

无形资产激增 思维造物IPO胜算几何

凭借逻辑思维、得到App,罗振宇和他的“思维帝国”被大众所熟知。伴随着北京思维造物信息科技股份有限公司(以下简称“思维造物”)招股书的披露,罗振宇要上A股的消息正式坐实。纵观思维造物的股东名单,阵容颇为豪华,穿透到自然人还有柳传志、俞敏洪、李笑来的身影。在众多明星资本的加持下,思维造物的创业板上市之旅注定将集聚市场目光。走在IPO的跑道上,思维造物的财务情况也不再是秘密。通过查阅公司招股书,北京商报记者发现,思维造物2019年通过间接收购优酷米,导致公司账上无形资产激增6246.24万元,这也令公司未来存在大额减值风险。

无形资产骤增逾6000万

2017、2018年思维造物账上无形资产均不足200万元,但在2019年该数值猛增超6000万元。究其背后原因,是思维造物在2019年8月作价6249.22万元间接收购了在线教育视频网站优酷米100%股权。

据思维造物招股书显示,公司在2019年7月与优酷米、银杏未来的全体合伙人(王利芬、史玉柱、柳传志、耿耀华、刘伟强)签订了收购协议,在当年8月30日完成了优酷米、银杏未来全部财产份额的工商变更登记,使其成为公司全资持有的合伙企业,交易对价为6249.22万元。

由于优酷米、银杏未来分别持有优酷米80%、20%的股份,上述收购完成的同时,优酷米也成为思维造物间接持股的全资子公司。对于上述收购的目的,思维造物表示,出于线上业务发展及战略诉求,以及内部组织架构的调整,收购完成后,优酷米将负责音视频内容审核。

伴随着上述收购的完成,思维造物2019年的财务报表也出现了较大变化。按照企业会计准则相关规定,此次股权收购不构成业务合并,按照资产合并处理,确认为“无形资产-其他”。这也导致思维造物2019年账上的无形资产出现骤增。

数据显示,2017-2019年思维造物账上的无形资产分别约为171万元、196.7万元、6547.77万元。牛牛金融研究总监刘迪寰对北

京商报记者表示,计入“无形资产-其他”科目也需要每年进行减值测试,存在减值风险。知名投行人士王骥跃亦表达了同样的观点,放在“无形资产-其他”科目,没有确定期限,只是做减值测试,其实和商誉一样,只是列的位置不同而已。

重金收购的优酷米却并未给思维造物带来可观的收益。2019年以及2020年一季度,优酷米实现净利润分别约为18.72万元、3.14万元。

扣非后归属净利润连降

纵观思维造物的财务数据,公司在2017-2019年实现扣非后归属净利润连续下滑。具体来看,2017-2019年,思维造物实现营业收入分别约为5.56亿元、7.38亿元、6.28亿元,对应实现归属净利润分别约为6187.79万元、5329.76万元、1.17亿元;对应实现扣非后归属净利润分别约为4990.31万元、3280.95万元、3067.57万元。

不难看出,思维造物2019年营收出现下滑,2017-2019年实现扣非后归属净利润连续走低。

根据思维造物的主营业务收入构成表,公司主要服务包括线上知识服务、线下知识服务、电商和其他,其中线上知识服务系公司收入的主要来源,通过向用户销售课程、每天听本书、电子书等知识产品及提供相关服务获得收入。在2017-2019年,该业务贡献营收分别约为3.28亿元、5.07亿元、4.12亿元,分别占思维造物主营业务收入的比例为58.91%、

版权	60.47万元
软件使用权等	110.53万元
合计	171万元

版权	65.72万元
软件使用权等	130.98万元
合计	196.7万元

版权	35.27万元
软件使用权等	266.26万元
其他	6246.24万元
合计	6547.77万元

▲ 2017-2019年思维造物无形资产一览

68.74%、66.26%。

作为公司的主要营收来源,思维造物线上知识服务中的课程产品销售单价却在逐年走低。2017-2019年,公司每门课程产品的销售单价分别为99.96元/门、71.45元/门、56.92元/门。对此,思维造物解释称,主要原因为公司持续丰富课程产品类型,推出更多节数较少、轻量级的课程,因此每门课程的销售单价有所下降。

与课程产品的销售情况相比,思维造物听书产品、电子书产品的销售单价则较为平稳。



谁的资本盛宴

招股书显示,思维造物系罗振宇在2014年创立。除了罗振宇之外,思维造物目前还有柳传志、俞敏洪等一众行业大佬加持。

自思维造物设立以来,公司控股股东、实际控制人为罗振宇,截至招股说明书签署之日,罗振宇通过直接及间接方式持有公司共计46.6144%的表决权。其中,罗振宇直接持有思维造物910.61万股股份,占思维造物总股本的30.3537%,同时通过杰黄置间接控制思维造物16.2607%的股份。

股权关系显示,杰黄置系思维造物的第二大股东,持有公司16.26%的股份,而李笑来也直接持有杰黄置0.44%的股份,由此间接持股思维造物。

此外,思维造物的股东名单中还有红杉合信、真格天弘、凡银资产等知名投资机构。在众多股东中,造物家背后大佬云集。截至招股说明书签署之日,造物家持有思维造物5.225%的股份,系公司第六大股东。进一步穿透股权关系显示,柳传志、俞敏洪、傅盛、余建军、左磊均持有造物家股份,其中柳传志持有造物家9.09%的股份,其余人均持有造物家4.55%的股份。

实际上,思维造物要上市的消息早在2019年就已出现。当年10月北京证监局官网披露的消息显示,思维造物欲登陆科创板,但在今年8月,北京证监局披露的思维造物上市进展公告显示,结合自身实际情况,思维造物将转道创业板。

值得一提的是,此番若能成功上市,思维造物有望成为知识付费第一股,与其相竞争的还有吴晓波旗下的巴九灵。但就进度来看,思维造物已走在了巴九灵之前,目前巴九灵还在上市辅导期。

北京商报记者 董亮 马换换

ST步森拟收购微动天下转型互联网精准营销

北京商报讯(记者 刘凤茹)现有主营业务收入盈利能力较弱的背景下,ST步森(002569)寻求业务上的转型。最新动态显示,ST步森拟收购浙江微动天下信息技术股份有限公司(以下简称“微动天下”)100%股权。交易完成后,微动天下实现曲线上市。不过,重组能否顺利完成、转型后成效均待考。

据ST步森重组草案显示,ST步森拟向沈阳支付现金收购其持有的微动天下22%股权,并向沈阳、鼎世厚土等发行股份收购微动天下剩余的78%股权;同时ST步森拟向公司控股股东东方恒正非公开发行股份募集配套资金,合计募集配套资金总额57236.95万元。值得一提的是,ST步森此次发行股份及支付现金购买资产和募集配套资金的实施互为前提条件。

截至预案签署之日,标的资产的审计、评

估工作尚未完成。交易各方经友好协商后确定标的公司100%股权的预估值为28.2亿元。其中,ST步森向沈阳支付现金收购其持有的微动天下22%股权,交易对价初步确定为6.6亿元。

标的微动天下属于互联网软件与服务行业,是数字商业全域应用服务商,主营业务为搭建、管理公众号、微信小程序、抖音/快手账号等SaaS产品,以及精准营销广告投放服务。

交易之前,ST步森主营业务为男装品牌服装的设计、生产和销售。交易完成后,ST步森将进入SaaS产品及互联网精准营销细分领域,实现公司战略转型。

对于选择微动天下的原因,ST步森董秘办公室相关人士在接受北京商报记者采访时表示,标的盈利能力市场条件还不错,但进一步结果也要等审计评估。该人士还表示,此次

交易不是完全的跨界并购,公司在新零售领域的业务探索与标的有契合点”。

在经济学家宋清辉看来,ST步森转型背后,主营业务盈利能力较弱,且业内服装企业数量众多,国内男装市场消费群体数量有限,导致市场饱和度相对较高。因此ST步森亟须拓展新业务来应对市场竞争。

数据显示,2017-2019年以及2020年上半年,ST步森实现的营业收入分别约3.44亿元、3.2亿元、3.59亿元、1.45亿元,对应的归属净利润分别为-3380.7万元、-19282.22万元、4448.42万元、-3868.46万元。由于2019年归属净利润实现盈利,ST步森曾向深交所申请撤销对公司股票实施退市风险警示。不过,由于公司主营业务盈利能力较弱,根据《股票上市规则》相关规定,深交所将对公司股票实施“其他风险警示”的特别处理。

上纬新材上市 科创板最小IPO引关注

北京商报讯(记者 刘凤茹)“压线”取得上市资格的上纬新材(688585),于9月28日正式在科创板上市交易。根据Wind数据统计,上纬新材首发募资总额仅约1.08亿元,系科创板最小规模的IPO。上纬新材A股首秀表现如何也值得关注。

据上纬新材披露的发行公告显示,确定股票发行价格为2.49元/股,对应的发行市盈率为12.83倍。每股收益按照2019年度经会计师事务所依据中国会计准则审计的扣除非经常性损益前归属于母公司股东净利润除以本次发行后总股本计算。上纬新材此次发行数量为4320万股,全部为公开新股发行,公司股东不进行公开发售股份。

按照发行价计算,上纬新材发行总规模约1.08亿元。据Wind统计,上纬新材是当下科创板市场中发行规模最小的个股。

以2.49元/股的发行价计算,上纬新材

在上市前的总市值仅有10.04亿元。招股书显示,上纬新材选择的上市标准为预计市值不低于人民币10亿元,最近两年净利润均为正且累计净利润不低于人民币5000万元,或者预计市值不低于人民币10亿元,最近一年净利润为正且营业收入不低于人民币1亿元。

也就是说,从发行价格上看,上纬新材刚刚满足“发行市值不低于10亿元”的上市标准。如果发行价格再低1分钱,上纬新材上市时的市值将低于10亿元,其发行就会失败。而上纬新材算是惊险过关。

需要注意的是,有券商投行的报告曾给出上纬新材发行价下限为11.24元/股,与最终的敲定价格差异悬殊。上纬新材“地板价”发行的背后也引发市场对新股定价机制的讨论,其中对于“剔除高价10%的规则”是被拿来讨论最多的。

著名投行人士王骥跃认为,剔除高价10%不合理,建议修改相关规则,诸如将“剔除拟申购总量中最高报价10%申购量”的规定修改为“将高于或低于全部报价中位数与加权平均数孰低值50%的价格所对应的申购全部剔除”。

不过,亦有观点称,主观上是不希望改的,因为修改后会增加报价难度。注册制赋予市场更多的主动权,募资不足只是市场的信号,应该理性看待。

针对公司相关问题,北京商报记者致电上纬新材进行采访,但对方电话未有人接听。

实际上,监管对上纬新材的这一发行情况也有所关注。据媒体报道,近期中证协向科创板/创业板的投资者下发《关于就网下投资者询价合规情况全面自查的通知》,要求提交公司制度、报价依据、定价决策过程及内控合规执行情况等材料。

老周侃股 Laozhou talking

上市公司与股民别在盘中互动

周科竟

近期,《上海证券交易所科创板上市公司自律监管规则适用指引第2号——自愿信息披露》正式发布。其中建议,科创公司在非交易时段回复投资者提问,避免盘中误读误传信息引发股票交易异常波动。本栏认为,不仅仅是科创板企业,监管层应该强制要求所有上市公司不能在盘中通过互动平台回复股民提问,这样才能真正做到“三公”,而且防止蹭热点以及被别有用心者的资金利用。

上交所的建议很有必要,虽然说是建议,但实际指导意义很强,毕竟盘中回答一些互动,必然会引发一系列的问题。A股市场有超过一亿位投资者,不可能所有投资者都在24小时紧盯互动e平台,所以一旦在盘中时间出现了上市公司的重要回答,尤其是对股价容易构成较大影响的回答,势必会造成一部分投资者知道,一部分投资者不知道,这就违反了公平的信息披露原则。

事实上,不仅仅是科创板公司,主板公司也应该在非交易时段回答投资者的提问,因为主板的互动也能影响到股价的走势,所以本栏认为,上交所的建议不仅仅适用于科创板公司,也同样适用于主板市场。

关于盘中回答投资者提问的弊端,投资者大多比较清楚,其中有的上市公司和庄家还有配合炒作股价的嫌疑,在庄家准备拉升股价前夕,“投资者”提问敏感问题,然后上市公司给出有利于股价的答复,接着就是股价的直线拉升。而后市场评论会说,股价受到了利好消息的影响,出现快速上涨。实际上,压根就是上市公司蹭热点,庄家借机抬股价。

但是上交所的建议毕竟只是建议,如果上市公司仍然任性地在交易时段回答投资者的提问,似乎也没有什么有效的惩罚措施,假如诱惑的利益太大,上市公司仍有可能铤而走险。因此本栏认为,进一步从严监管互动平台回复,严禁上市公司方面在交易时段回复股民投资者,将更加有效地保证投资者与上市公司合理互动。

上市公司数量多达4000家以上,管理起来相对繁琐。但是互动e平台只有一个,管理起来相对简单,交易所可以考虑要求互动e平台通过程序控制,股民可以在盘中提问,但上市公司方面相关人员只能在收盘后进行回答,这样就能解决公平的问题。

此外,上市公司在互动e的表现也可以和再融资进行挂钩,如果上市公司长期不回答投资者的提问,或者在不合适的时间回答投资者的提问,那么在在进行再融资的时候就要受到限制,这样也能起到规范上市公司与投资者合理互动的作用。

上市公司与股民的互动十分有必要,毕竟有很多股民想了解的信息,可能并未达到信息披露的标准,但投资者也很关心,这就需要在股民有疑惑的时候,上市公司通过互动平台去解答股民的疑惑,让投资者更好地作出投资决策和判断。

在本栏看来,回答投资者提问的最佳时间是下午3点收盘后到5点这段时间,因为这段时间上市公司信息不会影响到股价的走势,投资者还有晚间充分的时间进行消化吸收,而且这个时间也是董秘或者证券代表的正常工作时间。