

重整计划获高票通过

# 顺风光电“接盘”无锡尚德

本报记者 李佳霖



的方式开展了战略投资者的招募工作。在无锡中院和债委会的监督下，通过公开招聘、工作小组的专业评议等程序，10月上旬确定江苏顺风光电科技有限公司获得无锡尚德的战略投资者初步资格。

无锡尚德重整计划草案披露，作为重整方，顺风光电在完成重组流程后，将按照相关规定支付30亿元现金，收购股权并解决无锡尚德相关费用与债务的清偿。在重整计划获得人民法院裁定批准后两年内，重整方还将根据无锡尚德的发展需要投入不少于30亿元的资金，用于技术改造和增资扩产等。

据无锡尚德破产重组管理人清算组组长杨二观介绍，按照重整计划，重整后的无锡尚德在未来经营中继续沿用“尚德”品牌，深耕光伏行业，并持续专注于光伏电池组件的开发、生产和销售。在市场销售方面，通过建立优秀的销售网络及优化客户服务体系，争取国内外客户；同时，利用重整方自身开发电站的优势，每年可以保证采购无锡尚德

1GW—2GW的组件，再加上欧盟500MW左右配额的有效利用，美国市场和日本市场每年约200MW—500MW的销量，以及国内及其他市场每年至少200MW—500MW的销量，可以预测无锡尚德2014年的组件销售量将达1.5GW左右，并随着光伏市场的持续扩大而同步增长，有望重回清洁能源产业的世界级企业行列。

无锡尚德重整案错综复杂，不仅有500多个境内债权人，同样也有债权金额极高的境外债权人，涉及境内外法律体系的交叉与协调。管理人则以市场与司法两大手段实现各方的利益平衡，一方面通过市场化的手段引进重整方，充分实现无锡尚德的重整价值，由其提供资金偿付债务，使得广大债权人得以公平、及时且最大限度地受偿，有效解决众多债权人之间就无锡尚德有限财产如何受偿的利益冲突问题；另一方面则体现立法原旨，帮助无锡尚德实现新生，通过无锡尚德的经营能力与盈利能力的恢复，又最大限度地满足

职工等各方关联主体的利益不受损害，达到社会稳定与经济效益的最大化。这一实际操作经验，也将推动《企业破产法》制度本身与司法实践的深化完善。

有业内人士分析认为，作为一个典型案例，其坚持市场化运营，在破产法机制下减少行政干预，实施完全市场化的重整方案具有标志性意义。从裁定无锡尚德进入重整伊始，无锡市政府即支持管理人严格按照法制化原则和市场化原则开展工作，避免行政干预。在重整程序中，管理人通过公开招募战略投资者，充分实现无锡尚德重整价值，使得重整条件下的普通债权清偿比例提升至31.55%。这也为各地政府如何帮助地方重点企业走出财务危机、实现持续健康发展提供了一个参考样本。

此前，在香港上市的顺风光电发布公告称以30亿元人民币的总代价收购无锡尚德所有股权后，公司股价连番急涨，屡创刷新上市新高。截至12日收盘，公司股价以6.60港元报收，与10月23日的停牌价相比上涨了1.27港元，涨幅23.9%。

## 紫光9.1亿美元并购锐迪科

**本报讯** 记者谭辛报道：紫光集团有限公司与锐迪科微电子公司11月11日共同宣布正式签署并购协议，紫光将以现金方式收购锐迪科的全部流通股份，收购总价约9.1亿美元。这是继7月下旬，紫光18亿美元收购集成电路设计企业展讯通信有限公司之后的又一次收购。

据了解，紫光集团作为一家国有控股的公司，早期是清华大学的校企办企业，此次紫光收购展讯与锐迪科后，将形成中国IC（集成电路、半导体）设计的国家队。

## 上海大众4款新车上市

**本报讯** 记者孟飞报道：近日，上海大众汽车有限公司朗逸·新朗逸运动版、朗行运动版与朗逸蓝驱技术版4款全新车型联袂上市。这4款新车型与Lavida品牌已有车型朗逸、朗行一起，共同组成了上海大众Lavida品牌家族。

据了解，目前国内A级车市场消费需求呈细分化趋势。此次Lavida品牌针对A级车市场不同的消费需求推出多款新车型，价格都在15万元左右，这将进一步稳固上海大众在A级车市场的地位。

## 邢钢获第十三届全国质量奖

**本报讯** 记者雷汉发、通讯员周勇报道：近日，在“第十三届全国质量奖”颁奖大会上，邢钢钢铁有限责任公司获得了质量管理领域的最高奖项——“全国质量奖”，成为全国冶金业唯一获此殊荣的单位。

据了解，邢钢钢铁有限责任公司积极调整产品结构，大力发展延伸产业，走出了一条从低端产品向高技术含量、高附加值、深加工产品转变的“精品之路”，使企业在钢铁产业产销低迷的状况下，始终保持了产品供不应求的良好局面。

## 莱芜供电公司服务发电企业

**本报讯** 11月1日下午，随着110千伏孟苍线送电工作最后一项调度指令执行完毕，泰钢热电并网优化工作圆满结束。

山东莱芜供电公司急发电企业之所急，反复论证和优化泰钢热电的并网方案，投资160万元对110千伏孟苍线进行改造，使泰钢热电直接并网到附近的220千伏孟家庄变电站，供电路径缩短了8.7公里，实现了电能就地消化，实现了供电和发电企业的双赢。（王宪才 段嗣昊）

本版编辑 杨忠阳

# 脐橙企业别只想着当“山大王”

周琳



生产和加工企业依然停留在多、小、散的发展阶段，距离规范的市场化、公司化、品牌化运作差距不小。“山大王”在蜕变为现代公司之前有诸多漏洞，往往成为市场蛀虫贴牌、染色及山寨模仿的对象。

其中，重要的因素来自农产品地理标志品牌与企业品牌的差异。前者构成相对复杂，它是包括集体名称、集体商标、地理标志和原产地标记在内的综合性体系，蕴含着独特的地理特征、资源优势或悠久的历史渊源等要素。与后者相比，这些乡土名牌多为荣誉性约束，不具有单一性、专用性、强制性，受国家商标法律保护程度较低，在种养、加

工、销售等链条上的各个环节极其脆弱。这就给无良造假者以可乘之机，“李鬼”一而再，再而三地以极低的成本造假“傍”着真名牌，损害广大消费者的合法权益，却很难依照规范的公司、商标等相关法律严惩。

在生产主体方面，带着浓郁乡土气的地理标志产品往往由农户、农民专业合作社、家庭农场而非涉农企业生产，其法律意识、对质量和技术标准的要求也参差不齐；而企业员工则受严格的法律保护，代表着规范的企业运作形象，企业农产品的销售获利只惠及本企业及其产品和服务，不容其他企业分享，企业品牌的良好效应取决

于自身经营，并不涉及地区内其他品牌的名利。这样做既在很大程度上提高了造假者的违法成本，用法律规范规范了产加销全流程，也规避了品牌“被山寨”、“被造假”的风险。

不仅如此，像赣南脐橙一样的乡土名牌在影响效应、顾客忠诚度、区域局限性等诸多方面，与规范运作的企业品牌也不可同日而语。这些都给两者的未来发展前景带来诸多差异，结果是乡土名牌难以经受市场风浪，在“劣币”面前很容易“受伤”。而企业品牌遵循现代管理模式，几乎能拓展到所有已知的行业和领域，并长久维系顾客的品牌忠诚度。

总之，农产品品牌不能只满足于“占山头”当“山大王”，而应把更多精力专注于扶植规范的市场化企业，通过注册商标，拓展产品品类，提升行业影响力等举措，洗掉身上的乡土气，真正走向世界，恒久屹立于市场。也唯有如此，才能从根本上杜绝“染色脐橙”，让农产品行业回归理性发展的市场轨道。

# 给农民丰收的承诺

## ——建设银行创新服务“三农”



中国建设银行积极贯彻落实国家有关部门关于做好“三农”金融服务的号召，持续推进经营方式转变，加快业务结构调整，经营业绩取得持续增长的同时，努力践行社会责任，创新服务“三农”发展。

经过不断创新，建设银行已形成“创新产品和创新机构”支持“三农”的服务特色，并在全国同业中率先创新了新农村建设贷款、小额农户贷款、林权抵押贷款、农业订单贷款、农民工特色银行卡等十余个系列产品。2010年、2011年、2012年建设银行涉农贷款增速均远高于同期各项贷款平均增速，超额完成监管部门对涉农贷款增量不低于上年、增速不低于各项贷款平均增速的“两个不低于”的要求，监管部门及社会媒体均对建设银行服务“三农”给予高度肯定。

截至2013年9月末，建设银行涉农贷款余额达14165.98亿元，较年初新增1419.27亿元，增速11.13%，高于同期各项贷款平均增速1.93个百分点。

### 倾心服务农业企业

黑龙江作为产粮大省，建有哈尔滨国家粮食交易中心，粮食贸易频繁活跃，其中参与交易的不乏小微企业。黑龙江分行为交易中心小企业会员量身打造“粮贸通”，在该交易中心竞价购买粮食的小企业，都可申请办理该业务，及时满足企业的周转需求。

黑龙江省建三江农垦米粮油工贸有限公司，是一家生产食用植物油加工的企业，在哈尔滨粮贸中心竞拍了大豆6200吨，交易价格2480万元。眼看交易结账日就要到了，由于流动资金不能及时到账，

公司着急之下找到建设银行，并提出贷款申请。建设银行得知企业的特殊情况，开辟贷款申报“绿色通道”，在一天时间内完成全部审批流程，为企业免除了近190万元的违约金损失。

在山东莱芜，当地政府努力改变“一钢独大”的局面，围绕“助农成长”做文章，大力支持当地农业龙头企业发展。莱芜泰丰食品有限公司就是一家集农副产品收购、加工、储存、出口为一体，具有自有进出口权的农副产品加工贸易企业，公司产品远销北美、欧盟、西亚、东南亚、非洲等国家和地区。面对公司今天的发展业绩，该公司的法人代表胥树建总是激动万分，“如果没有建设银行的大力帮助和支持，我纵有三头六臂，也没有今天的发展成果”。

当谈到企业下一步的打算时，胥树建更是喜形于色，“现在企业的产品销售出口形势非常好，我打算进一步扩大储存车”。

面对企业下一步发展的资金困难，建设银行莱芜分行迅速行动，不到一周时间，就满足了该企业400万元的资金需求。

建设银行莱芜分行结合当地经济发展特点，主动转变经营理念，创新经营模式，调整信贷结构，积极融入到当地经济发展大潮中，仅在2012年，就为莱芜农业龙头企业累计发放贷款3亿元，涉农贷款额创历史新高。

### 支持农民专业合作社发展

农民专业合作社发展是推动传统农业向现代农业转变的重要组织形式。由于合作社具有合作性特点，自身资产和利润积累缓慢，缺乏有效抵押担保物，经营管理水平普遍不高，在银行获得信贷资金支持普遍存在困难。

四川省南部县从众种植业农民专业合作社，成立于2010年12月，主要经营花卉、苗木、果树等，每年可培育良种杨树幼树苗木

200万株，可用于造林2万亩，2012年实现销售收入近500万元。2013年2月，南部县从众种植业农民专业合作社通过竞标获得当地政府采购白杨树、桂花树、银杏树项目，但法定代表人何博却因为采购树苗资金缺口40万元没有落实而很着急，与几家银行接触均未得到解决。

正值当时，建设银行南部县支行随即安排了客户经理到该合作社进行现场走访，了解其出资、项目情况，由于法定代表人有个人资产，通过“速贷通”产品能有效解决企业需求，而且价格较低，客户经理详细向何总介绍了贷款需要准备的材料。10个工作日内，40万元贷款就发放到了客户账上。

“民丰则国富，仓廩实而后天下安”。对南部县从众种植业农民专业合作社的贷款支持，只是建设银行支持“三农”的一个缩影。近年来，建设银行将服务对象进一步延伸到农户和多种农村经济组织，进一步加大了对“三农”的支持力度。

### 致力于农村电网改造

海南电网公司负责经营南方电网在海南投资的国有电网资产，是在全国首个全面实行城乡供电管理一体化的省级电网企业，近年一直致力于农网建设。

自2009年以来，面对在农村电网改造项目贷款方面诸多困难和不刊局面，建设银行想方设法寻求政策支持，寻找替代产品，竭尽全力支持海南电网公司农网建设，不断改变过去单一的服务方式，根据客户需求提供多元化的产品。

在获悉该公司有上市计划后，建设银行海南分行营销团队及时与总行相关部门及建银国际、信达证券等专业公司取得联系，聘请总行专家为客户策划上市方案，并为该公司员工举办《资本市场融资专题讲座》。从获悉需求到讲座的开办，仅用一周时间，速度之快，得到了客户的赞许。在服务过程中，分行营销团队与总行及兄弟分行纵横联动，探索为该公司开办贷款期限选择权业务的可能性，让客户充分感受到了建设银行为其节约财务成本的诚意。

为解决该公司电费收缴的系统支持问题，海南分行营销团队多次组织相关部门商讨为其研发全省电子渠道代缴电费系统事宜，设法为其提供便捷的电费收缴渠道，让科技成为了银企合作的新纽带。

建设银行在服务过程中切实站在客户的角度思考，想其所想，急客户所急，以真心换诚意，大力支持海南农网建设，使双方的合作真正实现了共赢。2011年，海南电网建设实现了从“东部单环西部双回”到“全岛双环网”的转变，实现了全省电力城乡全覆盖，电力建设实现了历史性跨越，这中间也有建设银行人的努力与付出。

建设银行扎实提升“三农”金融服务水平，在网点布局、设施建设、系统优化、产品创新、服务升级等方面都做了大量卓有成效的工作，展现了负责任的大银行形象。