



夫妻兄妹齐上阵,偏爱江阴本地股

江苏牛散任向东家族 越线举牌领罚单

在二级市场上,牛散“全家总动员”总能吸引市场的目光。安徽证监局近期披露的一份行政处罚决定书,首度披露了江苏牛散任向东、任向敏兄妹等人的裙带账户。记者注意到,曾一手创建江阴海润(*ST海润的前身)的任向东家族,近些年在二级市场异常活跃,除了“扫货”万安科技之外,还在华西股份、金一文化、西昌电力等多家上市公司盘踞,在台前亮相的主要是任向东、任向敏与程伟三人,而在一致行动关系坐实之前,还存在其他隐瞒举牌的违规举动。

据《上海证券报》

“任性”的任氏家族

安徽证监局披露的行政处罚决定书显示,任向敏、任向东为兄妹关系,任向敏、任巍峰为夫妻关系,任某秋、沈某英为夫妻关系,任向敏、任向东为沈某英和任某秋的女儿,任某楼为任向敏和任巍峰的女儿。任向敏控制并操作“任向敏”、“任某秋”、“沈某英”、“任某楼”账户。任向东控制“程某”账户,具体操作由其妹妹任向敏或朋友施某慧负责。

任向敏、任向东、任巍峰利用其控制账户于2014年4月14日开始买入“万安科技”,并于2014年7月4日首次持股比例合计超过5%,2015年4月24日持股比例达到最高值9.45%。监管部门认定,任向敏、任向东、任巍峰构成一致行动人。三人自2014年7月4日至各账户调查日,始终未履行提请上市公司信披和公告的义务。故安徽证监局对任向敏、任向东给予警告,各处60万元罚款;对任巍峰给予警告,并处以30万元罚款。

任氏家族的背景可不简单,属于“实业起家、A股致富”。资料显示,2011年,海润光伏借壳*ST申龙顺利上市,任向东一直担任上市公司董事长。直到2014年10月,任向东辞去上市公司董事长职务,其控制的九润管业亦在今年1月初开始大幅减持。今年4月21日,任向东又辞去了海润光伏的董事职务。作为海润光伏昔日的当家人,任氏家族此后投身二级市场,不断“刷榜”。

股东名称	持股数(万股)	占总股本比例	增减(万股)
江苏华西集团	39162.95	44.2%	不变
★任向敏	4212.4	4.75%	不变
上海东灿贸易	4000	4.51%	不变
★程伟	2622.14	2.96%	-596.99
江苏法尔胜泓昇集团	1000	1.13%	不变
深圳市架桥资本(有限合伙)	1000	1.13%	不变
何晓玉	800	0.9%	不变
★任向东	754.42	0.85%	64.42
白玲玲	752.17	0.85%	新进
吴建英	661.25	0.75%	新进

★任向东、任向敏、程伟同时现身华西股份

现身多家公司股东榜

值得注意的细节是,本案中并未披露全名的由任向东控制的“程某”账户,从对应时期的上市公司股东榜来看,应为“程伟”。万安科技财报显示,截至2015年6月底,“任向敏”与“程伟”分别持有万安科技4.39%和4.00%股权,为公司第四和第五大股东。不过,2015年三季报时,二者已经退出前十大股东榜。

据查,程伟曾任海润光伏第二大股东九润管业采购总监;此外,任向东在2014年斩获新三板公司泓源光电控制权后,程伟与任向东一同进入该公司董事会。

数据显示,任家账户组曾现身多年公司股东榜,甚至有尚未认定的越线举牌。最典型的当属华西股份,该公司地处任家的大本营江苏江阴。华西股份2015年年报显示,任向敏、程伟、任向东分别持有公司4.75%、2.96%和0.85%股权,持股量合计

7588.96万股,占总股本的8.56%。此前,任向敏还曾因个人持股比例超过5%未披露构成违规举牌。截至2015年4月30日,任向敏持有华西股份达到5.63%,任向敏在持股达到5%时,没有停止操作,继续买入公司股票,也未及时披露。

实际上,按照安徽证监局的认定,若“程伟”账户一直由任家控制,任氏家族在2015年二季度的持股量已经超过10%。截至2015年6月底,任向敏、程伟、任某秋、任向东四人同时上榜,并且都是在二季度突击买入,其持股比例分别为5.63%、4.30%、0.59%和0.37%,合计高达10.89%。

此外,截至2015年末,任氏家族任向敏、程伟、任向东三人还同时出现在金一文化、西昌电力的流通股股东榜上。此前,任氏家族还现身于双良节能、澄星股份、长城电脑等多家上市公司股东榜。

资料图片

最新市况

A股延续跌势 资源股一枝独秀

承接前一交易日调整势头,21日A股继续下跌。深证成指下行逼近万点整数位,与创业板指数双双录得逾1%的跌幅。IT板块跌幅居前,钢铁等多个权重板块逆势收涨。

沪指周四低开,呈现反复拉锯态势,一行三会发文支持钢铁煤炭行业化解过剩产能,大宗商品期货全面爆发,周期股资源股一枝独秀。但其他热点缺乏跟随,临近尾盘,创业板快速跳水,跌幅超过1%。截至收盘,上证指数报2952.89点,跌0.66%;深成指下行逼近万点整数位,收报10058.80点,跌1.04%;创业板指报2110.16点,跌1.64%。值得一提的是,沪指、深成指、创业板均收出了5连阴。

沪深两市延续跌多涨少格局,大部分行业板块延续跌势,IT板块跌幅超过2%,日用

品、传媒教育、电气设备、券商保险等板块表现相对较弱。钢铁板块逆势录得2%以上的涨幅,煤炭、有色金属、石油燃气等权重板块收涨。与前一交易日逾8000亿元的交易量相比,当日沪深两市成交明显萎缩,合计不足5500亿元。

经过20日的大幅杀跌,市场风险偏好明显下降,投资者心态也更趋谨慎。招商证券认为,本轮反弹是短期情绪修复叠加超发货币带来的经济短周期复苏下的熊市反弹,市场缺乏中长期向上的信心。目前,从情绪面、资金流向、股市与期货市场的互动关系看,A股市场已现疲态。一旦破位立即离场,无须恋战。巨丰投顾则认为,空头集中宣泄完毕后,市场将重回震荡上行的节奏,重返2900~3100点。

综合新华社、网易

公司热点

乐视贾跃亭回应质疑 称硬件免费不是噱头

19日晚间,乐视网发布2016年一季度报告,公司一季度营业总收入约46亿元,较去年同期增长117.23%;归属于上市公司股东的净利润约1.15亿元,较去年同期增长20.29%。在靓丽一季报背景下,乐视隔天便召开了新品发布会,一口气发布了横跨4个行业的4款新品。与此同时,乐视创始人贾跃亭还回应了“硬件免费是噱头”、“乐视只有商业模式无技术创新”等尖锐问题。

发布会上除了大家最关注的乐视汽车终于揭开面纱,关于乐视“414硬件免费日”被质疑去库存,只是个噱头的说法,贾跃亭也第一时间当众做了详细的回应。贾跃亭表示:“中国的互联网发展中所有的硬件都是用来收费的,内容是免费的,乐视的模式是要打破这个惯性,提出这种质疑的,一方面真的没有理解这种模式,另外一方面就有故意的成分了,”他补充道,硬件免费并

非意味着不赚钱,内容被列为核心价值之一,硬件则不是。“硬件免费不是噱头,乐视不会改变硬件价值衰减的看法,要让用户只为核心价值付费。”

对于“乐视只有商业模式创新,无技术创新”的质疑,贾跃亭回应,“在新的时代,仅仅靠技术和产品创新,是不能推动产业和社会进步的。乐视的创新不仅涵盖技术创新、产品创新等基础创新,还有商业模式创新,文化、制度创新,最终实现真正的全流程、全方位的生态创新。”

20日的发布会上,乐视一次性横跨电视、手机、汽车、VR四大产业,推出四类终端硬件新品。对此,业内专家认为,乐视这样的做法是利弊相关的,一方面,涵盖多个行业可以形成群体效应,互相借力;另一方面,等于乐视在多个行业同时树敌,遭遇夹击。

现代快报记者 王静

邮储银行江苏分行推出“99元瓜果亲子游” 国内全线和出境全线,每单最高立减3200元

田野的稻香、漫天的繁星、碧草蓝天、举杯高歌……为将来的美好生活奋斗的你,是不是应该停下奔跑的脚步,犒劳下自己疲惫的心?

喜欢旅游的朋友有福利了!邮储银行江苏分行与途牛旅游网合作推出了“99元瓜果亲子游”。只要办理邮储银行信用卡,“99元瓜果亲子游”任性给。另外针对国内全线和出境全线,邮储银行分别给出最高立减1600元/单、最高立减

3200元/单的诱人福利。

本次“99元亲子瓜果游”线路为浙江安吉中南百草园帐篷节2日游。在原生态之乡安吉,可以在草坪上搭起帐篷,燃起篝火,围着篝火载歌载舞,感受少数民族的风情;或者喝着啤酒吃着烤肉,尽情享受欢乐时光。在春末夏初的乡村夜晚,听取蛙声一片,望着夜空的繁星点点,闻着鲜花和草香,吃着令人垂涎的美味烤肉,和家人一起享受天伦之

乐。

针对东南亚、海岛、欧美澳新、国内全线覆盖全品,邮储银行江苏分行针对信用卡用户推出分期立减、支付立减任选,最高立减3200元/单。怎么样,心动了吗?如果你还不是邮储银行信用卡用户,赶紧办理一张邮储银行信用卡吧。办卡咨询电话96086或登录“邮储银行江苏分行”微信公众号,选择:信用卡--我要办卡。广告

金罐加多宝推出愤怒的小鸟限量装 加速品牌年轻化进程

4月20日,“加速互联网+、国际化战略,开创凉茶黄金时代——庆祝金罐加多宝成功上市一周年”活动在北京隆重举行。在活动现场,加多宝集团党委书记庞国表示,随着《2015年度饮料行业整体运行报告》等数据显示,自加多宝战略升级推出金罐不到一年的时间,就实现销量、品牌力、口碑再次夺金,成功开创凉茶行业“黄金时代”。他还表示,2016年加多宝将继续深入推进“移动互联网+”和“国际化”两大战略,一方面与深受年轻人喜爱的《愤怒的小鸟》大电影深入合作,不断强化金罐加多宝年轻、时尚的品牌形象。活动

当天发布了合作推出的四款限量装凉茶,并将于5月9日在京东商城全球首发;另一方面,他还宣布加多宝收到“中国品牌走进联合国”邀请,将代表中国民族饮料品牌走进联合国,向世界展现中国凉茶文化的魅力和内涵。早在2006年,加多宝就开启了“凉茶文化全球行”活动,不断借助广州亚运会、北京奥运会、巴西世界杯、伦敦奥运会、北京APEC、米兰世博会等国际舞台,逐步建立起全球一体化营销体系。截至目前,金罐加多宝已在全球60多个国家和地区销售产品,成为能与国际饮料巨头相抗衡的知名饮料品牌。广告