

策划词 | CEHUACI

中国概念股再次遭遇做空机构猎杀!

就在分众传媒沉浸于三季度财报喜人成绩之中时,11月21日,美国做空机构浑水发布研究报告指责分众夸大液晶广告屏幕数量,在收购中为规避审计故意减记资金。消息一出,分众传媒股价大跌。分众传媒于22日晚召开电话会议并发布公告反驳浑水公司的质疑。同时,分众电话会议上宣布,CEO江南春将回购1100万美元股票等一系列反击措施。



浑水报告大肆做空 江南春郭广昌联手护盘

分众 大手笔打响回购反击战

▶▶▶▶▶ [紧接 A1 版]

“迪士尼”周边配套招商铺开 央企国企提前布局 坐食480亿“蛋糕”

方兴地产、中国电信、华电集团下属的华电新能源发展有限公司已经或即将与度假区管委会签订战略合作协议。港中旅集团、中青旅控股股份有限公司和国旅(北京)投资发展有限公司、中国黄金集团下属的上海黄金公司、中石油下属的上海销售公司等企业则与度假区管委会方面进入了合作讨论阶段。此外,招商也吸引了部分外资、民企的目光。目前相关协议多是框架协议,距离实际落地尚有时日。不过相关企业坐等迪士尼开业的心态已很明确。

据悉,今明两年将是上海国际旅游度假区招商的高峰期。目前迪士尼核心区域的基础建设正在进程中,基本的策划方案已经敲定,目前人工湖施工已经初具规模。

五大行业有望受益

2010年11月5日,上海申迪(集团)有限公司与美国华特·迪士尼公司签署上海迪士尼乐园项目合作协议,标志着上海迪士尼乐园项目正式启动。迪士尼落户上海,不仅对上海当地的发展有重要的影响,同样利好A股上市公司的多个板块及个股。

上海申迪成立经营期限从2010年8月8日开始,记者在上海市工商局查阅到的工商登记资料显示,上海申迪注册资本金为3亿元人民币,共有3家股东,其中锦江国际(集团)有限公司出资7500万元,占股25%;上海广播电影电视发展有限公司出资9000万元,占股30%;上海陆家嘴(集团)有限公司出资1.35亿元人民币,占股45%。出资时间均为2010年7月21日。

上海市规划及环保部门表示,“水”将成为上海迪士尼项目的一大特点。

迪士尼的落户,可以对当地的旅游、餐饮、消费、交通等带来明显利好。当然,当地的基建、甚至当地的水泥、钢铁企业也会受益。上海证券分析师屠俊表示,以香港迪士尼项目为例,在项目进展时点的不同,受益的相关行业和上市公司存在不同。其中,在签约阶段为土地增值、基建、旅游;而在开工兴建时则是商业零售、餐饮、旅游、交通等行业;而在正式开幕时,受益的将是印刷、有线传媒、特许商品等行业。

东方证券房地产行业高级分析师魏博表示,迪士尼项目将提升区域价值,周边地价、房价上涨是自然而然的事情。他认为,迪士尼的建设无疑将会带动相关配套设施和交通条件的完善。此外,迪士尼建成后的后续运营项目,能产生长期稳定收益,对区域价值的提升作用是持续的。

□ 稿件采写 张轶骁 张奕 李斌

事由 | Shiyou

浑水报告建议卖出分众

华尔街有名的股票做空机构浑水公司11月21日发布报告称,分众传媒有意将其液晶广告屏幕数量至少夸大了50%以上,并将分众传媒的股票定位为“强烈卖出”。浑水公司研究总监卡尔森·布洛克还指责分众传媒在“知情和故意”的情况下,在多次收购中支付了过高价格并造成亏损。此外,浑水指责分众传媒内部人士和其商业伙伴通过出售分众传媒资产大发横财,令股东损失惨重,并声称分众传媒存在内幕交易,在买入和卖出分众传媒子公司好耶时,有内部人士以低于市场价入股,数名内部人士至少获利7010万美元,股东亏损近1.6亿美元。布洛克最终对分众传媒的评价是:“一家漏洞百出的企业,其运作完全是为了向内部交易者提供便利及利益。”

受此负面消息影响,分众传媒股价盘中一度大跌39.49%,报15.43美元,创下52周新低。

回应 | Huiying

分众见招拆招

针对浑水的质疑,分众传媒22日发布公告见招拆招。分众认为,浑水称分众广告屏幕数量造假,是因为浑水完全不懂分众业务,因为在分众商业楼宇联播网中,除了有12万块左右的楼宇电视屏幕外,还有数万块楼宇数码海报也属于商业楼宇联播网范畴,浑水未将后者统计在内。



◎江南春

对于浑水指责分众收购价格偏高等问题,分众称已在提供给美国证券交易委员会的报告中做出过清晰的回答。分众承认有过部分不成功的收购,并从中汲取了很多经验教训,今后将继续聚焦主业,以优异业绩弥补投资者的损失。分众还澄清,分众对好耶的收购不存在低于市场价入股的问题。“投资者的利益是我们的最大利益,对于滋生造谣的机构,我们会寻求法律手段捍卫投资者的利益。”分众传媒称。

分众传媒公告发布后,摩根士丹利、里昂证券等相继发布报告,对分众传媒表示支持。

摩根士丹利认为,分众传媒在2007年至2008年之间并购的问题基本已在2010年初解决,而且当初参与并购交易的一些高管目前已经不在分众传媒任职。江南春于2009年重新出任CEO以来,分众传媒主要依靠自身的有机增长,并没有并购的遗留问题。据此,维持分众传媒“增持”评级,目标股价定为46.5美元。



◎郭广昌

里昂证券也发布报告称,维持分众传媒三季报发布时的“买入”评级,目标股价保持44美元不变。

行动 | Xingdong

联手护盘

分众传媒宣布将继续回购公司股票,CEO江南春个人也将回购1100万美元股票。

复星国际23日斥资1035万美元大手笔买入分众传媒6027万份股票。对于此次买入,复星国际的官方说法是“复星长期以来始终秉承价值投资理念,一直看好分众传媒的发展”。不过,分众CEO江南春和复星国际董事长郭广昌两人颇有渊源,不仅都是长江商学院CEO班同学,还分别担任着上海浙江商会的正副会长。

这已不是复星第一次在分众股

价低谷时出手。2008年11月-2009年3月,国际金融危机来袭,广告行业大幅缩水,分众传媒此前又曾疯狂收购竞争对手,而这些收购资产大幅缩水,致当年分众传媒净亏损7.68亿美元,股价也从2007年11月的65美元高点跌到了2008年11月的不到7美元。

复星在上述期间内多次入股分众传媒,共投入3.05亿美元,购入3765万份分众传媒ADS,占分众26.30%股份。分众传媒的股价后来回升了3倍。复星在2011年7月出售了部分分众股份,套现2亿美元,获利约1.47亿美元,减持后复星国际仍持有分众16%的股权。

评论 | Pinglun

机构浑水摸鱼 企业也需反思

事实上,这已不是中国概念股首次遭遇做空机构猎杀。近期在美上市的奇虎360也遭遇过另一家做空机构Citron(香橼)的发难,最终奇虎360以业绩对做空行动进行了反击。而做空机构对中国互联网模式的不了解,也受到了国内投资及企业界人士的抨击。

易凯资本CEO王冉表示,浑水的确向分众泼了一瓢浑水,很多指责经不起推敲。艾瑞咨询总裁杨伟庆表示,浑水最早猎杀一些财务作假的中国传统行业公司还算有点道理,现在则基本属于炒作。华兴资本创始人和首席执行官包凡则建议分众找律师摆平这件事,他还建议中国在美国上市公司成立一个基金,专门用来起诉造谣诬陷的做空调研公司。

不过王冉也指出,之所以中国企业被集中圈定为做空目标,正是因为一些中国企业在诚信方面的确存在严重问题。一些作假的企业不仅损害了投资人的利益,也损害了其他中国企业的利益,只有让不诚信的中国企业倾家荡产,才能让诚信的中国企业健康成长。王冉还强调,近一年来,做空机构利用市场脆弱心态屡屡得手,把一种新的商业模式推向了极致,国内监管机构对此理应有所作为。

互联网行业资深人士谢文认为,中国企业去国外上市,不可避免会遇到这样的做空公司。中国企业应该加强自身反省,不应该投机取巧、滥用资本。



事件追踪 | Shijian Zhuizong

□ 黄烨 史燕君

国家发改委针对中国电信和中国联通的反垄断调查事件持续升级。11月22日,有媒体消息称,国家发改委再次出面表态,否认了与两家公司“和解”的说法,并透露已对5家电信企业进行调查取证,且获得了详细证据证明联通对与其有竞争关系的企业实行了价格歧视政策。

不过,相关各方均以关机、拒接、“不清楚此事”或“不方便表态”为由拒绝了记者的采访要求。

◎和解悬疑

自11月9日国家发改委通过央视《新闻30分》栏目高调对中国电信和中国联通发起反垄断调查以来,电信、联通乃至市场传言可能的举报者——广电、铁通就一齐陷入了舆论的漩涡。这期间,还引发了工业和信息化部下(下称“工信部”)主管的两家报纸——《人民邮电报》和《信息产业报》与央视的口舌战。

与此同时,官方媒体新华社“看似震撼的报道可能仅是各部委间的神仙战”的论调和《人民日报》支持国家发改委将反垄断调查到底的表态也都在为这场纷争“添砖加瓦”。

然而,11月21日财新网的一篇报道却打破了人们的惯性思维。财新网称,“中国电信和中国联通与国家发改委进行了充分沟通,有可能达成

电信联通垄断案 发改委否认和解 利益博弈或不了了之



和解协议。”财新网称,“两家公司认错并承诺整改,国家发改委将中止针对这两家企业在宽带接入上的反垄断调查。”

紧接着,又有媒体在11月22日作出了辟谣——国家发改委有关人士否认了“和解”说法,且“国家发改委反垄断局还派出了3路人马对北京的5家电信企业进行了调查取证,并获得了详细证据,证明联通对与其有竞争关系的企业实行了价格歧视政策。”

在知名电信专家项立刚看来,相关部委对“和解”的否认表态,实际上是一种施压方式,即希望电信和联通尽快承认错误。

不过,项立刚坚持认为,“电信和联通可能会在国家发改委的表态之

后再退一步,并与其再次协商。在协商取得满意效果的前提下,双方会各自给对方‘台阶’,进而,相关部门最终会终止对运营商的调查。”

记者查阅资料发现,早在事件发生后,中国社科院规制与竞争研究中心主任张昕竹就对媒体表示,电信和联通涉嫌垄断的问题最终会不了了之,也不会有处罚,原因是“从目前国家发改委披露出的信息上,垄断依据是站不住脚的”。

一位互联网业界的资深人士则对记者表示,最后结果难言“和解”,而很可能是“不了了之”。因为,国家发改委、工信部、国资委乃至广电总局都属于“国家队”,协调不可能不成为事件的主旋律。另外,严格意义上说,企业和部委间所属的范畴并不相

同,“举例说,触犯法律的人是不可能找法院进行和解”。

◎利益博弈

在中国移动互联网产业联盟常务秘书长李易看来,如《反垄断法》中“普遍性违规、选择性执法”的根本问题没有解决,即使“和解”,“不了了之”乃至最终进行处罚都没有太大意义。

而东南大学法学院教授张马林直言,上述事件已愈发演变为一场利益博弈。“不管是受调查方,还是现在可能的举报者,都是将利益放在第一位。”他说,从常理说,作为旁观者的消费者,才最有资格成为纷争的受益者。

业内人士现在还担心,这场“明争暗斗”可能会进一步延缓有进展的三网融合。2010年7月,国务院就发文公布了三网融合的试点方案,鼓励符合条件的广电企业经营“基于有线电视网络提供的互联网接入业务、互联网数据传输增值业务”等。然而,据媒体近日的报道,“相关试点城市没有一家广电运营商能从当地的通信管理局获得相应的互联网接入运营牌照,三网融合实质上没有任何进展”。

上述资深人士建议,姑且不说三网融合,应趁目前的契机,解决好南北网络(电信和联通)的互联、互通问题,以提高互联网的服务质量。



消费者怒砸 西门子冰箱

西门子未正面回应

经历两个月沟通无果后,11月20日,罗永浩等几名消费者来到西门子大厦前用铁锤砸烂了三台有质量问题的冰箱。

针对西门子冰箱被砸的行为,西门子在其官方微博发表声明,一方面西门子称“理解并尊重消费者为维护合法权益开展的措施”,另一方面,西门子又表示希望消费者保持“理性”。

但西门子在声明中并未直面问题,而是把皮球踢给了西门子冰箱的中国制造商博西家电。

西门子表示:“在中国,西门子冰箱产品由博西家用电器(中国)有限公司(博西家电)独立生产、销售并提供售后服务。博西家电是由西门子参与投资的企业,在中国自主运营。”

罗永浩认为,西门子的意思是“西门子牌冰箱跟西门子没关系,你爱找谁找谁去”。

据羊城晚报记者了解,确实有不少消费者反映西门子冰箱门有问题。一位消费者向记者表示:“本来是冰箱门随手关一下,就可以被吸住的,但是我家的西门子冰箱你甩一下,它会再弹回来。”

但西门子却宣称“并不属于质量问题”。相关专家表示,出现上述问题的主要原因是由于“门封条吸力不够”,专家认为,西门子冰箱门并不符合国家标准中对于冰箱气密性的相关要求。

对此,西门子方面尚没有进一步回应。

(帅鹏坤)

▶▶▶▶▶ [紧接 A1 版]

吴华鸿鹤 食品添加剂生产 抓“源头安全”

对不合格产品制定有《不合格品控制程序》、《不合格品评审处置准则》以及《不合格品召回制度》;同时,公司还规范产品包装标签、标识,符合国家食品安全标准要求。在开展食品质量安全的专项整治活动及规范生产的过程中,吴华鸿鹤质量管理牵头部门与各单位紧密配合,加强了生产的全过程控制,促进了食品添加剂生产经营管理的持续改进,确保了产品质量安全。

三个方面完善食品添加剂 质量监督管理办法

今年5月17日,吴华鸿鹤董事长、总经理谢学端代表公司与自贡质量技术监督局签订了“食品生产加工企业质量安全责任书”,向社会作出了食品添加剂生产质量安全的郑重承诺。

同时,吴华鸿鹤还从三个方面进一步完善了食品添加剂质量监督管理办法。一是在管理方面,对食品添加剂的生产过程的文件进行了清理,完善了食品添加剂的操作规程、记录;明确了食品添加剂生产的关键工序控制点并进行了严格控制。二是加强了对生产员工进行相关的法律法规及操作技能的培训,所有操作及相关人员都到市疾控中心进行了定期健康体检,合格上岗,确保了从业人员满足国家的规定要求和基本要求。三是在硬件方面,近年来先后投入了200多万元,重点对生产岗位包装和专用库房进行了改造,基本满足了国家对食品添加剂生产的要求。按照谢学端董事长对鸿鹤迁建发展的要求,今年吴华鸿鹤公司食品添加剂生产的硬件设施和管理均按照国际一流水平进行了改造和完善。