



本是为了抵抗宝能，谁知又与华润出了争端 CFP供图

万科惹恼华润 股权之争再起 重组仍存变数，小股东担忧股价下跌

深圳的房子究竟有多贵？市值超过2700亿元的A股第一房地产公司万科A，深圳国资委旗下的深圳地铁集团只需用两块地的代价，就可以拿下了其第一大股东，并实现对其控制。但这一次，此前长期与万科管理层维持同一战线的华润不答应了，不但发文质疑决议已获通过的合法性，并对万科没有事前认真考虑董事意见就发布议案已获通过的公告表示强烈不满。万科的股权之争，真正的高潮才刚刚开始。

华润的不满 定增方案将大幅稀释自身持股

在拿到万科所拟的《发行股份购买资产交易预案》之后，作为原第一大股东的华润股份彻底不能忍了。

按照当初3月份时万科管理层和深圳地铁集团签下的合作备忘录，尽管当时并没有征得大股东华润股份的认可，但是其中还是留有回旋余地，那就是支付对价的方式，“采取向地铁集团新发行股份为主，如有差额以现金补足的方式收购地铁集团持有的目标公司全部或部分股权。”

然而在6月17日公布的最终《发行股份购买资产交易预案》中，万科管理层和深圳地铁最终确定的支付方式却是全部对价都以股份的形式支付，456亿元的资产对应新发股份达到28.7亿股，这意味着交易完成后，深圳地铁将以20.65%的持股比例位列万科第一大股东，宝能及其一致行动人所持股份将被稀释到19.27%，而华润股份的持股比例将被稀释到12.1%。

显然，如果在支付对价的方式上，能够

选择部分现金支付，那么深圳地铁集团最终的持股比例肯定没有这么高。

这也就是为什么在6月17日的董事会上，来自华润的3名董事并没有反对此次对深圳地铁资产的收购，但是却对标的资产的预估值、定价原则和支付方式等一系列议案投出了反对票。

代表华润股份的董事态度也很明确，要么“公司与地铁集团采用项目层面的合作方式”；要么“通过债券融资支付全部交易对价，无需发行大量股票”。

因为此例一开，对于华润股份等众多股东的短期利润摊薄事小，未来如果深圳地铁集团凭借第一大股东的身份，持续以类似方式注入资产，换取上市公司股权，华润股份将面临所持股份会继续被稀释，最终边缘化的风险。

这对于以国有资产保值增值为己任的华润股份乃至整个集团而言，都是不能接受的。

股东的选择 若重组被否决 股价可能暴跌

作为上市公司股东的华润股份，在第一时间维护自身的权益，但是，这个权益又和其他股东的权益发生了冲突。

“在宝能因故只求全身而退的情况下，华润提出否决深圳地铁入主，让万科巨资收购深圳地铁土地，待事过落定，再对华润等增发股份的方案遭到独立董事一致反对，因这太过于自私会更大损害其他股东权益。”作为当时参与董事会投票的万科独立董事华生，在6月19日下午自己的微博中写道。随后，华生删除了该条微博内容。

和上述微博一同删除的还有前一天晚上发布的一条，在华生看来，“华润长期摇摆后今天突然强调要坚决控股，既逼退宝能又反对深圳地铁入主，而自己并无资产注入方案，今独立董事若听从大股东否决重组，万

科周一复牌势必连续暴跌，这将严重损害广大投资者利益……”

在万科A停牌的这半年时间里，深成指跌幅超过20%，H股万科企业跌幅超过27%，此次深圳地铁456亿资产能否如期注入，对于万科A复牌之后是否会大幅补跌影响重大。

站在这个立场上，无论宝能系和万科以及华润是否有私人恩怨，现实利益是不能不顾及的，毕竟，宝能系的不少资金来自于杠杆融资。

显然，华润股份要想在第二次董事会和股东大会上成功阻击万科管理层提出的资产重组正式方案，势必要给出包括宝能系以及广大中小股东一个更为诱人的条件，因为对于这些股东而言，他们更关心的是股价而不是谁来做万科的大股东。综合《华夏时报》

南京苏宁启动今夏空调大促 投入2000万让价资源，让利消费者

刚刚过去的618，苏宁易购大数据显示，空调、冰洗和手机，成为引领今年618业绩增长的三驾马车。值得关注的是，618当天有60000消费者线上抢空调，为苏宁今夏空调大促奠定了强有力的基础。眼下，正值梅雨时节，也成为购买、安装空调的黄金期。记者从南京苏宁了解到，此次苏宁与各大品牌全线合作，推出10万台货源，2000万让价资源，让有空调购买需求的消费者“早买早享受”。

现代快报/ZAKER南京记者 刘德杰

多线资源投入 打造今夏空调“巨惠”

上周连续的高温，让市民提前感受到今夏的酷热。高温模式的开启，也成为空调等制冷电器销售的有利时机。记者从此次苏宁KO618年中大促中了解到，618当天，苏宁易购空调品类线上销售同比增长284.2%，天猫旗舰店销量环比暴涨1538.7%，奥克斯、美的和海尔占据品牌销售排行榜前三，有59837名消费者在苏宁易购线上平台购买空调。

而早在今年2月底，苏宁联合北京中怡康时代市场研究有限公司及上游供应商，结合自身营销实践和大数据分析，发布了空调行业白皮书，对2016年空调市场行业规模、产品趋势、供应链趋势、渠道趋势、价格趋势等方面做出了预测。该白皮书预计，今年空调行业价格仍将持续低位运行，各空调企业将通过主动调整产品结构升级来提升产品均价。

“受气候、房产等因素影响，上半年空调销售整体呈现出上升趋势，且消费者购买空调时，节能、环保等成为重要的考虑因素。”苏宁南京分公司空调事业部采购总监陈思忠介绍，中低端和特价机有较大的市场空间，能效、节能、环保等，也成为消费者在空调选购中考虑的重要条件。

买空调不能等 早买早享受

眼下，正值梅雨时节，不少市民在空调购买上形成了惯性思维，只有高温到来才去买。陈思忠表示，买空调不能等，由于高温炎热的时候，空调购买到达井喷期，除资源投放、促销力度等因素会有影响外，关键是售后安装也将面临挑战，消费者的空调购买体验也将受到影响。他强调，当下梅雨期间，气温的缓冲期也将是购买空调的绝佳时机。

记者了解到，今年2月份苏宁发布空调白皮书之际，即已启动了今年空调销售的“春季攻势”。除联合各大品牌资源让利外，并推出售后全免计划，即免除空调售后安装的所有服务费和材料费，改变行业服务不标准、服务不透明等现象。此次KO618年中大促，空调品牌表现出的强劲销售业绩，也为今夏空调大促奠定了强有力的基础。

值得关注的是，今夏苏宁空调大促也将整合多方资源，通过直接渗透上游供应链，联合美的、大金、海尔等大牌企业推出10万台畅销货源，2000万让价资源，全力备战今夏空调销售。此外，空调“以旧换新”政策仍在执行中，配合以旧换新政策，通过调研使用的“售后全免计划”也在持续进行中。

中国卖家开发海外市场遇品牌难题 焦点科技要给跨境电商做“配套”

快报讯(记者 王静)中国买家玩命海淘，中国卖家也在积极开发海外市场，不过对于不少中小企业而言，缺少营销渠道、牌子不够硬成为最大难题。难题对于另一些人来说则是机会，南京上市公司焦点科技就嗅到了其中商机，准备从中分一杯羹。

“中国外贸企业和国际一级大贸易商做生意时，由于对消费者需求、产品开发、渠道与品牌建设等关键环节缺少影响力，通常没有话语权，没机会贴自己的品牌。随着跨境电商业务的不断深入，越来越多的中国中小制

造企业对塑造自主品牌产生了强烈的需求。”昨天，焦点科技全资子公司inObrands董事长朱为众向记者分析。现代快报记者了解到，焦点科技2013年在美国成立全资子公司，布局跨境电商。今年4月，该公司更名为inObrands，主要业务确定为帮助中国中小企业创建国际品牌，为中国产品找到美国目标消费者。

值得注意的是，在经过高速发展后，2016年一季度报告显示，焦点科技上市以来首次出现单季亏损，此次布局中国制造企业品牌建设，也被市场解读为寻找新的盈利突破点。

江苏银行IPO获准首发

上周五，证监会核发新一批IPO批文，江苏银行获准首发，意味着时隔六年，A股银行板块将再迎新成员。由此，江苏银行也成为了近十年来上市的首家中小银行。

2007年1月24日，江苏银行在省内无锡、苏州、南通、常州、淮安、徐州、扬州、镇江、盐城、连云港10家城市商业银行的基础上，按照“新设合并统一法人，综合处置不良资产，募集新股充实资本，构建现代银行体制”的总体思路合并重组开业，总部设在南京。经过近十年的发展，江苏银行已成长为一家综合实力和竞争力较强的现代股份制银行。目前，全行下辖12家省内分行、4家省外分行和1家总行营业部管理部，服务网络辐射长三角、珠三角、环渤海三大经济圈，实现了省内县域全覆盖。营业网点530多家，员工1.4万人。此外，江苏银行还发起

设立了苏银金融租赁公司和丹阳保得村镇银行。

近年来，江苏银行积极推进战略转型，潜心打造特色优势，在小微金融、科技金融、互联网金融、消费金融、跨境金融、投行业务等领域初步构筑了优势。江苏银行小微企业贷款连续6年实现“两个不低于”，单户500万以下小微企业贷款江苏省内市场份额同业领先。江苏银行直销银行资产余额已突破200亿元，客户数超220万，牢牢占据城商行前列。“税e融”、“享e融”、“汇e融”等创新产品构成了具有线上秒级优势的“e融”产品系列。通过“丝路金融”、自贸区、深港工作室等平台，江苏银行大力支持企业“走出去”，截至2015年末，全行实现国际结算量963亿美元。

通讯员 江寅轩