

去年业绩下跌六成

油漆巨头渝三峡 A 意图增扩主业

本报记者 李瑞娜 成都报道

近日，重庆三峡油漆股份有限公司(000565.SZ,以下简称“渝三峡A”)的业绩波动又引起了市场注意。渝三峡A表示,公司预计2017

重组失败转型遇阻

收购宁夏紫光,可以帮助渝三峡A跨入饲料行业,拓展新业务,实现双主业发展,但这一愿景则在宣布重组16个月后感叹。

日前,渝三峡A发布业绩预告称,公司预计2017年1~12月归属上市公司股东的净利润7500.00万元至9500.00万元,同比变动-66.44%至-57.49%。与此同时,数据显示,化学制品行业的平均净利润增长率为48.99%。渝三峡A是我国涂料行业国有控股企业中生产规模最大、品种最为齐全的综合涂料生产企业。

对于业绩下滑原因,渝三峡A解释为,主要系公司上年同期出售所持有的北京北陆药业股份有限公司1000万股股票,取得投资收益17029万元,本报告期无此事项,从而影响公司非经常性损益减少17029万元。

至于公司本报告期主营业务,渝三峡A称经营正常,业绩稳定。事实上,近年来,渝三峡A的主业则是在波动中发展。

加码石墨烯涂料业务

渝三峡A还于2015年11月进军石墨矿领域,但路途并不顺利。

事实上,渝三峡A并未放弃在主业上寻找更加稳定的利润来源。石墨烯便是其探寻的一个方向。

近期,渝三峡A发布公告称,为响应政府旧城改造号召,公司有意在成都地区另外寻找合适的生产基地。同时,公司与四川彭山经济开发区管委会签署投资协议书,公司将在眉山市彭山区注册独立企业法人建设三峡石墨烯涂料生产线项目,项目内容为年产3万吨石墨烯涂料、水性工业涂料,计划总投资2

亿元。2016年1~12月归属上市公司股东的净利润7500.00万元至9500.00万元,同比下降或六成。

对于净利润下滑,渝三峡A称主要是由于本报告期内非经常损益减少所致。事实上,为应对传统油漆

业务的盈利波动,渝三峡A曾一度试图重组进军饲料业。日前,渝三峡A又发布公告指出,将在成都地区寻找合适的生产基地,发展石墨烯涂料生产线项目。

对于上述石墨烯涂料项目预计

2016年3月29日,渝三峡A发布停牌公告,称公司控股股东重庆化医控股(集团)公司正在酝酿涉及及到本公司的重大事项,因此停牌重组。6个月后,渝三峡A公布了重组方案:渝三峡A拟发行股份购买宁夏紫光天化蛋氨酸有限责任公司(以下简称“宁夏紫光”)100%股权,交易价格为30.93亿元。而彼时,宁夏紫光的资产总额是渝三峡A的三倍还多,营业收入接近渝三峡A的两倍。

宁夏紫光主营业务为饲料生产及销售,据未经审计的财务报表显示,2014年、2015年以及2016年1~7月,宁夏紫光实现的主营业务收入分别为0.24亿元、11.37亿元和6.6亿元,实现净利润分别为-0.16亿元、2.54亿元和1.53亿元。

收购宁夏紫光,可以帮助渝三

峡A跨入饲料行业,拓展新业务,实现双主业发展,但这一愿景则在宣布重组16个月后感叹。

渝三峡A发布业绩预告称,公司预计2017年1~12月归属上市公司股东的净利润7500.00万元至9500.00万元,同比变动-66.44%至-57.49%。与此同时,数据显示,化学制品行业的平均净利润增长率为48.99%。渝三峡A是我国涂料行业国有控股企业中生产规模最大、品种最为齐全的综合涂料生产企业。

对于业绩下滑原因,渝三峡A解释为,主要系公司上年同期出售所持有的北京北陆药业股份有限公司1000万股股票,取得投资收益17029万元,本报告期无此事项,从而影响公司非经常性损益减少17029万元。

至于公司本报告期主营业务,渝三峡A称经营正常,业绩稳定。事实上,近年来,渝三峡A的主业则是在波动中发展。

业绩高速增长 上市助力中源家居深耕全球化业务

文/夏天

“做百亿沙发,成百年企业”是中源家居股份有限公司(以下简称“中源家居”,603709.SH)一直以来的奋斗目标。2018年2月8日,中源家居在上交所公开发行股票并成功上市。

中源家居成立于2001年,主要从事沙发的研发、设计、生产和销售。历经十余年的发展,中源家居逐渐从安吉走向世界,市场遍及美国、加拿大、日本等多个国家和地区。

近年来,中源家居业绩表现可圈可点,连续多年实现高速增长。招股书显示,2014年~2017年1~6月中源家居分别实现营业收入3.11亿元、4.26亿元、5.92亿元、3.89亿元,实现净利润2530.30万元、6666.58万元、8220.41万元、4555.50万元。

拥抱资本市场

2018年2月8日,中源家居在上交所成功上市,上市公开发行新股不超过2000万股,发行后总股本不超过8000万股。

据了解,中源家居募集资金3.51亿元,其中投资1.35亿元用于“年产53万件沙发扩建项目”,投资1.33亿元用于“年产86万件家具及配套五金件扩建项目”,投资4052.23万元用于“研发中心建设项目”,投资4243.53万元用于“新增年产9.76万件沙发技改项目”。

中源家居表示,“未来两年,公司将在优化现有生产线的基础上提高生产能力,逐步建设‘年产53万件沙发扩建项目’和‘年产86万件家具及配套五金件扩建项目’,从而扩大产能,更好地满



足市场需求。”

“A股发行并成功上市是公司发展历史上的里程碑,我们十分珍惜这来之不易的机遇,并将以此为契机推动企业的发展。”中源家居董事长曹勇表示,“上市为我们提供了难得的发展机遇。通过资本市场不断充实资本实力,公司将进一步提高研发能力、生产能力,完善信息化系统建设,提高产品市场占有率,实现公司更好更快发展。”

据了解,中源家居的销售模式主要为OEM(代工生产)和ODM(原始设计制造商),历经多年的发展,在客户中形成了良好的口碑,积累了大量长期合作的优质客户。此番公司成功上市,将极大提升公司的品牌形象和价值,有力推动公司产品发展计划的顺利实现。

业绩高速增长

中源家居来自于联合国人居奖获得者、中国生态县、中国“椅业之乡”的浙江省安吉县,公司位于安吉县经济开发区塘浦工业园区,拥有员工1900余人。

据了解,中源家居2001年设

立之初主要生产竹尺等竹制品,2008年为了寻求新的利润增长点,开始转向转椅等椅子类产品,2012年开始主营沙发产品。经过多年经营发展,市场竞争力不断提升,生产管理、研发设计能力、数字化打样技术、产品质量等均处于行业内较为领先的水平。

近年来,中源家居业绩实现了高速增长,2015年实现营业收入4.26亿元,同比增长37.00%;2016年实现营业收入5.92亿元,同比增长38.97%。2017上半年实现营业收入3.89亿元,同比增长41.41%。

业绩高速增长得益于中源家居精益化管理及智能化生产优势、研发设计优势、全面的产品质量控制体系、高效的管理优势等。据了解,沙发制造行业属于劳动密集型行业,管理水平的高低很大程度上决定了公司在行业内的竞争力。中源家居拥有近千名员工,生产产品最终销售给终端消费者,对于一直把“客户满意和员工幸福”作为公司使命的中源家居来说,管理尤为重要。

在生产管理上,中源家居采用了高标准5S管理方法,导入ISO9000质量管理体系。生产流

程上,公司通过价值流图析技术、过程分析等方法明确生产过程中所存在的问题,结合沙发产品生产线的特点,对精益化流水线进行持续改进和效果评估。

“精益流水线的使用,不仅可以合理匹配各生产工序的进度,降低生产过程中的存货占用,保证生产中的物流平衡,降低运行成本,还可以通过团队工作法让每位员工及生产管理人员更精确地了解和控制生产流程进度,实现对产量、成本的精准控制,提高生产质量,缩短生产周期。”中源家居表示。

在智能化时代,显然靠靠流水线人工作业已不能在竞争中占据优势地位。为此,中源家居在生产流程中引入智能化机器设备,积极开展“机器人”的研究和推进落实工作。目前,中源家居在沙发的生产过程中实现了部分流程的自动化,在布料、皮革裁剪上采用面料自动铺布机,在木料加工上采用了CNC数据加工机床、层板开料设备。

“智能化设备的应用,既提高了公司生产效率和材料利用率,保证了产品质量;又通过减少人工使

用,有效地缩减了人员管理控制方面的成本。”中源家居表示。

“产品才是王道”,无论是5S管理方法、“价值流图析技术”还是智能化机器设备引入都是围绕产品。为了设计出符合时尚潮流、体现当代人品味、功能齐备、舒适度高的沙发产品,中源家居十分重视对研发的投入,2014年~2016年公司研发费用支出总额占三年营业收入的比重超过3.9%,与同行业上市公司相比较。截至2017年6月30日,公司已获得实用新型专利38项(ZL201620208700.4 ZL201620196536.X ZL201620939730.2……),软件著作权25项。

内,若后者取得采矿权许可证,渝三峡A便拟以3亿元购买天晖昌宇持有的四通矿业10%股权;该项约定于2016年11月公告被延期至2017年5月31日。

2017年11月39日,渝三峡A宣布,经双方友好协商,天晖昌宇与公司达成以股权抵偿债务的协议,同时天晖昌宇向公司支付补偿金3000万元。而这便是前述渝三峡A在2017年报告期内增加的3000万元非经常损益。

2017年7月3日,渝三峡A表示,公司于2017年7月1日召开2017年第六次(八届八次)董事会,审议并通过了《关于公司终止发行股份购买资产暨关联交易相关事项的议案》及《关于公司撤回发行股份购买资产暨关联交易申请文件的议案》,同意渝三峡A终止发行股份购买资产暨关联交易事项及签署此次交易的终止协议,并撤回相关申请文件。

对于终止重组的原因,渝三峡A表示:“受不可抗力因素禽流感爆发影响,预计宁夏紫光2017年全年业绩将同比下滑,鉴于重庆紫光预计宁夏紫光不能完成2017年承诺业绩,决定终止重组并申请撤回相关申请文件。”

据了解,2012年~2015年,国内家纺行业处于低迷状态,这一趋势也体现在了梦洁股份的业绩变动上。记者梳理发现,2012年是梦洁股份的业绩分水岭。在此之前,公司营业收入连续两年保持超过35%的增长,而2012年当年,公司营业收入和归属净利润双双下滑。4年后的2016年,梦洁股份营业收入和归属净利润再度双双下滑。不过这一次,国内家纺行业复苏拐点初现。

国海证券方面在其对国内家纺行业的研报中表示,截止到2017的第三季度,1916家规模以上家纺企业实现主营业务收入2142.97亿元,同比增长10.54%;实现利润总额115.54亿元,同比增长8.57%。因此自2016年以来,家纺行业回暖趋势较为明显。

在此背景下,2017年梦洁股份业绩迎来反转。去年前三季度,公司实现营业收入11.89亿元,同比增长42.08%;实现归属净利润7193.66万元,同比增长26.43%。

财报显示,梦洁股份业绩增长主要来源于两方面:一是品牌

起业界关注。

事实上,在去年前三季度,受益于促销和对福建大方睡眠科技股份有限公司(以下简称“大方睡眠”)的并表,梦洁股份收入曾连续实现大幅增长。但促销也导致梦洁股份2017年销售费用增长明显,进而侵蚀业绩及毛利率。与此同时,公司向大家居方向的转型,包括收购大方睡眠,以及抛出不确定项目用于智能工厂和O2O营销平台建设的前景仍有待观察。就相关问题,《中国经营报》记者致电、致函梦洁股份董秘办,公司董秘办人士表示将于2月7日作出回复,但截至发稿,记者未收到回复。

梦洁股份“大家居”转型遇挫?

本报记者 黄波 刘媛媛 上海报道

“家纺三剑客”之一的湖南梦洁家纺股份有限公司(以下简称“梦洁股份”,002397.SZ)转型过程中正遭遇业绩阵痛。

日前,梦洁股份发布2017年业绩预告修正公告,公司预计2017年全年净利润为4863.64万元~8754.55万元,较上年同比下降50%~10%。国海证券分析认为,国内家纺行业从2016年年底初见复苏拐点,2017年复苏趋势得到了进一步的确认。梦洁股份如今在行业复苏的大环境下交出一份业绩预计下滑的成绩单,引发

以及产品的市场持续推广,子品牌以及新兴渠道的快速发展;二是收购控股的子公司大方睡眠的并表贡献。

彼时,梦洁股份董事长姜天武在接受《证券时报》记者采访时豪情满怀,表示“业绩虽然不错,但实际上并未达到我的预期”,并称好戏还在后头。然而,1月30日,梦洁股份披露的业绩预告修正公告显示,公司的业绩反弹之势戛然而止。

2017年梦洁股份归属净利润下滑是否在姜天武的预期之内不得而知,需要指出的是,2016年,梦洁股份收入有所下滑主要为终端零售市场未见明显起色以及公司调整销售政策(取消年底“冲销售”做法),控制经销商促销力度所致。为此,2017年,梦洁家纺新增直营终端并增加促销活动,去年前三季度,梦洁股份的销售费用为3.64亿元,而2016年同期这一数字为2.81亿元。不难看出,梦洁股份2017年前三季度营业收入大幅增长主要是得益于促销,这或许并不能代表其真正具备成长性。

梦洁股份“大家居”转型遇挫?

本报记者 黄波 刘媛媛 上海报道

“家纺三剑客”之一的湖南梦洁家纺股份有限公司(以下简称“梦洁股份”,002397.SZ)转型过程中正遭遇业绩阵痛。

日前,梦洁股份发布2017年业绩预告修正公告,公司预计2017年全年净利润为4863.64万元~8754.55万元,较上年同比下降50%~10%。国海证券分析认为,国内家纺行业从2016年年底初见复苏拐点,2017年复苏趋势得到了进一步的确认。梦洁股份如今在行业复苏的大环境下交出一份业绩预计下滑的成绩单,引发

业绩短暂增长

据了解,2012年~2015年,国内家纺行业处于低迷状态,这一趋势也体现在了梦洁股份的业绩变动上。记者梳理发现,2012年是梦洁股份的业绩分水岭。在此之前,公司营业收入连续两年保持超过35%的增长,而2012年当年,公司营业收入和归属净利润双双下滑。4年后的2016年,梦洁股份营业收入和归属净利润再度双双下滑。不过这一次,国内家纺行业复苏拐点初现。

国海证券方面在其对国内家纺行业的研报中表示,截止到2017的第三季度,1916家规模以上家纺企业实现主营业务收入2142.97亿元,同比增长10.54%;实现利润总额115.54亿元,同比增长8.57%。因此自2016年以来,家纺行业回暖趋势较为明显。

在此背景下,2017年梦洁股份业绩迎来反转。去年前三季度,公司实现营业收入11.89亿元,同比增长42.08%;实现归属净利润7193.66万元,同比增长26.43%。

财报显示,梦洁股份业绩增长主要来源于两方面:一是品牌

销售区域为北美、亚洲和非洲,合计占主营业务收入的比例分别为83.92%、87.32%、87.86%和87.52%。

在全球化的市场中,中源家居销售区域包括了经济发达以及新兴经济国家和地区。在产品策略上,公司以具有广泛市场接受度的美式风格为产品主流风格,同时根据不同国家和地区偏好,适当调整产品外观和功能设计,保证了产品在全球各地的畅销度。

在巩固现有客户的同时,中源家居也在积极开发新客户。截至2017年6月,公司新开拓了10家大客户,其中包含Bob's Discount Furniture, Llc等北美排名前五的大型家具零售商。中源家居表示,“新客户的开拓对公司经营业绩的持续增长产生了重要贡献。”

此外,在深耕北美沙发市场的同时,巩固市场占有率的同时,中源家居在亚洲市场(主要系中东、印度市场)销售增长明显,成为助力公司销售增长的重要力量。

值得一提的是,2016年~2017年上半年,公司在沙特和印度的客户销量增长显著,尤其是沙特的客户Saudi Co.For Hardware,销售额从2016年的1112.24万元增长至2017年上半年的1692.80万元,年化增长率约204.39%。

“未来公司将继续聚焦主业,不忘初心,更加坚定地走人才集聚,产品引领,技术创新,效率驱动,全球经营的发展路径。”中源家居表示,“公司将不断提升核心竞争力,以领航者的智慧和气度,积极进取,不断超越,为客户持续输出便捷、舒适、健康的生活方式。一步步朝着‘做百年沙发、成百年企业’的目标迈进,成为世界一流的家居制造商。”

经过多年不懈努力和创新发展,中源家居产品销售遍及美国、加拿大、南非、澳大利亚、阿联酋、英国、日本等国家和地区,逐步搭建了面向全球的销售网络体系。截至2017年6月,公司外销的主要

下转 B16