

维格娜丝时隔三年再闯 IPO 高库存旧疾依旧

■ 本报记者 陈青松

在 IPO 这条路上,从来不乏执着者。《中国企业报》记者获悉,三年前冲击 IPO 无果的服装企业维格娜丝时装股份有限公司(以下简称“维格娜丝”)近期重新出现在排队上市企业名单中。

据记者了解,三年前维格娜丝 IPO 申请被否,主要是因其库存大幅增长,未来盈利能力存在不确定性等问题。那么,再次踏上 IPO 征途的维格娜丝,是否已经解决这些问题?其 IPO 是否一片坦途?

高库存问题仍无解

从数据来看,近三年维格娜丝业绩发展较好。

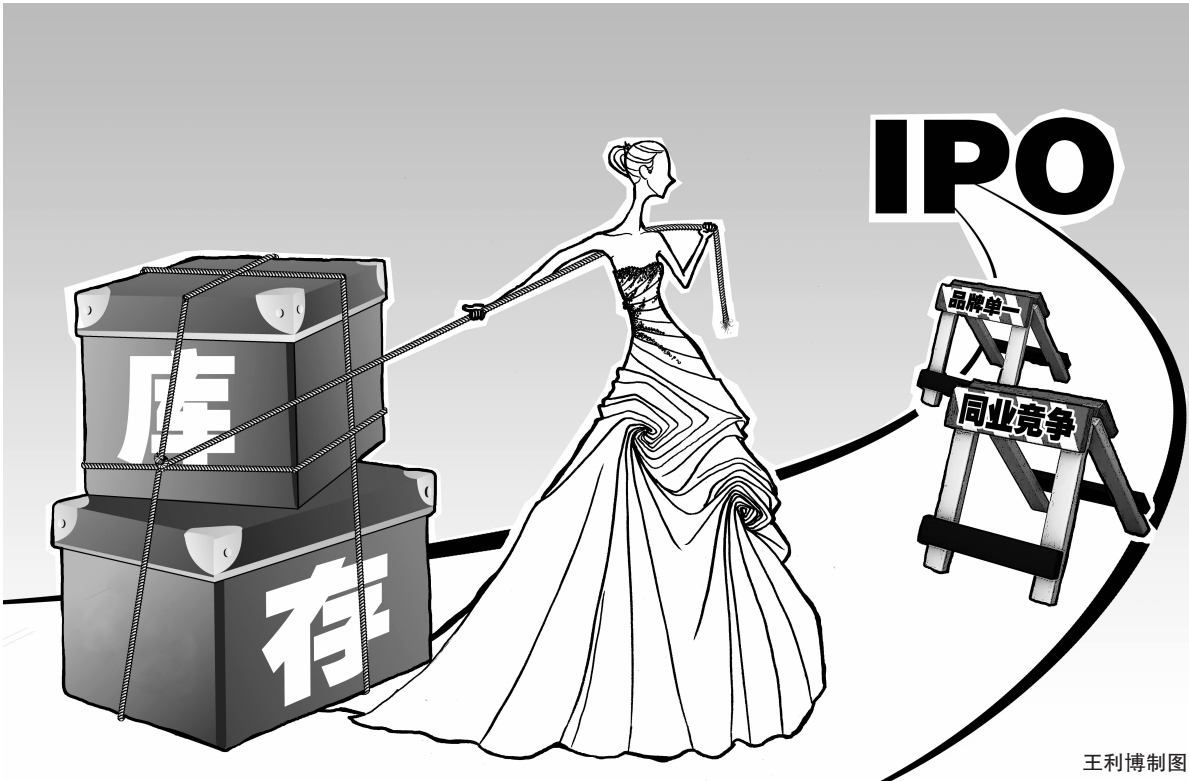
维格娜丝最新招股书显示,公司 2011 年至 2013 年营业收入分别为 5.05 亿元、5.98 亿元和 7.46 亿元,归属于母公司股东的净利润分别为 0.91 亿元、0.95 亿元和 1.36 亿元,而维格娜丝 2008 年至 2010 年的营业收入分别为 1.41 亿元、2.01 亿元和 3.13 亿元。

尽管业绩亮眼,但维格娜丝的高库存问题仍然引发公众关注。

近日,《中国企业报》记者实地调查走访了北京地区多家时装市场发现,受国际大品牌的冲击以及内需不振等多方因素的影响,很多服装企业存货高企。在这种背景下,维格娜丝亦难以独善其身。

《中国企业报》记者从证监会官网获悉,对于 2011 年维格娜丝被否,证监会发审委认为,维格娜丝 2008 年至 2010 年虽然营业收入大幅增长,但该公司 2010 年末存货大幅增长,由 2009 年末的 3816 万元增至 2010 年末的 1.01 亿元。2010 年存货周转率仅为 1.36,而公司未计提存货跌价准备。此外,该公司服装销售数量在店铺数量由 2008 年的 143 家增至 2010 年 272 家的情况下却未见增长,公司未来盈利能力存在较大不确定性。

而维格娜丝此次招股书显示,2011—2013 年,维格娜丝存货的账面价值分别为 1.20 亿元、1.70 亿元和 1.54 亿元,总体呈上升趋势。《中国企业报》记者进一步对比发现,2010 年维格娜丝的存货账面价值为 1.01 亿元。



王利博制图

这显示出,让维格娜丝前次“折戟”的库存问题,此次不仅没有减少,反而有进一步增加的趋势。

对此,国内一位券商人士向《中国企业报》记者表示,存货如果持续增长,对公司经营容易产生风险。

对于库存问题,维格娜丝相关负责人在回复《中国企业报》记者的采访邮件中称,由于公司对市场需求的预测可能存在偏差,公司存货存在一定的波动性。报告期内,公司的存货账面余额及占营业收入比例显著低于同行业可比上市公司的平均水平。

记者了解到,对于高存货产生的风险,维格娜丝也在招股书中坦言,“如果市场环境发生变化或竞争加剧导致存货积压或减值,将对公司经营造成不利影响。”

女装市场竞争压力加剧

除高库存旧疾依旧外,作为高端女装品牌,维格娜丝还面临女装市场竞争日益激烈的现实难题。

8 月 27 日,在北京市丰台区的一家大型服装市场,经营女装专卖店的李小兰向《中国企业报》记者介绍,在服装行业,相比男性消费者而言,女性消费者更注重时尚、品味和个性,大大小小的女装企业也非常多。“比起男装,女装行业竞争更加激烈。”李小兰说。

前瞻产业研究院发

布的《2013—2017 年中国女装行业品牌竞争格局与领先企业发展策略研究报告》显示,目前我国女装行业规模以上企业累计超过 6000 家,品牌有 3 万多个。报告同时认为,国际品牌牢牢占据着中国女装高端市场的大部分份额,而国内具备较大规模且在全国范围内具有较高知名度的品牌并不多。

对此,维格娜丝坦言,“随着国际一线品牌 CHANEL、Louis Vuitton、DIOR、BURBERRY 等陆续进入中国市场,快时尚品牌 GAP、ZARA、H&M 等最近几年也纷纷在国内设立销售终端,加剧了国内服装消费行业的竞争。”

此外,李小兰向《中国企业报》记者介绍,作为一个传统行业,女装行业进入门槛较低,因此,女装企业不仅数量多、库存高,还存在产品同质化和市场集中度低等问题。“女装市场份额不稳定,每个季度甚至每个月终端市场都会展开促销大战。”

对于行业竞争风险,维格娜丝亦认为,目前,女装行业的竞争已经由低层次的价格竞争逐步向品牌竞争方向发展,具体反映在研发设计、渠道终端、快速供应链、商品管理等方面。并且,随着国际品牌不断进入国内市场,竞争将更加激烈。

单一品牌战略亦存风险

专家认为,竞争压力之下,维格娜丝单一品牌的风险亦不可小视。

资料显示,维格娜丝由南京劲草整体变更设立,主营业务为高档女装的设计、生产和销售,主要产品为“V·GRASS”品牌服装和配饰,公司目前实行单一品牌战略。

中国品牌研究院高级研究员丁家永在接受《中国企业报》记者采访时表示,女装与男装最大区别是女装需求的多样化、时尚化和个性化,而单一品牌的风险很大,无法满足不同年龄层次女性消费者的需求。

著名企业管理专家谭小芳在接受《中国企业报》记者采访时认为,一旦单一品牌品牌运营出现重大失误,未来不能成功维持该品牌的市场形象和地位,将可能对公司的业务、财务状况、经营业绩带来重大不利影响。

对于单一品牌,维格娜丝相关负责人在回复记者的邮件中表示,公司目前实行单一品牌战略,以便集中全部资源,将“V·GRASS”打造成国内高档女装领先品牌。2011 年、2012 年,“V·GRASS”品牌已连续两年位居国内高端女装品牌前五名。公司在继续做强“V·GRASS”品牌时,会选择合适时机建立其他品牌,探索多品牌经营模式。

投资观察室

■ 本报记者 陈青松

近日,海洋经济概念股在资本市场尽显强势,中水渔业(000798)出现涨停;中海集运(601866)、中海发展(600026)、招商轮船(601872)等涨幅都超过 5%以上。记者注意到,从今年上半年起,海洋经济概念股就处于普涨状态。

哪些因素支撑海洋经济概念股持续走强?这个板块又有何显著特点?日前,英大证券研究所所长李大霄、大同证券分析师张诚以及中投顾问高级顾问刘建修等业内专家分别向《中国企业报》记者表达了自己的观点。

《中国企业报》:海洋经济概念股为何持续走强?

李大霄:海洋经济概念股持续走强的原因有两点,一是板块的轮动,二是随着世界经济形势持续好转,对海洋经济中的运输等行业业绩有较大的提升。

刘建修:海洋经济概念股持续走强的原因主要是海洋经济政策环境的宽松,政府对海洋经济高度重视,为发展海洋经济出台了诸多优惠政

策。此外海洋经济概念股发展潜力巨大,受到投资者追捧。海洋经济概念股中多数是港口航运类公司,这个板块受港口航运业的波动影响较大。

消息层面上,国内航运集团先后抱团取暖。日前,招商轮船宣布与中国外运长航集团签署了一项 11.1 亿美元的合资协议。

张诚:近年来我国日益重视海洋,体现在两个方面,一是国防方面,二是经济方面。国防方面对军工和造船是一大利好;而经济方面以能源合作、海上油气开采为主。党的十八大报告首次提出建设“海洋强国”的宏伟目标,而海洋强国的一个显著特征即海洋经济发达。

《中国企业报》:海洋经济概念股涨跌主要受哪些因素影响?

李大霄:海洋经济概念股主要受经济形势好坏影响较大。

刘建修:海洋经济概念股涨跌受到的影响因素主要包括两个方面,一方面是利好政策。当前国家正大力推动海洋经济的发展,若有相关利好政策出台,将对海洋经济概念股产生重要刺激;另一方面是港口航运业的波

动,与海洋经济有关的上市公司大部分是港口航运类企业,港口航运业的发展对海洋经济概念股有较大影响。

张诚:对海洋经济概念股影响最大的因素还是政策导向。主要原因是海洋经济投入大、见效慢,以国家为主导。

《中国企业报》:未来海洋经济概念股发展趋势如何?投资者如何布局?

李大霄:总的来说,目前我国对海洋的开发、维护、保护和利用还是偏弱,还处于初步阶段,还有很大的潜力可挖。随着我国加大对海洋的开发力度,海洋经济前景可观。投资者宜对一些龙头企业和低估值概念股重点关注。

刘建修:未来海洋经济概念股发展趋势较为乐观,政府对海洋经济的支持力度一直较强,这是国家实现经济复苏的重要战略步骤。此外,目前全球港口航运业已经出现弱复苏迹象,近年内出现全面复苏是大概率事件,这对海洋经济概念股也将形成坚实支撑,有利于其今后走势。

未来 10—20 年,战略性海洋新兴

产业将引领海洋经济持续健康发展。到 2030 年我国海洋生产总值将超过 20 万亿元,海洋生产总值占 GDP 比重有望超过 15%。

张诚:海洋经济对我国来说是个大的发展方向,主要体现在渔业捕捞、海上油气的开采等方面。尤其是海上油气的开采和海上油气平台的建设目前对我国是个重点,也是个机会。如俄罗斯与中国能源合作越来越紧密,而俄罗斯也是个海洋大国,两国在海上油气方面的合作肯定会越来越紧密。

此外,我国大力发展海洋经济对海工装备如造船、海上油气开采平台的设备制造也提供了非常好的机会。在海工装备方面,技术要求比陆上装备要求高,国外对我国基本属于封闭状态,而随着我国海工装备的大发展,还将对我国整个制造业的水平有一个大的提升。不仅如此,海洋经济概念股的看点还有海洋旅游,这一点在我国大连、上海、深圳等沿海地区体现得尤其明显。

总的来说,海洋经济概念股呈总体向好趋势,投资者宜长线布局。

央行:宣布定向降息

继上半年两次定向降准之后,央行终于祭出了定向降息的措施。央行 8 月 27 日宣布,引导农村金融机构降低涉农贷款利率,支农再贷款执行优惠利率,贫困地区符合条件的农村金融机构的支农再贷款利率还可在优惠利率基础上再降 1 个百分点。



银监会:修订银行并表监管指引

银监会 8 月 27 日发布《商业银行并表管理与监管指引(修订征求意见稿)》,拟对 2008 年颁布的《银行并表监管指引(试行)》进行全面修订。据悉,原《指引》以加强并表监管为主,而修订后的《指引》以商业银行并表管理为立足点,强调商业银行的内部管理为首要责任。



阿里:民营银行最快 9 月获批

有报道称,8 月 27 日,(阿里)小微金服(筹)副总裁俞胜法对媒体表示,阿里近期会正式向银监会提交所有正式申请文件,如进展快,阿里民营银行 9 月底将获批筹建。但俞胜法称,

阿里民营银行的具体名字、股东结构和出资比例尚不能公开。



2014 中国国际金融展开幕

8 月 28 日,以“汇科技 慧金融 惠生活”为主题的 2014 中国国际金融展在北京展览馆盛大开幕。作为中国乃至亚洲金融第一展,中国国际金融展在体现中国经济实力,展示中国金融科技力量,引导中国金融科技产业方向等多方面起到至关重要的作用。2014 年,为能够进一步服务中国经济产业发展,有效引导中国金融科技产业前进,金融展不仅在金融科技展示层面凸显了创新,更在展区规划层面加强了服务,从金融科技的细分领域出发,多角度展示中国金融科技产业的强劲实力,从而更全面地展示中国金融科技产业的全貌。

爱信贷与中资伟业资产集团达成战略合作

8 月 18 日,创新性互联网金融平台爱信贷(www.ixindai.cn)与中资伟业资产管理控股集团在北京市达成战略合作。作为创新性互联网金融 P2C 模式网贷平台,爱信贷专注于为中小投资人提供卓越的投资理财服务,为中小企业提供合理的投融资解决方案,促进投资人与企业的合作共赢。爱信贷运营公司爱信财富投资管理(北京)有限公司为此储备了大量企业资源。爱信贷的上线及其潜在的强大融资能力,引起了包括中资资产控股集团在内的业内翘楚的广泛关注。

融贝网第三期开放日活动备受关注

8 月 23 日,融贝网第三期开放日活动如期召开。和前两期大不同的是,除了常规的投资人参会外,一些普通消费者自观看到央视《第一时间》栏目对融贝网 CEO 司书甲的访谈后,纷纷带着各种细节问题慕名而来。同时,本期活动也受到了多家新闻媒体的关注。据悉,融贝网是一家专业的投融资咨询平台,是由融泰浩元(北京)网络科技有限公司独立运营的一家 P2C 平台,也是北京市互联网金融产业基地入园企业,汇聚了金融、互联网等领域的优秀人才。

2014 沅沅资本创富论坛 9 月举行

2014 年 9 月 26 日—28 日,由沅沅弘(北京)控股集团有限公司主办、财智道(北京)文化传媒有限公司承办、君富财富管理中心协办的“2014 沅沅资本首届创富论坛”将在海南省海口市召开。论坛将诚邀国内外顶尖专家学者、行业标杆明星企业、沅沅资本新老客户及各大银行机构、信托机构、财经媒体等出席盛会。沅沅弘(北京)控股集团有限公司是一家拥有顶尖人才团队的投资银行类业务公司,主营业务包括投资管理、综合经营市场业务、财富管理和公共事务。除自主投资外,集团还为企业、金融机构、个人提供一站式金融服务。(丁雯)