

南洋5猛升68% 咸鱼翻身好戏上演

记者 秦小华 成都报道

与主板市场近期红红火火的行情相比,被资金遗忘的三板同样值得关注。南洋5(400023)正悄然地上演着一波咸鱼翻身的好戏。

2012年8月2日,南洋5惊恐地创出1.63元每手(100股)的超低价后,震震荡盘升。在随后的9月和11月末,市场两次反扑杀跌1.63元后,“野百合”的春天来临。南洋5从11月30日最低转让价1.71元,鸡血似地上涨,最高现2.88元,上涨68.42%,远强过主板市场内的绝大多数个股及沪深指数。

被套达十年之久的资金,或将迎来皆大欢喜的成功逃脱。

被套的吉祥数字1018.18

正所谓大悲之后必有大喜。南洋5估价的悄然走强,对深套其中的中小投资者们,不啻于意外之喜。资料显示,截至去年9月30日,南洋5前10大自然人股东累计持有1018.18万股。单从1018.18这一数字上看,吉祥数字带给投资者更多的希冀和幻想。

南洋5的前世今生,或已为大众投资者遗忘。南洋5大名南洋航运集团股份有限公司,曾用名海南南洋船务实业股份有限公司,居海南海口,现业务较杂,行业分类于远洋运输业,因1998年、1999年、2000年连续三年亏损,2001年5月9日被暂停上市,在宽限12个月,2001年度继亏4328万元,于2002年5月29日被深交所终止上市。

好消息接二连三地频传。1月14日,南洋5董事局发布关于召开2013年第一次临时股东大会的公告中显示,南洋5将于29日审议《关于受让海

南南洋房地产有限公司股权的议案》。该议案显示,南洋5将以人民币一元的价格,受让海南成功投资有限公司持有的海南南洋房地产有限公司98%股权。

相关数据显示,海南海口的海景房价位于13000~18000元每平米的区间,而海口市内的楼盘大多近10000元起价,一改几年前的低迷态势。

有关海南南洋房地产有限公司的更多详细情况,无据可查,而南洋5也没做过多介绍,但一元的受让98%的股权,给绝望的投资者带来一丝微薄的星火燎原。

无独有偶,南洋5大约对一元收购情有独钟。公开资料表明,南洋5曾在2011年11月30日,以人民币壹元,受让海南通众汽车销售服务有限公司100%股权。

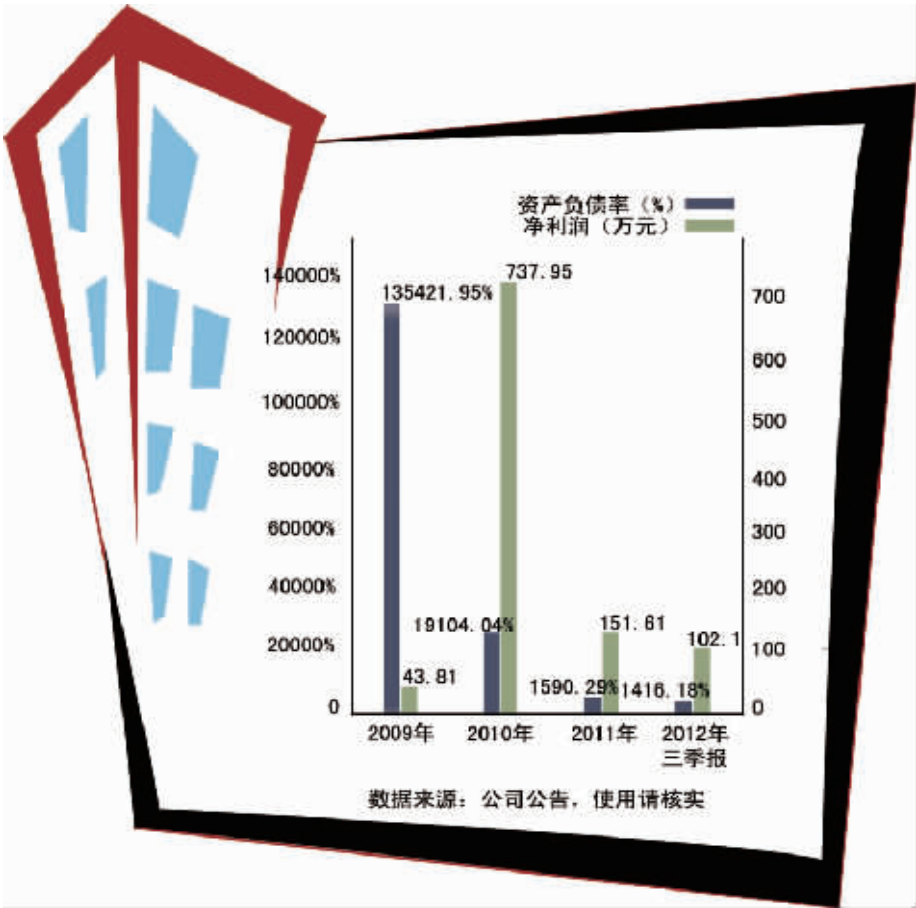
同样的,南洋5在受让相关资产时,对海南通众汽车销售服务有限公司的资产和利润情况没做过多说明,以留给投资大大的待解疑惑。

这又是汽车资产、房地产股权的受让,委实让些许投资大呼看不懂。原本门前景落鞍马稀冷冷清清的股吧里,有投资者直言:“(业务)杂七杂八大堆,究竟想做啥?”

不容小觑的是,截至目前,公司主营资料显示,南洋5从事的业务确实有些多。其经营范围包括物流公路(运输除外);仓储(危险品除外);高速公路及码头基础设施投资;停车场管理;新能源开发;投资咨询及受托资产管理;旅游主题公园、酒店、体育运动项目的投资开发;林业、农业综合开发;农产品批发;进出口贸易等等。

经营业绩连续3年转好

质疑归质疑,南洋5近几年的经营成



绩还是有目共睹的。去年三季报显示,其净利润达102.1万元,资产负债率1416.18%。2009~2011年的净利润连续3年均为正,分别是43.81万元、737.95万元、151.61万元;资产负债率成逐年下降,2009~2011年分别是135421.95%、19104.04%、1590.29%。

客观地评价,对一个债务缠身的公司来说,南洋5积极的心态和不懈的拼搏精神,以图东山再起的努力,实属不易。

不过,在被投资者忽略之时,有分析师指出,冰冻三尺非一日之寒,南洋5其实早已呈现转好态势。

2012年3月5日的公告显示,公司第一大股东,海南大唐实业有限公司出资70万元,受让新理益集团有限公司和海南富天实业持有的南洋5法人股236.7万股。

对从主板退市达10年之多的南洋5

来说,大股东增持,无疑是一个真正的利好。通常情况下,大股东最了解企业实际经营状况和资产真实状况,已完全没有秀的必要。

主业向好的另一个明显证据是,去年5月2日,南洋5发布公告称,经公司申请,公司的股份转让将由一周转让三次改为转让五次。

代办股份转让系统对每周转让五次的要求极高,必须同时满足:规范履行信息披露义务;股东权益为正值或净利润为正值;最近年度财务报告未被注册会计师出具否定意见或拒绝发表意见。

而且,股东权益为正值,要求最近会计年度经审计的股东权益扣除注册会计师不予确认的部分后为正值;净利润为正值,要求最近会计年度经审计的扣除非经常性损益后的净利润为正值。

尽管南洋5的涨势,如祖国山河一片红的惹人眼红,但必须指出的是,三板交易实行的是柜台交易,采取的是集合竞价方式集中配成交,涨跌幅限制5%,买卖双方容易遭遇市场流动性不足的风险。

主力拉升的背后,有什么意图,是出货还是抢筹?乱花渐欲迷人眼的走势,确实可以蛊惑每一个被动的心理。对于那些被套的投资者,自然渴望有更多的人进来,以帮助他们解套磨人,毕竟一套就是十年的帮助是相当折磨人的;而对于那些渴望获得超额收益的投机客来说,在主业转好之初潜伏进入又何尝不是一件好事?

炒股成为围城,也许正是市场有效性的表现。市场人士指出,南洋5的基本面趋于好转,股价上涨反映了公司的基本面,但受制于流动性风险因素,建议在回调时轻仓介入,前提是,投资者必须已经开通好柜台交易账户。

超日太阳裁员过寒冬

1月11日下午3点,超日太阳召集部分公司员工在公司总部食堂召开会议,还特别指定与会人员必须是持有五年投资款项的员工。

据悉,这是超日太阳董事长倪开禄回国后第一次出现在这么多数员工面前。参加会议的超日员工向记者透露,倪开禄在会上向超日员工强调太阳正往好的方向发展,政府正在开始营救工作,另一方面也表示将要进行大规模裁员,“我鼓励大家都去看,这次会多走走。”超日员工向记者透露,这次会议只开了短短30分钟就草草结束,倪开禄随后坐车离开公司。

倪开禄称回款或达38亿

据悉,会议一开始,倪开禄就向员工做思想工作:“针对我们的困难,包括北京证监局、上海证监局、上海银监局、奉贤区政府、南桥政府到现在已连续开了三次协调会。”

“我昨天在青海谈项目时,青海领导还很关心我们遇到的困难,还问要不要移过去,什么都能给解决。不过我考虑到,这里有这么多给劳务员工,不过我答应他,1月9日,倪开禄曾前往青海,洽谈超日太阳前期在青海的电站项目。该项目总规模在200兆瓦左右。

虽然政府有解决困难的愿望,但对于外界关注的债务问题时,倪开禄承认很困难:“确实非常吃紧,也已在和各个银行谈,让他们再给些钱。国外电站本来想自己经营,但现在必须卖掉了,估计能收回14亿左右,再加上继续催款回收,总共能达38亿左右。”

超日也加紧处置海外项目。倪开禄表示:“我们正处在置海的投资方案,有个潜在客户现在已落实800兆瓦,后期还有700兆瓦还在谈,南美的项目也在规划。”

此外对员工关注的集资款安全问题,倪开禄表示:“虽然现在投资不算理想,但我还是把钱都当作我自己的钱在珍惜。项目都是又要可靠又要安全,我们兄弟姐妹都实话实说,你们利益我始终都放在第一位。”

但钱却依然不能拿回来。“作为投资来说,事实求是,不可能像预期一样来实现,现在投资和预期的有差异,时间上面有个差错。我事先和大家打个招呼,时间安排上请大家原谅,不过,我们一定会保证资金安全,这点可以放

心。”

一位超日员工向记者透露,说到不能拿回去的时候,会议现场还一度引发争议。

对于股票何时复牌,倪开禄在会上并未透露,但大跌显然已难以避免的。

对此,倪开禄也想想方设法稳住员工情绪,“最近我们负面新闻确实比较多,复牌时会有不利影响,但我保证,你们手里的原始股,我都可以按停牌价5.11元收,不过这也以我讲时间是讲情谊的。”

大规模裁员开始

安抚之后,大规模裁员的议题就摆上了台面。倪开禄表示:“超日还要面临很多问题,我鼓励大家能够多出去走走,到处看看外面世界。”

超日太阳董事张正权也附和:“我们必须瘦身,要抱团取暖才能过冬。现在的规模肯定是不合适的。我也希望大家理解公司处境,而且就算你现在还呆在公司,也只有个最低的基本收入,对你也不利。所以还是多出去走走看看。”

而大裁员其实早已开始了。一位超日员工向记者展示他的工资条,从8月工资就降幅严重,在9月时已是最低标准1450元,这种情况一直持续到12月底。同时在其解除合同的遣散协议上,记者看见,超日太阳按其工作时间长短给予一定补贴。

“有一定的补贴,不过很少。工作一年补贴为500元,两年为1000元,再加上12月工资和其他补贴,加手的也就4000元左右。”

据悉,为超日太阳办理劳务工遣散的为上海创凡人才服务公司 and 上海晨达人力资源公司。记者多次拨打晨达公司电话,一直未有人接听。

而如按晨达人力公司与创凡人才公司所办劳务工人数相向来计算,此次超日太阳仅劳务工就将裁掉700人。而按超日太阳2012年中报显示,员工总数为2304人,按此计算仅裁去的劳务工就已占员工总数的30%。

上述被辞退的劳务工表示无奈:“总不能在棵树上吊死吧,有点遣散费也算安慰了。不过年关被裁也很不好过啊,你说这找工作又找不到难道就闲着?”

味千拉面宜昌店关门 恐将去日本元素

特约记者 赵倩 报道

日前,记者获悉,味千(中国)(00538.HK)位于湖北宜昌的唯一一家门店已经关门,这家店是味千(中国)2010年实施“布局三线城市”战略时在湖北中心城市武汉之外的两家店中的一家。

尽管味千(中国)称此举是“公司正常经营调整”,然而2012年以来,“骨汤门”的阴影仍在,“日本烙印”的影响下,北京、福州等城市均出现过连续关店的消息。

门店收缩、股东减持、机构降级,一系列冲击面前,味千的营销策略将在“日本品牌”还是“港资企业”的定位间如何选择?对此,味千(中国)公共事务部负责人陆小斌在接受记者采访时称:味千拉面一直自认为是华人企业、港股上市公司,但是不否认“源于日本”。

去年几乎未开新店

味千进驻宜昌是在2010年11月。当时,宜昌万达广场(以下简称宜昌万达)的启幕预示着一个新商圈的形成。味千将店面选在了宜昌万达一楼,与2号门紧邻,不远处就是交通便利的夷陵大道。

1月9日,记者前往此处实地调查发现,味千的店面已经易主,另一家知名餐饮企业正在忙着装修。附近商铺的一位店员说,味千在刚入驻时还有着较高的上座率,但在“骨汤门”后就明显不景气,去年秋天受中日关系紧张持续的波及后,更是“一蹶不振”。一位曾在味千长期兼职的大学生证实了这一点,“如果没有出那次新闻,生意是蛮好的”。

附近另一商铺的店员称,虽然味千是中国企业,但因其是日系料理餐饮,受中日关系影响较大。去年9月,该味千门店一度还贴出了“暂停营业一天”的标识。

此前有网络媒体报道称,宜昌的味千拉面味道口感较差。对此,味千方面的相关人士否认了这种说法,并表示,宜昌门店的关闭仅是经营上的正常调整。

味千(中国)年报显示,其扩展的步伐骤然放缓。2010年,味千新增门店110家;2011年,新增门店154家;2012年其开店计划为全年增加店面100家,半年报中将计划调整为30~40家,而据味千(中国)投资者关系部一位工作人员透露,味千在2012年实际开店约40家,但同时关闭的

门店也达到约40家。

对此,味千(中国)在给记者的书面采访回复中表示,2012年全球经济疲软,中国经济增长放缓,消费者信心不足带来消费意愿下降,人工、食材、租金等成本的上涨令整个餐饮业的营运环境变得极具挑战性。

陆小斌则坦言,宜昌关店的确是租金问题没有谈拢,但是具体细节则不愿深谈。但陆小斌称,公司高层仍然坚持“千店计划”,即店铺扩张至1000家,不过时间节点由2014年延迟到2015年。

宜昌一位负责招商的人士介绍,该门店的租金价格约250元/平方米,加上物业费,每月需支付的费用逾两万元。记者注意到,味千多次在年报中提及,租金成本的上涨给企业带来不小的压力。去年上半年,味千租金及相关成本占营业额15.7%,较上年同期增长约2.6个百分点。

如今进入2013年,到2015年有3年时间。目前味千的店面共计不足700家,要实现千店计划则意味着接下来平均每年要增开100余家店面。陆小斌表示,计划虽然已经确定,但是并未细化,2013年的扩张计划仍然不明。

日本元素令其陷尴尬

2012年是味千(中国)的多事之秋,除了间或曝出的关店传闻,就是大行减持和看空的消息。

记者查阅香港联交所公开数据,截至2012年12月31日,摩根士丹利(以下简称大摩)、瑞士信贷银行(以下简称瑞信)、摩根大通、德意志银行以及联想基金所持持有的味千(中国)股份已经全部降至5%以下,这意味着后续增减持已无须再行申报。

事实上,在去年8月味千(中国)发布2012年半年报之时,瑞信随即发表研究报告指出,味千上半年纯利大跌82%至4700万港元,远逊市场预期。该行还将其目标价由8.01港元大削逾两成至6.15港元,维持投资评级“中性”。大摩则在半年报发布后的一个月左右时间里,将所持股份由6.89%减持到4.95%。

2012年10月下旬,味千(中国)发布三季报,高盛和瑞银同时发布分析报告,给

予味千“沽售”评级。高盛指出,味千上季同店销售仍然疲弱,归咎于宏观经济仍存挑战,加上中日关系影响,故味千自“猪骨汤事件”后,迟迟未能能复苏,该行建议味千应重新检视一下强调“源自日本”的推广策略。

说到味千与日本的渊源,不得不承认味千曾因“日本概念”受益,也曾因此跌入深渊。为此,在2012年,味千旗下门店曾打出“100%港资”的围号。

那么,味千的身份到底是不是100%港资呢?记者查阅味千(中国)2012年半年报发现,日本味千总公司的第二代传人重光克昭,日本及其旗下重光产业代持持有味千(中国)约3%的股份,这在味千内部人士看来,只是一种“象征性的持股”,是一种“表达情感”的方式。在味千上市不久,2008年之时,重光克昭还持股4.46%,后来曝出减持136.3万股,累计套现约943万港元,持股比例降至4.32%。

近日,记者查阅香港联交所的公开数据,并没有发现有重光克昭3%的股权公布。那么,“100%港资”是否只是味千的一种策略?抑或重光克昭已完全退出味千(中国),使得味千(中国)成为名副其实的“100%港资”公司,味千(中国)方面对此的回应是“无从得知”。

对此,陆小斌表示,味千(中国)的身份明确是由华人创立的香港上市公司,味千拉面源自日本是事实,但是由香港人在内地将之发扬光大,并且在产品组合、研发上一直是以满足国内的需求为主导思想。“不管是从事实上还是从情感上,味千有着日本‘基因’,这是不能否认的,所以‘去日化’根本无从说起,我们只是会有意无意地弱化日本‘元素’。”

对于各大机构的看空和减持,陆小斌认为,目前味千的形势还是很乐观的,“尽管面临压力,我们认为味千独特的业务模式带来的竞争优势依然存在。”

但是,味千(中国)的确想在2013年在品牌推广策略上做出一些改变。除了继续开放中央厨房和工厂,将门店幕后透明化,以及加大促销活动力度等。

此前瑞银的报告也表示,味千有计划花费4000万元,或营收的1.3%作广告及宣传,该行表示,味千广告和宣传的开支预算过于保守。