

共享单车一地鸡毛 上海凤凰收回ofo近2800万欠款

证券时报记者 陈丽湘

一场共享单车盛宴的昙花一现,如飓风过境冲击着传统自行车市场,现如今还剩下阵阵余风未消。所幸,凤凰牌单车与ofo之间的买卖合同纠纷已达成调解协议。

收回2800万欠款

1月11日晚,上海凤凰600679公告称,公司子公司凤凰自行车与东峡大通6fo运营主体(的买卖合同纠纷,已获得北京市第一中级人民法院的民事判决书。这距离上海凤凰2018年8月份起诉东峡大通,约5个月左右。

此前,上海凤凰请求法院判令东峡大通支付货款6815.11万元,并赔偿逾期付款违约金186.52万元、支付律师费和担保费等20万元及承担受理费、保全申请费等诉讼费用。

以上诉求均得到法院的支持,法院要求东峡大通十日内交付凤凰自行车货款及利息损失、律师费等。

后经法院主持调解,双方达成调解协议:包括结清货款、律师费、利息等在内,东峡大通共应付凤凰自行车7191.61万元;同意法院划扣东峡大通被冻结款项2804.05万元并支付给凤凰自行车,剩余款项分期支付。

目前调解书已经生效,凤凰自行车已于近日收到法院划转的东峡大通被冻结款项2792.61万元。

资料显示,上海凤凰持有凤凰自行车51%股权,后者的业绩计入上市公司的报表范围。2018年上半年,凤凰自行车实现营业收入4896万元,净利润294万元,净利润仅2017年上半年的三成左右。

上海凤凰称,本次判决后,公司子公司凤凰自行车收回了部分应收款项,并就剩余款项与东峡大通达成执行和解协议,有效降低了应收款项的风险,亦将对上市公司损益带来一定的积极影响。

回顾过去两年,ofo的快速发展与衰落,直接牵动着上海凤凰的业绩坐上了过山车。

“成”也ofo

拥有120年历史的“凤凰牌”自行车母公司上海凤凰,在传统自行车市场需求连年疲软的背景下,2003年至2015年连续十三年扣非归母净利润为负,是2016年刮起的自行车共享经济风给了它扭亏的希望。

2017年,上海凤凰在众多共享单车品牌中脱颖而出的ofo和摩拜之间选择了前者。2017年5月份,ofo运营方东峡大通和上海凤凰的子公司凤凰自行车签署了战略合作协议,东峡大通抛出一年内提供总量不低于500万辆自行车的采购计划。

500万辆并非小数目,它是2016年全国自行车总产量8005万辆的6%。当时经过上海凤凰测算,若按照2016年度的运行情况,协议约定的500万辆采购量将给凤凰自行车带来约4000万元的收益。这几乎相当于上市公司2016年全年的扣非净利润。

双方的合作一度被市场看好。根据协议,凤凰自行车及东峡大通合作生产“ofo&凤凰牌”共享单车,贴上“凤凰”商标,主要投放在北京、上海等城市及其周边地区。凤凰自行车为东峡大通落地海外提供营销渠道、物流等方面的支持。双方还同意共同筹建共享单车华东地区品质管理中心。

凤凰自行车大力宣传此次合作,其在签订协议一周后,公司成立120周年的庆典上正式宣布全面布局共享单车。会上,凤凰自行车还展出了一款据称已经被ofo选中的新产品。

很快,ofo的采购计划就落地实施了,这为上海凤凰的业绩注入了一剂猛药。

协议签署不到两个月时间,上海凤凰的2017年半年报已有所凸显:实现营收7.98亿元、净利4289.43万元,同比分别增长180%、152%。报告期内,上海凤凰共销售各类自行车整车约300万辆,其中ofo共享单车约130万辆,后者占比超过三成。

2017年,上海凤凰的自行车产销量大增,全年生产自行车505.22万辆、销量505.3万辆,同比增长逾七成。上海凤凰在年报中表示,这主要是ofo订单的影响。

这种情况下,上海凤凰全年业绩也得到明显提振,实现营业收入14.28亿元,同比增加126.63%;归属于上市公司股东的净利润7682.41万元,同比增加45.26%,是上海凤凰二十年来的最好成绩。

凤凰单车的业绩猛增只是传统自行车行业的一个缩影。国内不知有多少传统自行车制造厂重新操起了旧业。

根据国家统计局及工业和信息化部发布的数据,2017年,快速发展的共享单车带来的投放需求给自行车行业带来了大量生产订单,全年两轮脚踏自行车累计完成产量5898.8万辆,累计同比增长24.51%;全国规模以上自行车制造企业累计主营业务收入1657亿元,同比增长14.9%。

“败”也ofo

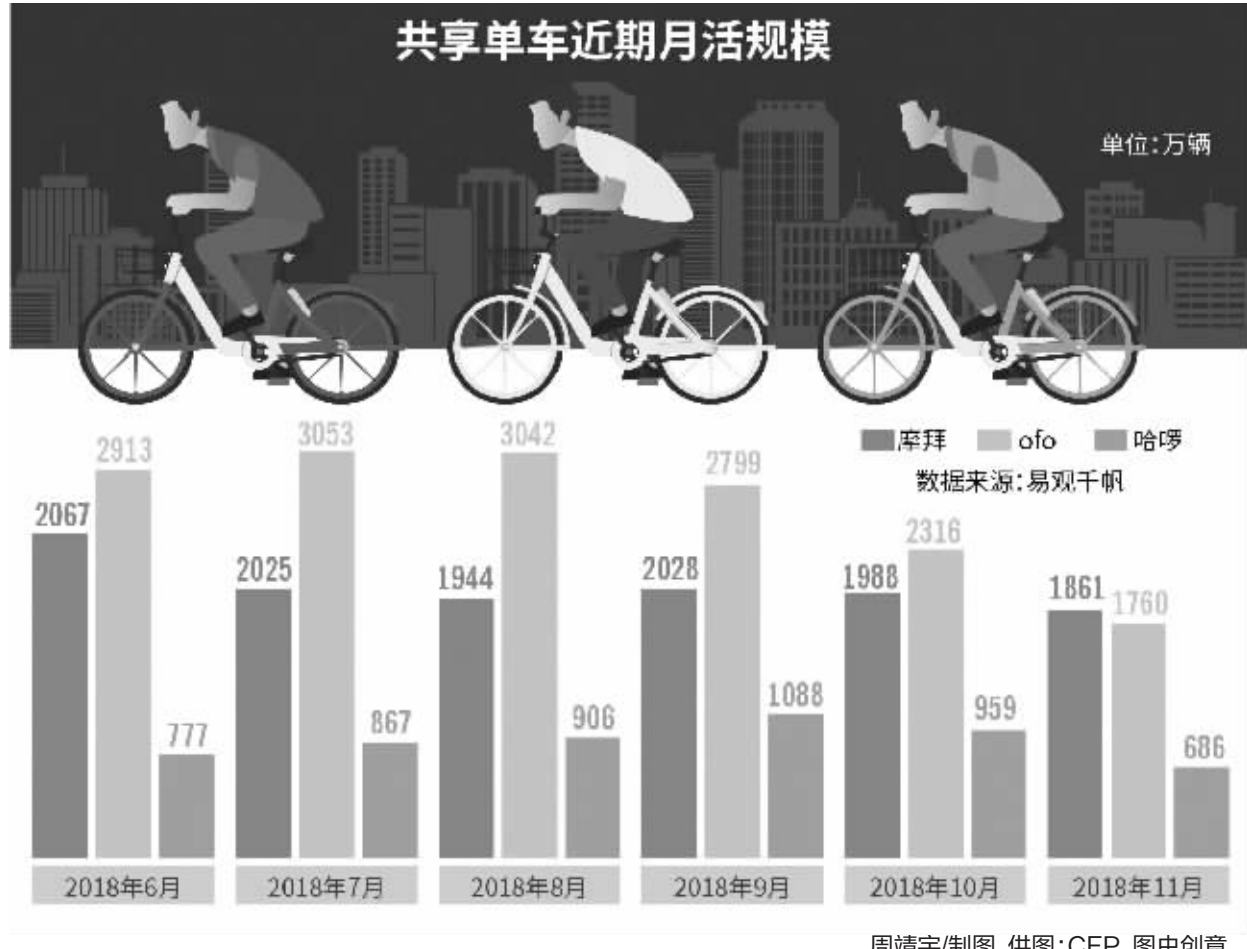
但共享单车这场风,来得快去得也快。

2018年一季度,上海凤凰业绩腰斩,营收1.64亿元,同比下降42.75%;净利润508万元,同比下降51.39%。

2018年5月5日,是凤凰自行车与东峡大通签订合作协议一周年的日子。上海凤凰公告称,凤凰自行车向东峡大通及其关联公司提供各类自行车产品186万辆,实现销售收入6.37亿元。也就是说,ofo向上海凤凰采购500万辆共享单车的计划,最后只完成了三成。

上海凤凰对此解释称,战略合作未及预期的主要原因系政府部门对共享单车的监管及共享单车实际投放情况对共享单车的投放需求带来影响,东峡大通减少了实际采购数量。

共享单车订单大幅减少,直接影响了上海凤凰的业绩。2018年半年报,其营收净利双双同比下滑逾50%。2018年前三季度,上海凤凰营业收入6.15亿元,净利润为



2668.72万元,后者回到了与ofo合作前的水平。

另外,除采购量不及预期外,ofo还拖欠凤凰自行车的货款。公告显示,截至2018年8月份起诉之日,东峡大通仍欠凤凰自行车货款逾6800万元,直至此次通过法院达成调解协议。

如今,除催收ofo欠款外,上海凤凰又面临着与两年前同样的问题:寻找盈利增长点。

受共享单车订单萎缩影响,自行

车和零部件企业面临产能过剩和开工不足的问题,自行车制造企业又回到了2016年之前的疲弱状态。并且,共享单车企业退出导致拖欠账款的现象时有发生,相关企业的经营风险甚至比之前还高。

共享单车的大订单带来的冲击,不止是自行车行业产能过剩的问题,还包括对传统自行车利润空间的挤压。根据相关统计,2017年全国规模以上自行车制造企业在实现全年营业收入同比增长14.9%的同时,利润总额同比下降了1.2%,其中两轮脚踏自行车的利润总额同比下降了9.17%。

上海凤凰在2018年半年报中坦言,尽管共享单车快速发展给行业带来了不少订单,但也给传统代步车的销售带来冲击,行业的盈利水平未得到有效提升。对此,上海凤凰的做法是,加大产品结构调整力度,推动公司产品体系向以“运动、休闲”为主要诉求的中高档产品发展。

汽车消费激励政策 宜有长远眼光

证券时报记者 刘凡

2009年,在金融危机肆虐期间,我国及时出台了汽车家电下乡等拉动消费刺激经济发展的政策,成为中国车市发展史上的一份集体记忆。10年后,国家发改委表态研究重启家电汽车下乡,支持居民合理消费、绿色消费、升级消费。一切是那么熟悉,还是原来的配方和味道。一切又是那么陌生,因为中国的车市已非当年。

2008年至今,我国的汽车行业可谓经历了惊天的巨变。据统计,2008年,中国汽车的销量是938万辆,到2018年,这一数字已经达到了2780万辆,接近10年前的汽车销量的3倍。在汽车保有量上,据公安部统计,2008年,我国私人机动车的保有量为1.29亿辆,其中私人汽车保有量是4173万辆。而在2018年,私人机动车保有量为3.27亿辆,私家车的保有量达到1.89亿辆。

当中国人的汽车保有量已经达到一定规模,再想要保持之前的增速恐怕是难上加难。中国汽车流通协会曾发布报告显示,2018年我国汽车销量是美国的1.6倍,是欧盟15国的1.7倍,是日本的5.5倍。2018年全球汽车消费的每三辆汽车中,就有一台是中国消费者购买的。因此中国汽车流通协会会长沈进军曾分析认为,进入2000年以来,中国汽车产业经过20年的高速发展,现在汽车保有量已经位居全球第二位,这意味着汽车行业的成长空间本身就不大。而国外发达国家的汽车市场都是有周期性的。所以,2018年汽车市场的下行,从另一个角度看,应该说是汽车市场进入了成熟期。当前居民购买汽车的热情,恐怕未必如2009年那样迫切。

中国曾出台了针对汽车工业的政策,如“汽车购置税减半”、“购买节能汽车享受补贴”等,这些政策曾产生了直接的刺激作用,如2016年中国1.6L及以下汽车销量增长21%。而从汽车消费行为上,当前,北上广深以及杭州等多个城市,都采取了限牌等政策,但对新能源汽车、智能网联汽车等开了“绿灯”。因此,政策导向上,国家其实是在鼓励产业转型升级。

因此,与其感叹当前车市遭遇的寒冬,不如理性看待车市增速放缓这样一个自然而然的进程。因为中国车市正在经历从低数量向高质量发展的转变。对于车企而言,与其担心如何新增市场,不如想想,如何进行转型升级,或者从亿级的复购用户中挖掘商机。毕竟,过亿的私家车保有量,车辆的维护、更新、保养、服务是个更庞大的市场,也是车企完全可以进行二次挖掘的富矿。

有人曾将传统汽车的未来与手机对电脑、相机产业的替代相提并论,但在笔者看来,这种看法未免过于悲观。的确,从汽车的增长率来看,汽车的销量的增长率呈现出明显的周期性特点,波动比较大,但是整体来看,是无限庞大的,笔者恰恰认为,只要没有出现类似私人飞行器一样的革命性的交通工具出现,人们将依然依赖于汽车,那么汽车行业就会作为一种刚需性行业一直存在。只是在产业的转型升级中,行业的结构和秩序都在发生变化。龙头企业要时刻有忧患意识,应对市场变化作出调整。无论是逆势增长的新能源汽车,还是当前在进行商用探索的无人驾驶网联汽车等,都是汽车行业在寻求新求变的体现。

另外值得一提的是,回顾10年来我国的汽车消费激励政策变迁,会发现,短期的刺激效应很明显,但在长期性和稳定性上往往欠缺考虑。记得曾有汽车行业人士对笔者感叹,一些政策注重短期刺激,但变来变去,导致车企和行业都有些无所适从,结果给车企带来了销售压力。因此希望这次的激励政策,能目光长远,宜长不宜短,从而真正促进行业的长期、健康、稳定地发展。

进军上海步伐加快 支付宝22.6亿元向陆家嘴购房

证券时报记者 刘灿邦

关于支付宝总部迁往上海的声音一直未曾停歇,去年底,有媒体援引蚂蚁金服人士的消息称,蚂蚁金服2019年将迁往上海,不过这一传闻并未获得官方的确认。

11日晚间,陆家嘴600663公告称,公司与支付宝公司签署了浦东金融广场2号办公楼的《销售合同》,支付宝挺进上海的步伐似乎又快了一步。当记者问及上述办公楼用途时,蚂蚁金服方面仅回应称“确认会用作支付宝的办公场地”。

22.6亿元卖楼

陆家嘴公告显示,公司根据与蚂蚁金服、支付宝公司签署的《合作协议》等相关法律文件,于2019年1月

10日与支付宝公司签署了浦东金融广场2号办公楼的《销售合同》,将该办公楼转让给支付宝公司。

据悉,这一转让暂定总价为22.62亿元,在支付宝公司完成款项支付后,陆家嘴将交付上述办公楼。陆家嘴称,交易完成后,预计实现归属于母公司净利润约5.8亿元,将对公司2019年经营业绩产生积极影响。

事实上,早在6年半以前,上述办公楼的未来归属权就已确定。2012年5月29日,蚂蚁金服、支付宝公司通过与陆家嘴签署《合作协议》等相关法律文件,预定浦东金融广场2号办公楼,并且各方约定待该办公楼具备预售条件后,再签署正式的办公楼预售合同。

浦东金融广场2号办公楼位于上海市浦东新区南泉北路447号,计容面积约4.8万平方米。按照上述协议和合同,部分交易款项已分期完成支付;目前,该办公楼已具备预售条件。记者注意到,半年前,陆家嘴已将浦东金融广场1号办公楼转让给了泰康人寿。2018年6月27日,陆家嘴与泰康人寿所控制的东干实业签署《备忘录》,双方拟进行购楼预结算并交付房屋。

付;泰康人寿最初签约时间在2011年12月,相比支付宝公司也早了半年。

支付宝双总部?

陆家嘴一纸公告背后揭示出支付宝公司挺进上海的步伐又快了一步。实际上,去年底就有媒体报道,蚂蚁金服资深人士表示,蚂蚁金服预计2019年会将总部迁到上海,实行杭州、上海双总部的运营模式。

媒体此前报道进一步显示,支付宝一直是双总部运营模式,杭州、上海各自承担类似重要业务,购买预售办公楼,是为满足上海总部日益庞大的业务需求。

记者在向蚂蚁金服方面了解购买浦东金融广场2号办公楼一事时,蚂蚁金服仅表示,该办公楼“确认会用作支付宝的办公场地”。

