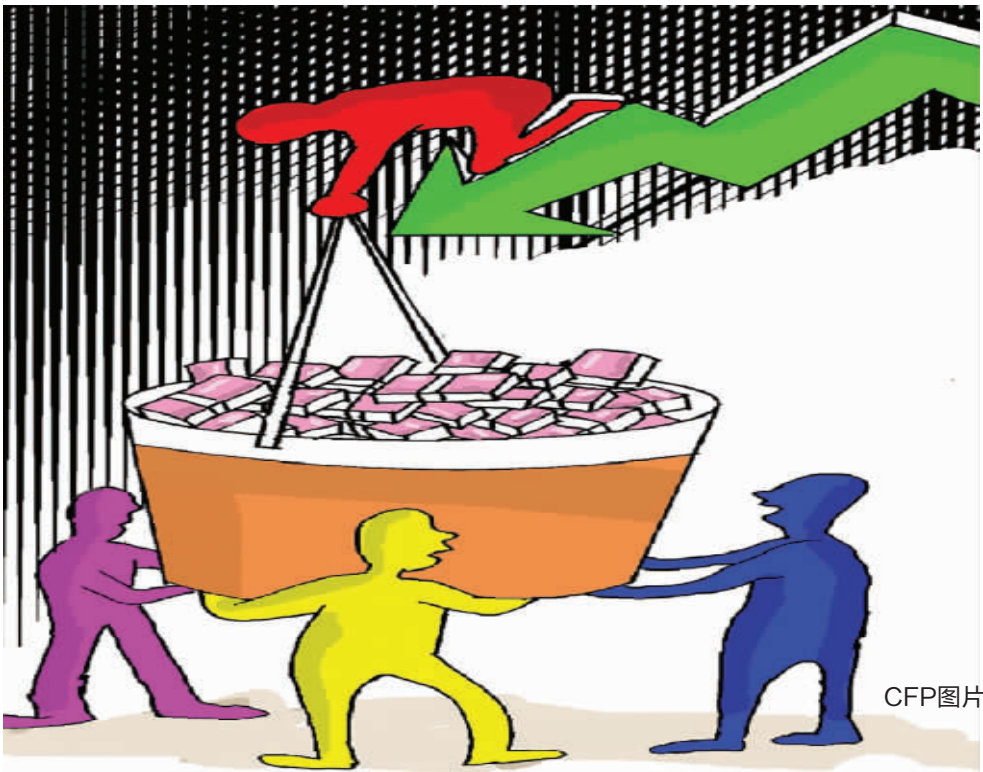
半年报集中发布,上市公司股东户数变化透露出震荡调整下的市场情绪。截至8月25日的Wind数据显示,6月底共有613家公司股东户数减少,占已发布公告公司总数的36.2%,股东户数增加的共有1076家,占比高达63.6%。而3月末股东户数减少和增加的公司比例分别为53.6%和45.2%。

股东户数的增减背后是市场筹码的分散和集中,上述数据显示年初至今上述公司股份筹码的流动已经显示出方向性的改变:年初至一季度乃至到二季度中期,市场情绪高涨,机构投资者等抢筹激烈;而经历6月中旬的市场急剧下跌后,机构投资者等获利退出,不少散户投资者成为上市公司筹码的接手者。

“乱市”筹码急流

Wind数据显示,1076家股东户数增加的上市公司中,共有152家公司股东户数的季度增长率超过100%。除去歌力思、派思股份、福鞍股份等新上市公司,顺荣三七股东户数在二季度末暴增1234倍,占据股东户数增长榜首位。公告显示,截至6月30日,顺荣三七股东户数为50155户,而一季度末公司股东户数仍仅为3758户,三个月激增46397户。罗莱家纺、智慧松德等上市公司二季度末股东户数上涨也超过500倍。

观察上述上市公司股价,顺荣三七二季度股价先暴涨,后迅速下跌,3个月内最终跌幅24.07%,振幅高达148.25%。根据公司已披露的信息发现,2014年末公司股东户数为5073户,随后公司股东数量逐渐下降,到今年3月25日左右下降到3763户,二季度公司股东数量则出现剧增。结合公司股价走势来看,一季度公司股份集中的趋势明显,除去其中停牌的时



CFP图片

段,机构、大户等进入阶段同样是股价上涨的阶段。在5月公司复牌暴涨之后,则是公司股权集中度降低的阶段。“公司股票完成了换筹,特别是在6月市场出现短期大幅下跌的情况下,前期获利的机构、大户等更是急于抛去筹码,这个时候,普通投资者进来,接手释放出的筹码。”股评人士分析认为。

观察罗莱家纺、智慧松德、华邦颖泰、浙能电力等股东户数变化较大的上市公司,同样可以看到股价与股东户数之间的微妙关系。申万宏源分析人士认为,部分公司二季度股东户数

剧增,需要考虑今年4月开放“一人一户”政策的影响,但股东户数与股价之间的关系并没有背离一般的规律。一般而言,随着股价的攀升,机构等持长大户会释放筹码,而散户等普通投资者接手筹码。但今年的特殊情况是,半年报发布之前市场遭遇短期大幅下跌,筹码换手更加频繁,上市公司股东数量变化是市场短期逆转的结果。

筹码变化背后逻辑

统计显示,在剔除次新股等之后,龙生股

份、沙钢股份、恒顺众昇、金盾股份、光环新网、大华农、莱茵体育等公司上半年股价涨幅居前,成为市场中的“牛股”。查阅公司公告发现,龙生股份二季度末股东户数增加25201户,季度增长率高达376.64%;金盾股份二季度末股东户数增加9559户,增长178.04%;光环新网二季度末股东户数增加13250万户,增长122.52%;恒顺众昇二季度末股东户数增加15517户,增长率为96.13%。“牛股”们在二季度同样遭遇了快速而剧烈的股权分散和筹码交换过程,而换筹的过程同样是它们逐渐走下“神坛”的过程。

统计数据同时也显示,强力新材、暴风科技、富临精工、中泰股份、埃斯顿等上市公司在二季度经历了股权集中的过程,其中,强力新材二季度末股东户数减少27296户,季度降幅为81.72%;暴风科技则减少股东30207户,减少77.66%;富临精工减少19445户,减少66.13%。众所周知,暴风科技等是上半年上涨行情造就的超级大牛股,它们出现逆势而动的情况,引起市场关注。在市场整体下挫的阶段,筹码集中,或许是向基金机构等持长大户集中,可以被认为是其后市投资价值看好的信号。

上述申万宏源分析人士认为,如果市场持续震荡下挫,此前的筹码流动将出现大幅调整,部分股价充分下跌、筹码充分交换的公司将迎来投资价值的发掘,筹码的充分交换往往意味着公司股价的充分调整。而对于逆势集中筹码的上市公司,背后往往拥有新的增长预期,如重大资产重组等,持股集中度的逆势变化或是其上涨周期打开的一个标志。除此之外的一些公司持股仍相对集中,则意味着风险的相对集中,“前期市场大跌,来不及退出的和持股成本高的部分投资者集聚在一起,意味着一旦发现合适的退出机会,可能就是风险的集中释放了。”

荣盛地产推旅游地产服务 上市房企纷纷谋转型

□本报记者 张玉洁

8月25日,荣盛地产“放飞自由 盛揽世界”发布会在北京召开。这标志着荣盛地产旅游地产项目正式上线。业内人士指出,随着房企从黄金时代进入白银时代,一些上市房企将房地产业务与体育、旅游等热门产业相结合,积极谋求转型。

进军旅游地产

荣盛发展此次上线的旅游地产项目名为“盛行天下”,将为业主提供旅游地产置业、投资、旅居等一站式服务,帮助业主实现自由交换度假,一处置业,旅居中国各地。

其基本模式为,荣盛发展的业主可以在荣盛地产的旅游区地产项目中每年获得一定时间的免费换住;购买了其旅游地产项目的业主可以获得公司的物业托管等多方面服务,相关收益将以荣盛币的形式返还业主用于其他消费。

分析人士指出,该项目一方面为公司地产项目业主提供了增值服务,另一方面也为公司旅游区地产项目带来人气和客户。

荣盛发展董事长高级助理周江勇表示,随着人们对旅游、休闲生活方式的需求越来越大,对住宅满足的要求也越来越高,荣盛发展将旅游地产与公司产业资源进行整合,让业主通过“盛行天下”计划,一处置业,旅居世界。当前公司已在秦皇岛、神农架、黄山、海南等优质区域获取项目,未来将划分为大北京、大黄山、大华中、大海南、大上海、云贵川六大区域,持续进行战略布局,同时积极拓展海外市场。

他说,“盛行天下”计划以“缔造新型度假生活”为核心理念,以地产产业为依托,以酒店业、金融业、体育业、物业和有机农业等为服务引擎,发展旅游度假和健康管理产业。为客户提供休闲度假、物业托管、租赁代理等服务,让客户实现“一处置业、五洲度假、旅居全球”梦想的同时,实现资产升值。

白银时代忙转型

截至8月25日发稿时,按照申银万国分类,两市142家上市房企中已经有72家上市房企公布其中期业绩,其中业内巨头万科、招商地产、保利地产等已经披露中报。已经公布中报的72家房企中,有34家实现净利润增长。但是,房地产板块销售净利润率仅为9.87%,显示出房地产行业已经进入中低利润行业。

从单个企业表现来看,尽管楼市下行,但大房企在弱市中的优势较为明显,再加上融资成本优势,大型房企中报业绩普遍好于预期。而中小房企则业绩表现不佳,莱茵置业、匹凸匹、阳光股份等7家房企的净利润下滑幅度超过了50%。

压力之下,房企纷纷开始转型。继开拓物业、物流、租赁等业务后,万科又将目光瞄准了家装市场。8月24日,北京万科和链家共同宣布成立新的独立家装公司“万科链家”。其中,北京万科占股60%,链家占股40%。与之前万科

B2B领域的精装修不同,万科与链家合作的家装业务会以B2C业务为发力点,抓住线下。

莱茵置业则通过改名莱茵体育与时下最热门的体育产业相结合。公司上半年亏损2592.71万元。公司此前公告,将公司杭州、南通和扬州等子公司的股权全部或部分转让。而在半年报中,公司确定“一体两翼”战略发展方向(体育产业和清洁能源产业),尤其将大力发展体育事业实现转型。

一些企业则直接选择了退出房地产业务。浙江广厦近期公告称,公司决定在未来三年内逐步退出房地产行业,进入有发展潜力和增长空间的新领域,实施产业转型。公司表示,长期来看,随着竞争的加剧,未来房地产行业集中度将进一步提升,中小型房企生存压力加剧。短期内,受高库存、投资性需求减少、落实不动产登记制度及房产税推出预期等因素影响,去化压力仍旧较大,行业利润率可能进一步下滑。公司近年来一直积极探索多元化发展的战略方向。

互联网业务尚待完善

杨学平表示,通过将“1705”融进宽带业务甚至教育、金融、医疗等业务体系,公司将转型互联网运营商。

目前,鹏博士发售了200多万台大麦盒子,并且实现了70%的活跃用户。鹏博士此前预期,3年之内盒子的装机量将达到1千万台。

鹏博士为大麦盒子和长城宽带推出了系列互联网服务,例如大麦教育、家庭医疗、游戏等。杨学平透露,目前有100多家教育培训机构在与大麦教育合作,平台上还有大量的游戏。

不过,目前互联网业务活跃度并不强,业务并没有形成收入。杨学平透露,光缆等基础设施还有待完善,预计2016年才会有成规模的营收进账。

鹏博士推出的套餐相比基础运营商有较大优惠。据介绍,鹏博士推出全国语音漫游“话费也包月”,该套餐最低价格为68元/月。同时,在北京地区发布首款固移融合套餐,“宽带+语音+内容”最低资费223元包月,并承诺全国漫游通话不限量。

杨学平指出,基础运营商给每一家虚拟运营商的价格都是一样,单纯的转售是亏钱的,公司希望通过移动拉动宽带业务的增长。这就意味着移动转售对于鹏博士而言,主要作用是发展新用户以及增加用户黏性。

工信部日前批准了42家移动转售商,普遍存在批零倒挂现象。鹏博士放号时间相对靠后,但鹏博士表示,将力争做到移动虚拟运营商放号量第一。

杨学平表示,未来真正能够活下去的公司不多,鹏博士最大优势在于其本身就是运营商。目前长城宽带覆盖用户有6800万用户、1.5亿人口,宽带缴费用户数达836万户,拥有逾2000个营业厅,员工超过4万人。

鹏博士还宣布进军海外市场,在韩国市场面向中国赴韩游客推广鹏博士卡,面向韩国赴中国游客推广170号卡,同时面向在韩国人群提供更具吸引力的移动通信产品。未来还将陆续推出“鹏博士”美国版、日本版、欧洲版等。

杨学平介绍,其他虚拟运营商不是真正的运营商,不能与海外的运营商进行深度合作,而鹏博士与海外运营商可以进行互换资源。事实上,海外的运营商也想通过鹏博士的宽带进入中国市场。

移动转售放号 鹏博士由固网向全业务转型

□本报记者 王荣

鹏博士8月25日推出移动通信业务统一品牌“长城移动”,并发售“1705”号段的长城移动号码。至此,借助移动转售,鹏博士实现由固网向全业务的全面转型。

鹏博士董事长杨学平介绍,未来鹏博士会将“1705”融进宽带业务甚至教育、金融、医疗等业务体系,用户的增速和黏度都有望迅速提高。

欲做虚拟运营商老大

鹏博士长城移动首批将放出50万个“1705”号段的号码,覆盖全国25个省、35个地市,业务范围包括流量、短信、语音服务,主攻宽带及出境游用户。

继上周五跌破每桶40美元关口后,国际油价8月24日再度大幅下挫,刷新了2009年2月以来的低点。国内大宗商品市场因此大规模跌停,显示出本轮国际油价下挫的破坏力。

分析人士指出,以“三桶油”为代表的国内石油企业资本开支虽然并不完全与国际油价同步,但其眼下的缩减趋势已难以改变。国内石油产业将面临新一轮考验:成本较高的产能及其周边产业将首先受到冲击;而炼化行业却因为进口原油价格显著走低,料将在产业成本缩减趋势中获得一定喘息空间。

油价底部或在35美元

截至24日收盘,纽约商品交易所10月交割的原油期货价格当日下跌5.46%至每桶38.24美元,跌破2009年时创下的近六年低点;伦敦洲际商品交易所9月交割的布伦特原油期货价格当日下跌6.09%至每桶42.69美元。分析人士指出,

各国股市全线重挫,表明投资者对全球经济前景并不乐观,这直接导致对原油需求前景进一步看淡。

我国国内原油市场价格尚处在与国际市场接轨的阶段,国内价格滞后于国际市场,且主要依赖政策定价。不过,国内大宗商品市场近期出现暴跌行情,反映出本轮国际油价探底的冲击力强劲。数据显示,24日,国内大宗商品市场13个品种跌停,分别是燃油、沥青、沪镍、PP、棕榈、豆油、铁矿、焦煤、菜粕、甲醇、锰硅、PTA、白糖。还有多个品种跌幅逾4%,其中橡胶下跌5.55%,螺纹钢和热轧卷板均超过4.5%。

关于国际油价前景,光大期货认为,目前国际油价并未跌到底部,国际原油市场还有5美元左右的下跌空间,并将在底部区域震荡一段时间。中信期货则表示,国际油价预计底部在35美元左右,如果原油价格跌破全球主要原油生产商的成本线并引发减产,国际油价可能企稳。

需要强调的是,以“三桶油”为代表的国

内油企的资本开支计划往往由管理层中长期规划所决定,对国际油价并不敏感。因此,即使国际油价接下来止跌甚至反弹,在国内石油系统增效整改动作已久的背景下,国内石油产业的资本开支缩减趋势几无逆转可能。

高成本产能遭遇冲击

在资本开支缩减的背景下,考虑到常规石油仍在我国石油产量中占据绝对地位,国内油企为维持现有产量将继续保证相关的资本支出。相比之下,高成本的非常规石油以及深海石油产能,正面临油价不断逼近甚至击穿成本价格的局面。更有甚者,若高成本产能受到冲击的情况随着油价持续低位徘徊而愈发普遍,更多的石油周边产业将受到波及,比如设备制造和油田服务等行业。

当然,如果国际油价未来止跌反弹,石油周边产业则会“摇身一变”,成为备受投资者青睐的投资对象。根据历史数据及国际经验,在油价反弹周期里,设备制造和油田服务企业

业的收入增幅要超过石油企业本身,其中设备制造行业收入反弹势头更劲;相应地,设备制造和油田服务企业的股价收益幅度也要超过石油企业本身,显示出更强的股价弹性。

相比之下,处于下游的石油炼化行业,其行业波动性则在消极和积极因素的“中和”效应之下达到动态平衡,甚至可能会成为低油价环境的受益者。消极因素方面,石油产业的资本开支削减“动作”几乎肯定会波及到炼化行业;积极因素方面,国际油价的低位徘徊可令炼化行业通过“以进顶产”的方式,减轻自身因资本开支削减而有所增加的成本压力。

安迅思行业分析师邓舜在接受中国证券报记者采访时表示,油价是所有能源之“锚”,国际油价的持续下跌对其代替产品相关行业形成利空,不利于煤炭及新能源等的估值拉升。油价下跌后,其他工业品原材料的成本价格也会降低,与石油化工有着较高依存度的纺织服装行业的成本也会相应下降。

上半年净利下降12.96% 高德红外军民品齐发展

高德红外8月26日披露2015年半年报。报告期内,公司实现营业收入26,450.69万元,较上年同期增长25.43%;实现净利3654万元,较上年同期下降12.96%。

公司称,公司主营业务收入保持稳定增长的态势,但受原材料及人工成本增加、报告期产品结构与去年同期存在一定差异等多因素影响,营业成本增长幅度高于营业收入的增长幅度。报告期内公司进一步加大研发投入及新项目 and 人才储备,同时资本化项目转入无形资产摊销,导致报告期内管理费用达8,500.65万元,较上年同期增长38.79%。

高德红外表示,围绕“军民并进发展”的战略目标,公司在积极巩固军品业务的同时,大力拓展新兴民品市场,倾力打造全产业链的商业模式,增强公司持续盈利能力。公司推动并购战略实施,充分利用资本市场平台,聚焦发展高端化、集成化、系统化的军工业务。

公司在2015年初成立车载事业部、个人视觉产品事业部、电商事业部,聚焦优质资源拓展新兴民用领域。在车载夜视领域,报告期公司除继续巩固自主品牌的“前装”市场,还加大了“准前装”和“后装”的市场培育。公司与多家知名汽车电子厂商建立战略合作关系,已在多款车型开展全方位合作,并约定在当年及未来年度形成持续增长的销售量能,直接为公司贡献较大规模的新增经济效益。个人视觉领域方面,公司在夜间观察、徒步、旅游、打猎等消费电子市场已创新销售模式,采用电子商务方式直接面向终端消费者,让利于终端用户。

同时,公司继续提升政府装备类产品技术能力,不断满足国内、国际两个军品市场需求。在国际军品市场领域,公司与各家具有武器装备进出口权的军贸公司开展了深度合作,已与多个友好国家达成销售意向,并积极开展武器系统总体、红外热像仪、红外核心元器件方面在技术转让层面的探讨,公司认为,“这些举措将共同推动公司产品的全球市场拓展,为公司军贸业务领域的重大突破提供了保障”。

在核心器件领域,继非制冷红外焦平面探测器实现批量化生产、“铈镨汞材料红外焦平面探测器实施方案”被列入国家工业转型升级强基工程后,报告期内,公司在国际前沿的“Ⅱ类超晶格探测器”研发上取得重要突破,该器件已通过国家权威部门的技术鉴定,成为国内首个掌握上述技术的企业。Ⅱ类超晶格技术研究发展热点集中在中波高温、长波大面阵、双色这三个方面,对红外远程导弹、红外预警卫星等国家战略装备的研制将产生重要意义。(刘向东)

利君股份拟并购德坤航空

利君股份8月25日晚公告称,2015年8月24日,公司与德坤航空的股东林晓枫、徐航、刘勇签署了《成都德坤航空设备制造有限公司股权转让协议》,公司将以3.7亿元现金收购德坤航空100%股权。

德坤航空成立于2008年12月,主要从事航空飞行器零部件开发制造,是国内航空产业的配套零部件制造服务型。德坤航空所制造的航空零部件应用于多型号军用飞机、大型运输机、无人机、导弹等。

利君股份表示,德坤航空在航空零部件制造、工装及模具设计制造、钣金成型工艺等领域具有一定的技术储备和经营业绩。本次交易将公司的业务范围拓展至航空零部件加工制造领域,有利于提升公司的盈利能力。同时,公司与德坤航空在航空零部件制造、工装及模具设计制造、钣金成型工艺具有协同空间。

同日,利君股份还披露2015年半年报,1-6月份,公司实现营业收入2.29亿元,较上年同期下降49.48%;实现净利润6233万元,同比下滑64%。公司计划以资本公积金向全体股东每10股转增15股。(刘杨)

掌趣科技 投资参股动漫网站

中国证券报记者获悉,掌趣科技近期投资参股了二次元(即动画、游戏等作品中虚构世界)门户网站——Bilibili(以下简称“B站”)。此次掌趣科技布局二次元领域,将进一步推进IP版权资源的拓展,丰富游戏产品发行渠道资源。

B站在国内动漫行业具有较高的知名度,原名“哔哩哔哩”,涵盖了动画、游戏等多种弹幕视频,目前已拥有1000万用户,每日活跃人数达600万人以上。同时,B站也是中国最活跃的游戏玩家媒体,每天有30%的用户在B站上观看游戏视频。这些先天优势对B站进行手游发行将起到至关重要的作用。

分析人士称,掌趣科技投资B站主要有三方面考虑。B站是中国最积极的动漫版权购买方(2015年上半年购买了几百部动漫版权),有利于掌趣科技进一步实现优秀IP版权资源拓展;B站现在汇聚了精准的二次元粉丝群体,与掌趣科技的游戏玩家重叠度较高,为后者的游戏产品发行提供了得天独厚的条件;B站整合了演艺、娱乐、周边销售、明星等多种资源,将为和掌趣科技合作衍生品开发等业务打开想象空间。

艾瑞数据显示,2014年中国核心二次元用户规模达到4984万人,泛二次元用户规模达到1亿人,预计未来核心二次元用户将稳定增长。随着动漫IP化运营日益显著和动画电影不断渗透,泛二次元用户规模将不断扩大。(傅嘉)