

达科为疫后“变脸”难

◎ 记者 吴鸣洲

疫情期间,由于全国各地对核酸检测的需求激增,核酸检测公司应运而生,并收获了不菲的收入和利润。但到了2022年底,随着疫情的逐渐缓解,全国范围内的核酸检测服务都出现了大幅度的萎缩,这让曾经凭借着核酸检测业务业绩一飞冲天的公司苦不堪言。

本文的主角深圳市达科为生物技术股份有限公司(下称“达科为”)就曾陷入核酸检测企业上市风波。

达科为于2021年9月29日IPO获受理,2022年7月25日过会,2022年10月14日提交注册。但时至今日,达科为仍在资本市场大门外徘徊。

与IPO上会时期相比,达科为发生了怎样的变化?公司如今是否满足上市要求?

利润增长乏力

据悉,达科为是一家专注于生命科学服务及病理诊断领域的专业提供商。在生命科学研究服务领域,公司主要从事科研试剂及仪器的代理销售,以及部分科研试剂的自主研发、生产及销售;在病理诊断领域,公司主要从事病理诊断及试剂的研发、生产及销售。

结合公司多次披露的数据,2018年至2022年,公司实现营业收入3.3亿元、4.35亿元、6.05亿元、8.37亿元、10.39亿元,对应净利润分别为0.11亿元、0.14亿元、0.81亿元、1.04亿元、1.01亿元。

2023年上半年,公司收入为5.23亿元,同比增长10.34%;净利润为4095.26万元,同比下滑14.31%。

可以看出,公司业绩在2020年出现

质的变化,收入和净利润均实现大幅增长,并在2021年进入“利润亿元俱乐部”。但公司IPO过会后却发生了微妙的变化,自2022年开始,公司收入虽然持续增长,但是净利润增长乏力,出现“增收不增利”的情况。

究其原因,一方面是因为2018年-2019年的销售费用率较高,压缩了公司的利润空间;另一方面则是自2020年起,公司自主研发了用于核酸检测样本收集及储存的病毒保存试剂产品,该产品为公司带来丰厚的利润。

需要指出的是,在公司近年来的主营业务收入中,有超七成收入是靠代理销售得来。

2018年-2022年以及2023年上半年,达科为通过代理科研试剂、科研仪器、采血设备等品牌收入2.95亿元、3.86亿元、4.72亿元、6.64亿元、7.74亿元、3.93亿元,分别占其主营业务收入高达90.14%、89.05%、78.15%、79.50%、74.59%、75.00%。

虽然公司的自主品牌在主营业务收入中的占比由2018年的9.86%增长至2022年的25.41%,但与代理收入相比仍较低。或因自主品牌占有率较低,达科为在研发上的投入力度也不高。

上述时间段内,达科为的研发费用分别为1613.01万元、2425.41万元、2172.25万元、3296.72万元、3998.65万元和2442.49万元,研发费用率分别为4.89%、5.57%、3.59%、3.94%、3.85%、4.67%。

整体来看,公司的研发费用率2020年同比下滑2个百分点,虽然近两年略有小幅上升,但依旧低于2019年水平。

“核酸检测”风险

值得一提的是,公司在IPO过会后,



图虫创意 图

曾陷入核酸检测企业上市风波。

2022年11月,多家“核酸检测”概念企业申请登陆科创板和创业板,引发市场关注。有个别自媒体报道了达科为等企业申请创业板上市的情况,关注其业务和收入涉及核酸检测。

对此,深交所回应称,其高度关注涉核酸检测企业的上市申请,坚持从严审核,尤其是企业的可持续经营能力。深交所依据创业板发行上市条件和审核标准,对有关公司的申请进行了认真审核,重点关注了其核酸检测相关业务与主营业务的关联性、相关收入的可持续性,以及剔除该等业务收入后公司是否仍满足发行上市条件等,要求有关公司进行了充分披露。

针对核酸检测业务,招股书显示,公

司自主研发了病毒保存试剂,用于病毒样本的收集、运输和储存等。

2020年-2022年(下称“报告期”),公司病毒保存试剂产品实现销售收入分别为5260.37万元、4827.88万元和7809.80万元,占公司主营业务收入的比例分别为8.71%、5.78%和7.53%。

可以看出,达科为近几年的核酸相关业务不超过公司总营收的10%。

但核酸相关业务的毛利率一度较高,对公司毛利贡献较大。

2020年,核酸相关业务对公司的毛利贡献超过14%。同年,病毒保存试剂的毛利率高达63.93%,远超公司主营业务毛利率38.99%。后来,随着核酸检测价格的下滑,该业务毛利率和毛利占比也随之下降。

报告期内,病毒保存试剂的毛利率分别为63.93%、43.34%、10.71%,产生的毛利分别为3363.18万元、2092.26万元、836.44万元,占总毛利的比例分别为14.29%、6.20%、2.14%。

需要指出的是,2023年,公司已不再从事该业务,该部分收入不可持续。

这是否意味着,公司未来业绩的增长性存疑?

年轻大股东

截至最新披露,公司第一大股东吴映洁持有公司15.4550%的股份,第二大股东鲲鹏聚贤持有公司15.1519%的股份,持股比例相近且均未超过30%,故公司无控股股东。

自股份公司成立以来,公司的实际控制人吴庆军和吴映洁,未曾发生变更。

目前,吴庆军直接持有公司6837917股股份,持股比例为11.4028%;同时,吴庆军通过鲲鹏聚贤控制公司15.1519%的股权,且担任公司董事长、总经理职务。吴映洁直接持有公司9267900股股份,持股比例为15.4550%,吴映洁系吴庆军之女。吴庆军和吴映洁通过直接及间接方式合计控制公司42.0097%的股份,二人为公司的实际控制人。

需要指出的是,吴映洁出生于1995年2月,是一个标准的“95后”。

根据公司介绍,2013年至2017年,吴映洁就读于加利福尼亚大学伯克利分校,所学专业为应用数学与经济。2020年9月至今,吴映洁就读于加利福尼亚大学洛杉矶分校,所学专业为经济学。吴映洁未在公司担任任何职务,不参与公司治理。

与此同时,公司还有一个“00后”股东。

截至当前,联合创始人之一的何俊峰持股12.88%,其子何政龙持有7.73%的股权,两人合计持股20.61%。据悉,何政龙系2005年生人,目前还是未成年人。根据相关规定,“未成年人可以成为公司股东,其股东权利可以由法定代理人代为行使”。也就是说,作为何政龙的监护人,何俊峰目前是代其子行使相关股东权利。

值得注意的是,公司的分红也较为频繁。

2019年-2022年以及2023年上半年,公司在每个年度均进行了现金分红,分别为315.60万元、315.60万元、2098.85万元、5169.16万元、3502.07万元,累计分红金额达到1.14亿元。

太川股份触“地雷”

◎ 记者 余诗婕

作为安防的重要组成部分,门禁对讲、智能家居为人民安全拉起了一道重要防线。早在几十年前,门禁对讲已成为家家户户安全的“守门人”。现如今,在技术人员的不断创新下,门禁系统已可以实现图像、人脸识别、无线传输、通讯等智能化需求。

近日,一家专注于从事楼宇对讲门禁、智能家居产品研发、生产及销售的高新技术企业——珠海太川云社区技术股份有限公司(下称“太川股份”)欲通过北交所IPO。目前,公司已结束了第一轮问询。

从招股书来看,太川股份深患“大客户”依赖症,地产客户“爆雷”。公司实控人控股超八成,还在2021年出现增收不增利的情况。

中介费突增

太川股份前身为太川有限,于2005年3月由黄伟雄创立。需要注意的是,太川股份是一家兄弟公司,股权相对集中,实控人黄伟雄控股超八成。

截至招股说明书签署日,黄伟雄直接持有公司63.43%股份,间接通过智汇投资控制公司15.77%股份。除此之外,黄伟雄与其兄弟黄志彬签署了《一致行动协议》,从而间接控制5.41%股份。因此,黄伟雄合计控制公司84.61%股份,为公司的控股股东和实际控制人。

有业内人士指出,股权集中,大股东权力得不到牵制,可能会导致决策过程缺乏民主。如果未来黄伟雄产生决策失误,或许会对公司的发展造成负面影响。

2020年-2022年度(下称“报告期”),太川股份的营业收入为2.57亿元、2.82亿元和2.19亿元,2021年营业收入有所增加。

此外,报告期内,太川股份毛利率分别为37.22%、37.12%和43.67%,2022年毛利率有所上升。

这是由于2022年公司营业成本存在波动。报告期内,太川股份营业成本分别为1.52亿元、1.69亿元和1.20亿元。

《国际金融报》记者发现,太川股份在2021年出现了增收不增利的情况。报告期内,公司净利润分别为0.28亿元、0.09亿元和0.42亿元,其中2021年净利润有所下降。对比来看,2020年度和2021年度太川股份毛利率和营收没有太大差别,甚至2021年度营收略高于2020年度,但2021年度的净利润仅为2020年的五分之一。

这或是太川股份期间费用、信用减值损失导致的。

报告期内,太川股份的期间费用分别为0.66亿元、0.70亿元和0.58亿元,远超净利润,且2021年的期间费用明显高于另外两年。

期间费用主要包括销售费用、管理费用、研发费用和财务费用。报告期内,太川股份销售费用占营收的比例分别为



图虫创意 图

12.11%、10.36%和11.68%。

其中,员工薪酬为销售费用的主要构成。报告期内,太川股份销售人员数量分别为182人、168人、151人,薪酬总额分别为0.19亿元、0.19亿元和0.17亿元,占销售费用的60.24%、66.57%和65.59%。

有意思的是,太川股份在2021年度花了403万元用于中介机构费,而2020年度和2021年度的中介机构费仅为100万元左右。此外,公司还在2021年度拿出近200万元用于股权激励,远超另外两年。

可以看出,在高昂的经营成本下,太川股份的利润空间本就被压缩,还在2021年大手笔股权激励。公司突然激增

的中介机构费也令人迷惑……

太川股份2021年期间费用的增高对公司净利润的下降有一定的影响,但是关键的影响还是来自于公司信用减值损失。

报告期内,太川股份信用减值损失分别为0.02亿元、0.28亿元以及0.07亿元。而信用减值损失主要是由应收账款坏账损失、应收票据坏账损失、其他应收款坏账损失构成。

报告期各期末,太川股份应收账款账面价值分别为1.76亿元、2.32亿元和1.86亿元,公司各期末应收账款净值占同期末总资产的比例较高,分别为64.18%、68.88%和62.05%,应收账款存在无法回收及坏账风险。

与地产紧密

在物联网技术、网络通信技术快速发展的背景下,全球智能家居市场规模持续增长。根据Statista数据,全球智能家居市场规模自2017年的398亿美元增长至2022年的1157亿美元,年均复合增长率达23.79%;预计2027年将增长至2229亿美元,行业发展空间广阔。

智能家居作为精装市场的后起之秀,其配置率不断增长。克而瑞数据显示,2022年我国精装修市场智能家居系统配置率为13.6%,同比增长4.0%。根据Statista的统计数据,2022年中国智能家居市场规模为267亿美元,预计将以15.4%的复合增长率持续增长,2027年中国智能家居市场规模将增长至54亿美元。

但近年来,地产并不景气,而太川股份的主要合作公司多为万科、华润置地等地产公司。

报告期内,公司向前五大客户销售收入分别为1.91亿元、1.93亿元及1.41亿元,占营业收入比例分别为74.37%、68.36%以及64.44%,占比较高。

报告期内,太川股份第一大客户均为万科。公司向万科销售收入占各期营业收入比例分别为47.16%、49.83%及38.03%。

自2021年起恒大地产“爆雷”后,中国房地产业进入了动荡时期。今年

10月下旬以来,万科多只美元债价格持续下跌,多只债券价值跌去40%多,收益率超过50%。按照万科公布的报表,截至2023年9月底,其总负债为1.24万亿元,虽然距离恒大的负债规模尚有差距,但如果“爆雷”也必然波及甚广。

若未来万科受宏观经济影响业务需求下降,或其自身经营、采购战略发生较大变化,可能会导致太川股份无法与其继续保持稳定的合作关系,从而对太川股份持续经营能力产生不利影响。

而在这场“爆雷”风波中,新力地产、富力地产、中南建设均为报告期内受到影响的客户。

虽然太川股份在问询函中表示,公司已整体缩减与上述出现“爆雷”地产客户的业务,目前在手合同以存量合同为主,未来也将对上述房地产企业进行全面、谨慎的评估,从而降低对公司经营的负面影响。但在现有产品结构下,太川股份的经营业绩仍与地产行业需求关联度较高。

报告期内,太川股份楼宇对讲门禁产品收入分别为1.87亿元、2.26亿元、1.83亿元,占主营业务收入的比例分别为73.22%、80.71%、84.39%。

太川股份表示,未来将降低对地产公司的依赖,改善客户结构,拓宽海外市场,以期得到进一步的改善。但未来太川股份能否顺利引进新客户,并且与这些客户建立良好、稳定的合作关系还未可知。