

深耕打印耗材全产业链 鼎龙股份业务向C端延伸

证券时报记者 曾灿

如果重大资产重组三个标的公司顺利并入上市公司体系内,鼎龙股份(600054)将在通用(兼容)耗材领域具备全产业链核心优势,成为国内硒鼓规模最大的企业。

近日,鼎龙股份董事长朱双全在接受证券时报·莲花财经(ID:lianhuacaijing)记者采访时表示,鼎龙股份本次实施的并购是公司全产业链掌控力的强化,同时也是公司在集成电路芯片及材料领域的产业外延。公司还将通过“互联网+中心工厂+窗口店”的商业模式,深入拓展数字图文快印产业。

鼎龙股份是中国打印复印耗材行业第一家上市公司,自2010年2月登陆创业板以来,该公司先后控股了龙翔化工、珠海名图、科力莱,参股世纪开元,完成了全国范围内的打印快印耗材全产业链纵向布局。公司本次将收购旗捷科技100%股权、超俊科技100%股权和佛来斯通100%股权。

公司开展的本次收购,是在全球耗材产业向中国集中、产业链整合速度加快的趋势下进行的。”朱双全表示,上述并购将极大提升公司在耗材领域的产业地位和竞争力,优化改善公司业务组合和盈利能力;鼎龙也将借此成为全球通用耗材领域唯一具备产业链核心优势的企业,产品覆盖彩粉、芯片、显影辊、硒鼓等产业链各环节,为公司下一步对整个行业的进一步整合奠定基础。

记者注意到,鼎龙股份2015年实现净利润约1.59亿元,若本次拟收购公司的业绩承诺顺利实现,上述3家公司在2016-2018年期间,将累计为鼎龙股份贡献净利润9000万元、1.18亿元和1.39亿元;从业绩指标来看,相当于3年再造了一个鼎龙。

在鼎龙股份的本次收购目标中,芯片设计企业旗捷科技最受关注,此前有投资者还在互动平台问及旗捷科技芯片价格的情况。记者了解到,集成电路芯片设计将成为鼎龙股份未来重点拓展的业务领域之一。

据朱双全介绍,旗捷科技是全球领先的通用耗材芯片设计企业,拥有优秀的产业链配套供应服务能力和快速的新产品研发能力,该公司目前研发人员比例超过60%,已获得50多项专利。2014-2015年,该公司累计芯片销售量已达到1.1亿片,增长迅速。

本次并购完成后,鼎龙股份还将以旗捷科技为平台,利用多种手段吸纳其他具备竞争优势的芯片设计资源,通过资本方式对具备关键能力的上游环节加强合作,并逐步向集成电路设计的其他应用领域拓展,开发信息安全芯片和智能物联网芯片等相关应用。此外,在鼎龙股份此次重大资产重组中,还将有2亿元配套募集资金用于“集成电路芯片及材料研发中心项目”。

鼎龙股份此前产品基本上对B端销售,不直接面向终端消费者。证券时报·莲花财经记者了解到,公司后期将通过世纪开元加快布局云快印O2O业务,为C端客户开拓包括影像制作类个性化定制服务在内的更多云快印业务,并力争在3年左右达到鼎龙的现有销售收入。

据介绍,世纪开元采用“互联网+中心工厂+窗口店”模式,以PC端、移动端为接单入口;世纪开元的所有客户均线上获取,统一汇聚到开元云平台,再分配给中心工厂进行生产、制作和派送。据朱双全介绍,世纪开元目前已成为国内线上最大、成长最快的个人影像服务商,在主要电商平台实现了全覆盖,其中淘宝、天猫、京东的销售量居行业第一。2015年,该公司销售额达到1.2亿元,实现净利润约1000万元。

朱双全表示,下一阶段,鼎龙股份将加大与世纪开元的合作力度,加快软硬件平台业务的拓展,加快中心工厂的布局,分布建设线下影像窗口店,同时与目前流行的图像、照片类软件商实现共享、合作,并将探索进入影像类云存储领域。

南天信息 募资12亿加码主业

证券时报记者 岳薇

南天信息(000948)今日发布非公开发行股票预案,公司拟以16.30元/股的价格,向工投产业基金及南天成长1号定向资产管理计划发行股份不超过7361.96万股,募集资金总额不超过12亿元。公司此次拟投入5.8亿元用于面向中小银行的软件研发及服务体系建设项目,另外投入6.2亿元用于智慧城市解决方案及应用软件开发项目。

预案显示,工投产业基金拟出资10亿元认购6134.97万股;南天成长1号计划以不超过2亿元认购不超过1226.99万股。其中,工投产业基金系由南天信息直接控股股东之控股股东工投集团及其下属全资子公司云南惠众股权投资基金管理有限公司共同发起设立。而南天成长1号的认购对象为公司2016年度第一期员工持股计划,共有15名董监高人员参与,拟合计出资不超过2902.82万元,对应178万股,占持股计划总规模14.51%;其他员工641人,拟出资合计不超过1.71亿元,对应1048.91万股,占持股计划总规模85.49%。

从单品到“圈子” 智能家电离风口有多远？

证券时报记者 童璐

在刚刚落幕的中国家电及消费电子博览会(AWE)上,除了试用各家电企业的最前沿的家电新品外,你还能飙风炫酷的5D赛车,接过机器人递来的冰淇淋,戴上VR眼镜感受虚拟世界……这是家电企业的年度秀场,也是窥窥家电行业的最好时机。

证券时报·莲花财经(ID:lianhuacaijing)记者在AWE展会现场看到,囊括青岛海尔、美的集团、格力电器、惠而浦在内的A股家电上市公司悉数携带重磅新品亮相AWE,家电智能化由单品走向“圈子”的趋势也越发明显。家电和3C电子设备跨界融合,裹挟着人工智能、家居互联、虚拟现实等新概念,也让传统的家电板块更性感。

而华为、京东等企业乘势向家电产业链渗透,也成了2016AWE的亮点。巨头的切入与企业的联合,边界的消弭和智能生态圈的初成,业内火热追捧而市场稍显暗淡的智能家居,能否让略显疲态的家电业再上风口?

家电巨头跑马生态圈

就在AlphaGo和李世石“人机大战”的时候,家电巨头们正准备将智能化引入日常生活。在美的和海尔的发布会上,双方不约而同地强调了“互联互通”这四个字,并强调平台和生态圈的作用。

正拟将GE家电业务收入囊中进一步全球化的青岛海尔,在AWE上派出了拥有“智慧生活大脑”的Ubot智能机器人坐镇展台;这些具有自我学习和行为识别的机器人,可以充当起家电智能管家、老人陪护、生活助手等多种角色。而萌萌的粉色少女系Hello Kitty洗衣机以及星球大战R2-D2移动冰箱等——这些也是海尔自身向互联网工厂转型,由传统的大规模制造颠覆成为规模定制,满足用户个性化需求的成果。

青岛海尔董事长梁海山在AWE上表示,海尔把传统的家电变成“网器”,目前洗护、水、空气、安全、美食、健康、娱乐七大智慧生态圈已初步落地。借助海尔U+开放的接口协议,不仅可以让任何品类的家电、不同的服务接入到系统中,并且在系统中实现互联互通。而通过最新升级的优家APP为主要的开放入口,用户可以获得家电生产、配送、安装的全流程可视化体验。他称,海尔正向“智慧生活整体解决方案的平台型企业”转型。

就在梁海山发布U+2.0战略的同一天,美的集团首席技术官胡自强也在AWE上强调了“M-smart”生态计划。美的围绕“健康、空气、水”打造智慧家居三大系统,美的与各方之间将建立起合作关系,与家电制造、车联、物流、医疗、电商、人工智能等建立合作关系,共同打造智慧生活运营服务平台,并致力于成为“智慧生活的运营商”。

美的转型的底气在于其足够多的终端用户,这也意味着更多的产品触点和更多的可能性。根据美的数据,平均每个中国家庭拥有2.5台美的产品。2016年,预计美的智能单品出货量将达到3000万。”胡自强称。

跑马圈地的巨头中还包括创维和TCL等。近些年来,这两大彩电企业也逐步向洗护等白电领域进军,打造全品类产品亦是为智慧家庭转型埋下伏笔。创维以电视大屏为核心来开发智慧家庭,还在本次AWE上展出了可通过“创维智慧家庭智能物联”控制系统来远程操控的空调、洗衣机、冰箱产品等。

外来的连接者

环顾AWE,苏泊尔提出了“云烹饪”,格兰仕提出了“G+智慧家居”,老板电器也与小米联手发布了智能厨电产品。至于博世西门子、LG等外资品牌,都有自身的智能家电解决方案。

从今年AWE看,近几年来家电企业不仅仅仅提供智能单品,由单品转而搭建智能家电“生态圈”,从



2016年中国家电及消费电子博览会(AWE)现场

童璐/供图

设计、制造、使用、售后服务等产品全生命周期提供个性化服务。智能家庭的入口,已经囊括了冰箱厨电、电视屏幕,甚至服务型机器人。

但接下来的问题是,如果购买了多个品牌的智能家电产品,是否可以享受畅行无阻的智能生活?答案暂时还是否定的。更何况从整个智能家居的集成性来看,不止家电,家居照明、安防设备等,都是搭建智能家居生态圈的重要部分。

有鉴于此,近年来苹果、谷歌、微软及BAT等科技、互联网巨头也都推出了智能家居平台战略,意图在行业尚未崛起时抢占行业先发优势,不同阵营的企业,都为未来的智能家居行业布局从而加快业务变革的步伐。

不同的平台,意味着不同的接入标准。在AWE现场上,有发言者直指:智能家居的系统标准都是混乱的,系统都是不兼容的。”据了解,在原信息产业部的支持下曾经制定和发布了e家佳和闪联两个推荐性标准,分别由海尔和联想主导,目前仍没有智能家居领域的强制性标准。

在此环境之下,充当智能家电的粘合剂也是个不错的商机。除了京东、华为等巨头,还有智城云、点触智能等中小企业发力家电智能圈,为家电企业提供解决物联网云接入以及人际交互等解决方案。

记者看到,京东在本次展馆上大力推荐了其推出的可操控不同智能硬件设备的“京东微联”APP,通过手机就能够了解家中所有智能产品的工作状态并实现自由操控,以解决了以往不同品牌和不同种类的智能家电设备之间不能互联互通互控的难题。

强调“这次以人,而不是以狼的身份”进入家电市场的华为令人瞩目。今年的AWE上,华为首次出现在了展览会场,从华为终端首席战略官邵洋在现场的表述看,他此行的目的在于寻求和各大垂直行业厂商的广泛合作——通过与垂直行业厂商共享HiLink连接协议、LiteOS物联网操作系统和芯片,打造未来智能家居生态的链接和控制中心。邵洋如是称。

起飞三大痛点

作为AWE的主办方,中国家电协会理事长姜凤表示,从这次展会上大家可以看到展出的智能家居和智能家电发展速度是非常快的。她认为,如何适应互联网+的挑战,对于家电企业来说既是重塑产业链的机遇,也面临着极大的挑战。

奥维云网近期发布《2016智能家居产业发展白皮书》显示,到2020年,中国智能家居整体产值将接近3000亿元,而主流商业模式将是硬件制造、软件与数据服务三者结合。中怡康的数据则显示,预计2020年

白电智能化率将达到45%,生活电器智能化率将达到28%,厨房电器智能化率将达到25%,未来五年累计带来市场需求1.5万亿元。

目前家电在家居智能化中走得较为靠前,但IEEE院士李世鹏博士表示,虽然经过了20多年的变迁,智能家居仍却有很多的“坑”要填,呼唤TrueAI。第一个坑是,用户需求还没有爆发,用户体验差、价格贵,在信息的安全、数据的安全、隐私保护上,有很多的顾虑。第二个坑是企业的商业模式不清晰。大家都在说大数据,到现在为止,大数据更多地停留在比较空的层次上。第三个坑则是行业标准并未建立,影响了互联互通。

好在业界自身也明白这些“孤岛式解决方案”的痛点。AWE会场上,自我批评与勉励之辞并不少见。青岛海尔技术工程师李志罡用“内热外冷”形容目前的行业困境,行业里边都热火朝天地做着东西,但实际上市场的情况是没有大家想象的那么好”。美的则称,与其说手机APP控制家电代表了一种迭代,不如说祖鲁的“产品加法”只是一种“伪智能”。

但一切至少在向好的方向进步。家电专家左延鹤在接受证券时报记者采访时表示,各大家电企业发力智能家居,虽然是各自为战,但亦是加速了行业智能化的脚步。

左延鹤称,任何一个事物总先解决从无到有的过程,智能化家电必须由龙头企业来推动行业的普及。像IOS或安卓的系统,也是由领军企业来牵头建立行业的标准。因此,在智能家电中,需要建立强大的用户群和用户群背后的企业联盟,当积累到一定程度,统一标准自然也会被提到议事日程上。

奥维云网相关负责人向记者表示,技术标准之间的竞争,并不是阻碍智能家居行业发展的瓶颈或者障碍。从长远看,不同技术和同类技术下的不同标准有融合发展的趋势,市场将是决定标准存在和最终胜出的主导因素。

姜凤对中国十三五成为全球家电重要的创新中心“满怀信心。她向记者表示,十三五期间,新一代消费者对智能家电甚至整体的智能家居的需求将快速增长甚至爆发,智能家电不仅将推动现有家电产品的加速推进,而且有助于加速产品迭代升级,还会带动相关配套软件、设计、服务领域的快速发展。而本届AWE的重点,也旨在打造一个全球化的智能家居生态圈。

业外资本对智能家电的热爱不言而喻,但可能比家电业内保守。东兴证券深度研报称,智能家居市场行业爆发需要满足四大条件:合理的价格水平;良好的用户体验和实用的功能;统一的连接标准和智能家居生态的建立。其中,前两个条件的实现将有助于智能家居单品的快速渗透,前三个条件的实现标志着智能家居系统迎来大发展时期,四个条件的全部达成,意味着一个以智能家居系统为核心的庞大服务市场正式开启。

家电上市公司 智能布局进展情况

能家居硬件设备的运营公司。

美的集团

2014年3月,发布M-Smart智能家居战略,12月,引入小米作为战略投资者,并与京东签署全面战略合作协议,加强在智能家居事务方面的协作。

2015年1月,基于M-Smart系统开发的智能家电管理应用APP上线,3月发布《M-Smart智能家居系统白皮书》,8月宣布与安川机电合资成立两家机器人公司。

2016年3月宣布,发布M-Smart智慧生态计划,宣布智慧生活运营服务平台开放落地,提供智慧生活整体解决方案。

2017年,美的智慧生活服务将全面上线运营。

格力电器

2014年3月,格力首次披露其智能家居蓝图,格力目前的智能蓝图是专注于空调智能的提升,成为家庭的能源管理和环境管理中心,而非整体智能化家居。

2016年AWE上,格力展示了包含格力光伏多联机、智能新风机、智能空气能热水在内的“格力智能环保家居系统”。

青岛海尔

2014年公司成立子公司海尔智能家居公司,注册资金1.8亿,专注于智能家居研发,是全球智能化产品研发制造基地。公司不仅发布海尔U+智慧生态圈系统,与系统配套的智能硬件也相继面世,基本涵盖了市面上所有智能产品。2014年3月,海尔正式发布U+智慧家庭开放平台,向开发者提供产业、市场和资金支持。

2015年1月,与魅族建立全面协作联系,加入海尔U+平台;3月,U+智慧生活APP发布;3月,与微软达成战略合作,微软入驻海尔U+智能家居APP;5月,与英特尔达成战略合作;6月,成为首批接入苹果智能家居HomeKit平台的唯一中国厂商;8月,与华为达成合作;8月,与联络互动正式宣布成立合资公司,打造基于U+平台的智能硬件系统,及围绕智能硬件的用户运营和服务体系。

2016年,发布U+智慧生活2.0战略。

深康佳

2014年3月,康佳在北京举办“易统天下”新品发布会,发布了易终端+易平台的“1+1”战略。

2015年8月,康佳首次提出智能家居战略,智能家居产品正式亮相,并宣布成立涵盖所有智

2014年9月,在海信45周年系列活动中,海信集团首次诠释其智能家居理念。2015年1月,海信在美国CES展上进行展示“smart-home”智能家居生活解决方案;3月展示其智能冰箱、洗衣机和智能空调系列。海信在智能家居领域,着眼于简单、经济、开放和个性化这四点。2016年AWE,海信携带包括厨卫在内的全系智能家电亮相。

创维数字

2015年3月,创维正式成立智慧家庭战略发展部,旨在打造以智慧屏幕为核心的智慧家庭开放平台,携手上下游伙伴共存共赢,共建生态。

2016年AWE,创维以智慧屏幕TV平台、指尖遥控家电O2O服务(手机)两个入口展示了智慧家庭整体规划。

TCL

2012年8月,TCL联合腾讯推出冰激凌智能电视。

2013年9月联合爱奇艺推出TCL爱奇艺电视TV+。

2014年1月,公司发布“智能+互联网、产品+服务”战略,全面转向互联网;11月,投资9000万成立智能家庭独立公司,作为智能家庭项目运营实体。

2015年1月,与万达签署战略合作,双方在互联网使用及服务渠道、商用显示(含电视)、智能家居等事务的开发、建设和运营维护方面开展事务协作;7月,TCL推出一款智能家庭终端消费产品——智趣家APP;8月,推出互联网+智能家庭空气净化解决方案。

长虹系上市公司

2013年7月,长虹发布“家庭互联网”战略,计划推出包括彩电、冰箱、空调以及手机、小家电、厨卫等全线智能终端产品。

2014年,长虹推出ChiQ智能电视、ChiQ冰箱、ChiQ空调系列智能家电。

2015年5月,长虹与腾讯展开根据智能终端事务的深度协作。8月,长虹发布基于智慧物业平台的1+N“智慧社区下的智慧家庭”整体应用解决方案。2015年11月,美菱电器发布增发预案,拟募资15.7亿元建设智能生态圈。

资料来源:中国家电网、《中国智能家居产业白皮书》、上市公司公告等(童璐整理)