

提高员工积极性 提升公司竞争力

# 今年以来153家上市公司发布员工持股计划

45家计划资金超过1亿元

从员工持股计划实施进度看,上述153家上市公司中处于实施阶段的有80家,处于股东大会通过阶段的有39家,处于董事会预案阶段的有34家。从资金来源看,涉及第三方融资的有12家,涉及实际控制人借款的有8家,涉及员工持股计划奖励金的有29家,其余为员工自筹资金。

员工持股计划总金额方面,45家上市公司员工持股计划资金金额超过1亿元。恒力石化、东方盛虹、智飞生物、通威股份、格力电器等公司员工持股计划资金金额超过10亿元。从实际成交金额看,恒力石化、通威股份、智飞生物等上市公司实际成交金额居前。

其中,恒力石化实际成交金额超过68亿元,暂列首位。公司5月11日晚间披露第六期员工持股计划完成股票购买的公告显示,公司第六期员工持股计划通过受让公司回购的本公司股票以及二级市场集中竞价交易的方式,合计持有公司股票2.9亿股,占公司总股本的4.14%,成交金额约为68.38亿元/股。至此,公司第六期员工持股计划已完成公司股票购买。上述股票将按照规定予以锁定,锁定期自2022年5月10日起12个月。

Wind数据显示,截至7月19日17时,A股今年以来共有153家上市公司对外发布员工持股计划,相比上年同期的129家,增长18.6%。从股份来源看,多数公司员工持股计划股份来源为股份回购。针对员工持股计划的目的,上市公司普遍称,主要为了提高上市公司员工积极性,提升上市公司的竞争力。

业内人士表示,如果员工持股计划运用得当,可以提高上市公司效率,改善公司基本面。普通投资者可密切关注相关信息。

●本报记者 董添

员工持股计划占比方面,宏润建设、辉煌科技、麦趣尔、恒力石化4家上市公司员工持股计划股份数占总股本的比例超过4%。

股份来源方面,101家公司来自股份回购,50家来自竞价转让和定向受让,其余为

认购非公开发行股份。

从发布员工持股计划的上市公司所在行业看,除了生物医药、电子、计算机软件等新兴行业外,包括格力地产、宏润建设等多家地产、建材产业链上市公司也发布了大额员工持股计划。

接连发布员工持股计划

值得注意的是,不少上市公司此前已经发布多期员工持股计划,近日又发布新一轮员工持股计划。

博思软件于7月18日晚间披露第三期员工持股计划(草案)。参加本持股计划的员工总人数为711人,其中董事(不含独立董事)、高级管理人员为6人,本持股计划的存续期为30个月,所获标的股票锁定期为12个月,到期一次性解锁。

中国证券报记者统计发现,目前,以亿纬锂能、ST龙净为代表的上市公司员工持股计划已经推进到了第九期。

亿纬锂能披露的第九期员工持股计划(草案)显示,员工持股计划参与人数不超过3300人,无董事、监事和高级管理人员参与。员工持股计划设立时的资金总额上限为1.8亿元,具体金额根据实际出资缴款金额确定。员工持股计划的存续期不超过24个月,所获标的股票的锁定期为12个月。

改善公司治理水平

从发布员工持股计划的上市公司目的看,多数公司指出,推出员工持股计划是为了积极履行企业社会责任,完善员工与全体股东的利益共享和风险共担机制,改善公司治理水平,提升员工的凝聚力和公司竞争力,充分调动员工的积极性和创造性,吸引和保留优秀管理人才和业务骨干。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任盘和林对中国证券报记者表示,员工持股计划将员工利益和企业利益相互绑定,让员工更有主人翁意识,能够激励员工的经营热情,也能提升企业的向心力和凝聚力。员工持股可以帮助企业留住核心人才。

允泰资本创始合伙人、首席经济学家付立春对中国证券报记者表示,员工持股计划是上市公司内部人士购买股票的形式之一。很多上市公司员工数量庞大,分布于研发、生产、销售等各个环节,这些员工对企业基础运行情况比较了解。如果员工持股计划运用得当,可以提高上市公司效率,改善公司基本面。对于普通投资者来说,员工持股计划的资金来源、员工对持股计划认购积极性、员工持股计划最终的完成度,都需要密切关注。

与抖音签约

爱奇艺盈利能力持续夯实

●本报记者 于蒙蒙

7月19日,爱奇艺和抖音集团宣布达成合作,将围绕长视频内容的二次创作与推广等方面展开探索。爱奇艺将向抖音集团授权其内容资产中拥有信息网络传播权及转授权的长视频内容,用于短视频创作。双方对解说、混剪、拆条等短视频二次创作形态做了具体约定,将共同推动长视频内容知识产权的规范使用。

在业内人士看来,本次合作对双方而言都有很大的互补空间。抖音借助合作斩获丰富的版权内容,爱奇艺则在曝光、拉新和变现等层面得到补足,后者的盈利能力将持续得到夯实。

探索合作双赢

对于合作内容,抖音集团介绍,双方将围绕长视频内容的二次创作与推广等方面展开探索。爱奇艺将向抖音集团授权其内容资产中拥有信息网络传播权及转授权的长视频内容,包括“迷雾剧场”在内的诸多优质剧目,用于短视频创作。

据悉,未来抖音集团旗下抖音、西瓜视频、今日头条等平台用户都可以对这些作品进行二次创作。双方对解说、混剪、拆条等短视频二次创作形态做了具体约定,将共同推动长视频内容知识产权的规范使用。

“这是双方在尊重和保护知识产权、探索合作双赢上迈出的重要一步,具有里程碑意义。这也充分证明,爱奇艺持续创作优质长视频内容、坚持长期主义的价值,得到市场和用户的认可。”爱奇艺创始人、CEO龚宇表示,相信这次合作有助于优化网络视频行业生态,拓宽合作渠道,创造更多价值,实现平台、创作者和用户的多方共赢。

有较强互补性

值得注意的是,长视频平台曾与短视频平台就影视内容版权一度“剑拔弩张”。

2021年4月9日,50余家影视公司、五大长视频平台及影视行业协会发出联合声明,共同呼吁广大短视频平台和公众账号生产运营者尊重原创、保护版权,未经授权不得对相关影视作品实施剪辑、切条、搬运、传播等侵权行为。

如今,爱奇艺与抖音的合作有着更大的行业意义。“爱奇艺和抖音都是行业的头部平台,这是市场化合作驱动行业变革的事件,对版权市场的规范起到积极作用。”资深影视行业观察家李文告诉中国证券报记者,抖音集团旗下西瓜视频尽管也有不少影视版权内容,但与爱奇艺所掌握的版权资源相比仍存有较大差距,抖音借助合作可以在版权端补足短板。

爱奇艺亦可强化在短视频平台的宣发能力。2020年,作品《以家人之名》热播,在抖音获得不俗反响。当时,该部作品的总制片人张灼就对短视频平台寄予厚望。抖音随即成为《以家人之名》的重要宣传基地,很大程度上助力了该剧话题的发酵。

在张灼看来,短视频平台不仅可以为长视频平台进行引流,相应的二次创作也成为一面可实时反馈的镜子,让创作者更准确判断出观众的喜好。同样作为现实题材作品,《小欢喜》《亲爱的,热爱的》等热门剧集作品的二次创作内容,均在抖音获得巨大关注。

业内人士指出,通过版权授权,短视频平台获得授权,长视频平台获得曝光、拉新和变现。一方面化解了长短视频的版权矛盾;另一方面共同推动了影视行业的健康发展,这或许是长短视频平台从对抗走向合作的一种解决思路。

再添盈利手段

爱奇艺一季度财报显示,公司一季度实现营收73亿元;基于非美国通用会计准则财务指标(Non-GAAP)的运营利润3.3亿元,利润率4%,连续三个季度获得提升,并首次实现季度盈利。一季度归属于公司的Non-GAAP净利润为1.6亿元。

一位长期跟踪爱奇艺的行业分析师指出,本次与抖音的合作,可以继续夯实爱奇艺的盈利能力。抖音提供的流量不仅对爱奇艺的热门剧集有很大帮助,更重要的是可以盘活存量片库。二次创作对经典影视的带动能力已被验证,例如优酷、乐视持续通过《甄嬛传》获得可观收益。爱奇艺同样不缺经典IP,《琅琊榜》在网上的地位不逊于《甄嬛传》,这些经典影视剧通过二次创作将给爱奇艺创造更大的价值。另外,抖音的流量还可以给爱奇艺带来更多新会员。

李文判断,爱奇艺与抖音的合作不会是基于版权采买的“一锤子买卖”,“抖音可放大短视频的流量红利,爱奇艺则利用抖音平台‘以短带长’,形成双赢局面。”



视觉中国图片

# 6月量价齐升 快递业需求有望进一步释放

●本报记者 金一丹

多家快递公司近日发布经营简报显示,6月快递行业整体营业收入实现快速增长,单票收入持续回升。机构指出,6月行业需求持续恢复,单票快递价格超预期。疫情扰动下,快递行业至暗时刻已过,后续需求有望持续释放。

快递业复苏加快

快递业6月需求量持续改善。国家邮政局数据显示,6月全国快递服务企业业务量完成102.6亿件,同比增长5.4%。企业方面,6月圆通速递完成15.72亿票,同比增长5.61%;申通快递完成11.88亿票,同比增长30.83%;顺丰控股完成10.2亿票,同比增长7.94%;韵达股份业务完成量达到16.14亿票,同比下滑1.71%。

安信证券指出,6月上海开启复工复产,

国内疫情形势好转,叠加端午节假日效应和“618”电商旺季消费拉动,快递行业增速恢复至5.4%,行业需求延续复苏趋势。

6月快递行业单票收入保持正增长,其中,顺丰控股单票收入为15.81元、同比增长3%;圆通速递单票收入为2.61元、同比增长24.58%;韵达股份单票收入为2.57元、同比增长27.23%;申通快递单票收入为2.51元、同比增长18.4%。

基于需求改善、单票价格提升,多家快递企业营收普遍增长。国家邮政局数据显示,6月全国快递服务企业业务收入完成976.7亿元,同比增长6.6%。其中,顺丰控股、韵达股份、圆通速递、申通快递营业收入分别为161.25亿元(特指速运业务)、41.4亿元、41.07亿元、29.82亿元,同比增速分别为11.16%、25.11%、31.57%、55.09%。

顺丰控股表示,受益于国内部分城市疫情封控解除,公司解封网点迅速恢复运转,在落实防疫要求基础上,公司助力受疫情影响

区域有序推进复工复产,保障企业客户供应链条的安全稳定,并规划资源全力保障618电商大促。上述因素推动了公司时效快递业务收入增速提升,整体速运物流业务收入恢复双位数增长,高于快递行业整体水平。

进入发展新阶段

受需求回暖提振,2022年上半年,快递业相关上市公司盈利改善明显。

2022年1-6月,快递业龙头顺丰控股预计盈利24.3亿元至25.8亿元,同比增长220%至240%。顺丰控股表示,上半年快递物流行业面临复杂的外部环境,包括国内部分城市因疫情实施封控、燃油价格上涨等,但公司凭借直营网络稳定可靠的服务质量、端到端多元物流服务能力、多网协同的智能规划以及精细化的资源动态调整能力,有效应对外部挑战,实现2022年半年度业绩同比大幅增长。同时,顺丰控股正不断加紧完善航空网

# 京东方拟72.78亿元受让合肥京东方显示28.33%股权

●本报记者 吴科任

京东方7月19日公告,为优化下属子公司合肥京东方显示股权结构,提高管理效率,满足公司发展战略要求,公司拟以72.78亿元受让合肥兴融所持合肥京东方显示28.33%的股权。受让完成后,京东方占合肥京东方显示的股份比例将由8.33%增加至36.67%。

业内人士表示,对于初期需要巨额投资的液晶面板产业而言,这是一个正常的操作。长期来看,增加股权比例对京东方是利好,虽然目前行业景气低迷,但产线不可能一直亏钱。

业绩波动较大

合肥京东方显示成立于2015年4月,注册资本240亿元。公司共有三位股东,芯屏基金、合肥兴融、京东方分别出资152亿元、68亿元和20亿元,股权占比分别为63.33%、28.33%和8.33%。公告显示,2019年京东方与

芯屏基金、合肥兴融签署一致行动人协议。根据协议约定,合肥京东方显示为京东方下属子公司。

合肥京东方显示是京东方投资建设的全球首条第10.5代高世代TFT-LCD生产线,是京东方发展大尺寸TFT-LCD显示面板的主要产线之一。受面板行业的周期性影响,该产线近年来业绩波动较大。

根据公告,2020年至2021年及2022年一季度,合肥京东方显示分别实现营业收入151.53亿元、198.54亿元和38.98亿元,净利润分别为392.80万元、33.15亿元和-3.16亿元。截至一季度末,该公司总资产为393.14亿元,净资产为241.48亿元。

根据北京天健兴业资产评估有限公司出具的评估报告,以2021年9月底为评估基准日,采用资产基础法,合肥京东方显示评估净资产为256.9亿元。在参考评估值基础上,京东方拟以72.78亿元价格受让合肥兴融所持合肥京东方显示28.33%股权。

京东方表示,本次股权受让符合公司战略布局,将进一步提升合肥京东方显示的管理效率,有利于公司业务的健康稳定发展。同时,股权受让减少了合肥京东方显示保密信息的知悉范围,可以保证TFT-LCD显示技术的保密性,符合公司未来发展的需要。

寻求外部融资

值得注意的是,在上述股权受让资金来源方面,京东方称不超过60%资金来源于外部融资,剩余部分资金由公司自筹。

实际上,京东方并不缺钱,截至一季度末,公司货币资金余额高达914.36亿元。市场不免疑惑,为何京东方不自己支付全部股权转让款而要寻找外部融资?“没有必要,这属于合理负债。”长期跟踪面板行业的买方人士告诉中国证券报记者。

去年8月开始,面板行业景气度持续下行,当下电视液晶面板全线跌破现金成本

(指扣除折旧以及管理、研发、销售费用的成本),面板厂遭遇“至暗时刻”。

作为全球液晶面板龙头,京东方的运营压力陡增。市场研究机构集邦咨询近日表示,中国大陆面板厂“因新厂的建置,折旧摊提的压力相较于其他面板厂更大,而且纵观尺寸较大的应用(电视、监视器面板及笔记本电脑)合计出货来看,中国大陆面板厂全球市占率更是过半。在市场呈现下行趋势时,中国大陆面板厂所受到的冲击将明显大于竞争对手。

每当市场处于供过于求态势时,减产是面板厂最主要的应对措施。集邦咨询表示,如果面板厂不希望2023年初就面临高库存的风险,今年四季度理应维持低稼动以消化现有的面板库存。倘若市场状况持续恶化,产业不排除面临再一次洗牌。

京东方近日表示,未来公司将持续通过技术创新保持竞争优势,并在物联网创新转型业务上持续发力,积极把握市场机会,不断开拓新的应用市场,努力争取更好的经营业绩。