

并购六年子公司业绩承诺迟迟未兑现 长虹华意拟脱手相关扫地机器人业务

■本报记者 刘 钊

9月27日,长虹华意发布公告称,公司拟在西南联合产权交易所以公开挂牌的方式转让控股子公司长虹格兰博科技股份有限公司(以下简称“长虹格兰博”)55.75%股份,本次交易首次挂牌价格参照长虹格兰博100%股东权益价值的评估值确定为3.7亿元。本次交易完成后,长虹格兰博将不再是长虹华意子公司,不再纳入公司合并报表范围。

长虹华意表示,通过本次股份转让,收回资金进一步集中资源做强优势业务,有利于提高公司核心竞争力,有利于降低公司经营风险,符合公司整体战略发展需要以及公司和全体股东的利益。

未能完成对赌业绩

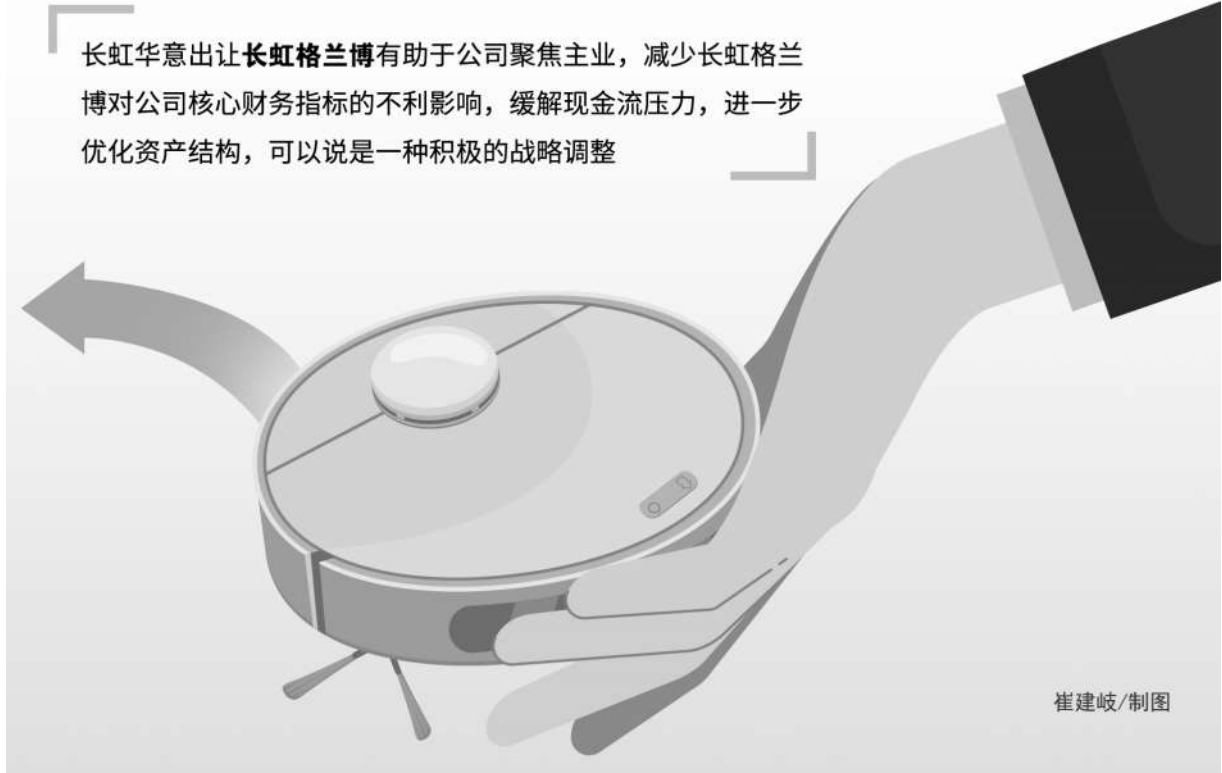
长虹华意为冰压行业龙头企业,主要业务包括冰箱压缩机、商用压缩机的研发、生产和销售。2012年,长虹华意并购第四大轻型商用压缩机厂商西班牙Cubigel压缩机公司,成为中国第一家走向国际的压缩机企业。

而长虹格兰博成立于2011年12月份,主要从事智能家居清洁机器人及锂离子电池、镍氢电池的开发、生产、加工、销售。

2017年9月份,长虹华意与长虹格兰博及其多位股东签署了《格兰博股份认购协议》以及《关于格兰博股份认购协议之对赌补偿协议》(以下简称“《对赌补偿协议》”),以4.175元/股的价格认购长虹格兰博非公开发行股份7812万股,投资金额为3.26亿元。2018年3月份,长虹华意与长虹格兰博原股东任颂柳、睿石基金签订《股权转让协议》,以4.175元/股的价格分别受让任颂柳、睿石基金持有的长虹格兰博股份1575万股、200万股,转让金额合计7410.63万元。上述并购完成后,公司持有长虹格兰博股份9587万股,占长虹格兰博总股本的68.42%。截至目前,长虹华意共计持有长虹格兰博股份7812万股,占长虹格兰博总股本的55.75%。

长虹华意此前曾表示,公司通过认购长虹格兰博非公开定向增发股份,成为其控股股东,可以快速进入家用智能清洁机器人制造行业,积极拓展智能制造产业。

长虹华意出让长虹格兰博有助于公司聚焦主业,减少长虹格兰博对公司核心财务指标的不利影响,缓解现金流压力,进一步优化资产结构,可以说是一种积极的战略调整



崔建岐/制图

整体来看,2017年长虹华意并购长虹格兰博之时,扫地机器人行业正处于发展的上升期,公司希望借此发展新的重要业务单元。为此,长虹华意设置了三年对赌目标,要求长虹格兰博2018年1月1日至2020年12月31日三年平均对赌净利润不低于5850万元。然而从实际表现来看,长虹格兰博2018年~2020年实现的净利润分别为2790.61万元、3659.5万元、1171.23万元,至2020年末,三年承诺期内平均净利润为2540.45万元,业绩完成率仅为43.42%。

彼时,考虑到长虹格兰博未能完成对赌业绩,主要受外部环境变化等因素的影响,为给予新业务更多时间和空间来促进发展,长虹华意决定延长三年对赌期,在业绩对赌方部分补偿后,调整目标值为2021年1月1日至2023年12月31日三年平均对赌净利润不低于4050万元。但此后的数据显示,长虹格兰博2021年和2022年分别实现净利润1302.27万元和-121.91万元,2023年1月份~7月份亏损537万元,远低于公司的期望目标。

北京博星证券投资顾问有限公司研究所所长、首席投资顾问邢星向《证券日报》记者表示:“长虹华意出让长虹格兰博有助于公司聚焦主业,

减少长虹格兰博对公司核心财务指标的不利影响,缓解现金流压力,进一步优化资产结构,可以说是一种积极的战略调整。不过,此次剥离亏损资产也显示出公司此前的战略并购存在瑕疵,背景调查可能不够充分才造成今天的被动局面,此次剥离亏损资产之后公司的内部治理也需要进一步完善。”

扫地机器人行业承压

经过六年的经营,长虹华意发现长虹格兰博自身能力建设仍远未达预期,技术、生产制造及管理方面的能力并没有明显提升。经营业绩方面,成本费用高企,预计短期很难有明显改善。由此长虹华意萌生退意。

长虹华意在公告中坦言,公司深耕冰箱压缩机行业二十余年,冰箱压缩机是一种应用于制冷设备的机电核心部件,公司在ToC端业务领域相对缺乏经验和能力积累,能对长虹格兰博的帮助有限,难以凭借既有优势帮助长虹格兰博在市场中扭转现状取

得突破。

以扫地机器人为代表的家庭服务机器人是近年来人工智能领域快速发展的新兴产业,但受多重因素影响,行业在连续增长后出现震荡走势,此前高速增长的态势似乎难以保持。中怡康数据显示,2023年上半年,中国扫地机器人市场规模达63.6亿元,同比下降0.6%,而去年同期为增长9%。

具体来看,2022年下半年以来,扫地机器人行业龙头企业率先开启“以价换量”模式,纷纷将核心产品降价,以期换得销量提升,同时稳住自身市场份额。

中研普华产业研究院分析员刘明月表示,预计以价换量政策下,扫地机销量有望增长,带动渗透率中短期提升,利好行业龙头企业。预计降本能力强、渠道优势足的龙头公司将占据优势,行业形成强者恒强格局。

有受访人士进一步分析,2023年扫地机器人行业难以保持高速增长态势,一部分原因也在于面临洗地机这一清洁赛道的强敌,市场竞争局面尚未稳定。同时,行业发展遭遇瓶颈。专注于产品和用户体验等,才是带动行业加速渗透、继续放量上涨的正确做法。

通威股份拟终止定增计划 光伏行业融资扩张趋势会否持续?

■本报记者 张晓玉 舒娅疆

在公布160亿元定增项目5个多月后,9月27日,通威股份发布公告称,公司拟终止2023年度向特定对象发行股票事项。

作为光伏行业龙头,通威股份此举受到广泛关注。千门资产投研总监宣继游在接受《证券日报》记者采访时表示,8月底,证监会作出优化IPO、再融资监管安排。在拥有较强资金实力的情况下,通威股份主动终止定增计划的行为有可能是当前市场环境下做出的一种响应,是考虑到多方因素做出的决定。

推进发展规划稳步落地

往前回溯,根据通威股份4月24日披露的定增预案,公司计划向不超过35名特定投资者发行不超过9亿股(含)公司股份,募集资金总额不超过160亿元,扣除发行费用后,94亿元将用于20万吨高纯晶硅项目,66亿元将用于云南通威水电硅材高纯晶硅绿色能源项目(二期20万吨/年高纯晶硅项目)。

对于此次终止定增的原因,通威股份解释称,基于当前资本市场环境发生变化,公司价值存在明显低估,为维护全体股东的利益,实现高质量发展,在综合考虑公司经营发展与财务情况,确保公司内蒙古20万吨高纯晶硅项目与云南通威水电硅材高纯晶硅绿色能源项目正常推进的前提下,经与相关各方充分沟通及审慎分析后,公司拟终止本次向特定对象发行股票事项。

“终止本次向特定对象发行股票事项后,公司将合理利用自有资金、金融机构贷款以及其他融资方式,统筹资金安排,继续推进公司2020年~2023年与2024年~2026年发展规划的稳步落地,确保相关项目如期完成。”公司表示。

“通威股份的现金流是非常好的,尤其是这两年来,公司的利润率较高、现金储备也较为充足。而目前资本市场融资项目较多,有些项目已经暂停或暂缓,各方都在积极维护资本市场稳定发展。通威股份主动停止定增计划,也是很好适应市场变化的一种体现。”北京特亿阳

深交所投教专栏

主板投资入市手册(二十七): 主板上市公司信息披露(一)

1.主板上市公司和相关信息披露义务人应如何履行信息披露义务?

答:主板上市公司及相关信息披露义务人应当及时、公平地披露信息,并确保所披露的信息真实、准确、完整,简明清晰、通俗易懂,不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

公司及相关信息披露义务人应当保证所披露的信息与提交的公告内容一致。公司披露的公告内容与提供给深交所的材料内容不一致的,应当立即向深交所报告并及时更正。

2.主板上市公司在什么情形下应披露业绩预告?

答:主板上市公司预计年度经营业绩和财务状况出现下列情形之一的,应当在会计年度结束之日起一个月内进行预告:

- (1)净利润为负值;
 - (2)净利润实现扭亏为盈;
 - (3)实现盈利,且净利润与上年同期相比上升或者下降50%以上;
 - (4)扣除非经常性损益前后的净利润孰低者为负值,且扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入低于1亿元;
 - (5)期末净资产为负值;
 - (6)公司股票交易因触及深交所《股票上市规则》第9.3.1条第一款规定的情形被实施退市风险警示后的首个会计年度;
 - (7)深交所认定的其他情形。
- 公司预计半年度经营业绩将出现上述第(1)项至第(3)项情形之一的,应当在半年度结束之日起十五日内进行预告。
- 此外,上市公司因上述第(6)项

光新能源总裁祁海坤表示。

行业扩张节奏或放缓

近两年来,在资本助推下,光伏行业持续高景气,各环节产能均开始密集扩张。根据中国光伏行业协会数据显示,今年上半年,光伏四大主材环节的产能同比增幅就已超60%,其中,多晶硅总产量超过60万吨,同比增长超过65%;硅片总产量超过250GW,同比增长超过63%;晶硅电池总产量超过220GW,同比增长超过62%;晶硅组件总产量超过200GW,同比增长超过60%。

产能扩张的背后是光伏企业的大规模融资,相关统计显示,今年以来,有超20家光伏企业发布融资相关公告。

例如,8月15日,晶科能源发布定增预案,拟募集资金总额不超过97亿元,其中72亿元拟投入山西晶科一体化大基地项目建设。7月初,天合光能抛出109亿元定增计划。仅在6月份,就有科士达、锦浪科技、爱旭股份、德业股份、钧达股份、宏润建设等多家光伏产业链公司发布定增计划,定增总金额达190亿元。此外,还有晶澳科技、TCL中环等相继公布新一轮再融资计划。

那么,随着龙头企业主动终止定增计划,光伏企业大举融资及扩产的情况是否还将持续呢?对此,分析人士表态谨慎。

宣继游认为,目前全球光伏产业处于技术迭代周期当中,市场主推TOPcon技术,而包括BC、异质结和钙钛矿在内的新技术也受到关注,对于大型光伏企业来说,在众多新技术当中“不站队”是一种正确的选择。而如果市场环境尤其是一级市场持续低迷,预计光伏企业大幅扩张的举动会出现一定减缓。

“现在活下来的企业有不少都曾经历过此前的行业洗牌,因此不会无序扩张,并可能因此适当放缓自身扩张节奏。”宣继游说。

祁海坤则表示,目前光伏行业在硅料、硅片、组件等环节的规模扩张都比较大,近期对行业保持谨慎乐观态度。而通威股份利用自有资金开展工作投资项目,也可以有效控制自己的投资节奏以及项目达产的进度。

沪市旅游酒店行业半年度集体业绩说明会亮点多 品质需求+创新供给成行业发展新动能

■本报记者 黄 群

9月26日下午,“沪市旅游酒店行业2023年半年度集体业绩说明会”在上海路演中心举办,黄山旅游、西藏旅游、九华旅游、首旅酒店、金陵饭店、天目湖等6家上市公司及高管人员齐聚业绩说明会,就公司经营状况、发展战略、产品创新、行业发展趋势等问题与投资者沟通交流。

本次业绩说明会上,参会企业对旅游行业不断向好发展均充满信心,“创新产品、丰富业态、打造特色文化”也成为高管们的共识。

展望全年: 参会企业信心满满

9月27日,黄山旅游披露的1月份~8月份主要经营数据显示,公司期内经营状况良好,景区累计接待进山游客317.08万人,较去年同期的92.36万人增长243.31%,主营业务实现较好增长。经财务部门初步核算,今年前8个月,公司实现营业收入12.50亿元,同比增长155.10%;实现净利润3.95亿元,同比实现扭亏为盈。

公司总裁孙峻在业绩说明会上表示,旅游市场快速恢复背景下,公司业绩快速增长得益于营销、产品、服务三方面。当下的黄山旅游更加注重数字营销,线下营销则抓住了疗休养、亲子研学游和高端客户三个增

量市场。

此前的9月22日,九华旅游和西藏旅游也发布了前8个月的经营数据。期内九华旅游实现营业收入4.99亿元,同比增长139.29%;实现净利润1.36亿元。西藏旅游实现营业收入1.5亿元,同比增长63%;实现净利润1900万元。

九华旅游董事长高政权在业绩说明会上表示,2023年旅游市场需求有序恢复,公司酒店接待游客数量稳步回升,国庆期间酒店预订情况好于2019年同期水平。

西藏旅游董事长胡晓非称,5月份~10月份为公司传统旅游旺季,叠加暑期因素,预计下半年游客接待量将进一步增长。目前,公司已对中秋、国庆假期以及下半年的各项游客接待工作做好了充分准备。

面对2023年的旅游休闲度假市场,首旅酒店也保持乐观态度。公司总经理孙坚表示,7月份、8月份的传统旺季很多企业经营数据创下历史新高,这也证明了当前行业进入了持续稳定的市场发展环境。受即将到来的“双节”因素影响,公司酒店整体预订量处于高位水平。

此外,金陵饭店董秘刘羽欣告诉投资者,公司旗下各酒店现阶段正在逐步接收中秋、国庆黄金周的散客和团队客房预订,预计今年国庆黄金周酒店预订情况可恢复到2019年同期水平。天目湖董秘虞雯称,目前公司中秋国庆期间整体预订情况较好,且仍

在持续增加。

把握市场趋势 持续推进产品创新

本次业绩说明会上,众多投资者还围绕“量升价跌”“产品创新”等话题接连向上市公司发问。

在胡晓非看来,当消费需求趋于理性且不断升级的时候,企业必须提供足够优秀的产品给消费者,即随着消费升级时一个阶段性的现象。随着从业者的共同努力,量升价升一定是整个行业发展的趋势。当前,品质需求和创新供给已经成为行业发展的新动能。

胡晓非还着重介绍了下半年公司的产品建设提升计划:将继续围绕九垂(九大垂直自然带)产品体系的建设,加速产品孵化。如重点推动雅鲁藏布大峡谷南岸的深度体验产品和北岸的游览体验,把茶日景区打造成公司的科普展示中心、升级碧波雅江游船项目,聚焦阿里景区高端客群,深度开发主题类产品,并推进5A景区建设工作。

天目湖总裁李淑香总结了公司在产品力上的创新:一是复合型产品的创新。这使得天目湖四季皆旺,并且具备很强的反脆弱性。二是组合产品的创新。公司将原有景区景点类的产品通过组合创新,开发了尊享疗养、劳动实践等多条定制线路,提升了客单价。

谈及产品创新,高政权表示,公司挖掘企业收入第二增长曲线,提供文化+旅游,养生+旅游,休闲+旅游等定制服务。公司旗下酒店以九华山传统素食为基础,围绕九华山文化IP核心,开展文创产品设计开发,助推农副产品向文创产品转化,多元发展,加速文娱多业态融合。

金陵饭店的食品业务板块是公司产品创新的重点。总经理(代)张胜新介绍,公司借助星厨盛宴等一系列餐饮主题活动,打造高端品质示范酒店。预制菜业务找准了经营突破口,加快研发成果转化,开展了拳头产品流量爆款的专项攻关。同时加强连锁酒店的集采,团购客户,电商渠道的业务拓展,加快金陵食品的产业化规模化发展。

黄山旅游的文创产品同样值得关注。公司于2018年9月份成立黄山华胥氏旅游文化创意有限公司,目前已开设14家线下体验店,共推出十大系列300余款产品。2023年上半年公司实现营收1055万元,同比增长494%,创历史新高。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇对《证券日报》记者表示,旅游行业作为服务业的重要组成部分,未来发展前景广阔。随着消费升级和人们对旅游体验的要求提高,旅游企业需要把握市场趋势和消费者需求,不断创新产品和服务,提高质量和效率。同时,旅游企业还需要加强与相关产业合作,推动产业融合和转型升级。此外,企业应注重品牌建设和诚信经营,提高自身形象和信誉度,以实现可持续发展。