

“最牛打印店”拟冲刺沪市主板

荣大科技净利逾亿元，科技含量仍然不足，业务主要靠人力资源推动

羊城晚报记者 丁玲

在中国证券业协会7月4日晚公布的新一批拟IPO企业信息披露质量抽查名单中，“最牛打印店”荣大科技引发市场关注。

垄断九成市场份额

打印店也要冲刺IPO，“最牛

打印店”荣大科技底气在哪？与一般打印店不同的是，荣大科技打印的是上市申报材料，垄断了全国90%的上市申报材料印刷市场。

随着近3年资本市场加快改革步伐，荣大科技的业绩和规模也搭上快车。招股书显示，2018年至2020年，公司分别实现营业收入1.13亿元、1.83亿元和3.35亿元。

仍靠人力资源推动

不过，荣大科技似乎正着力淡化自身的打印店标签，转而强调拥有的科技含量。官网显示，荣大科技是国内专业从事于证券行业的创新型科技企业。

不少业内人士表示，荣大科技仍然缺少科技含量，很多业务主要靠人力资源推动。数据显示，2018—2020年，荣大科技的员工薪酬及福利费金额分别为2869.77万元、4426.48万元、9158.91万元。

别为55.94%、63.04%、72.38%，是公司营业成本最主要的构成。

“随着经营规模的不断扩大，公司对人力资源的需求将持续增加，如果未来公司人工成本增长过快，将会对公司的经营业绩造成不利影响。”

从募用途来看，公司也迫切希望撇掉除打印店的刻板印象，提高公司的科技含量。招股书显示，荣大科技拟募资6亿元。

耐克越说重视中国民族品牌越要奋力

耐克越说重视中国民族品牌越要奋力

羊城晚报财经评论员 寇耀琪

近日，面对财报中大中华区的“亮眼表现”，耐克首席执行官约翰·多纳霍明确表示了公司现在及未来对中国市场的态度。

尽管耐克这样表态，中国网民却不以为意。与此同时，6月25日李宁发布业绩报表，李宁预期今年上半年净利润不少于18亿元。

平心而论，从企业市值、实力和品牌认同度来看，国内的运动服饰企业和欧美的差距还不是十年八年就能拉近的。

耐克的发言，表达的是对中国市场或者直接说是国内消费者支付能力的强烈偏好。

当几十年前欧美运动品牌进入中国大陆的时候，几乎所有年轻人都对其有一种欢迎和膜拜的态度。

耐克、阿迪达斯、彪马等品牌印在脑海的第一阵营。这个时候的国内厂家，只有代工的身份。

不过，跨国公司的实力注定了其超强的应变能力，能够根据中国消费特征全面覆盖且精确细分。

好在，在国民自信、理性程度、消费升级逐步上升的今天，外贸企业也很难再由几个巨头垄断。

面对这个高度竞争的运动品牌市场，无论外资还是民族品牌都将长期处于角力之中。

当几十年前欧美运动品牌进入中国大陆的时候，几乎所有年轻人都对其有一种欢迎和膜拜的态度。

牛股广誉远高位受重创

公司原实控人郭家学曾是“白衣骑士”

羊城晚报记者 丁玲

在近期中药大热的背景下，广誉远(600771)上周获得三个涨停板，周涨幅达45.40%。



视觉中国供图

广誉远拥有龟龄集和定坤丹两大国家级保密配方品种，广誉远的发展不仅远不及同仁堂、片仔癀等中药企业。

业绩连续两年下滑

不过，从业绩来看，近年来广誉远的表现并不尽如人意。广誉远2020年年报显示，公司传统中药业务当年营业收入为7.62亿元。

此外，自2018年起，定坤丹的利润大幅度下降。广誉远的年报数据显示，定坤丹大蜜丸和定坤丹水蜜丸在2018年的药品集中采购的销量分别占该产品2018年销量的44%。

这也直接带动了广誉远的业绩下滑。2019年和2020年两年中，广誉远营业收入分别为12.17亿元、11.09亿元。

另外值得注意的是，当前广誉远控股股东也在不断减持。7月2日晚间，广誉远公告称，控股股东东盛集团信托计划存续期届满。

山西国资已经入主

公开资料显示，广誉远为中华老字号之一。根据其2020年年报，其核心产品龟龄集、定坤丹、安宫牛黄丸的制作技艺先后入选国家级非物质文化遗产名录。

广誉远近期为何受到市场追捧？除中药板块迎来多重政策利好外，公司实控人变更为山西省国资委一事也刺激股价一路上行。

同时，广誉远“有药还有酒”的业务模式也引发投资者遐想。对此，广誉远在6月29日的异动公告中澄清称，公司主要从事中药产品的生产和销售。

郭家学曾是实控人

那广誉远的发展能满足市场的期待吗？事实上，广誉远的发展可谓相当坎坷。尽

金由招商基金总经理助理、17年公募投资老将王景担任基金经理，精选优质公司，掘金消费升级和产业升级，助力挖掘“双循环”下的投资机会。

招商蓝筹精选7月5日发行

今年是“十四五”规划的开局之年，从上半年来看，中国经济承接了自去年下半年以来的强势复苏，开局良好。

据悉，招商蓝筹精选股票型基金(基金代码:A类011882,C类011883)于7月5日发行，该基金

顺丰同城三年连续亏损 即时配送赛道群雄逐鹿

羊城晚报记者 林曦 实习生 张蔚华

顺丰股价虽然最近震荡走低，不过，在资本市场上却动作频频。近日，香港联交所披露，顺丰控股旗下的杭州顺丰同城实业股份有限公司向港交所主板提交上市申请。

烧钱之下巨幅亏损

如果你叫过麦当劳的外卖就会发现，麦当劳的外卖都是顺丰同城来配送的。天眼查信息显示，从2016年试水到2019年同城业务独立运营，顺丰同城发展速度非常迅猛。

招股书显示，2018年—2020年，顺丰同城的订单量分别为7980万笔、2.1亿笔、7.6亿笔，复合年增长率为208.7%。

过去三年，顺丰同城营收大幅增长，可是该公司也持续高投入和伴随着的巨额亏损。该公司三年内净亏损分别为3.28亿元、4.70亿元、7.58亿元。

群雄争霸抢占市场

为什么顺丰同城如此亏损，却还要继续大幅投入呢？市场的持续增长是一个重要因素。艾瑞咨询的报告指出，2024年中国即时配送服务行业的年订单量预计将增至643亿单。

在这个赛道上，已经群雄争霸，火药味十足。众所周知，美团和阿里巴巴的饿了么占据了市场的头两位，而京东系的达达集团去年成功登陆纳斯达克以后，获得更多资金支持。

在美团、闪送等玩家也在不遗余力地争夺版图，闪送在今年4月宣布获得1.25亿美元第二轮融资。

“烧钱”投入使得该公司成本开支不少。在成本支出中，骑手费用占到大部分。

招股书显示，2018—2020年，顺丰同城在骑手外包开支上支出10.5亿元、21.1亿元和48.6亿元，占营业成本比重分别为85.4%、86.4%和96.6%。

顺丰同城也意识到亏损状况，不过“烧钱”的措施还会继续，该公司在招股书中承认，随着同城配送市场竞争不断加剧，公司将有可能增加营销资源。

很显然，顺丰同城已经做好了大战的准备。该公司在招股书中称，此次上市募资金额将主要用于以下方面：顺丰同城计划优化系统，改进场景骑手融合调度及智能订单分发及智能运营优化。

有业界专家表示，同城即时配送领域正处于行业上升期，至少有三到五年的快速发展期，这就是为什么企业愿意不断加大投入来争夺份额。

在这场竞争中，谁能从中占据一席之地。那广誉远的发展能满足市场的期待吗？事实上，广誉远的发展可谓相当坎坷。尽



快递分拨中心的工作人员在工作中 新华社发