

原生鸿蒙将揭开生态建设新篇章 机构应声而动调研相关概念公司

■本报记者 贾丽

进入2024年,华为在原生鸿蒙上大动作不断。

1月15日,华为终端在微博正式宣布,鸿蒙生态千帆启航仪式将于1月18日举办,其分会场设定在北京、上海、杭州、南京、成都、厦门、武汉、长沙8大城市,届时将揭秘鸿蒙生态和HarmonyOS NEXT进阶新篇章。

当日,华为方面对《证券日报》记者确认了该消息。据了解,华为上述启航仪式的主会场设立在深圳,同时在全国多地设立分会场,形成多地联动。此外,原生鸿蒙在今年还将迎来多个大事件。从多家头部企业密集启动鸿蒙原生应用开发,到全新HarmonyOS NEXT开发者预览版将面向所有开发者开放,原生鸿蒙生态发展将持续迈上新台阶。

“鸿蒙生态千帆启航仪式”的启动,标志着华为鸿蒙生态发展进入了一个新的里程碑阶段,不仅预示着鸿蒙将进一步深化和拓宽其应用领域,也反映出原生鸿蒙的成熟度提升、认可度提高和快速成长。2024年是鸿蒙走向独立元年,也是鸿蒙生态发展完善的关键之年。”北京前沿金融监管科技研究院研究员马超在接受《证券日报》记者采访时表示。

迎来发展关键节点

1月15日,华为鸿蒙开发者社区也发布消息称,HarmonyOS NEXT开发者预览版Beta开启招募,首批支持三款机型。

实际上,早在去年8月份,华为就推出了面向开发者的

HarmonyOS NEXT开发者预览版,基于开源鸿蒙开发,其最大的特点便是不再兼容安卓应用。自此,鸿蒙逐步走向“独立”的道路。

这一系列最新动作,对鸿蒙生态发展而言也意义重大。“‘鸿蒙生态千帆启航仪式’以及操作系统新版本的推动,意味着鸿蒙生态规模与复杂性达到新高度,能够支持大规模的多城市联动活动,也可见生态的认可度显著提高。同时,HarmonyOS NEXT涉及原生鸿蒙关键环节技术突破、商用落地等,将加速鸿蒙的技术创新、标准化进程及全球布局。”马超认为。

去年以来,多家头部企业相继宣布启动鸿蒙原生应用开发。据了解,目前仍有部分企业就相关事宜正在与华为进行接触,今年有望陆续“入局”。而鸿蒙原生应用的密集发布也被业内视为是鸿蒙进一步与安卓“脱离”的表现。

然而,这对于仅有6年正式发展历程的鸿蒙而言并不容易。对于鸿蒙面临的挑战,华为常务董事余承东在新年伊始发布全员信称:“2024年是鸿蒙的关键一年,要加快推进各类鸿蒙原生应用开发,集中打赢技术底座和三方生态两大最艰巨的战斗。”

“经过几年的发展,鸿蒙已经具备了较好的技术基础。原生鸿蒙更多开发者及企业的进入,也将推动鸿蒙的市场份额持续扩大。”首都企业改革与发展研究会理事肖旭表示,不过,与安卓和苹果iOS相比,鸿蒙目前在插件开发方面还有待提升,这也是制约其市场份额的主要因素。“下一步,鸿蒙共创者要在价值维度做更多



尝试,在插件性能、使用体验、价值成长等方面不断创新迭代,解决原生鸿蒙的应用适配和人才缺口问题。”肖旭对《证券日报》记者表示。

多公司迎密集调研

随着原生鸿蒙频频迎来新进展,鸿蒙生态“队伍”不断壮大,相关概念设备受资本市场关注。自1月初以来,鸿蒙概念上市公司是A股来访机构接待量最高的“热门”。

据Choice数据统计,1月1日

至1月15日,共有10家鸿蒙概念上市公司获机构调研,分别为中科创达、九联科技、软通动力、超图软件、艾融软件等。

从同期机构来访接待量来看,九联科技最多,已接待超120家机构;软通动力以接待100家机构位列第二;超图软件、艾融软件则分别接待了36家、33家机构,位居第三和第四。

多家公司对机构调研情况进行了说明或回复。九联科技回复机构提问时表示,公司加大了对智能机器人、鸿蒙操作系统、基于OpenHarmonyOS的摄像头等新产

品的资源投入,继续推动新产品的批量化上市。中软国际表示,公司初步规划落地产品是以开源鸿蒙计算机和物联网终端为主,包括商用PC、云端等。

“随着鸿蒙生态的不断发展和完善,众多A股上市公司已然‘入局’,合作涉及原生应用开发、硬件集成等多个方面。而‘鸿蒙生态千帆启航仪式’的开启将进一步深化鸿蒙生态合作伙伴的关系,并加速鸿蒙‘独立’,打开国产生态在全球市场快速扎根发展的新格局。”联创资本总经理王欣宇对《证券日报》记者如是说。

美达股份易主后高管扎堆辞职 公司原董秘:正在交接工作

■本报记者 李昱丞
见习记者 解世豪

1月14日晚间,刚刚通过定增成功易主的美达股份发布公告称,公司董事会于近日收到董事长何洪基、董事孙磊、李晓楠(辞去其兼任的董秘一职)、独立董事陈玉宇、高琦、林涵、监事王妍、薛泰强提交的辞职报告,同时,财务总监杨淑奎也已提出辞职。

1月15日早,就美达股份管理层“扎堆”辞职,深交所火速下发关注函。

1月15日,美达股份原董秘李晓楠对《证券日报》记者表示:“公司实控权已经变更,所以核心岗位变化包括治理层改组都是正常推进的。在项目启动的时候,认购方、上市公司和大股东都已经对管理层安排做了约定且都是公开的。目前我们正处于交接工

作中。”

董监高共9人辞职

根据公告,上述9人的辞职都是由于“个人原因”。此次改选,美达股份原9名董事中有6名董事提出辞职,3名监事中有2名监事提出辞职,以及2名高级管理人员(其中1名为董事兼任)提出辞职,上述人员辞职导致公司董事会、监事会成员低于法定最低人数。

对此,美达股份表示,在公司改选出的新任董事和监事就任前,相关辞职人员仍应当继续履行相关职责。待辞职报告生效后,将不担任公司及其控股子公司担任其他职务。公司将按照法定程序尽快完成董事和监事的补选,董事长、监事会主席选举等工作。

同时,经美达股份董事会推荐,董事会提名委员会审议提名,公司董事会同意陈忠、何卓胜、陈

曦为公司第十届董事会非独立董事候选人,将提交公司股东大会依法选举。此外,美达股份董事会提名委员会已同意,聘任姚顺熙和林剑波分别任公司财务总监和董秘。

深交所要求美达股份说明再融资进展、实际控制人变更情况,相关董监高辞职安排是否具有合理性,并核查公司、控股股东、实际控制人及相关方是否存在其他应披露未披露重大事项。以及说明上述变更是否会对公司治理结构、董事会和管理层日常运作、日常生产经营产生重大影响,公司目前经营管理人员是否稳定。深交所还要求公司说明为实现控制权平稳过渡已采取或拟采取的应对措施。

“纺织大王”成新实控人

就在1月13日,美达股份刚刚披露定增情况报告书,从而完

成了其历时三年之久的交易。根据报告书,美达股份定增发行对象为福建力恒投资有限公司(以下简称“力恒投资”),发行完成后,力恒投资将持有美达股份23.36%股份,成为其控股股东,被业界称为“纺织大王”的陈建龙成为新实控人。而按照美达股份原董秘所说,此次人员改选其实是在履行此前的协议。

根据2023年3月1日美达股份发布的合作协议,发行完成后,美达股份董事会将继续由9名董事组成,力恒投资有权提名4名非独立董事候选人和3名独立董事候选人。监事会将继续由3名监事组成,力恒投资有权提名2名股东代表监事。此外,力恒投资有权推荐总经理、董事会秘书、财务负责人及副总经理。

李晓楠表示:“目前来看,管理层就财务总监和董秘进行更换,其他高管几乎没动,财权和证券方面

工作必须要交由新股东,这个是很正常的。而在治理层,董事会的变动范围大了一点。”

从候选人简历来看,陈忠、何卓胜、陈曦,以及姚顺熙、林剑波均来自美达股份新实控人陈建龙旗下的恒申控股集团,且陈忠为陈建龙之子。

据悉,陈建龙控制的恒申控股集团是全球最大的己内酰胺生产商,而美达股份从事涤纶业务,双方存在同业竞争情形。陈建龙已承诺自力恒投资取得上市公司控制权之日起60个月内涉及同业竞争的资产和业务注入上市公司。

但截至定增情况报告书出具日,陈建龙控制的与上市公司构成同业竞争的资产尚未达到上市公司资产注入的条件。谈及美达股份易主后的发展,李晓楠表示:“这次变更不会对上市公司生产经营产生重大影响,关于未来发展,要由新股东制定战略和方向。”

和仁科技拟与通策口腔设立合资公司 建立口腔数字化生态系统

■本报记者 吴文婧

1月15日晚间,和仁科技发布公告称,拟与浙江通策口腔医院投资管理集团有限公司(以下简称“通策口腔”)共同设立合资公司,暂定名为和仁通策口腔数字化信息管理有限公司(以下简称“和仁通策”),注册资本拟为2000万元,其中,和仁科技拟认缴1020万元,持有51%的股权,通策口腔持股49%。交易完成后,和仁通策成为和仁科技控股子公司,纳入其合并报表范围。

对于参设合资公司,和仁科技在公告中表示,将充分利用各方的

优势资源,整合口腔医疗服务的2B、2C端,建立大的口腔数字化生态系统,构建口腔数字化信息管理及服务云平台。

天眼查App显示,通策口腔为通策医疗全资子公司。事实上,市场对于这两家上市公司在口腔医疗数字化方面的合作早有预期。早在2022年5月份,通策医疗曾与和仁科技控股股东磐源投资签署了《股份转让协议》,拟受让和仁科技29.75%的股份成为其第一大股东。

不过,在收购计划披露的9个月,2023年2月14日,通策医疗

与和仁科技双双公告同意终止这份股份转让协议,但未说明具体原因。而在10多天后的2月26日,通策医疗再度发布公告称,拟受让和仁科技4992.03万股股份,交易金额达5.01亿元。这一交易随后顺利完成,目前,通策医疗持有和仁科技19.01%股份。

公告显示,此次设立和仁通策将通过打造数字底座、数智大脑,支撑口腔医疗机构运营平台化转型,以患者为中心,以患者为基本点,打通所有的信息传输环节,实现医院系统的整合与问题解决。让设备、机器、后台能够解决的问题自动化解决,减少医生及客服人员

的重复性劳动。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院副院长朱克力向《证券日报》记者表示:“数字化转型正成为口腔医疗发展的必然趋势,在数字化生态系统构建过程中,两家公司将不断探索和应用新技术新模式,从而推动整个行业技术进步与服务升级。”

“例如,借助人工智能和大数据分析技术,医疗机构可对海量数据进行深度挖掘利用,为科研和临床提供有力支持;同时通过与其他行业跨界合作,口腔医疗服务还可拓展其边界,融入更多元化健康管理体中。”朱克力提到。

宝丽迪2023年净利润 预增超100%

■本报记者 陈红

1月15日晚间,宝丽迪发布业绩预告称,2023年全年,公司预计归属于上市公司股东的净利润为9500万元至1亿元,同比增长102.58%至113.25%。

对于业绩的变动,宝丽迪称:“报告期内,公司加大技术开发和自主创新力度,锁定高端,培育新的利润增长点,实现多轮驱动,促进公司业绩持续增长。另外,公司完成对厦门鹭意的并购,增加了黑色、彩色和功能母粒等优势产品以外的如白色母粒等产品的优势,增强了发展新动能。”

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示:“宝丽迪全年业绩增长情况表现优秀,净利润预增1倍多,这与公司立足主业,优化产线、提高产能利用率,提升产品质量和附加值,加大技术开发和自主创新力度以及完成对厦门鹭意的并购等措施有关。”

宝丽迪主要从事化学纤维原液着色和先进功能改性材料研发、生产和销售。公司主打产品之一为母粒,是一种微米级分散技术的具体应用,随着公司多年以来在材料分散技术领域的深耕积累,目前公司在材料分散技术上已经拥有较强的储备。

2023年,宝丽迪不断加大投资力度。公司完成了对厦门鹭意的并购,将其成熟的纤维母粒业务纳入旗下。2023年上半年,厦门鹭意实现营收6128.87万元、净利润704.59万元。

宝丽迪表示:“厦门鹭意成为宝丽迪子公司之后,其作为公司重要的生产研发基地,能够在销售网络、采购渠道、产品结构、技术储备以及新业务领域等各方面高度互补协同,双方融合将创造出显著的协同效应。”

另外,报告期内,宝丽迪就共价有机框架材料(COFs)新材料等项目新设成立耀科新材料(苏州)有限公司。据了解,共价有机框架材料(COFs)具有高的热化学稳定性、良好的生物相容性、大的比表面积及孔隙率,可控的化学物理性质等特点,在催化化工、生物医药、石油分离、废水处理、光电材料等诸多领域均具有重要的应用前景。宝丽迪称:“公司已经完成小试和中试,正在产业化中。”

据了解,纤维母粒具有节能环保、过滤性能好、可纺性高等优势。按照颜色不同,纤维母粒可分为白色母粒、黑色母粒、彩色母粒等。

深度科技研究院院长张孝荣向《证券日报》记者表示:“近年来,在国家政策支持以及市场需求旺盛等积极因素推动下,我国纤维母粒行业发展迅速。未来,随着5G、物联网、新能源汽车等新兴产业的快速发展,行业发展态势将不断向好。另外,随着龙头企业生产规模不断扩大,我国纤维母粒行业集中度将有所提高。”

“纤维母粒市场发展现状及前景都比较乐观。”詹军豪认为,随着环保意识的提高和技术的不断发展,纤维母粒市场需求不断增加。同时,随着技术的进步和应用领域的不断拓展,纤维母粒市场也在不断扩大。未来,纤维母粒市场将继续保持增长态势。

值得一提的是,随着纤维母粒行业竞争加剧及下游化纤产业的不断发展,客户对产品技术水平和质量提出了更高的要求。

为此,宝丽迪不断加大研发投入,2023年上半年,公司研发费用达1711.5万元,同比增长55.50%。公司表示,将及时把握技术、市场和政策的变化趋势,跟踪掌握行业新技术、新材料或新工艺,将技术研发成果与客户需求相结合,提高技术研发成果对经济效益的贡献,不断加强公司的技术优势,加强新产品的市场推广。

“高端性价比”战略奏效

三只松鼠2023年净利润预增可达70%

■本报记者 黄群

1月15日晚间,三只松鼠发布2023年度业绩预告,预计公司去年实现归属于上市公司股东的净利润2亿元至2.2亿元,同比增长54.97%至70.47%;预计实现扣非后净利润1亿元至1.1亿元,同比增长146.90%至171.59%。

三只松鼠证券事务代表吕金青对《证券日报》记者表示,2023年,公司一是推进以坚果为核心的供应链全链路优化,构建全品类大单品矩阵;二是拥抱新兴渠道,调整传统渠道,构建全渠道矩阵。

从2023年3月份开始,三只松鼠坚定执行“高端性价比”战略,以优质渠道牵引供应链变革,推动运营改善与供应链升级并行,逐步构建了“全品类+全渠道”经营能力,带动业绩实现可持续增长。同时,公司渠道、品类等前中后台与货品、物流、供应链等中后台部门,全部践行“泛品销合一”,从而实现经营情况逐季向好。

记者了解到,转型中的三只松鼠主要在原料种植和生产制造等环节发力。截至目前,公司已联合供应商陆续在云南、广西、东北、安徽、江苏、新疆等多地建立了坚果原料种植基地。

“在坚果品类方面,我们主要是通过集采原料、自主制造,联动销售渠道,实现了全线产品的极致性价比。在零食品类方面主要洞察消费者需求,反向联动供应链的全链路优化,打造了一批极致性价比的核心单品。”吕金青告诉记者。

目前来看,三只松鼠“高端性价比”战略成果渐显。相关数据显示,2023年“双11”期间,公司天猫主站访客数和订单数位列大食品第一、天猫买家数增长30%、淘宝直播销售增长40%。

“从整个大的消费层面来讲,更广阔的中下线城市消费已经觉醒,当前消费力主要在中下线城市。”“高端性价比”战略是符合整个大环境和电商变化的。”吕金青对记者分析。

中国食品产业研究院高级研究员朱丹蓬认为,在当前宏观经济大背景下,休闲零食赛道已进入“平价”周期,消费者的消费思维和消费行为正发生变化,兼顾高性价比和高质性价比的品牌会是消费者非常不错的选择。三只松鼠表示,2024年,公司将更加彻底地执行“高端性价比”总战略,并在“全渠道、全品类”布局中,聚焦做强新兴渠道,聚焦做强坚果和零食大单品。

本版主编于南 责编吕东 制作同亮
E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785