

朗科被指以专利套补贴盈利

一家2011年营业收入仅2.3亿元的公司,在包括大股东在内的三名董事长达1年多的持续反对中,仍执意要在广西投资2.29亿元打造一家在2012年产值达21.75亿元、2015年产值力争突破200亿元的国际存储科技产业园项目。业内人士表示,这是朗科科技导演的一场“包装专利盈利模式、套取地方政策补贴”的资本大戏。

■ 本报记者 许意强

一纸公告揭露了隐藏在朗科科技(300042)内部、自上市以来就存在的公司两大股东意见严重不合而引发的董事会与管理层矛盾。

今年年初,朗科科技公告称收到本来广西北海市政府给予广西朗科国际存储科技产业园项目的3500万的产业扶持资金。在这份公告中,《中国企业报》记者看到,作为公司第一大股东的邓国顺、董事王荣、独立董事钟刚对“将对广西朗科和公司未来年度利润产生积极影响”的内容不予认可;且在公告中“2012年至2015年产业园的达产情况预计”不予认可。

早在2011年由9名成员组成的董事会审议《关于建设朗科国际存储科技产业园的议案》时,上述三名董事不仅公开反对,还指出这一项目具有巨大的不确定性和巨大的风险,且没有说明巨额订单的来源及保证。

从2010年初上市股价最高创下60.83元,到2012年除权后股价一度跌至9.26元,朗科科技到底是如何利用资本市场达到个人商业目的?其上市前夕包装的专利收费盈利商业模式是否已经遭遇天花板?

工业园争议背后的明争暗斗

与三大董事对于广西朗科国际存储科技产业园项目的持续反对一起公开的,还有来自朗科科技首次对外披露的这一项目两大新风险。

根据《产业园建设合同》规定,广西壮族自治区政府在广西朗科完成约定投资经营计划的前提下给予资金扶持,但《产业园建设合同》并未约定双方的违约条款,且北海市政府给予的资金扶持时间及数额最终以广西壮族自治区政府批复为准。因此,广西朗科能否按照合同约定的时间和数额收到产业扶持资金存在不确定性。《中国企业报》记者看到,这两大风险在此前的公告中并未做出任何提示。

广西项目正是朗科科技第二大股东成晓华接替邓国顺在公司的董事长和总经理职务后,实施的一项战略新兴产业布局。在与朗科科技证券事务代表电话沟通中,《中国企业报》记者了解到,“目前广西项目按照计划正常建设之中,除了朗科项目,还有当地政府对外招商的项目,暂时还不能确定何时能够竣工投产”。



朗科科技自上市以来就陷入了股价持续下跌通道之中

对于工业园是否能在今年达到20亿元产值,上述证券事务代表表示,“很多项目都在谈,但没有签署最终合同。对于招商结果是否公告也要看是否达到要求标准”。并提醒,“我们在公告里面已说得很清楚,这是一项与地方政府合作的项目,不是朗科一家就能推动的,包括征地、建设以及政府扶持资金,都是建立在一定条件基础上,企业与政府都有相互制约,一旦哪个环节出现延迟都会影响整个项目进展”。

在朗科科技2010年初上市9个月,公司第一大股东邓国顺便挂靴而去,只留一个公司第一大股东的身份。在邓国顺离职背后,则是邓国顺被指责为不管公司事务,引起朗科科技管理层内讧,导致几大股东早就有计划重组公司管理层。

对此,上述证券事务代表也透露,“邓国顺现在的身份只是公司股东,他有权对公司发展提出不同的看法,这也是提醒中小股东公司的一些项目存在风险。不过,邓国顺的公开反对还是对公司的股价造成比较大的影响”。

不只是邓国顺对广西项目反对,公司独立董事钟刚强在2011年共对公司13个议案提出反对意见或者弃权。

就在公司将上市超募资金4900万元投向广西项目用于增资时,《中

国企业报》记者也发现公司在2010年初上市募用于闪存应用及移动存储技术研究平台扩建、闪存应用及移动存储产品开发平台扩建以及专利申请维护运营和营销网络扩展及品牌运营四个项目,在执行过程中全部遭遇变数,有的或停止,有的或减少,截至2011年底投入金额为预计投资总额的18.32%。

专利盈利商业模式的皇帝新装

如果说,董事会成员之间关于这一项目的分歧严重只是掀起朗科科技发展迷雾的“冰山一角”。那么,主营业务的移动存储和闪存应用在激烈的市场竞争中连遭败绩,出现销售节节下滑的态势就实在令人费解。就连在上市之初被公司过度“包装”的专利盈利模式也出现收入年年下滑颓势,并在今后面临难以以为继的严峻挑战。

上述一系列事件都直击朗科科技董事会和管理经营层的软肋,也让人不得不得质疑:朗科科技当初是如何登陆资本市场的,未来是否会因为经营难以为继沦为创业板首家退市股?

朗科科技在2010年初实施IPO后,在移动存储和闪存应用两大业务领域并未实现增长。2012年一季度,朗科科技经营业绩出现大幅下滑,营业收入较去年同期下滑21.42%,营业

利润较去年同期下滑75.15%。《中国企业报》记者看到,这是自公司上市以来连续三年,业绩较上市前的2009年业绩同比出现下滑;2009年公司营业总收入2.73亿元、营业利润3977万元、利润总额4290万元。这成为横在朗科科技面前的一道鸿沟。

令人不解的是,在上市之初曾被公司大力传播的“专利收费盈利”商业模式,也在上市后迅速出现下滑。从2006年至2009年,公司实现专利授权许可收入1041万元、2813万元、4009万元、2777万元,上市后的2010年、2011年这项收入分别为1138万元、1048万元,较2009年最高峰时期的专利收入下跌70%以上。

在iSuppli半导体首席分析师顾文军看来,“朗科必须转型,专利总有到期的一天,何况在有的市场专利保护并不完好,很难通过专利收费来维持公司的可持续发展”。同样,朗科科技在年报中也坦承,“作为公司利润重要来源的专利收费,存在着专利申请和诉讼具有周期漫长、费用较高等特点,存在着极大的不稳定性”。

目前,从全球产业发展来看,至今还没有出现一家公司可以完全依靠专利生存、发展的成功案例。显然,在上市之初被过度包装的“专利收费商业模式”,无疑成为朗科科技的“皇帝的时装”,将成为拖累企业在今后几年保持快速扩张的战略短板。

光伏企业集体碰壁 IPO 拖累上下游

对于依靠资本支撑的光伏企业而言,上市之路受阻或使其走上绝路

■ 本报记者 陈玮英

就在短短6个月时间里,10家光伏企业上市之路戛然而止。

曾经风光无限的产业如今却少了些许锐气与霸气。谈到上市,很多光伏企业都感到有些无奈。但作为融资的重要渠道,上市似乎成为这些企业不得不走的一步棋。

有分析师表示,行业景气度下降,导致企业难以出现盈利,造成上市难,从而极易出现恶性循环。

10家拟上市企业受阻

日前,证监会创业板发审委审核英杰电气IPO申请未获通过。这已经是截至今年6月底年内第10家首次公开募股(IPO)搁浅的光伏企业。

根据ChinaVenture投中集团数据显示,2012年至今,已有10家光伏行业拟上市企业IPO进程受阻,其中上机数控、思可达光伏首发申请被否;恒基光伏中止审查;快可光伏、日地太阳能、天能科技及欧贝黎则被终止审查。其中,天能科技更是被爆出虚增收入、财务造假等重大财务问题,且多个光伏应用案例披露不实、漏洞百出,最终以上市进程终止而收场。

值得一提的是,英杰电气主要从事的是功率控制系统装置为代表的工业自动化控制产品的研发、生产和销售。其最大客户北京京运通科技股份有限公司正陷入与江西赛维LDK太阳能高科技有限公司合同纠纷。由于光伏产业的持续不景气,江西赛维无法履行与京运通签下的采

购合同,为此,京运通对江西赛维提出仲裁,涉及合同金额超过10亿元。受此影响,京运通今年第一季度的营收下降幅度超过80%,英杰电气对京运通高达700万元的应收款因此面临极大的信用风险。

“整个光伏行业进入了下降的通道,2010年底,太阳能光伏每瓦售价为125元,2011年6月份之后,每瓦的售价为6元以下。”日地太阳能电力股份有限公司副总经理王振军告诉《中国企业报》记者,目前很多光伏企业已经出现财务指标大幅下滑的现象。

“有的企业如果经营出现问题,按照6元每瓦销售,根本不会有利润。”一位不愿具名的光伏企业高管接受《中国企业报》记者采访时表示,光伏行业持续性很短,如果持续一年将有明显不同。

ChinaVenture投中集团分析师李玲接受《中国企业报》记者采访时表示,主要是光伏企业生产经营受到很大影响,无论是在国内上市的还是在美国上市的企业,包括没有上市的企业,大部分出现大面积亏损情况,证监会认为,光伏企业持续盈利能力可能受到一定影响,所以很多光伏企业上市的申请因此被否决了。

或将蔓延至整个行业

尽管如此,在整个行业景气度急剧下降的形势下,光伏企业资金周转困难,企业融资需求扩大,同时,受PE机构退出压力加大等多重因素影响,光伏企业上市募资的热度依然不减。随着国内能源供需矛盾的日益

申报企业	细分领域	拟上市地	备注
上机数控	光伏设备	创业板	申请未获通过
思可达光伏	太阳能玻璃	创业板	申请未获通过
恒基光伏	太阳能电池及组件	创业板	中止审查
快可光伏	太阳能电池及组件	创业板	终止审查
日地太阳能	太阳能电池及组件	创业板	终止审查
天能科技	太阳能电池及组件	深交所	终止审查
欧贝黎	太阳能电池及组件	上交所	终止审查
英杰电气	光伏设备	创业板	申请未获通过
辉煌太阳能	太阳能	创业板	终止审查
皇明股份	太阳能	上交所	终止审查

严峻及环保压力的加大,火力发电的经济性越来越低,可再生能源发电将越发受到重视;而光伏发电是目前最成熟且最有前景的可再生能源发电技术,在调整能源结构及减轻环境污染等方面作用突出。

“纵观国内整个光伏产业链,多晶硅、太阳能电池及组件等领域均处于产能过剩状态,企业持续盈利能力成为通过新股发行审核的一大门槛,未来具有技术优势的细分领域以及产业链下游的光伏电站,有望成为PE及二级市场资金的主要流向。”李玲表示。

“虽然受行业景气度影响,公司此次上市失败,但公司还会再申请上市。”上述高管肯定地告诉记者。

在这位高管看来,能够上市的光伏企业,可以算是“运气比较好。”

“还有就是,企业本身基数比较小,比较容易实现翻番,但是相对比较较大的企业,本身基数就比较大,很难实现翻番。”上述高管如是说。

“目前国家对整个光伏行业的规划已经从过去的规模扩张转向技术创新。”李玲分析认为,“之前否决的

企业中大多数属于光伏设备企业,以太阳能电池及组件为主,在技术创新方面有所欠缺,没有吸引证监会发审委的亮点,也因此被否决。”

在李玲看来,目前光伏行业上市的前景并不乐观,如果能够上市,企业的创新技术非常关键。如果企业有先进技术作为支撑,那么企业就存在盈利空间。

但事实上,企业选择上市,目的正是为了融资,有了资金保障才能够加大技术研发上的投入,如果不能成功融资,那么何谈技术投入。“这就导致了出现恶性循环。”李玲说。

在光伏分析师人士看来,对于依靠资本支撑的光伏企业而言,上市之路的受阻或将使其走上绝路。

对于众多光伏企业选择上市来缓解融资问题,业内专家认为,一方面是由于行业产能相对过剩,市场需求不足;而从另一方面来看,其实每家企业都存在资金流短缺现象,假使上市融资可以缓解一时之急,但上市的后果必然将进一步扩大产能,从而又加剧了行业竞争压力,使得全行业利润水平下滑。

移动互联迷途

■ 见习记者 郭奎涛

“由于屏幕的限制,在移动广告市场里很多品牌主一直没有进来,这让我们都非常担心。”艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅日前在接受记者采访时表示。有研究机构的统计数据显示,今年1月到6月,中国移动互联网行业披露的投资案例只有10起左右,远低于去年同期,而且其中至少有5起投资案例至今没有资金注入。

广告“牛皮癣”

根据互联网研究机构MaryMeeker的报告,电脑桌面广告的CPM(每千人成本)价格为3.5美元,手机广告这一数字只有0.75美元。

记者在采访中了解到,移动互联网一直未能吸引很多品牌广告主入驻,中国市场在移动广告上的投入尚不及整个广告预算的1.5%。

相信很多用户都有过这样的经历,正在兴致勃勃地玩某一APP应用的时候,突然出现了一块广告使得本来就很紧张的屏幕显得更加拥挤。当你一不小心误点到它的时候,又不得不花时间去关掉。

现状就是这样,移动互联网的用户不喜欢它的广告,它的服务商想要通过广告赚钱,不得不强制性推送自己的广告。有统计说,一个用户在一个小时内能看到的广告最多可以达到20个,平均一个广告会展示12次,用户形象地称之为“牛皮癣”。

360公司副总裁李涛介绍,经检测,捆绑通知栏广告插件的应用已超过了5万家,其中大部分都具有匿名推送广告,强制下载软件且无法关闭等流氓行为,且第三方广告公司与应用开发者分工明确,共同牟利。

“我们要做到平衡。事实上,如果你做不到平衡的话你也赚不到钱,如果一个户外广告不是他想要的东西的话它的点击率也低了。”多盟联合创始人张鹤说,必须消除APP与用户在广告上的敌对态度。

商业化挑战

5月初,百度创始人李彦宏在百度联盟峰会上发表了“移动互联网像酒驾”的观点,在他看来,由于手机屏幕小等特点,移动互联网商业化能力存在很大的挑战。

UC优视董事长兼CEO俞永福其后在博客上提出了不同看法,在他看来,屏幕小不是缺点而是特点,而谈商业化能力,不能拿今天的移动互联网和今天的PC互联网比,因为两者发展阶段不同,今天移动互联网的商业化处于初级阶段,类似十年前的PC互联网。想想十年前的PC互联网,今天的移动互联网,商业化能力已经很强了。

不过,维旺明(VIVA)COO王洁明坦言,移动互联网中大部分都倾向于向消费者收费,无奈“中国人天生不愿意付钱”,短期内培养有付费习惯的群体非常困难。

数据显示,近5年,我国移动互联网活跃用户数以每年超过60%的复合增长率迅速扩大,2011年底该规模已经达到3.2亿;与此同时,我国移动互联网市场规模同期复合增长率仅在30%左右,2011年整体市场规模约400亿元,人均年消费仅120多元,远低于该行业已成熟国家的平均水平。

增值服务破冰

“移动互联网会越来越精彩,这里需要更加精细化,抓住个性化的需求,才能开拓更广阔的空间。”针对中国互联网的迷途,广东联通互联网营销服务事业部产品运营部副总经理裘波的观点或许是条出路。

“相比传统互联网,移动互联网的商业化才刚刚开始,未来还有巨大的空间。”在接受记者采访时,俞永福指出,对互联网行业而言,盈利模式无非三种:广告、互联网增值服务和电子商务。但这三种商业模式是逐步成熟的,广告先成熟,第二个阶段是增值服务,最后是电子商务。

据了解,虽然UC目前的收入仍主要来自广告,但增值服务的成长已经非常迅速,而游戏就是最典型的互联网增值服务模式。根据艾瑞咨询统计,2011年中国移动游戏的市场规模为39亿元人民币,到2012年,同比增长率已经超过70%,因此到2014年,移动游戏的市场规模一定会突破百亿元大关。

纵观中国移动互联网的发展全貌,广告、游戏、电子商务等等,无一不是传统互联网商业模式的翻版。然而,移动互联网不仅仅是互联网,更是移动的互联网,服务商需要据此开发和提供更加个性化的业务模式和具体应用。

例如广告,虽然受到用户的敌视,一些巧妙结合移动特点的成功案例也不在少数。

“比如你看到一个可口可乐,你拿手机晃晃,这个可乐就喷射出来了。这种案例在技术上已经不是问题了。大家会看到大量的非常有意思的广告形式出现在智能手机上,这也是广告行业的突破,未来也是非常值得期待。”张鹤说。

房产大鳄“围猎”高端酒店

高端酒店或成投融资新渠道

■ 本报记者 张艳蕊

除足球场之外,房地产企业把追逐目标定格在高端酒店。目前,保利、恒大、万达等老牌房地产企业纷纷开始转战高端酒店业,五星、四星、七星酒店正在以燎原之势全国各地开花。

5月28日,万达商业地产豪掷11亿成功摘取昆明泛亚金融区105亩商业用地,拟建商业综合体和高端酒店;进入6月,珠江新城拍地,最终恒大成功夺地。据知情人透露,恒大对该地块期待甚高,要打造一个填补广州乃至华南空白的超五星顶级酒店。6月28日,希尔顿酒店集团与卓达集团签约,威海卓达希尔顿逸林酒店将在卓达香水海项目地块上奠基。据悉,此次签约之后,希尔顿与卓达集团还将计划在烟台、青岛、天津、太原等卓达项目中,全面引进国际顶级酒店等旅游项目和品牌。

与此同时,房地产企业已在成都、郑州、长沙、天津等二三线城市相继开始“跑马圈地”。

数据显示,到2015年,河南省计划建设30—50家五星级酒店(力争每个省辖市均有1—2家五星级酒店)、100个四星酒店;长沙市将有10家以上国际品牌酒店开业;未来2—3年,成都将拥有超五星级酒店数量接近50家;佛山市已有9家五星级酒店,5年内五星级酒店将建成20家;今年天津市五星级及按照五星级标准建成开业的酒店将达到36家,“十二五”期间,天津市五星级酒店数量将达到40家。(下转第十二版)