

北洋传媒上市难,天舟文化退出

在1月8日召开的2015年第一次临时股东大会上,天舟文化通过了《关于拟转让所持北洋出版传媒股份有限公司股权的议案》。而从北洋传媒2014年1-6月净利润有2.77亿元来看,这无疑是一块优良资产。天舟文化股价因此跌幅明显。

投资者也在质疑:既然不需要靠此来增亮公司业绩,为何要卖掉,其中是否有不可告人的利益输送或内幕交易问题?

转让股权获益1600万

1.28亿元,天舟文化把持有北洋传媒的4000万股股份卖了。1月8日,天舟文化股东大会通过了这一议案。

而公司也于近日与天津君睿祺股权投资合伙企业(有限合伙)签订了《股权转让协议》,转让后,公司不再持有北洋传媒的股权。

2013年6月发布认购增资北洋传媒公告时,天舟文化称此举意在整合双方互补优势,进一步扩大上市公司在北方地区的影响力,“未来公司有望在拓展全国出版发行业务方面,获得更多出版资源和发行渠道。”

如今转让北洋传媒,公司表示,有利于公司集中资源用于支持新媒体、教育服务、创意产业等板块的战略发展,有利于盘活存量资产、优化资产结构,进一步增强资产的盈利能力。

资料显示,此前天舟文化以28元/股的价格认购4000万股,如今售价3.2元/股,即获益1600万元。

不过,天舟文化2014年已经并表此前收购的手游公司神奇时代,去年前三季度利润暴增668%,达6146万元;从公司业绩来看,转让北洋传媒股权显然并非只为了增亮业绩。

上市无进展,天舟文化“等不起”

从财务数据上来看,北洋传媒是一块优良资产。截至2014年6月30日,其总资产为84.6亿元,营业收入41.87亿元,归属于母公司所有者的净利润达2.77亿元。

因此,有股民表示,对天舟文化来说,转让北洋传媒股份在利润上对股价是利空。但在临时股东大会上,董秘喻宇汉说,“这其实是一次优化资产和业务结构的积极行动,毕竟投资一年回报率达到20%左右,我们可以把回笼的资金投入到公司下一步战略发展上去,支持公司培育新业务。”

喻宇汉还透露,公司投资北洋传媒时,曾获知北洋传媒2014年会向证监会递交上市申请,但目前仍没有递交申请。“一家公司能否上市有诸多因素影响,北洋传媒今后会不会递交申请,具体递交的时间公司均没有确切消息,而公司仅为持股2.2%的股东,对其能否上市影响力非常小,公司如果继续对北洋传媒的投资,并不一定会获得更大收益。” ■记者 黄利飞

观察

折射地方出版集团IPO窘境

地方出版集团拟冲刺IPO的消息,近年来一直不绝于耳。如南方出版传媒、湖北知音传媒在IPO排队中;山东出版传媒、青岛出版传媒等均在推进上市工作。

天舟文化认购增资北洋传媒,正是看中了其作为河北出版传媒集团有限公司搭建的上市主体,正在积极做上市准备,欲分享其IPO盛宴。

2014年8月,河北出版传媒集团董事长杜金卿还公开表示,股改上市工作一直是河北出版传媒集团的“一号工程”,北洋出版传媒积极打造以“数字化、全媒体”为特征的上市主体,“上市辅导已经启动,各项准备工作已经进入冲刺阶段。”

然而,频频亮相A股的“新贵”中,却没有地方出版集团的影子,只一副“光打雷,不下雨”的迹象。

有市场人士分析称,原因之一在于,IPO停摆一年,先是要消化此前“阻塞”的公司;但更深层次的原因,可能是上层意在“先把资源整合工作做完了再上市”,如今地方传媒整合大潮来袭,比如上海的两大报业合并、湖南媒体圈的重组整合,就很可能说明这一点。

东塘友谊商城20周年店庆启幕

1月9日9时,友谊商城20周年店庆庆祝仪式在友谊商城前坪举行。湖南友谊阿波罗商业股份有限公司董事长胡子敬等集团领导出席仪式。

活动现场,两条巨龙和两头雄狮在六面1.8米的巨型大鼓敲响的节奏中舞出欢腾,而该商场员工组成的5支方阵队也充分展现了“友谊商城精品之城,齐心协力共创佳绩”的精神风貌。

除了现场热闹外,商场还安排了16辆喻意红红火火的大红色轿车,组成整齐有序的车队从友谊商城前广场出发,将在芙蓉路、韶山路、五一大道进行为期5天的凯歌巡游。

友阿集团董事长胡子敬说:“20年前友谊商城创立之初,我们曾对消费者许下‘一流的环境、一流的品质、一流的服务’的承诺。看如今盛况,‘三个一’的承诺已经实现。”胡子敬再次承诺:“二十年,只是友谊商城的起点。在今后的50年、100年里,我们将一起为星城消费者制造更多的惊喜和实惠!”

整场庆典仪式在全场“开门大吉”呐喊声中圆满落幕。而友谊商城为消费者准备的“富贵长寿面”,十几分钟内即被认领一空。

据介绍,店庆活动将一直延续至1月13日。活动期间,商场消费满368元送268元,指定进口化妆品和烟酒限时收券,购物还有机会获得999纯金打造的“20周年纪念金条”1枚。 ■记者 朱蓉

三家湘企登Q板

1月7日,三家湘企大民信业资产管理集团、岳阳鑫隆信息科技有限公司、湖南誉满华庭智能设备研发有限公司集体在上海股权托管交易中心挂牌上市,这是2015年湖南首批企业登陆上海股交中心Q板。 ■记者 黄文成

沪指惊魂:半小时暴跌119点

1月9日两市双双低开,沪指低开持续走低,创业板则大幅反弹涨超2%,午后在银行、券商、保险的大涨下,沪指暴涨逾3%,近五年来首次触及3400点大关,然而好景不长,临近尾盘时又出现跳水,半个小时里下跌119点。

大盘“回吐”凶猛

从盘面上来看,蓝筹股再度成为“元凶”。午盘收盘前,基建类股票突然“爆发”,带领股指直线上攻;午后包括金融、地产、煤炭有色、电力、两桶油等均出现急速拉升;临近收盘时,上涨动力明显衰竭,上述权重很快便大幅跳水。

日信证券黄亮认为,这种下跌比较正常,毕竟大盘股都出现了长时间的单边上涨;再加上下周有20余家新股发行,资金有一定回吐的需求。但是调整时间不会太长,热点会逐

步切换,前期受压制的绩优股和成长性的股票,可能会成为下一步市场的热点。

资金“出逃”明显

在周四大盘大跌时,两市出现大单资金累计净流出近500亿元。周五,资金再度流出明显,仅南北车两股净流出资金即超过50亿元。实际上,早在1月5日,就已有不少私募基金开始出逃。

1月7日有基金经理表示,这两天把仓位全部都降下来了,尽管市场行情仍然如火如荼地开展,现在看好多股票融资余额已经超过了该股当天的成交量,而且该成交量和换手率都很高,市场再度回踩3000点是大概率事件。

无独有偶,另一名基金经理也透露,在1月5日已清仓,他认为管理层宣布发行20只新股表明不希望市场成疯牛。 ■记者 黄文成

提示

小心A股出现“踩踏”事件

经历了本周几次拉升后,沪指已逼近前期高点3478点,这是2009年最后一高点,突破则意味着后市甚至可以看到6000点,而未能突破无疑将面临回调。

湖南资深投资人士李布维表示,投资者要小心A股出现踩踏事故,调整时间至少需要数周。主要有三方面的原因:资金大考:下周新股发行,将有大量的资金抽出去打新;技术需要:月线八连阳,2009年高点压力;融资盘:一旦出现大幅调整,融资盘会一涌而出,出现踩踏事故都有可能。券商、银行、融资盘最多,因此目前最不看好这两个板块。

对于后市操作,日信证券黄亮建议关注绩优股和成长股,目前来看这样的股票大多分布在传媒、医药、医疗器械、环保等行业,如益佰制药、奥飞动漫、阳普医疗、碧水源等。

新政

股票期权2月9日上市

证监会新闻发言人邓祁1月9日表示,证监会批准上交所开展股票期权交易所试点,试点范围为上证50ETF期权,正式上市时间为2015年2月9日。

箭牌之夜,乐动乐美——箭牌卫浴音乐系列新品全球首发

1月5日,“箭牌之夜,乐动乐美”箭牌卫浴音乐系列新品发布会暨2015年米兰世博会中国国家馆产品启动仪式在广州隆重召开,箭牌卫浴音乐系列新品全球首发,盛况空前。

据悉,新品创作灵感来源于箭牌卫浴代言人、世界著名钢琴家郎朗,郎朗先生表示:“这种音乐与卫浴结合实在是太美妙了,突破想

象;回去后把家里卫浴都换成音乐系列,在洗浴的时候能激发创作灵感。”目前,新产品在日前举行的广州国际设计周上,摘得了全球唯一以“中国设计”为主题的产品设计奖项——红棉奖。

同时,箭牌卫浴还进行了2015年米兰世博会中国国家馆产品启动仪式。中国国际贸易

促进会世博办展览部部长张亮先生表示,“箭牌卫浴将正式入驻2015年米兰世博会,成为中国国家馆唯一指定品牌,成为世博会中国国家馆的全球合作伙伴。”同时,郎朗是米兰世博会国际形象推广大使,同时担任世博会中国国家馆形象代言人,此次合作无疑是箭牌卫浴携手郎朗迈向国际舞台的一个最佳契机。

国美在线“年,在一起”36天 领跑电商春节大促

2015元旦特惠刚刚结束,电商又开始加紧备战。据悉,国美在线从1月13日即开启以“年,在一起”为主题的开年大趴,一直延续到2月17日,长达36天的新年贺岁大戏隆重上演,大牌日、除夕达、开年唱吧、心情APP等特色活动轮番登场,好戏连台不容错过。

据了解,国美在线开年大趴以“年,在一起”为主题,主打情感营销牌:和用户在一起,用全方位服务为用户权益负责;和供应商在一

起,联合推出质优特惠大牌商品;和家人在一起,以丰富优质的年货,为亲友送上新年礼物和祝福。

同时,国美在线将依托线下供应链优势,整合集团战略资源,共享物流、采购、信息等平台,根据大数据分析消费者需求,推出系列大促,为用户带来为羊年春节增光添彩。

业内人士分析,相比天猫、京东等电商开年活动的秘而不发,国美在线开年大趴看点十

足,率先抢占市场制高点。首先,国美在线依托强有力的供应链优势,与一线大牌多样化的深度合作,通过手机日、家电日为消费者送上诸多爆款,让品牌死忠大呼过瘾。

其次,国美在线在PC端和无线端推出的诸多趣味游戏和优惠红包,极大的提升用户消费体验,再加上“除夕达”“家安保”等特色物流售后服务,国美在线强大的综合运营实力尽显无疑。

生活质“尚”带“爱”回家

you are my best choice

“我们生活在武汉,购车的第一选择当然是东风雪铁龙了。”与所有的武汉人一样,车主王先生选择小爱的第一理由是出于对当地品牌的信任和喜爱。“妻子对车的要求是好看,我的要求是安全又经济,小爱都符合了。”就这么简单,王先生将小爱领回了家。

他说,“当初选车看好了小爱的法式设计,而真正开起来却也经济适用。”王先生最推崇的是小爱的大空间。“当初买车的时候销售就强调485L的后备箱,我还有点不以为然。搬新家的时候,我们没请搬家公司,我开着小爱就搞定了,自行车、书柜都是我自己搬过来的。”

今年,已经超过10万台全新爱丽舍走入中国家庭,甚至有的家庭是富康、经典爱丽舍、全新爱丽舍三代同堂。生活质“尚”带“爱”回家,小爱以自己的“品质高、空间大、配置全”成为众多消费者的best choice,成为“爱”的守护者。