

# 纺织服装公司争相接入互联网+

## 七大模式迎来估值修复

□本报记者 张玉洁

■ 公司点评

### 报喜鸟 小鱼金服有看点

报喜鸟今年年初出资5000万元设立报喜鸟创投,主要投资于大市场和互联网产业及健康、教育等领域,目前已经投资小鬼网络(九块九包邮导购APP)、仁仁科技(聚焦大学生的“仁仁分期”)电商兼职信用数据平台)和小鱼金服(温州货+口袋理财)。公司表示,互联网金融将作为公司第二主业,进行重点投资。

目前,公司的主业看点是搭建时尚品牌平台和C2B大众定制业务。公司表示,从当前经营态势来看,主品牌稳健,HAZZYS发展很快,量体定制业务呈现稳定增长,上海、北京业务回升符合预期。公司未来资源将聚焦报喜鸟主品牌和HAZZYS,打造聚集时尚品牌的零售平台。

申万宏源研报认为,公司围绕“小鱼金服”,正构建包括网络渠道、大数据、虚拟信用平台在内的互联网金融圈。小鱼金服目前生态圈包括P2P软件开发商、老牌P2P平台、私募中介公司、二手车行、资讯网站等,未来将形成集温州货、口袋理财、众筹服务、互联网征信、大数据服务商、第三方支付为一体的闭环,预计短期外延重点在第三方支付软件。温州货是聚集二手车抵押的全国前十大P2P平台,口袋理财是上海最大的大众理财移动端APP。未来看点在于:报喜鸟参股小鱼金服后,资产端有望丰富化,运营端下半年将发力营销推广。此外,仁仁分期、小鬼网络有望成为引流渠道。总之,公司服装主业企稳,未来将聚焦C2B定制业务,第二主业互联网金融生态圈雏形已现,未来仍有外延预期。

### 罗莱家纺 布局智能家居

5月20日,罗莱家纺与深圳迈迪加签署投资意向书,拟通过下属子公司南通罗莱商务咨询有限公司以29,316,878元投资迈迪加,占股21.38%,成为迈迪加第一大股东。此外,罗莱家纺全资子公司南通罗莱商务咨询有限公司计划使用自有资金人民币5000万元,投资设立全资孙公司南通罗莱智能家居科技有限公司”。

在家庭大健康以及传统家纺市场挖掘空间有限的背景下,公司率先切入智能睡眠领域,有利于家居行业消费升级、更新换代以及需求扩张。公司从年初开始已展开了一系列战略部署,此次入股智能睡眠健康行业新秀迈迪加,设立全资孙公司专注智能化系统设备、家居产品的研发、生产与销售,表明公司在智能家居领域的布局已全面展开、正式落地。

长江证券研报认为,深圳迈迪加推出了多款创新性睡眠监测产品,而罗莱家纺是国内家纺行业龙头企业,拥有完善的营销网络和丰富的渠道资源,双方强强联合,将在用户资源、推广资源、金融渠道、品牌等方面进行资源协同,开展数据共享、合作销售、品牌授权、产品合作研发等多方面具体业务合作。通过投资迈迪加,公司将占据“智能卧室生态系统”的关键位置,以此为起点,未来通过一系统投资、战略合作或其他方式,逐步“占领”卧室,并向其他家庭区域的智能化方向进军,发展空间巨大。

### 贵人鸟 打造体育消费生态圈

贵人鸟日前发布公告称,公司与中国大学生体育协会、中国中学生体育协会、山西传媒学院、虎扑(上海)文化传播股份有限公司、尤尼斯(北京)体育文化传播有限公司签署相关合作框架协议,拟分别成立针对校园体育赛事的视频制作公司、体育经纪公司和赛事运营公司。

券商分析师认为,本次框架协议的签署有利于公司赢取有限的体育产业资源,为此后通过广告、经纪、体育用品等完成最终变现创造渠道,同时有利于促进我国校园体育的发展,符合国家政策的导向。不过,本次签署的仅为框架性协议,且我国目前学校体育赛事开发欠缺,预期实现生态布局还需要较长时间。

公司自2014年以来通过多项对外投资,确定了以体育服饰用品制造为基础,多种体育产业形态协调发展为核心的发展战略。2014年12月,公司联合中欧盛世共同成立贵欧并购投资基金,丰富公司体育产业并购资金渠道;2015年1月,公司间接参股虎扑体育并建立战略合作伙伴关系,同时合作成立20亿元体育产业基金,形成公司线下体育产业资源和虎扑体育线上流量资源有效商业化的双赢局面;2015年4月,公司与西班牙专业足球经纪公司合作,整合欧洲足球产业资源,开拓国内职业体育经纪业务。

长江证券研报认为,公司连番动作充分利用既有整合资源,将实现向体育产业价值空间的进一步深层次挖掘。未来公司有望完成以体育用品制造、体育服务和体育娱乐运营相结合的多层次布局,成为领先的体育产业化集团。通过上述布局,公司体育产业再上台阶,已具备体育产业龙头气质,并且未来还将围绕“失大型运动项目”进行持续布局,方向聚焦于体育资源类及产品类。(张玉洁)

前期一直处于价值洼地的纺织服装类上市公司,面对牛市的风口,现在也开始主动“逆袭”,并购转型的步伐呈现加速迹象。

近期多家纺织服装上市公司公告重大事项,层出不穷的转型事件与预期成为股价飙升的“助推器”。据统计,最近三个月,纺织服装板块单月涨幅均超过20%,整体跑赢大盘,板块滚动市盈率达到50倍。因为市值小、主业缺乏爆发式增长,纺织服装类上市公司历史上就一直是并购重组的高发地带。与往年单纯借壳不同,今年相关公司转型大多围绕“互联网+”、跨界并购等“风口”而动。

多位券商分析师指出,经过几年的去库存后,纺织服装企业业绩有望在今年见底,但行业基本面尚未全面复苏。不过,牛市背景下,行业内龙头公司的转型升级和跨界并购将是推动板块上涨的主旋律,其中互联网+将是贯穿全年的主题。

### 行业成长逻辑生变

服装行业正面临着“线下尴尬”和“线上火爆”的局面,基本面仍差强人意。一季报显示,尽管营收和净利润实现同比增长,但增长率较去年同期有所下降,行业内重点公司业绩略低于预期。另外,一季度出口订单和去年四季度相比虽有所改善,但整体情况依然较差。

4月份,服装类商品零售额同比增长1.4%,增速较上年同期略微高出0.1个百分点,相比3月份增速呈现明显回升,高出5.7个百分点。分析人士指出,尽管4月份数据有所好转,但受经济增速放缓以及消费大环境尚未完全回暖的影响,国内服装终端市场需求尚未完全恢复。此外,线上消

中国证券报记者梳理今年案例发现,服装企业接入互联网+的模式较为多样,以互联网金融、并购电商平台、收购电商服装品牌、体育产业、智能家居、线上定制、移动互联社交等七大方向为主。

互联网金融目前无疑是最时髦的“互联网+”主题。仅以P2P行业为例,据不完全统计,目前已有超过60家上市公司公告通过自建、入股、收购的方式,参与到了P2P网贷行业中。中国证券报记者梳理发现,服装上市公司中目前已经有报喜鸟、嘉欣丝绸、七匹狼等公告通过入股等方式参与到互联网金融与供应链金融业务中。

报喜鸟5月12日发布公告称,公司全资子公司报喜鸟创投与公司副董事长兼总经理周信忠共计出资5500万元与多家互联网金融公司合资设立小鱼金服,持有其10%股权。小鱼金服目前运营的产品为P2P平台温州贷和口袋理财,未来小鱼金服将形成集温州货、口袋理财、众筹服务、互联网征信、大数据服务商、第三方支付为一体的闭环。在此次入股小鱼金服之前,报喜鸟已经通过投资仁仁分期和永嘉恒升村镇银行开始涉足互联网金融领域。报喜鸟董事长吴志泽近期与投资者交流时表示,公司未来将和更多的互联网金融公司进行战略合作,力争将互联网金融打造成第二主业。

由于行业转型事件频发,机构加大了对纺织服装类个股的调研和布局。一季度,海澜之家获6家机构新进,社保基金108组合增持1399万股;雅戈尔获社保基金106组合新进1760万股。

银河证券建议关注三类纺织服装股:一是具备转型预期和前景的质地优良公司,这类企业无论在战略、管理上,还是在业绩、资金等方面,都具备相对优势,收益空间较大,主要标的包括九牧王、奥康国际、七匹狼、探路者、罗莱家纺、富安娜等;二是朗姿股份、华斯股份、美欣达、棒杰股份、宏达高



CFP图片

## 服装公司争设并购基金

□本报记者 戴小河

服装行业转型、调整和升级之路正在向纵深发展,企业除了内部优化提升之外,越来越多利用资本手段对外寻找新的业务突破口和增长点。自2014年以来,随着政策红利的释放以及资本市场的升温,A股上市公司开始更多地通过参与设立产业并购基金来寻找新的增长点。今年以来,这种态势随着并购市场的进一步活跃而越发明显,服装企业也不例外。

### 借并购基金跨界转型

受欧美经济低迷、国内银根紧缩以及行业早年粗放扩张留下隐忧等多重利空因素的压制,中国的纺织服装行业自2011年便进入了寒冬,企业停产甚至倒闭成为常态。A股市场的纺织服装板块也呈现出跌跌不休的状态。可喜的是,眼下不少纺织服装类上市公司正积极推进资本并购战略,希望跨界转型重新焕发生机。

4月16日晚,家纺龙头罗莱家纺发布公告称,与和而泰牵手,进军睡眠健康监测与咨询、大健康等领域。5月19日,公司又称,将出资2亿元与加华裕丰合作设立产业投资基金,布局大家纺、大家居产业链。两天后,公司再发公告,向迈迪加投资2900万元,开启向智能家居企业资本运作的途径。

雅戈尔则将目光转向大健康产业,设立健康产业基金。雅戈尔3月6日晚发布公告称,公司及下属公司决定以现金出资10亿元设立健康产业基金。该基金主要针对大健康产业处于成长期、扩张期、成熟期,具有良好的行业发展前景和极具并购价值的企业进行股权投资;并关注优秀上市公司的定增机会,以及医疗健康产业国有大中型混合所有制改制重组的投资机会。

探路者则设立体育产业并购基金和旅游创投基金。探路者1月28日晚公告,公司、公司全资子公司天津新起点投资管理有限公司、江西和同资产管理有限公司拟共同发起设立总规模为人民币3亿元的探路者和同体育产业并购基金。基金将专注于投资体育垂直类媒体和大众体育赛事相关领域的企业。七匹狼设立消费类投资基金。

七匹狼于2014年11月19日公告称,为推进公司战略升级,利用专业优势团队推进公司投资步伐,公司拟与弘章资本合作发起境内人民币基金,投资于境内消费零售类大中型企业。该基金主要投资于消费品牌企业、连锁经营、零售企业以及互联网相关企业。投资行业包括但不限于服装、配饰、食品、饮料、餐饮、超市等大消费行业。

凯撒股份设立互联网文化产业基金。凯撒股份于2014年3月10日公告,公司将发起设立专项产业基金,作为公司产业并购整合的平台。发起设立的基金名称为深圳前海凯撒创业投资有限公司,成立后的目标公司作为对外投资主体,主要从事服饰、文化等产业股权投资或债权投资及相关顾问业务。

### 多数企业基本面回暖

2014年下半年以来,受益于扩大内需政策和居民消费结构升级,纺织服装行业基本面有所回暖。据中华全国商业信息中心的统计,2015年一季度全国百家重点大型零售企业服装类商品零售额同比增长3.9%,增速较上年同期高4个百分点;出口贸易额为597.8亿美元,同比增长2.8%。

公司方面,2014年年报显示,两市有42家纺织服装类上市公司报告期内净利润实现了同比增长,其中同比涨幅超过100%的公司有11家,江苏三友以894.15%的涨幅领先,库港科技紧随其后,涨幅349.60%。

进入2015年,纺织服装公司的业绩持续走高。截至25日,有41家纺织服装类上市公司公布了2015年中报预告,33家净利润预喜,占比逾八成,其中百圆裤业净利润同比预增598%,美欣达、希努尔预增幅度均为153%,泰亚股份、美胜文化分别为139%和100%。

平安证券研报称,经过了几年的调整和改革,纺织服装板块业绩拐点已经显现,预计2015年行业的整体业绩增速要好于2014年,子板块的复苏顺序为:家纺-休闲-鞋类-男装-女装-户外。

### 七大模式接入“互联网+”

嘉欣丝绸的金融布局则主要围绕主业。公司高层表示,公司将以供应链金融为重点,增加投入,将传统产业与互联网、资本相结合,迎来更大发展空间。业绩预告显示,目前供应链金融已经成为嘉欣丝绸利润增长的重要组成部分。

电商平台方面,目前已有百圆裤业、森马股份等公告参与跨境电商平台建设。今年5月,森马服饰认购韩国电商ISE新发行股份451万股,合计约合人民币1.15亿元,双方或将在互联网平台方面进行合作。ISE是韩国国内提供电商服务的领军企业。2014年7月,百圆裤业以10亿元收购海淘电商环球易购100%的股份。百圆裤业今年一季度实现营收5.76亿,同比增长586.26%,其中服装收入的85%来自于环球易购。为了体现公司业务向互联网+领域全面进军,百圆裤业5月份公告表示要改名为“跨境通宝”。

搜于特则直接选择收购成熟服装电商品牌。公司目前已经陆续投资了数个电商服装品牌,布局不同细分市场。2015年3月,搜于特收购汇美集团25.2%的股权,成为其最大股东(汇美集团主要运营电商品牌茵曼和初语)。此前,公司陆续收购了慕紫服装、格致服装、纤麦服饰、欧芮儿服装等女装电商品牌。近期公司又公告称,

### 业绩大幅改善尚需时间

科等小市值公司,这些公司的弹性比较可观;三是仍然处在估值洼地的龙头公司,可重点关注雅戈尔、海澜之家及奥康国际。

还有券商分析师指出,部分纺织服装类上市公司的并购标的已经明确中短期登陆资本市场计划,一旦成功,将为公司带来一定的投资收益,这类公司也值得关注。报喜鸟公告显示,小鱼金服未来两年内将启动下一轮融资引入风投资本,并尽快实现上市(包括但不限于新三板、国内A股或境外上市)。目前报喜鸟创投与周信忠共持有小鱼金服的12.5%股份,若小鱼金

以超募资金1998万元增资广州市翎美贸易有限公司,占股约20%。资料显示,翎美贸易是一家以设计和在电商平台销售大码女装为主要业务的公司,其品牌“纤莉秀”是中国大码女装的领先品牌之一。

第四类是围绕用户群进行产业链并购,从而进军增量市场。探路者先后并购绿野网和在线旅行B2B平台易游天下,选择围绕已有用户黏性拓展上下游产业链。

第五类是家纺公司的智能家居转型。近期罗莱家纺和而泰分签署战略合作协议,共同合作研发产品,协作开拓国内外市场,通过智能家居互联网平台服务终端客户。

随着男装消费不断升级,报喜鸟、九牧王、雅戈尔和鲁泰等男装上市公司近期纷纷推出男装定制业务,主要是提供男士西装及衬衫定制。其中,报喜鸟的C2B大众化定制业务目前在国内独有,客户可线上下单,量体师上门服务,成本相对较高,但该业务模式无库存压力,同时利润相对较高。公司当前线下私人订制业务的零售额已经占到10%。

还有多家服装公司积极进入移动互联网社交领域,打造互联网生态圈。如搜于特参股微店网、华斯股份购买优舍科技30%股权进入电商3.0领域、美邦服饰上线“有范”APP等。

服装登陆资本市场,公司或将获得投资收益。搜于特公告也显示,公司战略投资的汇美服装(又称茵曼)计划在今年内向中国证监会提交A股上市申请,若汇美服装顺利上市,公司将有望成为IPO影子股的一员。搜于特近期入股的中研翰海也计划于2015年在新三板挂牌交易,如其成功挂牌,公司将获得较好回报。

不过,也有分析人士指出,尽管纺织服装类上市公司转型动作频频,并带来股价上涨,但相关并购转型能在短期内增厚公司业绩的情况不多,多数公司业绩的大幅改善尚需时间。