

# 广州浪奇库存失踪 5.72亿计提将冲抵10年净利

本报记者 党鹏 成都报道

一纸公告，广州浪奇(000523.SZ)把自己推上了风口浪尖。

9月28日，广州浪奇发布公告称，公司存放在江苏两家公司仓库的货物不翼而飞，涉及货值高达5.72亿元。受此影响，广州浪奇股价连续跌停。深交所随即发出关注函，要求其10月13日之前回复并披露。

5.72亿元库存是否真实存在，已是迷雾重重。《中国经营报》记者联系江苏鸿桑物流有限公司(以下

## 存货失踪之谜

广州浪奇5.72亿元存货的失踪，引发市场关注。

继獐子岛(002069.SZ)扇贝“跑了”之后，广州浪奇5.72亿元存货的失踪，引发市场关注。

根据公告，广州浪奇此前与鸿桑公司、辉丰公司签订《物流外包仓储合同》，将货物分别储存于两家公司的瑞丽仓、辉丰仓。截至公告披露日，两个仓库的库存货物价值分别为4.53亿元、1.19亿元。

就在广州浪奇派出相关人员清点之时，却发现库存并不存在。

“公司立即组建了成员包括外聘律师在内的独立的存货清查小组。”广州浪奇称，通过与鸿桑公司、辉丰公司法人的座谈，两家公司均否认保管有公司存储的货物。

随后，深交所向广州浪奇发出关注函，要求补充披露上述存货的主要构成及用途；关于第三方仓储业务的开展情况、盘点情况，以及评估本次存货风险事项对公司生产经营及财务成果的影响，并充分提示风险。

9月28日晚，\*ST辉丰发声，称辉丰公司“从未与广州浪奇签订过任何仓储合同，也未在广州浪奇提供的仓储合同及盘点表上加盖过任何印章，广州浪奇没有在辉丰公司储存过任何货物。”此外，广州浪奇出具的盘点表上的公司盖章系伪造，因此公司正着手向公安机关报案，请求公安机关立案侦查。

此外，记者联系了鸿桑公司法人黄勇军，他表示“不好意思，无可奉告”。据《上海证券报》此前报道，

简称“鸿桑公司”)负责人，其表示“无可奉告”。江苏辉丰石化有限公司(以下简称“辉丰公司”)控股子公司辉丰公司从未与广州浪奇签订过仓储合同。

记者注意到，截至今年6月底，广州浪奇存货高达15.71亿元，此次失踪库存占其三分之一。至于公司目前调查情况如何，截至发稿，记者尚未收到广州浪奇的回复。9月30日晚，公司公告称关于部分库存货物可能涉及风险的事项，公司已将一名涉案人员移送公安机关，

黄勇军承认双方签订了合作协议，但“签署的合同，实际上没有实质性的货物储存这一块，只是一些表面上或者纸面上的交割入库方式，我觉得就是个‘虚拟仓库’。”他还提到，广州浪奇方面的律师、纪委以及库存清理特别小组将他手头的一些资料全给带走了。

天眼查系统显示，自2017年至2020年3月，相关法院已向黄勇军发出十余次被限制消费令，尤其是在今年3月6日被江苏省如东县法院裁定破产清算。该法律文书显示，被查封或抵押的所有仓库或厂房中，并没有上述广州浪奇所提到的瑞丽仓。就此，有媒体调查称瑞丽仓系其他公司所有。

记者注意到，在今年7月30日，广州审计局在广州浪奇控股方广州轻工集团成立了派驻市管企业审计专员办事处。9月3日，该集团发布稿件称，“轻工集团审计部切实配合做好相应的联系对接，同时双方也及时就所关注到的现象或问题进行沟通探讨，提升监督检查效能，发挥风险防范作用。”

9月7日，广州浪奇分别向鸿桑公司、辉丰公司发出《关于配合广州市浪奇实业股份有限公司现场盘点、抽样储存于贵公司库区的货物的函》。显然，这样的时间点不是巧合。

“这充分暴露出其公司治理的严重失控，在合法合规经营方面存在的不足。”高剑峰认为，随着管理层加大处罚力度，尤其是对财务造假如虚

假库存、虚假存款、挪用占用资金等纳入刑事范畴，具有普遍意义。

记者注意到，此前獐子岛因为财务造假扇贝“跑了”，证监会已经在9月初依法向公安机关移送獐子岛及相关人员涉嫌证券犯罪案件。近日，证监会已经将10起上市公司财务造假等涉嫌证券犯罪案件移送公安机关。

“这是监管部门全面落实对资本市场违法犯罪行为零容忍工作要求，着力构建行政处罚与刑事惩戒有机衔接的立体式追责体系，严厉打击资本市场造假、欺诈等恶性违法行为的重要举措。”有证券机构研究员李先生解读说，像广州浪奇这样的“暴雷”事件，可能会越来越频发。

至于广州浪奇此次5.72亿库存将给投资者带来哪些风险，公司已做好了“后事”安排：“待相关事实查明，相关证据补充完整后，公司将根据相关证据对前述仓库存货补提甚至全额计提存货跌价准备。”

记者梳理广州浪奇2009年至2019年十年间归属上市公司股东的净利润，累计为3.52亿元。由此，5.72亿元的计提将全部冲抵10年来的净利润。

9月30日晚，广州浪奇公告称原本应于10月13日回复关注函事项，延迟到10月15日前。同时，公司称此次5.72亿库存主要为对氯甲苯、邻氯甲苯、三氯吡啶醇钠和三氯乙酰胺等农药、化工原料，并非外界简单理解的“洗衣粉”。

## 深陷债务旋涡

截至6月末，广州浪奇总资产为86.42亿元，总负债合计68.74亿元，资产负债率高达79.54%。

9月25日，广州浪奇公告称，因资金状况紧张出现部分债务逾期情况。截至9月24日，公司逾期债务合计3.95亿元，占公司最近一期经审计净资产的20.74%。其中，公司出具商业汇票到期时未能按时予以兑付，形成逾期债务1.66亿元。

就此，深交所发出关注函要求公司说明相关逾期债务的发生原因，是否对正常生产经营造成影响并提示风险等。

截至6月末，广州浪奇总资产为86.42亿元，总负债合计68.74亿元，资产负债率高达79.54%。其中，短期借款高达26.95亿元，预付款项为12.46亿元，其经营活动产生的现金流量净额为-6.61亿元。

其实，广州浪奇并不缺钱。

## 市场分化中的浪奇

“浪奇在激烈的竞争中一直是跟随战略，在产品迭代升级中也没有跟上节奏。”

2020年上半年，广州浪奇实现营业收入38.88亿元，同比下降43.36%；实现归母净利润-1.15亿元，同比下降538.66%。

对于收入下滑，广州浪奇解释为受到新冠肺炎疫情影响，民用产品市场衰退，同时化工行业工厂停产，对化工原料需求大幅减少，以及公司对贸易业务模式进行调整，主动降低低效益的化工贸易业务规模。

广州浪奇的产品结构，主要包括工业产品、民用产品和糖制品及食品、饮料零售产品。其中，工业产品主要是化学原料和化学制品，2020上半年实现营收29.72亿元，占其总营收的76.44%，同比下滑50.29%。反而以日用品起家的浪奇，其民用产品占比仅为8.41%，同比下滑5.06%。

“其实，洗涤行业在疫情中受到的影响并不大。”高剑峰表示，比如联合利华、蓝月亮等满负荷运转，并实现了业绩的增长。“只是对于浪奇而言，反映出其在行业角色的尴尬。”

目前，广州浪奇已建立了以“浪奇”为总品牌，和“高富力”“天丽”“万丽”“维可倚”“肤安”“洁能净”和“hibbo”等品牌系列组成的日化品牌体系，公司同时拥有“红棉”“广氏”“双喜”“五羊”“白云”“金樽”等食品及饮料品牌体系。

截至今年6月末，公司应收账款就高达36.94亿元。其中，广州市土地开发中心在去年12月收储广州浪奇的一宗土地，总金额为21.56亿元。9月24日，其公告显示，目前广州浪奇已经收到了前三期土地补偿款12.94亿元，占补偿款总额的60%，上半年公司还发行1亿元“20粤广州浪奇(疫情防控债)ZR001”。

“即使如此，仍然出现存货高企、周转率低、负债率高的问题，说明其市场层面非常困难，需要负债经营。”高剑峰表示，与同行业相比较，广州浪奇的相关指标要高出很多，“快速消费品行业存货在总资产占比一般不超过10%，负债率一般在50%，不应该出现如此高的存货、负债率。”

截至今年6月底，上海家化财

报显示，公司存货为10亿元，负债总额51.7亿元，相比总资产113.92亿元，占比分别为8.78%、45.38%；拉芳家化存货为2.32亿元，负债1.89亿元，相比总资产19.33亿元，占比分别为12%、9.78%。广州浪奇的数据则分别为18.18%、79.54%，远高于上述两家企业。

就此，深交所要求广州浪奇结合近年来你公司贸易业务的业务模式、与主要客户与供应商的业务往来(如购销数量、金额及具体内容、资金往来情况、是否存在关联关系、是否存在供应商与客户重叠情形等)、应收账款及预付账款的账龄及逾期情况、存货库龄与销售情况、票据管理情况等，说明你公司贸易业务是否存在商业实质，应收账款、预付账款及存货规模是否与公司业务匹配。



9月28日，广州浪奇发布公告称，公司存放在江苏两家公司仓库的货物不翼而飞，涉及货值高达5.72亿元。 本报资料室/图

相关统计数据显示，2019年，国内衣物清洁护理产品市场为678亿元，其中洗衣粉市场为294亿元，洗衣液市场为272亿元。

“浪奇在激烈的竞争中一直是跟随战略，在产品迭代升级中也没有跟上节奏，因此品牌竞争力越来越弱化，市场也逐渐收缩到以华南地区为主。”高剑峰表示，在洗涤行业，国产品牌以蓝月亮、立白、奥妙等为主，都在不断地迭代升级。尤其蓝月亮从洗衣粉到洗衣液再到浓缩液，开创了新的品类，具有标杆意义。2019年，蓝月亮总收入为70.49亿元，

年净利润为10.79亿元。至于广州浪奇未来在日化品领域有什么新的推广和研发计划，截至发稿尚未收到回复。记者在成都多个商超调查，已经很少见到浪奇的相关品牌。

或许，对于广州浪奇来说，现在急切需要的是组建一个优秀的团队。记者注意到，自去年5月开始，原董事长傅勇国因工作原因辞职，10月，原财务总监王英杰退休离任。公司高管层开始频繁变动，今年4月27日，公司总经理陈建斌卸任。到了7月，公司多位高管同时离开，包括副董事长、独董、董秘等合计8人。

# “快手一哥”入股引发股价过山车 起步股份新零售转型待考

本报记者 蒋政 北京报道

搭上网红概念，以及过山车似的股价走势，让知名童鞋品牌abc kids 母公司起步股份(603557.SH)受到外界关注。

仅在9月22日至24日的3天内，起步股份连发8个公告，提醒和解释公司股价异常波动。在获得快手一哥辛巴入股之后，起步股份连斩5个涨停；但在该公司发布公告提到“控股股东正在减持”之后，该公司随即出现2个跌停。而控股股东的“神操作”也饱受外界质疑。

以童鞋起家的起步股份，后来逐渐将业务扩展至童装业务。但自2017年上市之后的第二年，其盈利能力就出现“变脸”。如果算上今年上半年，该公司净利润已经连续3年出现下滑，且幅度在逐渐扩大。谋求转型已成为重中之重，新零售成为起步股份的抉择之一。该公司提到，公司会通过新建直播新零售渠道提升销售业绩，也会增强线上线下融合。

可持续时尚中国创始人杨大筠告诉《中国经营报》记者，借助网红直播，对于短期内业绩提升会有帮助，长久来看，起步股份仍需做好规划。“可以尝试多品牌经营，通过不同品牌覆盖不同市场，提升自身产品竞争力。”他说。

## 疯狂的股价

9月18日~24日，起步股份董秘吴剑军很忙。在7天的时间里，他通过电话会议、现场接待等方式，同270位券商分析师交流。沟通的主要内容大多与“快手一哥”入股有关。

9月15日，起步股份控股股东香港起步国际集团有限公司(以下简称“香港起步”)与广州辛选投资有限公司(以下简称“辛选投资”)签署股份转让协议。9月16日，起步股份公布权益变动公告称，香港起步分别向辛选投资、张晓双各转让公司5%的股份，价格为9元/股，总金额合计达4.32亿元。

辛选投资控股股东为辛有志，是“快手一哥”辛巴，平台粉丝近6千万。在2019年，辛巴个人GMV超

## 新零售能否抵挡净利润下滑?

起步股份的童装和童鞋业务，在2019年分别获得5.14亿元和8.29亿元的营收。根据欧睿国际统计数据，2019年，其童装和童鞋业务分别拥有0.5%和3.5%的市场占有率。其中，童鞋业务的市占率为行业前茅。

只是，起步股份已经经历了连续两年的利润下滑。2018年与2019年，起步股份的营收分别为13.99亿元、15.23亿元，分别同比增长4.43%、8.91%；归母净利润分别为1.81亿元、1.43亿元，分别同比变动-7.05%、-21.13%，连续两年增收不增利。在今年上半年，受疫情影响，起步股份营收5.54亿元，归

母净利润0.66亿元，分别同比下降22.03%、38.15%。

起步股份方面告诉记者，净利润下滑是由于营业成本的提升以及销售费用的扩大。同时，在今年上半年，起步股份存货为3.26亿元，同比增长53.01%。主要是当季商品备货，以及少量过季存货，电商+直营的发展也增加了一定的存货和备货量。

在杨大筠看来，童装童鞋市场被大量成衣品牌收割。“比如耐克、安踏、361度、森马等品牌，在做全品类时，都会发力婴童市场。相对来说，起步股份的知名度和体量要

一面是高涨的股价，一面是控股股东“精准减持”，质疑随之而来，资本市场开始用脚投票。接下来两个交易日，起步股份以跌停收盘。截至9月28日收盘，该公司股价13.68元，跌5.79%。

起步股份回应记者称，公司控股股东香港起步的减持行为以及减持时间选择是控股股东的行为，具体减持计划已经通过公告发布。

记者注意到，2017年登陆资本市场的起步股份，其控股股东香港起步持有上市公司全部限售股在今年解禁，并于8月18日上市流通。而在8月28日，香港起步就火速发布减持计划。在9月17日披露上述股权协议签署之日至9月23日，香

港起步减持公司0.36%股份。

起步股份并未向记者透露该公司与辛选投资初次接触时间，目前亦不能确认起步股份大股东减持计划与此次网红合作的内在联系。但是在香颂资本执行董事沈萌看来，该公司减持套现已经蓄谋已久，蹭上热点概念存在一定偶然性。“仅从目前传递出的信息，上市公司大股东蹭热点套现的可能性很高。”

事实上，上市公司同网红合作并非孤例。今年5月，梦洁股份宣布与淘宝主播薇娅合作。消息一出，梦洁股份股价大涨。5月12日至22日，梦洁股份股价连续拉出7个涨停板，市值涨超30亿元。只是直播带货对公司业绩提振并无特

别明显的提升。据梦洁股份披露，2020年合作后，薇娅带货的累计销售金额为812.12万元，占公司2019年经审计营业收入的0.31%；支付费用213.24万元，占2019年经审计营销费用的0.30%。

“辛选投资在电商直播、供应链建设等方面的专业化能力，未来有望为公司快速注入互联网基因。”起步股份对记者表示。另该公司在投资者关系活动记录表中提到，双方后续会在合作平台的基础上就母婴儿童的供应链、直播零售、主播培养、直播新零售基地建设等展开合作，但截至2020年9月24日，公司尚未与辛选投资签署任何书面协议，具体内容还在进一步沟通。

“不管是网红直播带货或者是素人直播带货都是基于目前市场的一种销售方式，除了线下门店销售，主流电商及直播销售等形式外，相信未来亦会催生更多新的销售方式，互为补充。未来，一方面公司会新建直播新零售渠道等新零售方式提升销售业绩；另一方面公司也会增强线下门店和线上的融合，提升线下的销售增量。”起步股份方面告诉记者。

动公司业绩的增长并不现实。“起步股份可以选择多品牌经营，通过不同品牌覆盖不同市场。另外做一些品类延伸，去扩大市场竞争力。”

“不管是网红直播带货或者是素人直播带货都是基于目前市场的一种销售方式，除了线下门店销售，主流电商及直播销售等形式外，相信未来亦会催生更多新的销售方式，互为补充。未来，一方面公司会新建直播新零售渠道等新零售方式提升销售业绩；另一方面公司也会增强线下门店和线上的融合，提升线下的销售增量。”起步股份方面告诉记者。

杨大筠告诉记者，起步股份销售儿童产品，面对的是相对年轻的消费群体，通过直播带货的新零售方式，在短期内有利于业绩的提升。但是长期来看，直播带