

“80后”资本猎手闪电入股三企业

Pre-IPO 的暴富神话不断上演,但这次主演不是私募、创投,而是一位 80 后的神秘资本猎手。一位名叫吴坤的 80 后在 Pre-IPO 市场如鱼得水连狙 3 股。

吴坤先后出现在 2010 年 6 月 28 日过会的上海泰胜风能装备股份有限公司(以下简称“泰胜风能”)和 2010 年 8 月 27 日过会的四川雅化实业集团股份有限公司(以下简称“雅化实业”)中。

其中,吴坤持有雅化实业 3889503 股,占其上市前总股本的 324%,列居第七大股东。而在泰胜风能中,吴坤持有其 1458671 股,占其上市前总股本的 1621%,位列股东十五位。

而在 2010 年 9 月 17 日二次上会的上海超日太阳能科技股份有限公司(以下简称“超日太阳能”)中,吴坤再次闪现,位列第七大股东,持有 3832720 股,占超日太阳能上市前总股本的 1.94%。

如按时间顺序排列,吴坤最早潜伏的 Pre-IPO 对象为新能源概念股超日太阳能。

2007 年 6 月,超日太阳能前身上海超日太阳能科技发展有限公司(以下简称“超日有限”)注册资本由 2500 万元增至 2857 万元,新增的 357 万元出资额由张江汉世纪创业投资有限公司、上海建都房产开发有限公司、上海南天体育休闲用品有限公司、自然人吴坤以 9000 万元认购,增资价格为 2521 元/份出资额。

其中吴坤是增资中唯一的自然人,当时出资 1500 万元,占增资后出资额比例的 208%。

2007 年 8 月 12 日,超日有限整体改制成股份有限公司,吴坤持 2395450 股;若以吴坤出资额 1500 万元分摊每股,其持股成本为 626 元/股。

2009 年 7 月 15 日,超日太阳能首次上会创业板折戟。2009 年 8 月和 11 月其通过两次增资,于 2010 年 9 月 17 日再次闯关,此次由创业板改道中小板。

此时,吴坤持有超日太阳能 3832720 股,若二次闯关成功并上市交易,以 2009 年其每股收益摊薄后 0.892 元和中小板 40 倍发行市盈率计算,吴坤 1500 万元的出资成本,将实现 13676 万元的财富,盈余高达 9 倍之余。

2008 年 1 月,吴坤再次悄然入股泰胜风能。

彼时泰胜风能改制前的有限公司注册资本由 4000 万元增至 6000 万元,其中吴坤以 500 万元认购 100 万元出资额,增资价格为 5 元/份出资额。

泰胜风能上市前总股本 9000 万股,吴坤持有 1458671 股,占其总股本的 1.621%。

2010 年 6 月 28 日,泰胜风能顺利过会,以 2009 年泰胜风能每股收益摊薄后 0.6975 元和创业板 50 倍的发行市盈率计算,吴坤所持股份的账面价值在 5087 万元之上,这相对于其 500 万元的出资额,暴赚 10 倍之巨。

2008 年 12 月 22 日,雅化实业前身雅化有限股东会通过决议以“解决雅化有限部分股东因无法足额及时支付受托持股股权的转让款而形成的资金缺口”为由,以 3 元/份出资额的价格转让吴坤、蒋薇茜、何良新 3 位外来人士。

其中,吴坤受让 17600 万元出资额,占出资比例的 324%,转让金额为 528 万元。

截至上市前,雅化实业总股本 12 股,而吴坤持 3889503 万股,占比 324%。

雅化实业在市场诸多质疑声中于 2010 年 8 月 27 日过关。

若以 2009 年雅化实业每股收益摊薄后 0.855 元和中小板 40 倍的发行市盈率计算,雅化实业上市后,吴坤持有其的账面价值高达 13302 元,这相对 2008 年底吴坤 528 万元的受让价格,惊人地高达 25 倍收益。

(夏寅)

焦点新闻 | Jiaodiao Xinwen

美国莱伏顿公司技术副总裁曾扬言:“我一定用诉讼官司打垮通领。”——

六年“官司”花费千万 中国通领“完胜”归来

“经历漫长对阵,最终我们取得了胜利!”9 月 15 日,在商务部公平贸易局、中国机电进出口商会等有关部门的见证下,中国通领科技集团董事长陈伍胜在北京宣布,公司依法诉讼美国联邦国际贸易委员会(ITC)取得完胜。这也创造了中国企业状告美国政府机构——ITC 依法胜诉的经典案例,也是中国企业首次诉美国政府机构获得完胜。

面对无理要求坚决打官司

“我们赢了!”尽管这一胜诉消息已在 8 月 28 日早上通过越洋电话获悉了,但直到 9 月 15 日,陈伍胜仍很激动。

2010 年 8 月 27 日,美国联邦巡回法院驳回了美国 ITC“337”调查指控中国通领集团侵权的错误裁决,判定涉案的通领生产的漏电保护断路器(英文 GFCI)产品不侵犯帕西姆 340 专利和 398 专利及任何涉案专利;判令要求 ITC 根据本判决修改并解除对通领 GFCI 产品的海关有限禁止令。

2004 年,通领生产的漏电保护断路器刚开始销往美国市场,就遭到美国同行的强烈抵制。美国百年老号



◎是“完胜”归来,不是“王者”归来!

500 强企业莱伏顿公司先后于 2004 年、2005 年以侵犯其 558、766 专利为由,分别起诉通领集团和美国经销商。陈伍胜 15 日接受记者采访时讲述

中国遭遇迄今金额最大贸易摩擦案

中国商务部网站消息,9 月 16 日,欧盟对原产于中国的数据卡又称无线宽域网络调制解调器进行反补贴立案调查。而就在今年 6 月 30 日,欧盟已经对该产品发起倾销和保障措施“双案”并发调查。

“该案是欧盟首次对中国出口的同一产品同时进行反倾销、反补贴和保障措施三种调查,涉及中国企业的出口额约 41 亿美元。这是迄今为止中国遭遇涉案金额最大的贸易救济调查。”中国商务部 16 日回应称。

“同一产品,三案齐发,这凸显了欧盟后危机时代的贸易保护主义,是

典型的贸易骚扰,是滥用规则的极度表现。”中国机电产品进出口商会 16 日表示。

据了解,欧委会发起的三项调查都是在比利时调制解调器生产商 OPTION 提出申诉后做出的。据悉,OPTION 是欧盟 3G 调制解调器的唯一生产商。OPTION 在新的申诉中称,中国的主要调制解调器生产商——中兴和华为控制着 3G 数据卡和 USB 调制解调器市场 90% 的份额,并获有补贴。OPTION 发言人简·波特特别指出,华为获得的授信额度超出正常水平,使该公司具备了不公

平的优势。

“而 OPTION 近年的公开年度报告明确申明,他们的数据卡产品已经全部外包给中国生产。”中国机电产品进出口商会表示,“实际上,欧盟当前连一个真正意义上的数据卡生产商都没有。”

在当前的调查中,OPTION 公司和欧盟对于外包生产的问题,却始终保持沉默。中国机电产品进出口商会表示,关于 OPTION 公司是否具有欧盟生产商资格以及是否具有反倾销案的申诉资格问题,机电商会以及中国数据卡生产企业将在随后的调查

中向欧方提出强烈质疑和抗辩。

姚坚也指出,中方保留在世贸组织规则框架内采取措施的权利。他说,数据卡属不断更新换代的高科技产品,中国产品促进了技术进步并创造了新的市场,也给欧盟消费者带来了实际利益。但是,欧盟仅为保护某一成员国中一家企业的利益,而滥用贸易救济措施。这种做法不仅会扰乱正常的贸易秩序,损害欧盟各成员国广大消费者的利益,而且与中欧全面战略伙伴关系和日益加深的经贸友好合作现实背道而驰。

(孙韶华 施智梁 董时珊)

内外发力 习酒开启新征程

习酒公司召开经销商大会,经销商表示将与习酒共建品牌共享成果

开设习酒专卖店,对习酒优势产品进行组合;启动团购定制酒,快速培养习酒消费带头人。同时,习酒将和有信心、有决心、愿意把习酒作为事业的新经销商合作,共建习酒品牌。

为建设习酒市场,扩大习酒营销,保证习酒经销商的利益,习酒从各个方面进行了调整:一是习酒销售公司成立了督察部,以保证习酒价格体系的统一,彻底根治低价、窜货、假酒等不良现象;二是将合理布局网络,保证经销商的利益;三是简化办事流程,提高办事效率,提升服务质量;四是启动市场营销人员及经销商的培训,共同学习先进营销理念,全方位提高营销能力;五是引进先进的营销管理模式,创建习酒品牌独特的营销理念和模式。

共担风雨 共同进步

胡波一系列的营销理念得到了在场习酒经销商的一致认可。部分经销商也积极发言,介绍了经营习酒的成功经验,分享习酒营销心得。习酒老经销商朋友贵阳经销商贵阳三点贸易有限公司董事长、总经理吕良维介绍了在习酒品牌建设支持下,如何通过经销商市场建设,实现习酒单品销售在区域市场上亿的成功经验。新朋友重庆市兆恩商贸公司董事长肖明凯,介绍了在习酒品牌建设支持下,在竞争白热化、地方品牌呈垄断状态下的市场,打破壁垒、创新思维,实现终端突破的营销方法。习酒特许品牌经销商贵州将君酒业有限公司董事长吕良科,介绍了如何通过区域示范性市场的建设,坚定特许品牌分销信心,带动习酒特许品牌整体销售的具体战略。三位营销“大师”不惜将自己多年的成功法宝向在

场的经销商传授,尤其是吕良科,讲感情、讲专业、讲赚钱的三讲营销理念和斗智、斗勇、斗狠的三斗营销方法赢得了满堂喝彩。其他经销商纷纷畅谈与习酒合作的感想,表示,在习酒“无情不商”的经营理念 and “诚信为本”的经营原则的影响下,与习酒的感情与日俱增,习酒制定新的营销策略和营销模式后,与习酒合作的信心更加坚定了。他们表示,将与习酒一道承担风雨,共同进步。

全面发展 共创未来

习酒公司董事长、总经理张德芹感谢习酒经销商多年来对习酒的关心和支持,并介绍了习酒的生产经营情况。张德芹表示,习酒公司将在人才队伍建设、干部队伍培训、企业内部管理、企业文化建设方面下大力,保持习酒全面发展,同时将自始至终以质量为核心,继续秉承“无情不商”的经营理念 and “诚信为本”的经营原则,与经销商实现持久共赢的合作关系。张德芹希望,习酒经销商能与习酒人一起经营诚信、经营团结、经营法律、经营未来,用信心铸造习酒,与习酒人携起手来,勇于开拓、积极进取、创新思维、不为困难所惧,不为曲折所困,共同开创习酒未来,共享习酒发展成果。

座谈会结束后,习酒公司在东方建国酒店设宴欢迎经销商的到来。中共遵义市委常委、遵义市政府副市长姬德君,遵义市政协副主席陈晓红,习水县人民政府副县长冷遇春出席晚宴,与习酒经销商一道品尝习酒,共话习酒发展。

相信通过习酒内部改革以及外部营销队伍实力的不断增强,习酒与习酒经销商精诚合作,内外发力,定会开启习酒发展新的征程。

【人物故事】

张德芹与习酒

张德芹,出任习酒公司董事长、总经理后,在企业管理、市场营销、品牌塑造方面实施新举措,在贵州乃至全国白酒行业展开新的攻势。在营销方面,不断创新营销思路,转变营销方式,改善习酒市场网络布局,努力寻求新的经济增长点。他在企业管理方面,创新管理模式,制定严格的规章制度,开源节流,充分发挥资源最大作用。同时,为保证销售,习酒从内部发力,加快扩产增量步伐,进行大量的技改工作,投资近 5 亿元新建酱香型白酒生产厂房、浓香型白酒生产厂房。今年 3 月,习酒酱香制酒车间、万吨高温制曲车间、万吨酒库等技改工程相继开工建设,使得习酒在市场营销发展时有了充足的后勤补给和保障。多年以来,在努力做好企业经营,不断提高、改善企业员工及区域内民众的物质文化生活水平的同时,在地震、干旱、雪凝等自然灾害之时,习酒第一时间挺身而出,向灾区捐赠物资。同时积极开展以“习酒·我的大学”为主题的捐资助学活动。2006 年以来,还先后捐资近千万元帮助贵州乃至西部地区的上千名贫困学生实现他们的大学梦,2010 年“习酒·我的大学”助学活动资助范围由贵州省内向南、重庆、四川等周边省份扩展,2010 年受益于“习酒·我的大学”助学金的就有 368 名。现在“习酒·我的大学”已成为社会所熟知的公益事业。

习酒不断通过各种渠道内外发力,使习酒在全国白酒竞争日益激烈的环境下创造出良好的业绩,为遵义市地方经济的发展创造了突出的贡献。截至 2010 年 8 月,习酒实现销售 7.15 亿元,上缴税金 1.9 亿元,实现利润 0.75 亿元。

清扬洗发水卷入“钠铵之争”

洗发水行业才从“二噁烷致癌”事件中回过神来,即刻又陷入了洗发水表面活性剂 AES 铵盐和钠盐安全之争的谜团。

近日,有消费者质疑联合利华的清扬产品“不安全”,称其采用了比一般洗发水刺激性更大的成分。

然而记者调查发现,钠盐和铵盐的安全之说可能具有误导性。“即便是采用铵盐的洗发水,其产生的二噁烷也有可能是钠盐洗发水的一倍,刺激性也可能强于钠盐洗发水。”联合利华中国区副总裁曾锡文告诉记者,并不能单纯地以铵盐或钠盐判定产品优劣,“企业的整体配方才是关键。”

AES 分为钠盐和铵盐,钠盐在日化领域主要用在餐洗中,就是通常的洗洁精。铵盐则用在洗发水、沐浴露、洗手液、洗面奶等产品中。“AES 钠盐采用氢氧化钠中和,AES 铵盐则用氨水中和。”参与洗发水成分标准相关草案起草的黄工程师告诉记者,钠盐和铵盐两者其他的原料均相同,唯独中和时采用的成分不同。

正是中和成分的不同,造成了两者的差异。“相对 AES 钠盐,AES 铵盐更为温和。AES 铵盐的 PH 值在 5.5—6.0,而采用氢氧化钠中和的 AES 钠盐,碱性较大,刺激性较强。”黄工向记者解释。

全国香料香精化妆品标准化技术委员会化妆品标准委员会秘书处沈敏告诉记者,行业内对两者的选用并无特殊规定,“在洗发水中采用铵盐或钠盐,主要由企业根据自己的产品控制。”

虽然铵盐和钠盐的价格与产品的质量、含量高低等相关,但黄工称铵盐的总体价格相对稍贵,且在生产过程中,要控制铵盐相对繁琐。

(王飞丹)



央企亏本中标最大光伏电站项目 民企集体踏空

延期半月之久的国家第二批大型光伏电站特许权项目中标结果 9 月 15 日终于出炉,备受业界争议的 13 个最低报价如愿以偿,中国电力投资集团公司(下称中电投)成为最大赢家,但民营企业却集体踏空。

此项目共涉及陕西、青海、甘肃、内蒙古、宁夏和新疆等西北六省区的 13 个光伏电站项目,装机容量共计 280 兆瓦。

秉承“报价最低者即为中标人”原则,国家第二批大型光伏电站特许权项目中标电价全部低于 1 元/千瓦时。最高电价为 0.9907 元/千瓦时,最低电价仅为 0.7288 元/千瓦时。

此次参与招标的民营企业无一中标,浙江正泰太阳能科技有限公司、无锡尚德、江西赛维等民营光伏大户都无一幸免。

中电投等国企以低于 1 元的价格中标,引起了业界的争议。0.7288 元/千瓦时是否合理?“从 2007 年开始,过去几年光伏产业的生产成本大概下降了 50%,虽然不知道未来趋势如何,但目前还未达到 0.7288 元/千瓦时这个水平的电价。”15 日,无锡尚德太阳能电力有限公司有关人士在接受记者采访时这样表示。

中山大学太阳能系统研究所所长沈辉也表示,“这个价格肯定亏,目前的合理价格应该在 1.1-1.2 元。要达到 0.7 元的价格,起码要三年之后。”

沈辉认为,即便在西部阳光比较充足,1 千瓦可以发电 1500 多度,比广东高出 400 多度,但是其价格也要在 1 元左右才能承受。有行业专家表示,在 0.7288 元/千瓦时的电价之下,项目至少需要 20 年左右的时间才能实现盈利。

为何中电投等央企还不惜血本投标呢?“央企同民企不同,他们掌握的资源多,在融资方面有优势。而且光伏发电所占的份额并不大,未必会考虑是否盈利。他们拿到这些项目,一方面起到了示范效应,另一方面令很多企业难以进入这个行业。”一位不愿透露身份的光伏企业人士表示。

(粤文)