

元隆雅图释疑收购标的谦玛网络业绩承诺安排

收购剩余40%股权

元隆雅图称，谦玛网络核心管理团队稳定，资产减值和商誉减值测试均未发生减值迹象，因此，上市公司决定启动对谦玛网络剩余40%股权的收购事宜。

元隆雅图表示，本次交易完成后，上市公司可与谦玛网络在客户资源、IT技术资源、人力资源等方面进一步实现共享互助。上市公司借助本次收购，将进一步丰富供应商资源库，强化数据分析能力，提升为客户提供多元化促销服务的能力，进而提升上市公司盈利能力和抗风险能力，有效提升公司可持续盈利能力和股东回报。

2018年11月，元隆雅图收购谦玛60%的股权。谦玛网络注入后，有效推动了元隆雅图业绩增长。2019年，新媒体营销（谦玛网络）全年实现收入3.09亿元，推动元隆雅图新媒体营销营收增长409.28%。2020年，谦玛网络更上一个台阶，全年实现收入5.39亿元，同比增长74.46%，成为公司业务板块中增速最快的部分。元隆雅图还披露，谦玛网络2018年—2020年的扣非净利润分别为3498.89万元、4313.42万元、6019.50万元，顺利完成业绩承诺。

释疑业绩承诺

截至评估基准日2020年12月31日，谦玛网络净资产账面值为5382.83万元，评估值为9.11亿元，评估增值8.57亿元，增值率为1591.55%。谦玛网络40%股权交易价格为3.64亿元，其中2.37亿元以股份支付方式，按照19.39元/股的发行价格计算，合计发行股份为1220.22万股。

本次发行采用向特定对象非公开发行股份的方式，发行对象为上海尧强、上海迦恒、上海鸿石鑫共3名交易对方。上海尧强、上海迦恒、上海鸿石鑫分别以其持有的谦玛网络10.631%、9.750%、5.619%的股权认购上市公司本次公开发行的股票。其中，上海尧强由谦玛网络创始人刘迎彬全资持有，上海迦恒则由刘迎彬与妻子王霞所持有，上海鸿石鑫则由谦玛网络销售总监程振华所全资持有。



元隆雅图日前披露拟以发行股份及支付现金相结合的方式购买上海尧强、上海迦恒、上海鸿石鑫合计持有谦玛网络40%的股权。2018年11月，公司已完成对谦玛网络60%股权的收购。但原本按部就班的并购，因为5月6日的股价“闪崩”而受到外界特别关注。外界猜测较多，部分指向业绩承诺，谦玛网络2021年业绩承诺不低于6500万元，这一设置远低于近两年增速。

对此，作为业绩承诺方的谦玛网络创始人刘迎彬表示，从可持续的长远发展角度来看，业绩承诺设置过高，一旦出现意外未完成需要进行补偿。如果为了单独完成业绩承诺给团队施加太多压力，可能在内部会有不利的影响。

●本报记者 于蒙蒙

根据业绩承诺方承诺，谦玛网络2021年度净利润（净利润以扣除非经常性损益前后归属于母公司股东的净利润（孰低）为计算依据）不低于6500万元。值得注意的是，谦玛网络在2020年的扣非净利润增速近40%，而本次业绩承诺的增速回落至个位数。对于谦玛网络设置较低的业绩承诺，外界对其发展抱有疑问。

刘迎彬告诉中国证券报记者，如果将业绩增速提到更高，谦玛网络管理层获得的对价也更多。之所以放弃更高的回报，是因为从可持续的长远发展的角度来看，业绩承诺设置过高，一旦出现意外未完成需要进行补偿。而其获得对价，如果为了单独完成业绩承诺给团队施加太多压力，可能在内部会有不利的影响。

或受一季度业绩影响

并购之外，元隆雅图5月6日股价的“闪崩”引发市场广泛关注。

5月6日盘后龙虎榜显示，三家机构合计净买入975万元，另有两家机构合计净卖出945万元，显示出机构对于公司存

在分歧。

对于公司股价异动，元隆雅图董秘相文燕坦言也看不懂。她猜测部分或与早前炒作环球影城概念资金有关，此外是针对一季度业绩的市场反应。

一季报显示，元隆雅图实现营业收入4.45亿元，同比增长33.81%；实现归母净利润0.28亿元，同比增长46.24%。扣非后归母净利润为0.20亿元，同比增长11.31%。一位长期关注元隆雅图的机构研究员更倾向业绩因素，他指出此前市场对于公司的业绩增速预期较高，这份业绩并不靓丽。

对于业绩问题，元隆雅图在互动易平台上进行回应。公司称，一季度业绩受费用增加影响较大，第二增长曲线布局的新业务需要组建事业部，引进人才，期权激励计划从去年12月起摊销费用，今年一季度摊销期权费用430万元。公司四项费用中，研发费用增长最多，是公司对新项目进行投入。谦玛网络运行良好，新客户持续导入，在手大客户仍在持续增长，团队还在迅速扩张中。元隆有品平台与国美的合作已进入实施阶段。

瑞丰银行IPO获批

浙江首家上市农商行有望诞生

●本报记者 王方圆

5月7日晚间，证监会核发浙江绍兴瑞丰农村商业银行（简称“瑞丰银行”）的首发申请。该行有望成为浙江省首家上市农商行。

中国证券报记者对比8家A股上市农商行发现，瑞丰银行资产规模、营业收入均排名垫底，但归母净利润超过苏农银行、张家港行、江阴银行，经营效益较好。

资产总额超1200亿元

官网显示，瑞丰银行前身为绍兴县信用联社，1987年列入全国农村金融体制改革试点，率先与农业银行脱钩，成立绍兴县信用联社。2005年改制为浙江绍兴县农村合作银行，2011年改制为浙江绍兴瑞丰农村商业银行股份有限公司。该行经营区域主要集中在绍兴市柯桥区。截至2020年年末，该行共设有105家分支机构，员工2144人。

年报显示，2020年瑞丰银行营业收入为30.09亿元，同比增长5.19%；归母净利润为11.05亿元，同比增长6.40%。截至2020年年末，资产总额为1295.16亿元。

资产质量方面，截至2020年年末，瑞丰银行不良贷款率为1.32%，同比下降0.03个百分点；拨备覆盖率为234.41%，同比下降9.43个百分点。资本充足率方面，截至2020年年末，资本充足率为18.25%，一级资本充足率为14.67%，核心一级资本充足率为14.66%。

瑞丰银行2021年经营目标为：全年实现净利润11.5亿元，资本利润率（ROE）达到10%，资产利润率（ROA）达到0.85%；不良贷款率控制在1.32%以内，拨备覆盖率达到240%，资本充足率达到14.5%。不过，联合资信指出，瑞丰银行对公存贷款业务规模下滑、业务及管理费上升较快等对其信用水平可能带来不利影响。

中小银行上市步伐加快

资料显示，2016年11月8日，证监会受理瑞丰银行首次公开发行股票申请，2021年1月7日，该行成功过会，期间历时1522天。

根据瑞丰银行首次公开发行招股说明书，该行拟登陆上交所，IPO计划发行股份数量不低于1.51亿股且不超过4.53亿股，发行后总股本不超过18.11亿股。本次公开发行股票募集资金在扣除相关发行费用后，将全部用于补充该行核心一级资本。

近年来，中小银行上市步伐明显加快。4月30日，齐鲁银行获IPO批文，5月7日披露首次公开发行股票发行安排及初步询价公告，并宣布将于5月13日定价，5月17日申购。

业内人士分析，这与中小银行资本补充和风险防范问题有关，上市融资是中小银行缓解资本压力的有效手段，未来中小银行有望迎来上市热潮。

超高清视频发展迎新机 万亿级新兴产业集群呼之欲出

●本报记者 吴科任

5月9日，工信部部长肖亚庆在2021世界超高清视频（4K/8K）产业发展大会上表示，加快发展超高清视频产业，能够直接带动制播设备、终端产品、显示面板、芯片等产业链整体换代，促进数字技术创新突破，拉动“双千兆”新型基础设施建设，促进内容繁荣和应用创新，形成万亿级新兴产业集群。

专家认为，超高清视频产业是面向“十四五”推动高质量发展、构建新发展格局的重要抓手。2020年，我国超高清视频的生产、网络传输、终端呈现、核心元器件、视频服务等环节直接的重要发展方向。肖亚庆说，要着重把握好重大技术代际演进的战略机遇，加快全产业链优化升级，打造全球领先的超高清视频产业集群。

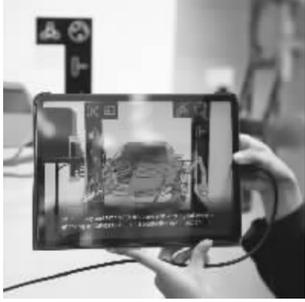
本土化步伐加快

超高清视频是视频技术继模拟、标清、高清后的新一轮代际演进，与5G、AI等同为当今新一代信息技术的重要发展方向。肖亚庆说，要着重把握好重大技术代际演进的战略机遇，加快全产业链优化升级，打造全球领先的超高清视频产业集群。

中国电子信息产业发展研究院院长张立认为，当前我国超高清产业发展已取得重要进展。一是重点产品本土化步伐加快，标准引领型生态加速构建。比如，4K、8K、SOC、核心芯片、音视频处理芯片、编解码芯片、图像传感器、高精精密光学镜头等短板环节不断地取得突破，超高清摄像机、监视器、8K采编播系统、8K非线性编系统等前端设备本土化率大幅提升，国内主导设计、集成建造的首台5G+8K超高清视频全业务转播车投入应用。

二是超高清频道建设卓有成效，内容制作能力显著提升。比如，继中央广播电视总台、广东电视台之后，杭州、广州、上海、北京、深圳等地方4K超高清电视频道陆续获得批复和上线。

三是终端与网络超前普及，消费升级信息基础设施逐步完善。如在终端方面，我国4K电视销量占比持续提升



新华社图片

长，国内零售的4K超高清电视的渗透率已经超过了70%。43英寸以上的渗透率近100%。8K电视成为各电商厂商的旗舰标配，HDR、高帧率、宽色域、高色深等指标成为终端性能的新卖点。

四是“超高清+5G+AI”技术深度融合，行业应用标志性案例亮点纷呈。超高清视频与5G、人工智能、虚拟现实等新一代信息技术深度融合、创新发展，催生了大量新场景、新应用、新模式，已成为5G商用部署的重要场景和驱动力，“5G+4K/8K”在广播电视、安防监控等多个行业率先成熟落地。

不过，在英特尔副总裁兼中国区总经理王锐看来，发展超高清视频也带来了一些技术挑战。首先，随着超高清内容的指数级增长，对于IT基础设施的云计算能力、网络传输能力、数据存储能力都带来了全新的要求。其次，需要有更动态化的编码技术，对于视频和语音中有价值的信息进行优化编码，对于其他的信息进行场景化的智能识别和压缩。第三，必须在终端的连接和适配能力上进行优化和提升，同时要集成数据的传输、安全等要求，逐步实现无线化。此外，为了让AR/VR等技术更好地服务消费者，需要更加精确地获悉消费者的需求，因此必须引用像AI这样的智能技术。

迈入黄金发展期

TCL董事长李东生表示，随着5G商业应用和超高清显示技术的推广应用，中国超高清终端产业格局不断

完善，市场覆盖率持续提升，有望在今年开启超高清视频产业发展的黄金时期。

李东生认为，我国超高清产业正迎来三个重大发展机遇。一是用户对超高清视频的需求不断攀升，市场空间巨大。信息视频化、视频超清化，已成为电子显示产业发展的一大趋势，超高清视频在分辨率、宽色域、高动态范围等多维度同步提升，给用户带来了颠覆性的观看体验，成为当前“宅经济”下消费升级的大势。

二是中国雄厚的超高清产业基础，叠加政策驱动，推动行业进入黄金发展期。据机构预测，2022年中国超高清视频产业市场规模将超过3万亿元。以超高清显示面板为例，新型显示器件是承载超高清视频产业的重要支撑和基础，近两年中国液晶面板产能快速扩张，2020年中国大陆面板厂TV面板出货量已占全球市场的55%，且比例还在继续提高。从产品技术看，中国半导体显示企业在超高清柔性屏、折叠屏和新型显示技术和材料领域，正在从追赶超越。

三是日趋成熟的产业生态。超高清视频产业链长，覆盖领域广，经过多年蓄势发展，产业链趋于完整成熟，自主研发的行业标准得到应用，超高清终端产品达到相当大的规模，随着5G商业化的落地，行业发展不均衡，产业配套薄弱的痛点有望得到解决。可以预见，未来三到五年，我国超高清产业从高清面板、拍摄机器、视频制作等上游设备生产，到机顶盒、光纤、5G基站等传输系统建设，再到下游内容制作，整个产业链将加速形成成熟的生态。

中国联通总经理陈忠岳表示，5G时代，超高清视频产业起飞在即，正在改造千行百业，实现万物智联，深入亿万家庭。中国联通积极布局超高清产业，实施数字基础设施升级，与合作伙伴一起，全力构建新生态、打造新能力、开创新运营，助力实现高质量发展、高效能治理、高品质生活。

张立就我国超高清视频产业发展趋势做出三点判断：一是8K时代有望提前到来；二是数字内容版权保护将提升至新高度；三是有望率先成为“双循环”新发展格局的样板案例。

数字化先行 中信银行让金融服务更有温度

随着我国经济进入到高质量发展阶段，大力推进财富管理业务已经成为国内银行业的共识。有专家预测，到2035年，我国居民可投资资产规模会在目前200万亿的基础上再增加200—300万亿，达到400—500万亿的规模，是一片非常巨大的蓝海。

在财富管理方面，中信银行正在探索一条软实力与硬实力相结合的独特打法——科技与服务相辅相成，背靠集团协同优势，财富管理全速奔跑。

2020年，中信银行的零售业绩十分抢眼。客户规模迈上亿级台阶，零售管理资产规模达到2.3万亿元，营业净收入占比由2017年末35.42%提升到41.79%。在普益标准于2021年3月发布的《全国100家商业银行财富管理能力和排名报告（2020下半年）》中，中信银行位居全国性银行榜单第二名。

不同于同业对指标的简单追求，中信银行的发展战略中，还有随处可见的温度。

早在2017年，中信银行在年报中首次提出“打造有温度的商业银行”；同年，中信银行正式将零售银行提升到与公司银行、金融市场“三驾齐驱”的战略地位。2018年，中信银行正式发布零售银行品牌主张——“信守温度”，强调要打造“有温度”的零售银行品牌。下一个三年战略规划，中信银行零售的雄心是“打造客户首选财富管理主办银行”。

数字化先行 让金融更有力度

要为客户提供“有温度”的服务首要前提是了解客户真正想要的是什么，正如中信银行副行长吕天贵所言：“客户才是数字化转型的出发点和驱动力”。

在提供“有温度”的服务的路上，科技成为银行最有力的支撑。在科技创新方面，中信银行开展诸多积极尝试。2020年8月，中信银行手机银行APP首次上线“财富体检”功能，基于客户的财富水平、风险偏好以及所处生命周期，动态检视客户财富配置状况，并提供针对性的资产配置建议和产品推荐。截至2020年底，共有8.5万名客户使用财富体检功能，管理资产提升71亿元。

针对更多不同人群、不同场景，中信银行试图以AI+大数据探知千人千种体感的36.5℃（人体感觉舒适的温度）。据了解，目前“中信大脑”已经落地300余项“AI+大数据”精准模型，实时智能服务客户超千万。出国、老年、女性是中信银行聚焦的三大客群，中信银行的APP可以切换包括老年人、小微企业、私人银行等在内的七个版本，满足不同人群的不同需求。

实现前沿科技创新，全行上下的投入必不可少。2020年，中信银行科技投入占比超3%，在股份制银行中名列前茅。科技投入近70亿元，同比增长24.43%。科技人员（不含子公司）达4,190人，同比增长31.68%，科技人员占比达7.60%。

除科技的加持外，中信银行在财富管理服务方面还拥有得天独厚的优势——依托中信集团牌照综合金融资源。中信集团旗下有齐全的金融门类，集团内共有15家金融子公司，在产业链上还投资不同行业的企业，既可实现融融协同，也可实现产融协同。中信银行依托中信集团综合金融平台，可与兄弟公司如中信证券、中信建投、中信信托、华夏基金、中信保诚基金、中信保诚保险等头部金融机构联手，共同为客户打造专业、智慧、开放、有温度的财富管理服务体系。

服务“一老一小”细分客群 让金融更有温度

“温度”，一直是中信银行代名词。从2017年首次提出“打造有温度的银行”开始，中信银行一直在感知不同客群的温度，坚信银行不该是冰冷的金融机构，而是具有人体最适宜的温度——36.5℃。

中信银行副行长吕天贵表示，中信银行将发挥集团综合金融优势，增强“数字化客户洞察、产品全生命周期管理、投研与资产配置”专业能力，打造集团统一的财富管理品牌，为客户提供“有温度”的财富管理服务。

而中信银行的“温度”正在向享受金融服务相对匮乏的群体——老年和青少年倾斜，“老有所养”、“幼有所育”是中信银行的奋斗目标。作为国内首批推出老年客群专属服务的商业银行之一，中信银行10年间一直以“幸福+，有温度”为服务理念，打造“幸福年华”老年客户服务体系，践行“积极应对人口老龄化”的国家战略。

在有关部门的授权下，中信银行率先与全国100余家公证处合作开展公证养老服务。从资产配置、金融+非金融教育、健康服务三方面，完善老年客户服务体系。截至2020年末，中信银行为老年客户管理的资产达到1.28万亿元，占全行管理资产规模的一半以上。

另外，为了帮助老年客户跨越“数字鸿沟”，中信银行推出手机银行老年专属版——“幸福+”版老年客户专属手机银行APP。

在青少年的教育上，中信银行一直是有力的推动者，设计开发了自有知识产权的财商课件等线上、线下青少年金融教育普及活动。出国金融服务层面，中信银行向低龄留学生推出“护航计划”，为低龄留学生提供护航计划联名借记卡“护航卡”、VISA标识“留学生”信用卡等专属金融产品及服务。此外，该行将“留学生”信用卡附属卡的申请年龄放宽到15岁，保障部分在海外无法办理银行卡的低龄留学生在境外可以顺畅刷卡消费。留学生家庭可以享受中信银行全国1,400个网点近2,000名出国金融专员的专业服务。

中信银行方合英行长表示：“温度是来源于打造极致客户体验的服务理念。科技赋能让中信银行信守温度的品牌理念更进一步实现，让银行由外部的场景联接共享，生成直达用户端的应用场景。商业银行，将从物理网点服务转变为随时、随地、随需，可以在多个场景无处不在，7×24小时服务的银行。”

