

耗9年,累计投入11.5亿元

大族激光赔本出售欧洲研发运营中心

本报记者 陈佳岚 广州报道

大族激光(002008.SZ)一纸出售资产公告,将此前备受质疑的欧洲研发中心项目再度拉回公众视野。大族激光近日的公告称,拟以交易对价为10.30亿元的价格将全资子公司大族传动出售给其大股东大族控股,而大族传动持有的主要资产为公司欧洲研发运营中心相关土地及

赔本的国际战略

项目不断增资在即将竣工时又将其售卖给大股东,这也意味着大族激光在欧洲通过兼并收购推进国际化的战略未达预期。

依据大族激光7月17日发布的公告评估,此次交易预计可实现投资收益约人民币140万元。而7月22日,大族激光回复深交所中小板称,欧洲研发运营中心累计投入资金折合人民币11.5亿元。与2020年5月31日该项目审定净资产10.29亿元相差1.21亿元,系该项目2011年至今累计形成的账面亏损。账面亏损主要因为项目公司历年行政管理开支,已反映在上市公司历年年度财务报表。

事实上,以累计投入11.5亿元的账面金额算,10.30亿元的交易对价是一项赔钱的买卖。这与7月17日的公告是有出入的。

大族激光表示,自欧洲研发运营中心2011年开始筹建以来,受到诸多因素影响,已过去九年时间。这九年来,世界激光行业格局发生了较大变化,以公司为代表的中国企业已成长为全球激光装备行业的中坚力量。公司在消费类电子激光加工技术、大功率激光加工等领域已达到全球领先水平,公司在欧洲通过兼并收购推进国际化的战略未达预期。与此同时,2020年初新型冠状病毒肺炎疫情暴发,宏观经济及产业链上下游均受到一定影响。目前来看,尽管国内疫情已逐渐平息,欧美疫情仍处于持续扩散的状态,严重影响到公

司欧洲研发运营中心的后续使用。

消息一便引来了深交所中小板的关注函,深交所要求大族激光对出售相关资产的累计实际投入金额、主要资产状况、市场价值等作出解释。大族激光欧洲研发中心在去年曾经被推上舆论的风口浪尖,如今该项目最终被自家控股股东收入囊中,又再度招来“转移资产”和“利益输送”的质疑。



大族激光拟以交易对价为10.30亿元的价格将欧洲研发运营中心相关资产售卖给其大股东。

本报资料室/图

司欧洲研发运营中心的后续使用。“综上,欧洲研发运营中心已无法达到原有的定位和规划用途。公司本次股权转让的目的在于剥离欧洲研发运营中心相关资产,进一步优化公司产业结构,提升资产运营效率,集中优势资源发展主营业务。交易获得资金将用于公司日常经营,能够有效增强公司市场竞争力,有助于公司经营质量的提升。”大族激光方面表示。

香颂资本执行董事沈萌告诉记者,建设研发中心重点在于土木工程的固定资产投资,并不是在研发,欧洲经济疲软、社会不稳定的同时人力成本不断上涨,导致研发中心项目无法按照预期完工,而竣工之后也难以在账面上

截至《中国经营报》记者发稿前,大族激光已于7月22日收盘后发布公告回复深交所中小板关注称,公司自2011年开始投入自建欧洲研发运营中心,至2020年5月31日通过全资子公司大族激光科技股份有限公司对欧洲研发运营中心累计投入资金约11.5亿元。与2020年5月31日审定净资产10.29亿元相差1.21亿元,系该项目2011年至今累计形成的账面亏

损,主要为项目公司历年行政管理开支,已反映在上市公司历年年度财务报表,对公司2020年及未来经营业绩不会造成影响。值得注意的是,该项目耗时9年,不断增资,最终在即将完工之际被出售,背后原因何在?一位资本人士向记者表示,“这个项目本身就不合理。复杂度究竟有多高?需要九年连续不断投入十几亿元?”

体现出房地产投资的收益,又没有实现所谓研发的目的,所以只能剥离给大股东。

在近两年大族激光业绩下滑、主业收缩的背景下,欧洲酒店在建工程却大幅增长。2011年,欧洲研发运营中心首次出现在大族激光的年报中,当时预算金额为5000万元,2012年,该项目增资到3000万美元,经过多次增资,2019年该项目总预算已经达到了12.03亿元,是最初的23倍。

不断增资该项目却迟迟无法完成,也无法转化为固定资产。2015年该项目进度完成80%,2016年增资到5.5亿元,进度回落到50%;2017年完成进度又到80%,结果2018年增资到10.5亿元,进度又

回落到64%;2019年继续增加预算到12.03亿元,进度达到87%。大族激光在年报中提到预计该项目2020年底完成竣工。

项目不断增资,在即将竣工时又将其售卖给大股东,这也意味着大族激光在欧洲通过兼并收购推进国际化的战略未达预期。除了欧洲运营中心,大族激光近年来并购及设立众多国外项目子公司,收益也不佳。根据2019年年报披露的主要境外资产情况,大族激光在中国香港、美国、德国、瑞士等地有17家公司。2019年末,17家境外公司总资产合计为68.26亿元,占该公司净资产比例为77.32%。但这17家公司2019年净亏损6445万元。

除了欧洲运营中心,大族激光近年来也有分拆子公司上市的资本动作。在国内上市公司分拆子公司上市热潮下,6月1日,大族激光也宣布,将授权公司经营层启动分拆子公司深圳市大族数控科技有限公司(以下简称“大族数控”)境内上市前期筹备工作。据悉,大族数控分拆上市事项尚处于前期筹划阶段。

大族数控2019年实现营收为13.24亿元,净利润为2.35亿元。沈萌认为,分拆科技子公司到科创板或创业板可以在投

主营业务疲软自救

今年上半年大族激光业绩稍有回暖迹象,但主要是“快速推出全系列口罩机产品”。随着新冠疫情的逐步得到控制,口罩市场的需求逐渐饱和,口罩机产品还能为大族激光带来多大的业绩贡献呢?

7月17日出售公告发布不久,深交所要求大族激光补充披露截至出售日其在该项目的累计实际投入金额;同时详细说明欧洲研发运营中心主要资产情况及市场价值,并结合大族欧洲及大族传动最近三年又一期经营业绩及净资产情况,说明大族传动100%股权作价是否公允;并且说明本次关联交易发生的原因及必要性,是否具有商业实质。结合控股股东财务状况说明其履约能力,以及本次交易是否有利于保障上市公司利益。

抛售不良资产本是好事,为何招来深交所关注?

“因为这类土木工程很容易藏有一些问题。”沈萌告诉记者,关注函关注的第一问题是这个工程项目中是否存在盗用或转移上市公司资金的问题,第二个问题是关注交易中是否存在利益输送。

除了抛售欧洲研发运营中心,大族激光近来也有分拆子公司上市的资本动作。

在国内上市公司分拆子公司上市热潮下,6月1日,大族激光也宣布,将授权公司经营层启动分拆子公司深圳市大族数控科技有限公司(以下简称“大族数控”)境内上市前期筹备工作。据悉,大族数控分拆上市事项尚处于前期筹划阶段。

大族数控2019年实现营收为13.24亿元,净利润为2.35亿元。沈萌认为,分拆科技子公司到科创板或创业板可以在投

资收益上获得最大回报,还有就是公司本身主营业务疲软,所以就折腾资本运作。

财报显示,2019年大族激光实现营收95.63亿元,同比下降13.30%,已连续2年下降;归属于上市公司股东的净利润为6.42亿元,同比下降62.63%。

对于业绩的大幅下滑,大族激光方面表示:“由于消费电子行业大客户设备需求周期性下滑及中美贸易摩擦引起的部分行业客户资本开支趋于谨慎的影响,公司订单较同期有所下降,部分客户订单存在延期交付,公司营业收入较上年度下降13.30%。”而5G通讯基础设施建设相关业务强势增长。

2020年大族激光披露半年报预告,预测上半年将实现归属于上市公司股东的净利润6.07亿元~6.45亿元。大族激光表示,得益于国内新冠疫情的有效控制,公司二季度行业快速复苏,各项生产基本恢复正常。PCB业务订单及发货均较上年同期有大幅增长,公司根据市场需求,快速推出全系列口罩机产品,对公司业绩产生积极影响。其预计公司2020年上半年度经营业绩较上年同期增长60%~70%。

由此看来,今年上半年大族激光业绩稍有回暖迹象,但在一定程度上是“快速推出全系列口罩机产品”。随着新冠疫情的逐步得到控制,口罩市场的需求逐渐饱和,口罩机产品还能为大族激光带来多大的业绩贡献呢?

巨头跑步进场 网络互助战事升级

本报记者 李昆昆 李正豪 北京报道

近年来,随着网络互助这一新型筹款模式逐渐被社会接受,轻松筹、水滴筹等平台也逐步将“筹款+互助+保险”的商业模式跑通,但这一模式引起诸多互联网巨头公司的关注,并加速进场收割。

根据国泰君安预测,到2020年,中国的相互保险市场规模将达到1600亿元。这个千亿级别的市场让各方眼红,因

低成本获取流量

近日,记者在朋友圈发现一个用户转发360大病筹的链接,点开发现是360旗下的筹款平台。记者了解到,360大病筹是360金融旗下的免费网络大病救助产品,用户所有筹款0服务费。实际上,2020年4月,360大病筹还收购了另一家大病救助平台“诺言筹”。

而就在不久之前,美团互助刚刚对外宣传其用户已突破3200万。此外,相互宝加入用户数已经超过1亿,成为互助界的第一巨头。

湖南大学风险管理及保险精算研究所所长张琳表示,从主要互联网互助平台这些年的数据来看,目前相互宝和水滴互助的注册用户市场占有率最大,用户占比超过60%,累计受助用户5.2万余人。其中相互宝互助了40200人,占比57.12%;水滴互助了11363人,占比16.14%。

谈及小米、360等巨头布局网络互助的原因,一位网络互助平台的内部人士告诉记者,“互助业务本身的商业模式并不是特别吸引人,因为平台的收入只来自于

此在轻松筹、水滴筹身后,夸克联盟、斑马社、17互助、同心互助、众托帮、360大病筹、美团互助等上百家网络互助平台陆续横空出世。

虽然目前各个互助平台都不约而同地对外宣布,短时间内并不准备通过互联网互助业务盈利,但《中国经营报》记者采访多位业内人士了解到,“网络互助+保险”的模式被打通以后,巨头布局网络互助可以先把流量圈过来,后续再开展保险业务获取收入。

管理费,这个业务本身不会赚太多钱,大公司也瞧不上,所以几年前只有一些创业公司在做网络互助。”

“但自从水滴筹、轻松筹把网络互助、筹款加商业健康险的模式跑通以后,这些大公司才发现,网络互助本身不赚钱,但是可以通过网络互助获取用户,对用户进行保险意识的激发,然后销售商业健康险来赚钱。”上述人士说。

艾媒咨询CEO张毅接受本报记者采访时表示,对于互联网巨头而言,通过提供网络互助这项服务,能够留住足够多的用户,后续可以提供更多的服务。另外,这项服务本身是利他人、利社会的事情,对于企业在资本市场的表现,以及增强企业声誉都有正向作用。

业界的共识是,进入存量竞争时代后,巨头都把网络互助模式当作低成本流量的入口,然后再通过给用户推荐相关的健康产品来变现。比如,水滴筹创始人沈鹏就曾经透露,当时每个用户的获客成本只有两块多钱。

巨头进场收割

张毅认为,互联网巨头在互助领域的布局,肯定会对原有的平台造成一定的冲击。“原有平台最大的问题是,公信力不够强,另外用户驻留也不够强,因为很多人都是为了某一个救助活动才使用这些平台,使用之后可能就会离开了,所以用户黏性问题是一个很大的麻烦。”

记者曾加入水滴互助平台,并通过其公号交费,虽然后续不常关注,但时常也会收到平台推送的续费消息。这便是业内所认为的互助平台的用户黏性低、续费难等问题。

一位业内人士表示,互助的续保率曾经一度低至10%左右,大量用户开始流失。在此背景之下,人人互助、蒲公英互助等小玩家逐渐退场了,而暂时不在乎收入的巨头开始入场收割已经被互助模式教育好的用户。

业内人士认为,巨头做互助顺理成章,原本有的业务场景增

专家呼吁监管

今年3月,沈鹏在告全体员工书中称,未来一段时间,资本市场会变得更冷,要么加速实现公司盈利,要么在充满不确定性的情况下艰难地融资,否则只有倒下。而时隔3个月后,沈鹏公开表示已实现单月盈利。

从当前来看,水滴公司“水滴筹+水滴互助+水滴保”的生态闭环构建比较成功,水滴筹流量红利的转换似乎较为顺利。此外,记者了解到,受疫情影响,水滴公司自今年3月起,高管普遍减薪20%,将资金着重用于保险商城的开发与运营。

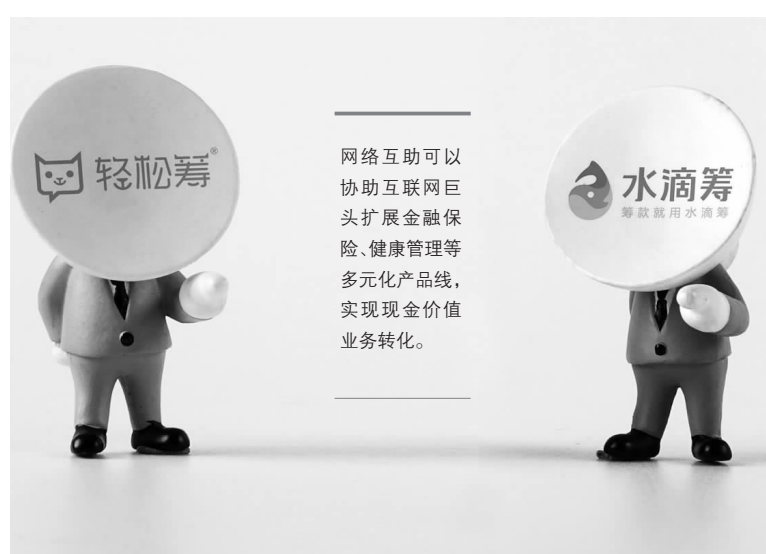
加了更多触达用户的机会。美团保险业务负责人曾卓就曾表示,美团有大量的场景,可以去唤醒用户,比如一个用户加入了互助,但依然有午夜订外卖的习惯,就可以做一些爱心提醒,唤起他的健康需求。

此外,与传统重疾类似的是,覆盖病种也正在成为互助计划的竞争发力点。

目前在头部网络互助平台中,相互宝保障范围为99种大病、恶性肿瘤以及特定罕见病;水滴互助涉及的保障大病项目超过了106项;覆盖种类最多的或为360互助,在重症之外还给予了轻症以及身故的保障;美团互助则是在周年庆之际,推出“不限病种”的互助保障,成功刷了一波存在感。

壁虎互助创始人李海博认为,网络互助可以协助互联网巨头扩展金融保险、健康管理等多元化产品线,实现现金价值业务转化。

“互助+保险”模式成为了很多



本报资料室/图

互联网平台开发保险业务的标配。而大众对健康保障的巨大需求,被看作是网络互助快速发展的原因。特别是在今年疫情的刺激下,大众购买保险的意愿更强烈,一些单价低的医疗险和意外险很受消费者青睐。

完善、改进、迭代。

此外,记者注意到,全国政协委员、社科院世界社保研究中心主任郑秉文也曾提交提案建议,网络互助目前还未有全国统一的监管标准,应尽快纳入监管,防范可能存在的行业风险。“例如金融风险。目前有部分互助平台依旧是先付费模式,存在资金池和潜在资金风险。另外,大部分网络互助平台的经营处于盈亏边缘,可能存在不可持续的经营风险。”

除此之外,郑秉文认为网络互助还存在信息透明度、不规范经

营、涉众的社会性风险现象。因此,他建议尽快将网络互助纳入银保监会的监管框架之内,并根据其独特性建立适配的创新监管方式。

记者发现,360金融集团则通过旗下子公司北京奇才天下科技有限公司全资收购了广东众康永道保险经纪有限公司,获得保险经纪牌照。

在业内人士看来,众筹、互助的场景搭建完成,拿下保险经纪牌照,获客、转化的雏形便基本成形,巨头们可以再启动保险销售业务,开始流量变现。