

永和智控易主搞光伏 中科云网“泼冷水”

◎记者 吴正懿

凭着“控制权转让+产业投资”的易主方案，永和智控复牌后连续两天一字涨停。

上海证券报记者发现，永和智控拟投资的普乐新能源科技（泰兴）有限公司（以下简称“普乐泰兴”）是一家空壳公司。2个多月前，普乐泰兴的关联方深圳市普乐新能源投资有限公司（以下简称“深圳普乐”）曾与中科云网有过合作“盟约”。

“一女二嫁”剧情发生后，中科云网公告称，标的公司徐州项目（简称“普乐徐州”）未能取得产能批复，政府代建厂房可能被收回，并旋即宣布与同翎新能源达成合作协议。

易主收购空壳光伏公司

据永和智控公告，公司实控人曹德莅及一致行动人余娅群将分两期向湖州禾澄转让所持 19.58%的股份，交易总价不超过 6.5 亿元。同时，永和智控将出资 3122.45 万元向湖州禾澄的关联方普乐泰兴增资，获得 51%的控股权。

截至目前，曹德莅、余娅群合计持股比例为 19.81%。若前述股权转让完成，二人几乎将从永和智控清仓出局。

值得一提的是，湖州禾澄成立于今年 11 月 11 日，距协议签署时间还不足半月。向上追溯股权结构，其主要股东是陈华良、欧文凯二人。

“很明显，这是为了受让股份专门设立的基金。”投行人士分析。需要注意的是，11 月初，永和智控股价开始连续上涨，停牌前一天更是蹊跷涨停，似有资金先知先觉。

天眼查显示，普乐泰兴成立于今年 9 月 19 日，距今仅有 2 个多月，注册资本 3000 万元，且尚未实缴出资。据公告，本次产业投资的前提条件之一为，欧文凯及其控制企业（包括但不限于普乐徐州、深圳普乐）所持有 N 型电池相关专利技术已按



照上市公司要求的合理方式转移至普乐泰兴名下。

也就是说，标的资产普乐泰兴目前还是一家空壳公司。

本次易主也显得较为突然。曹德莅在 3 年前掌握永和智控后，聚焦转型医疗服务，斥资数亿元收购了达州医科肿瘤医院、昆明医科肿瘤医院等资产。但因新业务迟迟未盈利，拖累了上市公司业绩，拉升了资产负债率。

与此同时，曹德莅本人的资金流亦告急，甚至未能完成增持计划的下限。截至 10 月 10 日，曹德莅和余娅群所持股票约有 40% 处于质押状态。

中科云网遭弃“泼冷水”

永和智控“沾光”大涨之时，中科云网坐不住了。

原来，今年 9 月 13 日，中科云网曾与

深圳普乐签署《框架协议》，双方拟就普乐徐州项目为合作基石，发挥各自优势，分两期在超高效率 N 型晶硅电池研发和生产制造领域开展合作。

当时协议披露，深圳普乐已掌握基于激光 SE 的 N 型 TOPCon 电池工艺、基于 LPCVD 的 IBC 电池工艺和基于激光掺杂的 HBC 电池工艺等多种超高效率 N 型电池专利技术。目前，普乐徐州 112 亩基地已完成 2GW 产能工厂和配套设施的工程建设，预计 3 个月左右具备生产设备进场条件。

另据公开报道，2019 年底，普乐徐州宣布启动“2GW 超高效率 N 型光伏电池项目”，总投资额为 20 亿元，并高调举行了签约仪式。对照永和智控、中科云网的公告不难发现，两家公司拟与普乐合作投资的正是同一资产。

眼见合作对象“移情别恋”，中科云

网的最新公告，满满地表达出“不靠谱”的意味。

11 月 24 日晚，中科云网公告称，经过实地走访、考察，公司了解到标的公司徐州项目未能取得产能批复，政府代建厂房可能被收回。另外，深圳普乐于 11 月 23 日向公司送达了经其单方盖章的《终止协议》，该协议亦表示，标的公司徐州普乐项目政府代建厂房的建设进度未达预期，一期 N 型电池产能落地时间存在不确定性，且双方对普乐徐州股权估值理解存在较大差异。

有趣的是，遭遇“背叛”的中科云网，迅速找到了“新欢”。11 月 24 日，公司与同翎新能源签署合作协议，双方拟在超高效率 N 型晶硅电池研发和生产制造领域开展合作。

令投资者困惑的是，进度未达预期的普乐徐州项目，转身又要注入一家新设的壳公司另嫁他人。这背后，究竟隐藏着怎样的动机与纠葛？

自产还是外购？车企高管热议核心零部件掌控之道

◎孙小程 记者 俞立严

近年来，供应链瓶颈对汽车业的影响愈发明显，越来越多车企开始下场生产核心零部件。不过，核心零部件的研发和制造投入巨大。11 月 26 日，在 2022 年第九屆全球汽车精英联合年会现场，来自国内车企、零部件企业的高管就车企是否应下场掌握核心零部件问题展开精彩讨论。

自研芯片成本之痛

“从来没有遇到过这样的现象，居然是整车厂要向零部件商‘跪求’。”对于目前核心零部件采购的严峻形势，理想汽车零部件事业群总经理李隽坦言。

在日前的三季度财报电话会上，蔚来汽车 CEO 李斌透露，蔚来汽车从 2021 年开始研发自动驾驶芯片，目前公司成立了一个 500 人的团队。在核心技术领域，包括芯片，蔚来汽车的目标是建立全栈自研能力。

蔚来并非孤例。目前，“蔚小理”造车新势力已经入局造芯，广汽、上汽、比亚迪等传统主机厂也在芯片领域有所布局。前晨汽车董事长黄晨东认为，在智能电动车时代，掌握电芯跟芯片，确实可以让主机厂形成比较深的护城河。

对于车企造芯的充分性和必要性之争从未停息，成本成为首要的痛点。一名业内人士表示，芯片从研发到生产约耗资 20 亿元，大规模量产的话这一数字还将翻倍。

寻序智能 CEO 丁华杰认为，主机厂的竞争对手不是零部件，做零部件的主机厂未必是一个好的主机厂。而做零部件需要专注的精力、专业的能力和长时间的聚焦，还是应该让专业的人做专业的事。

李隽则有不同的观点：“去年我对碳化硅还不是太了解，但是我现在负责碳化硅半导体工厂，在苏州招兵买马，很快搭建团队，都是来自英飞凌、三星等企业。组建这样的芯片工厂，我觉得也不是太复杂。当然我们是封装，晶圆我们是和三星光电合资的。”

除了资金，设备上的欠缺也是一个问题。法雷奥中国 CTO 顾剑民表示，“大算力芯片的瓶颈在什么地方？大家知道是高端光刻机，国内的 Tier1 和 OEM 都面临这个问题。我们不是反对整车厂掌握一些核心技术，而是说你要掌握所有的核心技术是不现实的，也是做不到的，历史已经证明了这一点。”

对于主机厂而言，自产对保供的重要性日益凸显，这也是主机厂纷纷下场造芯的原因。“芯片其实不用从头开始，我们跟一些合作伙伴一起做。成本是一方面，但是当前阶段保供是更重要的。”李隽表示，“现在我们自制，我确实摆脱了每天心惊肉跳的感觉。”

电池成本下降之难

占了电动车成本大头的电池，同样成为争论的焦点。

“有的公司拥有非常多的碳酸锂，但是

不愿意一次性卖掉。它会先释放一点，再释放一点，使得价格保持高位。现在很多主机厂介入上游的矿，准备做电池。电池的核心问题是降低成本。”黄晨东表示。

顾剑民认为，电池贵是因为上游原材料在涨价：“前一段时间有人吐槽，包括宁德时代也不赚钱，毛利才 20%，其他电池供应商更是亏钱的。车企下场如何能挣钱，规模能做得比宁德时代更大吗？”

麦肯锡的数据显示，电池产量要到 15GWh 以上，对上游原材料供应商才有一定话语权。“1GWh 的投入是 3 亿至 5 亿元，15GWh 那是一笔很大的投入。”顾剑民说。

顾剑民认为，15GWh 相当于每年要生产 50 万辆新能源汽车，全球仅有特斯拉、比亚迪、大众、通用、现代等少数车企达到这一规模。电池不会因为主机厂下场成本就会下降，而且某种程度上，需求量越大，电池价格越上升。

李隽认为，电池成本最高，如果出现偏差的话，库存、更改设计带来的影响非常大，超过原来整个供应链的影响。有可能的话，电池还是要走合资共建的路会更安全一些。

操作系统灵魂之争

对于智能汽车而言，操作系统的主导权同样备受关注。此前上汽集团董事长陈虹的“灵魂论”曾引发巨大争议，被问及上汽是否会考虑在自动驾驶方面与华为等第三方合作

时，陈虹回复道：“这就好比有一家公司为我们提供整体的解决方案，如此一来，它就成了灵魂，而上汽就成了躯体。对于这样的结果，上汽是不能接受的，要把灵魂掌握在自己手中。”

车企是否应当自研操作系统？人力成本成为重要考量。丁华杰表示：“主机厂说我要搞一个 3000 人的软件团队，软件人才很贵的。我们融那点钱都发工资发出去了，一台车才能赚多少钱？一台车才赚几百块，养三千人做软件是有问题的。所以，这个行业需要新型的软件供应关系。”

黄晨东则持不同意见。他认为，供应商和主机厂，虽然是合作伙伴，但是还是两家人。需要不断更新的软件部分一定要掌握在主机厂手里，可以掌握在软件供应商手里的是底层软件。“跟消费者体验没有什么关系的让 Tier1 做就好了，有差异化影响的，要主机厂自己来做。”

福瑞泰克创始人兼 CEO 张林认为，关键在于分工。主机厂要做的是定义客户需求，如何可以比竞争对手更快实现这些功能。“一个人干不过特斯拉，我们就‘三个臭皮匠顶个诸葛亮’，拉上合作伙伴，快速集中多方资源——这个思路更值得去实践。”

李隽给出的答案是从自建转向共建：“下一步我们要推行的是共建的策略。在自建的产品线上，我会找供应商来共建，这样才能够真正建立起互信的机制。”

罗永浩创业公司获投资 各路资本掘金AR赛道

◎记者 罗茂林

知名创业者罗永浩的“最后一次创业”再获融资。日前，罗永浩成立的细红线科技宣布，公司已完成 5000 万美元的天使轮融资，投后估值约为 2 亿美元。

相较于如今已经遍地开花的 VR 赛道，罗永浩则坚定地站在了 AR 赛道上——这与他推崇的苹果不谋而合。

如果 VR 赛道是游戏社交的入口，那么 AR 产品或许就是电子商务的新渠道。记者注意到，今年许多资本也开始在 AR 赛道上掘金，在电商领域寻求突破。

终获天使轮融资

据悉，细红线科技本轮融资由美团龙珠领投，蓝驰创投、联想创投、经纬创投、大疆创新、ATM Capital 等投资机构，以及黎万强、吴泳铭等知名风投人士跟投，创领资本担任

独家财务顾问。

“目前整个市场上对于风投项目还是比较谨慎的。”某创投机构负责人告诉上海证券报记者，正因如此，细红线科技在没有任何具体产品落地的情況下拿到融资非常不易。

数据显示，近几个月内，全球 VR 和 AR 行业总融资不足 20 亿元。细红线科技融资之路也并非一帆风顺。有消息称，细红线科技最早的估值为 20 亿元，但由于初期过高的估值而频频失利，还有资方直接将估值对半砍，但罗永浩都没有接受。

多位投资人士对记者表示，罗永浩个人的品牌效应在其中有很大的作用。“从直播电商来看，我们看到他转战天猫淘宝后流量依然相当可观。”一位投资者笑称，罗永浩可能是为数不多的在直播电商领域掌握“他经济”的人。

11 月初，工业和信息化部等五部门联合印发了《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022—2026 年）》。东方证券研报表

示，随着全球 VR/AR 设备出货量不断增长，明年全球出货量有望达到 1600 万部。

电商赛道青睐 AR

细红线科技此次融资吸引来豪华的参投团队，也让市场看到头部科技资本当下投资的取向。

领投的美团龙珠创始合伙人朱拥华日前对媒体表示，AR 是团队持续关注的科技加消费赛道，后续团队会拉动更多美团业务线以及相关技术团队与细红线科技的团队合作。此外，两位跟投人士也大有来头：黎万强是小米科技的联合创始人；吴泳铭是“阿里十八罗汉”之一，也是罗永浩创立锤子科技时的天使投资人。

“目前来看，AR 在商业领域应用的前景比较大。”一位显示芯片生产厂商的负责人告诉记者，尽管目前 AR 没有相较于 VR 那样成熟可见的场景，但商业应用的特质让其

有更大的优势。

如果说社交与游戏公司钟爱更具沉浸感的 VR，那么 AR 赛道又会得到谁的青睐呢？答案或许是电商。早在 2017 年，阿里就曾考虑过在电商平台上应用 AR 技术，即 AR BUY+ 服务。这一服务上线之初主打趣味购物理念，用户可以通过 AR 扫描任意区域，物品开启所谓的“任意门”，既而进入对应商品页面。

京东则先后和英特尔、英伟达、暴风魔镜等企业达成合作，又推出了京东 AR 视界、京东试试等产品。通过线上 AR 技术，用户可以立体沉浸式看到现场家居布置。此外，海外电商平台亚马逊近年来也推出了类似 AR 功能。

记者也注意到，和 VR 相关应用场景一样，总体来看目前 AR 购物的市场规模依然较小。据 ABI Research 的测算，2020 年 AR 购物产生的 GMV 仅占全球电商市场的 3% 左右。预计到 2022 年底，全球将有 12 万家线上商店使用 AR 技术。

■董事长专访

创意信息陆文斌： 跑出创新发展“加速度”

◎记者 徐锐

15 岁考入电子科技大学；27 岁被破格晋升为副教授（毕业后留校）；28 岁受电子科技大学委派出任四川电子信息股份有限公司副总经理、总工程师；37 岁出任创意信息法人代表、董事长；50 岁带领公司成功登陆 A 股市场……作为创意信息的掌舵者，陆文斌通过自身经历诠释了“学而优则商”的人生成长路径。

“高科技企业如何长期活下去并活得好？一是要有前瞻性，准确把握发展方向；二是要有竞争力，持续提升创新能力。”陆文斌日前接受上海证券报记者专访时表示，创意信息创立至今，从最初的物联网、软件开发、系统集成、网络网关，到如今的大数据、基础软件、5G，每一次业务转型、技术创新的方向都很准确，始终在正确的航道上行驶。

打好“组合拳”迎接数字化转型

回望创意信息 26 年成长历程，在不偏离信息技术产业主航道的前提下，“应势而变”成为公司发展的关键词。

据陆文斌回忆，创意信息大致经历了三个发展阶段：一是从 1996 年成立到 2014 年上市，公司以集成和技术服务为核心业务，全面参与运营商核心数据网络建设；二是从 2015 年到 2019 年，公司新拓政务大数据赛道，收购 / 新设了上海格蒂、广州邦讯、北京创意云智、万里开源、创智联恒等公司，以期实现能力补齐、行业扩张、全国布局和集团化发展；三是 2020 年至今，公司围绕数据库、大数据和 5G 三大技术核心，依托技术组合创新，致力于成为国内领先的具有自主可控产品技术的数字化转型服务提供商。

“在完成第二阶段布局扩张后，我感受到前所未有的压力。一方面，从完成对外收购，到实现团队、核心能力、业务模型、市场渠道的‘中枢化、集约化、一体化’，都对公司的管理机制、管理举措和管理效率提出了巨大挑战；另一方面，研发投入较高的数据库和 5G 等业务，因市场爆发周期相较预期出现较大幅度的延迟，导致业绩承压明显，需要我们在外界的质疑声中始终坚持战略决策不动摇，从‘根’上保持与国家战略同频共振。”陆文斌感慨地说。

如今的创意信息，已成长为能够提供全栈国产化数字化转型服务的企业。公司拥有从感知层、网络层、平台层到应用层“四层一体”的自主可控全栈数字化转型服务产品和技术，能够完成从数据采集、传输、存储、管理、治理到应用的数据要素全生命周期生产管理。

“这其中又以数据库、大数据和 5G 三大硬核技术作为竞争‘撒手锏’，叠加我们为能源、政务、运营商、金融、交通行业的 600 多家大型政企客户提供数字化转型服务中沉淀的行业解决方案，创意信息在政策红利支持下拥有着广阔的发展空间。通俗说来，就是别家‘一招鲜’，我家‘组合拳’。”陆文斌称。

构建“护城河”推进国产化进程

“这两年中小投资者对我们有一些不满甚至质疑，核心原因就是业绩表现不佳，我对此也非常理解。但也请广大股东们相信，依托现有业务布局以及公司通过技术优势所打造的‘护城河’，创意信息今后的发展一定不会差。”陆文斌信心满满地说。

目前，创意信息战略业务聚焦在数据库、大数据和 5G 三大板块。在陆文斌看来，三大业务板块各具特色，只是从市场成熟 / 爆发周期、对公司的业绩 / 市值贡献以及关键技术攻关的难易程度 / 实际进度来看，三者处在不同的战略位置上，呈现出有梯次、相互补充的状态。例如，创意信息 2012 年就开始大数据领域的研发，该板块目前依旧是收入贡献的主力，且仍呈快速发展态势。

在当前时点，数据库业务则成为创意信息重点发力方向，拟加速推动旗下万里数据库成为国产头部数据库，而独特的竞争优势是公司立下上述目标的底气所在。

陆文斌向记者详细介绍了公司在数据库领域的两大优势。一是掌握了成熟的技术和生态。公司核心团队整合自原 MySQL 中国研发中心，已完成代码和架构的自主可控，拥有分布式和集中式两类在行业领先的数据产品，同时还主导经营着 GreatSQL 开源社区，对国内的 MySQL 生态系统拥有一定的领导权和话语权；二是在关键领域有着成熟的推广应用经验。目前，万里数据库已在国家电网思极有容数据库推广，在光大银行、中国建设银行、中信建投缴费系统及支付平台应用。

“据相关报告统计，随着信创产业的加速发展，预计到 2025 年中国数据库管理系统将保持快速增长，市场规模将达到 600 亿元。公司依托先发优势力争成为行业的重要参与者。”陆文斌表示。

跑出“加速度”发力实体化布局

经过多年的整合布局，如今的创意信息已站在全新的起跑线上，并以研发创新为支撑，期待在信创产业赛道上持续跑出“加速度”。

陆文斌表示，大数据板块营收利润、市场竞争力和市场占有率日渐提升，将为公司带来持续稳定的收益。同时，在国家大力推进信息技术应用创新发展的背景下，公司数据库和 5G 板块也迎来新发展机遇，多年研发投入形成的技术优势，叠加细分产业资格入围高门槛等构筑的“护城河”，为两大板块做大做强提供了有力支撑。

陆文斌坦言，虽然发展态势良好，但公司未来也有进一步提高的空间。如打造实体化、自主独立的技术能力中心，进一步扩大技术组合创新优势。同时，公司未来也将以开放合作交流的态度，联合志同道合的伙伴抢占行业发展关键机遇期。

陆文斌认为，大数据、人工智能、元宇宙等都会的技术领域支撑数实融合，通过与实体经济关联，让数字有价值。“我有信心将创意信息打造成为中国数字化转型方向应用与实践的核心参与者，国家核心基础软件关键支持者，以及技术和服务双领先的细分产业龙头。”展望未来，陆文斌信心满满。