编辑 常蕾 美编 高蕾 责校 李爽 电话:64101949 bbtzbs@163.com

数知科技大雷之后 42股还有50亿商誉压顶

A股突爆逾50亿元商誉减值大雷,这次的主角是创业板公司数知科技(300038)。受该消息影响,数知科技12月24日“一”字跌停,总市值50.86亿元,预计商誉减值金额超公司总市值。除了遭到投资者“用脚”投票之外,数知科技也在12月24日收到了深交所的一纸关注函,被质疑是否存在业绩“大洗澡”的情形。北京商报记者通过Wind统计发现,在A股市场中,商誉高企的个股并不在少数,截至今年前三季度末,有42股账上商誉超50亿元。业内人士指出,商誉犹如悬在公司头顶的利刃,投资者要警惕商誉大额减值进而侵蚀公司业绩的风险。

数知科技被疑“大洗澡”

开盘跌停之后,数知科技在12月24日午间收到了深交所下发的关注函。

交易行情显示,数知科技12月24日“一”字跌停,公司股价收于4.34元/股,最新总市值50.86亿元,当日换手率仅1.32%。截至当日收盘,在卖一位置仍有66.76万手卖单在排队出逃。

消息面上,数知科技12月24日披露了一则商誉减值风险提示公告,公司重大资产重组后形成了较大金额的商誉,截至2020年11月30日,公司因收购BBHI公司形成商誉56.28亿元、收购日月同行形成商誉3.32亿元、收购金之路形成商誉8503.84万元、收购鼎元信广形成商誉5560.08万元,上述公司经营状况持续恶化,将出现商誉减值,对公司的经营管理产生不利影响,预计减值金额约为56亿-61亿元。

该消息发布后,数知科技近6万股东在股吧炸了锅。12月24日午间,深交所出手,对数知科技下发了关注函,针对此次商誉减值等事项进行了刨根问底式询问。

具体来看,深交所要求数知科技逐项列示截至目前公司并购资产形成商誉的具体事项、时间、金额及历年来计提商誉减值准备的情况;另外,结合BBHI、日月同行、金之路、鼎元信广2020年的预计业绩情况和收购时的盈利预测,补充说明此次对BBHI、日月同行、金之路、鼎元信广的商誉进行减值测试的详细过程。

另外,由于此次一次性计提大额商誉,深交所也质疑数知科技是否存在本报告期进行业绩“大洗澡”的情形。

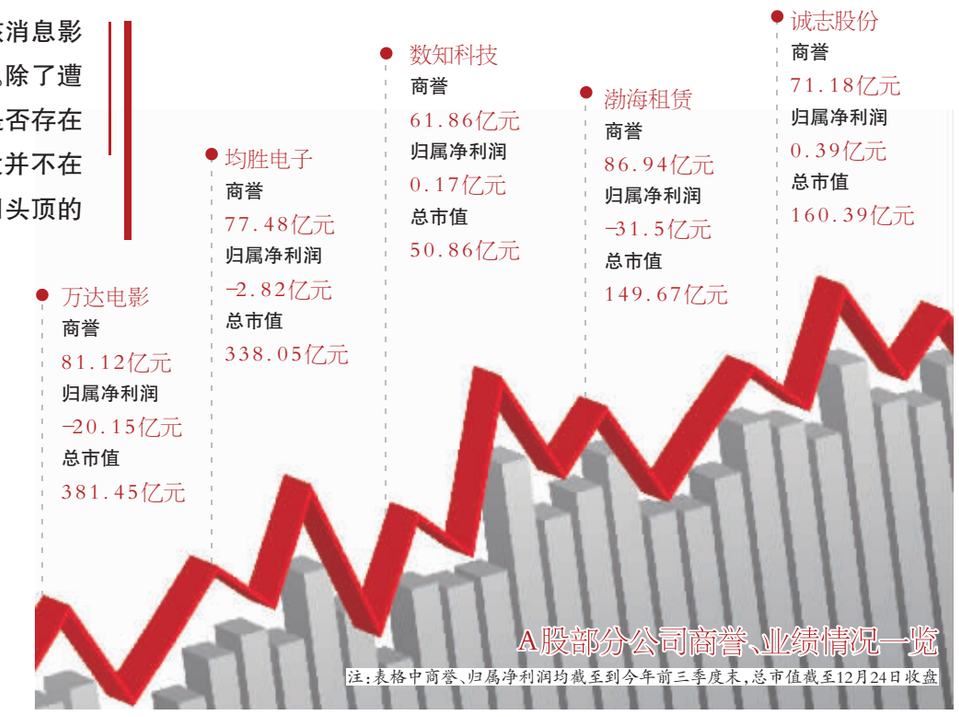
资料显示,数知科技2010年登陆A股市场,上市后公司开始不断外延式并购,这也让公司业绩处于稳步增长态势。但2020年公司业绩下滑较为严重,其中在今年前三季度实现归属净利润约为1675万元,同比下滑96.66%。针对相关问题,北京商报记者致电数知科技董秘办公室进行采访,对方工作人员表示“商誉减值风险目前不会对公司日常经营造成影响”。

42股头顶巨额商誉

数知科技商誉爆雷一事也引发了市场对A股公司商誉的关注。经Wind统计,截至今年前三季度末,A股上市公司中,共有42股账上商誉超50亿元。

Wind数据显示,截至今年前三季度末,A股市场上商誉排名第一的是美的集团,商誉达289.38亿元;其次,潍柴动力、闻泰科技、世纪华通等5股商誉也在200亿元以上。

商誉在100亿-200亿元之间的则有紫光股份、纳思达、华能国际、上海医药等8股;均胜电子、蓝帆医疗、诚志股份、天茂集团、盈峰环境、南京新百、龙蟒佰利等28股的商誉则在50亿-100亿元之间。



在上述商誉高企个股的背后,大多热衷并购。以商誉值226.97亿元的闻泰科技为例,公司曾在2019年完成了A股最大的半导体收购案,斥资近200亿元收购了安世半导体的控制权,同时也实现了对安世集团的间接控制。

据了解,闻泰科技处于产业链中游,为全球主流电子品牌客户提供智能硬件的研发设计和智能制造服务,而安世集团处于产业链上游,为世界一流的半导体标准器件供应商,安世集团下属主要经营实体安世半导体在复杂电磁、温湿度等极端环境下能保持极高的一致性和有效性。

并购完成后,闻泰科技的业绩也出现了突飞猛进的变化,其中在2019年实现营业收入约为416亿元,同比上涨139.85%;对应实现归属净利润约为12.5亿元,同比大幅上涨1954.37%。在今年前三季度闻泰科技业绩继续走高,其中在报告期实现归属净利润约为22.6亿元。

除了上述商誉超50亿元的42股之外,经Wind统计,截至今年前三季度末,A股市场还有红相股份、东方通、众生药业、英飞拓、三泰控股等245股的商誉在10亿元以上。

4股三季报业绩亏损

相比闻泰科技,商誉超过50亿元的42家上市公司中,不少今年前三季度经营业绩现承压迹象。

据Wind统计,42股中,有25股今年前三季度实现的归属净利润出现同比下降的情形,占比近60%。具体来看,纳思达、天茂集团、中天金融等17股今年前三季度实现的归属净利润同比下降在40%以上。南京新百、诚志股份等11股今年前三季度实现的归属净利润降幅则在50%以上。

上述个股中,不乏有三季报业绩亏损的企业。据Wind显示,东方航空、渤海租赁、万达电影、均胜电子4股今年前三季度实现的归属净利润均为负值。数据显示,东方航空、渤海租赁、万达电影、均胜电子今年前三季度实现的归属净利润分别约为-91.05亿元、-315亿元、-20.15亿元、-2.82亿元。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林在接受北京商报记者采访时表示,商誉是上市公司收购其他公司收购价减去净资产价值所对应的溢价。商誉占比过高,意味着上市公司的资产“水分”较高。上市公司收购的目标公司,一旦业绩出现下滑,则需要计提商誉减值,这会对公司带来负面影响。

投融资专家许小恒补充表示,商誉减值是计入资产减值损失的,因此会影响净利润。“一些公司因商誉计提减值准备后,业绩受到影响,甚至出现由盈转亏的情况。并购重组形成的大额商誉,也会给少数公司未来业绩带来较大的不确定性。”著名经济学家宋清辉如是说。

许小恒表示,临近年底,投资者需要注意的是业绩爆雷风险,因商誉减值带来的业绩变脸值得关注。尤其是对于业绩已经出现承压迹象的个股,投资者更应该警惕。

北京商报记者 马换换 刘凤茹

掉队的微信视频号 直播打赏的旧生意

12月24日,北京商报记者发现,微信苹果新版本对视频号进行了多项更新,不仅用户可以连麦、购买虚拟道具微信豆打赏,新版本还给视频号新增了两个流量入口,一个是将“发现”页面中的“附近的人”改成了“附近的直播和人”,另一个是在微信个人名片上。

上述一系列变化,让视频号集齐了推流、连麦、打赏三种功能。对于博主而言,直播基础设施的完善是利好,有流量又可以变现,对微信而言,多个功能上线可以盘活生态,也可以给自己带来新的变现渠道,一举两得。

喂养不停

自今年初推出视频号,微信就不断迭代功能,较小程序等其他产品,视频号的“进化”节奏明显更快。

微信团队相关人士告诉北京商报记者:“微信iOS 7.0.20正在进行灰度测试,更新到最新版本后,创作者在视频号发起直播,可体验美颜、滤镜功能,还可以通过连麦、抽奖、打赏与观众互动。为了激励视频号创作者,我们推出了虚拟道具打赏的能力,用户可以在微信上用微信豆购买虚拟礼物,用于在直播中打赏视频号主播。在账号展示上,用户可设置在微信个人名片展示绑定的视频号。”

从大方向看,这次视频号更新,微信主要给予了流量和变现两方面支持。

在流量方面,微信将“发现”页面的“附近的人”改成了“附近的直播和人”,用户点击后不再简单显示附近的人以及距离,而是从左到右依次分成三栏:视频、直播、附近的人,用户还可以点击右上角按钮直接发起视频号直播。

北京商报记者点击进入最中间的“直播”发现,同城直播以两列呈现,会显示博主名以及多少人看过,右上角还可以点击更多直播。

这个变动,让视频号在微信“发现”页面有了两个入口,一个是“视频号”,一个是“附近的直播和人”,朋友圈和小程序各自有一个,且论入口位置,视频号较小程序更明显。

“基于位置给视频号设置入口,不能简单地理解为一个入口,从商业角度看,对本地生活服务类商家是个利好,直播+本地生活的模式对微信也有不小的商业想象空间。”比达咨询分析师李锦清向北京商报记者表示。

此次新增的另一个入口在微信个人名片上,如果用户同意开启视频号展示,微信朋友就可以在该用户的个人名片上看到视频号信息,点击可直接跳转该用户的视频号主页。

直播成必然

一个基于位置,一个基于熟人社交关系,微信对视频号的流量倾斜十分明显,在视频号与视频号之间,微信也在打通流量,这一点体现在连麦功能上。

北京商报记者体验发现,部分用户在完成更新后,可在视频号直播中看到连麦功能,进入直播间的粉丝可以发起语音连麦或视频连麦的申请,视频号博主通过后,即可实现视频或音频连麦。在用户分享的截图中,微信创始人张小龙曾以连麦的形式出现在某视频号主播间。

其实,连麦是主播平台的标配,此功能可以增强观众和主播的互动,提高用户黏性。“也可以这样理解,连麦能让视频号之间互相导流,让视频号多一种玩法,毕竟直播是一种互动形式。”李锦清说。

女性视频号博主更感兴趣的是美颜功能。这次升级,视频号推出了美颜、瘦脸、滤镜、镜像、翻转等功能。虽然视频号并没有强调娱乐直播的定位,但是上述功能对于提高视频号用户体验很重要。

直播预约和抽奖功能看似简单,但对于运营视频号的商家而言,也有吸引流量的作用。有商家告诉北京商报记者:“我可以把线下抽奖的环节搬到视频号上,这样就能把线下的人引到线上了”。直播预约功能也有类似的作用,博主发起直播预约后,只要用户刷到该博主的视频,就可以看到直播预约的提示。

打赏的算盘

不论是新增入口还是上线各种新功能,目的都是吸引更多的博主和观众。如果流量来了却沉淀不下来,就会丧失构建生态、盘活生态的机会。如何盘活,商业化是最直接的方式,体现在这次升级上,是视频号推出了可供观众打赏的虚拟道具微信豆。

按照腾讯的官方解释,微信豆是微信提供的用于在微信上购买虚拟物品的虚拟道具,目前仅适用于在视频直播中购买虚拟礼物。

北京商报记者体验发现,并不是每一个升级至苹果最新版本的微信用户都可以体验打赏。根据用户截图,在视频号直播间,1个微信豆可以送出一个爱心,最贵的礼物是桃花岛,需要8888个微信豆,1元7个微信豆。

微信团队相关人士告诉北京商报记者,视频号博主可以实时兑换礼物,一天兑换一次。

这跟主流直播平台的规则一致。不过该人士并未向北京商报记者透露视频号是否会对直播打赏抽成。因为采用虚拟道具打赏,平台抽成是行业惯例,业内人士普遍认为,视频号可能采用主流直播平台通用的五五分成,这对微信商业化有帮助。

按照腾讯财报的划分,微信没有独立披露,一般业内人士会通过腾讯社交及其他广告营收来观察微信商业化成绩。

2020年三季度,腾讯社交及其他广告营收177.52亿元,同比增长21%。李锦清认为,视频号在推出打赏功能后,微信商业化会在腾讯财报业绩上体现。文渊智库创始人王超则向北京商报记者直言:“暂时来看,微信能拉动的营收有限,毕竟微信的直播体量还达不到快手、抖音的规模”。

北京商报记者 魏蔚

老周侃股 Laozhou talking

计提商誉减值不可一减了之

周科竞

数知科技自曝预计计提商誉减值56亿-61亿元,市场一片哗然。这样一则计提巨额商誉的消息,让投资者猝不及防且损失惨重。虽说数知科技商誉计提只是A股公司中的一个缩影,但商誉减值却不可一减了之,如何根治商誉减值才是解决问题的关键。本栏认为,要从源头上严把并购重组关口,必要时对相关责任主体进行追责,来防范此类问题重复上演。

商誉具体表现为在企业合并中购买企业支付的买价超过被购买企业净资产公允价值的部分。通俗来说,商誉就是能给公司带来利润的无形资产。例如,同样是瓜子,没品牌的卖12元一斤,好牌子的可能卖30元一斤,贵出的18元就是商誉的价值。

作为一种财务处理方式,商誉减值是指对企业在合并中形成的商誉进行减值测试后,确认相应的减值损失。

为何要进行商誉减值?好的品牌是有价值的,不限于商品销售,还有服务、平台以及其他很多领域。反过来说,既然能够产生附加价值的公司拥有商誉,那么有商誉的公司也就应该能够产生价值。但是如果某家原本能够产生附加价值的公司,后来因为种种原因不能再产生附加价值了,低于市场给予的预期,那么商誉就会减少或者消失。如果这是一家上市公司,那么这种商誉的减少最终侵蚀业绩,对于股价也有很不利的影响。

当然,导致商誉减值的原因有很多。有的是因为企业经营不善,有的是因为购买资产时对商誉估值过高,有的是激烈的市场竞争所致。从上市公司角度看,曾经超高溢价购买资产的标的公司,在业绩承诺期过后,有很大概率出现商誉减值的风险。

目前来看,A股上市公司大额商誉减值,多数是为高溢价收购、盲目跨界并购资产的错误行为买单。这种商誉减值给投资者带来的危害巨大。业绩爆雷,股价闪崩,投资者无处诉苦。

如何根治商誉减值?本栏认为,首先是监管对于上市公司并购重组要严格把关,对忽悠式重组、高溢价收购、盲目跨界行为要严查重罚。

同时,商誉减值也应该追责。上市公司高管在高价收购资产的时候作为主要的决策者,理应对收购后的不良后果承担责任,其中包括但不限于赔偿投资者的合理损失。

对于投资者而言,如何“避雷”才是根本。本栏建议,投资者需要当心那些在业绩承诺期“踩线”完成承诺的公司。投资者有理由担心,它们完成业绩承诺都是由外力协助的,目标就是完成业绩承诺,对于这样的公司来说,它们的真实盈利能力存在很大疑问,一旦过了业绩承诺期,这些外部协助力量将会瞬间消失,业绩大幅滑坡、商誉大幅减值也就不可避免。投资者如果认为高价收购资产不妥,理应提早避险。