

聚焦年报业绩

露笑科技剥离亏损子公司 今年一季度预计净利最高一亿元

■本报见习记者 吴文婧

完成新能源产业转型的露笑科技正积极回归到优势领域,并将长远目光投向了高端制造业。1月22日晚间,露笑科技就转让全资子公司江苏鼎阳与上海正昀的100%股权的相关事项对深交所问询予以了详尽回复。

“这两年新能源行业和光伏行业的市场环境和国家政策发生了很大的变化,江苏鼎阳与上海正昀均未实现业绩承诺,剥离这两家亏损子公司也是为了维护上市公司和公司中小投资者的利益。”露笑科技董秘李陈涛在接受《证券日报》记者采访时表示,“两家子公司出表后,公司资源也将重新梳理,更加有利于对优质业务的投入,有助于公司业绩进一步提升。”

不过,尽管受到两家子公司经营不善的影响,露笑科技于1月22日晚发布的2019年年报预告称,公司光伏发电业务快速发展,传统产业依然稳健,预计2019年度公司实现净利润为3200万元至4800万元。

及时止损维护公司利益

2017年2月份,露笑科技收购了上海正昀,发展起了动力锂电池为代表的的新能源汽车产业,同年5月份公司又以收购江苏鼎阳为契机进军光伏产业。

事实上,2017年是我国分布式光伏爆发增长的一年,不过,2018年“531”光伏新政出台,国家对普通光伏电站、分布式光伏电站等电站补贴降低,紧接着到来的2019年,国家推行光伏平价上网及竞价上网政策,行业竞争持续加剧。

露笑科技在回复深交所问询中提

到,上述政策推出后,行业市场萎缩巨大,江苏鼎阳的可建项目大幅度减少,由于江苏鼎阳部分客户受到光伏补贴下放缓慢及电站贷款不及时的影响,公司应收账款回款情况较差。

数据显示,江苏鼎阳的EPC业务自2018年起下滑,2018年光伏EPC营业收入9.59亿元,2019年1月份至9月份江苏鼎阳的光伏EPC业务营业收入仅0.31亿元。

与此同时,2019年,新能源汽车行业同样面临补贴退坡政策带来的冲击,从事锂动力电池系统开发的上海正昀正是由于受补贴发放间接影响,无法及时收回应收客户货款,导致公司对供应商款项支付困难,生产停滞。

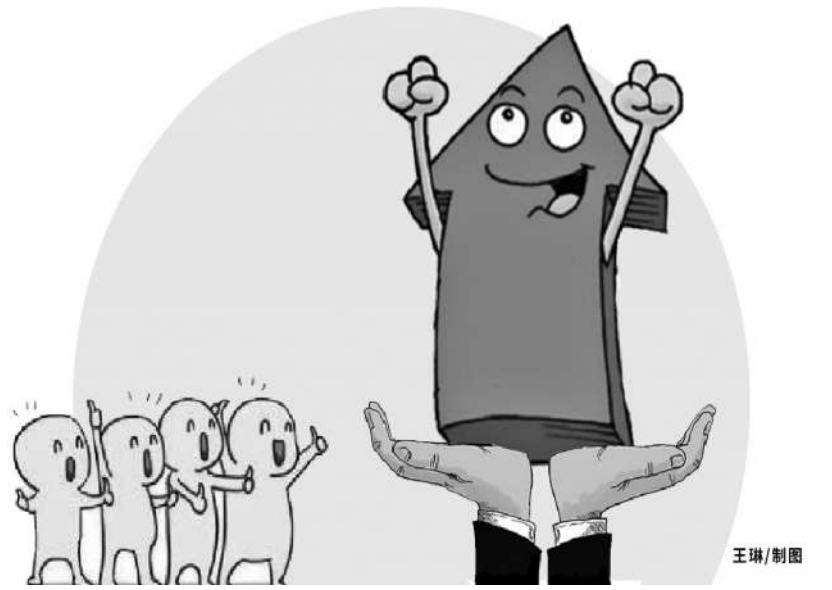
公告显示,2019年1月份至10月份,上海正昀营业收入为-15.24万元,净利润-1097.35万元;2019年1至11月,江苏鼎阳营业收入为5423.18万元,净利润为-852.29万元。

对此,有市场人士向记者指出,子公司连续两年亏损且短时间来看盈利能力提振的可能性较小,及时“割肉止损”不失为明智之举,上市公司回笼的资金等资源可以充分投入到其他产业中,来获得更高的回报。

“2019年公司业绩虽然受新能源汽车业务不景气 and 光伏政策变动导致光伏电站EPC业务下滑的影响,但随着亏损子公司的剥离,公司资产结构能够得到改善,产业布局进一步优化,运营效率与质量都将得到提高。未来公司将更好的聚焦新能源汽车业务,光伏发电业务以及5G通讯的碳化硅高端制造业。”李陈涛如是说。

回归优质业务

值得注意的是,1月22日晚,露笑



王琳/制图

科技同时公告称,2020年一季度公司预计实现净利润8100万元至1亿元,同比增幅在0.57%-24.16%,净利润保持增长势头。

在采访中,李陈涛也向《证券日报》记者解释称:“子公司江苏鼎阳和顺宇科技虽然都经营光伏业务,但细分领域不同。江苏鼎阳业绩亏损是因为主营的EPC业务不景气,但旗下顺宇科技的光伏发电业务经营稳健、发展快速。”

据此前的公告显示,露笑科技2019年前三季度净利润为2.22亿元,顺宇科技2019年前三季度实现净利润7743.61万元,可见顺宇科技对上市公司的业绩贡献不小。

李陈涛也提到:“上海正昀受上下游的挤压,生产经营困难与企业自身经营不善有关,公司旗下的新能源板块其他业务表现良好,公司对新能源产业的

前景依然看好。”

前述市场人士也向记者表示,任何行业出现周期性波动是一定的,对于所处行业持续在下行过程低位震荡的企业来说,短期内承压,企业必须从拼价格、拼规模的粗放式扩张转向拼质量、拼技术的精细化发展。

此外,李陈涛表示,露笑科技将加速产业转型升级,未来将在5G通讯行业核心关键材料供货领域内拥有更强的竞争力。

事实上,2019年12月24日,露笑科技与中科院研节能科技有限公司、国宏中宇科技发展有限公司签署了合作协议,三方将在半绝缘型碳化硅衬底片、外延片、相关核心工艺装备的技术研发与产业化应用方面展开深入的全产业链技术与业务合作。

非经常性损益支撑业绩 香雪制药2019年净利预增超四成

■本报记者 王晓悦
本报见习记者 刘丁平

2020年1月21日晚间,香雪制药因股票交易价格在1月17日、1月20日、1月21日连续三个交易日收盘价格涨幅偏离值累计超过20%,发布股价异动及风险提示公告。

值得注意的是,与公司股价的接连上涨相比,香雪制药近年来通过非经常性损益支撑业绩的情况则略显尴尬。

据香雪制药在1月19日晚间发布的2019年度业绩预告显示,预计2019年实现归属于上市公司股东的净利润7901.50万元至9594.68万元,比上年同期上升40%至70%。同时,预计非经常性损益对净利润的影响金额约8000万元,成为其盈利的重要支撑。

对于业绩变动原因,香雪制药表示,“报告期内,公司中成药和中药饮片的业务收入及利润较上年同期取得了较快增长;进一步提升了运营效率,优化了资产与负债结构,期间费用较上年同期有所下降;预计非经常性损益对净利润的影响金额约8000万元人民币,主要包括取得处置子公司股权转让收益与政府补助收入等。”

就上述业绩预告中提及的子公司股权转让收益,《证券日报》记者发现在香雪制药2019年半年报中也有提及,公司表示在2019年上半年已经收到广州香雪空港跨境物联有限公司部分股权转让收益9297.30万元。

实际上,非经常性损益成为香雪制药业绩支撑的情况已多次出现。公司财务数据显示,在2017年、2018年两年

间,香雪制药分别实现归属于上市公司股东的净利润6593.92万元和5643.93万元,其中非经常性损益为2.18亿元和1.02亿元,扣非后归属于上市公司股东的净利润为-1.52亿元和-0.46亿元,非经常性损益成为其业绩扭亏的关键。

深圳润盈达投资有限公司研究总监余韬在接受《证券日报》记者采访时表示:“尽管资产甩卖、政府补贴等措施的确能在短期内对上市公司业绩改善起到立竿见影的作用,但长期来看不具备可持续性。一些上市公司以非经常性损益来为业绩增长背后的原因可能是其主营业务盈利能力的下滑。”

《证券日报》记者注意到,香雪制药近年来的主营盈利面临增长压力。据公司财务数据显示,在2010年至2015

年期间,香雪制药的销售净利率分别为14.69%、13.78%、13.63%、13.57%、14.21%、13.77%。但在2016年至2019年前三季度期间,其销售净利率分别为5.24%、5.13%、3.51%和6.95%。

实际上,2016年成为了香雪制药销售净利率下滑的转折点,此后公司该项指标便长期处在7%以下。香雪制药曾表示,2016年的业绩变动主要受医保控费、药品流通领域变革、新一轮药品招标采购、公立医院降低药占比、市场竞争加剧,及湖北天济中药饮片有限公司纳入公司合并报表范围等因素影响。

对于如何改善公司主营业务状况,香雪制药董秘办相关工作人员在回复《证券日报》记者采访时表示,“公司将积极利用各种手段,降本增效,聚焦主业提升公司业绩,积极夯实主营业务。”

逾百家上市公司业绩“变脸” 10家ST公司上榜

■本报记者 桂小笋

两市公司2019年年度业绩报告揭开序幕之时,更多的业绩预报和业绩快报随之发布。据同花顺数据显示,截至1月22日,两市共1663家公司发布业绩预报,其中有超过百家公司对此前预报的业绩状况进行了修正,而修正之后,预报关键词提及了“变脸”。

在这些提及变脸的上市公司中,在10家属于ST一族。对于业绩变脸的公司,上海明伦律师事务所王智斌律师在接受《证券日报》记者采访时介绍,如果出现预测业绩的大幅变脸,意味着上市公司在发布预测公告时过于随意。

综合来看,在这1663家公司中,有10家公司预计净利润有望超过100亿元(按预计净利润金额下限这一指标排序,下同),另有194家公司明确称将出现亏损。

此外,有20家公司预计净利润同比增长幅度超过10倍(按预告净利润同比最大变动幅度这一指标为序,下同)。

需要注意的是,在这1663家公司中,有210家公司经过两次以上的业绩预报,而最新的业绩预报发布之后,对于是否变脸这一指标,106家公司给出了肯定的答案。

“业绩预测允许出现变化,但是变化应在合理的范围内。如果出现预测

业绩的大幅变脸,意味着上市公司在发布预测公告时过于随意,预测公告中对于业绩预测增长原因的陈述,也极有可能存在不实之处,这需要监管层查明认定。”王智斌对《证券日报》记者解释。

查阅这些公司的公告可知,对于两次业绩预报差距极大有原因,多数公司不约而同地指向了“非经常性损益”这一关键词。

例如,ST盐湖发布公告称,公司报告期对业绩造成主要亏损的原因是破产重整进程中因资产处置预计产生的损失,初步预计对利润的影响金额约417.35亿元,此事项属非经常性损益。ST盐湖的案例并非个案,还有ST

类公司公告称,受到国际、国内经济环境、市场萎缩等多方面因素的影响,对公司运营、资金信贷等造成了一定的负面影响,导致公司流动性收紧,融资成本大幅增加。公司主营业务收入大幅度萎缩,毛利相应减少后各业务板块均出现经营亏损,此外,报告期内需计提较大金额的坏账准备、存货跌价准备与商誉减值准备。

虽然也有公司两次预报后,业绩向上修正,但是,公司的基本面能否改变,仍是投资者关注的事情。查阅这些公司的公告可知,业绩能在短期内有极大改善,和出售资产、报表发生变化有着极大的关系。

武汉电影票预售明显下滑 票务平台无条件退票

■本报记者 谢若琳

2020年春节档再生变数。1月22日,淘票票、猫眼电影纷纷发布春节期间退票政策。

淘票票表示,春节档期在武汉地区购买电影票的用户,均可无条件退票。如非武汉地区用户要求退票,淘票票将秉承用户第一原则,全力和影院沟通相关事宜,尽量减少用户损失。有线上退票功能的影院,用户可以自主操作;没有开通退票功能的影院,请关注淘票票相关电影页信息,或咨询客服。猫眼电影表示,春节期间武汉地区

电影票支持无条件退票。春节期间武汉地区的电影票,如用户有退票需求,针对已经开通自助退票服务的影院,可通过“我的订单”页面自助办理;针对不支持退改签的订单,将竭尽全力与影院沟通相关退票事宜,尽量减少用户损失。

《证券日报》记者于1月22日咨询了北京市丰台区某电影院线经理,她表示,“现在还没有完全打开退票渠道,也未接到无条件退款的通知,不过如果顾客要求退票,影院可以后台操作,协助顾客退票。”

政策一出,“退不退票?”成为一些电影爱好者交流群中最具争议的话题。

另一方面,记者发现,春节期间武汉预售票房下滑严重。根据灯塔数据提供给《证券日报》记者的数据,截至1月22日17时,武汉地区预售票房433.89万元,排在春节档预售城市贡献榜21位。可以作为对比的是,据记者了解,武汉地区在2019年春节档预售城市贡献排名第8位。

“无条件退票的政策出台后,预计武汉地区的预售票房会有所回调,今年春节档能否刷新纪录,也成为一未知数。”有券商分析师在接受《证券日报》记者采访时表示,已经下调春节预期总票房。

事实上,今年春节档七部作品打擂

台,也涉及多家上市公司。比如《唐人街探案3》由万达电影旗下子公司主控,出品方包括还中国电影,联合出品方包括阿里影业、金逸影视、欢瑞世纪;《姜子牙》是光线传媒继《哪吒之魔童降世》后推出的又一力作;《囃妈》背后出品方为欢喜传媒,猫眼娱乐两家港股上市公司,而横店影业也参与了该片对赌;《急先锋》出品方包括中国电影,联合出品方中有幸福蓝海、文投控股;《夺冠》出品方包括欢喜传媒、阿里影业、中国电影、文投控股四家上市公司,联合出品方共33家公司,包括金逸影视、完美世界、猫眼娱乐。

网红茶饮茶颜悦色 直营之路能否畅通

■本报见习记者 王 君

一直宣称不在长沙以外地区开店的网红茶饮品牌“茶颜悦色”终于要走出长沙了。近日,茶颜悦色发文称将进军武汉,并称未来也会进军北上广深。

业内人士表示,喜茶、一点点、奈雪的茶等新式茶饮品牌在全国跑马圈地,尤其是在长沙拓店气势凶猛。在本土现制茶饮市场竞争激烈的情况下,茶颜悦色不得不走出舒适圈。但是坚持采用直营模式,会让茶颜悦色的资金受到巨大考验。

茶颜悦色走出舒适圈

1月18日晚间,茶颜悦色在官方微博发布一则《关于茶颜悦色2020年外区规划自白》的长图,并配有话题茶颜悦色进军武汉。事实上,早在2019年12月份,就有消息称茶颜悦色要走出长沙,进入武汉或常德。当时茶颜悦色创始人吕良称:“有意向,但还没动。”而本次的自白长图,则证实了茶颜悦色将在2020年进入武汉市场的传言。

茶颜悦色发布的公告显示,2020年计划在外区地区进行门店部署,门店布局形式依旧采用直营模式,不加盟、不做代理。

公开资料显示,茶颜悦色是湖南长沙茶悦餐饮管理有限公司旗下品牌,成立于2013年3月份,从品牌logo、产品包装到门店设计,始终聚焦“中国风”,如中式团扇、古代美人等等。同时,“声声乌龙”“幽兰拿铁”“桂花弄”等产品也备受欢迎。目前,已经开设近200家的直营店,这些门店全部设立在长沙地区,从未向其他地区扩张过。

对于本次扩张,茶颜悦色在《关于茶颜悦色2020年外区规划自白》中表示,“把茶颜由长沙做到全国,甚至走出国门,这不仅是创始人的梦想,更是六年以来跟着茶颜不离不弃小伙伴真实的人生奋斗路径。”并称,鉴于自身能力问题,没有将长沙外的首店选在北上广深,但是北上广深一定会来的。

中国食品产业分析师朱丹蓬告诉《证券日报》记者,北上广深地区相对来说布局难度会相对较高。他表示,整个中国的新中式奶茶已经进入了竞争的下半场,头部玩家已经出现。所以对茶颜悦色而言,必须要采取稳健的打法。“茶颜悦色采用直营的模式会有资金产生很大的占用,所以其没有盲目的扩张,而是在湖北这样的周边城市进行扩张,可以说策略是非常精准了。”

新茶饮备受资本市场青睐

新式茶饮的火爆,从资本市场的热情也可见一斑,天眼查显示,从2015年12月份到2019年2月份,新式茶饮品牌涉及的亿元级别融资事件。

2019年8月27日,茶颜悦色也因“阿里入股”传闻登上热搜,但其随后在官方微博发布声明称,投资茶颜悦色的其中一家公司由阿里投资,因此

“阿里巴巴入股茶颜悦色”的说法不算准确,但确实有关联。

天眼查的数据显示,2019年8月份茶颜悦色的运营主体湖南茶悦餐饮管理有限公司发生工商变更,苏州元初投资合伙企业(有限合伙)成为新增股东,持股比例为6.32%。而苏州元初投资其股东之一为杭州阿里巴巴创业投资管理有限公司,但其大股东是李振宇并非阿里巴巴。而茶颜悦色大股东天图资本同样是奈雪的茶的投资方。

事实上,2015年前后,新式茶饮的出现,为国内茶饮市场的发展带来了另一种可能。《2019新式茶饮消费白皮书》指出,按“中国茶饮市场规模=新式茶饮门店销售额+传统茶叶销售额”测算,中国茶饮市场的总规模2019年会突破4000亿元。

对于茶颜悦色的扩张,奈雪的茶相关负责人对《证券日报》记者表示,二者定位不同,可以说是互为补充。据该负责人表示,在商业模式上,奈雪的茶打造的是生活方式,而茶颜悦色是小店面外带(饮品)的模式。在目标用户上,奈雪的茶消费人群中70%为女性,而茶颜悦色的消费人群更年轻化和多样化。在产品上,奈雪的茶以果茶为主,而茶颜悦色则是主打奶茶产品。二者不存在直接竞争,反而可以说是互为补充。

跨界玩家驶入赛道

资本的加持下,越来越多的跨界玩家进入这一赛道。

2019年4月份,瑞幸咖啡在其App上线了4款“小鹿茶”新品试水,7月8日,瑞幸咖啡宣布在全国40个城市近3000家门店推出10余款小鹿茶产品,正式杀入茶饮市场。并于9月3日,宣布旗下品牌“小鹿茶”独立运营,聘请了肖战担任“小鹿茶”品牌形象代言人。

同时,小龙坎和呷哺呷哺转型“火锅+茶饮”,呷哺呷哺的高端火锅店品牌湊湊正式推出了系列奶茶,并单独成立茶饮吧台,主要是为了利用火锅高峰消费时段后的闲置时段,打造火锅业态的全时段经营。

“头部玩家已经出现,不是说哪个业余选手想来参赛就能来参赛的。”朱丹蓬对《证券日报》记者表示,湊湊和小龙坎是把茶饮当成配餐型产品来发展的,在整个产品组合里面充当了补充性产品的定位,并非主力产品,也做不成主力产品。

一位茶饮投资人对《证券日报》记者表示,茶饮品牌目前面临的最大问题就是产品门槛低,容易被复制。越来越多的跨界玩家驶入新茶饮赛道。但对于现阶段茶饮品牌而言,茶饮产品仍然是保持消费热度的核心。“茶颜悦色坚持走直营模式,但是此前宣称坚持直营的黑周鸭也于2019年11月份开放了特许经营权。目前而言,头部品牌逐渐确定,茶饮品牌未来的竞争就将从产品逐渐向供应链以及管理偏移。茶颜悦色的直营之路能否顺畅,还有待观察。毕竟直营会给茶颜悦色的资金带来巨大考验。”该投资人如是说。

去年四川4家上市酒企 前三季度贡献172.81亿元净利

■本报记者 舒娅瑾

四川省人民政府新闻办公室日前在四川省统计局召开新闻发布会,会上发布了全省2019年GDP数据,会上第一、第二、第三产业发展状况以及投资、消费、进出口贸易等相关数据。《证券日报》记者注意到,作为白酒产酒大省,四川省白酒产业在2019年稳健发展,数据显示,2019年12月份,四川实现白酒产量40.7万千升,同比下降4.5%,不过从全年来看,四川2019年实现白酒产量366.8万千升,累计增长3.6%。

对此,四川省统计局总经济师、新闻发言人曾俊林向《证券日报》记者表示,白酒是四川的支柱产业和特色产业,四川白酒产量在12月份下滑、全年稳步增长,表明前阶段四川酒类行业生产增幅较大、消费较旺,生产能力扩大幅度较高。

据悉,在四川省“5+1”现代产业体系规划中,优质白酒是聚焦五大支柱产业的16个重点领域之一,被放在与智能装备、新能源与智能汽车、新材料、清洁能源、节能环保等高新兴产业同等重要的位置上。资料显示,2018年,四川白酒产业完成产

量358万千升,占全国白酒总产量的比例达到41%左右,实现营业收入2372亿元,利润344亿元,各项数据均处历史高位。2019年,四川白酒产业各项经济指标被认为会进一步增长,而以五粮液、泸州老窖、水井坊、舍得酒业、郎酒、剑南春为代表的川酒“六朵金花”成为了带领川酒产业继续向高质量发展道路上迈进的“领头羊”。

目前,川酒“六朵金花”中的五粮液、泸州老窖、水井坊、舍得酒业已在A股上市。从业绩来看,上述4家公司在2019年前三季度实现营业收入合计达到530.73亿元左右,实现归属于上市公司股东的净利润合计达到172.81亿元左右。从行业趋势来看,泸州老窖曾表示,中国白酒行业近年来由扩张型市场向竞争型市场加快转变,“马太效应”凸显,强者愈强、弱者愈弱、分化复苏,未来5年白酒行业的调整态势仍将继续,并呈现出以“四集中”和“四方向”为主要特征的趋势(市场份额向品牌集中,向品质集中,向文化集中,向原产地集中,品牌和产品向年轻化、时尚化、健康化、国际化方向发展),中国白酒将逐步进入“寡头时代”。