

·快讯·

## 牧高笛上市 代工业务占比超六成

北京商报讯(记者 孙麒麟 林杉)3月7日消息,户外运动用品公司牧高笛正式在上海证券交易所上市。目前,牧高笛在原有OEM/ODM业务的基础上,正重点开拓自主品牌业务。

根据牧高笛发布的招股说明书,2016年牧高笛营业收入为4.31亿元,净利润为4748.69万元;2015年营业收入为4.55亿元,净利润为5424.3万元;2014年营业收入为4.32亿元,净利润为3506.34万元。

据了解,牧高笛创立于2006年10月,由来飞野营和华安机械共同发起,自设立至今一直专注于露营帐篷产品的研发、设计、生产和销售,以OEM/ODM模式为全球客户提供帐篷产品的开发设计和生产制造服务,牧高笛80%以上的露营帐篷产品出口至欧洲和南半球国家。根据中国海关出口统计数据,2014年和2015年牧高笛帐篷类产品出口额在国内同类出口企业中排名分别为第三位和第二位。

牧高笛的OEM/ODM业务产品以帐篷为主,海外业务由公司下设业务中心负责开发,业务客户分为普通零售商、专业零售商和品牌商三类。

2014年度、2015年度和2016年度,牧高笛的OEM/ODM业务实现销售收入2.62亿元、2.84亿元和2.65亿元,占主营业务收入的比例分别为60.71%、62.53%和61.66%。

同时,牧高笛在保持OEM/ODM业务稳步发展的基础上,重点开拓自主品牌业务,通过品牌培育、自主品牌设计、供应链管理、营销网络优化等举措,依托自主品牌“Mobi Garden”和“牧高笛”在全国范围内向大众消费者提供户外服饰和装备产品。2014年度、2015年度和2016年度,公司自主品牌业务销售收入分别为1.7亿元、1.7亿元和1.65亿元。

## 银星能源2016年扭亏为盈

北京商报讯(记者 孙麒麟 实习生 骆梦依)3月7日,宁夏银星能源股份有限公司(以下简称“银星能源”)发布的2016年年度报告显示,公司去年实现营业收入14.43亿元,较上年同期增加19.7%,实现净利润1103万元,比上年同期上升109.24%。

对于业绩扭亏为盈,银星能源表示,公司已具备新能源发电项目工程安装、风机检修和齿轮箱检修的能力,这已成为银星能源新的利润增长点。报告期内公司全资子公司内蒙古阿拉善银星风力发电有限公司成功拓展新能源服务市场,EPC总包完成了太阳山光伏发电厂9.36MWp和红寺堡光伏发电厂10.02MWp两个补容提效改造项目,对公司经营成果产生积极影响。

据了解,2015年银星能源营业收入为12.05亿元,比上年同期减少16.22%,净利润亏损1.2亿元,比上年同期减少704.47%。对于业绩下降的原因,银星能源表示,亏损主要受新能源发电产业持续限电因素影响。

由于用电需求增速放缓、电网输送通道建设滞后和风电预测精度差等问题,新能源发电资源富集地区在短期内存在限电的现象。新能源发电上网电价未来可能逐步降低,会削弱新能源发电的盈利能力。自治区能源资源分配殆尽,新能源资源的争夺和项目审批竞争将更加激烈,新能源入网难度将继续加大。

## 蒙牛收购现代牧业已获过半股本

北京商报讯(记者 孙麒麟 王子扬)蒙牛对现代牧业提出收购要约一事已有最新进展。3月7日,蒙牛与现代牧业联合发布公告称,股份要约已于3月7日下午4时整接获12.5亿股有效接纳,相当于已发行股本约57.99%。蒙牛方面表示,要约将仍然可供接纳,最终截止时间为3月21日16点。

此前,蒙牛及现代牧业公布,蒙牛将向Success Dairy II收购9.65亿股现代牧业股份,代价18.73亿元,令蒙牛于现代牧业持股由25.4%增加至39.9%,并须提出有条件强制性现金要约收购现代牧业余下全部已发行股份,每股要约价为1.94元。在要约结束后,蒙牛拟继续从事现代牧业集团的现有主要业务,现代牧业集团董事会组成会发生相应变动,而蒙牛将会维持现代牧业的上市地位。

业内人士认为,收购现代牧业可能对蒙牛财务造成影响,但预计影响将逐步减小。根据2015年报显示,蒙牛实现销售额490.265亿元,净利润23.67亿元。如果按照10%增长计算,意味着蒙牛2016年销售额或达到540亿元,而实际结果或更多。

事实上从去年开始,受原奶价格下跌的冲击,国内原奶上市公司均出现不同程度的业绩下滑,但这并没有阻挡乳制品企业向上游布局的脚步。在蒙牛收购现代牧业之前,伊利也已发布公告称,出价52.9亿港元收购中国圣牧37%的股权,布局上游原奶领域,乳企对上游原奶的控制已刻不容缓。

## 生物基材料塑料瓶商业化提速

北京商报讯(记者 孙麒麟 王子扬)3月7日,记者分别从雀巢与达能处获悉,两家全球最大的瓶装水公司的饮用水业务将联合位于加利福尼亚州萨克拉门托市的初创企业Origin Materials,创立NaturALL Bottle Alliance塑料瓶联盟,旨在开发用生物基材料(即采用100%可持续和可再生资源)制作的塑料瓶,并进行商业化。

据了解,新一代PET材料延续了当今塑料材料重量轻、透明、可回收和产品保护性能好的优点,同时比较起来给地球带来更大的益处。NaturALL Bottle Alliance塑料瓶联盟的重点研究领域是完全使用可再生原料,不占用粮食生产的资源或土地。研发最初将集中于使用纸板、锯屑和木屑,但也将探索使用稻壳、稻草和农业废弃物等其他生物质材料。

目前市场上的现有技术只能制造出PET生物塑料含量不超过30%的塑料瓶,而此次项目的突破性技术则有望打造100%生物塑料瓶并投入商业应用。推动这项技术尽快得到广泛运用,达能和雀巢将为Origin Materials公司提供专业知识、团队和资金支持,希望在最短的时间里,促成此项新技术的商业化实施。

达能塑料材料研发部门负责人Frederic Jouin表示,联盟的目标是通过采购可持续发展材料,为所有塑料创造第二次生命,来建立包装循环经济。相信生物基包装材料可以替代传统的化石材料。通过各方的齐心协力、专业技术和资源互补,联盟可以以更快的速度开发出可以商业化生产的100%可再生和可回收PET塑料。

据雀巢方面给出的信息显示,目前雀巢饮用水所使用的包装瓶,中国地区均为企业自产自用,研发的100%生物基材料的新塑料瓶将于2020年摆上商店货架。

## 共享狂欢 自行车产业末日重生

责编 孙麒麟 美编 王飞 责校 刘凯晶 电话:64101880 kuaijiaogao@163.com

持续火爆的共享单车正在成为挽救自行车厂商的救火队员。北京商报记者日前调查发现,自ofo、摩拜单车等共享单车品牌跑马圈地以来,一度惨淡经营的自行车市场重燃生机,中大型自行车厂商们接连收到各类共享单车品牌的自行车制造订单,业绩持续攀升。虽备受争议,但作为共享经济领域的新领军业态,共享单车的出现进一步盘活了正在转型升级的自行车制造市场。短期来看,自行车厂商订单翻番,行业重拾活力;长远来看,消费者骑行文化可借势培养,城市交通“最后一公里”出行难题有望进一步改善。不过,共享单车短期内“拼杀”,为自行车厂商带来的红利并非长久之计,自行车厂商如何借共享单车之风进行产品创新、强化品牌、提升核心竞争才是核心要义。

## 订单猛增

共享单车快速发展成为自行车厂商的一剂强心剂。广州赞恩自行车文化有限公司经理叶植松最近忙着接订单、分配生产,他告诉北京商报记者,共享单车在各个城市“大肆圈地”,使得自行车需求量大增,产业链上游的自行车厂商订单变得越来越多。“目前公司已经接到了多个共享单车平台的订单,为保证按时完工,工厂正加班加点地进行生产,此前工厂每个月约生产4万多辆自行车,共享单车订单融入后,工厂产能可以提升80%。”

与叶植松同样忙的还有天津市佳马自行车厂经理白凤宝,最近她工厂里面忙着生产前的准备,白凤宝表示,公司正在与某共享单车平台洽谈合作,如果合作最终达成,工厂产能也会有不小的提升,对企业的业绩有一定的刺激作用。

另有消息称,深圳地区多个自行车厂商都在共享单车火爆之后获得大量订单。深圳市喜德盛自行车有限公司董事长谭伟龙在接受媒体采访时表示,企业有年产能500万台的产能,去年生产销售了300万台运动自行车,目前,一个月的产能已经增加到了其年产能的1/3。



加了1万辆,在短短几个月内,共享单车的订单量已经占到公司总订单量的1/3。

北京商报记者调查了解,自共享单车强化各地市场布局开始,各大平台纷纷寻求中大型自行车厂商合作,产能、质量、设计成为共享单车考量合作自行车厂商的主要标准,ofo方面昨日向北京商报记者介绍,ofo目前与飞鸽、凤凰等许多优秀中国自行车企业牵手合作。同时,包括摩拜单车、优拜单车等也在强化与上游自行车及自行车配件厂商的合作,受到共享单车青睐的自行车厂商短时间内收获大量订单,据ofo方面透露,与该平台合作的“飞鸽”品牌自行车,在短短4个月,ofo的订单就达到了其年产能的1/3。

## 重获新生?

伴随低碳、健康、时尚的骑行方式风靡全国,捷安特等一批国外自行车品牌率先抓住该消费趋势,全面发力中国市场,与此相比,国内大部分自行车品牌意识不足,在与国外品牌的竞争中处于下风。上海凤凰自行车有限公司总裁、中国自行车协会副会长王朝阳对北京商报记者表示,共享单车尚未出现时,国内自行车

市场一直处于转型升级阶段,由于缺乏渠道营销手段和品牌保护意识,国内自行车品牌转型艰难,从销售数据来看,过去两年,我国自行车行业销售呈现下降趋势。不过,共享单车出现后,拥有品牌、产能、资源和资金实力的大中型自行车厂商开始收到共享单车平台抛出的橄榄枝。

据王朝阳介绍,国内目前自行车市场上每年拥有约8000万辆的产量,其中,超过七成用于出口,国内消化产量约2000万辆,共享单车的火爆为我国自行车行业带来了产能为2000万-3000万辆。ofo方面表示,面对竞争对手和入局者的增多,ofo仍需要增加单车投放量。一方面,ofo未来会继续推进“城市战略2017”,2017年底将覆盖到国内200座城市;另一方面,ofo与飞鸽、凤凰、富士达等制造厂商扩大合作,确保市场投放量的供应,今年将会投放超过2000万辆车,继续保持市场份额最大、接触用户面积最大的共享单车。同时,抢先占有海外市场先机也在ofo的市场拓展计划之中,ofo目前已经进驻了新加坡、伦敦、旧金山三个海外市场。

在车辆的投放上,ofo的老对手摩拜单车也不甘示弱。今年1月,摩拜单车宣布

获得富士康战略投资,双方达成战略合作,摩拜单车独享富士康500万量级产能。牵手富士康后,摩拜单车的车辆生产能力将在原有产能基础上翻倍,总产能将超1000万辆/年,为未来进入更多国内外城市、继续快速扩张提供车源供给。

## 应对产能过剩

资本助推下,共享单车通过快速投放单车拓展市场,自行车厂商疯狂接单的同时也引发外界担忧,自行车产能过剩是否会成为共享单车市场格局初定的最终结局?王朝阳表示,共享单车因面对激烈的市场竞争会采用超量投放的方式占有市场,但当共享单车进入平衡期之后,市场上多出这部分产能将让自行车市场进入另一个调整期,作为自行车厂商应该提前面对。

同时,王朝阳强调,共享单车带来的产能主要集中在大中型企业内,小型自行车企业大多拿不到订单。叶植松也表示,目前赞恩与共享单车平台的合作分为两种方式,一种是平台提供配件,工厂负责组装;另一种就是由平台向工厂定制,所有生产由工厂完成,共享单车平台在向一些自行车厂发出订单需求后,接到订单的企业在产量上往往会完成不了,这时就会向其他企业分销该订单,有两个或多个企业来共同完成订单,而被分销的企业一般是中小企业,但也还会有不少小型企业难以接到订单。

白凤宝表示,共享单车平台在选择代工厂方面一般会选择大中型企业,小型企业不会考虑,因此在行业不景气的大环境下,小型企业接不到订单的话更难以为继,甚至会面临倒闭,这也就造成了自行车行业出现了两极分化的局面,“虽说共享单车的火爆为自行车厂带来了订单,但从另一方面来说,共享单车的出现,对于自行车行业也有着不小的冲击”。

北京商报记者 孙麒麟 王子扬/文  
CFP/图

S 重点关注  
Special focus

## 虚商分享通信靠员工借款苦撑

困扰分享通信集团(以下简称“分享通信”)股权纷争与资金困局至今仍未觅得合理的解决方式。当分享通信董事长蒋志祥当众拨打公司二股东贾树森电话无人接听时,前来参加媒体说明会的众多记者略显错愕,近5个月的股权纷争仍在持续发酵。

自去年10月开始,负债经营的分享通信遭遇最强资金危机,蒋志祥称,自己曾主动谋求引入第三方股东,但遭到贾树森拒绝。债务压力得不到缓解,拖欠员工工资、分享通讯陷入倒闭传闻。3月7日,分享通信召开媒体说明会,宣布计划将公司80%的员工工资变成股权,通过债转股的形式帮公司渡过难关,不过,该计划能否最后落实,首个面临倒闭危机的虚商能否顺利渡过难关还是未知。

## 股权纷争持续

在3月7日召开的分享通信媒体说明会上,蒋志祥就公司当前的问题做了详细解答。据介绍,分享通信的股东矛盾始于一份公司章程。在2014年初,北京天润伟业投资管理有限公司(以下简称“天润伟业”)入股分享通信时,双方签订的公司章程规定,公司股份出售或转让都要得到二股东天润伟业法人贾树森的允许,作为董事长的蒋志祥没有权力决定,在分享通信集团的股权中,董事长蒋志祥占股51%,天润伟业占股49%。

不过,自从开通移动转售业务后,分享通信一直处于负债经营状态,蒋志祥坦言,去年10月,公司资金问题愈加严重,蒋志祥多次寻求贾树森的意见,欲引入第三方股东,但都被贾树森拒绝,至今仍无法联系到贾树森本人,这导致分享通信欠款越积越多,员工已经有3个月未发工资。

在多次交涉未果后,蒋志祥向天润伟业正式发函,在这份名为《关于股东天润伟业配合解决公司困难的告知函》中,蒋志祥表明公司急需增资扩股解决困

难,1月3日,公司要求天润伟业方面前来协商,直至1月20日仍没有得到任何答复。3月7日,分享通信提供了一份2月2日给天润伟业贾树森的发函,要求天润伟业于2月24日前书面回复,若不回复,股东蒋志祥将单方启动分享通信清算法律程序。

在说明会现场,蒋志祥当着媒体的面拨打了二股东贾树森的电话,一直无人接听。另有媒体透露,有记者曾经联系到贾树森,但贾树森明确表示不愿做出回应。

## 双方各执一词

虽然贾树森没有回应任何事,但天润伟业在3月1日向分享通信发送一份“关于行使股东知情权的通知”,通知显示,“分享通信一直为股东蒋志祥实际控制,虽然天润伟业多次提出要求,公司管理层并没有向公司股东会、董事会进行常规的年度经营工作汇报,天润伟业对分享通信目前的经营状况并不了解,要求行使股东知情权。”

北京商报记者观察到,天润伟业所说的知情权,涉及到了股东会会议记录、财务经营状况、公司经营签订的合同等条款。对此,蒋志祥回应称,分享通信的财务、印鉴截止到2017年2月5日一直由天润伟业监管,此前,贾树森的女儿贾小文一直参与分享通信的财务管理。

分享通信还提供了一份“关于召开分享通信集团有限公司2017年第一次临时股东会的通知”,通知显示,分享通信对外欠款急需支付约1.64亿元,其中,欠三大运营商的款项达到1.3亿元。因未及时支付对三大运营商的欠款,已导致分享通信业务全部处于停滞状态。如股东之间不及协调解决,将直接导致分享通信移动转售牌照不予获得,公司随时有可能倒闭破产。

## 方案落地不易

按照“分享通信集团关于公司急需增资扩股解决公司困难的告知函”中所显示的信息,要想解决分享通信目前的资金问题,需要引进“特许合伙人”总资金2亿元占分享通信40%股权,或分两家“特许合伙人”公司,每家投资1亿元,各占该公司20%股权并参与公司决策;引进一家“特许合伙人”公司,投资1亿元占该公司20%股权并参与公司决策,现股东天润伟业以借款形式贷给集团1亿元,贷款按年化收益10%计算;现股东蒋志祥和天润分别向集团以同比例增资1亿元,股东天润先增资1亿元暂可占集团60%股权,待股东蒋志祥可在一年内增资1亿元后保持现有股权结构不变(蒋志祥51%,天润49%),期间股东蒋志祥主导集团公司决策权和经营权并拥有一票否决权;公司经营权与所有权分离。

蒋志祥透露,分享通信将通过法律手段解决不合理章程问题,引入第三方合伙人,缓解资金状况,在此之前,分享通信只能依靠员工及上下游产业的借款来维护公司的经营。虽然拖欠员工工资已经好几个月,但据蒋志祥的说法,分享通信80%的员工都愿意把工资变成股权,通过债转股的形式帮公司渡过难关,另外,第三方合伙人已经找到,只是具体信息还不方便透露。据了解,分享通信现在有近1000万的用户,在各地市有50-60个合伙人,由于欠了三大运营商1.3亿元,分享通信现在无法开拓新用户,老用户户还可以继续使用虚商号段的服务。

在资深通信专家立刚看来,虚拟运营商没有自己独立的通信网络,这是移动转售业务进行下去的最大阻碍,再加上资金和实名问题,大多数虚拟运营商都很难坚持下去,分享通信的遭遇并不是开始也不是结束,未来移动转售市场会迎来更大规模的洗牌。

北京商报记者 孙麒麟 石飞月

## 陌陌去年营收增313% 直播占大头

北京商报讯(记者 姜红)3月7日晚间,陌陌公布的2016年四季度及2016年全年业绩显示,2016年四季度,归属于陌陌的净利润为9150万美元,同比增长31%。陌陌增值业务包括会员订阅营收以及2016年四季度上线的虚拟礼物服务。截至2016年12月31日,陌陌会员人数为350万,上一年同期为290万。

根据财报,2016年,陌陌净营收达到5.531亿美元,同比增长31%;净利润为1.453亿美元,而上一年全年净利润为1.370万美元。截至2016年12月31日,陌陌月度活跃用户数为8110万人,上一年同期陌陌月度活跃用户数为6980万人。值得注意的是,陌陌直播业务仍然具有强劲增长的势头,在2016年四季度产生营收1.948亿美元。直播服务营收增长迅猛,主要原因在于直播服务付费用户的增长,2016年四季度直播服务的付费用户达到350万。

同时,2016年四季度陌陌移动营销

## 今年北京换电站增至200座

北京商报讯(记者 刘洋)一则“今年年底,北京市出租车全部更换为电动汽车”的消息,让新能源车充电问题再次成为公众关注的焦点。3月7日,北京新能源汽车营销有限公司副总经理陆皓透露,今年北京换电站数量将增加至200座,解决充电难题。

近日,一份《京津冀及周边地区2017年大气污染防治工作方案》(征求意见稿)广受关注,其中提到:“为了严格控制机动车排放,北京市9月底前出租车全部更换为纯电动汽车,其他城市力争在2017年底前将一半出租车更换为纯电动汽车。”去年,山西省太原市已经完成8000辆出租车电动化的更换工作,成为国内首座出租车全部电动化的城市。

然而,与私人用车不同,目前北京市的出租车很多是“人歇车不歇”,对纯电动汽车的续航里程有更高要求,但即

便使用快速充电桩,充满一辆纯电动汽车也需要1小时左右。“采用换电方式,能够大幅降低出租车的续航里程限制,在换电站更换电池的时间仅需要3分钟。”陆皓表示。

据了解,截至目前,北汽新能源已经在北京建立50座纯电动汽车换电站,今年有望增加至200座,满足至少2.5万辆纯电动出租车的充换电需求,这一密度接近于在北京每7公里便能找到一座充换电站。

值得一提的是,目前北京市的换电站仅对纯电动出租车开放,并未向私人用车市场开放。陆皓表示,根据相关规定,私人纯电动汽车不能“车电分离”,同时消费者所购车辆为新电池,而换电站中每块电池的使用时间、续航里程均不同,消费者是否愿意选择换电模式还是未知数。