

中国通号：借力资本市场为央企科技创新形象“打样”

■本报记者 杜雨萌

2019年7月22日，科创板在众多投资者的期盼中于上海黄浦江畔鸣锣开市，这也意味着首批登陆科创板的25家上市公司正式开市交易。如今十个月时间已过，虽然科创板上市企业数量突破至百家以上，但其中，无论是从科创板首批上市企业之一、首个在科创板“尝鲜”央企，或是科创板中首个“A+H”股公司中的哪一角度来看，中国通号的存在，都可以说是特别且极具代表性的。

回看当初的选择，中国通号董事长周志亮在接受《证券日报》记者专访时表示，尽管中国通号已于2015年登陆港股，但去年回归科创板上市，仍为中国通号的创新发展打开新篇章。

A面考量+B面需求定了，重回科创板

自2018年11月5日，高层领导人在首届进博会上宣布在上交所设立科创板并试点注册制后，关于它的一举一动都被市场给予高度关注。而设立科创板并试点注册制，不仅成为落实创新驱动和科技强国战略、推动高质量发展、支持上海国际金融中心和科技创新中心建设的重大改革举措，同时也是完善资本市场基础制度、激发市场活力和保护投资者合法权益的重要安排。

周志亮告诉《证券日报》记者，对于中国通号来说，当时选择重回A股，主要是出于以下几方面考虑：一是为了积极响应国家资本市场制度改革号召。彼时，科创板已作为资本市场顶层制度来设计推动，具有较强的国家战略意义和良好的市场效应。作为央企，中国通号希望通过此次在科创板上市，发挥中央企业表率作用和引领作用；二是中国通号希望借力科创板，进一步树立中央企业科技创新形象，全面增强中央企业对经济社会发展、科学技术进步、国际

市场竞争力提升等方面的影响力；三是虽然中国通号于2015年登陆香港联合交易所，但股权集中度依然较高，仍有进一步优化空间。所以，选择重回科创板也是为了进一步改善公司治理结构、提升市场竞争力。

当然，除了上述偏向于改善型的诉求外，对于当时的中国通号来说，“谋新、谋变”，成为其选择科创板的又一理由。

将时间轴拉回至上市前，彼时，中国通号已成为我国轨道交通控制系统行业龙头，并且还是能够独立生产轨道交通控制系统全套核心产品的高端装备制造生产企业，而对于一家科技企业而言，没有一项技术是离不开资金支持。

周志亮坦言，除了上述考虑外，中国通号选择回归科创板上市，还是希望能借助资本的力量，推动公司的科技创新。

周志亮进一步解释，首先，科技创新是一个长周期且高投入的过程，研发投入对于任何一家科技企业来说都是相当重要的一环，往往决定其产品和服务的产出结果和品质。而科创板的定位又是鼓励那些在关键领域通过持续研发投入、突破核心技术并已商业化运营的公司挂牌上市，这与我们自身的诉求相契合；其次，通过在科创板上市，还能进一步引入战略投资者为公司提供智力和技术支持，并借助科创板制度创新推动体制机制创新，从而激发企业活力，进一步提升企业的全球竞争力；最后，此举还能帮助中国通号打造境内融资平台、提升融资效率。

压力与动力并存 推动企业提升“战斗力”

对于自带光环的科创板首家“A+H”股公司来说，如何评价两个市场间的差异，也成为众多投资者最为关心的问题。



“科创板的体制创新是特点，科技创新是本质。”周志亮分析称，从市场角度讲，H股和A股两个市场都是催生企业发展的重要力量，但特点各有不同。比如，H股更便于企业国际化发展，而科创板则是为国家基础创新、自主创新提供支持；再比如审批方面，H股可能会更多地关注企业持续经营能力及业绩表现，而科创板则更加关注科技含量，同时，要求企业的产品特点鲜明、体现创新。

结合其2019年的经营业绩来看，数据显示，中国通号全年实现营业收入416.46亿元，同比增长4.08%；实现净利润41.77亿元，同比增长12.38%。整体上看，中国通号的经营业绩不仅再创新高，发展质量亦稳步提升。

周志亮表示，从去年公司的实际情况看，通过在科创板上市，中国通号进一步将自身推向了更广阔的市场和舞台，获得更多客户的认同与信任，对公司业务拓展正在发挥着积极的作用。

当谈及与目前科创板的百家“硬科技”企业同台竞技感想时，周宏亮直言，作为高科技企业，虽然压力一直在，但从另一角度来看，压力更是推动企业创新发展的动力。未来，中国通号

将通过持续的改革创新，充分利用国资委关于国企改革的各项政策红利，将压力实实在在转变为发展的动能，同时，公司也会继续加强同科创板公司之间的交流和学习，以此寻求更多的发展机遇。

值得关注的是，对于当前紧锣密鼓推进地企改革来说，无论是此前国资委发布的政策文件，或是国资委有关领导的多次公开表态，“借力资本市场”推进国企改革，似乎已成为一定的共识。

譬如，作为继国企改革“双百行动”“区域性综改试验”后的又一国企改革专项工程，国资委于4月27日正式公布已完成改革方案备案的204户“科改示范企业”名单，而在这之中，不乏多家A股上市及新三板企业。

与此同时，《证券日报》记者注意到，在此次国资委圈出的“科改示范企业”名单中，中国通号旗下的卡斯柯信号有限公司和通号城市轨道交通技术有限公司亦位列其中。

在周志亮看来，此次“科改示范行动”重点推动部分中央企业和地方国有企业科技型企业在完善公司治理、市场化选人用人、强化激励约束等方面探索创新，取得突破，以打造一批国有企业科技型企业改革样板和自主创新尖兵，而这将有利于推动国有科技型企业实现科技突破，打造符合经济高质量发展要求的国有科技企业。

专注一站式办公服务平台 齐心集团业绩四连增

■本报记者 赵琳

在数字化浪潮下，齐心集团不断探索商业模式的完善和升级。2015年，公司开启电商化和数字化的转型，通过线上商城和手机用户端建立B2B大办公平台，致力于打造一站式企业办公服务平台。截至2019年，公司业绩已连续4年实现增长。今年一季度，在疫情的冲击下，公司业绩更是逆势增长，实现归属于上市公司股东的净利润5132.19万元，同比增长31.41%。

公司业绩持续增长动力何在？未来行业空间有多大？“新基建”建设中公司又面临着怎样的发展机遇？带着这些问题，5月19日《证券日报》记者走进齐心集团，对公司董秘黄家兵进行了专访。

B2B办公物资市场空间广阔

作为一家为企业提供现代办公整体解决方案的服务商龙头企业，齐心集团围绕大办公产业链所涵盖的硬件、软件和服务等多个领域进行布局。“这些年业绩的持续增长，说到底与我们的专注分不开。我们专注B2B办公集采业务，经过多年发展，目前已拥有超过5万多家优质客户资源，特别是在能源、通讯、金融、政府、军队军工等行业和领域，我们拥有100多家头部大型客户的资源。”黄家兵对《证券日报》记者表示，“国内大办公市场的规模相当庞大，我们的战略是聚焦大客户。”

齐心集团2019年年报显示，去年公司实现营业收入59.81亿元，同比增长41.03%；归属于上市公司股东的净利润2.3亿元，同比增长20.06%。2019年，公司中标了国家电网、中国移动、工商银行、国家税务总局等大客户的集采项目。今年以来，公司又中标了渤海银行、国铁物资有限公司等多个采购项目。

方正证券研究报告预测，国内大

办公市场(包括办公家具、器材等办公物资)的规模预计到2020年可达2.26万亿元。需求方面，包括250个省、地市级政府采购、97家央企、30多家大型银行、保险机构、20多家军区、军工企业，以及200万中大企业以及2500万中小企业共同构成了庞大的企业服务市场需求。

5G将推动好视通加速发展

此外，今年年初爆发的疫情，让远程视频会议成为刚需，云视频也因此站上风口。齐心集团好视通在疫情期间的使用频率和注册用户量激增，这也让公司深刻地感受到提前战略布局的意义。

早在2016年齐心集团就通过收购深圳银澎云计算股份有限公司100%股权，拥有了云视频会议领先品牌“好视通”，为客户提供高效、便捷、低成本的云视频会议SaaS服务。根据IDC报告，2016年-2018年“齐心好视通”在国内云视频会议领域连续三年市场占有率排名第一。

“前几年，不少人对于云视频是什么根本搞不懂，以前每次有人问我，我都要解释好多遍。但是这次疫情发生后，大家对云视频有了更深入的了解，也对我们提前几年布局这一领域投来了赞赏的目光。”黄家兵对《证券日报》记者说道。

在黄家兵看来，在国家大力发展“新基建”的背景下，我国5G产业有望迎来加速发展，5G将打造一个万物互联的场景，云视频移动性、便捷性等优势突出。目前，齐心好视通在充分挖掘5G和高清云视频技术在医疗、教育、企业办公等多个领域的应用。

“目前2B服务市场领域，还没有绝对的龙头出现。未来，我们会在这一领域继续加大研发投入，结合大数据和人工智能等前沿技术，适时推出5G智能硬件等新产品，进一步巩固和提高云视频服务市场持续保持领先地位。”黄家兵对《证券日报》记者说道。

咖啡行业巨头开启大规模扩张 中小企业或被淘汰出局

■本报记者 李春莲

疫情以来，我国咖啡市场加速洗牌，行业巨头加速扩张，中小企业则面临生死存亡。

5月19日晚间，瑞幸咖啡公告称收到纳斯达克的退市通知，这家新兴的中国咖啡企业面临变数。

而就在瑞幸扩张被按下暂停键之时，又一家咖啡企业，Tims中国获得腾讯投资，并看好中国咖啡市场而计划大规模开店。

5月19日中午，《证券日报》记者来到星巴克这个月新开的国投大厦店，人气已开始逐渐恢复。

但同时，受疫情影响，中小咖啡企业的客流量减少，由于房租、人工等成本的压力，已经有不少咖啡企业关店。此前布鲁诺和灰盒子均被曝经营困难，近日，连咖啡也大量关店。

《证券日报》记者多次拨打连咖啡中关村食宝街店和魏公村学院店电话，提示电话无人接听。

悦咖啡CEO王虎向《证券日报》记者表示，我国咖啡市场越来越大，但是头部企业几乎没有。此前的不少创业者过于追求快速发展，导致出现问题。

“中小咖啡企业很难撑过此次疫情，而对于巨头来说，则是布局的好时机。”中国品牌研究院高级研究员朱丹

蓬告诉《证券日报》记者。

咖啡行业巨头加速布局

近日，加拿大国民咖啡品牌Tim Hortons中国(简称Tims中国)宣布获得来自腾讯的独家战略投资，金额超过亿元，腾讯占有Tims中国一定数额的股份。获得该轮融资后，Tims中国将加速在中国市场开店。

据了解，2019年2月份，Tims中国正式进入中国市场，在上海开出首家门店。截至目前，Tims在中国开出50多家门店，大部分门店在上海。

Tims中国计划利用这笔资金进一步扩大数字基础设施建设，加速数字化升级，同时迅速开设更多门店以满足消费者的需求。

按照Tims中国首席执行官卢永臣的规划，要在10年内甚至更短的时间内在中国开出1500家门店，先从上海等咖啡市场成熟的一线城市开始，瞄准写字楼、商圈等咖啡消费人群密集的位置，快速渗透。

被称为平价版星巴克的Tims中国，咖啡价格对标的则是瑞幸，价格多在15元左右。

对此，悦咖啡CEO王虎向《证券日报》记者表示，咖啡这个行业是大市场小企业，没有能够真正称为头部的企业，Tims中国的到来也算是给国内的资

本和从业者树立一个标杆和参照。我国咖啡市场其实越来越大，但是头部企业几乎没有。

“在咖啡品牌已经非常多的时候，要从内外两个维度去分析腾讯为什么要去投资这家企业。”中国品牌研究院高级研究员朱丹蓬向《证券日报》记者表示，从内部来说，腾讯有这么大的体系、用户流量和品牌背书，这是它的优势所在；从外部来说，虽然中国的咖啡市场已经进入了一个高度竞争的品牌格局，但不难看到，随着新生代人口红利不断叠加，整个咖啡市场这块蛋糕还在继续做大。

他认为，对于巨无霸的企业来说，现在正是布局的好时机，因为疫情过后有很多的小微企业和餐饮企业都撑不住了，这个节点布局咖啡企业，完全符合行业发展的趋势以及商业逻辑。

中小咖啡企业或被淘汰出局

除了Tims中国，还有不少其他资本也看好中国咖啡市场。近日，BP在广州敦本加油站推出了现磨咖啡。

去年9月份，中石化更是在易捷便利店推出了全新品牌“易捷咖啡”，首店落户苏州。

而巨头持续布局我国咖啡市场，在于背后的巨大市场。根据伦敦国际咖啡组织数据显示，

与全球平均2%的增速相比，中国的咖啡消费正在以每年15%的速度增长。2020年中国咖啡行业市场将达到3000亿元，预计2025年这一规模可以达到1万亿元。

2018年，中国人均咖啡消费量为6.2杯，仅为美国的1.6%，但中国咖啡市场始终保持着年均20%的复合增长率，是世界平均水平的近10倍。

对于布局我国咖啡市场，Tims中国方面就表示，中国的咖啡行业方兴未艾，人均消费量相对于国际水平有较大的增长空间。

与巨头加速布局不同，疫情以来，中小型咖啡企业则面临生存危机，不少此前的网红咖啡店都已经关门。

近日，新兴连锁咖啡品牌连咖啡也被曝大量关店。大众点评信息显示，北京地区大部分门店目前仍为暂停营业状态。

王虎表示，受疫情影响是一方面，另一方面是以前很多创业者不够扎实的深耕行业，对行业的基本属性不够尊重，过度自信，行业发展都需要精耕细作，一味求快、求规模的结果就是供应链、人才梯队、消费市场、盈利能力都跟不上。

他还认为，疫情后应该会有很多咖啡馆倒闭，中国现有14万家咖啡馆，有12万家都是小散户，这些小散户经营本身就很难，经过此次疫情会更难。

国轩高科筹划“易主” 神秘接盘方有望5日内“官宣”

■本报记者 曹卫新

在国轩高科停牌筹划控制权变更消息发布后，业界流传近一年的“大众入股国轩高科”的传言再次引发市场热议。

5月19日晚间，国轩高科披露，公司实控人李缙及其一致行动人正在筹划股权转让事宜，拟向战略投资者转让其持有的部分公司股权并涉及其他表决权安排，上述事项可能导致公司第一大股东及实际控制权的变更。对于即将引入的新战投，公司方面透露“交易对手方属于制造业，该事项仍然涉及有关部门的事前审批。”

结合国轩高科此前“公司正在和大众汽车就未来可能开展的技术、产品、资本等方面的战略合作进行探讨”的公开表态，艾媒咨询CEO张毅在接受《证券日报》记者采访时表示，“目前看大众的可能性是比较大的。”

双方合作迟迟未有定论

传言并非空穴来风，双方的确曾有

过交集。

2019年，在公司可转债网上路演环节，有投资者向公司提问与大众合作一事。国轩高科回复表示，“目前国轩高科与德国大众的产品技术层面的合作已经越来越深入，不久会有越来越多的国轩电池配套大众汽车走向世界。关于下一步的合作，双方高层认为，在完善产品层面合作的同时，还应该继续推进双方在技术和资本等多层面的战略合作，具体以公告为准。”

进入2020年，大众汽车入股传言甚嚣尘上。公司还为此两次发布公告予以澄清。

2020年1月份，路透社等媒体发布报道称，“大众拟通过折价私募股权配售的方式收购公司20%股份并成为公司第二大股东”。公司发布澄清公告表示，“公司正在和大众汽车就未来可能开展的技术、产品、资本等方面的战略合作进行探讨，不过截至公告日，双方尚未就具体合作方式、内容、价格等具体方面形成一致意见，亦未就相关合作事项签署或达成任何实质性的有约束力的协议、承诺或其他安排。”

2020年4月份，传闻再起，同时还引发了监管关注。在回复深交所问询函中，国轩高科再次对牵手传闻进行了澄清——“与大众汽车尚未就具体合作方式等具体方面形成一致意见。”

停牌筹划“易主”消息发布后，市场热议与大众的绯闻是否即将“坐实”。5月20日，记者致电国轩高科，工作人员表示相关事项并不清楚，一切以公告为准。

产业协同业界普遍看好

“特斯拉的落地犹如一条大鲑鱼搅动着国内汽车市场，包括蔚来引入合肥战投，实际上今年的新能源汽车市场竞争很激烈。”高工光电子员马生在接受《证券日报》记者采访时表示，对于电芯厂家来说，没有应用终端市场的引入，就是战略的缺失，大众和国轩高科在产业协同上还是彼此需要的。

“对于大众来说，如果能够与动力电池这块有所布局，应该说这就好比有了一个稳定的‘心脏’，这点为大众继续在中国市场深耕，提供了一个很好的基

础。”艾媒咨询CEO张毅告诉记者。

“从过去三年国轩高科的数据来看，公司的营收增长应该说还是不错的，不过利润方面坦率地说还是有很大预期没有满足。对于国轩高科而言，引入像大众这样一个世界级的汽车厂商，对于企业未来的发展来说，会有一个巨大的空间。”对于国轩高科和大众汽车可能存在的合作，张毅分析表示。

“大众汽车在着力推进自己的电动化战略，为了在全球范围内应对特斯拉等新兴造车势力和其他大举进军电动汽车行业的传统竞争对手，因此对于储能电池有很大的需求，而现有的电池存在污染严重的问题，在本土无法找到合适的合作伙伴，因此找到中国厂商，一方面可以规避欧洲环保政策的高压，另一方面也可以建设本土供应链。”香颂资本执行总裁沈萌告诉记者。

公告显示，公司股票和可转债自5月20日上午开市起停牌，停牌预计不超过5个交易日，待上述事项确定后，公司将发布相关公告并申请复牌。幕后买家究竟是谁，有望在5日内揭晓。

强生控股将被借壳 专家称是国有资产保值增值之举

■本报见习记者 郑馨悦

5月21日，强生控股开盘涨停，报收6.7元，这是其披露重大资产重组预案后的第六个涨停日。

根据公告，强生控股公司拟通过资产置换及发行股份的方式购买上海东浩实业(集团)有限公司(简称“东浩实业”)持有的上海外服(集团)有限公司(简称“上海外服”)100%股权；同时，公司拟非公开发行股份募集配套资金。

目前，强生控股控股股东为久事集团。本次交易完成后，上市公司控股股东将变更为东浩实业，东浩兰生集团获得该公司控制权。(东浩实业持有上海外服100%股权，为上海外服的控股股东；东浩兰生集团持有东浩实业100%股权，为上海外服的实际控制人。)

值得注意的是，东浩兰生集团与上海久事集团均属上海市国资委旗下，此次重组是上海国资改革重组的一大重要动作。

5月21日上午，上海外服相关负责人接受《证券日报》记者的采访时表示，选择此时进行重组是多方面原因综合考虑的结果，本次重组对于各方均有不同的意义：上海外服方面亟须通过借助资本市场，拓宽直接融资渠道，充实公司资本实力和行业整合竞争力；东浩兰生集团是上海国资国企改革中推进混合所有制改革的重点，上海外服作为集团核心业务资产，实施资产证券化是响应上海国资国企改革最新要求的重要举措；对上海市国资委而言，本次重组符合上海市国企改革的精神，有助于实现国有资本整体效率的最优化；对强生控股而言，本次交易后，上市公司主营业务变更为综合人力资源服务，本次交易有利于上市公司探索新业务转型、寻求新利润增长点，提升上市公司盈利能力和综合实力。

政策放宽致成功率较高

预案显示，本次重组方案由上市公司股份无偿划转、资产置换、发行股份购买资产及募集配套资金四部分组成。其中，上市公司股份无偿划转、资产置换、发行股份购买资产互为条件、同步实施，如上述三项中任何一项未获相关程序通过，或未获得相关政府部门批准，则本次重组各项内容均不予实施。此外，强生控股还公告提醒了交易作价尚未确定的风险、交易方案后续可能存在调整的风

险等等。

然而，一位不愿具名的投行人士对《证券日报》记者表示，目前IPO和重组方面政策环境相对宽松，重组挑在这个时点是相对合适的，成功率会比较高。“现在IPO很宽松，科创板、创业板是注册制，主板通过率也很高，(上海外服)借这个壳可能是出于速度考虑，或者有其他商业安排。”

香颂资本执行董事沈萌则认为，推进证券国有资产化是一直以来的政策导向，国企有自己的决策流程，不会因应和政策而快速做决定，所以应该只是恰好在这次重组时遇到政策放宽的外部条件。

沈萌表示，国资证券化改革的大方向是优化合并同类，利用上市公司平台做大做强。通过此次重组，将同属上海国资的服务业集中在上市公司，有利于各企业资源整合突出优势，提升国资整体质量。

国有资产保值增值之举

根据未经审计的财务数据，2017年至2019年，上海外服分别实现营业收入1125.29亿元、1304.08亿元、1493.86亿元，归属于母公司所有者的净利润分别为4.25亿元、4.36亿元、4.58亿元。

不过，预案公告指出，根据新收入准则要求，经过重新编报后上海外服最近三年每年的营业收入预计范围为200亿元-240亿元，最终营业收入数据以审计报告为准。

而另一方面，强生控股主要经营交通运营、汽车服务、旅游服务等业务，整体盈利能力有所下滑。2017年-2019年，强生控股的营业收入分别为40.78亿元、40.97亿元、38.36亿元，归属于上市公司股东的净利润分别为1亿元、0.71亿元、0.93亿元。2019年其扣非净利润为-0.38亿元。

新能源与智能网联汽车产业专家智库成员张翔对《证券日报》记者分析表示，强生控股等出租车运营企业近年来受到打车软件、共享汽车等新兴经济形式的冲击，企业竞争压力较大，且未来无人驾驶技术的前景也使得该企业的发展趋势不被看好。而上海外服却因近年来中国人力资源服务市场规模快速增长，拥有较广阔的市场前景。上海市国资委让不盈利的行业(出租车)公司自负盈亏，参与市场竞争，并推动上海外服上市发展，这是国有资产保值增值的必须手段。