

# 大唐电信“瘦身” 扭亏和转型仍需长效机制

本报记者 谭伦 北京报道

一年前因亏损而濒临退市的大唐电信(600198.SH)又传出变卖资产的消息。

6月9日,大唐电信接连发布两条出售资产交易公告,宣布将所持全资子公司大唐终端技术有限公司(以下简称“大唐终端”)和控

## 出售资产

为了优化财务报表,在“瘦身”之余,大唐电信也并未放弃收购扩张策略。

2021年1月,由于上年度(2020年)年末经审计的归属于上市公司股东的净资产为负值,根据《上海证券交易所股票上市规则》,大唐电信股票首次面临被实施退市风险的警示。自此,大唐电信开始了艰难的“瘦身”之旅,而最终大唐软件与大唐终端两家子公司进入了待售名单。

财报显示,大唐软件2021年末资产总额为3.85亿元,资产净额为负7亿元,2021年度营业收入1.32亿元,净亏损1232.75万元;大唐终端2021年末资产总额为2.93

亿,资产净额2431.27万元,2021年度营业收入4599.74万元,净亏损2559.18万元。

C114通信网主编周桂军向记者表示,大唐软件成立于2001年,创立初期的主营业务是为三大运营商提供电信话务的支撑系统软件,但随着运营商进入4G和5G时代,华为、中兴等设备商走强,都对大唐软件的市占份额产生了冲击。尤其是在大唐电信近年来进行业务转型后,软件业务更是一再走弱。

同时,一位大唐电信的前员工

根据最新的两份公告,大唐终端债权约1.46亿元,大唐电信所持大唐终端为100%股权,转让价格为1037.66万元;大唐软件债权约6.21亿元,大唐电信所持大唐软件约1.01亿股股份,转让价格为1元。本次股权转让后,大唐电信将不再持有大唐终端和大唐软件的股权。

告诉记者,大唐终端的业务以通信专网产品为主,目前在整个大唐电信的战略和营收占比中的重要性皆不算高,因此出于长远考虑,被纳入出售也是合理选项。

值得注意的是,在“瘦身”之余,大唐电信也并未放弃收购扩张策略。

2021年5月11日,大唐电信发布公告称将收购大唐联诚100%股权,增加专用移动通信、专用宽带电台和宽带移动安全应用等业务。据大唐电信方面表示,这与公司原有业务形成协同优

势,拓展特种通信市场,形成“安全芯片+特种通信”的整体产业布局。

而这也的确为大唐电信带来了新的业绩增长点。财报显示,大唐电信2021年实现净利润7196.23万元,归母净亏损5095.03万元。截至2021年12月31日,公司所有者权益17.14亿元,归属于母公司所有者权益4.31亿元,实现由负转正。因此,上海证券交易所最终于2022年4月19日同意撤销对公司股票实施的退市风险警示和其他风险警示。

但到了2019年,大唐电信又巨亏9.9亿元。2020年,大唐电信再次选择出让资产,旗下企业大唐恩智浦、江苏安防拟通过在北交所以公开挂牌的方式引入部分投资方,并实施增资扩股。增资完成后,大唐恩智浦与江苏安防不再纳入公司合并报表范围。

周桂军表示,出让变卖资产的方式虽然快速有效,但却会掩盖更多深层次的问题。大唐电信想要真正实现业绩长效增长,需要找到更治本的方式去解决。

## 扭亏需治本

大唐电信自身由于体量较大,以及体制机制的限制,没有抓住转型时机,因此随后陷入节节被动。

长远来看,深陷经营泥沼的大唐电信想要走出困局并不容易。

作为与华为、中兴、巨龙通信合称“巨大中华”的四大老牌通信设备巨头之一,大唐电信曾在2G、3G时代有过辉煌时刻,其拥有自主知识产权的3G标准——TD-SCDMA,曾并列3G三大主流技术标准之一。

但自2009年起,大唐电信经营开始出现危机,财报数据显示,单在扣非净利润一项,其连续亏损已超过10年。

“TD标准的退网给大唐电信造成的冲击是一方面,但造成大唐电信业绩下滑的原因,则是多方面的。”周桂军说。

自4G时代开始,通信设备商的头部聚集效应开始显现,华为、中兴开始发力抢占市场份额,而大唐电信自身则由于体量较大,以及体制机制的限制,没有抓住转型时机,因此随后陷入节节被动。

财报显示,自2015年开始,大唐电信的净利润也开始呈现亏损

状态,而到了2016年净利润同比2015年更是下跌超过41倍,2017年,大唐电信营收与净利润双指标继续恶化。

到2018年,大唐电信相继将旗下联芯科技的全资子公司上海立可芯半导体科技有限公司全部股权出资设立瓴盛科技(贵州)有限公司、又转让成都大唐线缆有限公司46.478%股权、以及处置北京科研中心房产。在一系列举措下,最终实现利润正增长。

# 映客互娱更名焕新 奔向元宇宙新世界

6月15日,映客互娱(03700,HK)发布公司更名的公告,公司董事会将公司“映客互娱有限公司”更改为“映宇宙(北京)科技有限公司”。

同日,映客互娱在线上举办了“破壁而来”品牌升级发布会,宣布公司更名为映宇宙(英文名称

## 从映客到映宇宙

在前不久的5月27日,映客刚刚度过了七周年生日。

七年前,映客带来其第一款产品映客直播,经过不断的研发、创新和蜕变,映客直播突破“千播”大战,为大众所熟知。因此在社会的普遍认知中,映客和直播有着较强的关联性。直播也是映客更为大众熟知的标签。

其实,近两年围绕着互动社交的发展方向,映客在社交和相亲等赛道已经孵化出20多款APP,其中包括兴趣社交APP“积目”、婚恋

Inkverse)的同时,业务全面向元宇宙进军,虚拟人“映映”为映宇宙品牌代言人。

映宇宙董事长奉佑生在发布会上分享道,从2015年创立映客开始,映客就不不断地被贴上了很多

## 从映客到映宇宙

APP“对缘”、瞄准新城市青年的相亲APP“超级喜欢”等都已经进入商业化阶段。

“直播”的标签显然已经不足以涵盖映客如今的全貌。在奉佑生看来,直播只是映客体系下的产品之一,在新的发展趋势下,需要有更适合的品牌名称代表企业对外

奉佑生说:“之所以使用‘宇宙’,首先因为它代表浩瀚无边,我

景等,消费者对映客认知标签逐渐增多的背后,其实也反映出映客的本质——映客是一家始终在奔赴新世界的公司。

从映客直播到积目,再到近日推出的元宇宙恋爱APP“情侣星球”、元宇宙K歌玩法“全景K

## 从映客到映宇宙

们更喜欢用这个名字代表团队对未来的探索,不断追求创新。第二,整个宇宙体系下有无无数小星星,我们的产品矩阵也像一个个的小星星,每个产品都有它的语言体系、社交方式、商业逻辑。第三,整个今年的重点战略要全球化。全球化需要面临多个国家、很多语言体系、不同的文化,怎么让团队在互联网商业模式、创新能力等方面保持领先性,提出能够跨越时空的理论,用高维打低维的方式,去做全球化,是我们接

歌”。踏着时代的风浪,映客不断推陈出新给用户带来新的产品。此时,映客互娱为什么需要进行品牌及战略的全新升级?更名为映宇宙后有着怎样的全局打算?在元宇宙的广袤世界中,映宇宙又将如何定位自己?

## 从映客到映宇宙

下来要思考的。”

更名之后,映宇宙的业务将全面向元宇宙进军,在基于Web3.0技术形态,创建现实与虚拟相结合的多维社交矩阵,打造一个具有无限活力与生机的社交元宇宙。映宇宙将成为一家业务范围覆盖直播、婚恋、社交、元宇宙四大业务板块的互娱。同时,映宇宙将加速全球化,以过去七年探索实践的产品矩阵战略向海外市场进军,将国内已经验证创新成功的东西在海外市场进行复制。

不需要呼叫拨通,接听一系列的语音逻辑,而是可以实现像现实一样,走近之后就可以听见声音进行对话,走远之后声音就会逐渐消失。

奉佑生表示,希望映宇宙可以把线下人和人之间交互的无缝感,在元宇宙中通过新的产品去实现。



自2009年起,曾与华为、中兴齐名的大唐电信在经营方面就开始出现危机。 视觉中国/图

## 转型阵痛期仍漫长

在寻找到稳定而有效的业绩增长战略前,大唐电信都会处在一个漫长的转型阵痛期之中。

伴随资产的出让,大唐电信的转型战略也逐步清晰,立足半导体,发挥“安全芯片+特种通信”的技术优势,成为探索中的出路之一。

据记者从多位产业人士处了解到,芯片业务是大唐电信发力已久的领域。从上世纪末上市开始,大唐微电子便成为国内半导体产业的先行探索者。2008年,为了推动TD-SCDMA技术普及,大唐电信成立联芯科技,主攻移动通信芯片,随后在2010年开始向集成电路和芯片设计转型。

2014年,为了争夺智能卡安全芯片市场,大唐电信再度出资25亿元成立大唐半导体设计有限公司;同年3月,在观察到新能源汽车的前景后,大唐电信携手老牌芯片巨头恩智浦合资成立中国首家汽车半导体设计企业——大唐恩智浦半导体有限公司,专攻汽车电子芯片。2017年,为了进军中低端手机处理器市场,联芯科技又与高通合资,成立了瓴盛科技。

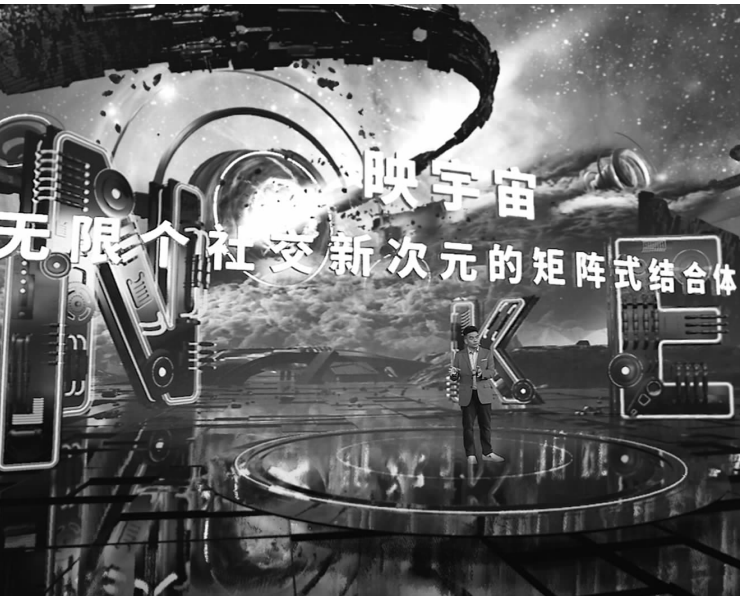
而在安全芯片领域,大唐电信走得最远也最为坚实。由于开拓时间较早且在政企及行业市场拥

有广泛客户群,大唐电信面向政务、金融、社保、交通等行业的系列推出的安全芯片和解决方案,具备较为稳定的市场口碑,前者也成为大唐电信的营收基本盘之一。

记者注意到,在收购大唐联诚后,大唐电信曾在正式公告中表示,未来将面向物联网、车联网、工业互联网应用场景,提升安全芯片的适应性,提供系列高性能安全芯片产品和解决方案。

而在特种通信方面,大唐电信方面则表示,将持续扩大重点领域业务规模,开展通信应用与技术创新。深耕专用移动通信、专用宽带电台、宽带移动安全应用业务,丰富产品型谱,提升产品应用范围和市场份额。在4G特种移动通信基础上,抓住5G特种通信应用机遇,争取总体地位,布局下一代特种通信产品。

“变比不变要好,也许最后不一定成功。”周桂军表示,在寻找到稳定而有效的业绩增长战略前,大唐电信都会处在一个漫长的转型阵痛期之中,但对于需要重获新生的大唐电信而言,任何积极的变化都值得尝试。



映宇宙董事长奉佑生

## 进军元宇宙

其实,奉佑生从2019年就已经在关注元宇宙,当时他就希望把社交和娱乐场景融合,在线上 and 线下、现实和虚拟实现打通,他说“当元宇宙这个概念提出时,有不谋而合的感觉”,并判断“这可能是真正面向下一代互联网、下一代人群的

深思熟虑两三年之后,奉佑生决定进军元宇宙。映客人局元宇宙的信号最早可以追溯到2021年10月,映客提交了“映客元宇宙”的商标注册申请。

在此次映宇宙官宣进军元宇宙之前,便已经推出了数款元宇宙相关产品。从时间上来说,给到映宇宙筹备元宇宙相关产品的时间并不多,为什么映宇宙能在短时间内打造出数款元宇宙相关产品?

从技术的角度来看,映宇宙经过七年的发展,已经沉淀出较强的、元宇宙场景下的SDK基建能力。这也是映宇宙过去七年不断推出新产品,却能在一个又一个赛道跑赢、站稳的原因之一。

另外,基于旗下二十多款不同垂类产品的运营,映宇宙团队能精

准把握用户需求,在奉佑生看来这是映宇宙的最大优势。

“我们的优势是团队能够精准把握用户需求,在资源能力范围内,把直播、相亲、社交做好,然后在每个赛道不断创新和突围。”奉佑生说,“在元宇宙里其实是重构一个基于web3.0的产品,并且在尝试给这类人群使用的时候,不断在需求变化上对产品进行迭代演变。”

虽然元宇宙目前还处于刚开始的第一阶段,很多东西只是在模糊的概念中;很多硬件、网络技术还不那么成熟;很多元宇宙产品还缺失很多功能。

“正因为技术和基础设施在初级阶段,所以大家需要极强的耐心去试、去验证。如今大家对元宇宙的理解可能还是虚拟和现实、VR和AR,是因为现在还没有好的硬件支撑。可能在明年或者后年,高端硬件产品真正发布的时候,会让元宇宙达到爆发。”奉佑生说,“我们会保持对元宇宙方向的强烈追求,不断依据现实硬件和网络情况进行迭代。”

广告