



2022年美妆行业市场增量玩法改变

国货品牌逆袭出海“买买买”

新快报讯 记者陆妍思报道 2022年中国美妆市场规模突破万亿,国货美妆迎来“上市潮”。但在行业遭遇资本退潮、流量红利见顶的情况下,市场增量玩法改变,站稳脚跟的本土美妆企业纷纷出手收购海外品牌,外资企业也不再一味收购本土品牌或自主开发新品牌,而是以一种更加灵活的方式进行商业投资。

过去的一年,巨子生物、爱美客、上美股份、相宜本草等一众美妆个护品牌集体冲击上市。不过,财报也暴露了不少企业“重营销、轻研发”的短板。如近日冲击

IPO的拥有美肤宝、法兰琳卡、滋源等国货美妆个护品牌的广州环亚化妆品科技股份有限公司(下称“环亚科技”),财报显示,2019-2021年及2022年上半年,环亚科技销售费用合计超过31.2亿元,销售费用率超40%,显然高于行业平均水平,相比之下研发投入占比偏低,分别为5819.05万元、5734.57万元、6489.27万元和3327.52万元,占营业收入比例分别为3%、2.88%、3.01%和3.37%。

不过,也有站稳脚跟的国潮品牌开始从“营销为王”转向“研发为王”,迈出了

更理性、从容的步伐。截至三季度末,逸仙电商2022年研发投入累计已超过1亿元,营收占比从去年同期的2.7%上升至3.9%。2022年3月,花西子首席科学家李慧良宣布将在未来五年投入10亿元用于科研,随后其CMF研发中心建成运营;来自广州天河的护肤品牌溪木源宣布,其团队将目标活性物三萜的萃取效率提升到了世界原料巨头巴斯夫的5.95倍,带动产业向世界水平又近了一步。

随着中国美妆市场在渠道、品牌、供应链各方面的成熟和优化,外资企业也

不再一味收购本土品牌或自主开发新品牌。过去国际巨头大肆收购中国美妆品牌的局面已发生逆转,国内美妆企业开始形成了“买全球”之势。

据不完全统计,从2018年以来,分别有逸仙电商、高浪、珀莱雅、水羊股份等7家公司,投资或收购了国外美妆品牌及公司,或针对境外优质美妆标的,设立了相应的产业基金。2022年7月,水羊股份发布公告称,拟以约3.37亿元收购法国高端化妆品品牌EviDenS de Beauté母公司90.05%的股权及部分债权。

上市公司CSR观察

今年首只退市股诞生 *ST凯乐涉嫌财务造假超500亿元

面临重大违法类和财务类退市

新快报讯 记者涂波报道 1月17日,今年首只退市股将诞生,*ST凯乐不仅面临重大违法类和财务类退市风险,而且公司股价已连续13个交易日低于1元,即使往后7个交易日每日收盘价涨停,股价也不能回到面值(1元)上方,这意味着已提前锁定面值退市。昨日再次跌停收盘,报0.67元/股,总市值为6.67亿元。昨日*ST凯乐发布了股票可能被实施重大违法强制退市的第七次风险提示公告。

*ST凯乐触及多种退市情形,包括去年12月2日收到中国证监会《行政处罚和市场禁入事先告知书》,涉嫌违法事实包括公司虚构专网电信业务

的实施情况,以及2016年至2020年定期报告存在虚假记载。据证监会核查,*ST凯乐在2016年至2020年连续5年巨额造假,累计虚增营业收入512.25亿元,虚增营业成本443.52亿元,虚增利润总额59.36亿元,这意味着*ST凯乐2017年至2020年归母净利润均为负。如收到正式的行政处罚决定书,*ST凯乐将触及重大违法强制退市情形,公司股票将被终止上市。

此外,近日*ST凯乐披露2022年年报业绩预告,预计2022年度期末净资产为-21.54亿元到-23.22亿元,2022年年报披露后,公司将触及财务类退市指标而被终止上市。

据了解,湖北凯乐科技股份有限公司(*ST凯乐)从事光纤、光缆、通信硅管及其它通信管材等产品的研发、生产与销售。2000年7月在上交所上市,现有员工3000多人。截至2023年1月13日,该公司股东人数(户)为69942。

*ST凯乐1月12日公告,控股股东被动减持284.13万股公司股份,拟继续被动减持不超1.14%股份。控股股东所持公司部分股份存在可能被继续减持的风险。市场分析人士指出,考虑到公司控股股东深陷债务危机与诉讼泥潭,“自身难保”客观上已无力“救市”,*ST凯乐退市已是“板上钉钉”。

大股东遭强制平仓 拉卡拉股东“抱团”减持

新快报讯 记者刘艳爽报道 1月16日,拉卡拉(300773.SZ)公告称,公司股东孙浩然因与证券公司开展的股权质押融资业务出现违约,其在该证券公司质押的1695万股公司股份可能被证券公司进行强制平仓,用于归还不超过1亿元融资款。记者注意到,因发展受阻,拉卡拉股价深度回调,而在股价下跌之际,拉卡拉的大股东又抱团减持,未来股价走势充满不确定性。

资料显示,孙浩然是拉卡拉创始人、董事长孙陶然的亲弟弟,二人一致行动人,孙浩然同时也是公司第三大股东,但孙浩然本人并未在拉卡拉有任职。记者在企查查看到,孙浩然目前担任三家公司的法人代表,其中有两家与拉卡拉有股权关联关系。至

于公告中所述1亿元融资是否与拉卡拉有关,记者就此联系拉卡拉董事会秘书处,截至发稿时未获接通。

孙浩然的被动减持与拉卡拉股价不断下跌有关。2022年以来,拉卡拉股价一路震荡走低,全年股价下跌41.8%,而在2023年开年的12个交易日又跌去近5%。因股价下跌,孙式兄弟此前多次被多家券商要求补充质押股票,目前,孙陶然已经质押自己持有的超56.11%股份,而孙浩然已经将自己持有的超80%股份质押。

股价不断下挫与拉卡拉业绩相挂钩,拉卡拉2022年的前三季度财报显示,公司营收和净利均出现两位数的同比降幅。公司经营毛利率也持续走低,三季报显示,其毛利率为27.85%,而在2019年初上市时,该公司的毛利率达

到了44.75%。

在这种态势下,大股东似乎已经等不及了。作为拉卡拉最大的股东联想控股在去年共减持了1682.29万股,持股比例从28.24%降至26.17%。2022年,包括联想控股、鹤鸣永创、台宝南山等在内的多名股东均对拉卡拉实行了一定比例的减持。其中台宝南山为孙浩然实控的一家公司,目前该公司已经注销。

除此之外,孙浩然在此次被动减持前已经完成过一轮减持,去年10月13日至11月8日,孙浩然以个人资金安排为由主动减持775.5万股,若以期间均价(14.52元/股)计,孙浩然当时共套现1.12亿元。

1月17日收盘,拉卡拉股价报收15.95元/股,较前一日下跌1.91%。

“生肖行情”再现 A股猛炒“兔宝宝”

业内人士指出,一般是概念炒作,持续性不强,不要盲目参与

新快报讯 记者张晓蕊报道 近日,一家名为“兔宝宝”的上市公司迎来了十天四板,股价创历史新高,被称为“兔年第一妖股”。截至1月17日收盘,兔宝宝股价报15.9元/股,较2022年12月30日上漲46.4%。据悉,兔宝宝是一家建材公司,从业绩来看,2022前三季度兔宝宝实现营收58.73亿元,同比下降7%;实现归母净利润约3.9亿元,同比下降25.63%。

业绩下降股价却上涨,市场普遍认为背后原因与其证券名称有关。作为A股中唯一证券名称带“兔”字的公司,兔宝宝被投资者认为是“兔年概念股”。

股票互动平台上投资者的留言也印证了这一点,新快报记者注意到,有投资者表示,“兔年快到了,买个兔宝宝讨彩头”“老公属兔,儿子属兔,不买你,难道去买其他?”

除了讨彩头外,投资者选择兔宝宝还有另一原因,那就是几乎每年都有“生肖行情”的出现。如2022年为虎年,在海外华人热炒“老虎证券”的时候,A股没“虎”字股票,便玩起了“谐音梗”,湖北广电因此受到追捧。2021年12月31日,湖北广电股价报6.27元/股,次年1月20日其股价涨到2022年的最高点,报12.31元/股,较上年年底上涨96.33%。

不过,“虎年概念股”湖北广电、“牛年概念股”金牛化工、“鼠年概念股”联环药业随后在其生肖年的10月11日、4月30日、5月28日跌至当年最低点,分别报5.46元/股、5.53元/股和9.76元/股。

对此,有资深市场人士对新快报记者表示,“生肖概念股”一般是概念炒作,持续性并不强,没有业绩支撑则需注意追高的风险。如果是单纯的“生肖概念”,则不要盲目参与,参与了也建议逢高卖出;如果叠加了别的概念并有业绩催化,后期有股价爆发的可能性,但需投资者进行分析,仔细甄别。

中国人寿加码万达信息 二者合作项目仍亏损

今年险资首次举牌

新快报讯 记者林广豪报道 1月13日,中国人寿发布公告,于1月9日耗资约6亿元增持并举牌万达信息。此次权益变动后,中国人寿及一致行动人国寿集团合并持股从18.1719%上升至20.3248%。中国人寿再度增持万达信息之时,二者合作项目的持续亏损再度被推向大众眼前。

万达信息定增“缩水”

中国人寿此次增持实为万达信息定增的一部分,具有18个月的限售期。相关公告显示,本次定增发行价格为7.74元/股,募集资金总额约为19.78亿元。

据了解,万达信息定增募资金额已“缩水”,原计划定增融资30亿元,用于投入公共卫生和医疗创新管理服务项目、偿还银行贷款等。

资料显示,万达信息是国内智慧城市综合软件和服务提供商之一,近年业绩并不稳定。2017年-2021年,万达信息归母净利润分别为3.27亿元、2.32亿元、-13.97亿元、-12.92亿元、0.69亿元,2022年前三季度,万达信息亏损达3.2亿元。

蛮牛健康新增用户数降约95%

记者注意到,中国人寿参与万达信息定增在市场意料之中。自2018年底入股万达信息后,中国人寿频频增持,成为前者的第一大股东。有业内人士认为,这是因为万达信息在业务上与中国人寿向互联网医疗拓展的需求相契合。

然而,市场对于中国人寿与万达信息的合作项目争议不断,焦点系中国人寿成为万达信息第一大股东后首个重点孵化的战略项目——蛮牛健康管理服务有限公司(下称“蛮牛健康”)。

记者梳理发现,蛮牛健康成立于2019年11月,现仍是亏损状态。2020年、2021年,蛮牛健康分别亏损0.92亿元、1.55亿元。2022年上半年,蛮牛健康亏损0.58亿元,其APP累计注册用户数约159万人,但报告期间仅增加4.35万人,较2021年同期的新增用户87.57万人降约95%。

因此,有投资者建议,万达信息可以尽早结束蛮牛健康项目。

1月16日,万达信息回应称,去年下半年以来,蛮牛健康对专病管理、营养管理等关键场景进行深入布局,并对商城业务进行相应调整。同时,持续优化APP和小程序。