

雅达电子左手狂分红右手忙募资

2013年闯关创业板失败之后,广东雅达电子股份有限公司(以下简称“雅达电子”)又来冲击A股。上交所官网最新消息显示,雅达电子已进入问询状态。不过,此番谋求上市背后,雅达电子存在着左手大笔分红右手募资的情况,这一情况的合理性恐怕还需要公司解释说明。

招股书显示,雅达电子主要从事智能电力监控产品的研发、生产和销售以及电力监控系统集成服务,公司科创板IPO在今年6月29日获得受理,之后在7月23日进入已问询状态。

此次并非雅达电子首次冲击A股资本市场,早在2012年公司就曾申报创业板,

不过在2013年4月终止审查。

需要指出的是,报告期内,雅达电子均进行了现金分红,分红金额分别约为501261万元、1253.15万元、5639.18万元。经计算,近三年,雅达电子分红金额合计达1.19亿元。

财务数据显示,2018-2020年,雅达电子实现营业收入分别约为1.78亿元、2.37亿元、2.92亿元;对应实现归属净利润分别约为1914.41万元、4681.73万元、7043.83万元;对应实现扣非后归属净利润分别约为1505万元、3874.76万元、4634.76万元。

经计算,2018-2020年,雅达电子的分红数额分别占公司同期归属净利润的261.84%、26.77%、80.06%;占公司同期扣

非后归属净利润的比例分别为333.06%、32.34%、121.67%。另外,报告期内,雅达电子实现归属净利润合计约为1.36亿元,1.19亿元的分红额占公司当期净利之和的87.5%;公司实现扣非后归属净利润合计约为1亿元,1.19亿元的分红额已超公司当期扣非后归属净利润之和。

投融资专家许小恒在接受北京商报记者采访时表示,公司拿出大部分净利来进行分红的情况并不多见,这其中的原因、合理性恐将遭到监管层重点追问。针对相关问题,北京商报记者向雅达电子董秘办公室发去采访函,不过截至记者发稿,对方并未回复。

雅达电子的股权结构较为分散,截至招股说明书签署日,公司控股股东及实际控制人王煌英持有公司33.75%的股份,本次发行完成后,王煌英持有公司的股份比例将降至25.31%。若以33.75%的持股比例计算,1.19亿元的分红额,实控人王煌英分走0.4亿元。

大手笔分红的情况下,雅达电子拟上市募资2.7亿元,分别投向智能电力仪表建设项目、电力监控装置扩产项目、传感器扩产建设项目以及研发中心项目,募集资金投入金额分别约为1.06亿元、8134万元、5890万元、2411万元,上述募投项目的建设期均为两年。

不过,在募资之前,雅达电子大手笔分

红的合理性需要公司给出一个解释。

报告期各期末,雅达电子应收账款余额也较大,分别为8834.84万元、1.06亿元和1.25亿元,占当期营业收入的比例分别为49.76%、44.8%和42.8%。

独立经济学家王赤坤指出,对于应收账款余额较大的公司,应重点警惕,要观察是行业因素还是公司自身情况导致。如果公司主要客户的经营状况和资信状况发生不利变化,则会导致应收账款不能按期收回或无法收回而发生坏账,进而对公司的生产经营和业绩产生不利影响。”王赤坤如是说。

北京商报记者 马换换

定义品质人居新高度 香河富力新城解锁多样“生活”

1957年,著名地理学家戈特曼首先提出“城市群”概念。时至今日,都市圈及城市群概念日渐成熟,也被广泛应用于大都市规划的蓝图中。我国城市群虽发展起步较晚,但其发展速度却十分迅速。作为中国的首都,北京对人口和资源的强大虹吸效应,毫无疑问也成为城市群的核心,京津冀一体化于2014年诞生。

经济实力能够发挥出最大的辐射作用,受地理条件限制,北京的辐射方向开始向南、向东推进。当“行政副中心”变身“城市副中心”,通州在京津冀的协同发展中扮演着重要角色,毗邻通州的北三县也迎来新一轮的发展契机。

发挥城市群的协同效应,“香河成长”正当时。紧邻隔壁的邻居,在城市功能、交通配套、生态环境等层面形成一体化的联动发展,一座环首都卫星城,正在加速崛起。

《北京城市总体规划》中,把一副双港三县四区”地区称之为东部地区,是未来北

京优化首都功能和发展非首都功能的关键承载区。2020年3月17日,国家发改委发布《北京市通州区与河北省三河、大厂、香河三县市协同发展规划》(以下简称《发展规划》)。未来,该区域将立足服务京津冀协同发展大局,以北京城市副中心建设为统领,着力打造国际一流和谐宜居之都示范区、新型城镇化示范区、京津冀区域协同发展示范区。

《发展规划》中,进一步明确了“四统一”——统一规划、统一政策、统一标准、统一管控。

自纳入“四统一”规划后,香河实现了由一个小镇崛起为一座首都卫星城的跨越,曾经的“睡城”,也发生了翻天覆地的改变。

按照规划要求,香河组团重点发展健康养老、智慧物流、科技创新等功能。

随着京津冀一体化等环京国家战略的持续推进,北京新二环、京东智慧产业新城

三重利好香河,地处规划当中的北京、天津高新技术产业带,香河以机器人产业园和通航产业示范区为代表的智慧、科技产业迎来新的发展契机。

今年5月13日,在北京与河北廊坊北三县项目推介洽谈会上,两地现场签约39个项目,意向投资额约247亿元,这也是两地项目推介洽谈会举办的第三届。过去几年,两地已累计签约项目120余个,总投资额达800亿元,包括教育、医疗、养老、文化创意、科技创新、装备制造等多个领域。

环京区域,历来承接北京的外溢需求,也是众多“北漂”买房置业的第一站,除了低廉的价格,区域的成长性也得到了广泛认可。事实上,凭借产业优势,香河多年来与通州区互动共融,已然成为京津冀协同发展的典范。

区域协同发展,香河正在打造现代化产业集群;以产促城,以城兴产,产城融合”。直观来看,在迎接住房外溢需求的同时,

香河本地住房需求也得到了扩容。

选对一座城市,是对自己未来负责,而选对一栋房子,则是对自己生活负责。时代重塑生活格局,越来越多人对“品质人居”的追求,也是他们对美好生活的向往。

有“品质”的生活并不简单,这离不开品牌开发商所打造出的精品。目前在香河,富力新城造就的177万平方米核心生活区正在崛起。集居住、商业、娱乐、公共服务等功能于一体的大型城市综合体,产品涵盖独栋别墅、花园洋房、高层板楼、商业配套等。

从富力城到富力又一城,再到富力新城,九载全盛之境,富力载誉副中心。

每一个作品的迭代,都代表着富力对品质人居的独到追求。富力新城保持原味自然景观设计,亲水社区,绿化率高达42%。绿色生态走廊——池河自西向东贯穿,国际领先设计与水质进化,蜿蜒回环,景色秀美的水系脉络和植物群落融入整个社

区,为富力新城注入新鲜,更融入休闲娱乐康体功能,静谧之美,自然天成。

极具鲜明性价比的价格体系,更多元丰沛的现代活力生活,73-134㎡二至四居华宅,掌控人居潮流,细酌每户家庭所需,兼顾功能性与舒适性;105-300㎡全业态现铺,将城市配套移居社区,营造醇美生活氛围。

配套方面,大城小厨、新城超市、新意咖啡等多种商业配套已全面运营。北部新城首个3000㎡大型综合类超市“首森生鲜”已开业,满足业主一切生活所需;紧邻首都医科大学附属北京潞河医院香河医康院区已正式动工,将为业主提供更大的医疗康养保障;810快线连接国贸商圈,无缝接轨城市繁华,提速北京生活。

一个城市崛起的背后,是每一个参与者的共同努力。富力集团秉承“紧贴城市脉搏,构筑美好生活”发展战略,香河富力新城继续续写奋斗的故事,成为富力集团品质人居的又一标杆精品。

对话云知声CEO黄伟:和自己竞争 修炼内功是根本

“健康”比IPO更重要

自2012年成立以来,云知声持续深耕人工智能语音领域。如今的云知声,已是一家以智能语音处理技术为核心竞争力的人工智能企业,主要提供智能语音交互产品、智慧物联解决方案、人工智能技术服务三类产品和服务。

而一向在市场上颇为低调的云知声,因此前要在科创板IPO,一度被市场认为有望成为AI语音第一股,不过云知声后来主动撤单。背后有何深意?黄伟称:“其实只是为了拥有更好的状态去迎接资本市场,我们自己主动做了一个节奏上的调整”。

黄伟对北京商报记者表示,对IPO对公司来说是重要的事情,但并不是评判公司成功与否的唯一标准。黄伟具体谈到,过去几年的资本泡沫,确实对AI行业有一定的误导或者伤害。无论是IPO也好,还是IPO以后也好,最终投资人希望看到的是一个成功的、健康的、可持续发展的企业。在他看来,企业健康发展本身比IPO更加重要。

除了云知声以外,在人工智能技术迭代加快、行业竞争加剧的背景下,AI企业出现竞速IPO的现象。业内人士认为,这既是公司主动谋求竞争优势的体现,也是公司需要资本支持“烧钱式”研发的被动选择。

黄伟直言,AI行业的企业烧钱也好,亏钱也好,是行业走向成功之前的必经阶段。黄伟重申:“对于云知声来说,我们更看重的是企业如何健康、长期地发展”。

虽然IPO融资计划暂缓,不过并未阻挡云知声融资的脚步。今年6月云知声正式开启D轮融资,且已完成D1轮近1亿美元的交割,由挚信资本领投,启明创投、磐谷创投机构跟投。

在黄伟看来,融资意味着能拿到外部的资源,能够为企业发展带来一定的时间



不少AI企业相继竞速IPO之际,云知声意外放慢了自己的脚步。近日,云知声CEO黄伟在接受北京商报记者专访时表示,“IPO对公司来说是重要的事情,但并不是评判公司成功与否的唯一标准”。对于云知声,黄伟表示用“健康”的公司来形容。谈及过去九年的创业历程,黄伟认为,是一场自己和自己的竞争。

窗口。但让黄伟感到庆幸的是,云知声做得比较成功或者相对比较好的一点,在于始终没有把一级市场融资作为唯一的资源获得渠道。

“我们希望能够用一种更高效的公司内部的组织架构以及更高效的能力交互方式来获得。这之后,如何从市场上拿到订单、拿到收入,才是企业真正要创造的价值”,黄伟如是说。

物联网与医疗双轮驱动

谈及创业九年的心路历程,黄伟感慨到,其实创业九年,不长也不短。对于一个比较“健康”的公司而言,当然希望活得越

长越好。云知声之所以能够发展九年,也说明过去几年是有能力坚持下来的。

人工智能赛道的竞争愈发激烈,从过去几年的经历来看,云知声确实经受了市场的考验。

黄伟认为,对于一个创业公司而言,始终要有走到行业前面的意识。如果让行业、投资人告诉你做什么的话,你一定会是个失败者。

纵观云知声的发展历程,做了不少超前的决定。算法方面,云知声于2012年率先将深度神经网络(DNN)应用于商业语音识别系统,并在后续的人工智能浪潮中持续进行前沿算法的商业实践。数据方面,云知声于2012年9月率先推出免费的语音

云平台,允许各类应用开发者免费在线实时调用公司基础智能语音服务。截至2020年6月30日,云知声语音云平台累计服务开发者超过26000位,服务用户超过2亿人次,使用者覆盖全国34个省级行政区的700个城市相关人群。

2014年,云知声又提出“云-端-芯”的技术架构,依托“云-端-芯”产品平台,形成了三大系列、数十个产品类型的产品矩阵,其中物联网和医疗成为云知声商业版图中两个重要的场景。

黄伟具体谈到:所谓云是指要具备我们自身的计算智能、感知智能和认知智能,同时各类设备都需要具备终端对话的能

力。我们做芯片的目的,不是说为了卖芯片,而是能够通过芯片赋能更多的硬件设备,它更类似于一个硬件的SDK”。

为了在满足客户需求的同时尽可能实现产品的标准化,云知声还成立了创新事业部:“这个事业部可以理解成基于‘云’的生,我们无论是在软件层面、硬件层面还是新的层面,已有的能力开发出更多丰富的产品然后交给客户,这也是我们成立事业部的初衷”,黄伟指出。

场景的商业化实践上,云知声也小有成就。据介绍,在家电领域,云知声智能语音交互方案已被格力等家电龙头采用;在酒店、商业地产和住宅领域,世茂集团与云知声成立合资公司,落地整屋和全场景的智能化;在医疗领域,公司相关产品得到北京协和医院等近百家三甲医院的高度认可。

不过,业内人士仍认为,AI公司的商业化落地,依旧存在不小的挑战。而在黄伟看来:“并没有觉得这个行业商业化难或者不难。从云知声的角度来看,具备能力+选择+专注的竞争优势,路就会越走越宽”。

不可否认的是,云知声作为国内为数不多拥有全链条语音交互技术的人工智能企业,在技术且在商业化道路方面,呈现领跑趋势,自然也必不可少地要被拿来进行比较。

谈市场竞争,黄伟告诉北京商报记者,“我觉得过去九年,云知声更多的是自己和自己在做竞争,就是如何从一个技术团队转变成‘技术+产品’的团队,再逐步变成一个‘技术+产品+商业’的团队,当然战略以及对未来的规划的选择很重要。这个过程中,很重要一点就是修炼内功”。

“云知声是一个比较务实的团队,我们希望能够把远大的目标和当下的现实更好地结合在一起,能让每个季度、每一年都能有小的进步。既一方面有回报,同时也能让我们整个团队在不断的积小胜为大胜的过程中收获信心”,黄伟如是表示。