

昊海生科并购式扩张“踩雷”

下属控股、参股公司众多引关注

昊海生科拥有众多控股、参股公司是上交所此次关注的重点之一。在年报问询函中,上交所第一问便提到,昊海生科下属控股、参股公司众多,且报告期内新增多项对外投资,上交所要求其补充披露上市后对外投资标的的名称、主营业务、投资目的和预计取得投资收益的时间是否能够实现,是否存在投资无法收回风险等问题。

昊海生科的成长史被业内称为一部不断对外扩张的收购兼并史。2007年,昊海生科收购建华生物、其胜生物等公司,补足医用透明质酸钠、玻璃酸钠等产品。近三年,昊海生科先后收购了河南宇宙、Aaren、深圳新产业、珠海艾格、Contamac等公司,业务线覆盖至骨科领域、整形美容及创面护理领域、防粘连及止血产品。

上市后,昊海生科并未停下扩张投资的步伐。根据年报问询函,昊海生科上市后至2020年年报期末相继投资参股了主要从事互联网问诊的伦胜科技、从事软骨再生医疗的软馨科技等。值得一提的是,上述公司仅瑞丽医美2020年实现盈利,伦胜科技、软馨科技、医美国际、Recros Medica、萨美细胞、杭州爱晶伦分别亏损473.88万元、622.86万元、2.47亿元、584.88万元、879.84万元、1090.43万元,且超半数上述公司连续三年亏损。

昊海生科在回复函中表示,上述投资企业中,除伦胜科技及杭州爱晶伦外,截至目前,公司所投资的其他企业的实际生产经营

5月17日,昊海生科发布关于对上海证券交易所2020年年度报告问询函的回复公告,对上交所关注的营收净利双降,下属控股、参股公司众多,且报告期内新增多项对外投资等问题一一回应。昊海生科的成长史被业内称为一部不断对外扩张的收购兼并史。近年来,该公司先后收购了河南宇宙、Aaren、Contamac等公司。通过接连并购,昊海生科形成了覆盖骨科、整形美容及创面护理等领域的业务范围。与此同时,并购带来的风险随之而来,该公司的业绩开始出现下滑的迹象。2020年,昊海生科营业收入同比下降16.95%,净利润同比下降37.95%,继2019年后净利再次下滑。而此前收购的Aaren、Contamac公司2020年实际业绩均未实现2019年的预测业绩。



情况都基本符合投资时的预期。

昊海生科相关负责人向北京商报记者表示,公司对外投资并购均是围绕已有业务进行的产业链延伸,投资并购项目与原有业务之间具有协同效应。而通过产业并购整合与研发创新联动的方式,公司能够快速构建产业链和竞争力。

业绩下滑趋势延续

收购在为昊海生科丰富业务线的同时,也带来了商誉减值等风险。2019年,昊海生科实现营业收入16.04亿元,同比增长2.94%;实现净利润3.71亿元,同比下滑10.56%,成为其

上市以来的首次净利下滑。

昊海生科将业绩下滑的部分原因归结为,因子公司Contamac收购法国人工晶体推注器生产商ODC的100%股权,Contamac与ODC之间的整合周期较长及该业务未来盈利能力存在一定不确定性,昊海生科对该笔收购产生的交易溢价与对应商誉的差异直接确

认为收购股权产生的一次性投资损失。

2020年,昊海生科业绩延续了下滑趋势,其营业收入同比下降16.95%,净利润同比下降37.95%。其中,眼科产品、骨科产品以及防粘连及止血产品分别下滑20.65%、7.73%、9.14%。

此前收购的部分资产一定程度上成为了昊海生科的业绩拖累。昊海生科在年报问询函回复公告中表示,深圳新产业、Aaren、Contamac以及China Ocean 2020年实际业绩均未实现2019年预测业绩,如深圳新产业2020年度完成的利润总额和净利润分别为2019年全年预测的21.55%和24.75%,Aaren 2020年全年完成的利润总额和净利润分别为全年预测的26.17%和29.68%。

医药行业投资人士李项在接受北京商报记者采访时表示,并购具有短平快的优势,可以迅速将其他公司的产品收入囊中,丰富业务线,但收购是否具有协同以及后续的综合能力都考验着上市公司。一旦整合不力,后续将给公司带来业绩下滑等风险。一家公司可以通过不断并购壮大自身规模,但能否通过并购保持业绩的持续增长很难说,并购资产的发展前景以及公司的整合能力都是影响因素。”

对此,昊海生科相关负责人称,在关注外延式发展的同时,公司更注重自主研发创新驱动内生式增长。近年来,公司在眼科、医美、骨科及外科四大领域的多个研发项目取得进展,包括公司自主研发的高透氧角膜接触镜材料Optimum Infinite、亲水性非球面折叠式人工晶体“海魅”玻尿酸等产品先后获批,并积极面向市场。

北京商报记者 姚倩

独立三年谋划IPO 长安新能源挤入资本赛道

今年2月开启B轮融资后,5月17日,有消息称,长安新能源计划推进IPO。对此,长安新能源相关负责人表示:“并未收到相关信息,一切以公告为准。”

值得注意的是,去年以来在蔚来、小鹏等造车新势力的带动下,资本再次涌入新能源造车领域,传统车企中吉利、东风等企业为加速新能源转型纷纷放出IPO信号,资本赛道逐渐拥挤。尽管长安新能源何时IPO尚未有定论,但尽早上市将为其进一步打通融资渠道。

再传IPO

上述报道显示,长安新能源计划在科创板上市,上市后的愿景为用十年时间将销量大盘扩至百万量级,成为中国自主新能源车第一企业。同时,今年长安新能源计划新车销量接近7万辆,2025年目标销量超50万辆,2030年计划销量达100万辆。

长安新能源已多次传出IPO消息。今年2月,有报道称,为加快推进IPO进程,长安新能源计划选聘证券公司担任公司财务顾问,负责研究制定相关方案并推进项目实施,工作主要分为股份制改造、B轮融资、IPO上市三个部分。其中,长安新能源B轮融资规模为30亿元。一位接近长安新能源的人士表示,B轮融资开始后,网上便出现不少推测长安新能源已开始为上市做准备的消息。

公开资料显示,2011年长安汽车入局新能源车造车领域。2018年,长安新能源成立,注册资本超2亿元。经营范围包括新能源汽车整车及汽车零部件研发、生产、加工、销售和咨询服务;汽车整车制造(不含汽车发动机);汽车零部件销售等业务。

虽然2018年长安新能源从长安汽车拆分,但在产品方面长安新能源的主要技术与产品背书均来自长安汽车。目前,长安新能源旗下在售新能源车型包括CS55纯电版、奔奔E-Star、CS15E-Pro、逸动EV460、逸动ET、奔奔EV360、CS75 PHEV等多款车型。

融资方面,去年1月长安新能源完成A轮28.4亿元融资,引入包括长新股权基金、两江基金、南方工业基金、南京润科产等。交易完成后,长安汽车持有长安新能源48.95%股权,仍为长安新能源第一大股东。

补充资金

多次传出IPO的背后,是长安新能源需要大量资金以支撑起市场布局与扩张的野心。

2021上海车展期间,长安汽车公布“十四五”规划和2030愿景。其中,“十四五”期间长安汽车整体目标为向智能低碳出行科技公司转型,将效率和软件能力打造为核心竞争力,打造“新汽车+新生态”产业公司。按照长安汽车整体规划,到2030年,集团销量将达500万辆,其中长安品牌销量增至350万辆。

值得一提的是,在长安汽车规划中,长安新能源为重要落子。按照规划,长安新能源将进一步推进“香格里拉”计划,加快低碳产品、低碳制造和低碳产业的发展。产品方面,将基于方舟架构和CHN架构,打造EPA0、EPA1和EPA2三大平台,未来五年陆续推出26款全新智能电动汽车。

不仅如此,长安汽车与华为、宁德时代联手打造的高端电动车品牌(AB汽车)也包含在长安新能源资产包中。相关报道显示,AB汽车计划基于CHN架构,在EPA2平台上打造5款高端电动车,产品定义由长安负责,驾驶和座舱由华为负责,其中首款车型为高性能纯电动四驱SUV。

汽车行业专家颜景辉表示,汽车“新四化”背景下,长安新能源将成为长安汽车转型的重要抓手。但从产品布局到研发再到人员培养,新能源造车领域需要大量资金。不仅如此,与传统车企单纯的销量之争不同,新能源车企业间的竞争已从企业、技术、产品和服务等竞争,上升到产业链的整合能力和生态系统建设能力间的融合。而新能源车企业资

源整合力的提升,无疑需要大量资金支持。

数据显示,2018年长安新能源亏损约2.27亿元;截至2019年10月31日,长安新能源亏损约5.79亿元。

事实上,此前长安新能源独立也是为了更好地进行融资。时任长安汽车总裁朱华荣曾表示,之所以把新能源板块拿出来单独打造,是想借助外来资本。对于资本市场来说,长安新能源是其感兴趣的方面;其次,借助外来力量也能够降低风险并能保证资源的充足。

“长安新能源已经独立三年,旗下产品布局逐渐完善。为推进未来布局,此时选择IPO正是时机。”业内人士表示,目前一级市场的融资渠道变得相对有限,车企走向二级市场成为必然。如果长安新能源能够顺利完成IPO,将进一步打通资本市场融资渠道。

挤入资本市场

除去为得到更多资金,逐渐拥挤的资本赛道也是业内认为长安新能源需要尽快IPO的原因之一。

2018年,蔚来汽车登陆纽交所后,去年7月理想汽车也正式登陆美股市场。随后,8月小鹏汽车以XPEV为证券代码在纽交所挂牌,由于认购火爆,小鹏汽车募资金额超出预期,达到15亿美元,成功超过蔚来汽车与理想汽车,创造当前造车势力中融资金额和发行估值最高的IPO。颜景辉认为,造车企业走向二级市场,有助于让更多投资者和消费者了解其产品,对品牌形象的提升也有助益。

为了能在逐渐拥挤的赛道中抢占份额,更多车企正在排队进入二级市场。去年,东风汽车时隔15年也再开回A股进程,仅为岚图铺路。据了解,岚图已制定十年产品规划,十年内将推出9款车型(含SUV、MPV等)。同时,新势力选手威马、哪吒也在争夺欲成为“科创板新能源造车第一股”。

业内人士认为,随着越来越多的企业涉足新能源车领域,去年以来一波热潮过后,现在资本市场对于新能源的投资有所收紧,长安新能源前面已经有不少成功上市和等待上市的企业,尽早IPO才能减少变数。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦

融资上市潮起 卤味市场真香吗

北京商报讯(记者 钱瑜 白杨)资本的加持下,卤味市场正在飞速发展。5月17日,有消息称,风干辣卤连锁品牌“菊花开卤味”宣布完成1亿元B轮融资。菊花开卤味本轮融资由万物资本领投,众源资本、不惑创投、浅石创投跟投,投资金额1亿元。

据了解,菊花开卤味产品定位是佐餐熟食,主打产品“手撕藤椒鸡”,是国内中部较大且增速较快的家庭餐桌卤味连锁品牌。此前,菊花开卤味已于2020年完成了由不惑创投投资的天使轮和A轮融资,不到一年时间,菊花开卤味完成了3轮融资。

菊花开卤味并非首家被资本市场看好的品牌。在卤味赛道上,不仅有已经上市的绝味食品、周黑鸭、煌上煌,还有紫燕百味鸡谋求IPO。2020年7月,上海证监局官网披露,紫燕百味鸡同广发证券签署上市辅导协议,并向上海证监局报送辅导备案材料,筹划在A股挂牌上市。如果顺利,紫燕食品将成为我国第4家上市卤制品公司。

此外,热卤品牌盛香亭曾获得腾讯投资;狮头牌卤味研究所获数千万元A轮融资。

在中国食品产业分析师朱丹蓬看来,卤味市场频繁获得资本青睐是因为其市场十分广阔。据弗诺斯沙利文的数据,2020年我国休闲卤制品市场规模将达到1235亿元,2015-2020年复合增长率预计达24.1%,是休闲食品中增速最快的品类。预计在未来五年将以每年13%的增长率持续提升,到2025年市场规模将突破2200亿元。其中,休闲型卤味零食占40%,60%属于佐餐卤制品。

虽然多个品牌获得融资,但目前整体行业市场集中度偏低。数据显示,卤味食品在2020年中国特色小吃排行榜前10名中很豪气地占据了半壁江山,卤味三巨头周黑鸭、绝味鸭脖、煌上煌分别位列第1位、第3位、第4位,降龙爪爪和廖记棒棒鸡分别位列第5位、第10位。但是,绝味鸭脖、周黑鸭、煌上煌三家巨头的总市场占有率

仍不到20%。

“目前卤味市场品牌集中度仍然不高,行业格局也比较分散,不断有新锐品牌入局。”朱丹蓬在接受北京商报记者采访时表示,伴随着消费升级,传统小作坊经营式的卤制品行业正在向品牌化演进,行业正迎来巨大的升级利好,在给行业带来巨大想象空间的同时,也注定了比较分散的行业格局将长期存在一定时间。

“此外,尽管虽然拥有千亿市场规模,但整个行业尚未形成标准化发展。”朱丹蓬认为,工艺标准化发展可以称为卤制品行业的命门,不仅关系到产品能否提高规模化生产率、提高门店供货完善度、优化区域市场的布局,也是用质量与口碑赢得客户口碑的关键要素之一。

卤味在我国拥有数千年历史,也被一些网友称为“最能代表中国的味道”。因此,我国卤制品生产企业数量众多,虽然一些龙头企业已经迈进标准化时代,但更多的生产经营企业还处于传统模式。

“从行业整体来看,标准化还在路上。作坊式经营存在品种单一、安全品质难以管控、市场布局受限等缺点,标准化还是卤制品行业的未来。”朱丹蓬表示。

盛香亭创始人兼CEO李凌子曾在接受北京商报记者采访时表示,产品质量稳定的关键是工艺标准化,这其中包括卤料的配比和用量等。

事实上,卤制品行业制造工艺的标准化,不仅提高了生产效率,更有利于复制扩张。为了进一步实现标准化发展,盛香亭与天味食品、翠宏食品建立供应链合作关系;绝味食品有投产及在建工厂20余家,每家工厂在300公里运输半径内可完成当日万家门店配送;周黑鸭规划了五大生产基地,其中江苏、四川基地正在建设;煌上煌建设了六大生产基地,新生产基地仍在规划中。

对于未来发展,北京商报记者联系采访菊花开卤味,但截至发稿,对方并未予以回复。