

## 步森暂未打算增持麦考利

北京商报讯(记者 方彬楠 白杨)12月24日,在步森股份关于终止重大资产重组事项改为战略投资事项的投资者说明会上,步森董事长赵春霞表示,步森目前没有继续增持麦考利股权计划的安排,但未来将根据麦考利经营状况、资本市场环境等多方面因素考虑是否继续增持。

另外,赵春霞对于步森战略投资麦考利股权的原因称,步森终止筹划本次重大资产重组事项并变更为战略投资,是基于市场环境、公司战略布局、运作效率等多方面综合考虑后作出的,不仅能够较为快速地满足上市公司目前的业务布局需求,加快在新零售、新链领域的布局,同时一定程度上降低了收购风险,能够维护公司全体股东利益,不会对公司生产经营等方面造成重大不利影响。

据悉,麦考利是国内大型通讯类产品连锁企业之一,连锁运营经验丰富,先后与电信运营商、各大品牌手机经营厂商达成战略合作伙伴关系。

赵春霞还指出,步森战略投资麦考利可以将公司各类时尚产业新零售下沉到门店,以线下零售终端为突破口,加快产业整合能力,提高业务板块协同性,使零售业务与零售终端实现更好地融合对接,达到优化公司产业结构、聚焦战略定位的目的。

实际上,早在今年10月,步森就连发两份对外投资公告称,拟对麦考利“享橙”App两大网购、移动购物平台进行收购。彼时步森在公告中称,未来五年,步森将以男装服饰业务为起点,布局时尚产业整合发展新零售业务;并联手京东,突破传统服饰运营瓶颈。

数据显示,以男装起家的步森近几年业绩持续低迷。2013年,步森归属净利润同比大跌84.9%;2014年,步森归属净利润暴跌1792.27%至亏损1.03亿元;2015年,步森净利润虽扭亏为盈,但营业收入仍然有双位数的下降。今年三季度,步森归属净利润再度亏损556.2万元。

## 广汽时代动力电池项目正式奠基

北京商报讯(记者 方彬楠 于海)12月24日,宁德时代在官方微信公众平台发布消息称,由宁德时代新能源科技股份有限公司与广州汽车集团股份有限公司共同出资成立的广汽时代动力电池项目于12月23日在广州广汽智能网联新能源汽车产业园举行奠基仪式。

7月19日,宁德时代与广汽集团在广州市政府举行了动力电池项目合作协议签约仪式,并宣布在动力电池领域于广州共同组建两家合资公司,即时代广汽动力电池有限公司和广汽时代动力电池系统有限公司。

其中,时代广汽动力电池项目主要负责电芯的生产供应,项目总投资42.26亿元,预计2020年底工厂投产;广汽时代主要负责电芯包的生产供应,项目总投资3亿元,预计2019年底工厂一期投产。

就在几天前,宁德时代与吉利汽车旗下公司宣布将成立合资公司,从事电芯、电池模组及电池包研发、制造及销售,提升双方在各自领域的核心竞争力和可持续发展能力。数据显示,2018年10月,我国汽车动力电池生产量共计7.1GWh,环比增长1.1%。其中,三元电池产量4.3GWh,1-10月,我国动力电池累计生产量达53.1GWh。其中,三元电池累计生产29.2GWh,占总产量比重为55%;产量占比持续提高,磷酸铁锂电池累计生产23.1GWh,占总产量比重为43.5%。

在生产厂家中,前三名分别为宁德时代、比亚迪和天津力神,三家企业共计生产34.3GWh,占比64.7%。而在去年排在前列的沃特玛早已不见踪影。

业内人士表示,动力电池生产厂家竞争较为激烈,虽然我国电动汽车处在高速发展期,但总体需求仍在逐步增长。动力电池厂家与汽车生产厂家合作,对于双方供给都能达到一定的平衡。

## 谢馥春再注销全资子公司

北京商报讯(记者 方彬楠 白杨)12月24日晚,国内第一家化妆品企业江苏谢馥春国妆股份有限公司(以下简称“谢馥春”)发布公告称,已于2018年4月13日召开第一届董事会第十三次会议,审议通过了《关于2018年度对外投资预算的议案》,该议案授权公司经营层根据实际经营情况进行有关直营店的变更、注销工作。

其中,谢馥春厦门直营店,即谢馥春(厦门)化妆品有限公司,以全资子公司形式于2010年注册,公司经营层根据实际经营情况决定注销该直营店,并已于近日收到厦门市思明区市场监督管理局核发的《准予注销登记通知书》,已完成全资子公司谢馥春(厦门)化妆品有限公司注销登记。

对此,谢馥春在公告中表示,谢馥春(厦门)化妆品有限公司注销后将不再纳入公司合并财务报告范围,注销后有利于公司优化资源配置,提高管理效率,不会对公司整体业务发展和盈利水平产生不利影响,不存在损害公司及股东利益的情形。

值得关注的是,这已是谢馥春今年再次注销全资子公司。今年11月,谢馥春发布公告称,已注销丹江口直营店,即谢馥春(丹江口)化妆品有限公司。

据悉,谢馥春起源于1830年扬州谢馥春香粉铺,彼时谢馥春产品涵盖香粉、藏香、棒香、香袋等。其中,谢馥春制作的香粉以形似鸭蛋而闻名于世。1956年,谢馥春香粉店公私合营,成立了公私合营谢馥春香粉厂,产品主要有鸭蛋香粉、冰磨头油、雪花膏、蛤蚧油,职工49人,当年完成工业总产值127万元。1958年更名为公私合营谢馥春日化工厂。2015年,谢馥春挂牌。

据谢馥春今年中报显示,今年上半年,谢馥春营收同比下滑0.61%至3153.23万元,净利润同比增长25.17%至843.46万元。

## 接盘亏损的圣牧 蒙牛能双赢吗

连亏两年后,中国圣牧有机奶业有限公司(以下简称“中国圣牧”)终于迎来了发展的转折点。12月24日,中国圣牧发布公告称与蒙牛签署协议,将出售内蒙古圣牧高科奶业有限公司(以下简称“圣牧高科”)51%的股权,作价3.03亿元,交易完成后,中国圣牧将下游液奶资产和业务整体交予合资公司运营。对于蒙牛而言,接手有着乳源优势的中国圣牧,不仅能夯实其上游布局,也能为“双千亿”目标的实现再落一子。

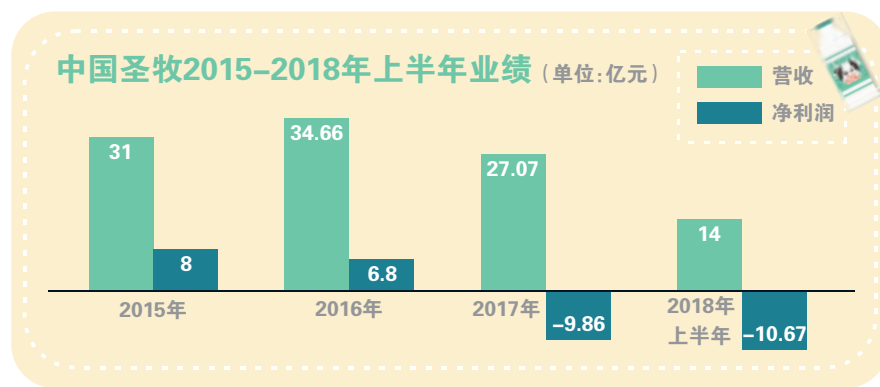
## 控股51%

继蒙牛成为现代牧业第一大股东推动后者减亏后,中国圣牧也迎来了同一座靠山。公告显示,中国圣牧及圣牧高科分别向内蒙古蒙牛出售26.67%权益及24.33%权益。股份购买协议完成后,蒙牛及中国圣牧将分别持有目标公司51%及49%的权益,收购完成后,圣牧高科将并表蒙牛,蒙牛将向中国圣牧及圣牧高科分别支付约1.59亿元及约1.45亿元。其中,约2.73亿元将于付款确认回款日期后5个营业日内支付,余下约3000万元将于付款确认回款的首个周年日起计5个营业日内支付。

根据重组协议,中国圣牧应将所有下游乳制品业务链及相关资产转让予圣牧高科,包括但不限于知识产权。重组完成后,呼和浩特市乳品将由圣牧高科持有100%权益,而圣牧高科将成为一家拥有完整业务链及资产的公司,以进行有机乳制品(不包括婴儿配方及其他配方奶粉产品)的生产及分销。

公告显示,2018年12月10日和12月23日,圣牧高科及蒙牛分别订立两项委托贷款协议,通过中国农业银行和格林格县分行,向圣牧高科提供总额为13亿元的定期贷款融资。中国圣牧在公告中表示,所获资金将用于偿还贷款和用于日常运营,有利于业务的长期稳定发展。同时预计,此次交易将增加公司2019年净收益约1.22亿元。

蒙牛乳业副总裁纪晓东对媒体表示,此交易能帮助蒙牛进一步优化优



质原奶、有机乳源的布局,从而加速公司有机乳制品业务的推进。同时,蒙牛可以通过供应链管理的协同,帮助中国圣牧取得更好的运营效益。

此外,中国圣牧相关负责人表示,凭借蒙牛管理团队及稳固的中国乳制品分销网络,该交易能够协助中国圣牧实现上下游更好的协同。同时,下游有机乳品市场前景可观,有了蒙牛下游产品分销网络的保障,以合资公司为平台,中国圣牧将加速有机乳制品的业务扩张。此外,蒙牛现有的乳业投资也能帮助中国圣牧取得更好的成本和运营效益。

## 看中“有机”

中国圣牧由蒙牛乳业原CFO姚同山于2009年创办,以自有品牌有机常温奶和原奶销售为主,其有机奶产品在中国有机奶市场占有主导地位。截至2018年6月30日,中国圣牧拥有奶牛11.7万头,其中有有机奶牛近9万头,上半年生产有机奶24.5万吨,非有机奶9.5万吨,销售自有品牌有机液奶产品3.7万吨。

凭借着有机奶产品的主导地位,中国圣牧的业绩曾欣欣向荣,2015年营收达到31亿元,同比增长45.4%;净利润为8亿元,同比增长12.75%。但受市场需求疲软、奶价下行等影响,中国圣牧自2016年开始陷入巨亏。2016年,中国圣牧净利润为6.8亿元,同比下滑15%;营收34.66亿元,同比增长11.8%;2017年,中国圣牧出现近八年来首次亏损,营收27.07亿元,

同比下滑约20%;净利润亏损9.86亿元,降幅超200%。

2018年上半年,中国圣牧营收14亿元,同比增长21.5%,但净利润亏损进一步扩大至10.67亿元,同比下降168.2%。12月21日晚间,中国圣牧发布盈利警告称,受旗下两家全资附属公司贸易应收账款和其他应收款项计提减值拨备10.6亿元影响,预计公司2018年度将继续亏损。

虽然业绩近两年并不理想,但作为中国唯一一家符合欧盟有机标准有机乳品公司,以及中国唯一一家提供100%自由认证有机牧场生产有机乳制品的乳品公司,中国圣牧的乳源业务布局还是得到了乳业龙头的青睐。

蒙牛并不是唯一一家盯上中国圣牧的,2016年10月21日,伊利发布公告称将收购中国圣牧37%股权,作价约46亿元,如果交易完成,伊利将成为中国圣牧的大股东。伊利方面曾对外表示,收购中国圣牧有利于公司增强现有有机乳品业务的竞争力;另一方面也有利于伊利强化上游乳源供应,同时还有利于伊利在香港上市。在2017年4月,由于伊利与中国圣牧各交易方签署的《股份买卖协议》项下的先决条件仍未全部获得满足,此项收购无果而终。

乳业分析师宋亮表示,中国圣牧下游市场业务发展多年,已经形成品牌和格局,中国圣牧上游的建设也比较扎实,由于业绩连续亏损,中国圣牧股价已经出现低谷期,蒙牛收购中国

圣牧的价格处在一个超低阶段,对此,中国圣牧对蒙牛来说是一个很好的标的公司。

## 乳源营收两手抓

据了解,目前中国奶牛存栏不足600万头,乳源开始短缺。有业内分析人士认为,对于蒙牛来说,需要进一步加强乳源建设,中国圣牧目前仍然是蒙牛乳源的供应商,通过此次收购可以稳定战略关系,蒙牛乳源地将会形成单一以大牧场为主的供应格局。

“此次收购就像蒙牛收购现代牧业一样,蒙牛收购也有控制乳源的意图。此外,此次并购与蒙牛“双千亿”目标无关系。”宋亮表示,蒙牛的“双千亿”目标于2017年提出,即到2020年,市值与营收均达到千亿元。目前,蒙牛发展已经实现市值达到千亿元的目标,仅剩营收千亿元的目标。

截至目前,蒙牛还未公布三季度财报。蒙牛2018年中报显示,蒙牛营收344.74亿元,同比增长17%;净利润增长38.5%,达到15.62亿元。据一位不愿具名的乳业专家预计,蒙牛2018年全年营收将在650亿-700亿元;这对蒙牛在两年后实现营收千亿元的目标无疑是一个严峻的挑战。

对此,宋亮认为,在蒙牛的营收千亿目标计划中,仅靠蒙牛自身不够,蒙牛需要并购来完成。但对于蒙牛来说,目前海外并购不合适,一方面是人民币贬值,另一方面是国际环境变化比较复杂,所以蒙牛只能选择国内并购。

“蒙牛收购中国圣牧不仅是完善自身产业链条,也希望以此来增加营收数据。”上述不愿具名的乳业专家分析称,2019年,蒙牛将会不断进行国内外并购,大概会有50亿-100亿元的并购金额。

一位不愿具名接近蒙牛的业内人士向北京商报记者透露,在“双千亿”目标战略落地中,蒙牛在未来或重点发力高端奶,此次收购也能为蒙牛提供稳定的有机乳源。

北京商报记者 方彬楠 高春艳/文 白杨/制表

## S 重点关注 Special focus

## 本田中国发布首款锂电摩托车

北京商报讯(记者 方彬楠 濮振宇)12月24日,本田中国官网发布消息称,本田(Honda)联合五羊-本田摩托(广州)有限公司(以下简称“五羊本田”)、新大洲本田摩托有限公司(以下简称“新大洲本田”)推出了本田锂电电动摩托车V-GO,新车官方指导价为7988元。

据了解,Honda V-GO是本田中国研发的首款锂电池电动摩托车。本田技研工业(中国)投资有限公司摩托车中心王永井康昊强调,今后,本田将在中国陆续投入更多电动车款式。

本田摩托车研究开发有限公司相关负责人对北京商报记者表示,Honda V-GO将在明年正式登陆线下,该车预计通过本田在华的两家合资公司五羊-本田和新大洲本田的渠道进行销售。

在中国,本田拥有两家摩托车合资企业,分别是与广汽集团合资成立的五羊-本田和与新大洲控股股份有限公司合资成立的新大洲本田。

2008年以来,国内摩托车市场在经历黄金发展期之后,开始了“滑铁卢”式的下跌。从最高年销量的2000多万辆逐年下降,行业形势一度低迷。电动自行车的兴起和发展,被认为是造成摩托车销量下滑最主要的原因之一。与摩托车相比,电动自行车并不需要办驾驶证、上牌照,因此得以吸引大量用户。

进入2018年,这一情况开始发生变化。今年1月,有关部门正式颁布了电动自行车新国标,3C认证也将同步实施。新规加强了对超标电动车的治理,这使得摩托车尤其是电动摩托车开始迎来发展机遇。根据中商产业研究院的调查数据,新国标实施后,在原来的传统电动车用户中,约48%的电动车消费者基于外观和出行速度会选择电动摩托车,34%的消费者选择电动自行车,9%的消费者选择燃油摩托车。

尽管已迎来政策机遇,但国内摩托车产业整体发展状况仍然低迷。中国汽车工业协会最新公

布的数据显示,今年1-11月,摩托车全行业累计产销分别为1422.03万辆和1423万辆,同比分别下降8.84%和8.91%,降幅比1-10月扩大1.11个和0.86个百分点。

业内人士认为,作为一家同时经营摩托车和汽车业务的企业,在推进新能源战略时,本田自然不可能忽略掉电动摩托车。不过,不论是从产业大环境还是本田自身规划来看,本田新能源战略后期布局的重点会是电动汽车,毕竟这一市场才可以产出更为巨大的经济效益。

值得注意的是,在今年11月举行的广州车展上,本田针对在华汽车业务的电动化转型已做出表态:2019年本田将继续加速推进电动化战略实施及加快在中国市场的电动化车型投放及技术导入,除纯电动汽车、混合动力汽车外,未来还将投放插电式混合动力车型。”本田中国本部长水野泰秀说。

## 推定制浏览器 腾讯联想抱团取暖

北京商报讯(记者 魏蔚)抱团取暖是不少企业度过这个寒冬的方式。12月24日,腾讯和联想宣布,腾讯QQ浏览器、应用宝、企鹅号等产品将与联想的SIoT(智慧物联网)智能终端产品进行深度合作。这是国内顶级流量的两家头部公司,在应对即将到来的5G和AI技术时,联手推出战略解决方案。

据腾讯平台与内容事业群渠道合作部总经理李致峰透露,腾讯与联想的合作早在今年上半年就已有意向。双方都希望在5G红利的当口,进一步提升用户体验。

在双方的合作中,“智慧联想浏览器”是联想SIoT生态中率先落地的核

心软件,是一款腾讯与联想合作推出的浏览器。据腾讯公司移动浏览产品副总裁叶俊介绍,在腾讯方面,QQ浏览器提供自身的技术积累,同时定制匹配联想用户需求的内容模块。联想方面则通过多年在智能终端硬件领域的积累,让产品与智能终端更好结合。

此外,联想将在PC端平台推广、运营、宣传腾讯应用宝提供的相关游戏产品,用户可在联想PC端使用腾讯手游助手(安卓模拟器)体验合作游戏,为腾讯的手机端游戏拓展PC用户新增和变现。同时腾讯企鹅号将与联想在短视频、小说文学等内容方面进行合作。

谈及游戏层面的合作时,李致峰直言:其实之前腾讯也关注到一些垂直类用户的存在,如喜欢用电脑玩手游的一群用户,这次腾讯推出官方的模拟器就是想提升这些重度用户的体验。

在互联网用户红利见顶的背景下,各大企业纷纷将细分市场作为重点关注对象,比如下沉用户、年轻用户等。这让互联网服务更加垂直化,也是互联网企业流量承压的表现。

联想集团中国区战略副总裁阿木则强调:现在要寻找的是一种平台共存的大生态体系,要让每一家公司构筑自己的平台,笼络一批合作伙伴,同时还能够想办法寻找另外一个跟自己

差不多量级的,但是选择另外一个发展方向的平台,让这两个平台共存,同时还能够在用户面前以更极简的方式呈现产品形态,这是我们当下面临的新挑战。”

目前双方都处在转型期。腾讯在不久前提出“深耕消费互联网,拥抱产业互联网”的战略,联想则希望能在5G时代有所作为。在与腾讯合作之前,联想在SIoT领域有不少布局,9月底联想发布了近20款智能产品,这是联想被踢出恒指、陷入危机后一次重要“自救”和转型。不过在传统势力和互联网厂商都重兵布局物联网的背景下,联想能否转型成功尚不可知。