

实控人助力 同力机械上演业绩“催肥术”

所购子公司成盈利功臣

同力机械主营业务为电梯部件及电梯金属材料的研发、生产与销售。从财务数据来看,同力机械报告期2017-2019年,下同)业绩可观,在这背后,公司2017年从实控人处收购来的全资子公司贡献不小。

根据招股书,同力机械截至报告书签署日拥有4家全资子公司,无参股公司。

同力机械4家全资子公司分别为江苏创力、江苏华力、鹤山协力和重庆华创。尤为值得一提的是,该4家子公司均系2017年同力机械从实际控制人处收购而来。从招股书来看,江苏创力等4家子公司合并报表的时间集中在2017年7-9月。

闯关前进行重组往往会受到监管层关注。在此前证监会披露的同力机械首发反馈意见中,证监会要求同力机械补充披露所收购股权收购前一个会计年度的营业收入、利润总额及占发行人相应科目的比重。

从同力机械最新更新的招股书来看,被重组方重组完成前一个会计年度营业收入、利润总额均超过同力机械相应项目的100%。

除收购时体量较大外,江苏创力等4家公司在同力机械报告期业绩中亦发挥不小的作用。招股书显示,2017-2019年同力机械合并报表范围内的净利润分别为0.92亿元、1.17亿元以及1.14亿元。同期,同力机械母公司净利润分别为0.1亿元、0.43亿元、0.32亿元。不难看出,同力机械母公司净利润与合并报表净利润存在一定差距。

以2019年数据来看,江苏创力、江苏华力、鹤山协力和重庆华创4家子公司实现的营收分别为34403.52万元、61736.18万

元、26725.67万元、9914.19万元,合计营收占同力机械营收(15.12亿元)的比重达到87.83%。同期,江苏创力等4家子公司实现的净利润分别为2978.81万元、1647.07万元、3348.94万元、674.37万元,合计净利润为8649.19万元,占同力机械2019年净利润的比重达到75.61%。

资深投融资专家许小恒表示,IPO前夕完成并购,除一方面可能涉及关联交易外,也可能是为了延伸业务产业链,提升未来盈利能力,主要目的是为IPO扫清障碍。

苏创力100%股权。

收购价格公允性引关注

对于收购江苏创力等4家公司的初衷,同力机械在最新的招股书中称,系为整合公司业务、管理等资源,避免同业竞争及减少关联交易。而从交易价格来看,相较于4家子公司账面净资产值,此次交易系折价转让,同力机械此次收购价格的定价依据以及公允性等难免引起市场关注。

具体来看,江苏创力主要从事直梯部件研发、生产及销售,所涉及的主要资产和业务与同力机械具有直接的关联性。截至2016年12月31日,江苏创力净资产值为9204.18万元。2017年7月,同力机械从实控人李国平、李腊琴处处以3621.32万元获得江

苏创力100%股权。2017年7月,同力机械以3025.21万元收购了李国平、李腊琴持有的江苏华力100%股权。江苏华力主要从事电梯金属材料生产及销售,所涉及的主要业务系同力机械经营业务的上游。数据显示,截至2016年12月31日,江苏华力净资产值为6976.69万元。

两个月后,同力机械在2017年9月以612.76万元还收购了李国平持有的鹤山协力100%股权,数据显示,截至2016年12月31日,鹤山协力净资产值为2257.55万元。据了解,鹤山协力主要从事扶梯部件的研发、生产及销售,所涉及的主要资产和业务与同力机械经营业务基本相同。

收购鹤山协力前,同力机械在2017年8月收购了李国平持有的重庆华创100%股权,交易价格为3029.43万元。数据显示,截至2016年12月31日,重庆华创的净资产值为3294.26万元。

交易价格与净资产值存在差异的情况下,同力机械上述资产收购价格的定价依据及公允性怎样,是否存在利益输送或其他利益安排成为市场关注的焦点。在首发反馈意见中,证监会也对公司收购价格的公允性等予以了关注,要求同力机械补充披露所收购股权在收购日的资产、负

债及所有者权益账面金额、评估值(如有)及增值率、增值原因、收购价格的定价依据及公允性,是否存在利益输送或其他利益安排。

在最新的招股书中,同力机械介绍称,4家子公司收购价格以各被收购公司截至2016年12月31日经审计的扣除未分配利润后的净资产作为参照依据(被收购公司2016年末累计未分配利润分配给原股东)。此外,同力机械进一步表示,本次收购未聘请中介机构进行评估,也未通过其他方式确定公允价值。虽未聘请中介机构进行评估,不过,同力机械在招股书中表示,“不存在利益输送和其他利益安排”。

人。就孟林华的背景资料,最新招股书除介绍孟林华通讯地址及身份证信息外未有过多介绍。北京商报记者通过天眼查查询发现,孟林华除持股同力机械外,未在任何公司持股、任职或担任法人。

“对IPO前通过增资或股权转让引入的新股东,监管层主要考察申报前一年新引入的股东。”北京一位不愿具名的券商人士表示,由于企业在IPO审核期间原则上不能实施股权激励,因而存在申报之前进行最后一轮增资扩股储备运营资金的情况。该券商人士进而表示,一些公司IPO申报前增资扩股引入股东,虽然能够充实公司的资本实力,但也不排除涉嫌利益输送的可能,因而会受到监管层重点关注。

许小恒亦表示,监管部门对“突击”入股的控制和监管日趋严格,重点关注新引入股东的身份、价格、资金来源、合法合规、关联关系、亲属关系、其他利益关系等。“突击”入股现象一方面容易损害广大中小投资者的利益,另一方面也容易滋生腐败行为或灰色利益的交换。”许小恒如是说。

在首发反馈意见中,证监会对同力机械IPO申报前一年引入新股东相关问题进行了重点问询,要求同力机械说明申报前一年引入新股东的基本情况,产生新股东的原因,新股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人及其签字人员是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排等。

针对此次IPO涉及的相关问题,北京商报记者向同力机械发去采访函,截至发稿,对方未给予回复。

北京商报记者 高萍

重构新房营销生态和线上租房全流程 58同城、安居客发力服务型平台

从“流量型”平台升级为“服务型”平台,成立15年的58同城在一年一度的集团盛会上喊出了自己的最新定位。2020年的“58神奇日”,58同城CEO姚劲波再携一众高管亮相,讲述58同城、安居客在房产领域的全新布局。在这场主题为“全力以赴,皆得归属”的峰会上,58同城宣布今年将全面贯彻“全力以赴”发展战略,“赋能与服务”成为贯穿全场发布会的关键词。

定位“服务型”平台 58同城提“自我革新”

“全力以赴”发展战略之下,58同城站在了新的发展起点。在房地产行业“触网”融合渐成主流、房产服务线上化趋势日趋明显的当下,发力迈向“服务型”平台,以服务为核心,积极打造基础设施建设,开放生态,成为这家房产信息服务平台的最新愿景。

如何实现平台角色与定位的转变,58同城、安居客提出要来一场“自我革新”:用基础设施服务于产业互联网,用开放生态进一步提升产业互联网的基础服务能力。姚劲波更是在发布会上直言,58同城计划加大市场投放,在新一轮产业升级中进行自我革新。希望通过优化自身系统升级带动平台商家进行更好的服务输出。

“新技术的应用加大了用户与商户之间的连接数量和连接效率,促进了交易发生。在

疫情形势下,这将为房地产经纪行业带来新能量。”姚劲波指出,产业技术革新意义重大。并透露,58同城、安居客接下来的方向聚焦“行业基建+能效升级+开放生态”。

根据介绍,一方面,58同城、安居客计划不断投入力量和资源构建行业公共基础设施建设,希望利用领先的科技水平进一步提升房地产交易服务效率,促进房地产经纪行业发生良性迭代;另一方面,欲借助整合基建来实现商家的高效转化和优质,以实现平台入驻企业以及行业的能效升级。此外,58同城、安居客还表态要开放生态,让产业上下游连接更为无缝、有序。

根据58同城、安居客管理层在发布会上的表态,服务输出已成为该集团的一项重点工作。当前,坚定宣称“绝不自营”的58同城筹划了一盘大棋:针对B端,赋能平台连接的所有企业;面向C端用户,提供涵盖租房、买卖二手房及新房、装修、商业地产等一切本地生活服务。

搭建“全连接” 重构行业营销模式

种种迹象表明,线上化已成为房地产市场发展的不可逆转趋势。如何满足用户日益提升的服务需求,成为房产信息平台不得不考量的现实问题。

数据显示,目前,58同城、安居客临感VR看房服务已经覆盖全国超500个城市,共计700万套房源可以使用临感VR全景看房,VR看房房源平均点击率是普通房源的1.53倍,场均停留时间是普通房源的6倍。

面对C端需求升级的考验,58同城、安居客给出了自己的答案——实现从“货”到“人”的运营升维,与用户共生。在此背景下,58同城、安居客适时推出了临感VR售楼处官方旗舰店,针对买前、买中、买后三个不同买房阶段的痛点,对服务、体验进行全面升级。而对于B端企业,不同于快消品行业的流



产品矩阵中的临感VR带看,58同城、安居客发生超过1000万次连接行为。

租房在线升级加速 打造智慧租房新生态

随着互联网对租住领域的进一步渗透,近年来越来越多布局其中的企业将经营思路转向如何用互联网思维更好地提供服务,58同城、安居客亦是其中代表。发布会上,58同城、安居客方面正式对外宣布,2020年拟打造智慧租房新生态。

“2020年是房屋租赁在线升级加速的一年。”58同城CTO邢宏宇直言,一直以来,无论是选房、看房环节,还是最终的签约环节,房屋租赁更多依赖线下流程。而受疫情影响,这些动作加速被迁移至线上完成。这对线上服务提供商来说,既是市场增长机会,又面临服务升级需求。

值得一提的是,利用多个基础设施带来的能效升级,58同城房屋租赁业务的全流程在线化也得以被进一步促进。据了解,当前58同城、安居客面向商家提供了整套全流程的服务升级方案。具体来看,服务升级主要体现在全流程在线化、全过程保障、全服务精细化等三大方面。

根据邢宏宇介绍,58同城从看房到沟通、预订、签约,可全部在线完成房屋租赁,让商家在人力最小化的情况下,获得更好的服务体验。同时,58同城对用户提供租房保障升级计划,无论在租房、租住,或是在退租过程中遇到纠纷,均由平台提供保障。

对于房地产市场而言,行业的野蛮生长期已经过去。58同城、安居客方面深知,作为发力“服务型”平台的房产信息服务提供商,唯有源源不断输出品质信息和品质服务,才能始终斩获来自C端用户以及B端企业的“芳心”。聚焦“行业基建+能效升级+开放生态”,58同城、安居客的自我革新进程在神奇日全新开启。

量思维,房地产行业的精准化营销更重转化和运营。基于此,58同城、安居客提出了“营销共同体”这一概念,并表示将以“全开放服务平台”的定位,在营销共同体构建中,弥补技术环节的缺失、补足生态环节中的短板,进一步推动行业健康发展。

58同城副总裁赵彤阳介绍,不断改善升级的临感VR售楼处官方旗舰店,不仅为开发商提供了丰富的营销场景,从前线线上快速获客,到后期引导快速成交,全面满足楼盘项目及房源展示、公域及私域场景内传播、在线服务用户和客户管理的需求,更为开发商优质好盘提供更多的自营营销机会。

对此,业内有声音称,对于拥有极大用户流量的房产信息平台来说,行业基础设施整合、多渠道智能技术及数据利用,促使58同城、安居客搭建的“全连接”,正在悄然改变行业营销模式。

据了解,2020年一季度,通过开放生态