中国证券报
■ 2020年4月28日 星期二 ■ 责编:郭宏 美编:王春燕 电话:010-63070383

TWS耳机芯片龙头恒玄科技冲刺科创板

恒玄科技科创板上市申请日前被受理。公司是国际领先的智能音频SoC芯片设计企业之一,依靠应用于TWS蓝牙耳机的蓝牙SoC芯片,公司业绩快速增长。2019年恒玄科技实现营收6.49亿元,同比增长近一倍,净利润同比大增37倍达到6737.88万元。公司表示,将进一步强化公司主控平台芯片能力。

恒玄科技主要财务指标

项目	2019年	2018年	2017年
营业收入(亿元)	6.49	3.3	0.85
净利润(万元)	6737.88	177.04	-14359.6
毛利率	37.69%	36.19%	39.22%
研发投入营收占比	20.40%	26.44%	53.14%

新华社图片 数据来源/公司招股说明书

□本报记者 杨洁

构建知识产权体系

恒玄科技主营业务为智能音频SoC芯片的研发、设计与销售,提供AIoT场景下具有语音交互能力的边缘智能主控平台芯片,产品广泛应用于智能蓝牙耳机、Type-C耳机、智能音箱等低功耗智能音频终端产品。

公司的客户包括华为、三星、OPPO、小米及Moto等,并在专业音频厂商中占据重要地位,进入哈曼、JBL、AKG、SONY、Skullcandy、万魔及漫步者等一流品牌。面对智能物联网的快速发展,互联网巨头加速布局语音入口,谷歌、阿里及百度均有智能语音终端采用公司产品。

恒玄科技介绍,2017年推出BES2000系列芯片,2018年研发出全球首款采用28nm先进制程的BES2300系列智能蓝牙音频芯片,功耗指标当时处于行业领先水平。随后推出的BES2300ZP应用了公司自主研发的新一代蓝牙真无线专利技术(IBRT),进一步确立了公司的领先地位。

恒玄科技表示,公司是业内首家实现主动降噪蓝牙单芯片量产出货的厂商,拥有自主知识产权的高性能主动降噪技术。公司单芯片方案具有功耗低、成本低及占用空间小的特点。

公司在业内率先使用40nm及28nm制程用于蓝牙音频芯片的开发,目前采用22nm制程的新一代产品在研发过程中。基于应用先进制程以及低功耗射频模拟电路设计技术,公司芯片功耗低于5mA,达到业内领先水平。

截至2020年4月2日,恒玄科技及其子公司拥有39项专利。其中,24项境内发明专利,4项境内实用新型专利,11项境外专利。公司构建了核心技术群及知识产权体系,建立了知识产权壁垒。

业绩快速增长

TWS耳机市场爆发,恒玄科技业绩高速增长。

2017年至2019年,恒玄科技分别实现营业收入8456.57万元、3.30亿元、6.49亿元,最近三年营业收入复合增长率为177%;净利润分别为-1.44亿元、177.04万元、6737.88万元。2018年扭亏为盈,2019年盈利增幅超过37倍。

根据Counterpoint Research数据,2016年全球TWS耳机出货量仅918万副,2018年达到4600万副,年均复合增长率为124%,预计2020年TWS耳机出货量跃升至2.3亿副,全球TWS耳机市场规模将达到270亿美元。

恒玄科技的产品主要分为普通蓝牙音频芯片、智能蓝牙音频芯片和Type-C音频芯片三类。2018年-2019年度,公司智能蓝牙耳机芯片的营收占比从5.78%飙升至35.76%。

业绩增长的背后是大量的研发投入。招股书披露,2017年至2019年,恒玄科技的研发费用分别为4493.67万元、8724.02万元及1.32亿元,复合增长率达71.63%,占营业收入比例分别为53.14%、26.44%和20.40%。

TWS耳机等消费电子领域竞争激烈,产品和技术更迭快。2017年-2019年,恒玄科技的毛利率分别为39.22%、36.19%和37.69%,毛利率较高。

对于此次新冠肺炎疫情的影响,恒玄科技表示,从终端消费角度看,公司产品主要应用于TWS耳机、Type-C耳机等新兴消费电子产品,采用公司芯片的终端电子产品均能在线销售。但短期消费能力受到一定影响,线下人流量减少也会影响消费者线下体验。

知名机构青睐

恒玄科技此次拟募集资金20亿元,投向智能蓝牙音频芯片升级项目、智能WiFi音频芯片研发及产业化项目、Type-C音频芯片升级项目、研发中心建设项目和发展与科技储备基金。

公司表示,AIoT时代智能终端需要具备一定的感知、推断以及决策功能,要求智能音频SoC芯片具备不依赖于云端的边缘计算能力。智能音频SoC芯片应用范围将扩展到除智能耳机、智能音箱以外的其他智能终端设备。公司领先的智能语音技术和芯片产品未来可赋能多形态的智能设备,如智能手表、智能眼镜等。

恒玄科技表示,依托主控芯片厂商的平台化优势,持续加强技术横向纵向延伸,不断推出引领业界的低功耗边缘智能主控芯片产品及解决方案,致力成为AIoT主控平台芯片的领导者。

值得注意的是,恒玄科技吸引了IDG、小米、阿里、深创投以及北京集成电路设计与封测股权投资中心(有限合伙)等知名投资机构。招股书显示,小米长江基金、阿里、深创投均于2019年7月投资入股。小米长江基金持股4.66%,阿里持股3.73%,深创投持股0.54%。此外,IDG旗下两个基金持有公司17.07%股份,北京市集成电路产业基金的子基金北京集成电路设计与封测股权投资中心(有限合伙)持股3.96%,国家集成电路产业投资基金参与的元禾璞华持股1.12%。

恒玄科技的实际控制人为Liang Zhang、赵国光及汤晓冬。其中,Liang Zhang及汤晓冬为夫妻关系。Liang Zhang现任恒玄科技董事长、总经理。赵国光现任恒玄科技副董事长、副总经理、董事会秘书。汤晓冬现任恒玄科技董事、公共关系总监。三人直接持有恒玄科技34.08%的股份。同时,赵国光担任执行事务合伙人的员工持股平台持有恒玄科技11.08%股份。因此,Liang Zhang、赵国光及汤晓冬合计控制公司45.16%的股份对应的表决权。

迪威尔拟募资逾5亿元强化主业

□本报记者 董添

迪威尔在科创板首发上市申请日前获得通过。公司拟募集不超过5.32亿元,将用于油气装备关键零部件精密制造项目、研发中心建设项目并补充流动资金。

延伸主营业务

科创板上市委要求公司补充披露余料委托加工业务相关的税务风险,补充披露发行人ERP系统上线的规划和时间;说明近期油价大幅波动对公司经营是否存在滞后影响等。

科创板上市委指出,公司委托特钢生产商进行余料加工并向其支付加工费用;公司将微合金化技术作为核心技术之一,调整元素含量配比及添加其他微合金化元素。要求公司说明如何通过特钢生产商控制余料委托加工,收回特钢当中的合金元素含量及配比,以实现微合金化技术的应用;余料委托加工模式是否为行业通行做法,如采用同行业可比公司模式及会计处理和成本核算方式对发行人报告期相关财务指标的影响等。

公司此次拟公开发行不超过4866.7万股,不低于发行后总股本的25%。全部为新股发行,原股东不公开发售股份。公司与主承销商可采用超额配售选择权,超额配售选择权不得超过A股发行规模的15%。募集资金扣除发行费用后合计约5.32亿元,将全部用于油气装备关键零部件精密制造项目、研发中心建设项目和补充流动资金。

油气装备关键零部件精密制造项目拟使用募集资金约4.42亿元。公司称,项目是公司主营业务的扩展延伸,并增加新的利润增长点。募投项目将承担8万件油气装备专用零部件的下料、锻造、热处理、检验等任务,并承担部分生产模具的制造。预计投产后第一年达到设计产能的30%,第二年达到设计产能的60%,第三年达到设计产能的80%,第四年达到正常生产负荷。

公司指出,随着复杂工况条件油气开采量逐步提升,对油气钻采设备的性能提出了更高要求,要求产品在不同的恶劣环境下保持稳定运行。公司须不断加大研发投入,持续提升核心竞争力。同时,为保持产品品质、工艺和技术储备的领先地位,公司亟需建立新的研发中心,研发新产品、进行技术储备,为公司持续盈利能力提供强有力的保障。

2017年-2019年,运营资金需求占营业收入分别为40.31%、41.9%和39.34%。随着业务的不断发展,公司对运营资金的需求增加。2017年末、2018年末和2019年末,公司短期借款的余额分别为1.17亿元、1.1亿元和9851.36万元,占流动负债的比例分别为42.04%、32.77%和24.36%,公司银行贷款保持较高水平。此次拟使用募集资金6000万元一年内用于补充流动资金,按年利率6%测算,将为公司节省财务费用360万元。

客户相对集中

招股说明书显示,公司是TechnipFMC、Schlumberger、Aker Solutions、Baker Hughes、Weir Group等全球大型油气技术服务公司的全球供应商,与其建立了长期稳定的战略合作关系。2017年-2019年,公司对前五大客户的销售额占营业收入的比重分别为73.89%、71.33%和73.6%。如果未来因自身在技术提高、质量保障及管理提升等方面的原因,或客户因外部经营环境变化等,导致公司订单大幅度减少,公司业绩将存在下滑风险。公司存在对TechnipFMC、Schlumberger、Aker Solutions、Baker Hughes、Weir Group、杰瑞股份等主要客户依赖的风险。

迪威尔指出,公司产品主要应用于石油及天然气的勘探开发及钻采,属于石油天然气设备制造行业范畴。2017年-2019年,公司对油气行业客户的销售收入占主营业务收入的比例分别为96.13%、98.06%和98.66%。石油作为基础能源及化工原料,随着经济及社会的发展,未来其需求仍将持续增长。但石油价格受多种因素影响,若石油价格持续处于低位,低于油气公司的开采成本,油气公司可能阶段性减少油气勘探开发资本性支出,进而影响油气设备的市场需求。

2017年-2019年,迪威尔营业收入分别为3.40亿元、5.03亿元、6.94亿元,归母净利润分别为416.56万元、5187.73万元、9481.76万元。公司研发支出占比偏低。报告期内,研发支出分别为1022.62万元、1534.13万元、2886.51万元,占营业收入的比例分别为3.01%、3.05%和4.16%。

五年砺剑再出发 奋楫扬帆启新航

五年前的4月28日,乘着文化大发展大繁荣的强劲东风,文化产业上市公司队伍中出现了一个响亮的名字:江苏有线。这五年,是广电网络行业经历生态环境根本性变化的五年。江苏有线全面落实建设“强富美高”新江苏重要指示精神,坚持聚焦主业、聚力创新,呼应时代发展的最强音。

不忘初心,东风吹来满眼春

五年磨炼,砥砺前行。面对市场竞争日益激烈、经营压力持续加剧的严峻形势,江苏有线牢牢把握“稳中求进、稳中求好”总基调,切实发挥宣传思想文化主力军、意识形态领域主战线、公共文化服务主阵地作用,努力实现新发展,展现新作为。2010—2019年,江苏有线连续十年入选“全国文化企业30强”。

现代公司治理结构不断完善。江苏有线把完善国有企业法人治理结构作为全面推进依法治企、推进广电网络领域治理体系和治理能力现代化的内在要求,建立起权责清晰、运转高效的公司治理体系。股东会严格履行法律赋予的各项职责,发挥宏观性、全局性指导作用,董事会在授权范围内充分发挥决策作用、执行管理职能,监事会深入开展业务、财务、内控和履职尽职监督,经营层积极落实董事会战略部署、有序组织日常经营管理,完备的治理架构为提高治理效率和强化权力制衡奠定了坚实基础。上市以来,江苏有线积极主动做好信息披露,及时澄清市场关心的问题,自觉接受社会公众和媒体监督,提高公司透明度,连续四年在上交所信息披露综合考评中获得“A”等级。

战略规划执行能力显著增强。江苏有线董事会每年开展战略研讨,经营层认真执行战略规划、分解落实战略目标任务;董事会持续跟踪战略执行情况、开展战略执行情况评估,并作为对经营层考核的重要依据,优化了战略规划机制,提升了战略决策执行能力。2017年,江苏有线与国家广电总局广科院合作编制完成总计105万字的《江苏有线三年发展规划》,对全省广电网络的发展目标、行动规划和保障措施进行了深度剖析。2017年6月,江苏有线启动全省广电网络重大资产重组项目,并立足全省“一张网”推动江苏广电网络创新发展,增强江苏有线整体实力和核心竞争力。在此基础上,推进重大资产重组项目募集配套资金工作,完成非公开发行股票,募集资金2.99亿元,为发展注入了资本动能。

“两个效益”持续实现丰收。始终坚持把社会效益放在首位,积极承担企业公民责任,已经成为江苏有线企业文化的重要因子。江苏有线全力以赴压紧压实安全生产责任,实现了重要会议和重大活动安全播出零事故。切实保障困难群众、弱势群体享受基本公共文化服务的权益,累计为低保户等特殊困难群体减免收视费2.72亿元。积极响应国家宽带“提速降费”政策,在农村地区推出质优价廉的广电宽带产品。积极响应文化科技卫生“三下乡”活动,先后投资240余万元,完成了宝应有线电视小康工程、东海温泉镇智慧信息平台、盱眙马坝“高清镇”建设。

内容业态创新成果丰硕。江苏有线以“衣食住行、生老病死、安居乐业”12字要求为遵循,大力开展业态创新,打造有思想、有温度、有品质的内容栏目,孝乐工程、电影院线、爱艺在线、名师空中课堂、炫力少儿、电视交警、健康江苏等栏目陆续上线,实现了老百姓现实需求、政府部门权威性、党媒政网公信力三者有机结合,新内容栏目连续三年荣获江苏省宣传思想文化工作创新奖或提名奖。尤其是在今年抗击新冠肺炎疫情期间,江苏有线充分发挥党媒政网民屏优势,健康江苏栏目推出特别版块“战疫情”,全面开展抗疫公益宣传,累计访问量超过589万次;名师空中课堂为中小学生提供线上优质课程和在线答疑指导,推出“抗疫送教”特别课程及心理疏导讲座,有力保障了“停课不停学”,累计访问量超过2.4亿次,影响力持续提升。

客户服务水平有效提升。江苏有线坚持践行企业使命和“全时守护,爱在分秒”的服务理念,努力提升服务品质。江苏有线建立了以客户满意度为核心的客户体验闭环管理体系,通过信息化手段和大数据技术提升精准服务能力,注重降低用户门槛、优化操作体验,“有线宝”综合金融服务、“看·视界”影视全业务品牌套餐等受到用户广泛欢迎。主动对接“为民办实事”工程,圆满完成了“新增高清数字电视家庭用户100万户”目标。江苏有线还立足自身优势,全面支撑党委政府采用数字化、智能化、信息化手段执政为民、服务民生的需求,省委高清视频会议系统、全省应急广播系统、地方新闻栏目、新时代文明实践中心云平台、乡村公益影院等一批政务民生类项目相继建成。徐州贾汪新时代文明实践中心云平台和马庄村乡村公益影院建设经验得到中央领导充分肯定。

员工精气神凝聚力空前高涨。江苏有线通过多方面措施激发干事创业的积极性、主动性、创造性,员工精神面貌焕然一新。以聚焦主业、精干高效、市场导向、协同一致为目标开展组织机构优化,推动解决工作流程不畅、市场营销薄弱、技术迭代迟缓等突出问题,同步进行干部调整交流,进一步营造公平公正的选人用人风气。按照现代企业制度要求完善激励约束机制,深化收入分配改革,落实“以岗定薪、岗变薪变”和“收入与业绩挂钩”,激发队伍整体活力。关注员工职业生涯发展,在省级、市级、县级公司三个层面选拔各类业务核心人才建立后备人才库,健全岗位职务序列、开辟职业发展多通道。坚持以人为本,通过职代会等形式听取员工意见,着力解决关系员工切身利益的现实问题,在全公司形成了和谐团结、争先奋进的良好局面。

不负韶华,潮起正是扬帆时

栉风沐雨浪淘沙,春华秋实满庭芳。面对互联网、大数据、云计算浪潮的冲击,融合创新是江苏有线可持续发展的必由之路。融合创新体现在“五个转变”上:由投资、要素驱动向融合创新驱动转变,由外延式粗放型发展向内涵式集约型发展转变,由传统有线电视业务向三网融合全业务转变,由单一封闭的有线电视传输机构向网络运营商综合传媒转变,由以指标考核为纽带的分散割据联合体式管理向目标同向、权责利适配、分级负责、集约高效、规范公开的现代化企业治理转变。江苏有线将坚持以文化信息供给侧结构性改革为主线,牢牢把握“一渠道、两平台、三深化”,大力发展新技术、建设新平台、创造新优势、打造新品牌,向“高质量文化信息服务的引领者”的目标奋力迈进。

一个渠道——充分发挥主流舆论传播主渠道作用,巩固壮大主流思想舆论阵地,实现“两个效益”相统一。作为宣传思想文化战线的主渠道、主力军,江苏有线肩负着传播先进文化、保障安全传输、服务千家万户的重大使命和责任,将始终坚持“两个效益”相统一,通过网络基础能力、平台运营能力,使终端智能化水平不断提升。江苏有线将深度拓展益农信息社、应急广播、雪亮工程、新时代文明实践中心云平台、乡村公益影院等业务,积极参与农家书屋、智慧停车、智能化社会治安防控体系建设等政府民生实事项目,确保用得上、用得好;围绕“衣食住行,生老病死,安居乐业”,开发面向百姓群众的本地化公共服务栏目和平台,不断满足用户需求,提升用户体验,增强用户黏性,打造数字电视民生工程,推动全省有线电视公共服务均等化、集约化发展。同时,坚持新发展理念,走好融合创新、协调发展之路,积极拥抱互联网,加快互联互通和多屏应用,发展“文化+”业务;逐步通过有线电视网、互联网、无线网,面向电视大屏和移动小屏,利用云计算、5G、AI人工智能等新技术,随时随地为用户提供内容和业务服务;加强台网相融互通、相互促进、共同发展,加大网络和传输设备更新改造,支持电视台4K等超高清视频直播试点传输;调整释放频谱资源,支持省市县电视台本地频道高清化和传输落地;融合台网的本地节目内容优势和点播用户规模覆盖优势,支持电视台在互动电视平台开设本地节目点播栏目,扩大电视台本地节目内容的传播覆盖能力和影响力;充分利用江苏有线网络资源覆盖和多终端普及优势,支持电视媒体融合改革发展,实现电视台融媒体中心节目内容“三屏一声”(电视、电脑、手机、广播)全覆盖;发挥江苏有线网格维护、社区活动等平台优势,支持以台为“媒”、以网为“介”开展社区融合互动,配合电视台开展各项社区主题节目推广活动。

两大平台——建设“一云、双网、三用、四统、5G、多屏”产业平台和“4K江苏、智慧广电”业务平台。江苏有线将坚持“内容+平台+渠道+终端”协同发展,逐步建立独特的内容优势,发挥智慧网络平台特点,将“一云、双网、三用、四统、5G、多屏”产业平台建设成为涵盖媒体内容运营全部环节的支撑平台,有效提升网络承载能力和服务能力。“一云”,即构建全省统一的融合网络服务“有线混合云”;“双网”,即推进有线、无线融合协同覆盖,推动有线网与无线宽带网、广电5G网协同组网;“三用”,即支撑政用、民用、商用业务发展;“四统”,即强化统一规划、统一建设、统一运营、统一管理;“5G”,即抓紧广电5G发展的机遇期窗口期;“多屏”,即实现“大小屏”协同服务模式。同时,坚持“产权+产品”协同发展,加快资本运作和股权运作,立足行业高度,着眼媒体融合发展、网络强省、三网融合等战略,发展“电视+语音+网络+智能家居+智慧城市”等综合业务,打响“4K江苏、智慧广电”品牌。包括持续优化内容集成,积极做好融合媒体趋势下的内容产品创新研发,满足用户消费需求;借助5G、云网融合、物联网、大数据等新技术,全面拓展政企业务;以“大市场”理念推进全省统一的市场营销体系建设,统筹开展业务产品开发、宣传营销等工作;健全完善客户服务标准体系,秉持“全时守护,爱在分秒”的服务理念,建立上门服务、柜台办理、到期提醒、电话催费、社区地推等服务标准,拉近用户距离,减缓用户流失;积极开展资本运作,充分利用上市公司资本市场平台开展资本投资和企业发债,重点研究文化产业、广电行业上下游相关企业和项目,探索和尝试适合公司参与的资本运作可行性。

三个深化——深化经营管理、深化预算和绩效管理、深化省市县三级统筹管理。江苏有线将进一步深化经营管理,推行市县公司独立经营核算,授予一定经营管理自主权,自主经营、独立核算、自负盈亏、自担风险;推动财务管理改革,加快市县公司财务会计机构整合,组建运营财务共享中心,完善资金结算中心运营功能,拓展发行债券、开通财户透支功能等多种融资方式,开展资产清查工作,积极争取财政、税务等政策支持,拓展与金融机构合作渠道;开展工程管理改革,优化网络工程管理模式,组建专业网络工程设计施工公司,消化富余人员;加大集中采购力度,完善集采制度和流程,扩大集采种类和范围,基本实现全省范围集中采购;提升风险管控能力,积极推动“法治国企”建设。进一步深化预算和绩效管理,强化全面预算管理理念,建立健全预算管理体系,优化预算管理运行机制,强化年度预算过程控制和执行监督,提高预算管控能力和效能;健全以利润指标考核为导向、向市场侧倾斜的绩效奖惩机制,推行工资总额与效益联动、经营发展目标与领导班子绩效薪酬挂钩的机制。深化省市县三级统筹管理,强化以设区市为单位的考核管理机制,提升市级公司对县级公司的统筹管理协调能力、县级公司市场营销和客户服务能力,促进省市县三级公司联动发展。

上市是一路前行的里程碑,五年是面向未来的新起点。站在提升发力、起步跨越的新方位,江苏有线将紧扣高质量发展,遵循新发展理念,蹄疾步稳、全面纵深推进改革,聚精会神、一心一意谋划发展,以实际行动践行“两效共赢,品牌驱动”的经营理念,在推动融合创新中实现高质量发展,为“强富美高”新江苏建设再出发作出新的更大贡献!

-CIS-