

商誉减值吞噬业绩 皖通科技年报不保真?

年报现上市首亏

从皖通科技披露的财务数据来看,这样一份业绩亏损的年报成绩单不免让投资者失望。财务数据显示,皖通科技2020年实现的营业收入约15.76亿元,同比增长7.97%;对应实现的归属净利润约-1.95亿元,同比下降215.87%,同比由盈转亏。报告期内,皖通科技实现的扣非后归属净利润更是亏损约2.09亿元。

据了解,皖通科技于2010年1月6日上市,该公司是大交通产业智慧化解决方案与综合服务提供商。据皖通科技介绍,公司以5G、物联网、大数据、云计算、人工智能等新型科技为技术驱动,聚焦交通运输、港口航运、智慧城市、公共安全、军工电子等全场景,为行业客户提供集软件开发、系统集成、运行维护 and 大数据综合应用为一体的产品和服务。

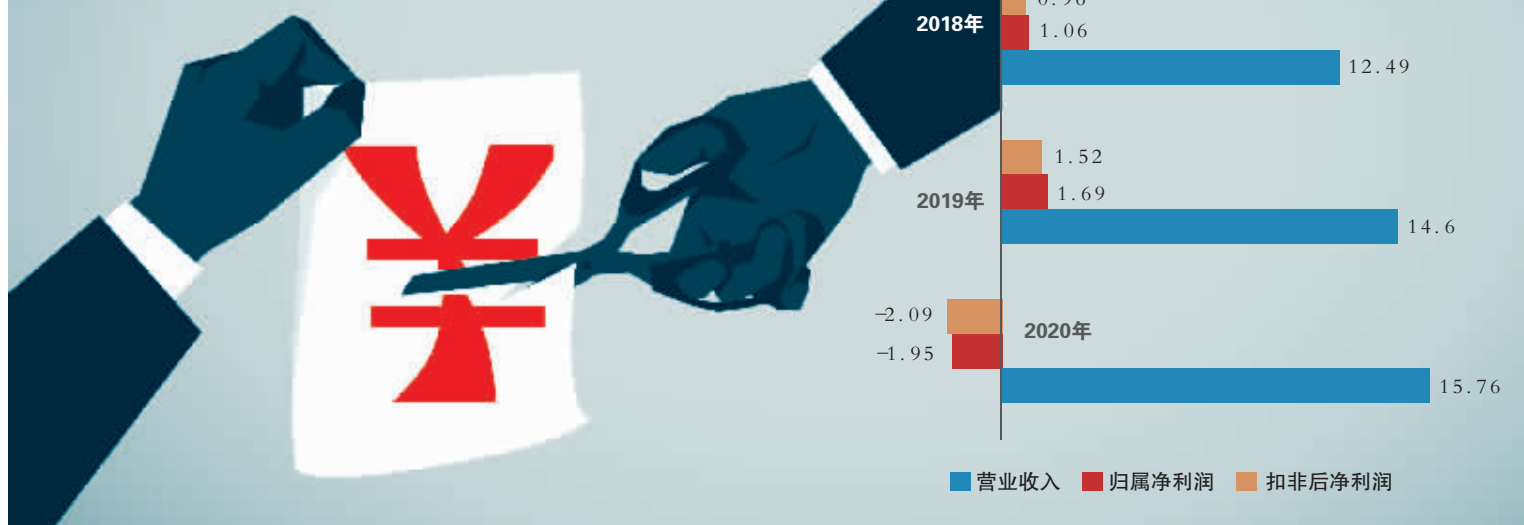
北京商报记者注意到,自2014年以来,皖通科技业绩呈现逐年增长的态势。据Wind数据显示,2014-2019年,皖通科技分别实现的归属净利润约0.57亿元、0.69亿元、0.77亿元、0.83亿元、1.06亿元、1.69亿元。2019年是皖通科技上市以来的业绩高光时刻。

但自2020年管理层内斗以来,皖通科技的业绩也开始出现滑坡。北京商报记者注意到,2020年年报是皖通科技上市后交出的最差成绩,也是上市后年报首度亏损。由于2020年业绩不佳,皖通科技股东们也享受不到分红的福利待遇。

商誉减值成“元凶”

对于2020年公司业绩下滑的具体原因,皖通科技证券部相关人士在接受北京商报记

内斗风波未停息的皖通科技(002331)业绩飞出“黑天鹅”。4月28日,皖通科技2020年年报出炉,公司在报告期内实现的归属净利润亏损约1.95亿元。这也是皖通科技上市后年报首度亏损。究其原因,商誉减值成绞杀皖通科技业绩的“元凶”。值得注意的是,多名董监高表示,无法保证皖通科技2020年年度报告真实、准确、完整。



者采访时表示 主要是商誉减值所致”。

也就是说,皖通科技2020年年报亏损,商誉减值成了“元凶”。

具体来看,皖通科技曾于2011年完成对华东电子100%股权的收购,形成商誉约8413.59万元。报告期内,因受新型冠状病毒肺炎疫情影响,子公司华东电子经营业绩未达预期,其未来经营状况和盈利能力存在不确定性。对此,皖通科技对华东电子计提商誉减值损失约8413.59万元。

皖通科技曾于2018年完成对赛英科技100%股权的收购。在该交易中,交易对方承

诺赛英科技2017-2019年累积实现的净利润数不低于11200万元。从皖通科技的公告显示,赛英科技在业绩承诺期完成对赌。

当年收购赛英科技时,形成商誉约2.26亿元。皖通科技称,2020年,因受新型冠状病毒肺炎疫情影响,皖通科技子公司赛英科技经营业绩未达预期,公司对赛英科技计提商誉减值损失约1.52亿元。

在投融资专家许小恒看来,商誉犹如一把无形的利刃,一旦收购公司业绩不达预期,就会引发商誉减值风险,进而吞噬公司利润。

皖通科技证券部相关人士表示:如果不

计算商誉的话,我们2020年的利润水平还是正的”。

部分董监高声明年报不保真

值得一提的是,皖通科技在披露年报的同时,还披露了一纸《关于部分董事、监事、高级管理人员无法保证2020年年度报告真实、准确、完整的说明公告》,该公告显示,公司董事易增辉、周艳、李明发,监事袁照云、陈延凤无法保证公司2020年年度报告内容的真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性

陈述或重大遗漏。

对于年报不保真,周艳给出两点解释。其中周艳谈到,对年报财务数据年审会计师提出的非标意见,鉴于年审会计师所反映的情况,以及合同约定和管理层的陈述保证之间存在诸多不合商业逻辑之处。根据合同和表面证据,形式上符合会计准则关于收入确认的要件。

“但根据商业惯例,开具发票是与客户对账、付款的常设条件,赛英科技的相关合同也明确约定供方有提供发票的义务,但赛英科技存在确认收入后超过1年多以至2年多时间都未开具发票的情形;该行为既不符合商业逻辑,也不符合相关法律对管理层勤勉尽责的要求。鉴于会计师审计过程中发现的诸多疑点,且管理层的解释不能完全令人信服,但目前已有的相关证据不足以必然证伪保留事项所涉合同的商业实质,其目前无法判断是否应对相关收入不予确认。”周艳如是表示。

李明发无法保证公司2020年年度报告内容真实、准确、完整,无法保证或者持异议的具体内容及原因是 基于年审的沟通与交流,存在相关不确定因素”。

在经济学家宋清辉看来,董监高在年报中“自曝家丑”,往往意味着上市公司已经出现了问题,如公司治理结构不完善、内部控制失效等。

诚然,自去年以来,皖通科技内斗风波不断。皖通科技证券部相关人士表示:“公司近期都在忙年报,其他的事情没有多余的精力去处理。其他的事项也都是股东之间的事情,我们也只能做到一个信披的义务,其他的还是看股东之间的一个协商”。

北京商报记者 刘凤茹

主业受冲击 万里马首亏即巨亏

作为国内颇具知名度的皮具民族品牌之一,万里马(300591)2020年出现了上市后首亏。4月28日,万里马对外披露2020年成绩单,公司报告期内实现归属净利润约为-1.45亿元,亏超公司2017年上市以来净利之和。在万里马净利首亏背后,公司主营业务受到较大冲击,并且公司对控股子公司广州超琦信息科技有限公司(以下简称“超琦科技”)计提商誉减值4892.18万元。需要指出的是,自2018年收购超琦科技之后,该公司已在2019年、2020年连续两年未完成业绩承诺。

亏超上市以来净利之和

万里马2020年净利亏掉了公司上市以来净利之和。

财务数据显示,2020年万里马实现营业收入约为3.44亿元,同比下降49.14%;对应实现归属净利润约为-1.45亿元,同比下降705.05%;对应实现扣非后归属净利润约为-1.54亿元,同比下降784.28%。

据了解,万里马2017年1月登陆A股市场,公司自上市后还未曾出现过亏损情况,此次净利亏损也是公司上市后的首亏。

实际上,在2019年万里马业绩就出现明显下滑。2017年、2018年,万里马实现归属净利润分别约为3733万元、3780万元,同比分别微增0.89%、1.25%,但在2019年公司实现归属净利润约为2400万元,同比下滑36.51%。

经计算,万里马2017-2019年净利之和约为9913万元,公司2020年净利亏损远超这一数值。

对于公司业绩大幅亏损的原因,万里马给出了两点解释,其中,公司主营业务受到较大冲击,此外,公司对超琦科技计提商誉减值4892.18万元。

资料显示,万里马是皮具行业领先的民族品牌之一,主营业务为皮具产品的研发设计、生产制造、品牌运营及市场销售业务,经营的产品主要为皮具产品,按品牌分为“万里马”“SaintJack”“COOME”3个自有品牌产品,产品类别主要包括手袋、钱包、拉杆箱、皮鞋和皮带等。

据万里马介绍,在公司各大类营销渠道中,团购业务的销售规模占比最大,2020年度,团购客户销售收入占主营业务收入的比例为76.53%。对于团购渠道业务,一方面,团购客户延缓了到公司进行出厂检验的工作,导致已完工的货物推迟验收交货,截至2020年12月末,已完工入库未验收

待发货的团购产品共计价值4721.58万元;另一方面,主要团购客户将原本应该在年初招标的部分项目延迟到下半年进行,也影响了公司团购渠道的整体业绩。

超琦科技接连未完成承诺

北京商报记者注意到,这已并非超琦科技首次未完成业绩承诺,公司在2019年业绩承诺就未实现。

回溯万里马历史公告,公司2018年变更募集资金7262.75万元以及使用并购贷款资金1582.89万元,合计8845.64万元收购了新零售电商公司超琦科技34.62%股权并对其进行增资,上述交易完成后,万里马持有超琦科技51%的股权。由于该次收购系非同一控制下的企业合并,该次收购完成后,万里马将合并成本大于可辨认净资产公允价值差额6336.2万元确认为商誉。

彼时交易对方钟奇志、陈玉丹也作出了业绩承诺,承诺超琦科技2018-2020年实现的净利润(以扣除非经常性损益前后孰低的数据为准)分别不低于800万元、1200万元、1600万元或2018-2020年合计实现不低于3600万元。

2018年,超琦科技实现净利润857.12万元,完成了当年的业绩承诺;但在2019年超琦科技实现净利润1096.7万元,业绩承诺完成率91.39%,未能实现业绩承诺;2020年,超琦科技实现净利润仅78.49万元,承诺完成率为4.91%。

据了解,超琦科技致力于为中产阶级家庭精选全球知名中高端品质生活方式品牌,主要聚焦母婴及户外运动大健康领域,通过线上线下零售相结合的模式,打造领先的“新零售”商业公司,为品牌商提供全价值链的电子商务服务。

对于超琦科技2020年业绩不乐观的原因,万里马表示,疫情期间,主要户外运动产品需求量降

低,而超琦科技收入规模中户外运动产品收入占比相对较高,使得当期超琦科技整体收入规模有所下滑。

投融资专家许小恒对北京商报记者表示,对于收购标的连续两年没有实现业绩承诺的情况,投资者应重点关注,是行业因素还是自身经营所致,要警惕其中的风险。

截至2021年一季度末,超琦科技形成的商誉账面价值为14440.3万元,占万里马资产总额的14.9%。

将进军个体防护装备产业

在当前业务布局下,万里马已开始着手进军个体防护装备产业。

万里马目前正在筹划定增事项,公司拟募资6.37亿元,分别投向高性能陶瓷复合防弹衣产业化建设项目、轻量化非金属材料防弹头盔产业化建设项目以及补充流动资金,上述募投项目拟使用募集资金分别约为3.76亿元、2.12亿元以及5000万元。募投项目主要为防弹衣、防弹头盔的研发、生产以及销售,上述产品系主要的个体防护装备。

对于此次定增的目的,万里马也坦言,公司将具备自主研发、生产以及销售防弹衣以及防弹头盔等产品的能力,可满足团购业务客户对个体防护装备的需求。因此,公司通过实施前述募集资金投资项目,可对现有团购业务进一步延伸拓展,丰富公司的产品线,为客户提供更多的产品,增强客户黏性,增加公司的盈利点。

独立经济学家王赤坤在接受北京商报记者采访时表示,个体防护装备作为维护国家安全以及社会公共安全的重要组成部分,具备广阔的市场空间。目前,我国已经步入了国防和军队建设的新时期,个体防护装备的创新升级正在加快步伐,未来该行业的竞争也会逐步加大,如何在竞争中体现自身优势,是企业需要思考的问题。”

针对相关问题,北京商报记者致电万里马董秘办公室进行采访,不过电话未有人接听。

根据万里马最新披露的消息显示,公司已于4月21日收到深交所上市审核中心出具的意见告知函,深交所发行上市审核机构对公司的定增方案进行了审核,认为公司符合发行条件、上市条件和信息披露要求,后续深交所将按规定报证监会履行相关注册程序,证监会作出同意注册的决定后方可实施。北京商报记者 董亮 马换

老周侃股 Laozhou talking

散户别盲目跟着龙虎榜炒股

周科竟

越来越多的散户喜欢根据龙虎榜数据炒股,本栏认为其中有太多的不妥,龙虎榜数据有滞后性,只能作为一定的参考依据,却不能盲目据此炒股,而且每天都能看到,间断的龙虎榜数据基本没参考意义。

很多事情,散户重视的多了,就变成了陷阱。盘后公开交易信息,也就是投资者常说的龙虎榜,设计之初是为了让投资者了解大户动向,知道哪些人在买、哪些人在卖,但时间运行到了现在,这个龙虎榜已经成为了庄家发布想让散户看到信息的渠道,即投资者能够看到的,都是庄家想让你看到的。

先说让投资者一看到就兴奋的机构专用席位。这公布的只是一个席位,或许一家基金公司会租用一个会员席位,但说实话,如果只是一家公司使用一个会员席位,多少有点浪费,那么会不会有几家基金公司合租的可能,会不会在行情不那么火爆的时候也对外出租通道?甚至有些基金公司的大股东就是券商,那么券商会不会在行情火爆的时候把大客户的报单通过基金公司的通道报入交易所主机?如果这些因素是有可能的,那么投资者看到的机构专用席位,纯度也就不再那么高,而不同的机构专用席位,投资者根本也不可能知道两者之间有什么区别,甚至有时候买入榜前五名都是机构专用席位,投资者是无法区分它们之间的差别的。

其次,还有几个投资者认可的所谓“敢死队”营业部,即这个营业部只要一上龙虎榜,投资者就认定是有“敢死队”资金进场,然后就愿意追涨买入。于是就会有大量资金专门在这个营业部开户,然后通过这个营业部的账户拉高股价并买入大量股票,同时,在其他分散的小账户不断对冲卖出,这样次日投资者就能看到“敢死队资金买入了这个股票”,于是大资金就可以借机胜利大逃亡。这也是龙虎榜蒙骗小散户的一种方法。

所以本栏说,龙虎榜数据过于笼统,投资者无法通过穿透式的方式知道具体是哪个账户在买入卖出,也不知道机构专用席位后面到底是哪个大资金,所以投资者根据这个数据买卖股票,要么是做了无用功,要么是看到了庄家想让你看到的信息,投资者可以回顾一下以往的超级牛股,如果分析它们的坐庄资金,最后的结果大概率是全国各地的散户投资者蜂拥而上,不断推高股价,鲜有几个牛散在里面推波助澜,最后还有可能被证监会处罚。

但投资者如果仔细分析,凭几个牛散在那里挂单撤单,真的能够把股价从底部炒高到疯狂?背后真的没有大资金的支持?实在是匪夷所思。

本栏建议投资者,对于龙虎榜,如果不能理性并且辩证地看待,那么看了还不如不看,自己通过上市公司基本面和K线图去寻找投资机会,远比看龙虎榜靠谱得多。