

## 携632名股东成功过会

宁波水表的成功过会，在一定程度上说明只要企业妥善“处理”好“三类股东”（契约型私募基金、资产管理计划、信托计划），“三类股东”问题将不构成企业上会的障碍。

据了解，宁波水表于2016年9月29日宣布进入上市辅导，并在2017年6月8日IPO申请获受理，从受理到今年9月27日过会，排队476天。

目前，三板企业处理“三类股东”主要有摘牌清理、穿透核查，以及特定事项协议转让等方式。

招股书显示，宁波水表股东总数为634名，其中，法人股26户，包括西藏明曜聚富三号、融熠价值成长一号私募投资基金、融熠一号私募证券投资基金等8名“三类股东”，均为契约型基金，合计持有公司股份0.198%。

不过，由于“三类股东”占比非常小，宁波水表并没有采取直接清理，而是通过穿透核查的方式处理。

根据穿透结果，8只基金下的份额持有人均可追溯至个人及公司。其中，海润养老润生一号私募证券投资基金穿透至第9层。

值得关注的是，宁波水表于2016年1月份挂牌新三板，挂牌之初公司股东为358户，而最新股东人数已高达632名。挂牌以来，公司未有定增，也就是说，其“三类股东”均通过股权转让方式进入。

此次，宁波水表带着632名股东成功过会，实属可喜可贺。

## 回眸一甲子，老企发新枝

宁波水表股份有限公司（前身宁波水表厂）成立于1958年，距今已有整整一个甲子。1963年，宁波水表厂被原机械工业部确定为全国首批水表专业生产企业，在水表行业第一次打响宁波牌，其后连续2年在行业质量评比中名列前茅。次年，获得国家仪器仪表总局的拨款投资36万元，成为中国首家专业生产水表的企业，并正式更名为宁波水表厂。

1987年3月，宁波在菲律宾国际公开招标中，宁波水表的磁传水表一举中标，成为全国水表行业在国际市场上的第一中标者，且成功引进原西德迈内克公司的可拆卸大口径水表，国产化率达100%。

2000年9月，企业经宁波市人民政府批准成功改制，原宁波水表厂国有资本全部由企业员工一次性置换，改制为宁波水表股份有限公司。

2017年，宁波水表正式踏出了智能物联表具征程。去年3月，全球首个NB-IoT物联网智慧水务商用项目发布仪式在深圳举行，应用的水表全部为其生产的NB-IoT无线智能水表，目前已在深圳的试点小区成功应用近1200台，水表的数据传输上报率达100%。去年下半年，该系列NB-IoT无线智能水表又在宁波姚江花园等小区试用。

得益于国家一户一表工程、节能减排等政策及技术不断成熟，同时宁波水表加快转型升级，将智能水表市场作为重点发展方向，智能水表带来的收入稳步增长。数据显示，2015年至2017年，宁波水表营业收入分别为7.32亿元、8.26亿元、8.14亿元，同期归母净利润分别为9459.49万元、1.31亿元、1.21亿元。

直至2018年，宁波水表业绩依然亮眼。2018年上半年，公司实现营收4.37亿元，同比增长17.32%；实现归母净利润6029.70万元，同比增长14.08%。

目前，宁波水表正针对智能水表产能不足、营销服务网络有待完善、信息化程度不足三大痛点进行新一轮升级。此次IPO，公司计划募集资金6.64亿元，用于年产405万台智能水表扩产项目、技术研发中心建设项目、营销及服务网络建设项目、信息化建设项目和补充流动资金。

## 插座大王的集结号

9月28日，公牛集团股份有限公司在证监会网站披露招股书，公司拟在上交所公开发行不超过6000万股，发行后总股本不超过6亿股，此次发行的股份占发行后公牛集团总股本不低于10%，拟募资48.86亿元。

公牛电器可以算得上是宁波慈溪的一家老牌企业，成立于1995年，是国内领先的高档开关插座、转换器的专业供应商。

说起公牛插座，买过的人都知道，很“贵”，最便宜的一个插座都要30多元，贵的更是要上百元。而那些非公牛的插座，十几元即可到手。

然而，明明卖得这么“贵”，但公牛却依旧拥有强大的市场份额。早在2001年，公牛插座被认定市场占有率全国第一，至今依然占据国内市场的半壁江山。

目前，公牛集团拥有延长线插座、墙壁开关插座、LED照明、数码配件四大业务。其中，公牛集团在墙壁开关插座市场的表现毫不逊色于插座。新业视点咨询《2017年中国墙壁开关面板市场分析》统计数据显示，整个2017年度，公牛集团在墙壁开关行业的市场占有率提升40%。

与此同时，看似几十元的小生意，公牛电器却搞出几十亿的大产业。根据招股书显示，公牛集团2018年第一季度营收20.5亿元，净利润3.2亿元。2017年，公牛集团营收72.4亿元，净利润12.9亿元。

销售渠道上，公牛主要依赖经销渠道。2017年，公牛经销渠道销售额为61.27亿元，占比84.81%。截至今年一季度，公牛各品类的经销商总数达2179家。其中，转换器经销商为468家、墙壁开关插座经销商1595家、数码配件经销商406家、线上经销商67家。而公牛最大的客户是京东，2017年的销售额为2.6亿元，北京、深圳、杭州、成都、重庆等地的经销商的销售额也位居前列。

公牛的“贵”源于它的“质”，而这就要从创始人阮立平说起。

阮立平当初走上制造插座这条路，正是源于他对插座质量的忍无可忍。

慈溪一直是有名的插座生产基地。创业前，阮立平是一名工程师，工作之余，会帮着亲戚做一些“插座”的销售。但他发现，这些来自老家的不少插座有不少问题，质量太差，有的还没卖出去就已经坏掉，30个产品有10个是坏的。

基于工程师与生俱来的“匠心”，阮立平萌生了创业的想法。1995年，阮立平辞去做了11年的铁饭碗，和他弟弟凑齐2万元一起创业。那时，正是乔丹和芝加哥公牛队在NBA如日中天的巅峰时期，喜欢打篮球的阮立平便把公司产品品牌取名为“公牛”。

