

鹏博士总裁崔航: 打造全球领先数据运营服务商

□本报记者 杨洁



IDC行业将大整合

中国证券报: 数据中心被纳入新基建范畴后, 行业 and 过去有没有发生一些变化, 你观察到了哪些现象?

崔航: 变化是很显著的。数据中心过去有一段时间有点被妖魔化了, 很多人认为它是一个高耗能、低产出的行业, 不太受欢迎。大家过去没有意识到, 数据中心其实是一个城市发展的必要配套设施, 就像一个城市必须要有水、电、煤气、污水处理厂一样, 城市经济社会发展离不开数据中心。

随着数据中心被纳入新基建范畴, 越来越多地方的观念发生了改变, 数据中心是数字经济必不可少的基础设施。当然, 有些地方也确实出现了“一窝蜂”上马的现象。

从我们在数据中心行业20年的经历来看, 我们还是有所担心的, 应该对数据中心重视, 但同时也建议地方政府根据人口、经济总量等测算未来对于数据中心的需求, 并设定相应门槛。

中国证券报: 有人认为, 数据中心行业将可能会产生泡沫以及价格战, 你对此如何看待? 公司对于未来的竞争有没有做一些准备?

崔航: 未来价格战的可能性很大, 现在鹏博士与资金成本比较低的投资机构合作, 就是因为我们做了通盘的考虑。同时, 我认为, 未来数据中心行业可能会变成红海, 一些数据中心资产可能会由于资金实力不足、专业性不强、经营管理不善等因素在竞争中被淘汰。这时我们也希望能抓住时机, 整合一些优质资产, 输出我们在维护、运营、销售等方面的能力。

中国证券报: 你预计数据中心行业未来的整合期会出现在什么时候?

崔航: 三年。现在大家都在拼命拿能耗指标、开工上马, 数据中心从建设到运营的时间大概是18个月, 这就是一场马拉松。三年之后, 资金实力不足、经营不善的数据中心就会被整合。

“睡醒了就要奋起直追”

中国证券报: 2016年以前, 鹏博士在第三方IDC领域一直是行业头部, 后来却逐渐落后, 原因是什么?

崔航: 在第三方IDC运营行业, 我们在2016年之前一直是第一, 我们就好比是龟兔赛跑里面的兔子, 但是睡着了, 所以被乌龟给超过了。现在我们睡醒了, 就要奋起直追。

企业经营过程需要进行战略方向的选择和定位, 选错了方向便会影响发展。2016年, 在企业发展前进道路的十字路口, 我们押宝押错了, 选择了宽带业务而没有继续壮大数据中心, 这是我

日前, 鹏博士总裁崔航接受中国证券报记者专访, 解读了公司近期围绕新基建的系列战略调整动作, 也回应了市场关于公司出售优质资产还债的关切。他表示, 过去鹏博士的确存在战略方向选择失误, 是“龟兔赛跑”中“睡着的兔子”。不过, 随着如今战略调整完成、引入外部资本并恰逢新基建机遇, 鹏博士已经做好准备, 正在“奋起直追”。

们企业战略方向的失误, 造成了我们从2016年到2019年没有新增一个数据中心。但现在, 我们想要把颓势扭转过来也不是不可能。

中国证券报: 鹏博士在数据中心领域的核心竞争力体现在哪里?

崔航: 鹏博士的优势在于客户多元化, 以及20年没有断电网事故出现的良好口碑。我们希望不只是卖电、卖机柜空间, 而是提供云网一体化的基础设施

服务, 通过提供更好的节能方案与网络优化方案、更多的云产品和软件增值产品, 来提高单位产能附加值, 这将是鹏博士的核心竞争力。

中国证券报: 近期公司对外转让数据中心资产, 决定走“轻资产、重运营”的路线, 市场有观点认为公司把核心资产都转让来还债, 已到绝境, 你怎么回应?

崔航: 还债我觉得不用避讳, 欠债还钱天经地义, 鹏博士现在的确使出浑身解数, 我觉得这是企业责任感的体现。但除还债以外, 更重要的是, 我们优化了资产结构, 以轻装上阵的方式集中精力迎接新基建时代数据中心市场需求的爆发。

作为上市公司, 财务核算上的折旧是非常吃力的, 国家也推出了数据中心资产证券化的政策, 给持有重资产的机构或企业提供了上市或资本运作的机会, 把资产配置做到最优才是现在企业应该做的事。

数据中心属于典型的重资产, 投资回报周期漫长, 近期我们和资金成本低的投资机构锦泉元和达成未来200亿元的投资合作, 实际上是各取所需, 各自都能放开手脚, 发挥所长, 互惠互利, 合作共赢。

数据中心“一柜难求”

中国证券报: 此次新冠肺炎疫情被认为客观上加速了各行各业数字化、线上化的渗透, 数字中心行业需求方面是否发生变化?

崔航: 疫情期间, 家里的小孩都在上网课, 以前家长也好、老师也好, 对网课接受度并不是很高。但几个月下来, 大家发现网课效果还不错, 还有远程办公、远程医疗等应用也更加普及。疫情对中国互联网应用和远程应用促进非常大。这些技术实现的背后是大量服务器的支撑, 而数十万台服务器就是放在数据中心。现在数据中心非常抢手, 几乎是“一柜难求”。

中国证券报: 疫情激发的数据中心需求是短期还是长期的? 未来三年, 公司目标可运营机柜数预计将达到12万个, 是否担心销售问题?

崔航: 5G时代, 数据中心需求肯定会爆增, 同时, 一线城市的数据中心机房建设设定规模和能耗限制严格, 行业供需缺口较大且持续存在。从市场角度来看, 数据的产生是和人类生活以及经济活动紧密相连的。虽然数据中心能耗让一线城市不堪重负, 但由于需求使然, 未来北上广深这些核心城市依旧会出现“一柜难求”的局面。鹏博士仍在核心城市和经济发达地区加大资源储备和布局力度, 重点布局京津冀、长三角和大湾区的大型数据中心。未来三年, 鹏博士可运营机柜数预计将达到12万个。

我们也确实看到, 企业越来越重视数字化的价值。鹏博士现有2000个大客户, 实际上每一个现有客户增加的数据中心需求基本上就能够解决我们的销售问题, 对数据中心的扩容需求是他们自己都始料未及的。

郎酒股份披露招股说明书

近两年高端及次高端产品收入贡献过半

□本报记者 康曦

6月5日, 证监会官网披露了四川郎酒股份有限公司(简称“郎酒股份”)首次公开发行股票招股说明书(简称“招股书”), 郎酒股份或将成为四川第5家上市酒企。招股书显示, 郎酒股份本次拟赴深交所发行不超过7000万股, 全部为发行新股。募集资金将主要用于优质酱香型白酒产能建设项目、郎酒数字化运营建设项目、郎酒企业技术中心建设项目和优质浓香型、兼香白酒产能建设项目及补充流动资金。

去年净利润达24.44亿元

“郎”酒品牌因地名, 公司主要生产基地位于四川省古蔺县二郎镇。二郎镇地处赤水河畔, 属于“中国白酒金三角(川酒)”酱香型白酒优势产区。郎酒股份生产的酱香型白酒以其独特香型和风味受到消费者的青睐。“郎”牌酱香型白酒先后于1984年、1989年连续两度在全国评酒会获评“国家名酒”称号, 奠定了“郎”牌白酒在全国白酒行业中的重要地位。

招股书显示, 郎酒产品分为高端、次高端、中端以及中低端, 出厂价大于等于500元/500ml为高端产品, 以青花郎为核心代表; 出厂价300元至500元/500ml为次高端, 以红花郎为核心代表。2017年至2019年, 上述两大品类产品总计销售收入分别为20.4亿元、38.31亿元、53.28亿元, 整体占比分别为40.09%、51.46%、64.07%。近两年来, 郎酒高端及次高端产品已占据半壁江山。

截至2019年末, 郎酒股份资产总额为209.41亿元。2017年至2019年郎酒股份分别实现营业收入51.16亿元、74.79亿元和83.48亿元, 后两年增速分别为46.19%和11.62%; 实现净利润3.02亿元、7.26亿元和24.44亿元, 后两年增速分别达140.4%和1236.64%。

股权结构方面, 郎酒集团持有郎酒股份发行前61.7%股份, 为控股股东, 公司实际控制人汪俊林合计持有郎酒股份76.7%股份。当前, 郎酒股份旗下全资及控股子公司共17家, 涵盖了白酒生产、销售及配套产业链, 员工总数近1.4万人。

募资扩大产能

此前, 汪俊林曾多次公开表示, 由于建厂土地等自然资源非常有限, 赤水河流域的酱酒产量将长期局限在20万吨/年, 加上酱酒对储存年限有要求, 谁的老酒多、产能大、基酒存放时间长, 谁就能在未来市场竞争中取得先机 and 优势。

公司表示, 将利用此次发行股票并上市的机会, 募集资金重点投向产能建设和生产技术改造, 提高名优基酒生产与储存能力, 提升产品品质等, 使公司的营业收入、净利润、净资产收益率等主要指标的排名进入白酒行业第一方阵。

招股书显示, 公司2019年度酱香型基酒产能为1.8万吨, 产能利用率已达到94.44%, 优质酱香型白酒产能建设项目达产后每年将合计新增优质酱香型基酒产能2.27万吨, 加上目前在建的吴家沟基地技改项目(一期)达产后, 公司酱香型基酒总产能将超过5万吨, 届时公司酱香型基酒生产能力将处于酱香型白酒行业前列。

2019年, 公司浓香型基酒产能1.4万吨, 由于高端浓香型白酒对窖池中窖泥的年限有着较高要求, 一般只有连续使用时间较长的窖池才能生产出高端浓香型基酒, 因此2019年公司浓香型基酒产量仅8983.47吨。但公司2019年度浓香型以及主要使用浓香型基酒的兼香型白酒销售量达到3.94万吨, 产量缺口需通过外购基酒来满足。本次优质浓香型、兼香型白酒产能建设项目达产后将新增浓香基酒产能3.34万吨, 新建窖池经过3-5年的连续生产后, 能够有效弥补公司浓香型基酒产能缺口。

公司2019年度二郎基地成品酒产能为2万吨, 本次募集资金投资郎酒天宝峰包装仓储中心项目, 达产后成品酒灌装能力每年将达到5万吨。

招股书显示, 公司制定了三大中长期战略目标: 在白酒行业具有重要地位; 在高端酱酒领域独具特色; 与其它高端酱酒企业共同做大高端酱香白酒市场。

风范股份拟5.26亿元收购澳丰源100%股权

□本报记者 张兴旺

风范股份6月5日晚间公告, 公司拟发行股份及支付现金, 以5.26亿元对价购买澳丰源100%股权, 同时配套募资不超3.42亿元。澳丰源深耕于军工电子信息行业, 本次交易后, 风范股份将进入军工业务领域。

根据公告, 风范股份拟向王晓梅、孟剑、王博等17名交易对方以发行股份及或支付现金的方式, 购买其持有澳丰源100%股权, 交易作价5.26亿元。本次向交易对方合计发行股份的数量为7259.02万股, 以现金方式支付1.84亿元。本次交易完成后, 风范股份将持有澳丰源100%股权, 澳丰源将从股份有限公司变更为有限责任公司。

本次交易中, 风范股份拟采用询价方式向不超过35名特定投资者非公开发行股份募集配套资金不超过3.42亿元, 其中支付本次交易中的现金对价1.84亿元, 补充上市公司流动资金1.41亿元, 支付本次交易相关中介机构费用及其他发行费用1670万元。

公告显示, 本次交易之前, 风范股份主要从事1000kV及以下各类超高压输电线路铁塔、钢管组合塔、各类管道、变电站构架、220kV以下钢管及各类钢结构件等产品的研发、生产和销售, 是国内少数几家能生产最高电压等级1000kV输电线路铁塔的企业之一, 也是国内少数拥有自主知识产权并生产复合材料绝缘杆塔的企业, 公司在超高压和特高压输电线路铁塔方面处于行业领先地位。

年报显示, 2019年, 风范股份实现营收29.4亿元, 同比增长47.47%; 亏损2.79亿元。风范股份表示, 近年来, 公司积极开拓国际市场, 提升公司铁塔设计研发能力和高端制造能力, 努力谋求现有主业转型升级的同时, 也在寻求新的利润增长点, 培育具有相当技术含量和一定发展空间的新兴产业作为主业之一。公司新增主业的培育方向为高端装备制造行业, 或其他符合国家发展战略的新兴产业, 以期形成传统+新兴产业双轮驱动的局面, 最终实现公司的长期可持续发展。

公告显示, 澳丰源深耕于军工电子信息行业, 主要产品包括高功率发射机、固态RF功率放大器、射频前端等各类微波射频产品, 是国内军工电子信息领域的领先企业。

风范股份表示, 本次交易后, 公司将进入军工业务领域, 未来有望获得快速的发展。

根据公告, 本次交易的业绩承诺方为王晓梅、孟剑、王博、凌红、雷崇文、张新媛、马光远、张美静等8名自然人, 业绩承诺方合计持有澳丰源97.63%的股份。业绩承诺方承诺, 2020年、2021年和2022年澳丰源净利润承诺数分别不低于3400万元、4150万元和5100万元。

康辰药业: 进军骨科改变单一产品格局

精准布局“全球新”在研产品管线

□本报记者 傅苏颖

日前, 康辰药业发布并购及非公开发行股票预案, 预计募集金额不超过4亿元, 主要用于通过子公司康辰生物并购“密盖息”资产项目, 同时取得“特立帕肽”商业化权利。对此, 康辰药业负责人接受中国证券报记者专访时表示, 并购可帮助公司尽早结束单一产品的局面, 并努力将康辰生物打造成一家专业骨科公司, 具备单独上市的条件。同时, 此次并购也能提振公司的销售收入和利润。

核心产品每年约10%复合增长率

康辰药业是一家以创新药研发为特色的医药企业, 目前主要的药品和新药研发项目涉及血液、肿瘤领域。公司核心产品“苏灵”是截至目前国内血凝酶注射剂市场唯一的创新药。2019年, 公司“苏灵”产品实现销售收入10.5亿元, 同比增长8.5%, 占总业务收入的98.8%。

上述负责人表示, “苏灵”的竞争优势在于它是目前国内唯一做过Ⅰ期、Ⅱ期、Ⅲ期、Ⅳ期临床试验的产品, 也是唯一进入国家战储目录的产品。在研发过程中也是第一个完成了氨基酸测序和蛋白质全基因测序的产品, 所以“苏灵”的核心竞争优势仍然很大。

该负责人表示, 当年公司推出“苏灵”时, 中国蛇毒血凝酶市场领域已形成固有的格局, 仿制药占主导。“苏灵”推出之后, 凭借其产品优势和公司独创的联盟

营销模式, 只用了三年多的时间便取得细分市场销售收入冠军。十年来, “苏灵”每年仍以10%左右的复合增长率在增长。

目前, “苏灵”的市场占有率为20%左右, 未来仍有进一步的增长空间。一是缘于手术量的刚性增长; 二是苏灵在不同省份销量不一, 通过提升产品在医院和科室的覆盖率可以提高销量。

对“两票制”、带量采购等政策带来的影响, 该负责人表示, 公司采取了措施积极应对。比如“两票制”, 公司过去的销售模式是联盟营销模式, “两票制”取消了以前的代理环节, 公司根据业态变化及时将联盟商转化为服务商。对于集采来讲, “4+7”试点当时主要是通过一致性评价的仿制药品种, 没有涉及创新药。接下来是否会涉及创新药, 公司也开始准备应对。如最近通过并购新产品, 降低公司的单一产品风险, 就是公司其中应对的一种方式。

精准布局“全球新”在研产品管线

康辰药业持续加大研发投入。年报显示, 2019年公司投入研发费用1.1亿元, 比上年同期增长35.6%, 占营收比例为10.21%。

上述负责人介绍, 2018年底, 公司研发团队重构完毕后, 梳理布局了“全球新”在研产品管线, 同时确定了具有挑战性的量化目标。

在研发方面, 康辰药业董事长王锡娟介绍, 国家药品监督管理局(NMPA)于

2020年1月22日颁布了新版《药品注册管理办法》, 其中第四章“药品加快上市注册程序”中明确了三种加快审评审批途径, 分别是突破性治疗药物程序、附条件审批程序和优先审评审批程序。这为中国境内有突破性治疗效果药物的提前上市创造了机会。

KC1036和CX1003是康辰药业自主研发的境内外均未上市的化学药品一类创新药。KC1036临床定位消化道肿瘤, 首选肝内胆管癌、胆囊癌、食管癌等能够在突破性治疗适应症突破。CX1003临床定位罕见肿瘤, 首选甲状腺髓样癌, 去势抵抗性前列腺癌骨转移、软组织肉瘤等罕见肿瘤为突破。

基于对临床前研究结果和临床适应症开发定位, 公司评估了KC1036和CX1003均具有在临床早期研发阶段获得突破性抗肿瘤疗效的潜力, 公司会努力争取在突破性治疗适应症上获得有条件批准上市。

另外, 王锡娟表示, CX1026为公司临床前在研项目, 该项目定位在血液肿瘤, 正在有条不紊地进行临床前研究。同时, 今年还将有几个预研项目也会正式立项。在肿瘤产品立项方面, 公司对抑瘤率和安全窗口都设置了很高的标准。与此同时, 公司BD部门也同步进行境内外已上市产品和在研产品的引进工作, 以加速康辰药业创新药产品的扩充。

公告显示, 公司CX1409、迪奥两个在研项目已终止后续研发。对此, 上述负责