

青青稞酒 坦承中酒时代前景不明

■ 本报记者 钟文

春回大地,万物复苏。春天是一个充满希望和憧憬的日子。然而,对于青青稞酒的投资人来说,这个春天显得有点灰暗。

近日,青海互助青稞酒股份有限公司(以下简称青青稞酒)发布2017年度业绩快报显示,2017年度归属于上市公司股东的净利润亏损9424.02万元。

让投资者们疑惑的是,前三季度表现都是盈利,怎么三个月之后就反转成严重亏损?他们质疑青青稞酒涉嫌财务造假。而有关专家在接受《中国企业报》记者采访时表示,青青稞酒的亏损是摔倒在互联网美妙的故事里。

从盈利反转成亏损

2018年2月28日,青青稞酒发布2017年度业绩快报。报告显示,2017年公司营业总收入1318361958.47元,比上年下降8.27%。归属于上市公司股东的净利润为-94240189.68元,同比上年的216123918.26元下降143.60%。

业绩快报一出来就在投资者中炸开了锅。一位投资者气愤地对《中国企业报》记者表示,青青稞酒曾发布第三季度报告,预计2017年度归属于上市公司股东的净利润变动幅度为-50%至-30%,归属于上市公司股东的净利润变动区间为1.08亿元至1.51亿元。让他意想不到的是,短短3个月,业绩就由盈利转为巨亏。

2017年净利润为亏损,主要原因是受中酒时代商誉减值的影响。青青稞酒在对《中国企业报》记者的采访回复中表示,公司于2015年7月完成中酒时代的收购,并确认商誉17935.54万元。电商行业近些年竞争加剧,且随着京东、天猫等平台型电商规模的快速增长,垂直型电商生存空间进一步恶化,规模迅速扩大的难度加大。在这种竞争环境下,作为电商行业价值评估重要参考因素的收入、会员指标等方面,中酒时代均出现了不同程度的持续下滑,特别是2017年第四季度(2017年第四季度的电商收入为2832.97万元,同比下降48%)。

青青稞酒在回复中坦承,尽管中酒时代进行了转型,但新业务未来的盈利情况存在一定不确定性。基于此,收购中酒时代形成的商誉存在重大减值情形。董事会根据中酒时代业务发展情况,对中酒时代形成的商誉全额计提商誉减值17935.54万元。以此计算,如果不含商誉减值因素,公司2017年度实现归属上市公司股东的净利润为8511.52万元。

另外,青青稞酒还谈到造成其亏损的其他原因。包括受部分

产品销售政策调整、产品迭代因素的影响,自有品牌青稞酒收入较上年同期下降7.39%;广告宣传及市场调研维护费增加8260.34万元;1.5万吨青稞原酒及陈化老熟技改项目本年度增加折旧摊销1592.12万元;财务费用较上年同期增加2625.02万元等因素。

收购亏损企业

事实上,对于投资者来说,商誉减值不减值、广告宣传费用增加多少、财务费用提高了多少等等,都不是他们最关心的问题,他们真正关心的是是否盈利、净利润有多少、分红有多少。

《中国企业报》记者注意到,青青稞酒在收购中酒时代之前,中酒时代就已经处于严重亏损状态。数据显示,2014年,中酒时代亏损额度高达6565万元,2015年和2016年亏损分别接近4163万和4675万元。就在大力促进转型之后的2017年上半年也赔了1581万元。

而让《中国企业报》记者感到诧异的是,青青稞酒在收购中酒时代时,中酒时代注册资金只有2000万元,实缴只有660万元。而该公司2012年注册时注册资金500万元,实缴只有区区100万元。当时酒类电商应该有很多不错的选择,为何会收购这

样一家连年亏损、且注册资金只有数百万元的企业?

对此,青青稞酒回应,公司收购酒类电商主要基于战略考量,为快速取得电子商务渠道,与当时公司线上形成有益的补充;选择中酒网基于公司体量、收购价格及公司现金流等因素;由于酒类垂直电商行业自身特点,大部分处于亏损状态。但是公司在购买中酒时代股权经董事会审议,符合公司章程及深交所相关规定。

青青稞酒的亏损,实际上和很多企业一样,都是摔倒在互联网美妙的故事里。天基观察研究员张晓东在接受《中国企业报》记者采访时表示,青青稞酒收购中酒时代走的是一条自己完全不熟悉的道路,这本身就是存在潜在的大风险。他说,传统企业+互联网,看起来很好看,但事实上随着电商红利的消逝、龙头电商平台的挤压,垂直电商的生存空间十分有限。另外一方面,产品迭代以及销售策略的调整也对青青稞酒业绩产生了一定影响。2017年青青稞酒旗下自有品牌青稞酒的收入较同上年同期下降了7.39%。

子公司 或资不抵债嫌疑

尽管青青稞酒解释亏损是因

为计提了中酒时代的商誉减值。但让投资者难以理解的是,收购中酒时代之后,2016年年报公布之际未进行任何商誉减值计提,2017年前三季度报告公布也未提及,为何突然在2017年年报即将公布之前一次性全部计提商誉减值,计提总额远超2017年的利润。他们质疑此举存在转移资金的嫌疑。

事实上,此举在资本市场上也引发了不小的争议,有人质疑青青稞酒涉嫌财务造假。

针对此问题,青青稞酒对《中国企业报》回复中表示,公司2015年收购中酒时代形成的商誉17935.54万元。根据《企业会计准则8号——资产减值》的相关规定,公司于每年年末以中酒时代整体作为一个资产组,对由于企业合并形成的商誉进行减值测试。

截至2016年末,中酒时代相关业务整合在逐步进行中,业务在按原有业务策略正常进行,未发现减值迹象。同时,公司聘请具有证券从业资格的专业评估机构中瑞国际资产评估(北京)有限公司对中酒时代2016年12月31日的股东全部权益价值进行评估,以此为基础来对商誉是否减值进行判断。大信会计师事务所复核了中瑞国际2016年末对中酒时代商誉减值测试所涉及的股东全部权益价值项目

的评估咨询报告。公司利用上述评估确认的权益价值,经对合并中酒时代所形成的商誉进行减值测试,在2016年度未计提商誉减值准备。

尽管青青稞酒对提减中酒时代商誉作出了看似合理的解释,但《中国企业报》记者在调查中发现,中酒时代或已经资不抵债。资料显示,青青稞酒在收购中酒时代90.55%的股权时花费1.44亿元,而此次商誉减值高达1.79亿元。

作为轻资产型企业,中酒时代值钱的就是其网络系统和经营过程中形成的商誉。著名经济学家宋清辉对《中国企业报》记者表示,中酒时代通过几年的发展已经在业界有一定的影响力,但目前来看,其盈利模式和空间还比较窄。特别是在淘宝、京东等这些著名的大型电商平台的碾压下,小型电商平台前景都不乐观。他说,一个企业的商誉基于多方面的因素,包括盈利模式、管理效率、人员结构等等,所谓质优者价高。只有优秀的企业其商誉才能真正体现他的价值,也才能在市场中得到检验。

青青稞酒方面对《中国企业报》记者也坦承,中酒时代的主要业务为酒类垂直性电商平台,该行业都为轻资产企业,且在短时间内盈利较难。

广告

《中国企业报》集团
为企业和企业家服务

担当企业、政府、园区的桥梁和纽带
打造卓越的全价值链、全媒体、全球化的产业服务平台

立足企业创新 引领产业升级
服务园区转型 链接全球资源

《中国企业报》集团,已由单纯的传统媒体转变成了一家主要为园区发展和战略性新兴产业成长提供投资、招商、咨询等综合服务,同时具有智库型财经传媒特色的新型产业发展服务集团,开辟了一个全价值产业链、全媒体支撑、全球化拓展的新局面。

与中央部委及各级地方政府建立了高效互动关系;与全国中央企业、中国500强企业、跨国公司与中国企业50万家企业会员等保持密切合作关系;与数百家国家、省、市(县)各级产业园区建立并保持战略合作关系;与数十家产业(行业)协会建立了资源协作关系;与数十家驻华使馆、驻华商会建立了友好合作关系。

资源聚合平台	智慧创新平台	企业大数据产品
◎中国企业园区国际合作联盟 ◎中国企业扶贫联盟 ◎中国新三板创投联盟 ◎中企B2B联盟	◎中国企业发展论坛 ◎中国企业扶贫峰会 ◎“一带一路”企业园区建设国际合作峰会 ◎美丽中国生态文明论坛	◎中国企业年度百强(系列)榜单 ◎中国产业园区百佳(系列)榜单 ◎战略性新兴产业百佳(系列)榜单