

小米硬件综合净利润率将不超5%

北京商报讯(记者 魏蔚)在智能手机行业销量整体放缓的背景下,小米坚持用性价比获客。4月25日,小米创始人、董事长兼CEO雷军在发布手机新品小米6X后承诺:小米每年整体硬件业务的净利润率不超过5%,雷军认为,这是小米商业模式的必然选择。

雷军在承诺中表示:“每年整体硬件业务 包括手机及IOT和生活消费产品)的综合税后净利润率不超过5%,如超过,我们将把超过5%的部分用合理的方式返还给小米用户”。

雷军认为,消费升级不是产品越来越贵,而是用同样的价钱能买到性能、品质更好,设计更漂亮的产品;相比追逐利润,我相信追求产品体验更有前途”。

在智者大数据分析师刘大伟看来,小米在这个时间点提出5%的净利润率,可能是有两方面考虑:一方面是通过这种数据形式来强化小米产品的高性价比标签,吸引用户购买,另一方面可能是出于上市的考虑,小米正在做IPO的准备,一个公司的盈利能力直接影响公司的估值,而在竞争激烈的手机市场,尤其是主打线上的手机厂商来说,往往注重软件应用方面的营收,而并非硬件盈利,小米此时向外界传递硬件的净利润率,侧面则是向外界释放小米具备强大盈利能力的信号”。

一季度4G用户总数达10.5亿户

北京商报讯(记者 石飞月)4月25日,在国务院新闻办公室新闻发布会上,工业和信息化部总工程师、新闻发言人陈因介绍2018年一季度工业通信业发展情况。

陈因强调,基础电信运营商要加快制定降低流量资费方案,确保完成既定降费目标。一季度4G用户总数达10.5亿户,4G用户总数占移动电话用户总数的72.2%,电信业务收入同比增长5.1%。信息消费持续扩大,融合应用创新活跃,物联网产业链不断完善。统筹谋划工业互联网发展,进一步做好工业互联网顶层设计,推动打造多方协同联动的产业生态。

“当前工业通信业发展面临的国内外环境仍复杂多变,主要发达经济体经济政策调整,国际贸易摩擦升级,我国工业一些行业还面临较大的结构调整和转型升级压力,转向高质量发展阶段仍面临不少困难。”陈因指出。

此外,同在4月25日举行的 2018年一季度工业通信业的发展发布会”上,工信部信息通信发展司司长闻库透露,在流量降费方面,为落实《政府工作报告》提出30%降费的目标,基础电信企业已梳理出五项措施,取消流量“漫游”费,企业正在加班加点并行工作,7月1日前是能实现的。

广州浪奇业绩双增难掩隐忧

企业发展数据亮眼,但难掩发展隐忧。4月24日晚,广州市浪奇实业股份有限公司(以下简称“广州浪奇”)发布公告称,2017年,公司实现全年营业收入118.11亿元,同比增长19.92%;归属于母公司所有者的净利润为3997.3万元,比上年增长了1.79%。在营收、净利均实现增长的同时,广州浪奇近两年的发展也存在品牌老化、艰难探路的困惑。

硬成本激增

2017年,广州浪奇延续了2016年的业绩增长态势,营收超过百亿;归属于母公司所有者的净利润为3997.3万元,比上年增长了1.79%。不过,北京商报记者发现广州浪奇归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为1893.11万元,同比下降34.84%,这就是广州浪奇面临的第一个困惑,利润率低。

这层隐忧还可能再加剧。4月25日早间,广州浪奇又发布公告称,经过对2017年末存在可能发生减值迹象的资产范围包括应收款项、其他应收款、存货、在建工程等进行全面清查和资产减值测试后,广州浪奇2017年计提各项资产减值准备997万元,计入2017年度损益。

这样一来,营收超过百亿,利润不足千万,净利率不足千分之一。

广州浪奇认为,之所以出现这样的局面,是在营收增长的同时,营业成本也相应增长。由于人工成本、运输成本增长,成本同比增长20.23%,达114.77亿元。其中,销售费用、管理费用和财务费用分别增长了8.76%、23.18%、147.71%。费用上升的原因是用于加强新品的推广力度,增加品

牌投入和市场投入。另外,线上平台奇化网正处于高速发展时期,广州浪奇也给予了重点投入,加大了人才队伍的培养和力度。

现金流方面,部分上游化工原料供应紧缺,相应的付款方式有所调整,针对市场疲软的状况,广州浪奇对销售日化洗涤产品和化工原材料的优质客户给予一定账期以支持业务的拓展,因此导致公司经营活动产生的现金流量净额不足。

品牌力下降

数据是企业经营的反映,利润下滑、现金流量吃紧反映的是广州浪奇民用产品占比持续下滑的问题,这就是广州浪奇存在的第二个隐忧:品牌力下降。

2016年,广州浪奇民用产品包括“浪奇”、“高富力”、“万丽”、“维可倚”、“肤安”、“洁能净”等洗涤品牌在内的日化产品销售收入仅13.62亿元,占比13.84%。化工产品贸易业务共实现营收约84.74亿元,占比86.04%;2017年,这一数据更加令人吃惊,民用产品营收仅7.12亿元,占比仅剩6.03%,相比2016年大幅减少47.77%。工业产品营收110.85亿元,占比达98.5%,增长30.81%。

工业产品增长,民用产品下降,导致的是成本增加。2017年,工业产品的成本由于直接材料和制造费用成本大幅增长,增长幅度达30.78%和72.61%。与此同时,民用产品的直接材料、直接人工、动力费、制造费用均呈现下降趋势,分别减少了52.47%、44.83%、72.68%、19.9%。

行业本来就已很低迷,广州浪奇还主动放弃,相比于行业内其他企业错失了不小机遇。同属于广州的立白,2017年销售额已经突破200亿元,洗涤剂销量位居中国第一。按立白集团副总裁许晓东的话说,这样的结果是2016年大胆创新的结果。2016年,立白推出了立白不烫手洗衣粉、立白食品级配方洗洁精、立白天然皂液等一系列产品,走的是绿色健康路线。这符合了现在消费升级的趋势。另外一家洗涤剂企业蓝月亮也取得了不俗的业绩,近年来,通过持续创新升级产品,推出手洗专用、宝宝专用、旅行专用、预涂专用、“至尊洗衣液”等,一直占据着洗涤剂大部分市场。

相比两家领军企业,广州浪奇民用产品的创新就显得很微弱。

新突破迎考

广州浪奇在民用领域的市场进一步被压缩,并不断地寻找突破口,方向选择的是上游,是否能够实现所期待的结构也是未知数。

2013年,广州浪奇以1.98亿元,溢价300%的价格收购江苏琦衡农化科技有限公司25%的股权,引来各方质疑。琦衡农化不仅达不到承诺的业绩,还出现了拖欠货款事件,投资者更加质疑广州浪奇。2014年,广州浪奇曾尝试收购环保企业,也由于标的资产暂

未满足上市公司收购条件,无果而终。

较为成功的收购是,2016年9月,广州浪奇以720万元受让南海添惠持有的广东奇化化工交易中心股份有限公司(以下简称“奇化公司”)24%股份,广州浪奇成为了奇化公司的控股股东,控股比例达59%。

广州浪奇控股奇化公司后,大力发展奇化网,借助该平台实现产业链上下游的整合,以互联网技术手段提高产业链运作效率,提升化工仓储物流的信息化水平。此外,奇化融服务平台已上线,为产业链企业运营提供供应链金融服务。但报告内也承认,加大对奇化网和工业板块业务的建设,增加人员配备等费用投入增长23.18%。

令人担忧的是,本来洗涤用品的毛利率就不高,工业产品的毛利率就更低。广州浪奇财报显示,工业产品的毛利率仅为1.73%。

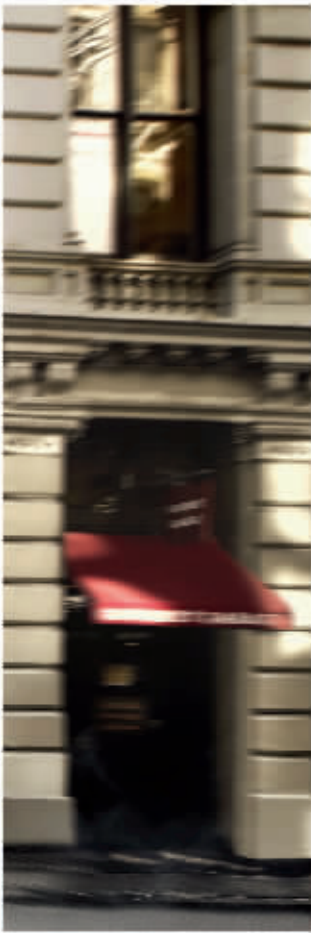
赛恩资本创始合伙人、联合成长创投集团董事长夏天表示,广州浪奇的民用产品空间已经被立白、纳爱斯等企业压缩得很小,以奇化网为切入点,依托多年来在资本市场的优势,进行产业链整合,从事工业原料的交易也是不得已而为之。

不过,广州浪奇不会放弃民用产品。不管如何,民用产品依然有几个亿的营收,并且浪奇的品牌效应依然存在。”夏天认为。事实也是如此,广州浪奇也在努力。2016年,广州浪奇也推出过洗衣凝珠等新品,并开展了以“一手了结”为主题的营销活动,但效果并不大。

“广州浪奇应该依托现在上游原料市场建立的优势,加大下游产品端的竞争优势。”夏天向北京商报记者表示。

北京商报记者 李振兴

让创造 畅所欲行 凯迪拉克XT5 轻混动车型



3年优享保养套餐

穿梭都市丛林,在每一程发现新的创造。新豪华都会SUV凯迪拉克XT5轻混动车型,创新搭载智能轻度混合动力系统。能量收放自如,带来行云流水的加速与换挡体验。更有高达1834L灵活多变的储物储物空间,任你自由发挥。**风范 让世界勇敢创造**

4月1日至6月30日,购买凯迪拉克XT5即可享“XT5 3年优享保养套餐”。车主在原有的两次免费换油保养之上,可额外享受四次“机油+机滤”免费换油保养。详情请洽当地凯迪拉克授权经销商。

凯迪拉克专线:400-820-1902

www.cadillac.com.cn

广告

北京达世行北苑 010-84929800
北京勃利 010-30315555

北京达世行华城 010-97383600
北京加运 010-62595170

北京凯达行 010-68600008
北京加运永通 010-83795386

北京通华行 010-65489999
北京雅通威 010-84326398

北京康顺 010-59271111
北京达世行亦庄 010-80821700