

童装第一股安奈儿由盈转亏

利润亏损、库存激增，上市三年的“童装第一股”安奈儿发展似乎并不顺利。10月28日，安奈儿发布三季度业绩公告称，公司2020年前三季度营收和净利润均出现不同幅度下滑，其中，归属净利润同比下降202.68%。业绩承压之下，尤其是面对行业激烈的竞争，如何突围是安奈儿面临的一道考题。

持续亏损

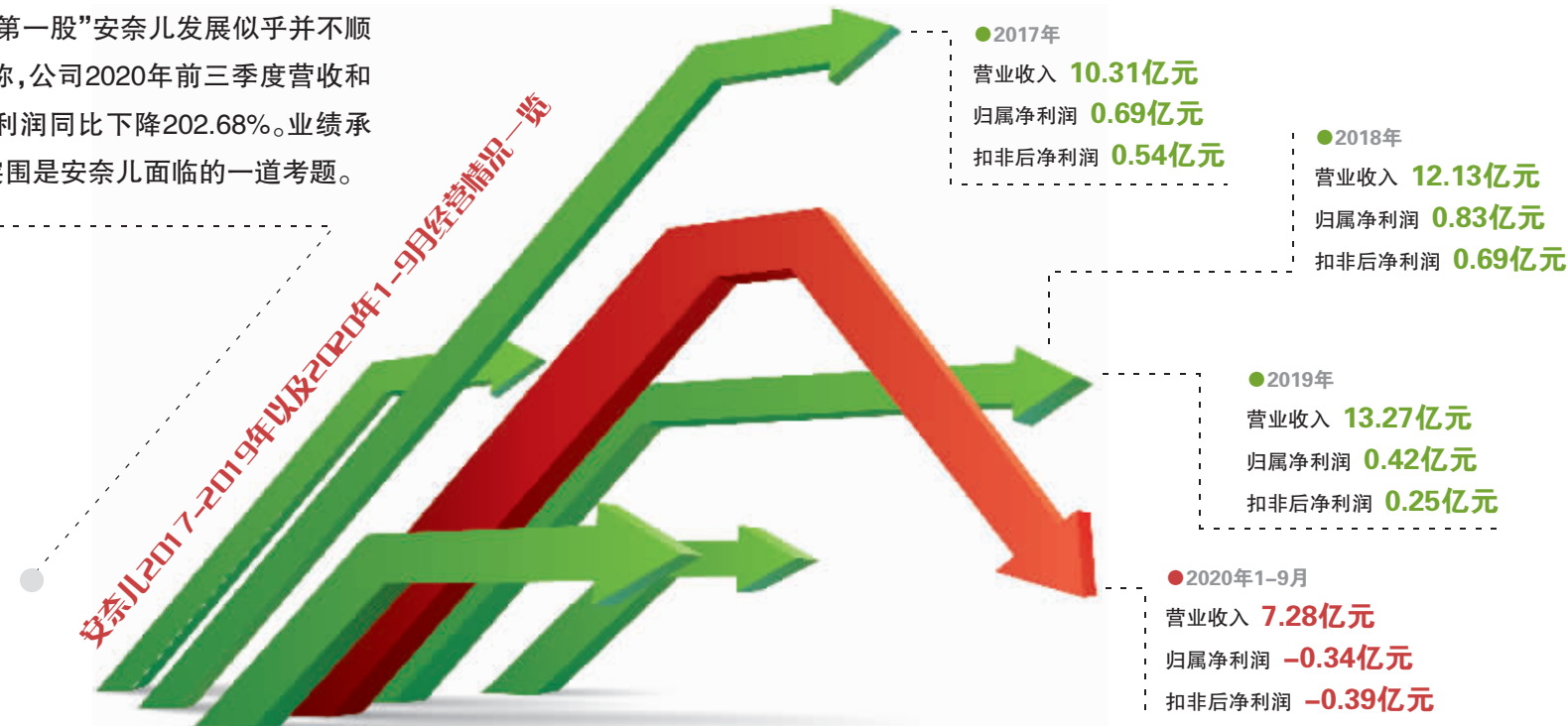
10月28日，安奈儿发布三季度业绩公告称，安奈儿今年前三季度实现的营业收入约7.28亿元，同比下降19.22%；对应实现的归属净利润亏损约3398.67万元，同比由盈转亏，同比下降202.68%。报告期内安奈儿实现的扣非后净利润亏损约3850.09万元，同比下降254.08%。这也是安奈儿上市之后，交出的最差成绩。

从三季度经营情况来看，数据显示，安奈儿在前三季度实现的营业收入约2.37亿元，同比下降3.98%；三季度的归属净利润亏损约1968.02万元。

关于业绩变动原因，安奈儿曾在三季度业绩预告中披露，受疫情影响，公司前三季度营业收入同比下降。公司销售费用、管理费用呈一定的刚性，下降幅度低于收入下降幅度，进而影响公司净利润。

安奈儿自上市之后业绩波动较大。上市首年，安奈儿首份年报就出现增收不增利的情形。2018年营收、归属净利润正增长的安奈儿，在2019年业绩再度陷入疲软状态。具体来看，2019年安奈儿实现的营业收入约13.27亿元，同比增长9.41%；对应的归属净利润约4211.73万元，同比下降49.49%；对应的扣非后净利润约2496.78万元，同比下降63.92%。

值得一提的是，作为“童装第一股”，安奈儿却是2020年上半年唯一出现亏损的童装上市公司。报告期内，金发拉比、起步股份以及



森马服饰分别盈利1047.9万元、6609.13万元以及2159.63万元。

纺织服装品牌管理专家、上海良栖品牌管理有限公司总经理程伟雄向北京商报记者表示，疫情是影响安奈儿业绩亏损的原因之一，电商渠道的缺失以及童装品类单一、全品类发展不足、品牌定位不明确等因素是影响安奈儿业绩下滑的重要原因。

库存高企

业绩持续下滑背后，折射出安奈儿近几年发展的诸多问题。其中，存货节节攀高成为安奈儿盈利的重要阻碍。

相关数据显示，2013-2019年，安奈儿存货账面价值由1.83亿元激增至4.61亿元。2017年和2018年，安奈儿存货账面价值分别为

2.97亿元和4.28亿元，分别占资产总额的27.33%和34.6%，今年上半年，安奈儿存货账面价值已达4.38亿元，占资产总额的36.37%。据悉，库存商品在安奈儿存货中占较大比重，2017年和2018年，库存商品在存货账面价值的比例分别是67.78%和79.87%。

安奈儿也意识到库存过高可能会对公司业绩造成影响，从2017年开始，安奈儿便在年报中强调存货比重较大的风险，但这一问题一直没有得到解决。

程伟雄表示，高库存意味着资金积压，运营效率不高，商品企划、研发、管理等均不同程度出现状况，这对于安奈儿的发展存在着重要的经营风险。存货过高，意味着企业需要加大清货力度，打折促销。

程伟雄表示，近几年安奈儿对直营、加盟渠道进行调整，致使存货大量积压。就当下发

展状况而言，安奈儿需要理清自己的品牌、产品、门店定位等，通过差异化、个性化、或者性价比来打造自身竞争优势，而不是盲目地和其他品牌进行市场规模上的博弈。

针对公司业绩下滑及存货相关问题，北京商报记者应安奈儿方面要求向公司发去采访函。不过，截至记者发稿，未收到安奈儿方面的相关回复。

发力线下渠道体验化

自2017年起，安奈儿存货占营收比例快速上行，2018年末存货占营收比例达35%。有研报分析认为，与可比公司相比，2018年安奈儿存货周转率低于森马服饰及太平鸟，高于经营婴童用品及服饰的金发拉比，存货周转率略低于可比公司平均水平。

由于库存过高，致使安奈儿营业成本攀升。2019年三季度，安奈儿营业成本上涨19.43%，安奈儿三季度资产净值损失上涨191.6%，主要原因是加大库存商品清货力度，致使销售折扣有所下降，并导致营业成本增速高于营业收入增速。

经济学家宋清辉告诉北京商报记者，于服装品牌而言，库存较高的时候，打折清仓为惯用手。但服装企业清仓甩卖只治标、不治本，虽然对于回笼资金起到了一定的缓解作用，但作用有限。面对日益加剧的竞争环境，服装企业应加大产品、渠道、品牌升级力度，并通过创新驱动再增长。

关于如何保持竞争地位？一位服装行业人士认为，在购物中心、百货商场等童装主要线下销售渠道的运营方向不断向体验化、科技化发展的背景下，消费场景化、体验化成为“儿童经济”发展的主流趋势。因此，如何打造对消费者更有吸引力的消费场景，提高线下门店的获客能力和服务能力，从而实现门店销售业绩的提升，成为我国品牌童装企业发展面临的重要问题。

值得一提的是，今年9月，安奈儿披露一制定增计划，公司拟定增募资不超过40757.24万元。扣除发行费用后的募集资金净额用于营销网络数字化升级项目、电商运营中心建设项目、儿童生活体验馆项目、补充流动资金四个项目。

谈及非公开发行的目的时，安奈儿表示是要赋能零售门店，提高线下渠道运营效率；提升线下门店运营管理水平；推动业务数据化，增强公司核心竞争力。不过，安奈儿亦坦言，如果下游市场环境发生了重大不利变化，或者公司市场开拓未达到预期，都可能对募投项目的顺利实施和公司的预期收益造成不利影响。

北京商报记者 刘凤茹 白杨 张君花

亏损2800万元 莎普爱思业绩持续承压

北京商报讯(记者 刘凤茹)上市公司三季报披露进行时，10月28日晚间，莎普爱思(603168)的成绩单与投资者见面。经营层面来看，莎普爱思业绩持续承压，在今年前三季度实现的归属净利润亏损约2805.65万元。这也意味着“神药”光环褪色后，莎普爱思只剩下裸泳。对于已经走下神坛的莎普爱思而言，未来还能走多远？

财务数据显示，莎普爱思今年前三季度实现的营业收入约2.4亿元，同比下降40.61%；对应实现的归属净利润约-2805.65万元，而去年同期莎普爱思归属净利润尚盈利约3915.62万元。莎普爱思今年前三季度归属净利润同比下降171.65%。报告期内莎普爱思的扣非后净利润亏损约6233.3万元。

对于营业收入、归属净利润大幅下滑的原因，莎普爱思表示“系本期滴眼液、大输液等产品销售收入下降所致”。

据了解，莎普爱思于2014年7月上市，是一家以生产、研发和销售化学制剂药和中成药为主

要业务的医药制造企业。数据显示，2014-2016年，莎普爱思营收、归属净利润保持增长态势。业绩增长背后，滴眼液成收入主力。莎普爱思2016年的营业收入约9.79亿元，其中滴眼液产品当年贡献了约7.54亿元的收入。

然而，莎普爱思的业绩增长模式于2017年止步。随“神药”风波的莎普爱思，业绩进入下行通道。2017-2019年，莎普爱思实现的营业收入分别约9.39亿元、6.07亿元、5.16亿元，对应的归属净利润分别约1.46亿元、-1.26亿元、785.73万元。2018年、2019年莎普爱思的扣非后净利润均为负值。

莎普爱思在2018年、2019年的年报中，均提到经营受影响与滴眼液产品销量下滑有关。在2020年三季报中，莎普爱思坦言，卡达赖氨酸滴眼液为公司核心产品，若公司无法继续生产销售卡达赖氨酸滴眼液对公司生产经营将造成重大影响。

“由于全资子公司莎普爱思强身药业有限公司预计2020年度业绩为亏损，预测公司年初至

下一报告期末的累计净利润可能为亏损。”莎普爱思如是表示。

业绩不尽如人意，莎普爱思股价走势同样承压。据东方财富统计，后复权形式下，莎普爱思股价在2017年12月1日-2020年10月28日区间的累计跌幅为52.58%。

针对公司相关问题，北京商报记者致电莎普爱思董秘办公室进行采访，不过对方电话未有人接听。

业绩一落千丈，莎普爱思亦有危机感，开始寻求自救。林弘立、林弘远兄弟入主莎普爱思仅4个月，就开始推进筹划收购泰州市妇女儿童医院有限公司(以下简称“泰州医院”)100%股权事宜，泰州医院系林弘立、林弘远二人控制的公司。而这一收购因高溢价曾被问询。

10月27日晚间，莎普爱思称，泰州医院已完成了工商变更登记手续，并取得了泰州市行政审批局换发的营业执照。不过，此番莎普爱思能否靠布局医疗领域打翻身仗尚留有悬念。

三季报预期走弱 银行板块飘绿

北京商报讯(记者 孟凡震 实习记者 杜晓彤)伴随三季报的相继披露，银行板块不复以往拉升之势，连续3日出现回调。10月28日，银行板块集体走弱，37只银行股收盘报跌。根据Wind中国行业指数显示，银行板块指数当日下跌1.03%，在各板块中跌幅排名第三，厦门银行、常熟银行两只个股领跌，盘中一度跌停，跌幅均超9%。分析人士指出，此前市场对银行股预期偏高，在连续数日拉升后迎来阶段性回调，意味着市场预期走向理性。

刚于10月27日挂牌上交所的厦门银行股价在短短两日内经历了涨停到跌停的大起大落。当日，厦门银行上市首日开盘大涨43.96%至9.66元/股，封住涨停触及涨停，当日报收时回落至9.41元/股。10月28日上午，厦门银行低开低走，不到20分钟就封在跌停板，最终报收8.47元/股。

10月27日晚间披露三季报的常熟银行股价也在10月28日重挫，午盘一度跌停，最终报收7.33

元/股，跌幅达9.84%，逼近跌停板。三季报显示，该行前三季度实现归母净利润13.95亿元，同比增长1.76%；营业收入49.87亿元，同比增长4.17%。

麻袋研究院高级研究员苏筱芮表示，常熟银行股价重挫或源于该行净利润增速趋缓不及预期，带来市场对未来业绩增长的担忧。

三季报数据显示，尽管常熟银行前三季度实现营业收入与净利润“双增”，但该行各项盈利指标的回落仍令人对其未来业绩发展产生担忧。截至9月末，该行基本每股收益0.51元，同比减少5.56%；三季度单季，该行营业收入同比减少5.75%，总资产收益率1.04%，较上年末减少0.04个百分点。

此外，常熟银行三季度单季归母净利润虽取得2.39%的同比增长，但这主要得益于该行拨备覆盖率已处于490.02%的高位，第三季度该行信用减值损失计提金额同比减少30%，进而带来净利润增长。

中银(香港)金融研究院经济学家丁孟则表示，一般来说，股票定价反应的是根据最新的信息计算而成的对于未来的经营情况的估计，因此，市场对银行未来经营业绩的预期决定了接下来的价格走势。但是对于几天的交易中还会有很多炒作因素，特别是炒作业绩利好和之后的获利了结。”他补充。

投资人、看懂研究院高级研究员程宇也表示，此次银行板块回调是由于此前市场预期过高导致，银行板块此前涨势汹汹，现在产生阶段性回调是正常现象。

此前多家券商均基于板块轮动和经济基本面改善两大逻辑，对银行股四季度走势作出积极看好的预判。华泰证券金融研究团队表示，复盘历史，银行板块在四季度表现较为稳健，大多取得绝对收益，这主要由于机构资金在年终业绩压力下，风险偏好降低，会加大银行板块配置。

老周侃股 Laozhou talking

中小板已无存在必要

周科竞

据报道，深交所正筹划让中小板与主板合并，这是一件大事，但也不是意料之外的事情。事实上，中小板从一开始与创业板就不在一个维度上，可以理解成创业板的初次尝试，其后的创业板是第二次尝试，科创板是第三次，所以说现在的中小板位置着实尴尬，已经没有存在的必要，与主板合并也是大势所趋。

一直以来，中小板就不是一个独立的板，而是附属在主板市场的一个板块，当初管理层设立中小板的时候，可能并没有预测到后面还会有创业板、科创板、新三板等多层次的资本市场，所以从一开始中小板的定位就是那些规模达不到主板上市要求的企业，然后在规模上适当放宽要求，然后IPO上市，这实际上就是早期的创业板模型。

但是中小板没法做到创业板的效果，因为它除了降低股本规模之外，并没有对业绩水平放宽要求，同样还要求上市公司必须要连续三年盈利，而这一点，就把大量的创新型企业拦在了门外。后来有了创业板、科创板、新三板，这些小规模的企业在没有实现盈利的时候就已经有能力上市交易，那么它们就不会非得要在主板上市。

而且从实际效果来看，创业板和科创板公司的估值水平也要明显高于主板市场，所以现在的中小板就显得非常鸡肋，没有多少公司

更加适合在中小板上市，而原本的中小板上市公司通过多年的成长，很多公司已经成长为规模很大的公司，即使放在主板市场也是巨无霸的存在，例如苏宁易购。

如今的企业选择上市，除了不盈利的以外，其余的公司选择上市的时候并不会特别在意是在沪市还是深市，更不会在意是在深市的主板还是中小板，因为无论在哪里上市，差别不会很大。

另外，中小板实际上已经和主板市场完全雷同，即使有公司在中小板上市，它的各项指标也与主板市场没有多大的分别，所以中小板当前已经没有任何存在的必要，所有的中小板公司都可以直接并入主板市场，这样对于A股的多层次资本市场建设来说，将会变得更加合理。

在合并之后，市场可能会有一些变化。诸如，中小板中有很多体量较小的个股，它们的股本小，股本扩张的预期强烈，可能存在一些投资机会。但对于主板公司而言，并不会因为合并中小板后有任何的影响，还是会正常的运行，只不过那些竞争力差的个股，会在比价效应之下被市场淘汰，这也是投资者需要注意的问题。

而投资者可以看到一些投资机会，例如现在在中小板市场中的小盘股，到了主板市场就会显得更加袖珍，那么其中是否存在一定的投机机会，或许那些已经把创业板炒高的资金，有可能会换个口味。