

88公司股票跌破2元 9家撞上“1元退市”红线

■本报记者 桂小笋

进入2021年以来,一批公司再次遭遇投资者的“用脚投票”。同花顺数据统计显示,截至1月12日收盘,有88家公司的股票低于2元,其中有9家公司的股价低于1元。

由于在去年年底,交易所发布了退市新规,因此,这些公司持续走低的股价,也将公司推上了退市的轨道,多家公司发布了相关“预警”的公告。对此,香颂资本执行董事沈萌在接受《证券日报》记者采访时说,这些“壳公司”存留至今有历史原因,一些严重的问题,退市后无法再恢复上市。

由于这些公司不少存在诸多违规事项,因此,投资者如何维权也较受关注。“公司退市不等于公司破产,退市并不会对投资者维权诉讼产生直接影响。但是,投资者需要注意的是,面值退市意味着公司经营情况堪忧,退市本身又加剧了公司再融资的难度,退市后公司的偿付能力会受到重大影响。从这个角度而言,公司退

市会对投资者维权诉讼产生间接影响。”上海明伦律师事务所律师王智斌在接受《证券日报》记者采访时说。

9家公司股价低于1元

同花顺数据显示,目前,共有9家公司的股价已低于1元。去年12月31日,上交所和深交所发布了一系列退市新规,明确提及了股票收盘价连续低于1元触及终止上市标准的相关“红线”,此后,这些“低价股”的命运也引发了投资者的强烈关注。

如今,随着这些公司股票价格持续走低,终止上市的风险增长明显。*ST环球在1月6日发布公告称,1月5日收到上交所下发的监管工作函,公司股票已经低于1元,存在触及终止上市条件的风险。

1月8日,*ST新光也发布公告,称1月7日收盘价低于1元,“若公司股票连续二十个交易日每日股票收盘价均低于1元,将触及终止上市情形。”此后,*ST新光的股价走势并没有好转,截至1月12

日,公司股价连续4个交易日低于1元,目前收于0.82元/股。

“这类公司存留在市场上,也有历史遗留的原因,之前因为退市机制不够健全,导致很多存在经营风险的企业无法被顺利清除出市场,并沦为兴风作浪的妖股,威胁投资者利益。”沈萌对《证券日报》记者分析。

王智斌解释,注册制和退市新规共同打造了证券市场“宽进宽出”的新机制。这种市场机制将优质公司沉淀在市场内,劣质公司被淘汰出局,会使证券市场更具投资价值。不过,任何改革都会带来短期的“阵痛”,对于投资者而言,需要尽快更新投资理念,才能在改革大局中享受“红利”。

投资者有知识“盲区”

查阅公开信息可知,股价低于2元的公司中,不乏此前出现多种经营危机的问题企业。

例如,ST瑞德的公告显示,截至2020年12月31日,公司存在未经董事会、股东大会批准的违规借款事项涉及借款本金共计47118.81万元。违规担保本金共计25000万元。此外,业绩承诺方业绩承诺补偿风险也依然存在,公司控股股东、实际控制人左洪波夫妇及其一致行动人李文秀、褚春波为业绩承诺的第一顺位补偿义务人。左洪波夫妇所持全部上市公司股份被司法冻结(轮候冻结),能否解除冻结以及解除冻结的时间尚存不确定性。而且,公司控股股东、实际控制人左洪波夫妇质押股份已触及平仓线,公司存在实际控制人变更风险。

从投资者的角度来看,仍有知识“盲区”需要普及。“很多投资者面对退市股票,问得最多的就是‘股票去哪了’、‘退市后还怎么交易’、‘能不能恢复上市’等问题,这显示出,普通投资者对于退市后的交易场所、交易程序、交易方式以及投资价值的判断等方面存在认知‘盲区’。在退市渐成常态的情况下,向普通投资者尽快普及退市股票交易的相关知识和规则,应成为投资者教育中的重点。”王智斌对《证券日报》记者介绍。

2020年销量跌10.22% 上汽集团预计归母净利跌约22%

■本报记者 施露 见习记者 许伟

1月11日晚,龙头车企之一的气集团发布了《2020年年度业绩预告》。《预告》显示,上汽集团预计2020年实现归母净利润约200亿元,同比减少约56亿元,下滑幅度约21.89%。上汽集团预计2020年扣非归母净利润约173亿元,同比减少约43亿元,同比减少约19.84%。

此前,上汽集团发布了《2020年12月份产销快报》。《快报》显示,2020年上汽集团的整车销量约为560万辆,与2019年的623.8万辆相比,同比下降约10.22%。

另一大合资品牌上汽通用表现更好,2020年上汽通用的销量为146.75万辆,位列第三,同比跌幅为8.29%,低于集团整体跌幅。但业内人士指出,“这是以价换量的结果”。该人士对《证券日报》记者指出,2020年,上汽通用旗下凯迪拉克大幅降价,实现了超20%的涨幅,但其降价侵蚀了别克的价格区间,使得别克也在不断下调价格区间,让更低端价格的雪佛兰处境尴尬。

2020年,上汽通用五菱实现逆袭,凭借160万辆的销售成绩成为集团销量冠军,其3.61%的跌幅也远小于集团跌幅。

大众失量 通用失价

谈及业绩下滑原因,上汽集团方面表示,2020年业绩变动主要是新冠疫情影响下公司的经营挑战加大,导致全年销量下滑10.22%。

公布全年销量时,上汽集团表示集团已连续15年位居中国车企销量第一。但是,分版块看,上汽集团的销量“担当”始终是上汽大众、上汽通用、上汽乘用车、上汽通用五菱这四大支柱。而从利润贡献看,上汽大众和上汽通用这两大合资品牌更加重要。

2020年,上汽大众表现可谓糟糕。其全年销量为150.55万辆,同比跌幅为24.79%。从数量看,上汽大众败给上汽通用五菱,丢掉集团内第一宝座;从比例看,上汽大众的跌幅在前四中垫底,较倒数第二还要高出16.5个百分点,可谓“双输”。需要指出的是,从逐月统计看,2020年12个月,上汽大众每个月销量均出现同比下降。对此,中金公司汽车行业分析师常善分析称,一方面,上汽大众表现平平,斯柯达品牌销量下滑,大众品牌主销车型帕萨特、朗逸、T-Cross等需求偏弱,另一方面,2019年11月份-12月份上汽大众的销量基数较高,两月共同带动上汽大众4季度销量同比减少22.2%。

意识到危机的上汽集团开始加快转型升级。上汽集团方面表示,集团已经明确向“服务与产品的综合供应商”转型。2020年11月底,上汽集团、浦东新区、阿里巴巴集团联合宣布,联合打造全新智能电动汽车品牌“智己汽车”,创始轮融资达100亿元。1月12日,智己汽车宣布,将于1月13日在中国上海、美国拉斯维加斯CES和英国伦敦三地同时发布高端智能电动汽车品牌,现场将有两款量产型车亮相。

在新能源与智能网联汽车产业专家智库成员张翔看来,上汽集团本身是有实力也有技术,且公司方面对打造高端品牌有迫切的需求,本次投资的合资方有地方政府也有互联网公司,股东实力强劲。智己汽车定位高端,售价可能打破上汽集团目前的天花板,进一步丰富产品矩阵。

本版责任编辑 刘斯寒 制作 王敬涛 E-mail:zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785

国产PD-1出海提速 百济神州22亿美元海外授权创新高

■本报记者 张敏

中国创新药企产品license out(对外授权合作)金额再创新高。

2021年1月12日,在美国和中国香港两地上市的创新药企百济神州宣布与全球制药巨头诺华就其自主研发的PD-1抗体药物替雷利珠单抗在多个国家的开发、生产与商业化达成合作与授权协议,首付款高达6.5亿美元,为迄今为止首付款金额最高的国内药物授权合作项目,总金额超过22亿美元,创下目前国内单品药物授权交易金额最高纪录。

百济神州高级副总裁、全球研究和亚太临床开发负责人汪来博士在回应《证券日报》记者采访时表示,这是中国创新更进一步走向海外市场的一个好的趋势。未来,随着中国创新药企的创新能力提升,尤其是first in class(首创)产品的探索与研发增多,相信license out的案例也会增多。对于小型的biotech(生物科技)公司而言,license out也是非常不错的选择。

一个百亿美元级别的超级重磅。作为自主研发的一款1类新药,百济神州的PD-1替雷利珠单抗于2019年12月份在国内获批上市,2020年年底,替雷利珠单抗被成功纳入最新版国家医保药品目录。

百济神州介绍,公司与诺华的强强联手,将使这款具备国际品质且价格合理的本土抗癌新药加速走向全球,惠及更多患者。

欧雷强联合创始人、董事长兼首席执行官欧雷强在1月12日举行的新闻发布会上表示,PD-1长期的价值在于广泛的联合治疗中。此次合作不仅将为PD-1带来机会,也将丰富诺华的产品管线,双方共同将这款药物带给患者。百济神州是一家全球化的公司,目前全球有超过5000名员工,包括美国的大约1000名员工,而诺华拥有丰富的肿瘤产品管线和足够的团队规模,双方可更好地将PD-1带到更多的患者中。

百济神州总裁兼中国区总经理吴晓滨介绍,目前,百济神州在美国已经搭建了血管瘤的商业化团队,通过此次合作,也能够有助于扩大自身在海外的商业化团队发展。

值得一提的是,除了百济神州外,中国PD-1/L1单抗License out案例的还包括基石药业、信达生物、恒瑞医药等。

“中国除了从国外授权引进,最近一两年对外授权出去的案例也快速增加,而且交易金额非常大,远远超出我们过去的想象,有的交易规模达到数十亿美元。”操刀海外创新药品授权交易的东方高圣深圳公司总经理翟耀向《证券日报》记者表示。

竞争白热化

百济神州PD-1出海的背后,是国产PD-1竞争的白热化。

2020年12月28日,国家医保局、人力资源社会保障部组织专家调整制定了《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录(2020年)》公布。针对在市场上比较关注的PD-1中,国产的恒瑞医药、百济神州、君实生物旗下的3款PD-1单抗药物均纳入医保。至此,4款国产PD-1单抗药物均进入医保目录;而进口PD-1产品则全部折戟。

值得一提的是,在上述医保目录公布之后,PD-1降价的消息不断传出。

据媒体报道,百时美施贵宝获批的纳武利尤单抗注射液(Opdivo,以下简称O药)及默沙东的帕博利珠单抗注射液(Keytruda,以下简称K药)虽然没有进入医保,但纷纷推出低价救助计划。其中K药目前实行

“买4个疗程保终身”的救助方案:患者自费4个疗程14万元,即可获得后续的全程援助用药;O药则推出了“第一年自费11万元,第二年只需5.5万元”的救助计划。

2019年11月份,信达生物的达伯舒通过医保谈判成为第一个进入医保目录的PD-1抑制剂,进入医保后患者每年的自费费用不超过3.6万元。近日,《证券日报》记者从北京康慈慈善基金会官网了解到,该基金会携手信达生物发起“舒心可依-肿瘤免疫治疗患者救助项目”,该项目于2021年1月1日正式启动,并计划在全国190个城市的项目药店同步开展。根据该救助计划,符合条件的患者只需自费3.98万元,便享有达伯舒2年的使用权。平均下来,每年费用不到2万元。

一家不愿具名的创新药企相关负责人向记者表示:“目前,很多新药研发不仅在国内做,同样也在海外市场同步开展临床。如果国内的价格过低,将会影响在其他国家的定价,也会打乱全球定价体系。维价是企业不得不考虑的因素。”

针对此事,百济神州首席财务官兼首席战略官梁恒介绍,公司与诺华签署的协议中,对价格是有所保护的,对于PD-1未来的价格能够限定在一定范围内。

2020年天地源销售超百亿元 布局“十四五”再踏新征程



天地源·万熙天地引发热议

在受新冠肺炎疫情影响的2020年,陕西上市房企天地源多措并举,在抓好疫情防控的同时,积极开展经营销售,取得了年度销售超百亿元的好成绩。

天地源日前发布的公告显示,2020年1-12月,公司实现商品房签约金额107.64亿元,同比增长42.56%。

“已经收官的‘十三五’和刚刚走过的2020年,对于天地源来说,是追赶超越的一年。”天地源相关负责人在接受媒体采访时表示,公司在2020年围绕“稳中求进·健康发展”的年度主题,立足“文化地产引领者,美好生活运营商”的战略定位,聚力产品和服务品质双提升,将稳健经营、文化地产与企业公民责任进行深度融合,探索出一条“文化引领、责任驱动”的稳健发展之路。“2020年商品房销售超额实现预期目标,为“十四五”的开局起步奠定了牢固基石。”

份楼盘开盘时的场景。当天,首批推出的400余套房源基本售罄。

而在2000公里外,苏州天地源·拾锦香都、泰州天地源·云锦香都相继迎来交付,千余名业主步入园区,检验新家细节……这是天地源备受客户关注和业主信赖的缩影。

在刚刚过去的2020年,面对疫情冲击和行业竞争,天地源全力以赴加快项目建设,加大销售力度,加快资源去化,加速销售回款。扎实的举措,为全年业绩逆势上扬、多项目实现热销热售奠定了基础。

据了解,在西安区域,天地源·大都会前三季度内4次加推;天地源·万熙天地凭借地段和性价比优势,加推即迎“千人摇”;天地源·龙湖·春江天境凭借区域生态环境、配套资源及品牌口碑等优势,入市半年即售罄。

种种经营成绩,使天地源成功回归西安销售榜单TOP10,成为西安本土唯一上榜房企,获评“2020上半年度西安房地产市场地位领先企业”,并在华商报举办的“我们的城—2020西安创想公益演唱会”活动中荣膺“2020城市经济贡献奖”。

聚焦陕西区域,咸阳在售的天地源·樾樾坊项目实现销售额7.67亿元,

位列2020年咸阳房企销售额TOP10。同时,泰州天地源·云锦香都、珠海天地源·上唐府、天津天地源·叠翠院、重庆天地源·水墨江山、榆林天地源·丹轩坊等项目相继迎来开盘加推,吸引各个年龄段的购房者前来置业。

“天地源的稳健经营能力不仅体现在上述项目持续的营销力和优秀的产品力,还体现在业务版图进一步拓展。”上述负责人表示,2020年,天地源相继摘获常熟、珠海、重庆地块,陆续推进广州、佛山、西安、咸阳等区域布局,区域效能加速释放,进一步巩固了公司“6大经济圈、全国15城”的协同发展格局,发展根基更为坚实。

文化地产 品牌价值稳步攀升

“文化地产战略,是天地源品牌打造和综合实力提升的有力支撑。”上述负责人表示,在过去的2020年,天地源用文化融合建筑设计、景观规划、工程施工、营销服务、物业服务、品牌推广全过程,走出了一条具有自身属性的文化地产道路。

经得住考验的产品方能赢得信任和口碑。据了解,在产品开发环节,天地源聚焦品质管控,确保具有文化元

素的建筑设计落地有形;景观规划体现人、自然与文化的融合;工程管理坚持以标准化作业实现施工精细化。在关怀服务环节,天地源营销服务与产品文化形象相辅相成;物业服务品质提升与社区文化体系构建同步推进;品牌推广聚合“文化地产”内涵,持续以天地英才计划、天地源大讲堂、共享生活季等活动营造文化氛围,为每一位业主打造天地源式的美好生活。

倚借文化地产各环节的系列举措,天地源不断受到市场和业主的认可。至2020年,天地源连续三年获得“中国房地产住宅开发专业领先品牌价值——文化地产”奖项,这是以住宅开发为主业的地产企业中的专项殊荣。

此外,天地源还斩获“2020中国房地产公司品牌价值TOP50”奖项、“2020年西安城市居住满意度优秀企业”及“2020年西安城市居民忠诚度优秀企业”称号,成为唯一登上“2020年居住满意度排行榜”的西安本土房地产企业,品牌价值估值实现提升。

上述负责人表示,迈入新发展阶段,天地源将持续进行“文化地产—美好生活运营体系”的全链条提升,围绕“品质幸福家”“美好生活家”“和善文化家”三大价值体系,为更多城市、业主贡献更好的产品和服务,不断探索人居生活方式,兑现万般美好。

使命担当 责任国企的“大格局”

“在企业发展的同事,积极履行社会责任是国有企业的职责所在。”上述负责人表示,作为国有控股上市公司,天地源坚持与西安高新区、集团公司同频共振,在疫情防控的紧要关头积极履行企业公民责任。

据悉,面对2020年初的突发疫情,天地源在控股股东西安高科集团党委的统一领导和部署下,迅速响应、高效组织,2000多名天地源人汇聚一线,全力投身疫情防控。全国各区域物业公司坚守岗位不放松、不休假,确保10万余业主的防疫和生活服务工作落实到位;219名干部员工还组成“天地源志愿者服务队”,奔赴高新区丈八街办11个社区55个值守点和机场支援疫情防控工作。

同时,公司扎实开展西安高新区“百企帮百村”扶贫攻坚行动,临潼区

“百企联百村,共建美丽新农村”帮扶工作,天地源在产业、捐赠、智力及就业扶贫四个方面,全力做好对口单位的帮扶工作。此外,多点联动企业、社会、媒体、业主,通过“橙之光·书香社区”“橙之光·公益课堂”等一系列活动,用爱心传递温暖与力量,向社会展现天地源“更多价值、更多关爱”的品牌主张。

不忘初心 凝心聚力迈向“十四五”

“销售额超百亿元是天地源深耕房地产行业的一小步,却是企业跨越发展的一大步。”公司负责人表示,站在新起点,面对新挑战,天地源将一如既往肩负起西安高科集团旗下龙头企业持续发展的重任。

“砥砺前行绘蓝图,上下同心写篇章。”上述负责人表示,天地源将铭记美好生活运营者的初心与使命,以健康发展为导向,以文化赋能为内涵,以质量效益为根本,秉承高效运营、开放合作的核心策略,通过体制机制及业务创新,加速构建地产+生态圈,推动企业持续稳健发展,为城市美好人居建设注入新动能。(CIS)



天地源开展“橙之光”公益课堂活动



天地源·蘭樾坊热销

稳健经营 高质量发展谋新篇

开盘现场人场攒动,数百位业主焦急地等待开盘时刻……西安天地源·蘭樾坊的销售经理至今还记得2020年6月