

非经营性资金往来近480万元 瀚川智能信披违规引关注

本报记者 方超 张家振 上海报道

因未及时披露资金往来情况，科创板首批上市公司苏州瀚川智能科技股份有限公司（以下简称“瀚川智能”），

688022.SH)收到了监管部门出具的警示函。

日前，瀚川智能发布公告称，因未及时披露资金往来情况，中国证券监督管理委员会江苏监管局(以下简称“江苏证监

局”)决定对公司、公司董事长兼总经理蔡昌蔚及财务总监何忠道采取出具警示函的行政监管措施，并记入证券期货市场诚信档案。

在被监管部门出具警示函

的同时，瀚川智能业绩表现也受到市场关注。财报数据显示，2024年上半年，瀚川智能营收同比下滑41.03%，归母净利润同比下滑378.5%。

在日益激烈的行业竞争

之下，瀚川智能开始将目光投向海外市场，“海外业务是公司接下来的重点发展方向”。不过，瀚川智能海外业务营收占比近年来持续下滑，2021年占比21.05%，今年上半年已下

滑至18%。

对于相关问题，《中国经营报》记者日前致电致函瀚川智能证券部，相关工作人员以“领导没有时间，不接受采访”为由，未作具体回复。

关联资金往来受关注

早在今年7月，瀚川智能的资金往来情况就曾受到上交所关注。

江苏证监局在日常监管中发现，瀚川智能未及披露与蔡昌蔚及关联方苏州芯源温控科技有限公司(以下简称“芯源温控”)发生的共计479.5万元非经营性资金往来情况，也未在瀚川智能2023年年度报告中进行披露。

对于瀚川智能违规问题，江苏证监局方面指出，蔡昌蔚、何忠道未能勤勉尽责，违反了《上市公司信息披露管理办法》(证监会令第182号)第四条的规定，对公司上述违规行为负有主要责任。

“根据《上市公司信息披露管理办法》(证监会令第182号)第五十二条规定，我局决定对瀚川智能、蔡昌蔚和何忠道采取出具警示函的行政监管措施，并记入证券期货市场

诚信档案。”江苏证监局表示。

记者查询江苏证监局官网了解到，江苏证监局作出上述决定的日期为9月26日，并在当天发文。不过，直到10月12日，瀚川智能方面才就上述事项对外发布公告。

“公司及相关负责人收到警示函后高度重视，将严格按照江苏证监局的要求，深入反思，充分汲取教训引以为戒。”瀚川智能方面在公告中表示，本次收到警示函事项不会影响公司正常经营管理活动，公司的经营管理活动将继续有序开展。

此外，早在今年7月，瀚川智能的资金往来情况就曾受到上交所关注。瀚川智能彼时回复称，2023年，瀚川智能与实际控制人控制的企业累计发生692.51万元非经营性

往来，形成原因为关联资金往来，期末余额16.90万元。

对此，上交所要求瀚川智能结合与实际控制人控制的企业形成往来款项的产生原因、账龄、偿付情况等，说明将其认定为非经营性往来款的原因及依据，是否存在向关联方或其他方输送利益的情形。

企查查显示，芯源温控实控人为蔡昌蔚。记者注意到，瀚川智能与实际控制人控制的企业形成往来款项的产生原因，与芯源温控成立初期进行的人员招聘、资产采购等事项密切相关。

在对上交所的回复中，瀚川智能方面表示，在芯源温控成立初期，社保公积金账户开立、人员招聘、劳动合同协商签订等一系列人力资源

前置手续筹建办理需要一定时间，芯源温控的日常业务也需铺开。“因此，从2023年6月至10月，该部分员工在劳动关系完全转入芯源温控前，工资和社保公积金由瀚川智能先行支付，后续芯源温控再等额支付给瀚川智能。”

“2024年起，瀚川智能不再与芯源温控发生前述非经营性往来，截至目前，2023年年末的往来款项余额16.90万元已结清。”瀚川智能方面解释称，上述款项发生的主要原因系公司的固定资产销售产生的，与公司日常经营活动关联度较低，因此认定为非经营性往来款，公司不存在向关联方或其他方输送利益的情形，上市公司的利益未因此受损。



瀚川智能位于苏州市的总部办公楼。 本报资料室/图

海外业务营收占比下滑

尽管瀚川智能近年来持续发力海外市场，但海外业务占总营收的比重却在下滑。

“当前，新能源行业内卷严重，公司新能源汽车装备和充换电装备业务近年来发展不及预期，较大程度影响公司利润和现金流。为了避免这两块业务对公司现金流及利润产生进一步影响，公司快速调整战略，及时止损。”瀚川智能方面近日表示。

业绩承压之下，瀚川智能高管也出现变动。2024年7月26日，瀚川智能发布高管变动公告，徐杨因个人原因申请辞去公司副总经理职务；经公司综合评估，同意免去张春的副总经理职务，张春将不再担任公司任何职务。

瀚川智能在新能源业务方面的调整，也受到投资者关注。有投资者曾询问：“公司新能源业务进行调整是否意味着对这项业务持悲观态度？”对此，瀚川智能方面回复称：“公司对新能源业务的战略调整，并非对这项业务持悲观态度。公司仍在承接新能源业务订单，只是对订单质量有严格把控，即对订单的毛利率、付款条

件、回款周期、客户资质等进行严格把控，确保新接订单是有利润的，现金流量是好的。”

在对新能源业务进行战略调整的同时，瀚川智能也在进一步加大海外业务布局力度。

据了解，瀚川智能2010年便进入欧洲市场，已在德国、匈牙利、墨西哥、加拿大、摩洛哥等国家和地区设立了子公司和分支机构，业务现已覆盖全球20多个国家。2024年上半年，瀚川智能汽车装备海外订单占汽车装备整体订单的比例已过半。

记者注意到，尽管瀚川智能近年来持续发力海外市场，但海外业务占总营收的比重却在下滑。瀚川智能2021年年报显示，境外营业收入占主营业务收入的比例为21.05%，2023年这项数据已降至18.25%。

“公司将重点关注海外新能源市场。”蔡昌蔚此前曾表示，未来，公司将重点关注海外存量市场与增量市场，快速构建多本土化服务能力。

经营性现金流持续为负

除业绩下滑外，自2019年上市以来，瀚川智能经营活动现金流净流量持续为负值。

作为科创板首批上市公司，瀚川智能曾备受资本市场关注，但近年来的业绩表现难言理想。

公开资料显示，瀚川智能成立于2007年，并在2019年成功上市，是一家专业的智能制造解决方案提供商，为汽车、新能源等领域用户提供自动化装备、核心零部件和工业软件整体解决方案及服务。

财报数据显示：今年上半年，瀚川智能营收约为4.2亿元，同比下滑41.03%；归母净利润为-1.26亿元，同比下滑378.5%；扣非净利润亏损1.2亿元，同比下滑505.22%。

“受宏观经济环境影响，公司汽车装备业务交付量及验收进度低于预期，同时公司针对新能源业务的电池设备和充换电设备进行了战略

性调整，以上导致公司整体收入下降。”对于营收下滑的原因，瀚川智能方面解释称。

除了今年上半年营收、净利润双双下滑外，瀚川智能在2023年的业绩表现也并不乐观，在营收同比增长情形下，净利润却出现大幅下滑。

财报数据显示，2023年，瀚川智能营收为13.39亿元，同比增长17.21%；归母净利润为-0.85亿元，同比下滑214.99%；扣非归母净利润为-1.25亿元，同比下滑586.16%。不仅如此，2023年，瀚川智能综合毛利率为20.15%，同比下降了8.15个百分点。

记者梳理瀚川智能年报发现，2023年，瀚川智能汽车智能装备板块、充换电智能装备板块、电池智能

制造装备板块、零部件及其他板块毛利率均呈下滑趋势。以营收主力汽车智能装备板块为例，2023年，该板块毛利率已由2022年的35.66%降至29.17%。

瀚川智能电池智能制造装备板块毛利率下滑幅度更大。2022—2023年，该板块毛利率分别为27.19%、11.17%。对此变化，瀚川智能方面表示：“主要系埃克森项目毛利率较低且金额较大导致的单项业务毛利率下降和业务结构上升综合影响导致。”

据介绍，绵阳埃克森整线项目2023年确认收入3.41亿元，占电池智能制造装备板块总收入的比例为68.27%，毛利率为6.46%。该项目提供方壳化成分容整线设备，毛利率

较低的原因主要包括报价较低、成本较高两方面。

瀚川智能方面表示，该业务系瀚川智能与埃克森战略合作后的首笔订单，同时，瀚川智能也希望以埃克森作为代表性项目，拓展电池智能制造装备板块整线业务，“因此，综合考虑后公司报价较低”。

记者注意到，除业绩下滑外，自2019年上市以来，瀚川智能经营活动现金流净流量持续为负值，2019年该项数据为-0.11亿元，到2023年已变为-3.25亿元。

对于经营性现金流净额持续为负的主要原因，瀚川智能方面认为，这与客户和供应商结算政策不同导致销售收款与采购付款时间错配及期间费用呈上升趋势有关。

从新三板到港交所 傲基科技上市路一波三折

本报记者 陈靖斌 广州报道

傲基科技股份有限公司(以下简称“傲基科技”)近日更新了招股书，继续推进其在港交所主板上市的计划，由华泰国际担任独家保荐人。

据《中国经营报》记者了解，傲

基科技的上市之路并非一帆风顺。

早在2015年，公司便已在新三板挂牌，随后于2019年计划登陆科创板，但由于未能满足该板块的上市定位要求而未能成功。2021年，傲基科技转战深交所创业板，然而却因同年发生的“亚马逊封号事件”被迫撤回上市申请。

今年4月2日，傲基科技再次向港交所提交招股书，开启冲击港股IPO的新征程。

傲基科技专注于家居家具跨境电商业务，其销售渠道高度依赖境外电商平台，尤其是亚马逊。2021年“亚马逊封号事件”的爆发，对傲基科技的经营造成了

严重打击。当时，亚马逊因政策变动大规模封禁了许多中国卖家的账号，傲基科技也未能幸免，收入大幅下滑。

尽管如此，傲基科技在2022年成功扭亏为盈，并在2023年实现了业绩的进一步回升。然而，尽管表现有所改善，公司2023年的业务规

模仍未完全恢复，仅达到2021年水平的约80%。根据披露数据，今年前四个月，傲基科技实现营收28.33亿元，净利润达1.89亿元。

然而，整个跨境电商行业的红利正在逐渐消退，市场竞争加剧，企业利润空间受到压缩。针对“亚马逊封号事件”后的战略调整，

以及如何应对资本市场对跨境电商利润下滑和成本上升的担忧，《中国经营报》记者曾试图联系傲基科技方面以获得进一步的回应。然而，傲基科技方面表示，按照联交所的规定，公司目前正处于静默期，不便对外透露任何未披露的信息，并婉拒了采访请求。

曾遭亚马逊“封杀”

傲基科技成立于2010年，专注于家居跨境电商业务，旗下拥有ALLEWIE、IRONCK、LIKIM-IO、SHACERLIN、HOSTACK及FOTOSOK等多个家具家居品牌。傲基科技与通拓、赛维、有棵树并称为“华南城四少”。然而，尽管其早期声名显赫，在资本市场的征程中，傲基科技却屡屡受挫。

早在2015年，傲基科技以“傲基电商”的名义登陆新三板，但其在2019年主动摘牌后，试图通过科创板募资17.44亿元。然而，由于核心业务与科创板定位不符，公司于2020年4月撤回了科创板上市申请。即便如此，傲基科技并未放弃上市的努力。

2021年5月，傲基科技向深交所创业板提交申请，但当年6月再次撤回。两次A股上市的失败，使得公司将目光转向港股市场，并于2023年4月首次向港交所递交招股书，尽管首次递表未果，但公司并未停下脚步，于近期再次递表更新招股书，继续推动上市进程。

傲基科技的核心业务是B2C

跨境电商家具家居销售，主要依赖于境外电商平台，特别是亚马逊。然而，2021年“亚马逊封号事件”对其造成了重大打击。亚马逊因平台规则变动，封禁了包括傲基科技在内的众多中国卖家店铺，导致傲基科技大部分产品无法正常销售。有关数据显示，2018年和2019年第一季度，傲基科技的线上销售收入中，亚马逊销售额占比分别高达72.94%和75.64%，整体线上销售占比则超过98%。

据报道，从2021年4月起，亚马逊因“刷单”“操纵评论”等违规行为封禁了国内多达600个品牌、3000多家店铺，直接导致中国跨境电商行业损失超千亿元。傲基科技首当其冲，2021年净亏损达5.9亿元，首次出现业绩大幅下滑。尽管公司在2022年通过削减亚马逊店铺数量和多元化平台布局实现了部分恢复，但销售收入依然下滑26.3%，仅为63.26亿元。

为了减少对亚马逊的依赖，傲基科技于2023年开始转型，砍掉大量亚马逊店铺，转向沃尔玛

和Wayfair等其他电商平台。招股书显示，2021年至2023年间，傲基科技在亚马逊的销售额占总营收的比重从84%下降至54%，而沃尔玛和Wayfair的销售占比分别上升至10%。同时，傲基科技的亚马逊店铺数量从2021年的645个减少至2022年的303个，2023年更是进一步缩减至仅99个。

尽管如此，亚马逊仍然占据傲基科技超过半数的销售收入。傲基科技在招股书中坦言：“过去，公司的若干销售及营销活动被亚马逊认定为违反平台政策。未来，通过第三方电商平台的销售收入仍将占据大部分收入，若这些平台修改条款或对我们不利，公司业务可能受到重大影响。”

面对市场和资本的双重压力，傲基科技近年来加快了转型步伐，逐步减少对亚马逊的依赖，拓宽销售渠道并调整产品线，重新聚焦家具家居这一核心品类。有关数据显示，2022年公司实现收入71亿元，年内利润2.23亿元；2023年收入进一步上升至86.83亿元，净利润达到5.2亿元。

转型挽回“封杀”局面

在经历了“亚马逊封号事件”后，傲基科技对其业务战略进行了大幅调整，重新聚焦于家具家居这一核心品类，逐步退出竞争激烈的消费电子和电动工具领域。公司明确了“精品+品牌”的发展路线，专注于提高产品质量和品牌影响力。

招股书显示，傲基科技的消费电子和电动工具类产品营收占比从2021年的27.9%下降到2023年的8.4%，而家具家居品类的营收占比则从38.8%上升至61.5%，成为公司的主要收入来源。这一调整标志着傲基科技在市场竞争中的战略转型，以更聚焦的业务模式谋求更稳健的发展。

与此同时，物流服务也逐步成为傲基科技新的增长引擎。傲基科技通过旗下深圳西邮智仓科技有限公司(以下简称“西邮智仓”)拓展海外物流网络，针对跨境电商企业提供中大型商品的国际物流解决方案，包括国内集运、海外转运、仓储管理以及订单派送等服务环节。

自2021年以来，傲基不断扩展其海外仓储能力。截至目前，西邮智仓已经在海外运营了27个海外仓，仓储总面积超过500万平方英尺

(约51万平方米)。在过去三年中，西邮智仓累计服务了700多家电商企业，订单量从2021年的320万份增长到2023年的610万份。今年截至4月30日，已完成250万份订单。

物流业务对公司的贡献日益显著。2021年至2023年，物流业务带来的收入分别为4.9亿元、7.75亿元和16.53亿元，占总营收的比例逐年提升，分别达到5.4%、10.9%和19%。截至2024年4月30日，物流收入已达到5.83亿元，占比进一步提升至20.6%。此外，自建物流体系的完善也使傲基科技的物流成本持续下降，从2021年的25.8亿元降至2023年的18.6亿元，节省了超过7亿元的物流费用。

尽管傲基科技通过转型在2022年实现了扭亏，并在2023年进一步增长，但其业绩仍未完全恢复到2021年的水平。今年前四个月，公司实现营收28.33亿元，净利润为1.89亿元。

然而，跨境电商的整体市场环境在近年发生了显著变化。雨果跨境的数据显示，2023年，仅有27%的卖家表示利润高于上一年，59%的卖家利润出现下滑。2024

年第一季度，44%的卖家利润同比下降，且近七成卖家的成本有所上涨，反映出跨境电商行业的红利正在逐步消退。

在这样的行业背景下，如何实现可持续增长成为傲基科技面临的核心挑战。

天使投资人、人工智能专家郭涛对此提出了几点建议。首先，公司应加大产品创新力度，根据市场需求和技术趋势，推出满足消费者多样化需求的新产品，从而提高产品的附加值并增强市场竞争力。其次，傲基科技可以通过大数据和人工智能技术优化供应链管理，精准控制库存，提升物流效率，降低运营成本，从而在快速变化的市场环境中保持灵活性和竞争优势。

此外，郭涛还指出，傲基科技应积极拓展国际市场，除传统的欧美市场外，还应探索东南亚、中东等新兴市场的潜力。这种多元化的市场布局有助于分散风险，为公司带来新的增长机会。最后，提升客户服务水平也是促进公司业务持续增长的关键，提供优质的售前咨询和售后服务可以增强客户忠诚度和满意度，进一步提高复购率。