

固德威拟定增募资25.4亿元 深耕光伏逆变器及储能领域

■本报记者 陈红

6月18日,固德威发布定增预案称,拟向不超过35名特定对象发行股票,募集资金总额不超过人民币25.4亿元,加码光伏逆变器及储能领域。

固德威成立于2010年,自2011年起加快中低功率段组串式光伏并网逆变器研发推广,且自2012年起率先布局户用储能逆变器,抢占市场先机。公司多年来深耕海内外市场,依托江苏苏州及安徽广德两大生产基地和全球营销网络,产品销往80多个国家和地区。

对于本次定增,IPG中国首席经济学家柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示,“固德威作为全球光伏逆变器制造领域的领先企业,全球市场占有率逐年攀升。公司通过本次定增扩产,有利于提升生产效率,强化市场竞争力,从而提升业绩和未来可持续发展能力。”

拟扩产及补充流动资金

具体来看,固德威本次定增募资25.4亿元,扣除发行费用后,其中12.67亿元拟用于年产20GW并网逆变器及2.7GWH储能电池生产基地建设项目。经测算,该项目预计年均营业收入为64.25亿元,年均税后利润为6.49亿元;税后内部收益率为36.28%。8.73亿元拟用于年产20GW并网、储能逆变器及1.8GWH储能电池生产基地建设项目。经测算,该项目预计年均营业收入为47.95亿元,年均税后利润为4.81亿元;税后内部收益率为39.56%。

对于本次募资的投向,固德威方面表示,“通过生产光伏并网逆变器、储能逆变器及储能电池以满足光伏产业快速增长及光伏发电系统技术变革升级的需求,缓解市场供需不平衡的矛盾,推动光伏行业高质量发展。”

“预计2050年全球光伏累计装

机量将超过1.4GW,光伏装机量发展空间巨大。作为光伏产业链终端的核心设备——光伏逆变器的市场出货量直接受益于下游光伏发电装机量的增长。”有券商分析师对《证券日报》记者表示,“本次定增项目建设完成后,固德威可以有效提高供给能力,为自身逆变器业务发展提供可靠、有力的产能保障,进一步稳固逆变器领域的市场地位。”

此外,为满足公司业务对流动资金的需求,固德威还拟使用本次募资中的4亿元用于补充流动资金。

对此,上述券商分析师对《证券日报》记者表示,“固德威处于快速扩张阶段,募资用于补充流动资金可以缓解公司财务压力,提高公司偿债能力。公司营运资金进一步充实后,将保障公司研发创新及业务扩张等活动的持续开展,进一步提升公司在光伏逆变器领域的技术研发水平。”

逆变器发展前景广阔

根据IHS Markit数据,预计2025年全球光伏逆变器新增及替换整体市场规模有望达到401GW,2020年至2025年年均复合增长率达21%,继续保持较高增速。

“光伏作为新能源的重要分支,是未来能源行业的发展方向之一,发展潜力不言而喻。光伏逆变器属于光伏产业链中的技术密集型行业,在产品设计、器件选择、制造工艺等方面均需经过长时间的实践摸索和技术积累,具有较高的行业准入门槛。固德威的市场份额有望持续提升,从而推动其业绩持续增长。”柏文喜对《证券日报》记者表示。

对于固德威在储能赛道的布局,东北证券分析师宜佳敏表示,“政策支持叠加成本下降,储能行业



同时积极拓展储能电池、户用光伏系统、BIPV等新业务,业务布局持续完善。”宜佳敏表示。

北京特亿阳光新能源总裁祁海坤亦向《证券日报》记者表示,“固德威作为光伏逆变器行业的头部企业之一,主打的组串式逆变器产品在全球光伏市场具有较高占有率,在分布式光伏业务领域细分的工商业屋顶光伏、户用光伏屋顶项目应用居多,由于分布式屋顶光伏发电安装场地灵活、应用场景众多,近几年

的装机容量增速很快。”祁海坤表示,“光伏发电的波动性较大,为了提高新能源发电消纳能力,减少对电网的冲击,除了集中式光伏电站配储储能外,‘分布式光伏+储能’的模式也在加快发展,这给储能逆变器和储能电池等产品带来了新的增量空间。固德威在储能逆变器产品的研发方面布局较早,长期专注于并网逆变器、储能逆变器等产品研发,随着储能行业需求增长,公司储能业务有望持续放量。”

皇庭国际两年亏损逾14亿元 收购半导体公司欲自救?

■本报记者 赵学毅
见习记者 李雯珊

6月18日,皇庭国际发布公告称,公司全资子公司深圳市皇庭基金管理有限公司(以下简称“皇庭基金”)近日签署股权转让协议,拟收购德兴市意发功率半导体有限公司(以下简称“意发功率”)合计14.43%股权,价格为8300万元。

据了解,此前皇庭基金已通过增资5000万元获得意发功率约13.38%的股权,而在上述交易完成后,皇庭基金将合计持有意发功率约27.8%的股权。此外,皇庭基金与意发功率基金等股东签署一致行动协议,从而达到控制意发功率的目的。

皇庭国际认为,此次收购意发功率是为推动公司战略转型,围绕“商管+科技”发展战略布局半导体行业,有助于公司形成新的业务。

未来,公司将以意发功率半导体为基础,通过扩大再生产、丰富产品种类、向封装及模组延伸等多种途径,提高意发功率的盈利能力。

皇庭国际是一家以商业不动产综合运营服务为主要业务的上市公司。2021年年报显示,报告期内公司实现营业收入7.54亿元,归母净利润为-11.57亿元。从业务板块来看,物业管理服务、商业运营服务、融资租赁及其他占公司总营收的比重分别为40.38%、58.4%、1.22%。

2020年,皇庭国际实现营业收入6.85亿元,归母净利润为-2.92亿元。由此可知,公司2020年及2021年两年合计亏损约14.5亿元。

对于2021年出现的高额亏损,皇庭国际解释称:一是公司与中信信托有限责任公司等债权方公司的借款合同纠纷导致产生违约金费用7.58亿元,计入财务费用,同比增加

106.75%。二是受国家政策及经济形势影响,公司投资性房地产的公允价值变动导致本期净利润减少8.23亿元。

此外,公司存在涉及多起重大诉讼案件、36个银行账户被冻结及39.21亿元逾期未偿还债务等多项危机。对此,皇庭国际表示,涉及诉讼案件和账户资金冻结情况占比较小,并不影响公司业务的正常进行,公司股票不触及《股票上市规则》中不能筹集交易所需资金,可能影响本次交易及未来收购计划的顺利实施。

公开资料显示,意发功率主要从事功率半导体器件及智能功率控制器件的设计、制造及销售,拥有一条年产24万片6英寸晶圆的产线。公司战略发展规划是稳定现有白色家电类功率半导体产业,积极开拓光伏发电市场、充电桩控制芯片、电动车控制芯片等业务。

一边是业绩亏损、负债累累,一边则是“大跨界”收购半导体公司。在目前的业绩情况下,皇庭国际“自救”意图明显。

皇庭国际介绍,公司此次收购意发功率14.43%股权的资金来源为出售深圳融发投资有限公司(挂牌价56.20亿元)、重庆皇庭珠宝广场有限公司(挂牌价7.65亿元)及成都皇庭国际中心(市场价约8亿元)所得,不过相关事宜仍在有序推进中,如公司不能筹集交易所需资金,可能影响本次交易及未来收购计划的顺利实施。

“对于企业的跨界并购和投资,最重要的是看其所涉领域是否与自身业务有协同效应。事实上,商业租赁与半导体行业不属于同一产业链,几乎没有任何协同效应,从这个标准来衡量的话,上述并购应该是要被质疑的。”全球并购公会信用管理委员会专家安光勇向《证券日报》记者表示。

五星级酒店放下身段卖盒饭 餐饮旅游类上市公司“练摊”自救

■本报记者 何文英

两元一个的大肉包,出摊儿20分钟即售罄——这是电广传媒旗下圣爵菲斯大酒店创新五星级酒店包点品牌“包小菲”在近期首次练摊儿的成果。38元两荤一素的盒饭,一周七天菜式不重样,每天订单接连不断——这是通程控股旗下五星级酒店通程大酒店卖盒饭的最新战绩。放下身段接地气,已成为餐饮旅游类上市公司应对疫情的转型新思路。中国品牌研究院研究员朱丹蓬在接受《证券日报》记者采访时表示,“疫情背景下,高端餐饮放下身段提升服务水平,加强客户黏性将是未来发展的一个方向,这种模式的调整不失为一个很好的自救策略。”

亲民化服务受追捧

“通程大酒店是长沙首家五星

级大酒店,随着近年来高端酒店陆续进驻长沙,以及受到疫情反复的影响,我们及时调整思路,向服务专业化、亲民化转变。”通程控股董事长周兆达对《证券日报》记者表示,公司将酒店菜品根据营养师的搭配,推出了38元、48元的团餐菜单,受到了消费者的追捧。

在通程大酒店的团餐菜单上,38元套餐中有辣椒炒肉、农家一碗香等特色湘菜;48元套餐则对菜品进行了升级,并附赠酸奶。据了解,除团餐外,通程控股旗下酒店的中式包点、面包和寿司等也很受欢迎,外卖日均营收超过1万元,性价比获得很多消费者肯定。

电广传媒旗下圣爵菲斯大酒店推出的五星级肉包“包小菲”亦有着异曲同工之妙。电广传媒董秘谭北京对《证券日报》记者表示,“‘包小菲’上线第一天,两个小时就卖出了800个,很多没抢到的消费者都强烈要求多追加

一些。第二天我们直接在酒店附近出摊儿,20分钟就全部卖完了。”

此外,记者从华天酒店了解到,公司推出的惠民套餐受到了学生和年轻人的追捧。华天酒店董秘罗伟对《证券日报》记者表示,“公司在毕业季向学生推出了景区门票+酒店房+酒店餐的特惠组合。对于暑期和即将到来的婚宴旺季,娄底华天大酒店、永州华天大酒店等开展露天婚博会、婚宴、谢师聚餐等组合营销,重点突出线上营销,公司自营线上商城‘华天悦享商城’已于5月8日上线,后续公司旗下各酒店的婚宴、美食季等相关活动都会围绕线上线下持续跟进推出。”

疫情下的逆势出击

疫情背景下,这些五星级酒店的转型,为其所属公司的业绩提振

点燃了新的希望。

通程控股一季报显示,报告期内公司实现净利润4917万元,同比增长150.45%。周兆达表示,“公司二季度发展势头也比较乐观,按照当前公司的发展战略,只要没有大的不可控因素,全年业绩有望实现稳健增长。”

在新的经营思路下,华天酒店一季度净利润同比减亏近7000万元。据罗伟介绍,二季度,端午节假日期间公司旗下酒店推出的粽子礼盒销售十分火爆,加上随之而来的毕业季、结婚季,酒店旅游、餐饮服务景气度都有望进一步回升。

电广传媒的表现也可圈可点。一季报显示,报告期内公司实现净利润3053万元,同比增长61.35%。据了解,二季度以来,公司旗下圣爵菲斯大酒店包点品牌“包小菲”,线上线下每天售出1600多个。同时,酒店通过麻辣巴蜀美食节、5月18日

数据显示,意发功率2021年营业收入约1亿元,净利润约-1340万元;2022年一季度营业收入约3185万元,净利润约-336万元。对于此次收购,双方签订相关业绩承诺文件,意发功率承诺2022年至2024年,三年累计收入为5.7亿元,2023年及2024年毛利润总额达到8000万元。若意发功率未能完成以上业绩承诺,则皇庭基金有权要求转让方按照业绩未完成比例,退还最高不超过20%的转让款。

“皇庭国际所处的商业租赁赛道已不在红利期,主营业务增长乏力,公司‘大跨界’转型收购半导体公司充满未知。半导体和商业租赁是不同基因,商业逻辑、人才运营、治理结构完全不同,收购半导体公司,把业务扩展到半导体领域,前途恐怕没有想象的美好。”独立经济学家王赤坤对记者如是说。

“皇庭国际所处的商业租赁赛道已不在红利期,主营业务增长乏力,公司‘大跨界’转型收购半导体公司充满未知。半导体和商业租赁是不同基因,商业逻辑、人才运营、治理结构完全不同,收购半导体公司,把业务扩展到半导体领域,前途恐怕没有想象的美好。”独立经济学家王赤坤对记者如是说。

店庆日、“星级酒店+露营”等活动带动酒店其他收入,逐步恢复人气,酒店住房出租率由一季度的28%恢复到目前的60%以上。

一方面,餐饮旅游类上市公司积极展开自救,另一方面,湖南省政府也在加大对企业纾困解难的力度。6月13日,湖南省人社厅发布消息称,为帮助企业纾困解难,在全省餐饮、零售、旅游、民航、公路水路铁路运输行业企业实施阶段性缓缴基本养老、工伤、失业保险费的基础上,进一步扩大缓缴三项社保费实施范围。

湖南省地方金融监督管理局局长林德勇表示,湖南将积极落实国家扎实稳住经济一揽子政策措施的具体举措,做出更多为企业送政策、解难题、优服务的实际行动。全省金融系统将拿出更多务实举措,一如既往地地为湖南实体经济发展提供良好的金融服务,切实为支持经济发展贡献金融力量。

音频“国家队”云听平台入场 车载场景成 音频平台厮杀阵地

■本报记者 许洁

从读到听,近几年“耳朵经济”越发火热,由此也诞生了几家拥有庞大用户群体的在线音频平台。而在这些平台的崛起过程中,音频版权保护问题成为绕不开的话题。例如,天眼查APP显示,在美股上市的“音频第一股”荔枝的开庭案由中,41.31%是因为著作权权属、侵权纠纷。

近日,中央广播电视总台(以下简称“总台”)总经理室正式向央广传媒集团有限公司(以下简称“央广传媒集团”)颁发《媒体版权许可证明》,明确总台拥有、管理的电台频率及其所含总台享有著作权或获得相关授权的音频节目由央广传媒集团管理和运营的云听平台独家经营。

有业内人士认为,这意味着商业在线音频平台私自使用总台央广直播频率进行商业化运营的时代或将终结。那么,云听平台的出现,会对荔枝等在线音频平台产生怎样的影响?

不会形成颠覆性冲击

早在2021年底,云听就已获总台广播频率直播流在车联网系统独家经营权。近日获得总台的独家经营许可,意味着云听代表总台就电台频率与第三方开展落地收转合作,或者就许可内容以搭载或接入云听平台方式,与第三方开展其他形式的经营合作。

对此,易观分析文化消费行业高级分析师王媛媛对《证券日报》记者表示,“通过此次独家授权,一方面保护国家级广播节目不受第三方商业音频平台的侵权。另一方面,独家经营能够巩固云听的资源优势,实现以主流内容传递主流价值的目的。”

中商产业研究院发布的报告显示,从行业收入来看,中国在线音频市场的收入从2017年的25亿元增长至2021年的206亿元,复合年增长率为69%,预计2022年将达到316亿元。从用户数量来看,中国已是世界上最大的在线音频市场,预计2022年中国在线音频平均月活跃用户数将增加至29000万。

在此背景下,行业内先后诞生了喜马拉雅、荔枝、蜻蜓FM等知名在线音频平台。其中,荔枝已率先登陆美股,喜马拉雅则在赴港上市的道路狂奔。各平台为了在同质化竞争中脱颖而出,获得独家版权内容就显得尤为重要,但内容的获取是需要付出“真金白银”的,为了降低成本,侵权行为随之发生。记者翻阅招股书发现,一家头部在线音频平台因版权纠纷,平均每年赔偿金额高达千万元以上。有平台在未经授权的情况下,将总台的广播节目直播流接入自己的全生态平台,用来获取用户和流量。

“音频平台本身更像一个内容分发平台。除非是自己制作音频内容而不是去外部采购,否则较难降低版权方面的成本。”艾媒咨询CEO张毅对《证券日报》记者表示,从内容丰富度、权威性来看,云听是很有竞争力的平台,而第三方商业音频平台更多的是补充,比如在娱乐、社交等领域的拓展,“应该说两者之间在内容方向上还是有所区别的,所以云听对第三方平台不会形成颠覆性的冲击。”

荔枝相关人士对《证券日报》记者回复称:“目前,我们跟云听暂无合作。对于荔枝而言,因为平台内容主要来自用户原创,该模式避免了因大量购买版权而带来的成本。对于用户而言,UGC模式降低了音频创作门槛,增强了主播与听众、听众与听众之间的实时交流和互动,为休闲娱乐和社交提供了新的模式。”

车联网赛道成必争之地

如果说在内容和模式上,云听与各在线音频平台有所差异,但在使用场景上,各方还是交汇到了一起。

数据显示,截至2022年5月份,云听平台累计用户量已经突破1.4亿,云听车载端用户数超过4600万,成为车联网音频第一媒体。而在获得总台广播资源的独家版权后,云听或将进一步提高市场覆盖率。

车载场景也是喜马拉雅、荔枝等音频平台一直努力拓展的业务版图。

王媛媛对《证券日报》记者表示,“受传统电台收听习惯影响,驾驶是音频内容消费非常重要的场景,其实不仅仅是车联网,音频与物联网的结合也是各平台布局的重点。”

“车联网这个赛道确实是所有音频平台都要积极布局的赛道,未来车联网在整个视听享受方面会给用户带来更好的体验,这也是智能汽车发展非常重要的指标。所以在这个赛道上,相信没有一家平台愿意放弃。”张毅表示,“音频‘国家队’云听的高水准入场对整个音频行业来说是一件好事,一方面是管理问题,未来在政策支持、行业规范等方面发挥主心骨的作用。另一方面有利于发挥各自的长处,集中做好自己的专业和优势,为用户提供更好更专业的服务。”

王媛媛也表示,“国家队”平台和互联网移动音频电台的优势不一样,前者在主流内容资源、主持人、媒体资源、线下资源等方面更具优势,可以帮助传统电台加速数字化转型进程,为音频行业带来更多主流内容。