

# 龙江航空二次拍卖落槌 地方航企翻身难在哪

随着龙江航空二次拍卖收官,又一家地方航企来到了命运的十字路口。11月25日,备受关注的龙江航空有限公司98%股权对应股东部分权益价值项目第二次竞拍,在经过98轮的竞价后,该项目以约7.7亿元的价格成交。虽然本次竞拍的成交价低于首次竞拍(已流拍),但如果不发生意外,龙江航空也将找到自己的新归宿。除了龙江航空外,近期接连有地方航企面临转型或易主的情况。但在找到新靠山之后,地方航企如何利用自身优势打一场翻身仗,才是经营者最重要的一项任务。

## 98轮竞价

在首次拍卖后被竞拍人“放弃”、意外流拍的龙江航空,无疑成为了近期国内民航业关注的焦点之一。根据京东拍卖平台公开披露的信息,经历了上一次的流拍后,第二次“上架”的龙江航空在起拍价、加价幅度、保证金等方面都与首轮拍卖保持一致。

不过,与上一次竞拍不同的是,本次拍卖设置了一名优先购买人,也就是龙江航空大股东哈尔滨亚翔航空建设投资有限公司(以下简称“哈尔滨亚翔”)。根据拍卖页面的说明,优先购买人依照法律规定或合同约定,可在出让人出卖标的物于第三人时,享有在同等待条件下优先于第三人购买的权利。这意味着在出价、附加条件等相同的前提下,哈尔滨亚翔可以优先于其他出价者买下龙江航空98%股权。但最终这位“优先购买人”并未能如愿将龙江航空拿到手,竞价成功的是一家来自江苏的资产管理公司。

值得注意的是,此前业界有消息称,在首轮拍卖中出价最高的北京盛达金业投资咨询有限公司,其原股东盛达瑞丰的实际控制人卫洪江,就是龙江航空的董事长。

而据天眼查信息显示,这一次成功拿下该项目的江苏艾方资产管理有限公司(以下简称“艾方资产”)似乎也卫洪江有着千丝万缕的关系。

就此,北京商报记者致电艾方资产,希望能进一步了解其拍下龙江航空的后续规划等,但该公司工作人员以联络不上相关负责人为由拒绝接受采访。随后,记者又找到了龙江航空客服,对方仅表示当前仍能正常订票,其他需联系公司方面。截至发稿时,记者联络

了龙江航空多个部门,但电话始终处于无人接听状态。

公开信息显示,本次被拍卖的龙江航空有限公司于2014年9月3日注册成立,注册资本为8亿元,总部位于黑龙江哈尔滨,主要经营从哈尔滨始发至国内相关城市的航空客货运输业务,是首家获得民航局批准的黑龙江省本土运输航空公司,已开通航线包括哈尔滨往返合肥、珠海、银川、兰州以及乌鲁木齐等地的线路。2016年4月和6月,龙江航空曾先后引进两架空客A321型飞机。就在上周,业界还有消息称,龙江航空刚刚与中国飞机租赁全资子公司签订协议,购买了一架空客A321-211飞机。

## 投资方角逐

虽然经历了一次流拍,但二次拍卖仍引发了激烈的出价竞争,并且以底价2.3倍的价格成交,龙江航空的抢手程度可见一斑。

“其实,如果未来的新股东拥有持续运营航企的能力,同时龙江航空的债务情况一切属实,那么本次成交价格即使高出底价1倍多,仍然是相对合理的”,资深民航专家葛琦坦言,当前,像龙江航空这样的地方航企资源在市场上还是相对稀缺的,该项目引发投资方争相角逐并不令人意外。

其实,除了龙江航空外,近期多家地方航空纷纷接到了新买家或新股东抛出的橄榄枝。举例来说,此前获得湖南省国资投资的红土航空,就于上月底正式更名为湖南航空,成为湖南首家本土航企,并将大本营从云南搬至湖南;而青岛航空日前也正式完成了股权交接;“回归”青岛,告别全资民营属性,转型为青岛国资全资控股企业。

近几年,国内民航业格局历经多轮变化,地方航企的发展境况可谓天壤之别。如今,一些苦苦支撑的地方航企又遭遇了疫情的重创,被国资收购、入股,在行业内似乎也屡见不鲜了。

“受疫情影响,航空出行需求骤减,机票销量与疫情前无法同日而语,同时,维持运营还需要付出高昂的成本,航企的现金流已经出现了吃紧的情况。而且,不少民营地方航企没有足够的能力拿到低成本融资;活着”已经成为它们面临的重大问题。”葛琦认为:另一方面,当前,地方政府和国资也愈发充分地意识到民航业拥有强大的经济拉动能力,而相关客运牌照获批难度大、时间长,因此,拥有资质的地方航企也成了各方眼中的“香饽饽”。双方一拍即合,越来越多的民营地方航企逐渐国有化也就是情理之中的趋势了。”

## 增强自身“造血”能力

但外援往往只能解燃眉之急,地方航企要想回归良性发展道路,还要靠苦练“内功”。

“在以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局下,很多地方政府都希望拥有一家自己的本地航空公司,这样可以更贴合当地发展情况和需求,来搭建空中交通网络,而有些民营也希望借机抄航企资源,所以接下来,民营地方航企可能会迎来更大变局。”民航观察员王疆民在接受北京商报记者采访时表示。他进一步分析,从国家民航发展方向来看,随着机场数量越来越多,地方航企有更多发展空间,由此也会吸引各路资本的目光。

此前,中国民用航空局局长冯正霖就披

龙江航空获批筹建

2014年

引进两架空客A321型飞机

2016年

被相关部门列入经营异常名录,同年还因借款合同纠纷被告上法庭

2017年

频繁陷入合同纠纷、被法院列为失信执行人

2019年

被两次司法拍卖,首次拍卖流标

2020年



露;“十三五”以来,我国按照适度超前的原则,除了大力提升大型机场的容量外,还不断增强中小型机场的保障能力,新建一批支线机场、通用机场。预计到“十三五”末我国将完成新建、迁建运输机场43个,机场数量将达到241个,新增41条跑道,588万平方米的航站楼、2264个机位,机场总容量将达到14亿人次。

不过,王疆民也指出,由于航空是属于技术性强、投入高、回报期长、管理较复杂的行业,所以地方航企不管是被国资收购,还是民营入主,都只能在短时间内获得输血,但从长远来看,能否增强自身“造血”功能才是其生存发展的关键。另外,他也坦言,接盘者无论是谁,仅靠资金支持还不够,要摸清地方航空

公司此前的问题所在,吸取教训,对企业的经营方向进行调整。

民航专家李伊则分析,受到疫情冲击,地方民营航企处境困难,所以此时是外部资本入场的好时机,能够以较低的价格拿到航空公司牌照,对航企来说,也能有新的靠山。但同样需要关注,航空从来都不是一个赚快钱的行业,必须要进行长时间的市场培育以及专业化的运营管理才能让企业摆脱危局。王疆民则提出,现在收购地方航企股权的公司,很可能下一步会继续引资;对于安全大过天的航企来说,在引入新股东后,需尽快实现融合发展,更要在变革之下坚守“飞行安全底线”。

北京商报记者 肖玮 蒋梦惟

## 北京拟立法促进历史建筑和历史名园的开放利用

北京商报讯(记者 陶凤 常蕾)11月25日上午召开的北京市十五届人大常委会第二十六次会议,对《北京历史文化名城保护条例(修订草案)》进行了第二次审议。修订草案二审稿增加了促进历史建筑和历史名园开放利用的内容。

北京市人大法制委员会副主任委员王荣梅介绍,有的常委会委员提出,条例应当注重协调好历史文化名城保护和利用的关系,合理利用文化资源,提高展示利用水平。法制委员会根据上述意见和城建环保委员会的审议意见,建议进一步完善相关保护利用措施,促进历史建筑和历史名园的开放利用。

为此,二审稿特别新增了“促进历史建筑和历史名园开放利用”的内容。比如,鼓励历史建筑结合周边区域的功能定位,引入图书馆、博物馆等文化和服务功能;鼓励历史名园采取多种开放方式,使历史名园贴近市民生活。革命史迹保护利用,则应当维护革命史迹本体安全和特有的历史风貌。鼓励结合重大历史事件等,依托革命史迹组织开展纪念活动,注重发掘整理、宣传展陈史料和英烈史迹,弘扬爱国主义和革命传统精神。

历史建筑,不仅仅承载着历史,更体现着一座城市的内涵。二审稿提出,任何单位和个人不得损坏或者擅自迁移、拆除历史建筑。拆除历史

建筑的,建设单位应当做好标记,保存相关资料;复建历史建筑时,尽可能使用原有建筑构件和材料。

损坏或者擅自迁移、拆除历史建筑将受到何种处罚?二审稿提出,除了责令限期恢复原状之外,还拟对单位处10万元以上20万元以下罚款,对个人处5万元以上10万元以下罚款;逾期不恢复原状的,指定有能力的单位代为恢复原状,所需费用由违法者承担,对单位处20万元以上50万元以下罚款,对个人处10万元以上20万元以下罚款;无法恢复原状的,处历史建筑或者预先保护对象重置价3倍至5倍罚款。

## 避免同质化 北京将出台户外广告牌匾新规

北京商报讯(记者 陶凤 常蕾)户外广告设施、牌匾标识和标语宣传品作为经济发展的表征和城市亮化、美化的重要内容,在市容市貌管理中居于重要的位置。11月25日上午召开的北京市十五届人大常委会第二十六次会议,对《北京市户外广告设施、牌匾标识和标语宣传品设置管理条例(草案)》进行了一审。

条例(草案)共7章61条,包括总则、户外广告设施、牌匾标识、标语宣传品、安全维护与监督管理、法律责任、附则。

根据条例(草案),有些区域,将明令禁止商业户外广告设施。比如,天安门广场及广场东西两侧、中南海及故宫周边;长安街及其延长线东起国贸桥东端西至新兴桥西端道路两侧;钓鱼台国宾馆周边;国家及本市党政机关区域;湿地、风景名胜区的管理范围内;文物保护单位、历史建筑的保护范围内等,都属于禁止商业户外广告设施的区域。

此外,交通安全设施、市政公共设施、公共绿地、立交桥、人行过街桥、铁路桥等桥梁,违法建筑物、构筑物及设施;危险建筑物、构筑物及设施,以及建筑物顶部,不得规划、设置户外广告设施。

值得注意的是,条例(草案)第六条规定,本市户外广告设施、牌匾标识和标语宣传品设置应当与城市区域功能和风貌相适应,与街区历史文化和人文特色相融合,与周围市容环境和城市景观相协调。条例(草案)明确,市区两级城市管理部门编制固定式牌匾标识规范,强调管理部门在编制规范和设置管理时应当充分考虑辖区不同区域功能和风貌特点,避免“一刀切”。

而在此前开展的调研座谈中,行业协会和餐饮、商超等企业都认为牌匾标识设计风格的沿用和保持对于企业至关重要,特别是连锁经营企业对于保持品牌辨识度和牌匾标识包含元素特色的现实需求强烈。因此,城建环保委员会建议在第34条增加一款作为第2款,表述为:

“连锁经营企业可以沿用同一品牌的设计风格、色调设置牌匾标识,并保持与建筑物外立面造型、街区文化特色、周边景观相协调。”

同时,城建环保委员会建议,加快街区户外广告设施设置规划落地。根据条例(草案)的制度设计,户外广告设施依规划进行设置管理,规划未覆盖到的区域不能新建户外广告设施,为保障企业和利益相关人的合理需求,政府应尽快实现规划全覆盖。建议在第16条增加一款作为第3款,表述为:“尚未编制规划的建成区,应当在法规实施后三年内完成街区户外广告设施设置规划编制工作。”

为保障此次条例(草案)中的制度设计能够较好地落地实施,实现科学规划、文明美观、公开公正、执法规范的目标,城建环保委员会建议市政府及其相关部门同步做好相关配套政策的准备工作,尽快完善出台电子显示装置设置、车身标识设置和固定式牌匾标识设置规范等法规配套文件。

## 《个人信息安全规范》启动试点工作

北京商报讯(记者 魏蔚)11月25日,北京商报记者获悉《信息安全技术个人信息安全规范》(以下简称《个人信息安全规范》)试点工作已经启动,阿里云、爱奇艺、旷视等企业是试点单位之一。

近日,全国信息安全标准化技术委员会启动了《个人信息安全规范》试点工作。本次试点工作将针对《个人信息安全规范》的关键要求推动落地实施,并将形成的优秀案例在全国范围内进行推广。

试点工作选择的试点对象包含了App、SDK(软件开发工具包)、云计算、小程序、可穿戴设备等多种形态,涉及音视频处理、广告分发、生物识别等领域,旨在对标准内容的可操作性进行验证,探索形成标准实施应用工作模式。

专家组认为《个人信息安全规范》已经具有良好的推广基础,此次新修订的标准试点应更加关注关键问题,充分结合有关部门正在开展的检测评估认证等方面工作。同时,要提高标准试点的参与度、关注度,建议企业增加资金投入,要做好顶层规划、分步实施,充分落实标准要求,逐步深入到企业管理的各个流程和环节。此外,专家组建议试点企业关注个人信息保护的立法动向,使用好标准这个工具,做好合规建设,协调好安全和发展的平衡关系。

本次标准应用推广试点工作由

中国电子技术标准化研究院、中国网络安全审查技术与认证中心提供技术支持,参与本次标准应用推广工作启动的试点单位还有:北京腾云天下科技有限公司、北京爱奇艺科技有限公司、全知科技(杭州)有限责任公司、贝壳找房(北京)科技有限公司、广东省农村信用社联合社、互动峰科技(北京)有限公司、厦门美柚股份有限公司、北京墨迹风云科技股份有限公司、平安国际融资租赁有限公司、平安消费金融有限公司、上海游昆信息技术有限公司、广东小天才科技有限公司、万翼科技有限公司等。

比达咨询分析师李锦清告诉北京商报记者,任何规范都要解决确定的问题,这需要相关专家、企业的参与。个人信息安全规范启动试点工作,意味着个人信息安全保护进入“实战”阶段,通过与企业的合作,各方可以更准确地了解个人信息安全如何去规范,相关部门、用户的痛点在哪里,应该如何解决。这次参与试点工作的企业也是对用户个人信息安全很重视的企业。

旷视相关人士则向北京商报记者表示,未来将按照试点工作计划有序开展各项工作,继续增加资金投入,做好顶层规划、分步实施,充分落实标准要求,将《个人信息安全规范》合规工作逐步深入到企业管理的各个流程和环节。