

## 专项工作组2020年工作计划发布

# 一大波工业互联网扶持政策“在路上”

7月10日,工信部发布《工业互联网专项工作组2020年工作计划》(简称《计划》),明确了十大类别的重点工作,包括提升基础设施能力、建设工业互联网平台、突破核心技术标准、培育新模式新业态,促进产业生态融通发展,增强安全保障水平等。按照《计划》要求,一大波扶持政策将在今年发布。随着政策体系的完善,工业互联网发展将步入快车道。



天津海尔洗衣机互联工厂内的生产线一景。

新华社图片

## 三友科技着力打造阴极板制造领军企业

□本报记者 吴科任 实习记者 金一丹

三友科技日前披露公告,拟在精选层挂牌的发行价格为9.98元/股,较公司停牌前收盘价10.60元/股有一定折价。三友科技本次计划发行1430万股,预计募集资金总额为1.43亿元,扣除费用后将用于年产5万张“铜包钢”不锈钢阴极板生产、研发中心升级建设以及市场营销与客户网络建设项目。三友科技是国内主要的阴极板制造厂商之一。

### 深耕细分领域

阴极板在有色金属电解、电镀锌工艺中作为阴极使用,广泛应用于铜、镍、锰等金属冶炼工艺。根据招股说明书,在铜冶炼工艺中,始极片电解法和永久阴极电解法同时并存。由于永久不锈钢阴极板悬挂更为垂直,在电解槽中的极间距更为接近,并且采用永久不锈钢阴极板技术还能省去制造始极片的步骤,提高精炼厂的产量和自动化水平,因此永久不锈钢阴极技术成为铜冶炼技术的新趋势,代表着先进的铜冶炼技术。

2003年,三友科技开始研制开发永久不锈钢阴极板,并于2005年制造出合格的永久不锈钢阴极板并投入使用。2010年,公司生产的永久不锈钢阴极板产品被登记为浙江省科学技术成果。2012年,公司荣获浙江省优秀工业新产品、新技术二等奖。

三友科技下游主要为有色金属冶炼企业。这类企业的固定资产及更新换代的计划性强、稳定性高,技术迭代周期较长。因此,三友科技的主营产品阴极板应用场景短周期不会发生变更。同时,包括阴极板在内的有色金属精炼设备制造具有较高的技术壁垒,需要整体化、集成化的系统工程思维及长期项目实施经验,局部的新技术创新难以对行业起到颠覆性、迭代性的影响。因而,三友科技短期在阴极板制造行业地位稳固,其生产技术领先。

### 营收稳步增长

2017年至2019年,三友科技营业收入实现持续增长,分别约为1.65亿元、1.83亿元、3.2亿元。其中,2019年营业收入涨幅达74.43%。从盈利能力看,三友科技近三年毛利率维持在20%以上,归母净利润稳步增长,且具备相对充裕的现金流。2017年至2019年,公司毛利率分别为28.32%、28.65%、21.65%,对应的归母净利润分别为1495万元、2508万元、3232万元,加权平均净资产收益率分别为12.13%、18.15%、20.11%,经营活动产生的现金流量净额分别为350万元、1651万元、2146万元。

三友科技近三年研发投入不断增长。2017年至2019年,研发投入分别约为1.6亿元、1.8亿元、3.2亿元,占营业收入比分别为4.22%、4.76%、3.55%。公司在阴极板制造工艺上技术处于国内前列,剥片机组设备类产品是公司未来重点开拓的市场。

招股书显示,三友科技完成了国内首台机器人式剥片机组生产,打破了国外企业的垄断,并研制出了维护费用低、全自动化的净化过滤机。这种过滤设备技术此前主要掌握在芬兰等欧美国家企业手上。从2007年起,三友科技着手净化过滤机的研发设计。2009年研制成功滤液质量高的净化过滤机,结束了欧美企业垄断这一领域的格局。

财报显示,2017年至2019年,三友科技的管理费用分别为1110万元、1095万元、1086万元。近年来,三友科技对不锈钢阴极板主要生产工艺进行改进,全面实现自动化。不锈钢阴极板从冲孔打磨一体化,到焊接打标再到垂直度监测全部实现了机器人操作,降低了人工成本,同时提升了产品品质。

### 依赖单一产品

招股书显示,2017年至2019年,三友科技阴极板和机组设备的销售额占当期营业收入的比例分别为99.16%、98.44%、99.11%。公司对有色金属冶炼行业的依赖程度较高,且产品结构单一,面临单一产品依存度高等风险。同时,阴极板具有较长的使用年限,下游企业不会在短期或定期有采购计划,因此三友科技需要投入较多营销费用拓展新客户。公司同期销售费用分别为653万元、766万元、583万元。

三友科技的主要客户群体为国内大中型有色金属冶炼企业,包括铜陵有色金属集团股份有限公司、赤峰云铜有色金属有限公司等。招股书显示,2017年至2019年,公司前五大客户的销售金额占当期销售金额分别为86.97%、62.30%及74.90%。挂牌委曾就公司客户集中度较高的问题进行问询。公司回复称,客户集中度较高符合行业特点,主要客户与发行人主要股东、董监高及其他关联方不存在关联关系,资金往来或其他利益安排,公司与主要客户的合作可持续性、开拓新客户无重大困难,具有持续稳定的业务来源。

招股书显示,2017年至2019年,公司存货账面价值分别为4466.43万元、10619.20万元、8806.95万元,占同期期末总资产的比例分别为20.26%、38.37%、31.19%,占流动资产的比例分别为24.41%、44.04%、35.97%。若公司未来不能有效地实施库存管理,导致原材料积压、受损,或产品市场环境变化出现原材料、库存商品价格大幅下跌的情形,公司将面临存货跌价风险。

### 支持工业互联网企业融资

根据《计划》,工信部今年将继续完善工业互联网产业相关政策文件,出台《工业互联网创新发展行动计划(2021-2025年)》《工业互联网标识解析管理办法》《工业互联网数据合作共享行动计划》等。安全方面,工信部将发布《工业互联网企业网络安全分类分级管理指南》,开展工业互联网企业分类分级试点。《计划》从财政、税收、融资等多个方面提出支持工业互联网发展。如研究支持企业加大研发投入的税收政策,促进工业高质量发展;会同相关部门研究新时期集成电路产业政策,支持和引导工业互联网领域集成电路产业向更高层次发展;推动政府出资产业投资基金和创业投资企业,加大对工业互联网投资,指导开展工业互联网投融资对接活动。支持符合条件的工业互联网企业发行企业债券等。

1-6月,新能源汽车产销分别完成39.7万辆和39.3万辆,同比分别下降36.5%和37.4%。其中,纯电动汽车产销分别完成30.1万辆和30.4万辆,同比分别下降40.3%和39.2%。

许海东表示,从3月份开始,新能源汽车产销呈现恢复性增长态势,但总体产销仍处在较低水平。“由于补贴下滑力度较大,即便新能源汽车补贴政策延续两年,厂家仍然处于边缘亏损状态。”

根据中国信通院数据,2018年至2019年中国工业互联网产业经济增加值规模分别为1.42

万亿元、2.13万亿元,占GDP比重分别为1.5%、2.2%。预计今年中国工业互联网产业经济规模将达3.1万亿元,占GDP比重提升至2.9%。

同时,支持工业互联网企业在境内外上市融资,扎实推进科创板试点注册制工作。加强对工业互联网领域的信贷支持,大力发展契合工业互联网企业需求特点的金融产品;持续推进首台(套)重大技术装备保险工作,积极推行科技保险创新发展;推进金融机构完善知识产权质押贷款工作机制,扩大知识产权质押融资覆盖范围。

2017年11月,国务院发布《关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》,提出了发展工业互联网的目标。2018年,工信部出台《工业互联网发展行动计划(2018-2020)》。此后,一系列中央和地方的配套政策陆续出台。

长城证券表示,工业互联网产业链较长,且各环节具备较强的协同性。上游通过智能设备实现工业大数据的收集,通过中游工业互联网平台进行数据处理,最终在下游企业中进行应用。网络侧建设关注主设备龙头中兴通讯,边缘层建议关注无线通信模组厂商广和通,平台层建议关注工业软件及IDC业务领域龙头宝信软件等公司。

# 上半年汽车销量同比降16.9%

## 5月以来恢复性增长明显

□本报记者 崔小粟

7月10日,中国汽车工业协会(简称“中汽协”)发布的数据显示,6月份汽车销量230万辆,同比增长11.6%。1-6月,汽车累计销量1025.7万辆,同比下降16.9%。

中汽协方面表示,伴随各地促进汽车消费政策的持续带动,市场表现总体好于预期,5月份以来出现明显的恢复性增长。预计2020年国内汽车市场销量下滑10%-20%。

### 总体表现好于预期

6月,汽车产销分别完成232.5万辆和230.0万辆,环比分别增长6.3%和4.8%,同比分别增长22.5%和11.6%,产销量刷新了往年同期历史新高。中汽协副秘书长陈士华表示,受疫情影响,今年一季度销量下滑明显,5月份以来出现明显的恢复性增长。货车销量实现高速增长,创下了历史新高。

汽车产销累计降幅继续收窄,总体表现好

于预期。1-6月,汽车产销分别完成1011.2万辆和1025.7万辆,同比分别下降16.8%和16.9%。

乘用车方面,6月份乘用车产销分别完成179.8万辆和176.4万辆,同比分别增长12.2%和1.8%。1-6月,乘用车产销分别完成775.4万辆和787.3万辆,同比分别下降22.5%和22.4%。

商用车单月销量再创历史新高。6月,商用车产销分别完成52.7万辆和53.6万辆,产量环比下降0.1%,销量环比增长3.1%;同比分别增长77.9%和163.1%。其中,销量继4月之后又一次刷新历史新高。1-6月,商用车产销分别完成235.9万辆和238.4万辆,同比分别增长9.5%和8.0%。

中汽协副总工程师许海东表示,如果国内及海外疫情得到有效控制,预计今年国内汽车销量下滑10%;如果海外疫情继续蔓延,预计国内汽车市场销量下滑20%。“从4月-6月的市场情况看,我们的预计比较乐观。”许海东称。

### 新能源车全年销量有望达110万辆

新能源汽车产销情况不容乐观。6月,新能

源汽车产销分别完成10.2万辆和10.4万辆,同比分别下降25.0%和33.1%。其中,纯电动汽车产销分别完成7.9万辆和8.2万辆,同比分别下降31.9%和37.6%。

1-6月,新能源汽车产销分别完成39.7万辆和39.3万辆,同比分别下降36.5%和37.4%。其中,纯电动汽车产销分别完成30.1万辆和30.4万辆,同比分别下降40.3%和39.2%。

许海东表示,从3月份开始,新能源汽车产销呈现恢复性增长态势,但总体产销仍处在较低水平。“由于补贴下滑力度较大,即便新能源汽车补贴政策延续两年,厂家仍然处于边缘亏损状态。”

根据中国汽车动力电池产业创新联盟数据,6月我国动力电池产量共计5.3GWh,同比下降16.2%,环比上升3%。6月,我国动力电池装车量4.7GWh,同比下降29.1%,环比增长34%。许海东指出,从动力电池的生产和装车量可以看到,新能源汽车产销量在稳步回升,预计三、四季度有相对稳定的小幅增长,全年新能源汽车

销量有望达到110万辆。

### 自主品牌市场份额创新低

值得关注的是,自主品牌乘用车市场份额持续下降。6月,自主品牌乘用车销量59万辆,同比下降11.6%,市场份额为33.5%,创2009年以来市场份额新低。

上半年,自主品牌乘用车销量285.4万辆,同比下降29%,市场份额为36.3%,销量下降幅度高于市场整体降幅。

中汽协方面表示,尽管自主品牌乘用车市场份额持续下降,但也有企业销量逆势上扬,行业两极分化严重。

上半年,汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为913.9万辆,同比下降16.5%,好于行业0.4个百分点,占汽车销售总量的89.1%,高于上年同期0.4个百分点。其中,一汽集团、长安汽车销量实现逆势增长,同比分别增长2.3%、1.34%。但行业龙头上汽集团上半年销量同比下滑超过三成。

## 精选层战投机制效果凸显

# 多家挂牌公司成“抢手货”

□本报记者 吴科任

考虑到中小企业需求和新三板市场实际情况,新三板公开发行允许发行人引入战略投资者,发挥价值引导效应,促进发行成功。从市场反馈看,效果积极。截至7月10日,在32家申报精选层挂牌并进入公开发行的公司中,15家启用战略投资者定向配售机制,拟合计认购资金近12亿元。

### 设置差异化锁定期

根据相关要求,参与战略配售的对象或战略配售对象管理人应具备良好的市场声誉和影响力,具有较强资金实力,并认可发行人长期投资价值。

同时,新三板精选层企业公开发行允许高管和核心员工通过资产管理计划、员工持股计划等参与战略配售,形式灵活。公开发行对战略配售有比例限制。其中,发行

数量不超过5000万股的,战略配售数量占原则上不超20%;超过5000万股的,战略配售数量占原则上不超30%,超过的需要充分说明理由。

从实际情况看,多数公司拟发行股票数量低于5000万股。在上述32家公司中,只有4家公司发行量超过5000万股。其中,颖泰生物发行最终战略配售股份合计3000万股,占本次发行规模的30%。

为降低集中抛售风险,提升战略配售参与的积极性,促进发行成功,新三板对不同主体所持发行前股份设置了差异化的锁定期,对战略所持股份设置差异化限售安排。其中,对发行人高管、核心员工参与战略配售取得的股票限售12个月,对其他投资者参与战略配售取得的股票限售6个月。

按照证监会发布的指导意见,挂牌公司转板上市时,股份限售应当遵守法律法规及交易所业务规则的规定。但在计算挂牌公司转板上市后的股份限售期时,原则上可以扣除在精选

层已经限售的时间。因此,一旦所投挂牌公司转板上市,战略投资者的限售期有望缩减。

### 战略投资者类型丰富

中国证券报记者梳理发现,在上述启用战略投资者定向配售机制的15家公司中,战略投资者参与意愿较强,发行人选择初始战略配售数量占本次发行数量的比例均达到上限。同时,战略投资者类型丰富,包括产业基金、公募基金、券商、私募基金等专业投资机构以及产业链上下游企业。

以贝特瑞为例,10位战略投资者参与了公开发行,包括富国基金、嘉实基金、招商基金这三家公司的四只基金产品,北京知点投资有限公司和首正泽富创新投资(北京)有限公司两家私募基金,九江天祺氟硅新材料科技有限公司、东营奥远工贸有限责任公司等产业链企业以及安信证券。

推动公募基金入市是本轮新三板改革的核心举措之一,首批6只可投精选层基金规模在百

亿元左右。据统计,公募基金已现身8家挂牌公司战投名单。其中,富国基金最为活跃。

具体看,富国基金参与了颖泰生物、艾融软件、贝特瑞、连城数控、观典防务和泰祥股份6家挂牌公司的公开发行。汇添富基金参与了连城数控、翰博高新、新安洁三家公司的战略认购。嘉实基金和招商基金亦有斩获。

挂牌公司对战投的“吸金”能力有所分化。有的公司能得到数十家战投青睐,有的公司只有一两家战投参与。有的公司获战投认购资金上亿元,有的公司则不足1000万元。

更多战略投资者类型可期。去年11月,全国股转公司听取了社会各界、市场各方对新三板全面深化改革制度设计及业务规则的意见建议,其中一条建议是扩大新三板市场对外开放,落实境外战略投资者和境外合格机构投资者(OFIL)投资新三板。此外,社保、保险等长线资金投资新三板亦可期。