

财眼



眉笔每克售价1222元 比价“没输过”的毛戈平撤回IPO

近日毛戈平化妆品股份有限公司(下称“毛戈平”)申请撤回发行上市申请文件,上交所官网显示其IPO状态为终止。撤回发行上市申请的同时,毛戈平斥资5.93亿元拿下了杭州的一宗商业用地,并在年初成立了一家注册资本达5亿元的公司。

■新快报记者 陆妍思

自主品牌营收占比过高

公开资料显示,毛戈平本人是中国化妆界的标志性人物,先后为多部电影、电视和舞台剧进行化妆造型设计,其中最著名的代表作是刘晓庆在电视剧《武则天》中的妆容。随后,毛戈平进行创业,先后创办了毛戈平形象设计艺术学校以及彩妆品牌MAOGEPING。

招股书显示,2020年至2022年,毛戈平公司分别揽得8.82亿元、14.31亿元、16.82亿元的收入。同期,毛戈平公司归属于母公司股东的净利润分别为1.98亿元、3.27亿元、3.49亿元。

毛戈平公司收入主要来源于MAOGEPING、至爱终生两大品牌以及化妆培训业务。近年,公司对以创始人毛戈平名字命名的MAOGEPING品牌依赖愈发严重,2020年至2022年,MAOGEPING收入占公司总营收的占比分别为87.57%、90.95%、95.24%。相比之下,毛

戈平公司来自至爱终生品牌的收入占总营收的比重从2020年的4.6%下滑至2022年的1.76%;同期,化妆培训业务录得的收入对公司总营收的贡献度从2020年的7.11%下滑到了2.79%。

广告宣传三年花费超6亿

除了自主品牌营收占比过高外,毛戈平另一个被诟病的是轻研发重营销。招股书显示,2020年至2022年,毛戈平公司的研发投入分别为1067.04万元、1370.3万元、1456.2万元。虽然金额逐年上升,但研发投入占公司营业收入的比例却一路下滑,分别为1.21%、0.96%、0.87%。截至2022年末,毛戈平公司共有44名研发人员,占员工总数的比例为1.43%。而且毛戈平尚未建设自身的化妆品生产设施。毛戈平公司在招股书中指出,其产品生产主要通过委外加工模式进行,这也导致了公司可能存在产

品供应不足的风险。

与之相比,2020年至2022年,毛戈平共计在广告费及业务宣传费上砸了超6亿元。

有网友评论称,难怪MAOGEPING卖得贵。220元一支的眉笔、300元一盒的散粉、240元一支的唇釉……在此前花西子“79元眉笔”事件的各种比价当中,MAOGEPING从来“没输过”,各类产品定价几乎都位于国货美妆价格带的顶端,可比肩国际一线大牌,其中眉笔折合每克售价高达1222元。

或为扭转轻研发重营销的风评,毛戈平从去年开始增加研发方面的投入。去年4月,毛戈平旗下的子公司以1229万元拍下杭州钱塘智慧城的工业用地,开建毛戈平美妆研发工厂。此外,去年10月,毛戈平通过子公司成为华美康妍(苏州)生物科技有限公司三大股东之一,持股比例为14.14%。

纽曼思五度递表港交所 毛利率超70%

对标原料供应商品牌同质价更高

新快报讯 记者张晓菡报道 招股书多次失效,但纽曼思健康食品控股有限公司(下称“纽曼思”)仍坚定向港交所迈出步伐。近日,保健品企业纽曼思第五次向港交所递交招股书,拟冲刺港交所主板。据悉,纽曼思的主营产品是有“脑黄金”之称的藻油DHA,然而,纽曼思不是DHA的生产商,而是DHA的“搬运工”,依托海外代工,纽曼思成功规避了厂房建设等费用的支出,近几年毛利率高达70%以上。

对生产过程无法绝对控制

纽曼思产品主要分为五大类别,包括藻油DHA、益生菌、维生素、多维营养素以及藻钙产品。

2020年—2023年上半年,纽曼思分别实现营收2.42亿元、3.38亿元、3.67亿元及1.92亿元,净利润分别约为0.83亿元、1.2亿元、0.88亿元及0.77亿元。其中,DHA

是纽曼思的重要业绩支撑,产品销售额占比逐年走高,2023年上半年已占到总收益的93.5%。

纽曼思所销售的藻油DHA并非自家生产,而是依赖进口及代工。新快报记者注意到,在纽曼思的供应商中,新西兰产品供应商A和美国供应商D是两家负责加工DHA成品的公司。然而,A并不是新西兰公司,而是一家从事进口食品和营养保健品原料分销,并为进出口产品提供合约制造服务的中国公司。A安排新西兰工厂将DHA加工为成品后,再交付予供应商C进行包装。美国供应商D则直接将DHA成品出售给电商公司。

因此,纽曼思对藻油DHA成品的质量、新西兰加工公司的生产及制造过程,均存在无法绝对控制的风险。此外,纽曼思还存在供应商较为集中的风险,其向前五大供应商作出的采购额总数均在当期采购总额的90%以上。

同规格产品售价较高

依靠这套做“搬运工”流程,纽曼思成功规避了厂房建设和大量员工工资等费用支出。截至最新版招股书,纽曼思仅有46名雇员,其中高管9人、营销12人、财会4人、行政及HR4人、物流17人。纽曼思的支出大头在销售费用上。2023上半年,其销售及分销开支为4485.2万元,占总营收的23.35%,这个比例也高于过去几年。

员工少、没厂房,纽曼思的毛利率非常可观。2020年—2023年上半年,其毛利率分别为72.8%、73.0%、74.4%、75.8%。这或与纽曼思产品售价较高有关。从淘宝价格来看,同样含量的200毫克DHA60粒一瓶装,纽曼思旗舰店售价为426元,产品详情显示,原料供应商为荷兰皇家帝斯曼。但美国life'sDHA作为荷兰皇家帝斯曼旗下商标,原材料也来自帝斯曼,同规格产品售价仅为265元。澳洲bio island的类似规格产品价格则不到200元。

违规私自荐股 方正证券研究所所长开年遭警示

新快报讯 记者涂波报道 新年伊始,方正证券研究所所长刘章明就因提前泄漏研报内容、违规私自荐股等问题,被证监会出具警示函。据不完全统计,今年第一周,监管部门已向证券公司及其从业人员开出6张罚单。

湖南证监局近日披露的涉及方正证券的两张罚单中指出,方正证券在开展发布证券研究报告业务过程中,存在发布证券研究报告前泄露证券研究报告内容和观点的情形;个别证券分析师向客户违规私自荐股;个别员工在未取得证券分析师资格情况下,未经审核公开发布研究观点,造成不良影响。同时,方正证券研究所所长刘章明因负有领导责任及个人还存在向客户违规私

自荐股的情形,被出具警示函。

昨日,新快报记者就员工私自荐股是否从中牟利,提前泄露证券研究报告内容是否影响公司股价等问题致电并发邮件给方正证券,截至发稿对方尚未回复。

中证协官网资料显示,刘章明有着十余年的相关从业经验,曾在申万宏源、安信证券等券商担任分析师。2016年加入天风证券,出任研究所副所长、商社行业首席分析师,被业内称为“消费一哥”。2023年5月,刘章明出任方正证券研究所所长。

据新快报记者了解,去年9月,刘章明在接受媒体采访谈及公募基金行业费率改革时说,监管部门对于公募基金费率改革提出了高质量发展的要求,而

券商研究所的发展也要顺应这样的方向。对于公募基金而言,未来会更加看重券商的综合服务能力。公募佣金费率的下降,并不意味着市场参与者未来收入一定会等比例下降,但会导致市场份额向中大型综合类券商集中的头部化趋势。

监管层对证券公司的“严监管”日趋常态化。据不完全统计,2024年才过去短短一周,监管层对证券公司的相关处罚已有6宗,涉及券商机构的招股书改动、业绩预测审慎性、内控规范性等,其中包括对两个IPO项目“一撤了之”后的追责,涉及中信建投保荐的芯天下和民生证券保荐的华智融,发行人、保荐券商、多名保代等被点名。

“薅佣金”现象再被严监管

新快报讯 记者林广豪报道 近日,国家金融监督管理总局东莞监管分局制定出台了《国家金融监督管理总局东莞监管分局关于进一步防范人身保险佣金套利风险的通知》(下称《通知》),从多个方面对人身保险公司防范不当激励导致的佣金套利风险提出要求。至此,东莞成为全国首个出台防范佣金套利风险规范性文件的地级市。

套佣损害消费者权益

据了解,佣金套利是指人身保险销售人员(销售团队)利用保单退保现金价值、佣金以及各项业务、团队现金性奖励费用之和超过当期保费所形成的价差,从中赚取不当收益的行为。业内还有专门的团队利用“自保件”进行套利,引发监管关注。

业内人士表示,保单套利亦称套佣,鼓动客户非正常退保,甚至恶意投诉,不仅扭曲了消费者对保险功能及保险行业的认知,还给公司造成直接的经济损失,且投诉率升高,保单继续率降低。在“开门红”期间,各公司启动高额佣金激励模式,更容易给代理人有机可乘。

《通知》明确提出,人身保险公司向各保险代理机构、保险经纪机构支付佣金及手续费的,当期支付的佣金及手续费不得超过当期保费,这将有利于推动保险公司加强全渠道管理,切实防范因“短期激励、规模导向”产生的佣金套利问题。

佣金发放长期化

记者留意到,该风险规范已是行业所趋。2022年10月,原北京银保监局印发专项文件,加强人身保险销售行为管理防范佣金套利风险。

去年9月,广东省保险行业协会发布《广东人身保险公司重点关注信息共享办法》,要求各人身险公司重点关注销售从业人员信息,包括疑似参与或组织“团队套利”的销售从业人员。业内人士认为,在行业层面对有保险套利风险的人员和机构数据进行共享,有利于在源头拦截有违法动机的人员。

对于如何预防“保单套利”投机行为,北京德恒(广州)律师事务所高级合伙人何伟等人指出,保险公司应逐步完善其企业合规体系建设。一是完善保险佣金的发放时间、分配比例,削弱保险佣金的短期高利性,转向针对性更强的佣金分配机制。例如,可以采取“大小年”的分配方式(一年分得多,下一年分得少),保险佣金不在前两三年全部发放完毕,合理分摊到保险交易达成后的5~8年。同时大幅度提高保单维持率的考察,将保单维持年限与佣金分配年限相协调。二是在劳动合同、代理合同中增加有关预防“保单套利”的专项条款,对一定层级的工作人员及保险营销员普遍设置竞业禁止或限制条款,设置一定金额的违约金。