

富士康融资 273 亿花在哪

在创下 36 天的最快过会纪录之后,富士康的招股书却姗姗来迟。5月14日,备受关注的富士康工业互联网股份有限公司(富士康股份)正式披露《首次公开发行 A 股股票招股说明书》、股票发行安排及初步询价公告。根据招股书,富士康股份的股票简称为“工业富联”,股票代码“601138”,此次拟发行约 19.7 亿股,占发行后总股本的 10%,全部为公开发行新股,不设老股转让。

释疑 富士康 IPO 为何“前快后慢”?

按照募资和发行新股数量来推算,此次“工业富联”的发行价格预估应该在 13.84 元/股左右,对应发行市盈率为 17.18 倍,估值 2731 亿元。业内人士认为,由于募集金额及估值太高,为避免对市场造成过大冲击而探寻更好的发行模式,可能是富士康在“光速过会”后迟迟才获得 IPO 正式批文的重要原因。记者注意到,富士康是今年 2 月 1 日向中国证监会递交招股书申报稿的。而在这之前的 1 月份,鸿海集团举行上市以来首次临时股东大会时就曾讨论过登陆 A 股市场的计划。

2 月 9 日,富士康对招股书申报稿和反馈意见同时进行了披露。2 月 11 日,富士康报送了第二份申报稿,2 月 22 日进行了招股书预披露的更新。3 月 8 日,富士康的 IPO 过会。从招股书申报稿上到到首发过会,富士康一共用了 36 天,这一速度创下了 A 股拟上市公司过会的最快纪录,尤其在当前 IPO 审批日渐严格的大背景下,富士康被称作“光速过会”。

不过,从 3 月 8 日过会到 5 月 11 日获得批文直至如今正式披露招股书,富士康的 IPO 进程明显呈现“前快后慢”。

披露 主要竞争者是西门子和通用电气

对于富士康,其给外界的印象更多的是神秘。其中既有其苹果等国际巨头代工的超群工业制造技能,又不时传出负面传闻。总之,在更多人心目中,富士康是一个神秘的企业。

那么,真正的富士康究竟是怎样一家企业,根据招股书披露,富士康工业互联网公司是全球领先的通信网络设备、云服务设备、精密工具及工业机器人专业设计制造服务商。在电子设备智能制造领域中,根据 IDC 数据库统计,2016 年全球服务器与存储设备制造市场产值约为 353 亿美元,富士康工业互联网公司营业额占全球总产值的比例超过 40%;2016 年全球网络设备制造市场产值约为 279 亿美元,富士康营业额占全球产值超过 30%;2016 年全球电信设备制造市场产值约为 122 亿美元,富士康营业额占全球产值超过 20%。发行人在所处的业务领域中,市

场占比居于领先地位。不过富士康在招股说明书中也提到西门子和通用电气是其主要竞争者。

总之,登陆 A 股市场成为公众公司,无疑将成为富士康向外界掀开神秘面纱的最好方式。

聚焦 60 家子公司共有 26.9 万名员工

招股书显示,富士康 2015 年、2016 年、2017 年的营业收入分别是 2728 亿元、2727.13 亿元和 3545.44 亿元,同期净利润分别为 143.5 亿元、143.66 亿元和 158.68 亿元。对比 2016 年国内 A 股上市公司的业绩,富士康的营收规模能够进入前 15 位,净利润规模能进入前 30 位,实力超过了 99% 的已上市公司。

那么,富士康究竟从什么地方挣钱呢?从招股书中可以看出,富士康的主营业务包含了三大领域:通信网络设备、云服务设备及精密工具和工业机器人。其中,通信网络设备是富士康工业的最主要业务,营收占比在 50% 以上。精密工具和机器人在 2017 年的营收占比则不足 0.3%。但是,富士康的工业机器人项目可不容小视,其毛利率竟然高达 49%,远高于最大主业通信网络设备约 14% 的毛利率。

值得一提的是,富士康 2015 年时从大中华区获得的主营收入占比为 38.58%,但近两年来逐步下降,到 2017 年时,大中华区主营收入占比几乎减半,降为 19.67%,其他地区收入则由两年前的 61.42% 快速上升至 80.33%。

在富士康工作的员工,在很多人心目中是颇有神秘感的。在富士康的招股书中披露,公司目前在境内外的 60 家控股子公司中总共有 26.9 万名员工。在这近 27 万员工中,78% 为专科以下学历,大专及本科学历仅占两成,硕士及以上学历约占 0.6% 即 1600 多人。对于普通企业而言,1600 多名硕士及以上学历员工已经不算少,但由于富士康是一个高度劳动密集型产业,制造端员工数量极大,因此这 1600 多人在近 27 万人的庞大员工队伍中占比的确显得有点低。

亮点 “工业富联”约 30% 股份进行战略配售

值得一提的是,此次“工业富联”IPO 将引入战略配售,初始战略配售占这次发行新股的 30%,发行数量为 5.9 亿股。最终战略配售数量与初始战略配售数量的差额将根据“回拨机制”的原则进行回拨。回拨机制启动前,网下初始发行数量为 9.65 亿股,约占扣除初始战略配售数量后发行数量的 70%。

那么,谁能够参与战略配售呢?根据招股书显示,对于战略投资者选择条件包括:具有良好市场声誉和市场影响力,代表广泛公众

利益的投资者;大型国有企业或其下属企业、大型保险公司或其下属企业、国家级投资基金等具有较强资金实力的投资者;与发行人具备战略合作关系或长期合作意愿,且有意愿长期持股的投资者。据了解,本次战略投资者获配的股票中,50% 的股份锁定期为 12 个月,50% 的股份锁定期为 18 个月。其中,为体现与公司的战略合作意向,部分投资者可自行延长其全部股份锁定期至不低于 36 个月。这意味着,参与战略配售的投资者持股锁定期至少为一年时间。

提示 70% 网下发行股份将锁定一年

“工业富联”的网下、网上申购时间为 5 月 24 日,申购代码为“780138”。网上初始发行数量为 4.14 亿股。约占扣除初始战略配售数量后发行数量的 30%。据测算,此次“工业富联”的网下申购需要 413 万元的股票市值,是有史以来的第二高。“工业富联”的中签号公布日为 5 月 28 日。

需要特别提醒的是,此次网下发行股份中,70% 的股份将锁定一年,而参与网下申购的投资者是无选择权是否锁定,而必须认可该条件,也就是说申购前要做好锁定一年的心理准备。剩下的 30% 股份是无锁定期的,即自本次网上发行股票在上交所上市交易之日起即可买卖流通。

关注 富士康融资将用在八大领域

此次富士康拟发行约 19.7 亿股,占发行后总股本的 10%,全部为公开发行新股,不设老股转让。融资金额为 272.53 亿元,与之前披露的金额相比没有变化。那么,对于这 272.53 亿元的融资,富士康将怎么花?其实,在之前的招股书申报稿中,富士康已经对此进行了披露,对比看到,14 日披露的八大业务的投资总额与明细和之前的申报稿中数据保持了一致。根据招股书的披露,富士康的融资将用在八个领域:

“工业互联网平台构建项目”旨在将工业互联网、大数据、云计算等软件与工业机器人、传感器、交换机等硬件相互整合,形成具有与上下游互联互通、资源共享功能的工业互联网云平台。投资金额 211678 万元。

“云计算及高效能运算平台项目”旨在帮助公司利用高效能运算对边缘计算、云端处理、人工智能、云连云、8K 图像处理应用领域,进行实时运算及数据处理,实现云端软件与生产边缘层数据之间的互相协作。投资金



额 100538 万元。

“高效运算数据中心项目”旨在提供在工业互联网发展云连云、网连网、物连物的基础设施,达成 8K 影像大数据、物联网、安全监控、自动化、智能工厂等智能应用。该项目将进行高效运算云服务及超高速网络链接设备采购扩容升级。投资金额 121572 万元。

“通信网络以云服务设备项目”旨在帮助公司进行产线边缘层数据收集、仓储搬运设备的全自动化、无人工厂及机器人等所需设备的改造升级。该项目将通过本公司在工业互联网平台及高效能运算的持续投入,从而建立以人工智能为基础的设备间相连、数据实时处理的智能化无人工厂。投资金额 496793 万元。

“5G 及物联网互联互通解决方案项目”着力重点突破宽带低延时、高密度射频通信的关键技术,开发基于 5G 通信的新一代工业互联网系统解决方案。投资金额 63288 万元。

“智能制造新技术研发应用项目”是指深圳与郑州作为公司手机机构件研究与开发智能制造新技术的基地,研究开发智能制造新技术应用,涵盖智能制造所需要的传感器、精密工具、新材料、微型化的通讯装置、边缘层的数据采集装置、基于 8K 影像技术的智能产品检测设备。投资金额 510769 万元。

“智能制造产业升级”指公司以现有的加工设备、检测装置、物流系统与工业机器人为基础,应用智能制造新技术,升级改造,提升品质,提高效率,降低成本,以增强智能手机机构件在产业中的竞争力。投资金额 866220 万元。

“智能制造产能扩建”指公司为满足未来智能制造的产能需求,投资产能扩建项目,同时升级环境安全装置与监控系统,实现优化节能环保,打造新一代绿色智能制造生产基地。投资金额 354462 万元。

(来源:北青报)

▶▶▶ [上接 P1]

习近平引领 “一带一路”建设 行稳致远

2018 年 4 月出席博鳌亚洲论坛时,习近平一连公布了 4 个方面扩大开放的重大举措,包括大幅度放宽市场准入,创造更有吸引力的投资环境,加强知识产权保护和主动扩大进口,力度之大空前。

习近平表示:“我们将尽快使之落地,宜早不宜迟,宜快不宜慢,努力让开放成果及早惠及中国企业和人民,及早惠及世界各国企业和人民。”

“中国开放的大门不会关闭,只会越开越大。”习近平说:“中国人民欢迎各国人民搭乘中国发展的‘快车’、‘便车’。”这不仅仅是意愿,而且是具体的行动。

当下,全球企业界也已把“一带一路”视为不可错过的机遇。今年 3 月,德国工业巨头西门子公司宣布在北京设立全球“一带一路”办公室,并已与超过 100 家中国企业合作开拓“一带一路”沿线国家市场。

多家跨国公司高管表示,“一带一路”倡议意味着难得机遇,特别是在基础设施等领域催生大量新商机。彭博新闻社发表文章说,“一带一路”已经成为“真正的全球方案”。

让“一带一路”的实践 推动构建人类命运共同体

当今世界,和平合作、开放融通、变革创新的潮流滚滚向前。从顺应历史潮流,增进人类福祉出发,习近平提出推动构建人类命运共同体的理念。

2017 年 10 月,在中共十九大上,习近平在阐述新时代中国特色社会主义思想时,明确中国特色大国外交要推动构建新型国际关系,推动构建人类命运共同体。

“一带一路”建设就是对构建人类命运共同体理念的实践。习近平一再表示:“我提出‘一带一路’倡议,就是要实现共赢共享发展。”

一年来,在一系列重要国际会议上,习近平总是在构建人类命运共同体的宏大愿景下来阐述“一带一路”建设。金砖国家领导人厦门会晤、APEC 岷港会议、中国共产党与世界政党高层对话会、博鳌亚洲论坛……莫不如是。

一年来,在“一带一路”建设的实践中,人类命运共同体的内涵也在不断充实、丰富,红利正在集中显现。

习近平强调,要积极促进“一带一路”国际合作,努力实现政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通,打造国际合作新平台,增添共同发展新动力。

博鳌亚洲论坛发布的一份报告显示,2017 年,中国企业在 20 多个国家建设经贸合作区,为有关国家创造近 11 亿美元税收和近 18 万个就业岗位。

国际舆论认为,“一带一路”已成为中国推动构建人类命运共同体的重要路径和宏伟实践,显示出旺盛的生命力和光明的发展前景。

“一带一路”建设之所以能迈出坚实的步伐,根本原因就在于,习近平始终致力于将“一带一路”建设成一个开放包容的合作平台,一个各方共同打造的全球公共产品。

越来越多的国家和组织对“一带一路”投出信任票和支持票,从根本上说,正是对构建人类命运共同体这一理念的由衷赞同。在众多国际人士看来,这体现着将中国自身发展同世界共同发展相统一,这体现了中国的大国担当。

皮尤研究中心的一项覆盖了 37 个国家的调查表明,在世界事务方面,更多人信任习近平。

“一带一路”承载着各国发展与繁荣的梦想,要行稳致远,需要各方树立人类命运共同体理念,一起来规划,一起来实践,一点一滴坚持努力。经过日积月累不懈奋斗,“一带一路”必将通向更加美好的未来。

茅台生态农业“悠蜜十二” 打造高端人文精品品牌

■ 本报记者 樊瑛 张建忠

日前,茅台生态农业公司携家族新成员“悠蜜十二”蓝莓利口酒在三亚艾迪逊酒店首度亮相,与社会各界人士及全国悠蜜经销商欢聚一堂,共品“杯中四季”,赏海观美景。

“悠蜜十二”首批限量发行的蓝莓利口酒为“十二节气系列”,由贵州茅台(集团)生态农业产业发展有限公司荣誉出品,贵州君天下电子商务有限公司负责“悠蜜十二”的全国品牌总运营。

据了解,源自中国云贵高原生态产地丹寨的“悠蜜十二”是茅台生态农业悠蜜品牌旗下的高端人文精品系列酒,旨在打造悠蜜品牌旗下的人文文化 IP。

“悠蜜十二”精选高品质蓝莓酿造;凝聚酱香酿造工艺,开创黄金配比,使口感和花青素营养得到更好呈现,进行了一整套基于十二节气人文美学表达的包装设计、品牌概念片拍摄、品牌读本创作,提出了“自然量度、杯中四季、心皆繁花”的品牌传播概念,十二节气四季流转,以源自传统文化古老的度量,解读一杯新鲜好酒的风雅闲趣。珍藏版酒体可珍藏 10 年以上。

“悠蜜十二”品牌立足人文定位结合美学表达,以蓝莓酒酿佳品为切入,不断提炼挖掘中国传统文化中的人文美学精髓,为 20-45 岁追求品质、要匠心也要个性、热心中创健康至上、代表着未来消费趋势的中国“新中坚”人群,带来格调与体验的人文美学生活方式提案。

此次发布的“悠蜜十二”节气系列高端人文精品酒在产品品质上有三大方面的优势:

首先,在蓝莓鲜果原料上更有优势:

更好的高山原产地:北纬 26 度,东经 107 度蓝莓黄金产区贵州丹寨,四季分明,云雾缭绕,土壤硒含量高,地理优势得天独厚;



更饱满的蓝莓鲜果:专业科研队伍研发的蓝莓钵栽技术,不打农药,人工除草,更好的保护蓝莓中的花青素成分;人工采,人工筛,最大限度保护果粉的完整,运输过程采用全冷链运输蓝莓。

第二,“悠蜜十二”酒具备悠久传承的酿造优势:

优质酱香基酒:精选茅台核心产区,可保证酒体更好地与蓝莓中的花青素稳定融合,发挥更大营养价值;坚持传统酿造工艺:凝聚酱香酿造工艺,开创 12.5:1 的黄金配比,使口感与花青素营养得到更好呈现,在无添加剂的条件下依然醇香;酒体具有更高的珍藏价值:珍藏版酒体可珍藏 10 年以上。

第三,“悠蜜十二”是更具艺术收藏价值的人文设计艺术品:

避光性更好的精致瓶体:采用银色底漆,彩色釉料多层喷涂工艺的石英玻璃瓶体,避光性更好才能让瓶内花青素更稳定,营养不流失;更健康更节制的小瓶装:“悠蜜十二”特别推出 375ml 和 125ml 的 12 支装套盒,让



消费者回归更克制更健康的饮用体验;限量发行的人文设计艺术品:瓶身设计结合中国传统民族文化为创造元素,创造性地表达中国人文理念。每消费 1 瓶悠蜜十二产品,就能为勤劳的少数民族农户脱贫奉献一己之力。

“悠蜜十二”特意选在十二节气中的立夏作为新品发布日,此次,位于三亚艾迪逊酒店主席草坪的“杯中四季——悠蜜十二”新品发布暨精致品鉴会更是创新了茅台及悠蜜品牌的发布会形式和新品体验。发布会围绕“杯中四季”人文主题,将丹寨长桌宴形式移植到三亚发布会现场,以“春夏秋冬”四季美学作为长桌晚宴的主题布景,映照四季的苔藓、竹子、果实、雪景纷至重现于三亚海棠湾沙滩。代表着蓝莓种植品质、蓝莓酒酿造技艺和蓝莓酒品牌推广的十二位守护者,讲述着和“悠蜜十二”有关的丹寨民俗故事、蓝莓种植与酿造的匠心、给予品牌的期待,共同宣誓守护“悠蜜十二”的“自然与匠心,文化与传承”。来自贵州丹寨的少数民族艺术家们还现场演绎了国家级非物质文化遗产“锦舞狮”,

嘉宾们在三亚海棠湾的海风中,品鉴着以“悠蜜十二”为基酒特别定制的“节气鸡尾酒”和“节气菜品”,对品牌和产品传达的文化、人文生活方式和美学体验给予了高度的评价与赞美。

茅台集团公司总经理助理、茅台生态农业公司董事长总经理邹欣,茅台生态农业公司党支部书记、副总经理、首席质量官黄叶强,“悠蜜十二”全国品牌总运营贵州君天下电子商务有限公司董事长周君礼,哥伦比亚传媒公司中国海报网副总经理、总编辑李靖,独立葡萄酒培训师、葡萄酒大赛评委及意见领袖小旗袍等多位嘉宾出席现场并致辞,与全国八十余家优秀茅台经销商齐聚一堂,共同把“悠蜜十二”作为高端人文精品酒的发布,首轮限量发售的万件悠蜜十二礼盒被多家经销商现场签约预定,力争在产品上市第一时间为全国消费者呈现集茅台酿酒大师技艺与天然高山蓝莓品质于一体的优秀人文美学艺术精品。