

小米“点题”下一代超级互联网



◎记者 温婷 ◎编辑 邱江

小米10销售火爆、Redmi产能全开、武汉总部复工……在多个利好的“簇拥”下，小米于3月31日发布了2019年财报，全年实现总收入2058亿元，同比增长17.7%；经调整后净利润115亿元，同比增长34.8%，各项业务逆势增长，超出市场预期。

“这是稳健经营的一年，也是积极进取的一年。”小米创始人、董事长雷军在致投资人信中如是说。

在4月6日的成立十周年纪念日来临之际，小米用业绩提前庆生，但相比数字，雷军更希望传递信心：“我更想向您说明，在全球经济遭遇挑战，甚至发生‘黑天鹅’危机时，小米在坚持什么样的信念，又是如何在坚持。”

技术立业 厚积薄发

2020年正值小米创立的第十个年头。

就在财报发布前一天，小米武汉总部开始有序复工。按照小米总裁王翔在业绩沟通会上介绍的情况，目前小米的产能已经恢复到平常的80%至90%。

如果说产能的有序恢复是给员工和渠道吃下了定心丸，那么超预期的财报则让投资人投下了信任票。财报显示，自2017年首次突破千亿元营收后，2019年又创下了年度营收2058亿元的新高，小米成立以来的营收年复合增长率达112%。

2019年，小米智能手机收入达到1221亿元，全球出货量约1.25亿台，稳居全球第四。值得注意的是，2019年第四季度，在全球手机市场出货量下滑的情况下，小米智能手机出货量逆势增长，同比增长30.5%。同时，小米手机启动双品牌策略，通过Redmi与小米的差异化定位，抢占5G市场先机。

进入2020年，面临突发的疫情，小米10、Redmi K30 Pro等5G旗舰机如期发布，且频频“打破价格的枷锁”，维持着小米一贯不走寻常路的“调性”。尽管遭受疫情影响，但自3月下旬开始，手机出货量已快速反弹。

与主营业务营收与利润双增长相对应的是，小米兑现了上市前约定的“硬件综合净利润率永不超5%的承诺”，且维持在小于1%的水平；研发投入却逐年增加，2016年到2019年分别为21亿元、32亿元、58亿元、75亿元，近四年复合增长率为53%。

“持续不断的研发投入是小米产品竞争力日益增长的重要支持。”王翔在业绩沟通会上表示，2020年小米研发投入仍将继续上升至100亿元。

知识产权与投资并重

以技术立业的小米对投资和知识产权都非常重视。

以知识产权为例，曾一度受困于海外知识产权纠纷的小米已经开始补短板。王翔坦言，2014年之后，小米在知识产权方面找到了科学的策略，和合作伙伴签订了许多交叉许可协议。截至目前，小米在全球的知识产权谈判中取得全胜。

财报显示，2019年小米进入全球90多个国家和城市。根据Canalys数据，其智能手机业务在40多个国家和地区的智能手机市场排名前五。2019年，小米境外市场收入达到912亿元，同比增长30.4%，占比近半。

“我们非常有信心：专利不会成为小米出海的障碍。”据王翔介绍，小米的策略一方面是交叉许可，长期可持续地进行产权战略合作，另一方面是加大研发投入，以建立专利资产，加强专利壁垒。近年来小米已申请了很多专利，包括5G技术标准专利，投入逐年增加。

投资也是如此。小米CFO周受资表示，自2017年正式成立产业投资部以来，小米面向供应商和其他优质制造企业进行投资，包括最近一些科创板上市或拟上市公司等。周受资强调，未来，小米仍将坚持以战略目的为主的投资，重点支持优质制造业在技术创新领域持续强大。同时，为小米的供应链作出更多元化的选择，为整个小米技术的发展铺一条不一样的路。

截至2019年底，小米已经投资了接近300家公司，账面价值高达300亿元。其中，小米生态链企业石头科技已成功登陆科创板。周受资表示，这代表中国资本市场对小米生态链模式的进一步肯定。

“5G+AIoT”成“题眼”

“5G并不只是手机的网络性能，AIoT也不只是AI技术或IoT平台，‘5G+AIoT’是贯穿小米集团全产品、全平台、全场景的服务能力，是小米互联网基因在新时代全面爆发的‘题眼’。”在致投资者信中，雷军这样描述小米“5G+AIoT”的战略要义。

2019年是全球移动通信产业从4G到5G的转化期，也是小米启动“手机+AIoT”双引擎战略的第一年。在手机业务稳步增长的同时，小米2019年初提出“All in AIoT”，计划5年投入100亿元。但到了2020年初，雷军亲自拍板，将未来5年“All in AIoT”的投资下限提高到500亿元，小米从智能手机的“碗”里跳到智能生活的“锅”里的野心尽显。

细品2019年财报“IoT与生活消费品业务”的表现，就不难发现其中原因。

数据显示，2019年，小米AIoT与生活消费品业务收入达621亿元，同比增长41.7%，占总营收的比重从2018年的25%上升到了2019年的30%，俨然成为小米新的增长极。

截至2019年12月31日，IoT平台已连接的IoT设备数（不包括智能手机和笔记本电脑，下同）达到2.35亿，同比增长55.6%；拥有5件及以上IoT产品的使用者数量增加至410万，同比增长77.3%。同期，小爱同学月活超过6000万，同比增长55.7%，成为国内最活跃的人工智能语音交互平台之一。

小米将大家电作为AIoT业务的重要组成部分。2019年，智能电视出货量达1280万台；冰箱、洗衣机等白色家电产品也相继推出，IoT产品线进一步丰富。

机构报告指出，小米已经在IoT领域形成品牌效应，知名品牌可降低消费者认知成本，对销售产生强大助推力，小米IoT平台将单品的生意，做成生态的生意。因此，基于IoT平台规模，小米在智能生活领域的优势还在不断扩大。

基于“5G+AIoT”的生态基础，2019年小米互联网收入达到198亿元，同比增长24.4%；第四季度互联网收入为57亿元，同比增长41.1%，其中新兴业务收入占比扩大至43%，同比暴增112.6%，主要包括电视互联网服务、海外互联网服务、有品电商及金融科技所产生的收入。

小米的IoT产品在境外也备受追捧，智能电视、智能手表、电动滑板车均成为热销产品。小米表示，2020年将持续保持对境外市场的拓展运营，通过加强与欧洲主要电信运营商的合作来拓宽销售渠道，把有竞争力的IoT产品提供给更多国家和地区的消费者。

截至2019年底，小米现金总储备达到660亿元。存货周转率由2018年第四季度的65天降到2019年第四季度的54天。“小米的现金储备非常健康。”周受资表示，小米此前坚持的“稳增长、去库存”战略已经被证明有效。

所有成绩，皆成过往；所有过往，皆为序章。远见、信心、韧性和强大的行动力，已经支撑起10岁的小米。怀着对“下一代超级互联网”的向往，小米仍秉持招股书中对“一家真正实现世界级效率的公司，将拥有穿越经济周期、持续抓住行业涌现的新机会和长久保持优秀运营表现的能力”的执着，奔赴下一个十年。

“经验告诉我们，疫情并不会毁灭市场机遇，只是让春天的到来延后。”雷军说，“我们相信，命运总会奖励乐观严谨、勇于行动的人，而现在就是行动的時刻。”

■新三板精选层播报

华为2019年业绩亮眼 35家新三板公司“沾光”

◎记者 卢梦匀

周二华为公布2019年年报，全球销售收入实现8588亿元，净利润627亿元，三大业务板块均实现了正向增长。前五大客户中含有华为或者自身与华为有着深度合作关系的新三板公司已经多达35家，其中部分企业正在筹备IPO，也有公司正冲刺精选层。华为亮丽业绩的背后，这些新三板公司自然也“沾光”不少。

在华为的业务中，消费者业务占据了超过一半的比重，而华为的运营商业务尤其是5G方面的进展备受市场关注。2019年，华为运营商业务实现销售收入2967亿元。华为与全球运营商一起设立了5G联合创新中心，持续推动5G商用和应用创新。

与华为在5G方面有着深度合作的新三板公司就有好几家。作为华为5G物流生态合作伙伴的利尔达，可能将成为拟精选层公司中首个华为概念股。

在NB-IoT（窄带物联网）业务上，利尔达在国内的市场份额约为25%，出货量全球第二；在LoRa（低功耗局域网无线标准）业务上，利尔达占据Semtech（LoRa芯片厂商）全球10%的出货量，模组全球出货量第一。

公司旗下浙江联芯物联网科技有限公司专注于运营商蜂窝物联网的软硬件技术开发，与华为深度合作，共同推进蜂窝物联网的发展。去年9月，利尔达与海尔空调、中标院、中国循环经济协会、中国电信、中兴、华为海思等正式发布了全球首个5G共享空气系统技术标准——《基于5G NB-IoT物联网的共享空气系统技术要求》。

利尔达目前已经进入了精选层挂牌辅导期，其2017年度、2018年度经审计的研发费用分别为6848.22万元、6875.53万元。公司尚未公布2019年年报，但去年前三季度实现营收9.20亿元，同比增长3.53%；归属于挂牌公司股东净利润7321.69万元，大增178.08%。

除了利尔达以外，受益华为开拓5G业务的还有电旗股份、朗鸿科技、华灿电讯等公司，这些公司来自华为的营收占比均超过了三成。

以电旗股份为例，公司主要客户是华为、中兴、爱立信等主要通信设备制造商，以及中国移动、中国电信、中国联通三大移动通信运营商和中国铁塔公司。公司也积极参与5G实验网和预商用网工作，为大规模5G网络建设储备人才。公司去年上半年实现净利润2181.20万元，大增143.48%。华为在2018年为电旗股份贡献了2亿元的销售收入，占后者总营收比重为46.66%。

新三板公司坤恒顺维1月份宣布了拟科创板上市。这家市值不到2亿元的企业底气这么足，可能跟与华为达成合作有关。据公开资料，2019年，公司已开始向华为提供应用于5G测试的无线信道仿真仪。公司去年上半年营收2247.04万元，同比增长72.84%；净利润78.38万元，同比增长147.11%。

除了消费者业务与运营商业务，华为企业业务也许容易被忽略。2019年华为企业业务销售收入897亿元，同比增长8.6%。虽然这个数字无法与消费者业务及运营商业务相比，但是也有不少新三板公司受益于这个业务板块。

中建信息与华为的合作已经有十多年的时间。中建信息自2009年成为华为分销商以来，连续9年保持为企业业务中国区总代理商份额第一，并于2017年成为华为首家下单金额超过百亿元的总经销商。公司去年前三季度实现营收91.81亿元，同比增长0.82%；净利润2.12亿元，同比增长30.99%。

三友科技公布公开发行方案 发行底价不低于8元/股

◎记者 卢梦匀

从创业板IPO辅导转道精选层挂牌辅导的三友科技4月1日公布了公开发行方案，拟发行不超过1430万股股份，发行底价不低于8元/股，募资用于年产5万张“铜包钢”不锈钢阴极板生产项目等。

公告显示，年产5万张“铜包钢”不锈钢阴极板生产项目预计投资7715.93万元，研发中心升级建设项目预计投资5632.44万元，市场营销与客户服务网络建设项目预计投资1940.66万元，上述项目合计拟投资1.53亿元。

根据公开资料，2019年12月17日，三友科技向浙江证监局报送了首次公开发行股票并在创业板上市的辅导备案材料，辅导机构为国融证券，辅导备案情况已在浙江证监局网站公示。随着新三板改革政策陆续出台，公司根据自身发展战略的综合考量，拟将首次公开发行股票并在创业板上市的计划变更为在全国中小企业股份转让系统向不特定合格投资者公开发行股票并在精选层挂牌，并于2020年3月26日通过国融证券向浙江证监局提交了变更辅导备案目标板块的申请报告。

目前三友科技尚未发布2019年年报。根据以往财务数据，三友科技2018年全年、2019年前三季度分别实现营收1.83亿元、2.39亿元，归属于挂牌公司股东净利润分别为2351.47万元、2288.44万元，加权净资产收益率分别为15.09%、13.34%。

三友科技最新股价为8.11元。

信息披露违规 盛世光明收到监管工作提示

◎记者 卢梦匀

新三板公司盛世光明由于信息披露违规，于本周二收到了全国股转公司出具的监管工作提示。

3月24日，盛世光明披露了《北京盛世光明软件股份有限公司与银河证券签署战略合作协议的公告》，未在公告中向投资者充分揭示风险。根据相关法律法规，时任董事长孙伟力、时任董事会秘书李松对上述行为负有责任。因此，全国股转公司对盛世光明、孙伟力、李松进行监管工作提示。

在出具监管工作指示之前，全国股转公司于3月25日向公司发出了问询函，要求其说明是否已经实际开展精选层的筹备工作，如已实际开展，说明具体工作情况；如果还未开展的，需要说明董事会作出相关决议、申请辅导备案等关键环节的计划安排。同时，还要求其说明是否已经按照股转公司发布的相关通知，向投资者充分揭示风险。盛世光明于3月30日就精选层相关准备工作进行了补充披露。

三家上市钴企 去年净利下滑

◎陈雨康 ◎编辑 林坚

受累于金属钴及钴产品价格的下跌，钴业上市公司“三巨头”——华友钴业、寒锐钴业和洛阳钼业2019年业绩下滑。其中，华友钴业和寒锐钴业的归母净利润同比降幅超过90%。

华友钴业3月27日披露2019年年报，公司全年实现营业收入188.53亿元，同比增加30.46%；实现归母净利润1.2亿元，同比减少92.18%。华友钴业主营钴新材料产品和锂电三元前驱体产品。据公司披露，钴产品价格2019年全年在低位徘徊，严重压缩公司钴产品的盈利空间。此外，国内电动车产销量大下降，锂电材料需求锐减。

寒锐钴业同样遭遇业绩大幅下滑。2019年，寒锐钴业实现营业收入17.8亿元，同比减少36.06%；实现归母净利润1386.6万元，同比减少98.04%。“2019年，公司主要产品钴粉、氢氧化钴、电解铜销售量均保持增长。但由于市场环境变化，钴金属价格同比大幅下跌，公司产品毛利率降低。”寒锐钴业表示。

作为全球第二大钴生产商，洛阳钼业也未能躲过“钴价寒冬”。根据年报，洛阳钼业在2019年实现营收686.77亿元，同比增长164.52%；实现归母净利润18.57亿元，同比下滑59.94%。公司表示，业绩主要受到钴价大幅下跌和铜价持续低迷的影响。

钴价到底跌了多少？据长江有色金属网统计，1号钴在2019年年末的报价为27.6万元/吨，而年初报价为35万元/吨，全年下跌约21%。

对于钴的后市，上证报从多名业内人士处了解到，2020年钴供应的减少、新能源汽车消费回暖和5G手机热将有助于提振钴价。最保守的估计是，今、明两年钴的供需面维持“紧平衡”状态。

三七互娱拟定增45亿元加码云游戏

◎记者 李少鹏 ◎编辑 邱江

凭借着移动游戏业务的突出表现，三七互娱2019年净赚21.5亿元，创下历史新高。

4月1日晚，三七互娱发布2019年年报。报告期内，公司实现营业收入132.27亿元，同比增长73.30%；实现净利润21.15亿元，同比增长109.69%。公司拟向全体股东每10股派发现金红利3元（含税）。同时，公司公告拟定增募资45亿元加码云游戏等业务。

移动游戏业务表现给力

132.27亿元的营业收入和21.15亿元的净利润均创下历史新高，这要归功于三七互娱移动游戏业务的表现。

具体来看，三七互娱2019年移动游戏业务实现营业收入119.89亿元，较上年增长114.78%；毛利率为87.67%，较上年提高6.72个百分点。

从单个月份来看，公司运营的国内移动游戏最高月流水超过16亿元，最高月新增注册用户超过3400万，最高月活跃用户超过4000万。在游戏发行方面，根据易观数据发布的《中国移动游戏市场年度综合分析2020》，2019年三七互娱在国内移动游戏发行市场的占有率升至10.44%，优势进一步扩大。

研发是三七互娱制胜的关键词。据披露，三七互娱2019年的研发费用为8.2亿元，较上年增长52.57%，研发人员也从2018年的1379人增至1582人。公司在模拟经营类、卡牌、SLG等多个品类都进行了新尝试。据了解，公司已在海外市场推广发行自研模拟经营类产品，卡牌类游戏《代号DL》预计将于2020年推出。

公司预计，2020年一季度的净利润区间为7亿至7.5亿元，同比增长54.06%至65.06%。同时，在现有产品的基础

上，公司预计二季度将在全球范围内陆续推出多款自研精品游戏。

定增加码云游戏业务

在各路资本纷纷布局欲抢占云游戏先机的态势下，已发布首款云游戏的三七互娱拟定增募资持续加码。

三七互娱同时发布的定增预案显示，公司拟发行不超过1.06亿股股份，募集资金不超过45亿元，分别用于网络游戏开发及运营建设项目、5G云游戏平台建设项目、广州总部大楼建设项目。

其中，5G云游戏平台建设项目总投资金额为16.98亿元，拟使用募集资金16.5亿元。该项目拟进行5G云游戏平台开发工作，核心研发内容包括基础云服务、平台层服务和云游戏平台三部分。公司称，作为大型游戏厂商之一，公司目前尚未有云游戏平台产品，提前布局5G云游戏平台，也是顺势而为。据项目可行性报告，该项目税后内部收益率为40.62%，静态投资回收期为4.41年。

“游戏内容提供商布局云游戏平台，不难看出三七互娱渴望在云游戏业务上有更大作为。”有市场人士表示，目前全方位布局云游戏平台的有微软、谷歌、腾讯、网易等，游戏公司多选择与平台合作的模式，由此可见三七互娱已不满足于内容提供商的角色。

此外，网络游戏开发及运营建设项目总投资金额为16.03亿元，拟使用募集资金16亿元。公告显示，该项目拟开发的24款游戏涵盖西方魔幻类、仙侠类、东方玄幻类、战争主题类、北欧神话类及中世纪文明类等题材。

公司表示，上述项目的实施有助于公司进一步强化精品游戏内容研发及运营能力，提升游戏主业市场竞争力，打通公司文创各大板块，促进流量在各业务板块间的共享，实现流量价值最大化。