

卡恩文化大客户频变 对美赞臣销售收入连降

前五大客户贡献逾七成收入

从卡恩文化报告期内的营业收入数据来看,公司前五大销售客户是收入的主力。

招股书显示,卡恩文化以“IP+创意+产品”作为经营模式,主要通过销售促销品实现收益,同时提供文创工艺品。财务数据显示,2018-2020年,卡恩文化实现的营业收入分别为27587.83万元、30420.01万元、33245.58万元。

据了解,卡恩文化的营业收入包括三部分,销售促销品、文创工艺品以及提供促销服务,其中销售促销品是重要营收来源。数据显示,2018-2020年卡恩文化销售促销品实现的营业收入分别为27478.25万元、30016.46万元、28756.66万元。从客户的行业分布来看,公司促销品收入占比最大的是母婴奶粉行业,报告期内,母婴奶粉行业客户收入占比分别为82.01%、90.29%和92.08%。

北京商报记者注意到,卡恩文化客户集中度较高。招股书显示,2018-2020年卡恩文化分别向前五大客户合计实现的营业收入为26342.81万元、27957.64万元、25754.75万元。报告期内,卡恩文化前五大客户销售收入占当期营业收入的比例分别为95.49%、91.91%和77.47%。

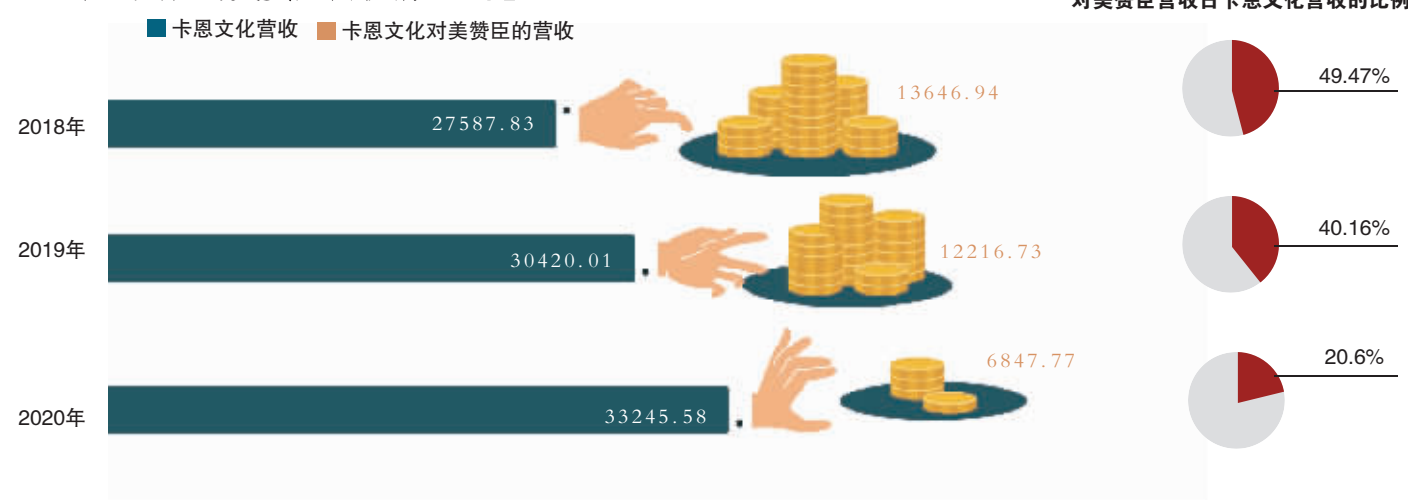
不过,从上述数据可以看出,卡恩文化的客户集中度逐步下降。卡恩文化的保荐机构招商证券在招股书中称,卡恩文化报告期内客户集中度较高主要与下游母婴奶粉市场集中度较高相关,主要客户合作稳定,持续开拓新客户,客户集中度逐年降低,该情形对发行人持续经营能力不构成重大不利影响。

虽说客户集中度在下降,不过与同行可比公司进行对比,卡恩文化的客户集中度仍处于较高水平。招股书中,卡恩文化将元隆雅图列为可比公司之一,该公司于2017年上市。据介绍,元隆雅图主要为世界500强公司及国

内知名企业提供整合营销服务,聚焦于礼品(促销品)创意设计和供应、数字化促销服务和新媒体营销,元隆雅图系目前主营产品是促销品的唯一A股上市公司。

卡恩文化披露的招股书显示,元隆雅图上市前三年前五大客户销售占比分别为63.54%、57.09%和53.66%。

卡恩文化对美赞臣营收情况一览(单位:万元)



内知名企业提供整合营销服务,聚焦于礼品(促销品)创意设计和供应、数字化促销服务和新媒体营销,元隆雅图系目前主营产品是促销品的唯一A股上市公司。

卡恩文化披露的招股书显示,元隆雅图上市前三年前五大客户销售占比分别为63.54%、57.09%和53.66%。

对美赞臣销售额逐年下滑

提到卡恩文化的重要销售客户,就不得不提美赞臣。从披露的数据来看,美赞臣报告期内对卡恩文化营业收入的贡献值不小。不过,卡恩文化对美赞臣销售收入却出现连降的情形。

据悉,卡恩文化是美赞臣的主要促销品供应商,2013年公司设立当年即开始合作。招

股书显示,2018年卡恩文化对美赞臣实现的销售收入为13646.94万元,占当期营业收入的比例为49.47%,美赞臣为卡恩文化2018年的第一大销售客户。经北京商报记者计算,2018年卡恩文化对美赞臣的销售收入占当期公司向前五大客户销售总额的比例约51.81%。

2019年,美赞臣继续蝉联卡恩文化销售客户的第一名。据招股书,卡恩文化2019年对美赞臣的销售收入为12216.73万元,占当期营业收入的比例为40.16%。

到了2020年,卡恩文化对美赞臣的销售收入进一步大幅下滑。具体来看,2020年卡恩文化对美赞臣的销售收入降至6847.77万元,占当期营业收入的比例下降至20.6%。通过计算可知,卡恩文化对美赞臣2020年的销售收入占当期前五大客户销售金额的比例降至

26.59%。由于销售收入大幅下滑,2020年美赞臣第一大销售客户的地位也不保,被惠氏(上海)贸易有限公司、惠氏营养品(中国)有限公司(以下简称“惠氏”)替代。

报告期内,卡恩文化2020年对美赞臣销售收入较2018年、2019年明显减少。对此,卡恩文化表示,受新冠疫情影响,美赞臣营销活动受到限制,促销品需求降低,向公司促销品采购相应减少。随着新冠疫情得到控制和营销活动的恢复,2021年公司对美赞臣销售收入有望同比增加。但不排除因美赞臣控制营销支出或调整营销策略,导致公司对其销售收入持续减少的风险。

在经济学家宋清辉看来,2020年卡恩文化对前五大客户的销售出现明显下滑,其中

美赞臣销售收入下滑的影响不可小觑。

其他客户变动频繁

通过查阅卡恩文化的招股书发现,客户集中度下降、对美赞臣销售收入连降的同时,卡恩文化的其他销售客户也并不稳定。

招股书显示,2018年天津星沃商贸有限公司当时位列卡恩文化的第五大销售客户之列,当期卡恩文化对天津星沃商贸有限公司实现的销售收入为589.39万元,占当期营业收入的比例为2.14%。不过,在2019年、2020年前五大销售客户名单中,已不见了天津星沃商贸有限公司的踪影。

2018年卡恩文化的第三大销售客户为必胜(上海)食品有限公司,当期必胜(上海)食品有限公司对应的销售金额为4415.11万元,占卡恩文化2018年营业收入的16%。2019年,卡恩文化对必胜(上海)食品有限公司的销售收入降至2593.98万元,必胜(上海)食品有限公司的销售收入在当年前五大销售客户中排名第四。2020年,卡恩文化的前五大客户中也没有了必胜(上海)食品有限公司的身影。

在投融资专家许小恒看来,虽说卡恩文化的客户集中度不断下降,不过目前来看,公司前五大销售客户仍是收入的主力。在此背景下,如何发挥竞争优势、培养优质客户黏性是卡恩文化需要思考的。

许小恒进而表示,随着互联网技术的发展,市场营销手段呈现出多样化的发展趋势,不能排除因销售途径和消费习惯的变化而衍生出其他新兴促销手段的可能性,进而挤压下游客户促销品开支,从而给卡恩文化经营业绩带来不利影响。

针对公司相关问题,北京商报记者致电卡恩文化进行采访,不过对方电话未有人接听。随后记者向卡恩文化发去采访函,但截至记者发稿,未收到相关回复。

北京商报记者 刘凤茹

实控人持股被拍卖 汉邦高科收关注函

北京商报讯(记者 董亮 马换换)近日,汉邦高科(300449)一则实控人所持部分股份将被司法拍卖的公告引发了市场极大关注,因该事项,公司也在4月22日晚间收到了深交所下发的关注函。针对实控人王立群所持8.05%股份被拍卖一事,深交所提出了三大问题,包括是否可能导致公司控制权发生变更,所持其余股份是否会被进一步采取强制措施等。

4月22日,汉邦高科披露《关于实际控制人部分股份被司法拍卖的提示性公告》,称公司控股股东、实际控制人王立群持有的2399.58万股股份(占其所持公司股份总数的39.37%,占公司股份总数的8.05%)将于2021年5月21日-22日在淘宝网司法拍卖网络平台上进行公开拍卖,本次拍卖事项主要系王立群与信达证券质押式证券回购纠纷。

对此,深交所4月22日晚间下发关注函,要求汉邦高科详细说明本次司法拍卖事项的背景,前

期相关信息披露是否准确、完整、及时,风险提示是否充分。

北京商报记者注意到,近一年以来,王立群一直处于高比例质押状态。为降低质押风险,2020年9月,王立群与山西长高资产管理有限公司(以下简称“山西长高”)签订《股份转让协议》,拟将其持有的约5%公司股份通过协议转让方式转让给山西长高,转让完成后王立群持股比例将降至15.44%。截至目前该笔协议转让尚未完成过户。

经计算,若前述协议转让完成过户,本次拍卖执行完毕,王立群持股比例将降至7.39%。深交所要求汉邦高科结合公司目前的股权结构、司法拍卖可能导致的股权变动和人员变动情况等,详细说明本次司法拍卖事项是否可能导致控制权发生变更,并说明对上市公司生产经营、公司治理可能产生的影响。

股权关系显示,截至2020年12月31日,王立群是汉邦高科单一第一大股东,北京青旅中兵资

产管理有限公司-青旅中兵军工精选私募投资基金为单一第二大股东,持股比例为5.13%。

最新数据显示,截至2021年3月,王立群所持上市公司5712.05万股,占其所持上市公司股份总数的93.71%,占上市公司总股本的19.15%处于质押状态,除非融资类质押外的其余质押股份已于2020年5月到期;王立群所持有的上市公司403.17万股股份(占其所持公司股份总数的6.61%,占公司总股本的1.35%)基于个人债务原因被司法冻结。

对此,深交所要求汉邦高科结合王立群股份质押明细、与质权人沟通进展、所涉及的各类诉讼及进展、对外担保情况、债务规模、资信状况等,说明其所持其余公司股份是否存在进一步被采取强制措施的风险,并说明化解质押、冻结风险以及偿还各项债务的具体措施及可行性。

针对相关问题,北京商报记者致电汉邦高科董秘办公室进行采访,不过电话未有人接听。

和科达易主后首份年报亏损

北京商报讯(记者 董亮 马换换)作为金文明人主上市公司后的首份年报成绩单,和科达(002816)的表现并不乐观。4月22日,据和科达披露的2020年年报显示,公司报告期内实现归属净利润约为-5124.83万元,仍处于亏损状态。

财务数据显示,2020年和科达实现营业收入约为15亿元,对应实现归属净利润约为-5124.83万元,对应实现扣非后归属净利润约为-7072.45万元。

据了解,和科达主要从事精密清洗设备的研发、设计、生产与销售,公司产品包括精密清洗、纯水生产设备等。以产品分类来看,电镀产品以及水处理产品2020年营收降幅较大,其中电镀产品实现营收408.19万元,同比下降70.69%;水处理产品实现营收558.51万元,同比下降45.69%。

值得一提的是,和科达今年1月曾对外披露过2020年业绩预告,彼时公司预计实现归属净利润为500万-750万元,处于盈利状态,但之后公司上演业绩“变脸”,预计亏损5000万-5500万元。

对于业绩修正的原因,和科达解释称,转让全资子公司苏州市和科达超声设备有限公司股权预期利润约5500万-7500万元未在2020年实现,该项预计减少公司2020年净利润为5500万-7500万元且属于非经常性损益。

对于和科达2020年年报,市场关注度比较高,这是新主金文明人主上市公司后的首份成绩单。

回溯和科达历史公告,2019年11月公司原实控人覃有儒等人与益阳市瑞和成控股有限公司(以下简称“瑞和成”)签署《股份转让协议》,瑞和成受让上市公司29.99%的股份。之后在2020年6月上述股权变更完成过户登记,瑞和成取得上市公司控制权并成为控股股东,金文明成为了公司实际控制人。

实际上,在金文明接盘和科达时,上市公司境况并不理想。资料显示,和科达2016年10月登陆A股市场,但上市后公司业绩就出现“变脸”,2016-2018年对应实现归属净利润分别同比下滑

23.5%、46.5%、60.21%。进入2019年,和科达业绩进一步恶化,出现上市首亏,当年实现归属净利润约为-6843万元。

在公司2019年亏损的背景下,金文明人主后也马不停蹄地开始自救,筹划重组,但结果却不尽如人意,在今年4月折戟。

具体来看,2020年10月,和科达披露称,公司拟收购弗兰德科技(深圳)有限公司(以下简称“弗兰德”)100%股权。公开信息显示,标的弗兰德身价不菲,并且公司盈利能力也远在和科达之上。不料筹划近半年时间,和科达今年4月披露称,由于交易各方未能就正式协议中的交易对价、业绩承诺等核心条款达成一致,结合目前市场环境,公司决定终止收购弗兰德。

面对公司两连亏的情况,和科达未来如何自救也引发市场关注。针对相关问题,北京商报记者致电和科达董秘办公室进行采访,对方工作人员表示“可以关注公司后续公告”。

老周侃股 Laozhou talking

小市值公司缘何遭机构嫌弃

周科亮

近期,一篇《你们才30亿市值,我们接待不了》的文章在网络上刷屏,注册制下,小市值公司缘何不被机构投资者看好?一方面是由于注册制下资金会更聚焦市场交易的活跃度,毕竟小盘股成交量稀少,机构建仓困难,减仓更难,一旦面临风险想都出不来。另一方面,小市值的公司安全边际也不如大蓝筹。

在20世纪,国内的大学生还是很“值钱”的,只要说是大学生,就是有文化的代名词。在注册制之前,上市公司也很值钱,只要说是上市公司,就能被机构投资者关注。在21世纪,大学生越来越多,已经成为入门级学历,此时211、985等大学的分类成为还不错大学的代名词。注册制之后,上市公司越来越多,成为上市公司的门槛也有所放低,此时上市公司如果不能被纳入各类代表蓝筹股的指数,且没有足够大的市值,也就不会被机构投资者重视。

过去是钱多股票少,所以几乎所有的股票都能有大资金关注。现在蓝筹股越来越多,它们吸纳的资金也是越来越大,当大量的资金进入这些低市盈率、低市净率的蓝筹股中,剩余的游资也就显得格格不入,于是不管是长期资金还是过江龙资金,都会选择部分股票进行关注,而非对所有的股票伸出橄榄枝。于是就有了《你们才30亿市值,我们接待不了》。

事实上,上市公司和投资机构之间也是双向选择的关系,本栏相

信这家30亿元市值的公司成长性和利润水平也只是一般,如果真的是高成长的高科技公司,哪怕市值只有10亿元,也能够吸引到资金的关注,但如果是一家业绩一般、成长性一般,市值也只有30亿元的公司,那么对于机构资金的吸引力还真是不大,上市公司不要抱怨机构投资者的生性凉薄,也不要怨自己生不逢时,因为机构投资者也要把钢用在刀刃上,没有注册制也没有这些小市值普通公司的上市,就好比普通大学的大学生也不要抱怨大学生不“值钱”,因为没有大扩招,这些普通大学的大学生可能还上不了大学。

对于投资者来说,也要辩证地看待30亿元市值以下的小市值公司。一方面,投资者要学习大资金的选股策略,以成长性、规模来衡量上市公司的投资价值。另一方面,投资者也要知道,这些30亿元市值之下的小公司,它们的估值因为大资金的冷落变得很低,如果这里面有投资者熟悉的行业或者公司,并且确定它们的未来很有前途,那么投资者还可以用很低的价格买入这些公司的股票,等待它们的业绩大幅提升,投资者将有机会获得超额投资收益。

当然,上市公司也要注意注册制之下的机构选股逻辑,如果自己的市值不够大,就要选择能够吸引大资金的其他卖点,例如业绩和成长性,例如特殊的行业属性,再比如自己有独特的研发方向。总之,想要吸引大资金的关注,规模是很重要的,但不是唯一的一点。