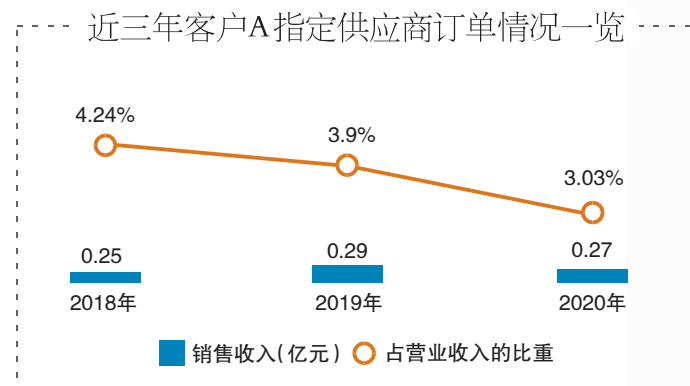
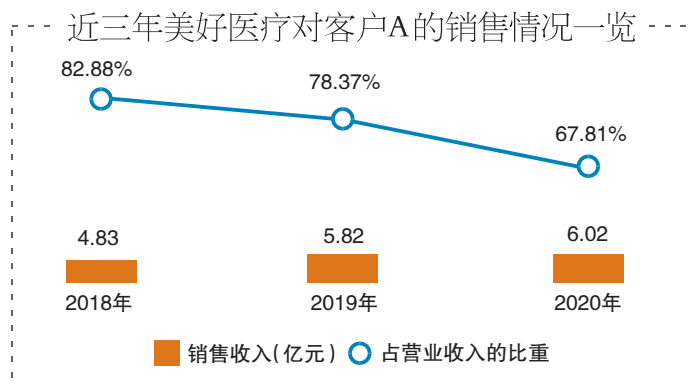


# 患大客户依赖症 美好医疗拟募资扩产

成立近11年,医疗器械组件商深圳市美好创亿医疗科技股份有限公司(以下简称“美好医疗”)也要来A股了。深交所官网显示,美好医疗创业板IPO已获得受理,公司正式向资本市场发起冲击。纵观美好医疗招股书,神秘大客户A成为了公司不得不提及的关键角色,其在2018-2020年为公司贡献超七成营收。背靠“金主”客户A,美好医疗2019年净利大增近八成,但在2020年公司净利增速明显放缓,仅增逾一成。面对大客户依赖问题,美好医疗拟募资10亿元扩产,以期拓宽客户渠道,降低单一客户所占比重,但最终成效待考。



## 拟募资10亿元扩产

据美好医疗招股书,公司拟募资10亿元扩产。

招股书显示,美好医疗拟募资10亿元,募资全部围绕公司主营业务进行,扣除发行费用后计划用于呼吸系统疾病诊疗关键设备及呼吸健康大数据管理云平台研发生产项目。

美好医疗披露的主要产品产销情况显示,2018-2020年,家用呼吸机组件产量分别为5994.77万个、7333.56万个、7050.27万个;销量分别为6151.09万个、7224.87万个、7368.16万个;产销率分别为102.61%、98.52%、104.51%。人工植入耳蜗组件产量分别为161.28万个、276.6万个、322.93万个;销量分别为168.16万个、262.67万个、326.52万个;产销率分别为104.27%、94.96%、101.11%。

美好医疗表示,公司目前总体产能负荷较高,随着公司市场销售规模的不断扩大以及客户需求的不断提升,现有的车间场地以及生产设备将不能满足未来公司业务发展的需要。此次募资将满足公司的产能扩充计划,一方面将投资扩充医疗器械精密组件产品的生产设备,增加产能,提高现有客户的业务份额,同时不断拓展全球医疗器械知名企业客户业务;另一方面将在生产线自动化方面加大研发和投入力度,提升产品的自动化生产效率。

另外,美好医疗表示,公司原有产能仅可满足当前主要客户的需求,未来公司新厂房陆续投入使用,届时将解决产能限制问题,不断拓宽客户渠道,单个大客户所占比重将会进一步下降。

许小恒对北京商报记者表示,募集资金投资项目实施后,美好医疗固定资产规模将有较大幅度提高,每年将增加较多的折旧费用。美好医疗也提示风险称,如果募集资金投资项目建成后,项目不能按计划投产并产生效益,将对公司的经营业绩造成一定不利影响。北京商报记者 董亮 马换换

## 营收重度依赖大客户A

报告期各期,神秘大客户A为美好医疗贡献了超七成营收。

招股书显示,美好医疗专注于医疗器械精密组件及产品的设计开发、制造和销售,家用呼吸机和人工植入耳蜗组件的开发制造和销售是公司目前的核心业务。主营业务收入按产品类别分类来看,2018-2020年,家用呼吸机组件产生营收分别为4.8亿元、5.8亿元、5.94亿元,占主营业务收入的比例分别为82.64%、78.38%、67.06%。

据美好医疗介绍,公司呼吸机组件产品的主要客户为客户A,报告期各期,客户A也一直稳居公司第一大客户之位。数据显示,2018-2020年,美好医疗来自客户A的销售收入分别为4.83亿元、5.82亿元和6.02亿元,占公司营业收入的比重分别为82.88%、78.37%和67.81%。

此外,2018-2020年来自客户A指定供应

商订单(以下简称“间接订单”)的销售收入分别为2467.84万元、2893.82万元及2689.75万元,占营业收入的比例分别为4.24%、3.9%及3.03%。同期上述来源于客户A直接及间接订单实现的销售收入合计分别为5.07亿元、6.11亿元、6.29亿元,占公司营业收入比例分别为87.12%、82.27%、70.84%。

不难看出,近三年神秘大客户A为美好医疗贡献了超七成营收。投融资专家许小恒对北京商报记者表示,大客户依赖问题一直是监管层关注的重点。“一旦大客户发生较大的变故,将对公司经营业绩带来不利影响。”许小恒如是说。

对于大客户A的身份,美好医疗在招股书中并未过多透露,称其为全球家用呼吸机产品的龙头企业之一,2017-2019年,客户A实现营业收入均超过20亿美元且持续增长,净利润均超过3亿美元且持续增长。

实际上,IPO公司招股书对客户A信息保密的情况并不多见。对此,知名投行人士王骥跃在接受北京商报记者采访时表示,涉及保

密客户,可以向监管层申请免于披露。

## 客户B稳居第二

除了客户A之外,客户B也是美好医疗的稳定大客户。

与客户A的合作内容不同,美好医疗主要向客户B销售人工植入耳蜗组件等医疗器械产品。数据显示,2018-2020年,美好医疗对客户B的销售收入分别约为3718.26万元、6129.56万元、5535.98万元,分别占公司主营业务收入的6.38%、8.26%、6.23%,稳居第二大客户之位。

据美好医疗介绍,客户B是医疗器械行业内的知名厂商,在人工植入耳蜗领域市场占有率较高。另外,深圳长城开发科技股份有限公司以及迈瑞医疗也经常出现在美好医疗的前五大客户名单中,但排名不稳定。

整体来看,2018-2020年,美好医疗向前五名客户合计的销售额占当期营业收入的比例分别为95.62%、92.57%、84.17%。

# 与阿里设立合营企业涉嫌违法 五矿发展遭调查

北京商报讯(记者 董亮 马换换)4月19日晚间,五矿发展(600058)发布的一则公告引发了市场极大关注,同时也将阿里巴巴集团控股有限公司(以下简称“阿里巴巴”)推至舆论的风口浪尖。据五矿发展披露消息显示,因公司与阿里巴巴设立合营企业五矿电子商务有限公司(以下简称“五矿电商”,现已更名为“龙腾数科技术有限公司”)的交易涉嫌构成违法实施经营者集中,国家市场监督管理总局决定予以立案调查。

据了解,2012年5月,五矿发展成立全资子公司五矿电商。2015年11月,上市公司、杭州阿里创业投资有限公司(以下简称“阿里创投”)及北京海立云垂投资管理中心(有限合伙)(以下简称“海立云垂”)共同向五矿电商增资5.93亿元,其中上市公司向五矿电商以现金增资2.04亿元,阿里创投以现金增资3.17亿元,海立云垂以现金增资7200万元。

增资完成后,五矿发展、阿里创投、海立云垂

分别持有五矿电商46%、44%、10%的股权。但2019年12月,阿里创投将其持有的五矿电商44%股权转让给了易大宗(北京)供应链管理有限公司。

据五矿发展披露的阿里创投基本情况,自然人马云出资额为2.08亿元,持股比例为80%;自然人谢世煌出资额为5200万元,持股比例为20%。

对于上述增资的目的,五矿发展曾表示,为提升电商平台交易及服务能力,公司联合阿里创投共同对五矿电商进行增资,加大技术、运营及市场投入,提升竞争实力,与阿里创投的合作是双方基于战略协同和优势互补的重要举措,五矿电商在获得发展资金的同时,还将获得双方在技术和网站运营能力、物流体系、剪切加工服务能力、渠道推广等多方面的支持,从而实现线上平台与线下体系结合,构建符合市场需求的电商运营模式,打造全国领先的第三方金属电商平台。

未曾料到,上述交易在五年后却遭到了国家

市场监督管理总局的追查。针对相关问题,北京商报记者致电五矿发展董秘办公室进行采访,对方工作人员表示,目前公司正按照要求递交相关说明材料,处罚还没有落地”。

资料显示,经营者集中是指两个或者两个以上的企业相互合并,或者一个或多个个人或企业对其他企业全部或部分获得控制,从而导致相互关系上的持久变迁的行为。如果经营者结合后对竞争的秩序产生效果,如经济力量的过度集中,损害竞争的垄断结构出现,就应受到反垄断法的调整。经营者集中的后果是双重的,一方面,有利于发挥规模经济的作用,提高经营者的竞争能力;另一方面,过度集中又会产生或加强市场支配地位,限制竞争,损害效率。

知名投行人士王骥跃对北京商报记者表示,按照阿里巴巴的规模,上述增资五矿电商的行为将触及反垄断法,依法要先申报,获得同意后再次实施。

# 归属净利降近三成 倍加洁上市后业绩首现下滑

北京商报讯(记者 刘凤茹)4月19日晚间,倍加洁(603059)2020年经营成绩单出炉。从披露的数据来看,倍加洁2020年归属净利润同比下降近三成。而这也是倍加洁上市以来,年报业绩首度下滑。

2020年倍加洁业绩出现增收不增利的情形。具体而言,倍加洁2020年实现的营业收入约8.28亿元,同比增长2.7%;对应实现的归属净利润约7688.47万元,同比下降29.7%。报告期内,倍加洁实现的归属扣非后净利润约7381.18万元,同比下降26.36%。

倍加洁于2018年3月2日上市,公司主要从事口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品的研发、生产和销售,其中口腔清洁护理用品主要包括牙刷、牙线、齿间刷、牙线签等产品,一次性卫生用品主要包括湿巾等产品。

财务数据显示,2018年、2019年倍加洁实现

的营业收入分别约7.55亿元、8.06亿元,对应实现的归属净利润分别约9441.21万元、1.09亿元。2018年、2019年倍加洁实现的归属净利润分别同比增长9.07%、15.84%。

从上述数据可以看出,倍加洁2020年归属净利润下滑系上市后年报业绩首度出现下滑。关于公司2020年增收不增利的具体原因等问题,北京商报记者致电倍加洁董秘办公室进行采访,相关人员表示,更多的原因是受疫情的影响”。

倍加洁2020年年报显示,公司个人清洁护理产品2020年实现的营业收入约8.27亿元,同比增长3.32%,该产品当期对应的毛利率为22.95%,同比减少了2.35个百分点。

从地区来看,倍加洁的营业收入喜忧参半。数据显示,倍加洁2020年在海外实现的营业收入约5.23亿元,同比增长超一成。倍加洁在年报中称,本期海外营业收入较上年同期增长18.05%,

主要系公司湿巾和其他口腔护理产品销量增长,其中湿巾销售同比增长29.44%。而2020年倍加洁国内实现的营业收入约3.05亿元,同比下降14.86%。倍加洁2020年国内销售的产品毛利率为17.65%,同比减少了6.32个百分点。

虽说业绩下滑,不过倍加洁的股东们也享受到了分红的福利待遇。据公告,倍加洁拟以2020年12月31日总股本1亿股为基数,向全体股东每10股派发现金红利2.4元(含税),以此计算合计拟派发现金红利2400万元(含税)。经计算,倍加洁2020年年报现金分红占当期归属净利润的比例为31.22%。

股价方面,倍加洁在2020年8月7日创出39.36元/股的高点后,股价震荡下行。据东方财富网统计,2020年8月7日-2021年4月19日,倍加洁股价区间的累计跌幅为43.81%,同期大盘上涨2.69%。4月19日,倍加洁最新收盘价为21.23元/股,总市值为21.23亿元。

## 老周侃股 Laozhou talking

### 警惕年报尾声绩差股爆雷风险

周科竟

进入4月下旬,上市公司年报披露季进入尾声,从历史经验来看,最后的上市公司年报绩差股居多,业绩有惊喜的概率大幅下降,即使是投资者预期业绩比较好的蓝筹股,如果不是公司规模太大,拖到最后公布年报的公司,也不排除有“见光死”的可能。

俗话说得好,“丑媳妇迟早要见公婆”,但也是能拖一天算一天,于是4月末公布的年报按照惯例要比2月和3月的整体水平稍差。除了有些公司确实需要很长时间统计数据之外,更多的绩差公司都有这样的想法,大家赶在最后一时间出年报,投资者根本没时间去细看,于是蒙混过关,又过去一年。

对于4月末的年报,本栏认为不具操作价值,一般来说,希望投资者认真品味的年报,都不会拖到这么晚可以提前结束。4月的热点,将向垃圾股的保壳行情和科技股的幻想转移,概念性的题材会更加吸引投资者的关注,市盈率可以被抛弃,转向对市净率的追求。

总体来看,4月末属于避险的时段,投资者对于尚未公布年报的持股也会由期待转向失望,用脚投票会在4月末集中爆发。虽然股市政策面不断转暖,但如果上市公司业绩无法达到投资者的期望,最终也会沦为被遗忘的品种。

对于尚未公布年报的公司,投资者心中应该留个心眼,是不是公司业绩一般、成长性较差,如果再配

上股价此前出现较大幅度上涨,就更应该引起警惕。因为在弱市中,股价涨幅较大的公司,即使业绩真的很好,在年报公布后也有“见光死”的可能,逢高派发或许还是比较务实的做法。

对于整个大形势来说,4月末投资者的眼球往往会被垃圾股吸引,一方面是庆幸躲过了爆雷,另一方面是寻找值得开发的新项目,此时业绩风险即将过去,上市公司不会再去公布好的或者不好的业绩报告,那么投资者将不再那么关心公司业绩,题材和概念才是此时最有可能的热点。

年报披露季的尾声,投资者最应该学会的是避险,重点关注那些已经披露年报的上市公司,无论它们的业绩表现如何,短期之内都已经尘埃落定,没有爆雷的风险。而没有披露年报的上市公司则不一样,可能极个别的上市公司会给投资者带来一些意外的惊喜,但这样的概率整体而言会比较低,性价比不是很高。

想要股市真正走出长牛慢牛,还得依靠大多数上市公司的业绩不断增长,其中被投资者在梦中期待的创业板、科创板股票能否“梦想成真”至关重要。即股市的长期走强需要数量众多的上市公司能够通过利润不断增长来降低自己的市盈率水平,这就是所谓的成长性。但这些“梦想成真”,投资者大概率要等到中报披露期了。