

# 宝钢二度减持建行H股

## 套现41亿港元,称是正常市场行为

日前有媒体报道称,宝钢集团以较建行H股7日收盘价折让1.9%的价格5.08港元/股,配售8.1亿股H股,套现约41.1亿港元。宝钢集团相关人士昨日对记者证实了此次减持行为,但并未直接回应此次减持的原因,只是称这是正常的市场行为。

□现代快报记者 周鹏峰

这不是宝钢集团第一次减持建行股份,据公开资料显示,宝钢集团还曾在去年四季度减持了建行4亿股H股;在减持建行股份的同时,宝钢集团自去年频繁增持其旗下宝钢股份,截至6月末,宝钢集团持有宝钢股份比例已高达74.97%。

不包括香港中央结算公司,宝钢集团目前是仅次于汇金、淡马锡的建行第三大股东,截至今年6月末,持有该行3.19亿股A股,占有该行总股本比例为0.13%,同时持有该行28.1亿股H股,占有该行总股本比例为1.12%,合计持有该行股份比例为1.25%,此次减持后,宝钢持有建行H股股份为20亿股。

不考虑此次减持,以减持当日收盘价计算,宝钢集团持有建行股份市值折合人民币约131.8亿元。在当日,建行A、H股均以



资料图片

较大幅度上行,其中A股上涨3.08%,收于4.01元/股,H股上涨3.81%,收于5.18港元/股。

值得一提的是,近一年来,建行多次遭遇前十大股东较大份额的减持。今年二季度,该行目前前十大股东淡马锡(不考虑香港中央结算公司)出售了总计约47.77亿股建行H股,持有该行股份比例也由一季度的9.06%减少至目前的7.15%。

更早前,建行的境外战略投资者,曾经的第二大股东美国银行在去年8月及11月先后两次减持建行股份,其持有建行股份比例由此从超过10%减少至目前的0.8%,目前美国银行仍持有建行20亿股H股。

建行就宝钢此次减持对记者回应称,由于宝钢集团并非该行战略投资者,且持股比例并不超过5%,所持有股份也已过限

售期,因此宝钢并没有义务将其减持行为告知建行,并不清楚其减持原因,与此同时,目前建行经营情况并无异常。今年上半年该行实现净利润1064.94亿元,较上年同期增长14.57%。

考虑到建行近一年频繁遭前十大股东的减持,建行相关人士称,除了股东自身的因素外,不排除其中有不看好建行以及银行股的成分。另有分析人士称,宝钢此次减持,主要应是从自身经营管理考虑而进行的正常市场操作,预计本次交易不会对建行后期股价表现构成影响,并认为宝钢此次减持交易属于特定时期的市场操作,不排除未来情况好转时反向购入的可能。

昨日建行A、H股对宝钢减持行为反应并未过激。昨日建行A股跌1%,跌幅居于16家上市银行第二位,H股则跌2.12%。

### ■ 相关链接

#### 上市银行 暂缓再融资

##### 或因身陷A股重灾区

筹备了一年多的招商银行350亿元A、H股配股融资计划,不得不随着一纸公告延期一年。9月7日,经2012年第一次临时股东大会审议通过,其再融资计划延期一年。

在招行之前,平安银行也已将其200亿元定向增发计划延期一年。而苦苦等待一年多时间的光大银行,干脆暂停了其H股上市计划。半年报显示,截至6月底,这三家银行的核心资本充足率已经全部低于8.5%,再融资提升资本充足率成燃眉之急。

招行和平安银行均未解释延期再融资的原因。最近,银行股几乎成为A股市场的重灾区,银行股破净频频发生。截至9月7日,股价跌破净资产的银行股达到9家,超过沪深两市16只银行股的一半,平安银行即是其中之一。

光大银行则表示,由于受全球经济复苏放缓、欧债危机问题频发等因素影响,资本市场持续低迷,银行估值普遍偏低,考虑到该行现有股东的利益,暂缓H股IPO进程。

据《第一财经日报》

### 洛阳铝业A股询价

#### 为年内第三大IPO

已在香港上市的洛阳栾川铝业集团股份有限公司(洛阳铝业)回归A股的进程再次推进。洛阳铝业昨日在上交所发布的发行说明书显示,其于昨日启动询价,并将于9月24日进行网上申购。此次洛阳铝业将发行5.42亿股A股,募资金额约为36.46亿元。以发行股份数和预计募资额计算,洛阳铝业为年内第三大A股IPO项目。

洛阳铝业为国内最大、全球排名第四的铝生产商,也是国内最大的铝精矿生产商之一。洛阳铝业在2007年4月26日于港交所上市,截至上周五收盘,洛阳铝业港股股价为2.93港元/股,折合人民币2.4元/股。但是,如果以36.46亿元的募投资金额,以及5.42亿股的新发A股股本计算,那么洛阳铝业的A股发行价将高达6.73元。两者落差高达近2.8倍。

### ■ 谨慎面对“面值陷阱”

需要关注的是,洛阳铝业此次A股发行的每股面值与H股相同,同为0.2元/股。而除了2008年同样H回A的紫金矿业之外,A股已上市公司的每股面值均为1元。

2008年4月25日,紫金矿业以每股7.13元的发行价登陆A股。上市首日仅用了50分钟便冲高至22元,最终收报至13.92元/股。但其后两天,紫金矿业连续跌停,“一些炒家造成了‘面值陷阱’。”一资深分析师指出,发行价7.13元/股,面值0.1元,如果折算成1元面值,那么它的发行价其实高达71.3元,当被爆炒至22元时,折算成1元面值股票,价格已经达到了220元。

据《东方早报》

# 苏宁超级范:架起虚拟和现实

## 专访苏宁电器南京大区总经理 卞农



《商业消费》:先是苏宁易购提出的“去电器化”,很快苏宁电器也提出了“超电器化”,前者对于一个网购商来说可以理解,但对于一个以电器专营的连锁实体店来说,这样的转变很多人不太理解,您怎么看?

卞农:首先易购是苏宁密不可分的一部分,自2010年以来,集团全面实行线上线下双渠道运作,随着生活方式的转变,单纯的电器销售服务已经不能满足消费者的多元化生活需求,在集团新十年战略发展的背景下,集团明确了“超电器化”的发展方向,这预示了实体店也将迎接新一轮转型的加速。

在集团“旗舰店+互联网”的战略下,“超级店”作为旗舰店的最高形态,涵盖3C、传统家电、图书、百货、日用品、金融产品、虚拟产品等,承载着苏宁线下丰富品类、智能体验、科技转型的重任,对于提升单店经营质量,在实践线上线下融合的新模式中体现了重要的意义。

《商业消费》:从预先公布的布局看,这是一家以电器为主导的大百货类型店,在新街口有众多的百货商场,您怎么看待未来这种交叉竞争?

卞农:随着消费结构的改变,传统“你卖货,我买货”的单纯购物环境已经过时了,现在都以购物中心、Shopping Mall为“综合体”进行运营,这里面就涵盖了餐饮、娱乐等项目,其实商茂广场超级店在去年升级为Expo超级旗舰店的时候已经引进了百货,只是今年在产品的涵盖面上更加丰富,同时也增加了金融、虚拟等方便顾客现场办理

个人业务的品类。

我们和现有传统百货在受众群方面有很大的区分,面对的渠道市场也有很大的不同,并且超级店强调以科技创新提升服务体验,在商茂店率先引进电子屏、智能客厅、智能厨房等智能家居产品,借助集成智能终端,将与家居生活有关的各子系统如信息家电、灯光控制、窗帘控制、安防、场景联动等有机结合,通过云时代智能控制和管理,带给消费者“以人为本”的全新智能家居生活体验,这些差异化的经营方式就是超级店的竞争优势所在。

《商业消费》:以前由于苏宁电器等商场的崛起,导致家电基本上从南京各大商场退出,如今苏宁电器将引入百货概念,这种转变耐人寻味,如果说百货商做不好家电,那么家电商就一定能够做好百货吗?

卞农:对于这个问题,首先要感谢您对苏宁在家电行业打拼多年结果的认可,的确上个世纪通过了空调大战,苏宁对于家电格局进行了洗牌,22年来,对外加强与各大渠道商的合作,对内提升客服、物流、售后的作业质量,在家电行业也做到了专业,而此次我们引入百货、图书、金融等产品除了为消费者提供更为便捷的服务之外,也秉持着一贯对专业的追求态度,年初,苏宁采购总部成立百货、日用、图书、金融、虚拟等营销中心,强化新品类的采购队伍,有效支撑了线上线下双渠道新品类的快速拓展,通过不断地摸索和探寻,相信我们在拓展的百货等业态上也会有出色表现。

### 记者手记

## 制造兴奋点

《商业消费》:就个人而言,“去电器化”转变将对未来引发的管理架构有哪些转变?

卞农:随着“去电器化”进程的开始,集团已经在管理组织架构方面进行了调整,随着业务的发展,市场的需要,集团会不断加强这方面专业人才的引进,以强化推进集团“科技转型”的目标。

现在在徐庄总部设立的概念店,在研究产品、销售流程、智能服务等方面为超级店做出研究成果,增强了店面的科技感、智能体验。值得一提的是,超级店还将集中提供诸多苏宁云终端产品,如苏宁应用商店客户端,它集合了应用、游戏、音乐、视频等多种内容软件,为消费者提供优质手机应用程序的获取渠道与软件管理服务;苏宁云阅读(Subook)终端可为消费者带来多平台、多场景的随时随地阅读享受。

我最后重申一点:为消费者带去智能体验、便捷服务就是超级店的最终目标。

9月7日,记者和苏宁电器南京大区的总经理卞农交换了一些对于超级店的看法。交谈的焦点是外界普遍存在这样一种担忧:在时下国内经济不景气的状态下,苏宁启动超级店的计划是否合时宜?卞农认为,苏宁超级店再次升级转型,除了南京外,这次全国还有三家店要开。对于外界存在的这种担忧表面上看是合情也合理,但从整个家电流通业的态势看,这种转型势在必行,也很紧迫。

对于时下消费力不振的态势,流通业的大佬们都有着足够重视的态度。苏宁易购是苏宁电器“超电器化”的虚拟之路,苏宁超级店是苏宁电器“超电器化”的实体之行,并举是为了创造更多消费的机会。担忧永远都存在,但这并不能阻止苏宁电器前行的决心。

制造兴奋点,是面对当下经济正能量的举措,但相比那些画大饼式的许诺,概念经济泡沫,这种积极的态度和踏实的行动才能真正给经济复苏注入活力。现代快报记者 杨坤



苏宁超级店外立面效果图

南京,是这次苏宁超级店的计划四个城市之一。面对苏宁电器再次升级转型,整个中国家电业都在看,希望和猜疑放在实践者的身上就是压力。

卞农,苏宁电器南京大区总经理,这次苏宁商茂超级店掌舵人。9月7日,卞农接受了《商业消费》记者的专访,在他看来,苏宁超级店所架构的概念,已经初具未来流通业的模型,它所涵盖的不仅仅是商品的观念,而是虚拟和现实生活的融合。