

国字头基金、深创投、河南战新基金入股

河南科隆新能源冲击科创板

□大河报·大河财立方记者 黄鑫

科隆新能源科创板 IPO 获受理,拟募资6.13亿元

9月30日,河南科隆新能源股份有限公司(简称科隆新能源)科创板IPO获上交所受理。

据招股说明书披露,科隆新能源本次科创板IPO拟发行1.06亿股,共拟募资6.13亿元,全部用于三大项目:年产1.2万吨高性能动力电池三元前驱体建设项目、年产4000吨高性能动力电池三元正极材料建设项目和高性能动力电池正极材料研发中心项目。

作为高端电池松下、三洋、GP、汤浅的首席材料供应商,科隆新能源已占据中国甚至全球的高端电池市场。资料显示,科隆新能源成立于2004年3月,注册资本4.25亿元,注册地位于新乡市,是国家高新技术企业。

科隆新能源承担国家863项目;主导产品为球形氢氧化镍和三元材料前驱体、三元材

料,主要客户包括LGC、L&F、JFE、优美科、国轩高科、比亚迪等国内外知名企业。

招股书披露的最新业绩显示,2019年一季度,科隆新能源营业收入3.07亿元,净利润1324.36万元。截至2019年3月31日,科隆新能源资产总额达23.11亿元。

国字头基金、深创投、河南战新基金先后入股

作为高端电池的材料供应商,科隆新能源先后获得多路资本投资,其中包括国字头基金、深创投、河南省战新产业投资基金等。

2015年,科隆集团、程清丰、深创投、百瑞创投、红土创投等作为发起人,科隆有限改制设立股份有限公司。

2016年12月,先进制造产业投资基金与科隆新能源签约,中国先进制造产业投资基金投资2.5亿元支持河南科隆新能源产业发展。

值得注意的是,先进制造产业投资基金是由国家发改委、财政部、工业和信息化部牵头,中央财政资金与社会资本共同出资设立的国家级产业投资基金,重点投向新能源汽车、工业机器人、新材料等领域市场潜力大、关联程度高、带动能力强、产业基础好的优势企业。先进制造产业投资基金注册资本220亿元,其中,财政部出资比例占36.36%、国家开发投资公司出资18.18%、工银瑞信投资管理有限公司出资15.82%。

2018年3月,河南省战新产业投资基金、智健投资、国创新能、道泰信贯、龙盛九号等以货币形式对科隆新能源增资共计32489.35万元。

河南省战新产业投资基金注册资本150.05亿元,主要由河南投资集团有限公司出资,出资比例为99.94%。

作为科隆新能源的控股

股东,科隆集团持有科隆新能源1.98亿股,持股比例46.48%。科隆新能源董事长、实际控制人程清丰持有科隆集团73.84%的股权。

机遇与风险并存,公司面临多方面考验

作为新能源汽车材料供应商,冲击科创板IPO的科隆新能源面临的机遇与风险并存。

我国新能源汽车市场规模巨大。工信部、国家发改委、科技部印发的《汽车产业中长期发展规划》提到,到2020年全球新能源汽车保有量将达到500万辆,年产销规模达到200万辆。据GGII数据,2017年,三元锂电池在动力电池领域的出货量占比已达48%,2018年已超过60%,三元锂电池已成为动力电池市场的主流产品。

科隆新能源致力于电池正极材料及其制备技术的研

发,公司长期的技术积累为本次融资项目的建设提供了良好的技术基础。

在拥有前景广阔市场的同时,科隆新能源也存在诸多挑战。

目前,中国新能源汽车的发展仍处于起步阶段,由于市场前景向好,三元锂电池行业吸引了大量新企业加入,同时现有的三元锂电池企业亦纷纷扩充产能,市场竞争日益激烈。

在自身管理上,科隆新能源在应收账款回收和高资产负债率等方面也存在风险。

据科隆新能源披露,如果公司下游客户经营环境恶化,公司应收账款存在发生较大实际损失的风险。同时,应收账款规模的持续增长将占用更多营运资金,使公司面临更大的资金压力。

面对机遇与挑战,科隆新能源在招股书中提到,未来将在多个领域实现突破。

深化业务转型 探索新零售发展模式

光大银行零售客户突破1亿

□大河报·大河财立方记者 徐曼丽 通讯员 范贝贝

近日,记者从光大银行获悉,该行零售客户目前已突破1亿户大关。在建设“一流财富管理银行”的战略引领下,光大银行积极探索新零售发展模式,以客户为中心,重塑渠道、产品和服务,加快向“敏捷、科技、生态”转型。光大银行积极搭建互联网合作渠道,构建数字化、线上化获客新模式;推动重点项目和业务落地,为客户提供多元化、专业化的金融服务;专注业务流程优化和服务效率提升,加快营业网点的智能化、轻型化转型。

破亿动能:

深入互联网渠道获客,推动重点项目落地,加大科技赋能

近年来,光大银行通过与百度、阿里、腾讯、京东、新浪等互联网头部平台合作,将互联网的流量优势与银行的专业金融服务能力相结合,积极拓展线上化业务,提升线上营销能力。目前,光大银行通过线上渠道获客1198万户。

依托重点项目和业务,光大银行充分发挥薪资代发、三方存管、资金托管、出国金融等项目的客户导入作用。“薪悦管家”综合金融服务平台为薪资代发客户提供专属化的一站式综合服务;以出境场景为依托,光大银

行的“出国云”业务模式为个人客户和合作商户提供出境前中后、出国上下游产业链的全流程出国金融服务。

此外,光大银行还加大科技赋能,应用金融科技新技术,升级智能服务渠道,推进智能柜台、移动外拓PAD、客户经理工作台、光大超市等重点项目建设和。2018年12月,光大银行首家具有超市形态的银行网点——“伴客易”光大超市开业。光大超市除了能办理商业银行业务外,还集成了光大集团旗下其他企业的产品和服务。

深化转型:“名品”工程、数字化建设、客户挖掘和场景金融齐发力

受宏观经济调整、利率市场化等因素影响,近年来,商业银行传统业务利润空间不断降低,存贷利差持续收窄。为应对市场环境变化,多家商业银行加大零售业务投入,推动零售业务转型。自去年开始,光大银行明显加快了业务转型步伐,并取得较好成绩。

2019年中报数据显示,光大银行零售客户存款6945.64亿元,比上年末增加995.34亿元,增长16.73%。零售业务贡献营业收入270.36亿元,较去年同期增长54.28亿元。私行客户资产总量3547.67亿元,比上年末增加346.09亿元,增长10.81%。

2019年上半年,光大银行借记卡累计发卡6713.44万张,当年新增205.44万张;信用卡累计发卡6686.33万张,当年新增发卡633.60万张;手机银行APP客户突破3430万户。

顺应监管要求和市场变化,光大银行合理调整理财产品结构,搭建净值型产品体系,围绕“七彩阳光”系列产品,持续拓展直销业务,同时布局代客缴费平台,光大银行“云缴

费”今年以来持续打造生活圈、经营圈、政务圈三大场景,项目接入保持快速增长,非税云、交通云实现重点突破,继续保持市场领先优势。“阳光个贷”加快业务线上化、集约化和智能化建设,新E贷业务流程实现手机移动端的客户“一站式”贷款服务,提升线上营销和风控效率。

在金融科技不断重塑银行业态的当下,光大银行也在持续推进数字化建设。目前光大银行智能柜台已迁移九成柜台业务功能,有效提升了网点的服务效率;外拓PAD系统支持外拓主动营销,扩大了业务办理范围;手机银行上线智能搜索、语音识别、千人千面、视频客服等功能,改善了客户智能服务体验。此外,光大银行还加强了对大数据、云计算、生物识别、人工智能等技术的研究和应用。

拓展新客户群,挖掘潜力客户,提升客户质量,也是光大银行零售转型的重要方面。为此,光大银行在五个方面持续发力,包括持续推动项目导入客户,保持高价值客户平稳增长;发挥云缴费名品营销作用,

提升用户向客户的转化率;完善零售客户评分模型,实现客户全生命周期管理;推进零售系统平台建设,实现客户画像和智能营销;加强集团内企业联动,共享资源,促进业务协同发展。

此外,光大银行在零售转型中还聚焦E-SBU生态链建设,做实场景金融。通过整合光大集团内各类资源,丰富客户服务手段,从综合金融、场景金融两条路径推动财富E-SBU个人客户生态链建设,即围绕高净值客户打造私行生态链,围绕长尾客户打造移动金融生态链,围绕出国场景打造旅游生态链,围绕生活缴费场景打造云生活生态链。

光大银行相关负责人表示,未来光大银行还将积极搭建客户分层管理服务体系,实施客户生命周期管理计划,构建以客户为中心的智能营销中台,持续增强客户服务能力,优化业务受理流程和渠道,提高客户对金融服务的可得性和满意度,提升金融服务的便利度和覆盖率,让光大银行的金融产品和服务惠及更多的客户。