

艾录股份IPO背后 控股子公司全亏

前次IPO未果后,不甘止步于此的上海艾录包装股份有限公司(以下简称“艾录股份”),再向A股发起冲击。深交所官网显示,艾录股份IPO进入问询回复阶段。不过,收购锐派包装技术(上海)有限公司(以下简称“锐派包装”)“踩雷”,上海艾录新材料科技有限公司(以下简称“艾录新材料”)设立后亏损加剧的情形,成为艾录股份IPO路上绕不开的话题。

艾录股份主要从事工业用纸包装、塑料包装及智能包装系统的研发、设计、生产、销售以及服务。

艾录股份IPO背后,因收购锐派包装“踩雷”而争议不断。锐派包装成立于2014年6月,主要从事包装技术领域的技术开发、技术咨询、技术服务,包装设备的设计、销售、安装、维修。2015年9月,艾录股份向锐派包装的11位自然人定向发行股票收购了锐派包装的100%股权,交易作价3225万元。

根据评估报告,截至2014年12月31日,锐派包装净资产账面价值为377.29万元,以市场法评估的股东全部权益市场价值为3300万元,评估增值率649.81%。

北京商报记者注意到,艾录股份实际控制人陈安康及其女陈雪骐系锐派包装的发起人股东。成立之时,陈安康、陈雪骐分别持有锐派包装10.8%股权。投融资专家许小恒认为,关联交易很可能成为对股东进行利益输送的工具。

艾录股份收购锐派包装后,并未助力公司业绩增长。收购之时,锐派包装承诺业绩目标为2015年度、

2016年度、2017年度,经审计的扣非后归属母公司的税后净利润分别为750万元、1400万元、2200万元,合计为4350万元。数据显示,锐派包装2015-2017年实现的营业收入为1829.48万元、939.74万元、2403.88万元,对应的扣非后归属母公司的税后净利润分别为280.12万元、-858.28万元、-556.81万元。因业绩承诺期内,锐派包装未完成业绩承诺,艾录股份分别于2019年5月、10月向10名原股东、1名原股东回购并注销股份。

数据显示,锐派包装2019年实现的归属净利润亏损约1475.79万元。在著名经济学家宋清辉看来,若锐派包装后续持续亏损,恐对公司业绩带来不利影响。

不过,艾录股份则认为,2019年锐派包装经营已开始趋于正常,营业收入下滑的态势已基本得以控制,预计后续锐派包装的持续经营不存在重大不利因素。

艾录新材料也系艾录股份的重要控股子公司,但设立后却处于不断亏损状态,并且亏损额出现加剧。

招股书显示,艾录新材料是艾录股份于2017年4月24日设立的有限责任公司,主营业务为提供化妆品、日用品、保健品及食品等行业的包装整体解决方案和服务。除艾录股份外,艾录新材料还有其他3名股东,艾录股份持有艾录新材料58.52%的股份。

自2017年设立后,艾录新材料处于不断亏损状态。财务数据显示,2017-2019年艾录新材料实现营业收入分别约为12.77万元、320.65万元、1205.11万元;对应实现净利润分别约为-129.66万元、-982.09万元、-1522.95万元。不难看出,艾录新材料的亏损幅度不断加剧。

该情况也引发了深交所的关注,要求艾录股份补充披露艾录新材料的设立背景,以及最近一年净利润为负的主要原因等问题。对此,艾录股份表示,公司在包装行业具有丰富的经验及行业资源,有意在除纸包装产品以外拓展更多包装产品类型,并且基于其对化妆品、医用、食品、日化等行业的良好预期,因此进一步强化相应的资源投入力度,决定设立

艾录新材料。

针对艾录新材料亏损的原因,艾录股份则给出了三点解释。艾录股份表示,初创企业需要一定培育期;为快速开拓市场,产品销售定价较低;产品结构有待进一步丰富,2018年和2019年,艾录新材料主要生产设备陆续到达并正式投入使用,由于该公司处于初创期,公司销售规模及生产量较小,产品类型主要以注塑产品和软管产品为主,种类、结构相对单一,因此产品利润空间较小,无法覆盖同期支出。

另外,据艾录股份介绍,2020年,艾录新材料已逐步获得了如屈臣氏、科丝美诗、丸美、妙可蓝多等品牌客户产品的外包装供应合同或订单。随着公司业务规模及下游客户群有望进一步扩大,不过,艾录新材料最终能否实现扭亏为盈,还有待进一步观察。

针对公司相关问题,北京商报记者向艾录股份发去采访函,但截至记者发稿,未收到艾录股份的相关回复。北京商报记者 刘凤驹 马换焕

圆梦A股 东鹏控股将发力六大战略规划

作为国内规模最大的瓷砖、洁具产品专业制造商,东鹏控股(003012)在市场上颇具知名度。从早期的“金花米黄”“天山石”等系列创新产品,到近年来推出的“世界之美”“原石”系列,公司产品引领着我国建筑卫生陶瓷行业的潮流,是我国建筑卫生陶瓷行业产品创新的典范。如今,成立九年之际,东鹏控股在10月19日圆梦资本市场,成为A股一员。伴随着公司成功上市,东鹏控股近15亿元募资金额也将开始投入主营业务建设中。资本加持下,东鹏控股的核心竞争力和品牌影响力无疑将得到大幅提升,同时也将助力公司早日实现六大发展战略规划。

成功跻身资本市场

鸣锣声起,东鹏控股10月19日正式登陆A股市场。

资料显示,东鹏控股成立于2011年11月,是国内规模最大的瓷砖、洁具产品专业制造商和品牌商之一,公司产品主要包括瓷砖和洁具。成立逾5年之后,东鹏控股萌生了闯A股的想法,并在2017年向证监会递交了IPO申报材料,排队三年时间,东鹏控股获得证监会放行,于今年10月19日登陆深交所中小板。

根据东鹏控股发布的股票发行公告显示,公司发行价11.35元/股,仅历经一个交易日,东鹏控股市值就已逼近200亿元。

据东鹏控股介绍,公司致力于成为国内领先的整体家居解决方案提供商,主要设计、开发、生产、销售品种繁多的瓷砖产品和洁具产品,此外还生产销售木地板、涂料等产品。其中,东鹏控股瓷砖产品包括有釉砖和无釉砖,除销售自有品牌瓷砖外,公司还在国内代理销售意大利Rex等品牌瓷砖,丰富了公司瓷砖产品线的高端品类。

洁具产品方面,则主要包括卫生陶瓷和卫浴产品,其中卫生陶瓷主要包括智能卫浴、坐便器、洗手盆、小便器、蹲便器等,卫浴产品主要包括浴室柜、淋浴房、浴缸、龙头五金等。

东鹏控股在招股书中表示,公司的长期发展目标是在整体家居服务领域,成为资源节约型、环境友好型和个性高端型的一站式服务提供商和领军企业,能够为广大消费者提供环保、艺术、高科技、个性化的家居解决方案。未来,公司将持续创新进取,为更多用户提供品质和品位的享受,朝着“百年企业,世界东鹏”的愿景,打造享誉中外的整体家居国际品牌。

财务数据显示,东鹏控股的营收、净利润规模在行业中处于前列。2017-2019年,东鹏控股实现营业收入分别约为66.32亿元、66.19亿元、67.52亿元;对应实现归属净利润分别约为9.9亿元、7.937亿元、7.944亿元。

根据东鹏控股作出的盈利预测,公司2020年度预测实现营业收入再度迈上新台阶,达67.96亿元;对应实现归属净利润预计达6.29亿元。

近15亿募投向主营业务

伴随着东鹏控股登陆资本市场,近15亿元的募资金额也将全部投入主营业务建设中,公司业务规模、盈利能力及综合实力有望迎来全面提升。

按本次发行价格11.35元/股、发行新股14300万股计算,东鹏控股此次募集资金总额为162.3亿元,扣除发行费用1.43亿元后,公司募集资金净额为148.87亿元。本次募投资金运用均是围绕东鹏控股主营业务进行。

根据东鹏控股招股书,公司共有7个募投项目,分别为年产315万平方米新型环保生态石材板改造项目、扩建4条陶瓷生产线项目、遵义新鹏陶瓷有限

公司二期扩建项目、年产160万件节水型卫生洁具生产线建设项目、年产260万件节水型卫生洁具及100万件五金龙头建设项目、东鹏信息化设备及系统升级改造项目以及智能化产品展示厅建设项目。

在上述7个募投项目中,扩建4条陶瓷生产线项目预计投入募资金额最高,达6亿元;其次系年产260万件节水型卫生洁具及100万件五金龙头建设项目,达4.5亿元。

据东鹏控股介绍,公司的募投资金投资项目是在现有业务发展情况基础上,综合考虑未来国家经济形势和产业政策、行业发展趋势、公司资金情况等因素而拟定的,与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应。并且各募投资金投资项目之间紧密结合,互相支持,覆盖了瓷砖、洁具两大产品线的产能优化升级,同时兼顾了信息化建设、智能化产品展示厅建设等业务支持项目,可以从技术实力、产品结构、市场营销等方面持续提升公司的核心竞争力。

另外,此次募集资金的运用也将对东鹏控股的财务状况产生积极影响。

首先,在净资产和每股净资产方面,本次募集资金到位后,东鹏控股净资产及每股净资产都将大幅提高,这将进一步壮大公司整体实力,提高公司市场竞争力;此外,公司的资产总额将大幅提高,短期内资产负债率将大幅下降,有利于提高公司的债务融资能力,降低财务风险;同时本次发行将大幅增加公司资本公积,使公司资本结构更加稳健,有利于今后公司股本的进一步扩张。

另外,从中长期来看,本次募投资金项目均具有较好的市场前景和可行性,随着项目陆续产生效益,东鹏控股销售收入和利润水平将有大幅提升,使公司盈利能力不断增强,竞争力不断提高。

已布局六大战略规划

目前,东鹏控股已制定了六大发展战略规划,随着募投项目的实施,也将进一步落实公司的战略布局,推动公司发展。

东鹏控股表示,公司结合市场发展趋势和自身优势,针对不同产品和业务制定了行之有效的发展规划和战略。其中,东鹏控股将瓷砖产品业务、洁具产品业务均分为成熟业务、成长业务、拓展业务三大板块,共计制定了六大发展战略规划。

具体来看,瓷砖产品业务方面,针对公司的成熟业务,东鹏控股将继续开拓三、四级市场,计划到2020年在现有产品销售终端网点基础上,新增县城网点600个,总网点达到约1600个。同时提升物流和服务功能,整合仓储物流资源30个,新增三、四级市场运营中心15个,同时在省会城市,公司计划增加50家核心经销商,建设100家综合性全品类旗舰店。

针对公司成长业务,东鹏控股将持续深耕中高端市场,计划打造设计师合作平台,整合中高端设计师,建立中高端精品店,实现全国中高端产品专卖区达到3000个。

针对公司拓展业务,东鹏控股计划通过技术创新,持续提升自有新技术新工艺的研发与应用;同时公司拟继续推进自有优势技术的创新与改善,依托强大的产品研发能力,抢占自有新技术新工艺市场,利用公司自有的专利技术和专利基础,快速提升专利产品市场占比,大力推广地垫、薄板、无人造石、生态石、无机纳米涂层材料等新产品。

洁具产品业务方面,针对公司的成熟业务,东鹏控股拟通过已形成的21个省级运营中心继续辐射整

个省内的物料仓储平台、营销支持平台、服务支持平台,持续提升终端销售能力。针对公司成长业务,继续通过为客户提供整体解决方案,增加公司产品销量;与战略客户如碧桂园、万科、保利等头部开发商持续战略合作,保持供应传统卫浴产品的同时,与瓷砖产品业务协同为客户提供整体施工包,进一步实现业绩增长。针对公司拓展业务,东鹏控股在持续推进以智能坐便器为代表的健康卫浴新产品的同时,继续加深与自如、链家、万链等整装换装平台持续供应传统卫浴产品合作方式,通过推出快装产品包等创新产品,实现简化施工、缩减施工时间,进一步提升公司与上述品牌企业的合作。

另外,东鹏控股表示,公司在落实上述发展战略规划的同时,将继续不断完善经营管理体系,通过智能制造,提高产品在质量、成本、性能方面的竞争力,推动产业升级。

七大竞争优势加持

在行业集中度有望提高的背景下,具有技术优势、产品优势等七大竞争优势的东鹏控股,有望获得更高的市场份额。

具体来看,东鹏控股具有技术、产品、品牌、渠道、管理、物流、创意等七大优势。在技术方面,东鹏控股之所以能够持续在市场成功推出新产品,主要基于公司在产品创新及开发方面的持续努力。

截至2020年6月30日,东鹏控股共有研发技术人员388人,其中大专以上学历209人,占比50%以上,高级工程师13人,博士2人。截至2020年8月13日,公司在中国境内共获得1051项专利授权,其中包括发明专利179项,公司在境外共获得1项专利授权。

另外,作为陶瓷制品业的标杆,东鹏控股已参与起草47项国家、行业标准,进一步说明了公司在市场上处于较明显的技术领先地位。

在产品方面,东鹏控股能够保持丰富的产品线,实现对抛光砖、抛釉砖、仿古砖、瓷片等各类工艺产品的全面覆盖,同时公司的产品质量已获得市场和检测机构的广泛认可,已通过了ISO9001质量管理体系认证,获得了“广东省著名商标”等荣誉。

在品牌方面,东鹏控股则在中国500大最有价值品牌当中连续多年获世界品牌实验室认可为业内最有价值品牌;渠道方面,截至2020年6月30日,东鹏控股共拥有1997家一级经销商,公司网点的地区覆盖程度均衡且较为稳定;管理方面,东鹏控股是建筑卫生陶瓷行业内为数不多的在公司内部和经销商全面推进使用SAP系统的企业。

此外,在物流和创意方面,东鹏控股则具有国内陶瓷行业领先的物流网络,包括位于公司生产厂附近的13个中心仓和6个销售仓组成的仓储网络;公司持续开发并在市场上推出创新产品,帮助公司加大对行业的影响力并提升自身的定价能力。

就建筑卫生陶瓷产业来看,该行业进入门槛相对较低,加上我国经济持续快速增长,市场需求的拉动强劲,使得我国建筑卫生陶瓷生产产能近年扩张迅速。从目前整体情况来看,行业集中度低,竞争较为激烈。

但近年来,行业内一些缺少自主品牌、渠道建设落后、技术创新能力薄弱的企业在激烈的市场竞争中已走向衰退,注重品牌形象建设、研发投入以及绿色环保制造升级的企业将会在行业洗牌中做大做强,行业集中度将会得到提高。

在此背景下,具有七大竞争优势的东鹏控股未来有望进一步扩大公司的市场份额。

北京朝阳市场监管局 圆满完成服贸会保障工作

为期6天的2020年中国国际服务贸易交易会圆满闭幕。每一次大型活动的成功举办,都离不开默默付出的幕后保障人员,这其中,就有朝阳区市场监管局的工作人员。期间,结合自身职能,朝阳区市场监管局做好活动期间食品安全、特种设备安全、知识产权保护相关工作。

为做好本次保障工作,朝阳区市场监管局采取以“老+新”的方式选派32名“政治强、业务精”人员承担本次活动驻会、驻场保障任务,制作《重大活动食品安全保障工作手册》,将保障工作规范化、标准化,并组织全体保障人员、志愿者开展业务培训、食品安全快检培训工作,进一步明确检查内容、标准、疫情防护要求等。

食品安全保障: 执法人员与志愿者一起驻守

活动期间,保障人员严格按照工作方案开展监督检查,每日对景观大道餐饮点进行监督巡视检查,对餐饮服务单位每日中餐和晚餐的食品原材料进货验收、原材料贮存、餐具清洗消毒、食品留样等多个加工制作环节进行监督检查,对食品原材料、餐饮具进行快速检测。

特种设备安全保障: 督促责任落实+现场排查到位

朝阳区市场监管局于7月底正式启动2020年服贸会特种设备服务保障工作,明确使用单位、维保单位、检验机构细化职责分工;提前进入会场驻地开展排查,逐台设备进行核查,督促相关单位根据检验机构保障性检验意见通知书的要求及时完成隐患整改;组建区级特种设备应急保障队伍,确保活动期间特种设备安全平稳运行。

活动期间,执法人员对涉及的13家会场、驻地开展特种设备监督检查,通过逐项认真、细致、严谨的核查、排查,全面掌握活动涉及单位安全管理现状,共计检查特种设备323台、压力管道近1.1km,建立问题隐患台账17条,由专人督促、紧盯整改进展,在活动前全部整改完毕,彻底销账。

知识产权保障: 加强参展商商标使用情况检查

朝阳区市场监管局对位于国家会议中心的2020服贸会各个参展商的商标使用情况进行检查,重点对服贸会的“冬奥会”展区进行检查,共检查参展商20多家。同时,加强场馆周边及辖区内重点商品、重点领域、重点场所的监管,尤其是重点有形市场和大型综合商场的知识产权保护,加大执法检查力度。

活动期间,每天都有专人进驻服贸会知识产权保护办公室配合市知识产权局开展驻场服务保障工作,受理现场投诉,并对国家会议中心展区和外场临时搭建展区进行综合执法检查。同时,非现场工作人员还通过互联网对服贸会官网的“云上展厅”开展了知识产权网上巡查工作。