

绿盒王老吉股东纠纷再起 香港同兴欲向白云山索赔 1.3 亿

■ 叶碧华 报道

9 月 25 日晚间,广药白云山紧急发布公告,就旗下王老吉药业外资股东香港同兴药业提出的高达 13 亿元索赔作出说明。

据香港同兴药业最新对外通告表示,该公司已于 9 月 17 日接到中国国际经济贸易仲裁委员会发出的管辖权及案件受理决定。同兴药业请求确认广药旗下的王老吉大健康产业公司违反双方合资企业王老吉药业的《股东合同》及《公司章程》,并提出裁决白云山自 2012 年 5 月 28 日至 2014 年 7 月 14 日因违约给王老吉药业造成的经济损失人民币 1.3 亿元。

对此,广药白云山称,王老吉大健康产业公司是广药白云山依照相关法律法规成立的合法全资企业,其“王老吉”商标的使用符合相关法律法规和相关合同约定,同时对该案件的管辖权问题提出异议。

此前,同兴药业已正式向广州中院提起解散合资公司的诉讼,受近期股东内讷影响,明年 1 月 25 日就合资期满的王老吉药业公司已成为这场斗争的最大受损方。据广药白云山最新财报披露,今年上半年王老吉药业收入 1404 亿元,同比下跌 5.5%,净利润同比大幅下滑 50%至 3735 万元,净利率跌至 2.7%。

索赔 1.3 亿元

2004 年 8 月,香港同兴药业以增资入股的形式与广药共同成立广州王老吉药业股份有限公司,双方各占 48.0465%股权,其余 3.097%的股权由自然人持有。合资期限为 10 年,至 2015 年 1 月 25 日止。

多年来,双方一直相安无事,王老吉药业主要生产绿盒王老吉,而红罐王老吉的商标使用权则租给加多宝公司。然而,随着 2012 年 5 月红罐王老吉商标使用权被判归广药集团后,双方矛盾开始爆发。

同兴认为红罐王老吉商标使用权判归广药是违反了双方最初的合资约定,而广药也对同兴药业董事长王健仪多次出面为对手加多宝站台而大为不满,最终在今年 6 月,同兴表示不再续约并提出解散合资公司要求。

记者了解到,同兴药业于今年 8 月 13 日向中国国际经济贸易仲裁委员会提交仲裁申请书,请求确认广药白云山作为中方股东独资成立的“广州王老吉大健康产业有限公司”及其使用“王老吉”商标销售凉茶行为,是违反双方合资公司王老吉药业《股东合同》和《公司章程》的行为;并请求仲裁委员会裁决白云山赔偿给同兴药业自 2012 年 5 月 28 日至 2014 年 7 月 14 日因违约行为给王老吉药业造成的经济损失人民币 1.3 亿元。

同兴方认为,白云山 2012 年 2 月 28 日独资成立的王老吉大健康,使用“王老吉”商标进行销售红罐凉茶,这一行为严重挤占了王老吉药业的市场份额和竞争力,同时损害同兴药业及股东利益。

为此,同兴提出白云山应按同兴药业拥有合资公司 48.0465%股权计算,相对应赔偿给同兴药业 1.3 亿元(实际数额以委托的审计机构做出的专项审计数额为准)。

面对同兴方的索赔,广药白云山认为,是没有根据而且是“损害公司市场形象、干扰正常生产经营”的行为,并强调成立王老吉大健康符合相关法律法规和合同约定。此外,广药还对此次仲裁申请的管辖权问题提出质疑。

“根据王老吉药业《股东合同》中关于仲裁条款的约定,选定的仲裁机构为中国国际贸易仲裁委员会华南分会,该机构于 2012 年 5 月更名为华南国际经济贸易仲裁委员会。根据《中华人民共和国仲裁法》的相关规定,该案件的管辖权问题尚待确定。”广药白云山表示。

合资公司经营受损

值得注意的是,除了向广药提出高额索赔以外,同兴还列举了广药涉嫌在合资期满前掏空合资公司资产的系列“证据”。其中一项就是,王老吉药业在今年 9 月 5 日向广州市科技和信息化局申报的“广州市王老吉凉茶研究院”项目。

根据广州市科技和信息化局项目申报资料显示,该项目总投资为 2.31 亿元,其中合资公司也就是王老吉药业已投资 6100 万元。但同兴认为,该项目在未经过股东大会、董事会同意,并在股东方同兴药业不知情情况下,擅自动用合资企业资金向政府申报此项目,“涉嫌利用合资企业到期之际,掏空王老吉药业资产”。

“该笔资金(项目投资额)是预算外支出,且金额牵涉巨大,在 6100 万已投资金后,2014 年经费为 4150 万,2015 年为 8500 万,2016 年为 4350 万。”同兴认为,该项目时限超越了 2015 年 1 月 25 日的合资期限,在合资企业去向未明,且王老吉药业解散之诉尚在广州中院走司法程序时,这一跨时限的重大投资行为没有得到股东大会批准,是欠妥和不当的行为。

对此,广药集团内部人士回复记者称,同兴药业一方早在一年多前便开始干扰和阻挠董事会正常运作,导致董事会无法执行日常工作,在不得已之下王老吉药

业才成立临时管理委员会以维持合资公司正常运作。

“不管是国际仲裁委员会还是各地各级人民法院的判决都是支持广药维护自身合法权利的,反观同兴一方,自己都没办法撇清跟加多宝的关系,还经常打着民族品牌的旗号故意挑起大家对国企的情绪。”上述人士认为,当下正值是国庆凉茶消费旺季,王老吉营销团队正密锣紧鼓做准备,而且还投资数百万元植入抢驻国庆黄金档期的电影《亲爱的》,销售势头良好,同兴方故意选择在这个时候索赔 1.3 亿是一场有预谋的打击行动。

今年上半年红罐王老吉收入 38.61 亿元,同比增 12.08%;净利润 2.05 亿,同比增 55.3%;而受益于两片罐包装换成三片罐、规模效应及费用控制等因素,红罐王老吉净利率提升至 5.3%,较去年有明显提升。

不过,对于王老吉药业目前的经营业绩,就连广药也承认受股东纠纷影响合资公司利益已经受到损害。广药集团副总经理倪依东此前称,同兴药业一系列违反王老吉药业《合营合同》及《公司章程》规定的行为,已造成王老吉药业损失超人民币 2 亿元,广药将依法追究同兴药业的赔偿责任。

据了解,广药集团已于去年 8 月向法院提交诉状,向王老吉药业索赔 2006 年至 2012 年间少交的 1926 万元商标使用费,涉及产品商标 13 个,其中就包括“王老吉”品牌。这一表面上是针对王老吉药业的举动,实际上更多的是针对同兴。

“目前,该案件(1.3 亿元索赔)的审理程序尚未开始,仲裁结果存在不确定性,本公司尚无法准确判断本次公告的仲裁事项对本期利润或期后利润的影响。”广药白云山表示。

等离子业务拖累业绩 四川长虹拟剥离

■ 岳琦 报道

等离子电视市场的萎靡,让拥有国内唯一一条等离子面板量产线的四川长虹坐不住了。

“目前公司正在策划非公开发行股票事宜,同时正在论证公司等离子屏及模组资产和业务处置方案。”四川长虹近日公布重大事项进展,但这一纸公告将运营长虹等离子面板业务的四川虹欧显示器件有限公司(以下简称虹欧公司)推到聚光灯下。

事实上,等离子业务已成为四川长虹的一大“包袱”,投资超过 20 亿元的虹欧公司自投产以来深陷巨亏。

9 月 24 日,记者从虹欧公司内部人士处了解到,该公司目前已经在做停产准备。此外,记者发现,长虹集团在安徽合肥控股的一家等离子业务公司亦开始转型液晶领域,甚至开始涉足房地产开发。“长虹的等离子生产线迟早会停产。”曾父咨询机构首席顾问刘步尘认为,整个等离子产业链难以为继,长虹的产业调整中,等离子业务首先被“动刀”。

对此,四川长虹集团企划部部长刘海中表示,目前还没有更多的信息可以提供,相关情况以公告为准。对虹欧公司即将停产的消息,刘海中也未做出回应。

等离子业务遭“处置”

今年 5 月,四川长虹召开 2013 年年度股东大会,四川长虹董事长赵勇在向投资者说明公司战略时称,公司今年将对产业进行调整,将对不符合公司战略、对发展造成拖累的子公司,进行战略重组或者退出。

记者了解到,主营等离子面板制造的虹欧公司亏损最为严重,2013 年亏损 347 亿元。而等离子行业也持续萎缩,此次长虹产业调整,虹欧公司成为外界关注重点。

9 月 19 日晚间,长虹发布停牌进展公告称,目前公司正在策划非公开发行股票事宜,同时正在论证公司等离子屏及模组资产和业务处置方案。如不出外界预料,对等离子资产和业务的处置是此次长虹产业调整的重头戏。

2007 年,长虹斥巨资启动虹欧公司 PDP 等离子面板项目一期工程,规划总投资 6.75 亿美元,年产 PDP 模组达到 216 万片。但近年来,伴随市场的萎缩,很多国际知名厂家选择了退出。目前全球的 PDP 生产商只剩下三星、LG 和长虹等企业。

虽然在成立之初承载了众多的光环



和赞誉,但虹欧公司近年来因连年亏损为投资者所诟病。记者在今年 4 月的调查显示,在连年亏损和市场萎靡之下,虹欧公司已在主动控制产量,实施间歇性生产并分流员工。

设备将转入停线状态

NPDDisplaySearch 中国区研究总监张兵此前对记者表示,从三星和 LG 的战略来看,退出 PDP 也是迟早的选择。据 NPDDisplaySearch 预测,到 2015 年末,等离子电视将完全消失。

在产业不断萎靡之下,虹欧公司的日子日渐艰难。据记者此前获取的一份包含虹欧公司生产计划的资料显示,2014 年 1-3 月,公司共生产各型号的 51 寸 PDP 模组约 10 万台,其 4 月份的生产计划仅为 3.7 万台。

事实上,2013 年全年,虹欧公司产量达 120 多万台,每月平均生产约 10 万台。而虹欧 PDP 生产线的设计产能可为年产 200 多万台。

上述内部人士介绍,根据公司内部通报的生产计划安排,2014 年 9 月底量产扫

线结束后,虹欧公司设备转入停线状态,就地自然条件存放且不再开启。对此,记者向刘海中求证,但他仅表示以公告为准,并未正面回应。

刘步尘则认为,等离子生产线一定会停产。从四川长虹本身来看,其国企改革的第一步就是剥离不良资产,等离子业务就是巨大包袱。

张兵表示,按照产业规律,规模大小会导致产业链断裂,一些原材料和催化剂等组件厂商将选择退出这个行业。

尽管在公告中,四川长虹并未说明等离子资产处置的具体事宜,但其“处置”的说法已经被外界解读为“剥离等离子屏业务的意愿已彰显”。

等离子项目公司转型

此外,长虹集团目前持股 68.75%的安徽鑫昊等离子显示器件有限公司(以下简称鑫昊公司)也曾一度因等离子面板生产线备受关注。

2009 年,合肥新站区下属合肥鑫城国有资产经营有限公司投资 20 亿元注册成立鑫昊公司,长虹集团则与当地政府合

作,一同运营此项目。按规划,鑫昊公司将建设一条年产能 150 万片(42 英寸计)的等离子面板生产线。

时至今日,长虹集团按照约定先后斥资 2 亿元和 3 亿元回购鑫昊公司 20%和 18.75%的股权。但鑫昊公司的等离子面板项目似乎并不顺利,开始寻求转向液晶领域。据鑫昊公司今年 1 月股权转让时的挂牌信息显示,该公司 PDP 工程存在多处纠纷,而在建工程高达 15 亿元。

据合肥土地市场网消息显示,鑫昊公司 2013 年 6 月还以总价 6.93 亿元价格取得合肥市 XZQTD148 号地块。随后,该地块被打造为“世纪荣廷”项目,用地 18.5 万平方米,总建筑面积约 798 万平方米,主要建设内容为住宅、商业及配套。

鑫昊公司一位袁姓经理对此表示,鑫昊公司地产项目进展顺利,而且已经办理了房地产相关资质,对于工业板块的发展不太清楚。

2013 年初,四川长虹公告透露,为避免经营风险,公司将不参与对鑫昊公司的增资,并称将在鑫昊公司量产并开始盈利后再考虑与虹欧公司整合事宜,这也给外界留下诸多遐想。

太安堂 3.5 亿 收购电商康爱多

■ 陈时俊 石千里 报道

大型上市公司在医药电商市场的并购计划,正因政策的明朗化而沸腾。

9 月 17 日晚间,中成药企业太安堂发布公告称,公司拟以 3.5 亿元收购广东康爱多连锁药店有限公司,以此作为捷径切入医药电商领域。而太安堂将通过非公开发行募集资金的方式支付该笔收购款项。

在业界看来,太安堂此举显然是为赶上医药电商热潮而紧急改变的战略导向。此前太安堂曾计划以公开发行募集资金,投资逾 4 亿元用于太安堂电子商务及连锁业务建设项目,实现公司产品线上运营。而后因为项目上马速度的考量,转而把自建变为收购。

“太安堂与康爱多的牵手,双方是互利共赢的。对于太安堂来说,快速地进入医药电商领域是扩展经营范围、完善产业链以及发展新领域最快的办法。而对于康爱多,这一买卖做到了其创业 3 年 11 倍的投资回报,成功实现了个人投资套现,这对于小型企业的投资人已足够有诱惑力了。”国内医药电商专家廖光会向记者表示。

速成型医药电商

康爱多从企业创立到如今成功转手交易,其间只经过了四年时间。

记者得悉,康爱多 2010 年 7 月成立,起初投资额仅为 3000 万元,决策团队也是以 7 大合伙人为核心架构。若以此计算,如今太安堂 35 亿元的收购价,使其原始投资人收获了超过 11 倍的回报。

太安堂方面透露,康爱多如今已拥有康爱多网上药店(自建平台)、康爱多大药房旗舰店(天猫)及移动互联网 Web 端多个电商主力渠道,并在业界和消费者中树立了良好的品牌效应。截止到今年 3 月份,康爱多已经在电脑、手机、移动 APP、微信等渠道提供较为成熟的购买咨询及交易服务,同时康爱多与天猫建立了长期稳定的良好合作关系,借助天猫平台的快速发展,2012 年、2013 年 1 月-7 月销售额在天猫网上药店排名前三。

2013 年,康爱多实现营业收入 1.6 亿元,净利润则为 304 万元。而今年前七个月内,公司共实现营业收入 1.8 亿元,净利润达到 626 万元。作为收购方,太安堂也给康爱多今后的发展立下了“军令状”——康爱多 2014-2017 年度实现的销售收入将分别不低于 28 亿元、64 亿元、115 亿元和 145 亿元。同时承诺,这四年每年的净利润将分别不低于 500 万元、800 万元、2000 万元和 3000 万元。

在廖光会看来,康爱多这类初创的小团队医药电商企业,核心价值为其官网建设能力和药市服务能力,太安堂花 3.5 亿买的实际上也就是官网运营团队和他们的管理能力。康爱多本身已摆脱亏损的负担,选择收购这一标的,等于就是为那些急于进入医药电商领域的上市公司找到了一种暂时可盈利的经营模式。

行业收购潮来袭

医药电商的井喷式发展正汹涌来袭。截止到 2013 年底,国家食药监局登记获得网上药店牌照的有 150 家,仅仅半年,今年 6 月这一数字已迅速增至 193 家。

公开数据显示:2013 年我国医药电子商务规模为 426 亿元,仅占整个电子商务市场的 0.7%。然而,2011 年和 2012 年这一数字分别为 4 亿元和 16.6 亿元,连续三年年均增速超过 200%,基数较低但增速强劲的现实足以让投资界兴奋。

随着《互联网食品药品经营监督管理办法》的出台,医药电商的政策导向已经全面落实。原本“只欠东风”的传统电商企业与上游医药公司均摩拳擦掌寻求着机会。而由于销售牌照的稀缺性与电商经验的缺乏,传统企业更倾向于以兼并模式打入医药电商,这也催生了行业内资本交易不断暗流涌动。

一位前知名医药电商负责人告诉记者,未来两三年互联网电商竞争的环境不明朗,如医药电商这样的细分领域将会有一场重新排序。如此背景下,中小型初创企业必须背靠一个上市公司来寻求稳定。但对于上市公司来说,并非所有的小型企业都值得收购。

“收购的时候还是要关注这类企业的实际资产,如此番康爱多这样的企业,线下只有五家实体店,轻资产的现状也使得收购起来较为容易。一旦线下店铺很多,后期的整合与梳理就会比较麻烦,反而成为一种负担。”该负责人表示。

值得注意的是,类似太安堂这样的传统药品生产企业,流通领域的经验基本局限于线下某个区域,将生意从线下转移到线上去做,外界对其打通生产、仓储、供应与线上线下门店融合的实际效果,则多是持谨慎乐观的态度。

