

中国船舶配套融资成功收官 将推动船海产业做强做优

■本报记者 郑馨悦

7月31日晚间,中国船舶集团有限公司旗下中国船舶工业股份有限公司(以下简称“中国船舶”)发布关于重大资产重组非公开发行股票募集配套资金发行结果暨股本变动的公告,中国船舶非公开发行股票向国华基金等11名投资者募集配套资金合计38.668亿元顺利完成。

中国船舶相关负责人接受《证券日报》记者采访时表示,历时近三年的中国船舶市场化债转股暨重大资产重组及募集配套资金项目圆满收官。作为具有全球竞争力的造修船企业,中国船舶的资金实力和资本结构都得到改善,往后会充分利用资源,推动船海产业做强做优。

上海正策律师事务所律师董毅智对记者表示,在“中国神车”、“中国神钢”、“中国神煤”等合并陆续完成后,“中国神船”下属核心上市公司资本运作项目终于完成,成为这一批大型国企改革的注脚,意

义深远。

引入资金超200亿元

公告显示,本次重组先后引入市场化债转股资金168.9亿元,募集配套资金38.668亿元,为上市公司引入资金合计超过207.56亿元,交易涉及资产规模达373.68亿元。

对于重组的难点,中国船舶方面表示,本次重组涉及中国船舶和中船防务2家上市公司和20家交易对方,其中,中船防务为A+H股上市公司,横跨境内外资本市场,项目方案复杂,融资规模大,参与方众多,时间周期长。

据悉,在中国船舶集团(及其前身之一中国船舶工业集团公司)的大力推动下,中国船舶从2017年9月份正式启动市场化债转股等一系列工作。

上述负责人介绍,中国船舶以中国船舶集团高质量发展战略为引领,发挥上市公司平台优势,根据市场变化,不断优化项目方案。重组实施过程中,中国船舶集团及其控

股的2家上市公司多次与中国证监会、国家发改委、国务院国资委、国防科工局、上海证券交易所、香港联交所以及地方政府部门等进行沟通,获得各方大力支持,为重组顺利实施提供了有力保障。

军民船总装上市平台扬帆

公告显示,本次发行前后,上市公司的实际控制人、治理结构等均未发生变化。发行完成后,中船集团对公司的持股比例虽有下降,但仍为公司的控股股东。上市公司的主营业务未发生重大变化,新增了军用船舶造修相关业务。

通过本次重大资产重组,中国船舶集团旗下的江南造船等核心军民船业务被整合进入上市公司,融资超过200亿元。中国船舶公司表示,这不仅有利于进一步强化中国船舶上市公司平台定位,完善上市公司主业板块布局,也将充分发挥上市公司的资本运作平台功能,募集企业发展所需资金,降低成员企



业资产负债率,助力实体成员企业高质量发展,回报全体股东。

“本次重组注入的标的公司江南造船和广船国际在军、民船舶造修领域具有较强的核心竞争优势和行业地位。”国盛证券军工行业首席分析师余平对《证券日报》记者表示,中国船舶的这次重大资产重组,意义在于打造中船集团船海业务上市平台;注入优质资产,增强上市公司核心竞争力等。

董毅智表示,目前全球相关行业市场都不好,但这也是资源整合的好时机。造船业是资本密集型和技术密集型行业,特别适合超大型企业尤其是国企进行操作。

“近期美国在民用和军用船等均出现造船维修方面的失误,这对于我们是利好。目前看来,我们的主要对手是韩国。”董毅智表示,整合后的中国船舶需要注意国际市场的竞争。

小红书高调进军旅游业 单纯卖流量还是要玩真的？

■本报记者 许 洁

疫情之下,携程卖力直播,途牛濒临退市……整个OTA行业面临巨大不确定性之际,从“种草”笔记起家、曾在去年8月份遭遇下架处罚的小红书似乎发现了新商机?

日前,小红书宣布,获得民宿平台小猪短租的入驻,已为其打通民宿预定入口。未来,还将为入驻小红书的品牌民宿提供管理系统、内容运营、直播带货等全方位的服务。

早在今年3月份,小红书宣布和民宿公寓管理系统“订单来了”达成合作,200多家民宿品牌入驻小红书,并开通直接预订功能。4月份,小红书推出的“Red City 城市计划”首站落户湖州,对当地文旅资源进行全方位推广。5月份,小红书发布《2020端午小红书旅游趋势报告》,6月份,小红书在上海、广州、西安、成都4座城市及周边发起“种草周边游”直播……

种种迹象显示,多次转型未果的小红书,又把目标瞄向了旅游业。从“垂类电商”来看,近两年,得物APP“黑马舰”的出现,获得了更多年轻人的青睐。而且,随着免税牌照的陆续发放,包括小红书在内,

主打美妆品类的跨境电商也很难再提高估值。因此,不论是一级市场融资还是二级市场融资,小红书都迫切需要一个新故事。

新进者是否还有机会？

不论是主动为之还是被动为之,小红书对旅游业的试水已然是进行时。

对此,景鉴智库创始人周鸣岐在接受《证券日报》记者采访时指出:“旅游赛道显然是一个非常红的红海了。小红书做旅游,初期靠现有流量的转化肯定能跑出一些经营业绩,获得一定的变现,但长期来看,现有客群的老本吃光后就会出现瓶颈,增长就会快速放缓。”

记者查看小猪短租在小红书上的账号发现,截至目前,其账号“小猪民宿”的粉丝为1.5万,不到资历更浅的民宿平台“花筑旅行”3.2万粉丝的一半,也远不如小红书上一些素人账号的粉丝量。以2B的标准看,对于小猪短租这样的体量而言,这些粉丝聊胜于无,但应知足。毕竟今年3月26日,LV将自己入华以来的首场直播选在了小红书,1个

多小时的直播,观看人数也不过1.5万人。

值得一提的是,小猪短租新一轮融资时间与小红书相差无几,发生在2018年10月份,领投资方是阿里系的云峰基金,融资额也是3亿美元。

近两年均未再融资的2家“阿里系”企业,此番联手是抱团取暖还是兄弟合力,尚待时间检验。不过,不论是美妆还是民宿“种草”,对于小红书这类平台而言,始终需要解决的关键问题是,如何防止虚假信息、恶意刷单?如何把控产品质量? “民宿的品质参差不齐,缺乏像星级酒店这样的标准化体系,在卫生、配套、服务等很多方面存在硬伤。小红书的受众大都是年轻人,易冲动消费,但就像消费者无法从直播视频里看出奢侈品的真假一样,消费者也看不出床单干净与否。拍摄的角度加上各种滤镜的效果,可能让民宿看起来很好看,消费者实际到那儿一看就是脏乱差。因此,未来可能会产生较多的纠纷,影响到业绩增长。”景鉴智库创始人周鸣岐表示。

事实上,在这方面小红书的教

训已经足够深刻。

去年8月1日,小红书曾发布声明称:“小红书App近期在各大应用市场下架。小红书已对站内内容启动全面排查、整改,深入自查自纠,积极配合有关部门,促进互联网环境的优化与提升。”

旅游产业链“水深”难测

“内容驱动是非常重要的,但小红书做的不是一件新事,马蜂窝、穷游已经探索了从内容到订单这样一个流程,并且进行了商业化的探索。”北京联合大学在线旅游研究中心主任杨彦锋对《证券日报》记者表示。

“不管是OTA平台还是线下的旅行社,他们都积累了一个非常强大的渠道体系,也是竞争壁垒之一。这么多年来,线下旅行社为什么能够很好地与线上的这些OTA平台共存?其实就是因为他们在某些区域往往有自己特有的渠道,拿到的价格可能比OTA平台还低很多。但是小红书作为一个新人局者,对行业完全陌生无根基,很难去切渠道资源,只能成为一个流量转化的电商中介平台。如果没有自有渠

道,成本、品控、利润都会存在问题。”周鸣岐表示。

在质量不保证,价格不优惠的情况下,即便是当下最火的“直播”带货,恐也力有不逮。

周鸣岐表示:“直播是企业暂时性或者短期性的一种促销手段。从长期的历史来看,网红经济的寿命都不长久。直播确实可以利用自身的流量,无论是知名BOSS还是网红,或许会产生很好的带货效果,但最终还是要回归商业模式和产品本身。”

来自小红书的数据显示,“出行”笔记已在小红书上跃居第二,仅次于美妆。“小红书从奢侈品起家,成功圈了一批轻奢生活用户,而旅游也是一种时尚消费。所以小红书“种草记”里面肯定会有旅游一席之地。”杨彦锋表示。

因此,不论旅游业有多么“红海”和“难测”,从逻辑和现实而言,小红书也的确需要拼力一搏。

天眼查数据显示,小红书2018年报告中,参保人数为808人。截至2020年6月29日,参保人数数量又从715人,降为666人。2020年7月21日,公司两位创始人瞿芳与毛文超,同时进行了股权出质。

“2020对话科创领军者” 系列报道

助力高铁核心零部件国产化 天宜上佳搭上“交通强国”列车再启程

■本报记者 赵学毅 向炎涛

“天宜上佳自主研发生产的高速列车制动闸片,填补了国内空白,为国家铁路运营节约了成本,有力的保障了国家铁路的战略安全,为中国实施制造强国战略贡献了力量。”正值科创板开市一周年之际,《证券日报》记者走进天宜上佳总部,董事长吴佩芳在接受专访时如是表示。

成立11年,天宜上佳通过自主创新,成功实现了高铁核心零部件粉末冶金闸片的进口替代,成为时速350公里“复兴号”以及时速250公里“复兴号”制动闸片的第一方案供应商。作为北京地区首家科创板过会企业,谈起公司登陆科创板以来的变化,吴佩芳感慨万千。

打破国外垄断的背后

天宜上佳成立于2009年,是国家高新技术企业及中关村高新技术企业,主要专注于高速列车、动车组、轨道交通车辆制动闸片的研发、生产和销售。

吴佩芳告诉记者,制动闸片是高铁动车制动系统的重要零件,其通过与制动盘产生摩擦力来实现列车的减速与停车。我国高铁列车自开通以来,动车组闸片曾长期依赖进口,动车组闸片市场基本被国外产品垄断,后期的保养及维修成本很高。在高铁引进的初期,制动闸片因为全部是进口,价格居高不下,同时售后维修也没能及时保障。

“一定要生产出我们自己的制

动闸片!”面对国内列车制动零部件受制于人的现状,吴佩芳毅然决然。吴佩芳早期曾在北京摩擦材料厂任代厂长,后担任北京超硬材料厂厂长、北京上地硬质合金工具厂厂长和北京上佳合金有限公司总经理。2009年创立天宜上佳时,她想的是“飞机的刹车片都能做,铁路的刹车片有什么不能做的?”

但真正着手做起来却并不容易。在研发高寒动车组用闸片时,产品需要克服冰雪、低温,以及金属加热后的高温考验,最终在经历了上万次实验后,天宜上佳取得了研发的重大突破。2013年,公司自主研发的应用在高寒地区的产品,首次在大哈线(高寒地区)实现进口替代,有效解决了冰雪恶劣气候导致的制动盘异常磨损的问题,且迫使进口闸片价格下降一倍以上。

“现在回过头去看,如果一开始知道这么难,投入的资金量这么大,或许就不敢做了。”吴佩芳笑谈。根据天宜上佳2019年年报披露,2019年,公司研发投入合计4132万元,占营业收入比例7.1%。

“所有的付出都是值得的。”吴佩芳感叹道。

目前,天宜上佳共拥有9张CRCC核发的正式《铁路产品认证证书》,产品覆盖国内时速160-350公里的21个动车组车型,是目前唯进口,动车组闸片市场基本被国外产品垄断,后期的保养及维修成本很高。在高铁引进的初期,制动闸片因为全部是进口,价格居高不下,同时售后维修也没能及时保障。

5项国际专利,其中27项发明专利、100项实用新型专利及8项外观设计专利。

踏上资本市场新征程

2019年,在公司成立十周年之际,赶上科创板推出,天宜上佳抓住了这一机遇。从2019年4月4日正式向上交所提交上市申请到2019年7月3日收到证监会的批复文件仅91天,天宜上佳成为北京地区首家过会的科创板企业。2019年7月22日,天宜上佳作为首批登录科创板的上市公司,正式在上交所上市。

“科创板不仅实现了资本市场和科技创新更加深度的融合,同时也发挥了资本市场基础制度改革创新‘试验田’效应。”吴佩芳对记者表示,科创板开通一年以来,对于上市公司而言,股权激励规则更灵活,在员工股权激励方面拓宽了激励对象的范围,制定了更为包容性的规则,极大地激发了公司员工的积极性和活力。

“公司成功上市后,公司由非公众公司变成公众公司,员工除了干劲更足外,也更加有责任感了。”谈及上市后给公司带来的改变,吴佩芳如是说。

具体到上市对公司经营层面的影响,吴佩芳认为,通过中介机构的辅导,进一步提高了公司治理能力和规范运作水平;公司拥有了较高的市场关注度,提升了企业公众形象、认知度以及知名度,也加大了与其他潜在的科研院所等合作伙伴的合作机会;融资成本大幅下降,公司可以进一步整合上下游产业链,实

现产业融合,提升行业整合能力;公司对管理层以及核心技术人员激励的方式方法也更加丰富了。

上市第一年,天宜上佳也交出了一份稳健的成绩单。2019年,公司实现营业收入5.8亿元,同比增长4.29%;实现净利润2.7亿元,同比增长2.89%。

今年年初,一场突如其来的新冠肺炎疫情打乱了所有人的节奏,天宜上佳同样未能幸免。“受疫情影响,一季度列车开行量不足40%,春节期间各地列车几乎处在停运状态,直接导致了客户需求端的减少;此外,春节后考虑到疫情情况,延迟三周复工;公司供应商未能及时复工,使得公司下游供应链略受影响,但后期逐渐好转。”吴佩芳告诉记者,除了积极做好防疫工作,公司也在苦练内功,对公司战略进行了明确和重新细化,加大了新产品的研发力度。

迈向系统化解决方案服务商

2019年9月份,党中央、国务院印发《交通强国建设纲要》,提出从2021年开始,到本世纪中叶,分两个阶段推进交通强国建设。数据显示,2019年末全国铁路营业总里程已经达到了13.9万公里以上,其中高铁总里程达到3.5万公里。截止到目前,“八横八纵”的骨干网基本形成。

面对未来的市场空间,吴佩芳告诉《证券日报》记者,天宜上佳将不断稳固提升自己的“一技之长”,公司不仅成为时速350公里“复兴号”及时速250公里“复兴号”制动闸片

第一方案供应商;同时还入选成为中国第一条时速350公里智能高速铁路京张高速铁路动车组制动闸片供应商。

此外,天宜上佳在城际高速铁路和城市轨道交通这“两个市场”已经有了布局。据吴佩芳介绍,在城际轨道交通方面,公司是第一家将获得城际动车组CJ6车型产品CRCC认证证书的企业。同时,天宜上佳也与国内各个主机厂保持密切联系,积极参与到主机厂研发建造城际动车组新车型的工作中。在城市轨道交通方面,公司自主研发的地铁制动产品已经在北京、天津、广州、深圳等多个城市地铁线路运营。

对于未来公司产品发展战略。吴佩芳用“三驾马车”来形容。第一驾马车是指摩擦副产品体系,摩擦副是指制动盘+制动闸片,主要应用于高铁、地铁、汽车、航空等领域。第二驾马车是碳纤维轻量化材料制品,公司在研项目主要包括碳纤维复合材料轮毂、地铁前端轻量化头罩、抗侧滚扭杆等的轻量化开发与应用等。第三驾马车是EMB电机机械制动系统。作为新一代制动技术,EMB电机机械制动可以真正实现制动系统的全电气化,使列车智能化水平得到提升,是未来轨道交通制动力系统的发展趋势。

“通过深挖‘两个市场’进而切入到大交通领域的战略布局,结合‘三驾马车’产品战略,天宜上佳要从单一零部件向整体的制动系统升级转型,逐步成长为系统化解决方案服务商。”吴佩芳如是说。

数字创新巩固脱贫成果 微医集团引领 “互联网+健康扶贫”模式

■本报记者 吴文婧

在我国完成脱贫攻坚目标任务、全面建成小康社会的征途中,因病致贫、返贫成了“绊脚石”、“拦路虎”,2020年是脱贫攻坚的决胜之年,打赢医疗健康扶贫的攻坚战对于巩固脱贫成果而言至关重要。

7月28日,11辆微医数字流动医院在甘肃天水正式发车,驶向甘肃扶贫第一线的11个县(市、区);今年1月份,6辆微医数字流动车医院已经为甘肃近300万名基层群众送去医疗健康服务。

经过多年来在基层创新实践,微医集团董事长兼CEO廖杰远带领他的团队逐渐摸索出了一条通过数字创新助力扶贫的路径,“互联网+健康扶贫”的“微医模式”正深入更多贫困地区开展“造血式”健康帮扶,助力当地脱贫攻坚,并持续巩固脱贫成果。

互联网 让优质医疗资源高效下沉

2018年7月份的某天凌晨,河南平顶山市郏县安良镇段沟村的贫困户张强彬突然感到胸痛、头晕,村医生王听杰迅速用云诊箱的心电设备为其进行了检查,并通过村卫生室的远程心电系统,将采集到的心电数据上传到县级中医院,在确诊为主动脉夹层后,他叫来救护车紧急将病人送往郑州大学第一附属医院。张强彬是家里的唯一劳动力,及时的救助挽救了一个家庭。

如今,像王听杰这样许许多多的村医,都能够通过微医智能云巡诊包、远程一体机等智能医疗设备开展诊疗,并能够及时与县级医院医生取得联系,从而以最快的速度为病人确诊。

“我们通过对村民签约式的服务,对贫困户实行全覆盖,有效提升了村医的诊疗能力及村民健康管理能力,全面掌握了村民动态的健康状况。”微医相关负责人告诉《证券日报》记者,就河南省平顶山市光山县而言,以村卫生室为服务基点,配备有远程心电图机、健康一体机等智能医疗设备,以及“21世纪赤脚医生”——智能医疗辅助诊断系统。

为缓解基层群众“看病难”和因病致贫致贫的问题,早在2015年,微医集团就成立了全国首家互联网医院——乌镇互联网医院,开创了在线预约、远程诊疗、在线处方、药品配送等一系列融合式医疗服务的先河,把专家能力持续下沉。前述负责人提到,目前乌镇互联网医院已经连接了全国近7200家医疗机构,连接医生数超过24万人。

“一方面,运用新技术,让城市优质医疗资源便捷、高效地下沉到贫困地区;另一方面,结合各地实际,加大投入,助力乡村振兴。”廖杰远向记者表示,微医集团将继续在数字健康领域积极探索,深化健康扶贫的深度和广度。

分级诊疗模式 互联互通“健康枢纽”

2018年,微医数字流动车医院首次开进了大别山深处,为河南省鲁山县瓦屋镇汤河村的贫困户进行全面的体检。2018年7月份,河南省鲁山县政府与微医集团签订了合作协议,共为全县22家乡镇卫生院配置了签约服务一体机172台、远程会诊大屏56块,并配送了18辆数字流动车医院。

“配备了全自动生化分析仪、B超等基础医疗设备的云巡诊车,能够为6大类公共卫生服务重点人群、贫困户及残疾人群提供7大类53小项基本公共卫生服务。”上述负责人告诉记者,体检采集的信息会上传平台,县医院的医生将检查报告结果传回,村民还可以听取随车基层医生的建议。

据前述相关负责人介绍,现如今,这个行走着的“体检站”,已开进了全国9个省,走村入户,为超过2500万村民建档并持续提供诊疗服务。

事实上,微医数字流动医院背后是微医集团的一整套贯穿省、市、县、乡、村五级的分级诊疗模式。

得益于与微医合作共同构建的“数字健共体”,以河南平顶山市为代表性的地区,正以公立医院为线下服务主体,通过数字医疗平台,将市、县、乡、村四级医疗机构充分有效连接起来。据悉,微医集团已经在河南、甘肃、河北、宁夏等地的全国30多个县开展了“互联网+健康扶贫”落地实践。打造分级诊疗的“健康枢纽”是微医通过科技赋能,因地制宜推动健康扶贫的一个缩影。

“互联网+全科教育” 提供造血式扶贫力量

2019年9月20日,廖杰远因在互联网+健康扶贫领域的开创性贡献,荣膺全国脱贫攻坚奖创新奖。“在以健康为中心的医改3.0时代,数字健共体可以真正建立起老百姓的健康维护体系。”廖杰远如是说。

根据廖杰远的设想,“微医模式”的精准扶贫可定义为“5个一”:对贫困户提供免费互联网健康咨询服务,救助一批因病返贫户,基本生活有保障;签约一批慢病贫困户,精准治疗防复发;会诊一批大病贫困户,互联网连接大专家;培训一批贫困村村医,50种常见病标准化诊疗;培养一批贫困医学生,扶扶扶智增强内生动力。

据悉,微医科学院自成立以来,已经先后支持云南、贵州、山东、河北、广东等多个省份的基层医生与乡村医生培训,累计线下培训1971名全科医生和193名全科师资,并通过互联网教学场景,覆盖学员人数超过十万人。

此外,微医集团还参与建设了国内唯一一所健康管理大学——海南健康管理学院,并计划将其打造成面向全国的全科医生培养基地和基层医生继续教育平台,帮助提升国家精准扶贫地区的师资造血功能,助力国家对基层医生胜任力赋能的综合提升。