

股价下行引中小股东不满

董事长登山被指“不务正业” 探路者仍在“探路”

本报记者 吴容 广州报道

近日,探路者控股集团股份有限公司(以下简称“探路者”,300005)董事长兼总裁王静陷入了一场认为其“不务正业”的质疑风波之中。

5月24日,探路者官方微信发文称,5月23日早8时31分,王静成功登顶珠峰,但随后引发了股民的不满。面对探路者近年来不甚乐观的业绩表现,公司股价一路下

换帅重振未果?

“在王静上任之后,对于她是否能提振探路者的经营业绩,外界一直都在观察和猜测。”

这一风波起源于近日的热点——珠峰登顶前的“大堵车”,而这些成功登顶珠峰的登山爱好者中,便有王静的身影。探路者官方微信发文称,这是王静第四次攀登珠峰,并于24日安全下撤至珠峰大本营。与公司官微景象截然相反的是,在探路者股吧上却传来不少质疑声,有投资者甚至在股吧中直言:董事长能不能干点正事?

同时,还有小股东对王静的年薪提出了质疑,在近年来业绩持续走低的情况下,王静作为公司董事长兼总裁,2018年的薪酬却出现大幅增长,包括“请问董事长领400多万元年薪的依据是什么?每年的责任目标是什么,绩效考核如何操作?董事长登珠峰是否向公司请假,董事长400万元年薪有没有相应的考勤管理制度?”等质疑之声四起。

探路者2018年财报数据显示,公司在2018年支付董监高薪酬为1369.18万元,其中王静薪酬为430.46万元,2017年担任公司董事长时,王静的年薪仅为95万元,增幅高达353.11%。

在一片质疑声的背后,是探路者近年来持续走低的业绩。记者留意到,2015年开始,探路者便出现了业绩下滑,这是其2009年上市以来净利润首次出现下滑,根据2015年财报,公司净利润为2.63亿元,同比降低10.5%。3年之后,2018年财报显示,探路者全年实现营收19.92亿元,同比下滑34.34%;净利润亏损1.819亿

元,部分股民认为王静“不务正业”,一些中小股东更对其大幅攀升的年薪表示质疑。

2018年,王静年薪为430.46万元,相较于2017年担任公司董事时的95万元年薪增长了353.11%。对此,探路者回复《中国经营报》记者称,王静为公司董事长兼总裁,其年薪是根据经合法程序审议通过的《董事、监事津贴制度》和《高管人员年薪工资方案》确定及考核的。



元,同比下滑114.4%。

针对外界有关王静因登山无暇顾及公司业务的争议,王静在5月29日举行的公司股东大会上表示:“我是一个10多年的攀登者,有着专业的攀登经验。我的体力、技术、心理素质都很好,精力也很旺盛,在登山之外,并没有落下对公司的管理。”她还表示,自己在未来一年里并没有大型的登山计划。

源于对户外运动的爱好,1999年,王静与丈夫盛发强一起创业,成立户外运动品牌探路者,并在10年后将探路者公司成功推向创业板上市。记者了解到,在推动探路者2009年上市之后,王静便离开公司日常管理,随后多次尝试户外探险活动并推出相关主题的书籍。

直到2017年11月29日,探路者发布公告称,王静当选为新一届董事会的董事长兼总裁。当时探路者方面提供的说法是,王静就任后,将继续聚焦户外用品主业,持续提升公司运营管理能力,挖掘户外细分市场的发展空间,促进户外旅行等相关业务发展。

20年前,王静和其丈夫盛发强共同创立了探路者,2017年底她成为公司的新任董事长兼总裁。在过去几年,探路者逐步加强品牌多元化布局,建立了户外用品、旅行服务、大体育产业三大事业群。不过,这些动作并没有为探路者贡献太多业绩增长,主业户外用品的发展仍不明朗。根据其2018年财报,营收同比下滑34.34%至19.92亿元,亏损达1.819亿元。



“回归聚焦户外主业的决定是公司新管理层做出的,重新聚焦主业的发展其实和市场行情有关。虽然探路者近两年盈利能力大幅下滑,但公司户外主营业务毛利率却一直保持在40%以上,探路者目前主要户外品牌为探路者和Discovery Expedition。”上海良栖品牌管理有限公司总经理程伟雄表示。记者留意到,在2017年,探路者的销售收入为12.22亿元,同比降低19.88%;Discovery Expedition实现销售收入1.86亿元,同比增长23.68%。Discovery Expedition是探路者近几年逐步培育后开始发力的品牌。

程伟雄表示,“在王静上任之后,对于她是否能提振探路者的经营业绩,外界一直都在观察和猜测,因为王静在公司上市后并没有参与公司日常的实际业务。但其上任后这两年的业绩表现并不乐观。按照最新的监管政策,创业板股票连续3年亏损就会直接退市,对于2017~2018年已经连续亏损超过2亿元的探路者来说,2019年是在其资本市场上最为关键的一年。”

受多元化拖累

2018年开始,探路者逐步剥离旅行服务业务。对于另外一个与主营业务相关性较小的体育服务板块,公司则逐步停止对外投资,并启动退出规划。

公开资料显示,探路者从做帐篷起家,后来逐渐拓展至户外服装及鞋品。不过,探路者并不想只做一个“靠户外用品赚钱”的公司。2013年,其先后投资了新加坡在线旅游平台Asiatravel(面向亚太和中东国家提供机票、酒店和景点预订服务)、户外活动网站绿野以及极地旅行机构“极之美”。紧接着,2014年3月,探路者收购了易游天下74.56%的股权,从事旅行社渠道运营分销业务。

2015年7月,探路者正式设立了户外用品、旅行服务和大体育产业三大事业群,并着手转型。公司名称也由“北京探路者户外用品股份有限公司”变更为“探路者控股集团股份有限公司”。记者查阅探路者近几年的营收数据发现,2015年和2017年,旅行服务的营收超过了探路者主业户外用品业务的营收。可惜的是,这些新的业务并没有为公司增加利润。

根据2018年财报数据,探路者全年实现营收19.92亿元,同比下滑34.34%;净利润亏损1.819亿元,同比下滑114.4%,亏损继续加大。对此探路者表示,营收减少主要是公司基于未来发展战略优化旅行服务业务结构,主动调整缩减利润率较低的国际机票等业务规模,使得旅行服务收入大幅减少所致。

在2017年财报中,探路者同样提及了非户外业务给业绩带来的影响:旅行服务板块业务营收16.1亿元,较上年同期增长37.41%,主要是由于国际机票业务量增加,但同时国际机票业务的毛利率较低,旅行服务板块业务净利润-2758.38万元,与上年同期相比减亏648.2万元。

而王静在近日接受媒体采访时也承认,2015年左右,行业内的龙头公司纷纷热衷于扩张规模,

探路者也不例外,提出了“户外生态圈”的战略,但没想到,把公司自身圈进去了。2017年底,公司开始重新聚焦主业,目前商誉减值等造成公司业绩下滑的包袱已经基本卸了下来,会把主要精力集中在户外主业板块,公司在未来的一段时间也将努力以实际行动回报投资者。

鞋服行业分析人士马岗对此分析认为:“从策略来看,由于行业初期进入门槛不高,同质化竞争现象较为明显,大家都纷纷开始了多元化的扩张。就像探路者所说,旅行服务板块可以作为集团用户流量的入口,聚焦户外用品主业,同时促进户外旅行业务协同发展。但几年时间下来,业绩侧面说明,大体育和旅行业务也许不是探路者所擅长的。过快的扩张、投后管理不足导致公司在短暂盈利后,陷入连续亏损中,使得探路者如今不得不逐渐剥离和主业无关的业务,以此来保证公司不再亏损。”

实际上,探路者也意识到了这个问题的重要性。2018年开始,探路者逐步剥离旅行服务业务。对于另外一个与主营业务相关性较小的体育服务板块,公司则逐步停止对外投资,并启动退出规划。这样导致的直接结果就是,2018上半年探路者营收同比减少31.38%,主要是旅行服务板块国际机票业务大幅收缩。目前,探路者终止了绿野户外旅行O2O项目、户外用品垂直电商项目、户外安全保障服务平台项目等三项募集资金项目。

在王静就任董事长后的主要任务是带领探路者回归主营业务。2018年上半年,王静对探路者提出了专业、科技、时尚的新定位,集团多品牌战略包括TOREAD、Discovery Expedition和重新开始

运营仅几个月的探路者童装TO-READ KIDS。王静曾透露,户外品牌中,探路者主品牌营收约占90%,Discovery Expedition占比将近10%,童装正在起步阶段。

不过,目前户外用品市场环境远比想象中要复杂和严峻。《2017年中国户外用品市场调研报告》数据显示,2017年国内户外市场零售总额为244.6亿元,同比增长5.07%,出货总额137.9亿元,同比增长5.19%,国内户外行业市场增速继续减缓,且增长幅度为近15年来最低。

“在国内的户外用品,以Columbia、The NorthFace和Jack Wolfskin为代表的主力品牌,占据了较大的份额;本土品牌之中,和探路者同为上市公司的还包括三夫户外、牧高笛,它们是探路者主要的竞争对手;大型体育公司、快时尚公司利用新品牌或延展产品线进驻户外市场(比如前不久安踏收购了始祖鸟母公司),使得竞争进一步加剧。”程伟雄说。探路者此前在业绩报告中也承认,户外主业面临行业增速放缓且竞争持续加剧的风险。

马岗认为,随着人们对健康生活的要求提升,户外运动市场也正在不断深化,呈现出更加细分、个性化和时尚化等特点,这其实是给包括探路者在内的户外用品品牌带来了机会。就户外运动产品来看,目前分为专业线和休闲线,两者划分的维度不一样,专业线的价格、制造要求和技术难度都高于休闲线。探路者想要回归聚焦主业,需要用行动去兑现,在产品研发创新上下功夫进行挖掘。但从短期而言,在某种程度上,消费者更加信赖户外运动品牌,无论是从产品的功能性,还是从设计、品质等,这些都直接导致业绩的差异。

ST椰岛终结无主状态 多元化布局尚待聚焦

许礼清 本报记者 党鹏 成都报道

近日,在海南自贸区板块多数股票飘红的行情下,曾被誉为“保健酒第一股”的海南椰岛(集团)股份有限公司(以下简称“ST椰岛”,600238.SH)股价连续多日以跌停姿势拖了“后腿”。

5月30日,ST椰岛发布公告称,收到上海证券交易所以(以下简称“上交所”)对本公司关于相关股东股权协议安排事项的问询函。随后,ST椰岛连续三次发布延续回复的公告,最近回复日期为6月13日。截至《中国经营报》记者发稿,尚未看到公司对上交所问询函回复的公告。

根据ST椰岛公告,其大股东北京东方君盛投资管理有限公司(以下简称“东方君盛”)通过一系列解除、缔结一致行动人协议,结束了公司两个多月的无主状态。

此外,根据ST椰岛日前发布的2018年年度报告,公司实现营业收入7.06亿元,同比下降38.23%,实现归属于上市公司股东的净利润4051.33万元,公司扭亏为盈。扭亏的原因,则是因为公司卖楼保壳的结果。因此,虽然公司避免了暂停上市的危险,但仍然保留“ST”的帽子。

对此,资深酒类营销专家杨承平表示,虽然ST椰岛的产品自身并没有什么问题,但是其保健酒定位不清晰,在市场推广方面,渠道过长,利润分配不均。此外,传统的销售模式也不能契合当代消费者的消费习惯。“这导致它的市场份额远不及劲酒等,酒类主营业务盈利艰难。”

一致行动人终结无主状态

今年以来,ST椰岛在股权层面的动作可谓频繁。

根据公告,今年3月7日,东方君盛解除与海南五蕴酒类营销管理企业签署的一致行动人协议。同一天,公司股东王正强与曲锋、邓亚平、海口汇翔于2018年12月签订的表决权委托协议解除。由此,导致ST椰岛一度陷入无主的状态。

随后,在5月29日ST椰岛发布公告称,收到海南红舵实业有限公司(以下简称“海南红舵”)、海南红棉投资有限公司(以下简称“海南红棉”)、自然人股东田高翔、王正强签署的《关于海南椰岛(集团)股份有限公司股东一致行动人协议》,函中明确东方君盛与

多元化布局尚待聚焦主业

2000年,ST椰岛在上交所上市,同时被誉为“保健酒第一股”,一时名声大噪,旗下产品椰岛鹿龟酒更是火遍全国。2003年开始公司切入贸易领域,其营收突破10亿元。之后,在2009年又涉足房地产。重要的转折,源于2016年迎来擅长资本运作的东方君盛。

据公告显示,在2016年和2017年,公司因连续两年亏损而“披星戴帽”。根据《上海证券交易所股票上市规则》有关规定,若2018年经审计的净利润继续为负值,则可能被暂停上市。

不过,ST椰岛2018年年报显示,当年实现营收7.06亿元,

海南红舵、海南红棉、田高翔及王正强构成一致行动人。

根据公告,上述股权在签署一致协议之后,分别持有ST椰岛股份的比例为20.84%、2.81%、4.38%、0.77%、0.97%。东方君盛及其一致行动人共计持有ST椰岛1.33亿股,占总股本的29.76%。由此,ST椰岛由冯彪及王贵海共同实际控制。其中,冯彪为ST椰岛董事长兼总经理、东方君盛实际控制人,而王贵海为海南红舵、海南红棉的实际控制人。

ST椰岛认为,此次实际控制人的确定将对公司未来经营稳定和持续发展产生积极影响。

随即,上交所就对ST椰岛此次股东的缔结行动表示关注。根

实现归属于上市公司股东的净利润为4051.33万元,实现扭亏为盈,成功避免被退市的风险。

就此,ST椰岛在《2018年年度业绩预盈公告》中也明确指出,公司通过海南产交所挂牌出售阳光置业公司60%股权和椰岛综合楼资产,加上澄迈老城土地收储收益和政府补助等事项,累计给公司贡献非经常性收益约2.48亿元。因此,公司在2018年终于扭亏为盈。

此外,数据显示,2018年ST椰岛在房地产板块营收3700万元,毛利率为48.34%,贸易收入2.8亿元,毛利率为-1.34%。公司主打的酒类销售收入3.2亿元,同比减

少3.54%,其毛利率为59.44%,低于同行业60%以上的毛利率。记者注意到,此前ST椰岛提出“5年做到30亿”的目标,并为此进行了产品机构、组织架构等方面的变革,比如2018年开始重点打造海王酒,与其老产品鹿龟酒形成两大主打产品,同时精耕细作椰岛酒在华南区域等传统强大的市场,以期走向全国市场。

对于公司投入大量资金却收效甚微,酒类市场营销专家杨清山告诉记者,公司去年换帅后市场有所好转,新的销售班子很重视市场推广,所以前期投资比较大,出现反差也比较正常。

此外,在今年4月份国务院发

问问询函,要求详细说明此前公司认定无实际控制人和此次认定被共同控制的具体法律和事实依据,以及相关各方是否存在关联关系和资金往来等其他联系、双方一致行动关系是否存在明确有效的期限,是否存在随时解除风险等作出详细说明。5月30日公告当日至发稿前的6月6日,公司股票已连续出现了5个跌停。

记者注意到,身为第一大股东的东方君盛近一年来卷入多起债务纠纷,并且迟迟不履行增持计划。这也是上交所重点关注的地方。

根据ST椰岛公告,当前东方君盛持有上市公司9341万股,所持股份已被全部冻结和轮候冻

结。根据《上市公司收购管理办法》规定,收购人最近3年负有数额较大债务,到期未清偿且处于持续状态,不得收购上市公司。另据天眼查数据显示,财通证券已在杭州中院起诉东方君盛和冯彪,案由以及诉讼目标不明;另外,光大兴陇信托因1100万元合同纠纷在兰州中院起诉东方君盛。

对此,上交所要求东方君盛披露目前债务纠纷产生的具体原因,公司当前的债务状况,是否存在逾期大额债务,此次通过一致行动人协议收购上市公司,是否符合相关法律法规。

此外,东方君盛于2017年9月承诺在未来12个月内增持ST椰

岛股份,且增持比例不低于公司股份总数的2%,但在履行过程中却3次延期增持,被质疑“忽悠式增持”。对此,上交所要求ST椰岛说明东方君盛前未能如约增持的原因,以及东方君盛主观上是否有意愿完成增持计划、客观上是否具备增持的能力。

不过,此次东方君盛承诺在2019年3月8日起6个月内,增持公司不低于2%股权。至于东方君盛是否会如期履行承诺,或是像往常一样一再延迟,尚不得而知。

对于上交所的问询,ST椰岛连续两次发布延迟回复公告。截至发稿,记者也未收到ST椰岛对采访函的回复。

元,净利润为-4.23万元。因此,从目前来看,ST椰岛能否在体彩板块谋求新的业绩增长点还很难判断。

中国食品产业分析师朱丹蓬分析称,ST椰岛近几年因为顶层设计不清晰,关于公司的发展没有形成共识,内耗很严重。此外,公司多元化的布局也并不理想,对于公司整体的品牌提升、体量增加、利润增长包括骨架都还没有形成很好的支撑。

“公司还是应该聚焦酒类业务。同时,椰岛酒要做好做强必须转型,应向劲酒学习,不再诉求产品功效,重新定位,选择新的饮用场景才有希望。”杨清山说。