

控股股东被申请执行纠纷标的总额逾19亿元

## 弘高创意业绩对赌期满超2年 大股东未完成补偿

本报记者 尹蓉 卢志坤 北京报道

第三方的一纸执行异议申请书,将3年前北京弘高创意设计股份有限公司(002504.SZ,以下简称“弘高创意”)控股股东北京弘高慧目投资有限公司(以

下简称“弘高慧目”)秘密进行的价值数亿元的股份转让协议意外曝光。

今年7月份,弘高慧目所持弘高创意约1.19亿股股份在进行司法拍卖时,因收到执行异议申请,拍卖被撤回。

提出异议的,是一家由多名自然人持股的公司。这家从弘高慧目手中受让了9500万股弘高创意股份的公司,从其成立至受让价值超8.5亿元股份(以当时9元/股的价格计算),不过半年时间。

《中国经营报》记者注意到,这

项并未公开的股权转让和代持协议,发生在弘高慧目及其一致行动人北京弘高中太投资有限公司(以下简称“弘高中太”)与上市公司所进行的业绩对赌协议末期。在此之前,弘高创意已有1年未达到预

期的利润目标,按照协议,弘高慧目及弘高中太须对上市公司进行现金和股份补偿。

尽管距离业绩对赌协议期满已过2年,但因涉及多项股权纠纷,如今股份补偿承诺仍未完成。



2014年,弘高创意完成定向增发收购大股东旗下资产,并作出业绩对赌承诺,但如今对赌期满逾2年,大股东的股份补偿承诺仍未落实。 本报资料室/图

自然人金鑫(持股30%)、曾刚、董生贵和高宏伟(分别持股10%)。2019年3月,曾刚和董生贵退出,新增股东杨进泉(持股30%)和股东张万勇(持股30%)。

记者就中融新元的股东杨进

泉、张万勇等人是否在弘高创意及控股股东处任职,以及若股份被执行司法拍卖和业绩补偿注销后,是否会影响公司控股权等问题,致电致函弘高创意,但截至发稿,未获回复。

## 代持协议意外曝光

事实上,这已经是弘高慧目所持弘高创意股权在拍卖中第二次被申请撤回。

据弘高创意公告,2019年6月,第三方中融新元投资有限公司(以下简称“中融新元”)得知青岛天瑞弘昇企业管理咨询有限公司及第一创业证券股份有限公司分别申请执行拍卖财产后提出异议,并申请终止执行北京三中院和深圳中院分别查封的2966万股和8919万股公司股票拍卖。上述股份的起拍价分别为0.46亿元、1.97亿元。

中融新元提出异议的理由是,2016年10月9日,弘高慧目与中融新元签订了《股权转让协议》及《股权代持协议》,约定弘高慧目所持弘高创意9500万股限售流通股转让予中融新元,并由弘高慧目代持。待条件成熟时,弘高慧目根据中融新元指示将代持股份转让至中

融新元或其指定的第三方名下,后因股份被质押且全部冻结,截至目前尚未办理后续变更手续。弘高慧目方面认为此协议已失效。

事实上,这已经是弘高慧目所持弘高创意股权在拍卖中第二次被申请撤回。

今年3月份,弘高慧目曾因与青岛天瑞弘昇企业管理咨询有限公司产生纠纷,其持有的弘高创意2966万股限售流通股被北京市第三中级人民法院公开拍卖,原定拍卖时间为4月1日至4月2日。后弘高创意公告,因公司及公司实际控制人拟引进战略投资者,为了不影响该进程,弘高慧目与债权人充分沟通,达成了执行和解协议,终止执行及撤销拍卖财产。

记者从天眼查查询获悉,让弘高慧目代持9500万股股份的中融新元,公司名称、法定代表人、股东、执行董事及监事在代持期间均发生多次变更。其注册资本为1亿元,股东由4名自然人组成,注册资本并未实缴。

中融新元成立于2016年3月,最初公司名称为“商陆投资(北京)有限公司”,2016年12月变更为“中融国嘉投资有限公司”,2017年9月又变更为现在的名称。

中融新元最初法定代表人为林胜男,2017年7月变更为董生贵,2019年3月,再次变更为杨进泉。

中融新元最初股东为北京启瑞祥泰经贸有限公司和北京阳光锦天商务有限公司。2017年7月变更为

## 业绩补偿“无法完成”

虽然弘高慧目及弘高中太应承担现金返还的义务已履行完毕,但如今距业绩承诺期满已过两年,控股股东弘高慧目和弘高中太1.39亿股股份补偿仍未兑现。

今年上半年,弘高创意营业收入仅5.25亿元,归母净利润由盈转亏,亏损4884万元,毛利率仅2%。与当前业绩大幅下滑形成鲜明对比的是,在2014年完成定向增发收购大股东旗下资产进行资产重组后,弘高创意业绩一路高歌猛进。营业收入从2013年的21.75亿元大幅增加,2014年到2016年分别为31.1亿元、32.89亿元、36.38亿元。

即便如此,弘高慧目及弘高中太此前的业绩承诺,仅在重组当年即2014年踩线完成,2015年和2016年度均未完成。按照当初协议,弘高慧目、弘高中太承诺在2014年度、2015年度、2016年度弘高创意实现扣非后归母净利润分别不低于2.19亿元、2.98亿元、3.92亿元。但最终实际完成业绩情况分别为:扣非净利润2.21亿元、2.8亿元、2.5亿元。

截至目前,弘高慧目持有弘高创意3.1亿股,持股占总股份比例30.3%。弘高中太持有弘高创意3亿股,占股29.29%,二者合计持有弘高创意59.59%的股份。

据弘高创意2017年第六次临时股东大会发布的公告,弘高慧目、弘高中太拟以股份结合现金的方式进行业绩补偿,其中合计应注销的股份数量1.39亿股,合计应返还给

公司的现金金额1392.03万元。

虽然弘高慧目及弘高中太应承担现金返还的义务已履行完毕,但如今距业绩承诺期满已过两年,控股股东弘高慧目和弘高中太1.39亿股股份补偿仍未兑现。

弘高创意在今年5月份表示,因未能如期偿还债权人融资款项,控股股东所持股份被债权人申请司法冻结,被冻结的股份涉及重大资

产重组业绩承诺股份补偿,在大股东解除股份被冻结状态前,暂时无法实施股份注销补偿。

记者梳理发现,弘高创意控股股东除了需要注销约1.39亿股进行业绩补偿外,控股股东因股份质押逾期未回购等事项,产生多项证券纠纷,涉及金额巨大,且弘高慧目和弘高中太均被列为失信被执行人,被申请执行纠纷标的总额逾19亿元。

## 高管密集离职

在数位高管密集离职背后,则是弘高创意在业绩承诺期即2014年至2016年间业务急速扩张后,2017年、2018年营收开始腰斩。

与弘高创意控股股东隐秘代持股份协议曝光几乎同一时段发生的,还有公司董秘离职。而在近两年中,弘高创意曾发生多次包括总经理、副总、财务总监等在内的高管离职。

今年8月底,弘高创意发布公告,公司副总经理、董事会秘书吴亚兵先生因个人原因辞去公司副总经理、董事会秘书职务。公开资料显示,吴亚兵担任副总经理和董

事会秘书职务的时间并不长,在前任副总经理及董事会秘书程岩先生2018年1月30日辞职后才上任,程岩辞去公司副总经理兼董事会秘书职务后担任公司总经理助理职务。

今年5月中旬,财务总监贺利双向弘高创意提交了书面辞职报告,辞去公司财务总监职务;2018年11月2日,副总经理程超提交了书面辞职报告,辞去公司副总经

理职务;2017年6月,甄建涛辞去公司董事会副董事长、总经理、董事会审计委员会委员、薪酬与考核委员会委员的职务。

此外,独立董事和监事也有部分辞职。2018年4月25日独立董事朱征夫辞职;2017年12月18日独立董事常文光辞职。

而在数位高管密集离职背后,则是弘高创意在业绩承诺期即2014年至2016年间业务急速扩

张后,2017年、2018年营收开始腰斩,2017年为17.71亿元、2018年为14.44亿元;归母净利润分别为-1.42亿元、-319.4万元;其应收账款近几年持续高企,今年上半年高出营业收入数倍。2018年甚至一度出现拖欠工人数个月工资的现象。

对于业绩断崖式下跌的原因,弘高创意此前解释称订单下降是因为严格挑选客户资源。

而拖欠工人工资一事,弘高创意在5月份回复交易所问询函时表示,“2018年公司对原有的项目部进行结构性的优化调整,减少公司固定人力成本的支出,对调整出去的人员形成四个月的薪资拖欠,2018年底整体的拖欠总额为1900.94万元,自2018年12月起,新调整架构完全形成,即开始正常工资发放,所拖欠工资已减少至1504万元。”

## 新品救市欠佳

## 科沃斯业务调整遭遇阵痛

本报记者 李瑞娜 北京报道

有着“扫地机器人第一股”之称的科沃斯机器人股份有限公司(603486.SH,以下简称“科沃斯”),上市一年后,再一次迎来了业绩收缩的尴尬。

日前,科沃斯披露2019年半年报指出,公司实现营业收入24.27

亿元,同比下滑3.80%;净利润1.32亿元,同比下滑36.63%。这是继2019年一季度业绩降速后,又一次“滑坡”。

科沃斯将业绩下滑归咎于公司下调服务机器人ODM、扶持自主品牌业务的调整。不过,在多位业内人士看来,科沃斯自主品牌未迅速对代工业务营收缺口进行补位,资源在全球市场拓展科沃斯品牌服务机器人业务,减少服务机器人ODM业务对科沃斯自有品牌产品在各市场、渠道所面临的潜在影响,公司决定战略性收缩并逐步停止服务机器人ODM业务。”

受此影响,对外服务机器人ODM业务收入报告期内相比上年同期下降84.47%至3865万元。

业内人士指出,如今科沃斯品牌服务机器人实现销售收入16.38亿元人民币,较上年同期增长11.24%,占公司当期营业收入的67.5%。逐渐扩张的进程中,势必会与曾经的代工客户形成直接竞争,收缩服务机器人ODM业务也自然成为其自主品牌发展的重要一环。不过,令人惋惜的是,其新增添可品牌清洁类小家电等产品,却没有及

也一定程度上反映出目前扫地机器人市场的需求疲软,科沃斯单一的产品结构可能会继续迎来挑战。

对此,《中国经营报》记者致电致电、致函科沃斯相关部门,试图就其业务发展路径及后续具体布局等问题进行追踪,遗憾的是,截至发稿时,对方仍未给予正面回应。

时对ODM业务形成有效替代。

科沃斯表示,为进一步拓展机器人品牌海外业务,促进添可品牌智能清洁类小家电的发展,进行人才布局,科沃斯销售费用同比提高7.14%至4.39亿元。最终,报告期内,添可品牌智能清洁类小家电业务收入达0.96亿元人民币,较上年同期增长119.48%,占公司当期营业收入的3.96%。

然而,记者查阅科沃斯年报发现,事实上,添可品牌智能清洁类小家电业务正在面临“增收不增利”的窘境。半年报数据显示,负责生产“添可”牌智能吸尘器、无线地面清洁机等小家电产品的添可电器有限公司营业收入2839.71万元,净利润-3130.15万元,净资产-405.32万元。

## 海外市场承压

“增收不增利”似乎对科沃斯的海外市场同样适用。

公开资料显示,科沃斯成立之初,着力于海外代工客户的开发工作,在欧美等发达国家和地区进行市场调研,随之OEM/ODM等代工业务也顺理成为其重要营收支柱。目前,在清洁类小家电领域,科沃斯仍主要向海外品牌商提供OEM/ODM服务。

科沃斯曾在2018年的上市招股书中表示,公司拟推进国际市场营销项目,建设期为36个月,计划总投资1.43亿元。项目的实施主体是德国、美国和日本

的三个海外下属公司,即Ecovacs Germany、Ecovacs US、Ecovacs Japan。上述公司均由科沃斯注册在香港的全资子公司Ecovacs Holdings控股。

按照科沃斯披露的官方数据,在前两年海外拓展的基础上,今年上半年,来自海外市场的科沃斯品牌服务机器人业务收入较上年同期增长39.08%。不过,值得注意的是,由于今年中美贸易摩擦,中国品牌对外出口环境不佳,科沃斯的海外利润并不如营收一样理想。

记者注意到, Ecovacs Holdings、Ecovacs Germany、

Ecovacs US、Ecovacs Japan 上半年的营业收入分别为2.48亿元、1.37亿元、1.85亿元、1571.62万元,净利润却全部处于亏损状态,分别为-787.67万元、-1244.08万元、-2686.07万元、-680.68万元。

此外,为消耗上期期末存货,控制本期库存,科沃斯购买商品、接受劳务支付的现金减少,致使上半年经营活动产生的现金流量净额增长278.3%。同时,周转天数也由去年同期的89天,增长到目前的134天。

据了解,存货周转天数一定程度上反映了企业营运能力,可用来评价企业的存货管理水平,还可用来衡量企业存货的变现能力。如果存货适销对路,变现能力强,则周转次数多,周转天数少;反之,如果存货积压,变现能力差,则周转次数少,周转天数长。

在家电行业分析师洪仕斌看来,存货问题的背后事实上隐藏着整个市场疲软的状态,“扫地机器人已经进入到一个白热化状态,随着海尔、美的、小米等大型企业的切入,科沃斯这种简易的单品战略已经渐渐不具备优势,毕竟未来的产品竞争都是公司背后综合实力的竞争。”

上接 B18

张家界情况与丽江旅游类似。受环保客运车淡季全票票价由43.5元/人调整为28.16元/人,旺季全票由60元/人调整为55.1元/人,以及免税政策放宽(老年人免票由原来执行的70岁提前到65岁,小孩免票由原来执行的1.2米以下改为现行的14岁以下)等影响,张家界今年上半年仅环保客运营业收入一项就减少了1370.53万元。

而脱离“门票经济”,发展优质休闲度假业态的景区有望在景区转型当中深度受益。“走下山、走出去”、开辟“第二主战场”、做大增量、整合资源正成为山岳景区转型的不二之选。

三特索道主要营收同样来源于“景区门票+景区客运(索道、观光车)”,其中索道收入占比70%左右,景区收入占比20%左右。据了解,为摆脱对传统旅游资源门票经济的依赖,三特索道在进行资产重组的同时,于今年提出了向“山水生态型休闲旅游综合运营商”转型的战略定位,尝试以内容和体验为核心调整业务模式,其中“休闲旅游”将聚焦于个性化的休闲需求,如亲子、情侣、康养等主题人群的旅游需求。

8月21日,三特索道与武汉卡沃旅游发展有限公司、武汉花马红旅游产业有限公司签订了武汉龙巢东湖海洋公园有限公司《股权转让协议》及《业绩承诺协议》,以2.8亿元自有资金收购上述两家公司持有的东湖海洋公园80%股权,迈出了试水主题公园类旅游项目的第一步。

2018年随着“降低重点国有景区门票价格”政策出台,“去门票化”或“低门票化”已是大势所趋,市场对于国内大多数以自然资源为依托的旅游类上市公司均存在着降价预期。三特索道上述董秘办人士告诉记者:“当前,传统旅游企业的产业环境已发生变化,这就要求公司积极探索创新,从依赖自然资源、依靠门票经济的发展模式中走出来。”