

*ST 天龙重组涉嫌关联交易

陈姿羊 报道

经历数次重组方案“告吹”之后，ST 天龙(600234)又一次抛出了新的重组方案。

2013年12月24日，ST 天龙发布公告，正筹划上市公司重大资产重组事项，重组标的初步定为云南杨丽萍文化传播有限公司及另一家正在洽谈之中的文化旅游相关行业公司。随后谜底揭晓，2014年1月1日，ST 天龙公告称，公司拟以现金及发行股票方式购买桂林广维文华旅游文化产业有限公司(下称“桂林广维”)全部股权。

而记者发现，在去年10月通过受让中铁华夏2000万股股份成为ST 天龙第一大股东的黄国忠，或许与桂林广维的实际控制人丁磊存在千丝万缕的关系。

据ST 天龙公告显示，黄国忠为广西钰德拍卖有限责任公司董事长。记者发现，该公司隶属于丁磊担任董事长兼总裁的广西恒升集团旗下，并且根据广西工商局信息显示，恒升集团下属多个“恒升系”公司的法人代表亦为“黄国忠”。

“有进展我们会及时公告。”对于以上问题，ST 天龙董秘办人员如是向回复。而桂林广维办公室主任则表示对此事不太清楚，不愿多谈。

事实上，目前主业停产，仅靠自有房产出租维持业务的ST 天龙，已经在短短一年内经历了两次大股东变更，而此前的重组方案也均不了了之。在2013年会计年度的“保壳大限”的最后时分，ST 天龙收到第一大股东向其赠予的现金及债务豁免，才使其避免陷入暂停上市的尴尬。

大股东与重组标的密切相关

2014年的第一天，ST 天龙发布公告表示，收到了第一大股东黄国忠发来的公司赠予的5539.7万元现金，用于偿还债务，使得公司账面负债额减少9261万元。同时，黄国忠决定豁免ST 天龙集团对其的全部负债，债务合计账面金额为1.12亿元，这两项举措让ST 天龙避免了退市的风险。

不仅如此，重组一直悬而未决的ST 天龙还迎来了新的重组方案，2013年12月24日，ST 天龙公告称，公司于收到了黄国忠致公司的《关于重大资产重组进展的函》，该函称重大资产重组的标的资产已初步定为云南杨丽萍文化传播有限公司



司及另一家正在洽谈之中的文化旅游相关行业公司。

随后，这另一家“正在洽谈之中”的公司也浮出水面，2014年1月1日，ST 天龙公告称，公司拟以现金及发行股票方式购买桂林广维文华旅游文化产业有限公司(下称“桂林广维”)全部股权。

公告中表示，桂林广维成立于2001年7月18日，注册资本12亿元，法定代表人黎丰瑞，实际控制人为丁磊。公司主要业务包括《印象·刘三姐》实景表演、酒店管理、文化传播等，拥有B类歌舞表演、山水实景演出综合文艺表演营业性演出许可证。

而就在去年9月，索芙特曾计划通过定增的方式收购桂林广维，后于去年11月，桂林广维的大股东以“相关金融机构不能在短期内办理桂林广维股权解除质押手续”的理由终止了该次合作。那时便有媒体报道ST 天龙正在与桂林广维商谈收购一事，但遭到了ST 天龙和索芙特的否认。

根据ST 天龙提供的资料显示，黄国忠为广西钰德拍卖有限责任公司董事长，根据广西工商局信息，这家公司成立于2005年1月5日，营业地址为南宁市民族大道16号环球时代广场2517号，注册资本300万。

那么仅拥有一家注册资本为300万元的投资公司的黄国忠为何有如此大手笔，不仅于去年10月受让了ST 天龙前大股东中铁华夏以12亿元的价格售予的ST 天龙2000万股股份成功入主ST 天龙，还在ST 天龙“保壳大限”时对其派发了巨额“红包”？

记者发现，黄国忠或许跟桂林广维的实际控制人存在一定关联。根据南宁当地

报纸《南国都市报》2009年12月3日的报道显示，广西钰德拍卖公司实际为广西恒升集团旗下的公司。而丁磊则是恒升集团的董事长兼总裁。

据公开资料显示，广西恒升集团有限公司是一家集房地产开发、物流、贸易、酒店和旅游等产业为一体的综合民营企业集团。前身为百色市恒升房地产开发有限公司。公司项目横跨广西多地，包括南宁市、百色市、东兴市、凤山县等。

记者通过查找广西工商局信息显示，以“黄国忠”为法人代表的公司共有20家，其中“广西东兴市恒升旅游开发投资有限公司”、“百色恒升大酒店有限责任公司”、“凤山县恒升大酒店有限责任公司”等均为恒升集团旗下产业。

对此，ST 天龙董秘办人员对记者表示，有进展会及时公告，而桂林广维办公室主任和桂林广维控股股东广维集团办公室主任均表示对此事不太清楚，不愿多谈。

大股东一年两次更迭

事实上，ST 天龙近几年一直处于发展颓势，据Wind数据统计，其在2001—2012年的12年间有9年存在亏损。根据其2013年三季度财报显示，ST 天龙账面仍存在1879.36万元的亏损。

其主营业务自2012年7月便陷入了停产状态，目前仅靠自有房屋租赁来维持业务。据了解，在2000年上市之初，ST 天龙主营业务为日用百货、针纺织品、服装鞋帽、烟酒食品的销售、酒店旅游、食品加工等，后在经历三次主营业务变更后，于2011年主营业务确定为生产和销售中小

尺寸LED背光源产品，受托加工及品牌经营视频产品，同时自有房屋租赁。

除了主营业务的更迭，其大股东更是在一年内经历了两次变动。2013年1月6日，ST 天龙控股股东青岛太和恒顺投资有限公司与绵阳耀达投资有限公司(以下简称“绵阳耀达投资”)签署《太原天龙集团股份有限公司股份转让协议书》协议约定绵阳耀达投资受让青岛太和恒顺持有ST 天龙的381071万股股份(占公司总股本的18.82%)。

2013年4月16日，该次转让完成。但值得注意的是，绵阳耀达刚到手的股权便立刻倒手抵偿给了中铁华夏。根据当时公告，青岛太和将ST 天龙2000万股股份交给绵阳耀达指定的中铁华夏，用于抵偿绵阳耀达对中铁华夏的1.056亿元债务。此次划转完成后，中铁华夏持有ST 天龙股权占公司股本总数的9.88%，绵阳耀达持股占公司股本总数的8.94%。绵阳耀达实际上放弃了对ST 天龙的控股权，中铁华夏担保成为了ST 天龙第一大股东。

而就在中铁华夏入主ST 天龙半年之后，其就将所持2000万股股份全部转让给自然人黄国忠，转让价格为12亿元。去年11月25日，转让完成，黄国忠正式成为ST 天龙控股股东。

黄国忠当时表示，会积极协助ST 进行债务、资产重组工作，力争在2013年底前将上市公司的账面净资产由负转正，他还说，希望借助自身资源、整合优质资产积极促进上市公司健康、可持续发展。

那么黄国忠通过赠予的现金及债务豁免使得ST 天龙勉强“保壳”后，下一步的资产重组将是否能将ST 天龙解救于水火之中？

根据此前披露的数据显示，以山水实景演出《印象·刘三姐》为主的桂林广维在2013年盈利能力出现下滑状态。2010—2012年，桂林广维销售利润率分别为4521%、4993%和5356%，维持稳步上升态势；但2013年上半年，这一指标却骤降至4182%。

“像这种山水实景演出，因为内容基本上不会有太大变化，所以一般都会有从兴盛到衰退的过程，从数据上来看《印象·刘三姐》已经处在一个衰退期。”中投顾问文化行业研究员蔡灵对记者表示。

蔡灵同时表示，由于目前文化旅游产业是目前资本市场炒得比较热的概念点，对于“保壳”为当务之急的ST 天龙，更多地可能是出于资本方面的考量。对于此次重组是否能成功还要看公司接下来的具体计划。

美邦服饰涉嫌虚假宣传



鲍青霁 报道

一直对标优衣库科技型服装的美邦服饰(002269.SZ)，还未靠新创的纳米绒大幅拉升业绩，就遭到了行业协会的“当头一棒”。

近日，中国羽绒工业协会理事长姚小蔓公开质疑美邦服饰今冬推出的所谓纳米绒涉嫌误导消费者，有意违规宣传。“纳米绒其实就是聚酯纤维，价格较为低廉，美特斯邦威方面有意把聚酯纤维往‘纳米’和‘绒’上靠，直接和羽绒进行对比，实则是把廉价的蓬松棉添加上‘科技、天然’的概念。”

“美邦此举纯属混淆视听，涉嫌欺骗消费者。”该协会秘书长董禹灼甚至直接定性此事。

2013年6月末，美邦服饰曾煞费苦心的选择在西藏拉萨和云南丽江两地首发去年秋季主打系列“NFT 新能量科技绒”产品，其一把手美邦服饰董事长周成建更是在不同场合奋力为该“创新材料”背书吆喝。有业内人士指出，骤然遭遇行业协会如此定性，消费者“用脚投票”的行为恐难避免，其科技纳米绒材料产品日后的销售与品牌宣传或将迎来重大挑战。

“虚假宣传”风波

正向快时尚、科技型服装积极转型的美邦服饰，经历了此前多年的探路和市场研究，端出的第一盘真正意义上的“科技主打大菜”正是纳米绒系列。

定价在三至五百元上下的美邦纳米绒秋冬保暖衣物，分为纳米绒马甲、外套等多个版型，十余种颜色，遍布目前美邦服饰各个店铺。

其官方关于“新热量纳米绒”的定义如下：“创新使用咖啡碳纳米纤维，热传导技术有效吸收外部热源，瞬间转化为热能导入体表，奇迹般使体表温度达到人体最佳值。”“这种工艺做成的蓄热纤维能够在相同时间及热源照射下比一般羽绒、普通棉温度平均升高5℃左右。”

然而，在行业协会负责人的眼中，美邦所谓奇迹般的创新材料纯属误导消费者的“伪高科技”。

姚小蔓曾向媒体表示，从来没听说“纳米咖啡碳纤维”这个概念，也没有见过像美邦这种“蓄热、改性聚酯纤维”的标注方式。而像美邦口中所说的“纳米咖啡碳蓄热纤维形成封闭式气囊，能有效锁住热量”的解释，通常该类技术是用于航天服装的保暖材料，价格相当之高。若要以美邦“纳米绒”三五百元的定价来看，是不可能实现的。

该协会秘书长董禹灼表示，面对这类涉嫌虚假宣传的行为，协会是出于为保护消费者正当权益而发声的。

面对专业协会的质疑，美邦服饰方面紧急回应称，无论是何种面料，其制成的服装产品一定需要符合《国家纺织产品基本技术规范》才能上市，美邦服饰的纳米绒产品也严格符合相关标准并通过了多地质监及工商部门的检测。“我们在广告中的主要诉求是关于纳米绒保暖效果，并不存在任何误导公众认为其跟羽绒有任何关联的做法。”

利润增长点或踩刹车

周成建曾不止一次表达出对于美邦服饰加重科技因素的希望，而技术相对成熟的海外竞争对手优衣库凭借新型保暖内衣、新型羽绒服等产品已经赚得盆满钵满。优衣库亦与知名碳纤维生产商东丽等公司达成长期合作，并将其技术应用到服装材料科技创新之中，这也与美邦服饰此次主打的概念颇为相似。

“熟悉平价时尚的美特斯邦威近年来的转型意图有目共睹，与ZARA、H&M这些外资快时尚争夺市场并不占优的美邦一直希望另辟蹊径，复制优衣库的成功模式。二级市场也一度表示谨慎乐观。”前述业内人士表示，而纳米绒或将遭遇的重创打击也让资本市场对其下一步业绩新刺激点的期待有所放低。

早在美邦服饰2013年季报中，公司就曾透露：“报告期内公司实现营业收入57.16亿元，同比下降20%，而在净利润方面录得3.82亿元，较上年同期下降了约49.12%。”

近期公布的美邦服饰退出北京王府井的消息就折射出了这家中国服装业巨无霸的现实压力。值得注意的是，就在2012年，美邦就曾因为相似的理由关闭了开张仅三年的上海淮海路2000平方米ME&CITY旗舰店，长期入不敷出被指是背后诱因。

上海建工对外业务渐入佳境

杨伟中 报道

上海建工(600170)如今在承接海外工程业务上开始渐入佳境，不仅靠富有竞争力的工程总承包打开局面，而且还善于借助国际投融资带动工程总承包业务，又通过介入其它产业的投资联动，从而实现了向综合设备采购等服务性业务出效益。据公司总裁杭迎伟16日上午在与媒体记者见面时透露，上年度上海建工所完成的营业额和新签合同额继续保持着两位数增长，而面向海外所签的合同额达到了人民币50亿元。

上海建工近些年来在承担上海地区众多重大工程建设，并加快“走进”国内重点区域市场的同时还在海外合计25个国家与地区插上了“SCG”上海建工英文缩写大旗。

经过多年的历练，上海建工在拓展海外市场方面已经颇有章法。事实上，通过承建上海金茂大厦、环球金融中心和在建的上海中心等一批国际性竞标项目，上海建工拥有了国际报价、国际采购和国际工程管理能力；在建造上海卢浦大桥和国家大剧院、广州电视塔等一批“高难”超级工程中，累积了包括施工工艺、工程技术等方面富有国际领先水平的能力。由此，上海建工在工程建设中逐步掌握了国际通行的设计施工一体化与包括融资、设计、采购和施工在内的工程总承包能力，使得其海外项目越做越大。

近6年中，上海建工已累计完成海外工程营业额366亿元，共在25个国家和地区完成了55个项目，除了房产竣工面积达145万平方米之外，还建成了累计1000多公里的道路桥梁。如今，上海建工海外业务已从房建与市政领域向着电站、机场和码头等领域拓展，其中包括已竣工的土耳其卡德米尔燃气锅炉电站与印尼邦加岛燃煤电站2号机组，已试运转成功的秘鲁

霍扎水电站2号机组。

通过国际竞标承建当地的标志性建筑，上海建工创出了“SCG”品牌，站稳了脚跟，进而加快了其“走进”海外重点区域市场得步伐。特立尼达和多巴哥西班牙港国家演艺中心和圣费尔南多国家演艺中心是上海建工在海外通过国际竞标承建的2座大型公共建筑，上海建工凭借着建造北京国家大剧院、上海大剧院等所积累的成套技术和总承包管理经验，终于把具有世界建筑水准的一颗璀璨明珠镶嵌在加勒比海地区，由此又接连中标多项工程。近6年来，上海建工已累计在该国中标12个项目、合同额40亿元。

通过国际投融资带动工程总承包，上海建工成功地开辟了一些海外重点区域市

场。如由上海建工负责实施的柬埔寨“两桥一路”项目，作为中国进出口银行在柬首个提供优惠买方信贷重大工程项目，其中的洞里萨河大桥、湄公河大桥跨度都在千米以上，湄公河大桥的水深是达40米以上，上海建工建设者历时50个月的攻坚克难，如期实现了竣工移交，两座桥被柬方命名为“中柬友谊大桥”。6年来，上海建工已在柬埔寨承接14项路桥工程，建成国家级公路1000多公里，并修建了大小桥梁近200座，其中跨度千米以上的特大桥3座，而工程领域又扩展到当地的港口码头，成为上海建工在海外的成熟区域市场。

通过投资联动，打出深度开发“组合拳”，发挥了产业集群的拉动效应，加快了上海建工“走进”海外重点区域市场。2010

年10月，上海建工旗下外经公司初涉非洲的厄特市场，伴随着成功收购当地一座金矿，近3年来上海建工已从单个项目和单种业态朝着综合项目和多种业态拓展，至今已累计签订订单达5亿美元。如外经公司发挥了其拥有成套机械设备出口服务贸易的优势，完成了向厄国出口两期共计1.7亿美元的3000多台(套)工程机械设备集成采购贸易业务，以及一个厄特的电站EPC优贷项目；还承建了合同金额达6.319亿元的厄特涉农项目，包括3座食品冷库、1座食品罐制罐厂及1座农业用灌溉管的PVC&PE生产线等项目，这些大型设计与施工一体化(EPC)涉农项目，已在去年5月上旬动工。眼下，厄特已成为上海建工开拓非洲市场的重要“根据地”。

军旅独一窖
军中无戏言 军酒尽情喝
中国军旅文化首创酒
軍中★美酒
成都军星酒业有限公司出品 / 四川·成都 全国客服热线: 400-028-7199
Http://www.cdjunxing.com 电话: 028-82396177 传真: 028-62183739