

# 中国普天并入中国电科 通信巨无霸诞生

● 央企重组再下一城。6月24日,据国资委网站发布的消息,中国普天信息产业集团有限公司(以下简称“中国普天”)整体并入中国电子科技集团有限公司(以下简称“中国电科”)。这两家公司旗下共有15家上市公司,合并后,中国电科将变成通信行业的“巨无霸”。今年以来,央企战略重组和专业整合稳步推进,专家指出,中国普天和电科的合并,将更好地实现资源合力,有利于两家公司的进一步发展。

## 整体并入

国资委网站发布的消息显示,经报国务院批准,中国普天并入中国电科后,将成为其全资子公司,中国普天不再作为国资委直接监管企业。

4个月前,中国普天旗下上市公司东方通信、东信和平、成都普天电缆股份联袂公告,称收到公司实际控制人中国普天信息产业集团有限公司通知,公司实际控制人中国普天正在与中国电子科技集团有限公司筹划重组事项。

据官网介绍,中国电科是中央直接管理的国有重要骨干企业,是我国军工电子主力军、网信事业国家队、国家战略科技力量。中国电科拥有电子信息领域相对完备的科技创新体系,在军工电子和网信领域占据技术主导地位。

目前,中国电科拥有包括47家国家级科研院所、11家上市公司在内的500余家企事业单位;拥有员工20余万名,其中科研人员11万名;拥有35个国家级重点实验室、研究中心和创新中心。持续多年入选《财富》世界500强,2020年位列第381位。

而中国普天是中国电子科技集团有限公司的全资子公司,其前身源于国家邮电部工业局和中国邮电工业总公司,1999年9月更名为中国普天信息产业集团公司,2017年12月更名为中国普天信息产业集团有限公司。

作为国家创新型高新技术骨干企业,中国普天拥有员工约2万人,集团在京津冀经济圈、长江三角洲、珠江三角洲、中西部地区和国外均建立了研发和产业基地,产品和服务遍及全球100多个国家和地区。

中国普天逐步建立了新中国完整的邮电通信工业制造体系,从传统通信设备制造商向智慧化整体解决方案提供商转型,业务覆盖信息通信与网络安全、智能装备与终端、智慧应用、创新创业园区服务、新能源汽车充电服务等领域。

## 资源合力

两家公司合并后,旗下将拥有15家上市公司,目前,中国电科旗下共有11家上市公司,包括国睿科技、海康威视、四创电子、凤凰光学、杰赛科技、华东电脑、卫士通、天奥电子、太极股份、中瓷电子、ST电能。Wind数据



显示,截至6月24日,这些上市公司最新市值合计达6988.26亿元,其中,海康威视市值高达5924亿元。

中国普天拥有上市公司4家,分别是东方通信、南京普天、成都普天电缆和东信和平。

Wind数据显示,截至6月24日,4家上市公司最新市值分别为164.3亿元、6.9亿元、4.28亿港元和53.22亿元。

在当前的大环境下,央企国企混改是趋势。今年2月23日,在国新办举行的国企改革

改革情况新闻发布会上,国资委秘书长、新闻发言人彭华岗曾“剧透”了混改四大具体路径:一是推动国有资本向关系国家安全和国民经济命脉的重要行业领域集中,加大对国防军工、能源资源粮食供应、骨干网络、新型基础设施等领域的投入;二是补齐产业链供应链短板,提升供应链保障能力和产业体系抗冲击能力;三是推动创新资源的整合协同,加快突破一批行业共性技术和核心技术;四是切实解决部分央企之间的产品相似、资源分散、重复建设等问题,形成资源合力。

目前,中国中化与中国化工、中国普天与中国电科重组已落地,中国宝武和太钢集团、鞍钢和本钢的重组也正加速推进。

通信专家刘启斌指出,中国普天并入中国电科主要是竞争实力不足,对于中国普天来讲,未来可以借助中国电科的力量更好地发展。“国企做大做强,合并重组有助于提升电子科技集团实力,解决相关企业发展中的问题。”电信分析师马继华说。

中航证券发布的研报认为,中国普天、中国电科均为国内大型央企,其业务范围均覆盖通信产业等相关领域,中国电科更被认为是网信事业“国家队”,在国内军工电子和网信领域占据技术主导地位。此次重组后,将进一步加强中国电科的规模优势、创新优势和市场优势,其战略地位更加突出。

关于中国普天并入公司后的发展方向,北京商报记者试图采访中国电科方面,但截至发稿,公司电话无人接听,邮件采访未予回复。

北京商报记者 石飞月

## 业绩增长乏力 农科巨头先正达科创板筹钱



五年上市之约将至,整合后的先正达集团将上市目的地选在了科创板。6月24日,北京商报记者从中国证监会官网获悉,全球农业科技巨头先正达集团拟于科创板IPO。值得一提的是,先正达集团此次IPO距2017年并购之时的“五年内上市”承诺仅剩不到半年时间,但在业绩增速上,先正达集团与科创板上市公司仍有较大差距,且负债金额也呈扩大态势。在业内人士看来,通过登陆资本市场或可暂时解决负债问题,但先正达集团所处农药、化肥、种子行业属于投资大、收益慢的赛道,想要快速提升业绩并非易事。

### 拟于科创板IPO

辅导文件显示,中金公司、中银证券和中信证券已分别于今年5月与先正达集团签署辅导协议。据此前预计,若上市成功,先正达集团市值或达600亿美元。

从股权结构来看,先正达集团隶属于中国中化控股有限责任公司(以下简称“中国中化”),由中国中化全资子公司中国化工农化有限公司持股99.1%,麦道农化有限公司持股0.9%,最终实际控制人为国务院国资委。

先正达集团此次冲刺IPO还要从四年前的一起并购案说起。时间追溯到2017年,中国化工集团(现为中化全资子公司)斥资430亿美元(折合人民币约3000亿元)完成对瑞士先正达的收购,加上提前偿还的先正达部分债务,中国化工集团实际花费490亿美元。彼时,中国化工集团承诺,瑞士先正达从瑞交所、纽交所退市后,五年内(2022年之前)会再次上市。

值得一提的是,较之收购前的瑞士先正达,此时冲刺科创板的先正达集团体量更为庞大。2020年,中国化工集团和中化集团同时宣布将旗下的农业板块资产全部划转至平台公司中化农科,整合后更名为先正达集团。目前先正达集团旗下拥有四个业务单元:总部位于瑞士巴塞尔的先正

达植保、总部位于美国芝加哥的先正达种子、总部位于以色列的安道麦和先正达集团中国。

资料显示,先正达集团主营业务涵盖植物保护、种子、作物营养产品的研发、生产与销售以及现代农业服务,其产品组合包括植保(杀菌剂、杀虫剂、除草剂、种衣剂等)、种子(大田农作物和蔬菜种子)及作物解决方案(水稻、玉米、小麦、马铃薯等)。

### 业绩新增是难题

值得一提的是,先正达集团所选的科创板其上市公司业绩普遍呈高速增长态势,而目前先正达集团债台高筑、增长乏力,上市后如何获得业绩增长点将是其不得不面对的一大挑战。

数据显示,2020年,先正达集团销售额为231亿美元(折合人民币1511亿元),同比增长5%。全年的利息折旧及摊销前利润(EBITDA)为40亿美元(折合人民币261亿元),同比增长3%。而同期,科创板上市公司营业收入和归母净利润分别实现了15.51%、59.13%的增长。

除了业绩增长较为迟缓,先正达集团的核心资产瑞士先正达债务在被收购不到两年之内极速扩大。相关数据显示,2019年上半年,瑞士先正达的净负债高达90亿美元,而在2017年末中国化工敲定收购时,这

一数字仅为16亿美元。

在香颂资本董事沈萌看来,上市只能解决降低负债率的问题,至于先正达集团经营方面的困难,并不是上市能解决的。以目前先正达集团的业务线来看,种子业务或是未来的增长空间所在。

公开资料显示,2019年先正达集团全球植保行业排名第一、种子行业排名第三,在中国,植保行业排名第一、种子行业排名第二。但在全球市场其种子体量较位列前两名拜耳作物科学、科迪华仍有较大差距,市场占有率约较前两者低10%。

不过,也有业内人士表示,种子行业研发不仅耗时耗资,而且极具风险。“种子行业中平均每个新种研发需要8-10年时间,耗资达上亿美元,此外种子行业还面临生产经营断裂、收购销售集中、新品开发滞后、同质化经营等风险。因此,没有巨额投入研发是很难见效的,这或是先正达集团回归资本市场的根本原因。”艾格农业分析师马文峰分析。

事实上,在研发方面,各大农化巨头都在博弈。相关数据显示,拜耳作物科学2020年度的研发投入高达20亿欧元,先正达+安道麦的研发投入为12亿欧元,科迪华和巴斯夫分别为10亿欧元和8亿欧元。

关于先正达集团未来如何提速业绩增长,北京商报记者致电采访先正达集团,但截至发稿并未收到回复。

北京商报记者 郭秀娟 王晓

## 大品牌代理权流失不断 美妆电商悠可集团赴港IPO

北京商报讯(记者 郭秀娟 张君花)继若羽臣、丽人丽妆等美妆代运营商上市后,又一美妆代运营商敲开资本市场大门。6月23日,悠可集团通过港交所主板上市聆讯。根据港交所官网披露,悠可集团已通过聆讯并更新招股说明书,中信证券及瑞信为联席保荐人。悠可集团为一家美妆品牌电商服务商,成立于2010年,服务内容涵盖旗舰店及官网建设、整合营销、店铺运营、客户服务等。主营业务主要来自线上品牌代运营及线上分销业务。根据艾瑞咨询报告,按促成或产生的GMV计,悠可集团是中国最大的美妆品牌电商服务商。

从悠可集团此前披露的招股书来看,对大客户依赖度较高成为其面临的风险之一。数据显示,2018-2020年,悠可集团的前五大客户收益约占总收益的60.6%、66.9%及47.5%。其中单个最大客户收益占比一度高达31.7%。

对于主品牌依赖度较高也意味着失去一个或多个大品牌合作伙伴,可能对悠可集团财务状况和经营业绩造成重大不利影响。对主要品牌商的依赖度大,一直以来都是美妆代运营商不可避免的行业风险。尤其是近两年随着电商线上模式的不断发展,很多大品牌选择成立自己的电商运营平台,使得一些代运营商不可避免地失去一些品牌的运营权限。”业内人士分析称。

据不完全统计,2019-2020年,悠可集团先后失去了雅诗兰黛、高丝、欧莱雅、LG集团等一线品牌的电商代运营权限。此外,招股书数据显示,悠可集团2018-2020年新签约品牌数量分别为7、20、7;终止合作品牌数量分别为7、9、10,品牌流动性较强。

悠可集团或许也意识到这一问题,为缓解品牌流失带来的影响,2019年3月,悠可集团推出品牌孵化模式。2019年和2020年,悠可集团孵化品牌合作数量分别为7家和11家,两年营收由0.33亿元增长到3.16亿元。

深圳市思其晟公司CEO伍岱麒分析称,悠可集团主要以品牌运营为主,业务单一,或由于自身运营能力不足以及品牌方变故等多种因素被动承受品牌流失的风险。基于此,在提高自身运营能力及影响力的同时还需孵化

自己的品牌才能脱困。

就依赖主要客户、大牌流失及未来发展规划等问题,北京商报记者对悠可集团进行采访,但截至发稿并未收到回复。

不过,从悠可集团募资用途来看,加大营销投入以及搭建品牌孵化平台成为其未来发展重点。根据悠可集团计划,此次上市计划集资4亿-6亿美元,主要用于扩大品牌合作伙伴营销活动,加强品牌合作及发展品牌孵化平台等项目的建设。

对于即将登陆港股的悠可集团而言,不少已经成功上市的美妆代运营商将成为其业务布局的竞争对手。譬如若羽臣、丽人丽妆、宝尊电商、壹网壹创等。

从营收层面来看,悠可集团营收规模远不及竞争对手。数据显示,2020年宝尊电商的营收为88.52亿元,丽人丽妆的营收为46亿元,而悠可集团的营收仅为16.6亿元。

从合作品牌数量来看,悠可集团略显单薄。数据显示,截至2020年12月31日,悠可集团品牌合作伙伴组合数量为44个。而若羽臣同期合作品牌数量为98个;丽人丽妆合作品牌数量超过60个。

在自有品牌孵化方面,悠可集团也难以与丽人丽妆等竞争对手匹敌。据了解,丽人丽妆已推出自有品牌并着重发力自有品牌的孵化。2014年,丽人丽妆推出主打美妆工具的自有品牌momoup。与此同时,丽人丽妆在2020年财报中透露称,2021年将在自身美妆品牌上进行孵化。目前,丽人丽妆的自营品牌“美壹堂”已经在天猫开设门店,产品包括卸妆产品、面膜、眼膜等。反观悠可集团,目前并没有孵化出自己的美妆品牌。

在业务多元化方面,宝尊电商目前已从单一的美妆代运营商转为综合型代运营商,代运营品牌范围包括美妆、数码、服装等。丽人丽妆目前除了美妆产品外,已经涉及到母婴产品以及生活护理产品。而悠可集团目前运营业务较为单一,仅涉及美妆业务。

“没有自有品牌加持,仅靠美妆领域代运营支撑的悠可集团,在面对综合型代运营商的冲击时,或难以取得更好的成绩。”业内人士表示。