

力源信息预亏18亿“蛇吞象”并购致商誉爆雷

本报记者 秦泉 北京报道

一经上市便大举外延式并购之旗,从行业第19位一跃成为行业前五,跻身国内电子元器件分销商

一年亏空九年利润之和

力源信息表示,即使对三家标的公司进行了商誉减值,也不会影响对三家标的公司的战略规划。

资料显示,力源信息的主营业务包括上游电子元器件的代理分销业务及自研芯片业务、下游解决方案和模块的研发、生产、销售以及泛在电力物联网终端产品的研发、生产及销售。力源信息于2011年在深交所创业板上市。

在上市之初的2013年,力源信息便提出了外延式并购发展的战略规划,力争在电子元器件分销商领域充当行业的领导者和整合者。其先后对鼎芯无限、飞腾电子和武汉帕太实施了并购,并参股电商云汉芯城。短短三年时间,力源信息就马不停蹄地实施了三项并购案,耗资32.58亿元。在完成大举并购后,力源信息跃居行业前五,正式跻身国内分销商第一梯队。

虽然当时市场对力源信息大举并购的行为存在诸多质疑,但在当时交出了让人颇为惊喜的答卷。根据力源信息历年年报,在完成收购后,其业绩突飞猛进。2017~2019年,力源信息实现的归母净利润分别为3.24亿元、3.57亿元、1.92亿元。而在此之前,2011~2016年,其归母净利润仅为2419.79万元、1905.25万元、1710.75万元、2030.99万元、3702.22万元、4734.90万元。

三大并购后其每年也以“有惊无险”的业绩表现完成了对赌协议,成为了力源信息业务格局中的关键一环。数据显示,2017年,鼎芯无限全年实现扣非后的净利润5501.02万元,承诺5400万元,完成率101.87%;飞腾电子全年实扣非

第一梯队。武汉力源信息技术股份有限公司(以下简称“力源信息”),300184.SZ)此前在资本市场上如鱼得水。

但近日,力源信息却置身于舆

论的漩涡中。这源于力源信息刚发布的2020年业绩预告,其预计2020年实现营业收入103亿元~104亿元,同比下降21.56%~20.80%,预计归属于上市公司股东

后的净利润4214.64万元,承诺4176万元,完成率100.93%;稍晚并购的武汉帕太,也在2018年实现净利润为2.8169亿元,承诺净利润2.7585亿元,承诺完成率102.12%。虽然收购为力源信息带来了业绩增长,但同时也带来了巨额的商誉。力源信息2020年半年报显示,截至2020年6月30日,公司的商誉账面原值为23.37亿元,商誉减值准备金额为1.24亿元,商誉账面价值占资产总额比例的33.96%。其中,2017年3月,力源信息通过发行股份及支付现金的方式购买武汉帕太100%股权并募集配套资金,交易价格为26.30亿元,产生商誉19.89亿元。

而力源信息此次亏损正是商誉减值导致的。力源信息2020年业绩预告显示,其归属于上市公司股东的净利润为亏损16亿元~18亿元。对于巨亏原因,力源信息解释对上述三家收购来的公司预计计提商誉减值金额约18亿元~19.5亿元。

值得注意的是,2011~2020年前三季度,力源信息实现的归母净利润累计数约为11.89亿元,剔除2020年前三季度的1.54亿元,上市9年累计盈利10.35亿元。也就是说,因商誉减值,力源信息2020年将迎来自上市以来首亏,且一下子亏掉了前9年归母净利润总和。

不过,一位上市公司高管对记者表示,商誉减值是合并报表层面产生的,与业绩对赌不是直接的关系。商誉减值与企业永续经营相关。如果企业永续经营存在瑕疵,



对于巨亏原因,力源信息解释为,对三家收购来的公司预计计提商誉减值金额约18亿元~19.5亿元。 本报资料室/图

那么商誉则有减值的风险。商誉与专利、商标等无形资产的最大区别是不用摊销,由于不用摊销,商誉容易被某些上市公司用来调整利润,为了避免出现亏损,该计提减值准备时不计提,或者在公司业绩出现亏损的时候一次性计提减值准备,从而导致上市公司出现巨额亏损。

事实上,从2019年开始,商誉减值导致的业绩亏损屡见不鲜,其根源在于2014年以来的并购重组潮,并购重组一般有三四年的观察期和业绩承诺兑现期。当并购重组的潮水退去,便知道谁是裸泳者。

不过,力源信息证券部的工作人员在接受记者采访时表示,“我们是聘请了专业的证券机构对商

誉进行了测算,具体的金额由他们

通过测算得出。依据当年各收购标的的经营情况,并结合当时的外部政策、市场环境等因素对三家公司的未来的经营进行预测,根据测试结果进行了减值准备的确认,不存在集中计提大额商誉减值准备调节利润的情形。商誉减值不会对

公司经营活动产生影响,也不会影响公司经营活动现金流量。”

力源信息表示,即使对三家标的公司进行了商誉减值,也不会影响对三家标的公司的战略规划。

不过,反映在二级市场上,力源信息在披露业绩预告后,近期股价走势颇为疲软,处于连续下跌状态。截至2月3日收盘,报收于3.45元/股,总市值为40.6亿元。

那么商誉则有减值的风险。商誉与专利、商标等无形资产的最大区别是不用摊销,由于不用摊销,商誉容易被某些上市公司用来调整利润,为了避免出现亏损,该计提减值准备时不计提,或者在公司业绩出现亏损的时候一次性计提减值准备,从而导致上市公司出现巨额亏损。

事实上,从2019年开始,商誉减值导致的业绩亏损屡见不鲜,其根源在于2014年以来的并购重组潮,并购重组一般有三四年的观察期和业绩承诺兑现期。当并购重组的潮水退去,便知道谁是裸泳者。

不过,力源信息证券部的工作人员在接受记者采访时表示,“我们是聘请了专业的证券机构对商

成也华为败也华为

对于华为订单减少的情况还会持续多久,上述工作人员对记者表示,公司无法准确地预测出时间。

虽然商誉减值是导致力源信息亏损的直接原因,但力源信息将商誉减值的责任归咎于来自于华为订单的减少。

力源信息表示,2020年,受美国政府对高科技产业特别是华为的封锁打压因素,公司销售收入较2019年下降约21%,其中索尼CMOS芯片的销售收入下降约33亿元,同时由于疫情等因素影响,下游行业客户需求放缓,分销行业市场竞争加剧,公司销售毛利率下滑,叠加影响造成三家收购标的2020年出现了减值迹象。

其中作为此次商誉减值幅度最大的武汉帕太,代理销售20多家国内外著名电子元器件原厂的产品,其中第一大客户为宁波舜宇,力源信息向其供应索尼公司CMOS芯片,宁波舜宇加工成摄像头模组后销售给华为公司,华为系CMOS芯片最终客户,为力源信息的间接客户。

2019年手机多摄模式兴起,华为对CMOS的需求增大,增加了订单量,因此武汉帕太2019年作为项目的收入大幅增长,华为项目占收入的比重也从2018年的35.70%上升至58.29%,对华为收入达61.31亿元。

但是进入到2020年,美国接二连三地对华为进行“制裁”,武汉帕太作为项目收入减少,尽管其他行业收入略有提升,但仍未弥补华为项目下降收入的损失,营业收入总额较2019年下滑30.90%,仅有26.68亿元。

对此,力源信息表示,2020年由于疫情因素影响,同时美国政府对高科技产业掀起新一轮疯狂打压,公司重要的行业应用

市场——手机市场格局发生了较大变化,导致公司手机行业销售规模下滑。公司是日本索尼CMOS传感器芯片在国内手机领域最重要的代理服务商之一,公司间接客户为华为、小米、OPPO、vivo等手机厂家及其代工工厂。随着2020年疫情在美国的流行蔓延,特朗普政府对华为不断升级施压手段直至彻底封锁,公司对华为的间接销售也随之逐渐下降,公司的索尼CMOS传感器芯片全年销售收入从2019年略超80亿元,下降到2020年近50亿元。

不过,对于华为订单减少的情况还会持续多久,上述工作人员对记者表示,公司无法准确地预测出时间,将会持续多久公司也不清楚。不过从其

对深交所的回复中来看,这种情况或将持续一段时间。力源信息表示,从武汉帕太来看,美国政府对华政策依然具有不确定性,由此导致手机通讯市场的变化,此种变化将在一定时期内存在,同时市场竞争加剧造成毛利率下滑的因素,预计今年将维持2020年的毛利率水平。

不过,力源信息对未来的发展比较乐观,其表示,2020年底开始,各大IC原厂产能吃紧,交货周期延长,市场供应出现紧张情绪,力源信息在目前代理有欧美、日本、中国等100余条产品线,与原厂商建立了良好的关系,公司将利用这些优势为客户寻找资源,增加销售。并将加大其他手机品牌的营销力度,扩大其他品牌收入在公司销售收入中的占比,降低因外部不可预测政策因素对销售的影响。

饷店新电商模式下的店长“众生相”

本报记者 郭梦仪 北京报道

2021年春节即将来临,电商年货节陆续进入尾声。近期,黛米集团旗下品牌“慕梵”与电商基础设施提供者饷集团(原“爱库存”)旗下去中心化品牌特卖平台“饷店”战略合作框架协议正式签约。饷集团正逐渐进入电商一梯队的行列。

此前,饷集团宣布完成C轮融资,由阳光保险领投,诺亚财富及老股东君联资本、创新工场跟投。旗下饷店在新消费领域的主要特点就是去中心化,人们购物不再需要去大平台海量的商品中去寻找,店主将高性价比的商品筛选出来直接向消费者进行推荐,极大提升了购物的效率。

除了提升效率以外,就在国家鼓励“副业创新”时,饷店生态中的店主也为社会提供了更好的就业新模式。疫情不仅给国内外经济带来了冲击,也让更多的人意识到,摧毁平静安宁的生活有多“容易”。数据显示,在可支配收入中,有73%来自于劳动所得。也就是说,收入中绝大部分是来源于工资。一旦丢失工作,收入将会中断。

饷店店主丽丽曾对生活充满了疑惑,毕业后这几年在郑州、深圳、杭州多个地方都待过,做过课程顾问、电商、设计等。年轻的时候总觉得年龄不是问题,能去得了远方,也能回得去故乡。但在今年,年龄却成了她最大的门槛。因为疫情下课后,丽丽在求职、感情等方面接连遇挫。

丽丽的遭遇不是个例。在面向社会竞争,尤其再叠加疫情等不可抗力时,那种被“大势”所裹挟的无力感,让她们觉得“人生如浮萍”。后来,丽丽加入了饷店,开始尝试向自己的社群提供产品。在与饷店一起成长的过程中,她不仅有了可观的收入,也找到了精神层面的归属感。

丽丽只是饷店超200万名普通店主之一,也是去年以来灵活就业大潮的一个缩影。

就业新机遇

“是饷店把我从每天围着孩子照顾起居的枯燥生活中解脱出来。”店主刘童说,“我现在要做的就是把我的小事业经营好,让更多的人信任我,看到我卖的好东西。”

一份体面的工作和可观的收入背后,是饷店为广大女性群体提供公平的资源分配,以及促进女性独立思考与经济独立的机会。“当看到孩子在仓库地上玩可乐的时候,我们想做一个线上平台,能让妈妈的工作环境和孩子的成长环境好一些。”饷集团创始人冷静在接受《中国经营报》记者采访时如此说道。

饷集团在开设线下店时,认识了第一批将一二线城市才有的品牌产品带到四五线城市的代购们。这些代购们到店来,把衣服放在地板上通过图文形式在微信群里直播,将群里拍下的产品用一个工业麻袋带回家做二次分发。

“2017年4月份,丈夫说他白天去仓库的时候,看到一个小孩子把可乐倒在地上,然后用手一直在摸可乐,摸完就往嘴巴里放,他在一边一直叫谁家的孩子,但没有理他。过了好一会儿才有一个身上背着一个小孩的妈妈走过来,把小孩就牵走了。然后,自己又开

新电商模式下的商机

店主这个角色在饷店中扮演了很重要的角色。如果说腾讯通过微信等社交工具连接了人和人,阿里巴巴、京东通过电商平台连接了人和商品,那么店主实际上就是新消费时代连接商品、服务和消费者的角色

值得注意的是,今年以来,包括社区团购的团长和中小店长等职业随着巨头的进入正在崛起。艾媒咨询数据显示,2020年,社区团购市场发展迅猛,市场规模预计将达720亿元。到2022年,则

有望达到千亿级别。一时间,互联网巨头们纷纷入局,圈地扩张:从团长到BD再供应链、物流,补贴烧钱之势凶猛。据公开融资信息统计,今年,国内社区团购平台的整体融资规模,已经突破百亿。

互联网分析师于斌认为,一方面,互联网的人口红利渐弱的背景下,熟人社交下的团长给流量枯竭依旧的互联网行业带来了新的血液;人们目前购物的“主要矛盾”似乎已经变成了个人有限的休闲精力与海量的商品信息之间的矛盾。饷

店播货了,小孩子就让他站在他身边。”冷静表示,爱库存的小b(指店主)主要群体是宝妈们,在条件很差的纺织品仓库里的确不方便,因此爱库存开发了线上,3个月就开始内测。

饷集团通过成就店长,成就了自己。有数据显示,饷店店主中基本为女性,其中大部分是宝妈或二宝妈。据了解,店主作为一项新兴职业,尤其在疫情下,为众多因为照顾家庭或其他原因而放弃工作的女性重新提供了就业机会,让她们重振自我,同时也为大量各行各业的职场女性助力赋能。

新闻专业出身的艳杰2018年回到老家后,考入了重庆日报集团成为了一名记者,回到家人的身边再加稳定的工作,一切都开始向上向好发展。然而命运弄人,第二年她被确诊患了乳腺癌。“为了养病,只能离开工作岗位”,但清闲的生活并没有让艳杰安下心来,反而让她如坐针毡,艳杰在接受记者采访时说道,“看着身边的同龄人干得红红火火,有加薪的有晋升的,感觉人生没有了方向。”

后来经过朋友介绍加入了饷店,艳杰通过5个月的努力,实现了经济独立。不论是收入方面,还是

身体方面,这份工作都很适合她。

店主王老师曾是一名穿搭方案个人培训师,有十七年的授课经验。一个偶然的机会,开始与饷店合作并开始授课。目前,她每天都在用心经营着自己的店,并亲自撰写4000字以上的货品文案。如此的干劲十足,不仅因为有了一个稳定的供货平台,同时还能帮助到更多的人,更多的女性。

饷店的发展离不开店主的支持。冷静表示,APP在内测阶段时,所有的需求都是原来这群种子用户提的。“第一个月虽然只有50多万元的销售额,但增长的很快,8月份就增长到500万元,9月份大概在1000万元的销售额,公司整体增长速度很快。”

“增长如此之快的核心原因是满足了两端的刚需,一端是品牌方需要有这样私密可控的快速渠道,能够快速规模化出货,快速回笼资金;另外一端就是小b端需要有这样稳定的货源,需要有良好的工具和产品。”冷静认为。

疫情对经济运行带来较大冲击,也正在深刻地改变社会。面对困境,有的人“退居二线”,有的人面临危机、奋起直追。目前,我国正从疫情的泥潭中复苏

店主这个专属的“个人购物管家”,除了根据消费者的需求筛选商品以外,还在整个消费过程中提供全程服务,消费者无需从众多的商品中进行挑选,也无需对商品信息进行比对研究,可以轻松买到想要的东西,轻松解决了自己的选择困难症,让“剁手”变得更容易。这就不难理解,饷店为什么一直将店主放在极其重要的位置。

而另一方面,因为疫情的原因,不少人在做主业的同时也在进行副业的创新。公开资料显示,国家发



新消费的潮流已经不可阻挡。

本报资料室/图

并处于坚韧的上升期,因为我们每个人都相信,遇到困难必须“事在人为”。

政策为“新个体经济”积极松绑,“地摊经济”唤回了人间烟火,新电商、网络直播等多样化的灵活就业形式得到充分发展,吸纳的就业人数也越来越多。与传统电商相比,新电商的就业门槛相对较低,但参与度更广,为女性就业和灵活就业提供了新机遇。而这些,都离不开在线新经济

的创新创业者们,为线上新个体的发展努力打造的基础。“社交网络的出现,让女性得以将磅礴的消费力,转化成对于商业社会的影响力。本身对健康和美有着更高要求的女性,喜欢参与社

群、喜欢向他人分享,并且能从中感受到快乐,这是她们的优势,也是女性群体的新力量”,饷集团董事长王敏说,“女性们的就业问题不仅仅解决的是经济上的就业问题,更是关系到在女性新时代中,女性发展的价值与尊严问题。饷店不仅能帮助女性创业创收而且还能提升她的个人魅力,丰富她的社交圈子,减轻她的家庭负担,让其自身的价值得到最好的实现。”

根据公开数据显示,我国数字经济占GDP比重达1/3以上,已经成为推动我国经济提质增效、转型升级的新引擎。新时代下的新形势促使人们生活方式发生改变,在线经济也呈现出了爆发式增长。

长任务非常简单,前期主要作为中转站,让她推们拉到的附近新用户能够到店里提货,在附近用户稳定后,每天筛选低价商品,通过微信群组织用户们继续在平台上下单。无论是饷店店主,还是社区团购团长,正是凭借这些海量的连接,行业才能够持续保持高速增长。新消费的潮流已经不可阻挡。无论是产业的爆发,创业者的纷纷加入以及产业新机遇持续涌现,都将推动新消费成为2021年的最大趋势。

和饷店店主比较类似的,则是线下的社区团购团长。疫情改变了人们的消费习惯,也让社区团购这个赛道红到发紫。作为社区团购团