

海航出击 九龙山控制权或生变

■ 本报记者 许意强

九龙山(600555)股权争夺战如期爆发。这一次,主动权掌握到公司大股东海航系手中。

日前,海航置业、上海大新华实业、海航集团三家企业向上海第一中级人民法院反诉平湖九龙山股权转让纠纷一案正式立案受理。《中国企业报》记者获悉,早在2011年3月就已经成功入主九龙山的海航系,迟迟未能改选董事会及监事会。公司现第二大东平湖九龙山实际控制人李勤夫至今仍牢牢掌握公司控制权不放,并于今年8月4日起诉大股东海航系且申请司法冻结其持有的公司股份。

此次,海航系向平湖九龙山索赔违约金500万元及赔偿2.37亿元。并请求法院判令被告平湖九龙山公司履行合同约定,立即召开九龙山临时董事会及临时股东大会,改选董事会及监事会。

海航反击

截至本报发稿前,除上市公司发布的公告外,公司第一大股东海航系、第二大股东平湖九龙山方面均未透露新的消息,上市公司董秘及证券事务代表办公室电话长时间无人接听。不过,知情人士向《中国企业报》记者透露,“这意味着目前海航系与平湖九龙山之间的矛盾已经无法调解,李勤夫要么履行承诺改组董事会、监事会,要么向海航赔偿损失。无论最终结果如何,都会让李勤夫的商业信誉丧失殆尽”。

早在2011年3月,海航系通过收购九龙山A、B股合计3.9亿股,持股占比达29.9%,成为九龙山的实际控制人。原九龙山控制人李勤夫持有九龙山2.5亿股,占比19.2%,退居次位。

手握九龙山最大股份的海航系并未如愿成功入主九龙山。相反,李勤夫还牢牢把持着上市公司董事会、监事会。甚至还在今年8月,李勤夫操纵其控制的公司第二大股东平湖九龙山,以股权纠纷为由向海航系提起民事诉讼并申请冻结其持有的九龙山18.84%股权,巧妙借助民事诉讼手段避免海航系以第一大股东名义提请召开董事会和监事会改选,从而达到继续控制上市公司的目的。

来自海航置业相关人士透露,根据双方签订的《九龙山收购协议之一股权转让合同(A股)》,早在去年11月10日就已经向平湖九龙山支付全部股权转让款,但平湖九龙山一直未履行合同约定,虽经多次催促,平湖九龙山拒不履行合同义务,拒绝转移标的公司控制权,严重违反上述合同约定。

就在九龙山今年6月召开的2011年度股东大会上,包括《2011年度董事会工作报告》在内的8项议案遭海航系股东联手否决。随后,李勤夫即将海航系所派驻的财务总监罢免。

上述知情人士透露,“当初,李勤夫之所以会引进海航系成为公司最大公司,就是打了一个小算盘,就是想引进海航后整合其旗下的一些旅



九龙山在李勤夫的操纵之下,从纺织转向旅游后,始终无法摆脱低迷走势

在一手创立的九龙山(600555)控制权旁落海航置业一年多后,实际控制人李勤夫丝毫没有撒手的意思。从当年的服装加工业大王、特种印刷行业领导者,到后来抽身进军房地产和旅游业,在李勤夫商业欲望一步步膨胀同时,上市公司九龙山(600555)无疑沦为其手中的一枚棋子,受害者除了海航系,还有众多投资者。

游资源,最终为上市公司在九龙山旅游及房地产业的发展带来推动和促进,并不想海航系深度介入公司的实际运营和管理。这种既要别人投钱,带资源,又不愿意别人参与管理的利益自我化思想,显然让李勤夫当前深陷战略困局”。

此前,市场投资者普遍看好海航置业入主给上市公司带来的资产整

合预期。由于海航置业是海航集团旗下八大产业板块之一,承担旅游景区开发经营管理以及酒店运营管理等职能。这无疑有利于借助海航内部资源整合后,将九龙山打造成为华东地区乃至全国的高端旅游休闲度假基地。

李勤夫曾遭证监会处罚

1999年,以服装加工制造业为主业登陆上海证交所的九龙山,股票名称还叫“上海莱织华”。2006年,由于此前的服装制造业业务下滑,公司主营业务从服装、印刷为主,重新调整为地产和旅游业为主。

这一变化的背后,正是受到作为浙江新昌人李勤夫赚钱理念的变化。《中国企业报》了解到,在成为中国服装业利税第一大户和特种印刷业独领风骚后,李勤夫认识到依靠制造业很难再获得更多的发展。

1983年创业到1990年与日本松冈株式会社合作时,李勤夫只积累了100万美元,财富增长300倍;在与日本合资成立上海莱织华并完成公司上市后,其财富从100万美元增加至3亿美元,增长300倍。

李勤夫在接受浙江当地媒体采访时说,“2002年,我就想,如果财富再从3亿美元增长300倍的话,在制造业之中是无法实现的。过去我卖一件衣服可能只赚几十块,现在我卖一张高尔夫会员卡就是几十万元,卖一套房子就是上千万元”。

显然,急于“赚快钱、赚大钱”的李勤夫开始豪赌旅游、房地产行业。早在2004年7月,因为莱织华自2001年募集资金后,存在多个募集资金投资项目变更事宜,但均未履行应有的临时公告披露义务和相关的内部决策程序,上海证交所对上海莱织华和董事长李勤夫公开谴责。

2006年1月,中国证监会因为莱织华未按规定对本公司及子公司的对外投资履行临时公告义务等问题,对上市公司处以40万元罚款。对李勤夫给予警告和20万元的罚款。

就在今年6月,中国证监会披露

的行政复议决定书显示,针对此前对“九龙山股东违规减持”所做的处罚决定,维持此前“要求平湖九龙山等3位股东将逾2亿元短线违规收益行将上缴至九龙山”行政处罚,让李勤夫此前通过旗下3家公司大幅度减持违规行为画上句号。

目前,朱勤夫及其控制的三家公司并未提出上诉,但九龙山董事会也迟迟未能履行证监会处罚决定,向三家公司追缴违规收益。证监会有关部门负责人指出,本案属于典型的上市公司5%以上的股东在限制期内短线交易股票案,九龙山国旅等3家公司在完成受让九龙山股票后随即就在6个月内减持所持股票,数额巨大,性质恶劣。

上市公司受罚

根据公司8月30日发布的半年报显示,九龙山上半年实现营业收入1.15亿元,同比降56%;归属于上市公司股东的净利润为1778万元,同比下降81.87%。《中国企业报》记者看到,报告期内共实现房地产业务1.11亿元、旅游餐饮服务318万元,同比出现近10%下滑。

当年,计划以25亿豪赌撬动1000亿元消费市场的朱勤夫,显然没有想到,随着国家房地产政策调控,特别是全球经济环境不景气引发的消费浪潮低迷,会对其九龙山旗下的地产和旅游业务造成持续冲击。

此前,中信建投证券研究所分析师沈周翔曾分析指出,九龙山旅游项目的盈利模式是利用高尔夫、马球、游艇等项目的开发带动九龙山的人气,使其土地迅速升值,“最后通过卖地和卖房获取资本回报”。

针对当前李勤夫极力阻止公司大投海航系入主并改组董事会的行为,有市场投资者认为,“李勤夫方面迟迟不肯让位,就是担心海航主导下的新董事会,会对李勤夫上述违规旧账进行清算,特别是向李勤夫控制的3家公司追讨2亿元不当收益,将会给上市公司层面运营带来新的发展”。

电商失控 供应商望而却步

更有商家直接发表声明,指责京东此次促销活动要商家全额承担成本,声称今后将退出京东平台。陈寿送表示,如果平台为了与对手竞争而做促销,要求商家全额承担费用显然是不合理的。

■ 张旭 本报记者 郭奎涛

在政府频频介入、处罚与规范并举之下,电商乱战虽然在虚假宣传、价格欺诈等方面得到一定遏止,通过控制和压迫商家打击竞争对手的黑幕又浮出了水面。

9月13日,针对“8·15”电商价格大战,商务部副部长姜增伟表示,正抓紧起草电子商务管理条例。国家发改委价格监督检查与反垄断局也在早前表示,初步查明京东、苏宁和国美网上商城涉嫌价格欺诈。

然而,记者调查发现,部分电商虽然在虚假宣传等价格乱战上有所收敛,恶性竞争并没有完全消失。日前,天猫、京东暗战并逼迫商家二选一的内幕又被曝光,京东满300返1000的活动更是逼迫不少卖家宣布退出。

处罚与规范两手抓

“电子商务的法律法规还有一些空白,要抓紧完善。一定要让电子商务企业认识到,和实体经营的商业企业一样,任何短期利益的获取,把自身的名誉和品牌置于不顾,在一定程度上等于自杀。”在回应日前的电商价格战时,姜增伟表示。

据悉,商务部将出台相应法规,就电子商务的物流配送、网上结算、交易原则等做出合理规范。对于商品经营行为中出现的欺诈消费者、丧失商业诚信底线的行为,商务部正在研究对于长期失信失信的经营企业,建立黑名单制度。

一位要求匿名的行业观察家认为,电商规范早先也有过,没有起到什么实质作用。互联网资深律师赵占领则告诉记者,早期的电商规范多属于推荐性的,没有强制执行力,此次通过商务部以行业规章的方式出台,应该会改变这种被动局面。

可以看到,政府对电子商务行业的监管正在收紧。“8·15”电商价格大战中,发改委也分别派出三个工作小组前往调查,初步查明京东、苏宁和国美网上商城涉嫌价格欺诈,三家电商还有可能因涉嫌虚假宣传、欺骗消费者而遭到处罚,但是具体调查结果和处罚数额至今没有下文。

记者致电京东、苏宁和国美三家电商,对方均表示已经就此事发表了声明,不愿意再做过多的评论。根据他们之前的声明,三家电商均在配合发改委的调查,并对对存在的虚假宣传做出改正。其中,京东通过只有数百粉丝的微博小号发布这一声明尤其被指诚意不足。

其实,关于发改委处罚雷声大雨点小的质疑早有流传,上述匿名人士即指出,发改委不会真正地处罚电商的,更多的只是象征性作用,表明政府正在加强这一块的监管,要电商不要放肆;而且电商价格战涉及的企业过多,法不责众。

“根据价格法,非法所得要处以5倍以下的罚款,关键是很难以确定具体的非法所得,只能按照相关规定,处以5万到50万元的罚款,这对电商来说简直是九牛一毛。”赵占领说,国家从根本上还是支持电子商务发展的,处罚更多代表的是一种规范。

姜增伟也表示,电子商务“发展态势超出意料,一发不可收拾。未来政策将支持加快电子商务发展,电子商务在提高效率降低成本上有天生优势。”

电商乱战殃及商家

“目前来看,发改委等政府部门的介入确实起到了一定的震慑作用,电商的夸大宣传已经得到了有效的遏止。”易观分析师陈寿送强调,价格战从本身来讲是没有问题的,政府反对的是恶性价格战,电商的常规价格战还在继续,下一个峰值估计会在“十一”之前来临。

记者观察各大网上商城,京东、苏宁和国美的优惠活动均不少,库巴网已经率先在家电方面展开了大规模的促销,易迅网CEO卜广齐更是针对日前iPhone5向刘强东约架,当当网相关人士也向记者证实即将开展“十一”的促销活动。

然而,表面上的风平浪静仅仅持续了几天,电商对商家的争夺战又被曝出。

有消息称,淘宝小二日前向各大卖家下发通知,称天猫双“十一”促销期间将禁止商户在京东等其他电商平台参与类似的促销活动,否则将拒绝商家参加天猫平台的“双十一”,而且今后所有阿里的资源都不再提供给商家。

“淘宝小二只是问了一下,看参加天猫‘双十一’的有没有参加京东等其它平台,并没有明确地说明要求商家二选一。”一位不愿意透露姓名的天猫服装网店店主告诉记者。

随后,京东推出的秋装“满300返1000”的优惠活动中,诺奇、伊芙丽、AKSERIES男装等表示因仓库调整、系统故障等原因停止发货。更有商家直接发表声明,指责京东此次促销活动要商家全额承担成本,声称今后将退出京东平台。

记者联系上述京东商家,对方均拒绝就此事发表评论。不过其中一位商家随后在微博中表示,沉默并不代表软弱,小不忍则乱大谋。京东方面则声明说,这是受到“友商”威胁商家自行操作的,暗指是由天猫要求商家“二选一”造成的。

“实际上,很多促销都是商家自己发起的,促销费用当然需要商家承担。如果平台方想到更大规模的促销活动,事先也会和商家就具体的促销费用承担比例商讨决定。”陈寿送表示,如果平台为了与对手竞争而做促销,要求商家全额承担费用显然是不合理的。

陈寿送还说,电商平台的过度竞争对商家的不良影响由来已久,电商给商家的结账账期较长,就可以拿本来应该及时付给商家的资金去做其它投资,却忽略了商家的长期发展,图书行业的账期甚至已经延长到了3—6个月。

淮安实施素质提升工程 打造优秀企业家队伍

■ 耿良道 陈翠梅

近年来,淮安市委组织部和市委企业工委始终把加强企业家队伍建设作为实现“建设富庶美丽幸福淮安,打造苏北重要中心城市”发展目标中的一项前瞻性、开拓性工作来认真加以落实,实时启动了企业家培育系统工程,紧紧围绕“完善机制、提升能力、加强交流、促进合作、推动发展”这一主线,不断探索加强全市企业家教育培养的新思路、新办法,积极采取请进来与走出去相结合、专题培训与企业考察相结合、定期讲座与集中研修相结合、专题研讨与热点交流相结合、国企高管与民营企业企业家相结合的培训办法,逐步建立了立体式企业家教育培训体系,切实帮助企业企业家共渡难关,取得了较好的社会效果。

一是以“淮安企业家大讲堂”为平台,举办系列专题讲座活动。“淮安企业家大讲堂”是市委组织部、企业工委精心打造的第一个名牌,主要帮助企业家及时了解国内外的经济形势、热点话题和前沿的经营管理思路,每年举办4—5

期,目前已举办了22期,先后邀请了著名经济学家郎咸平、袁钢明、黄泰岩等专家学者以及张利、王仁峰等国内知名企业家来淮作“宏观经济形势分析和企业应对”、“不确定时代的营销思维”、“企业家新领导力”的修炼与提升”等精彩演讲,并就企业发展中的热点、难点问题进行了现场研讨交流,参加活动的企业高管达4500多人次,得到了企业家的充分肯定和积极参与。

二是以“知名院校和机构”为阵地,举办系列高级研修活动。主要是帮助企业企业家系统地、科学地、有针对性地提升领导能力、经营管理能力、战略决策能力和创新能力。先后与浙江大学、清华大学、青岛大学、中国大连高级经理学院等著名院校合作,建立多个淮安企业家培育基地,举办了7期淮安企业家大学工商管理高级研修班,来自全市大中型重点企业360多名企业家和企业高管参加了学习培训,这是精心打造的第二个名牌。同时,还与中国企业联合会、中国企业家协会等国字头机构合作,先后举办了6期高级职业经理人资质评价培训班,来自市内外大中型企业高层管理者共280多

人参加培训,经资格认证有274人获得了高级职业经理资格证书,此项目得到了社会各界的广泛认同和企业家的积极参与,这是精心打造的第三个名牌。

三是以“知名企业”为立足点,开展系列学习考察活动。这也是精心打造的第四个名牌,主要帮助我市企业家进一步拓宽视野,不断学习著名企业的先进经营理念和管理经验,每年分2—3批有计划、分专题地组织全市企业家赴世界500强和中国500强企业学习交流,先后组织15批300多名企业家赴广州本田、珠江钢琴、海尔集团、海信、青岛啤酒、西子奥的斯、娃哈哈等中国500强企业现场观摩考察和对话交流;分3批选派了50多名企业家赴丰田、资生堂集团、大宇集团、乐天百货、旺旺集团、统一集团等公司进行实地考察,企业家普遍认为这样的活动非常及时有效,促进他们接受了一些新理念、新思路。

四是以“热点难点问题”为突破口,开展系列专题研讨活动。这是精心打造的第五个名牌,主要针对每个阶段企业所面临的国内外经济形势和发展困境,分专题进行

研讨,邀请当地1—2名企业家作主题演讲,其他企业家补充,最后请专家点评,主要帮助企业企业家进一步看清形势,理清企业发展思路,先后开展了“体验缘文化、促企业发展”、“金融危机条件下企业发展策略”、“后危机时代企业发展策略”、“通胀压力下企业如何提高经营效益”、“稳增长形势下企业发展策略”等系列专题研讨活动,收到了非常好的效果。

五是以“淮安经理人协会”为载体,开展系列宣传交流活动。定期举办企业家联谊活动,目前已举办5期,共有260多名企业家参加了活动,这是精心打造的第六个名牌;创办了《淮安经理人报》,加强政策宣传,展示企业家发展成果;编印《危机成就卓越——淮安企业家创新创业成果汇编》,展示优秀企业家应对危机所取得的丰硕成果和成功经验;举办了淮安企业家创新创业成果的评选表彰活动,从102个项目中,评选81个一、二、三等奖项目进行表彰,并编辑成册供大家学习借鉴。

(作者单位:中共淮安市委组织部企业干部处)