

皖通科技三季报遭质疑

有董事称涉嫌配合相关方低价增持

□本报记者 于蒙蒙

皖通科技10月30日晚披露三季报,公司前三季实现营收8.76亿元,同比下滑0.53%,归母净利为4492.78万元,同比下滑44.22%。其中,第三季度公司实现营收2.73亿元,同比增长6.15%,归母净利达2358.33万元,同比下滑17.32%。

值得注意的是,皖通科技董事、赛英科技高管易增辉对于三季报提出质疑,称无法保证报告内容真实、准确、完整。他指出,三季报没有提及子公司赛英科技的贡献,却一再重复赛英科技可能失控事项,涉嫌误导中小投资者和相关监管部门,涉嫌配合相关利益方为11月20日的临时股东大会低价增持筹码。皖通科技则称,易增辉做出的说明中存在不准确、不完整和误导性的描述,董事会不予认可。

指责存在误导

皖通科技披露,公司董事会审议通过《安徽皖通科技股份有限公司2020年第三季度报告全文及正文》,其中同意7票,弃权1票。

弃权票来自易增辉,易增辉表示,在上市公司营业收入与去年同期相比基本不变的情况下(−0.53%),归属上市公司股东净利润接近腰斩(−44.22%),但是报告没有详细说明净利润率大幅度减少的具体原因;本报告期内(第三季度),赛英科技给上市公司贡献了1738.48万元的净利润,占上市公司总的净利润的76.90%。报告丝毫不提赛英科技的贡献,却一再重复“赛英科技可能失控”,涉嫌误导中小投资者和相关监管部门,涉嫌配合相关利益方为11月20日的临时股东大会低价增持筹码。

皖通科技称,除易增辉的异议声明外,其他董事、监事、高级管理人员均保证季度报告内容的真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

公告显示,在审议公司2020年第三季度报告的过程中,皖通科技向董事易增辉提供了公司董事会编制的《安徽皖通科技股份有限公司2020年第三季度报告全文及正文》以及第五届董事会第十二次会议审议的全部议案内容。公司已经向董事易增辉逐一说明无法表示意见所涉及的事项,

并提供相应的材料。

对于业绩下滑的原因,皖通科技解释称主要系公司本期施工进度和结算进度均受新冠肺炎疫情影响未能如期结算,同时本期结算的项目大部分属于毛利率偏低的系统集成类项目,造成整体毛利率下降所致。

皖通科技表示,公司2020年第三季度报告严格按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第13号——季度报告的内容与格式》以及上市公司定期报告制作系统的要求编制,根据规定,重要子公司的财务数据不需要在季度报告中列示。经双方多次沟通,董事易增辉认为其无法保证公司2020年第三季度报告真实、准确、完整,不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

审计引争议

值得注意的是,皖通科技在三季报中指出,截至目前,鉴于公司可能对赛英科技失去控制、公司内部审计部无法开展对赛英科技的审计工作以及赛英科技现任董事长、法定代表人仍无法正常履职等情况,公

司无法对赛英科技2020年前三季度财务数据的真实性进行核实。根据相关规定,赛英科技提供的第三季度财务报表的签字人易增辉、唐世容、龚彪对相关财务数据信息的真实性、准确性和完整性负责并承担相应的责任。

对于上述指控,易增辉并不认可。易增辉方面出具赛英科技的声明,称公司无故安排来路不明人员更换接管赛英科技现核心经营管理团队,赛英科技高管团队在不能确保军工生产不受影响和国家秘密泄密风险的情况下拒绝移交。

而对于皖通科技提及的不配合审计,易增辉在皖通科技近期回复深交所函件中表示,其依据《保守国家秘密法》《赛英科技保密单位管理制度》《安徽皖通科技股份有限公司内部审计制度》等规定,要求上市公司内部审计部提供本次内审的人员信息,至今上市公司内部审计部还未提供该信息。10月16日,刘驹一行到达赛英科技,以“人员信息我们已经审核过”为由,仍然拒绝提供内审人员信息供赛英科技保密办审核,他明确表示“只要我们审核来审人员信息符合相关要求,不影响公司正常经营,审计工作可以正常进行”。

“要比竞争对手早走半步”

爱柯迪打造国内首家全5G智慧工厂

□本报记者 杨洁

彻底剪掉“辫子”

爱柯迪6号工厂是国内首个全5G智慧工厂,今年7月刚刚竣工投产。中国移动在6号工厂布置了4个5G独立组网(SA)基站、11个双频小区,一张5G专网覆盖了9万平方米全部7个车间,厂区内所有设备均连接5G专网,实现了对“有线+WiFi”网络的整体替代。

走进车间,中国证券报记者看到,几乎所有设备前都有一块控制屏幕。据宁波移动负责爱柯迪项目的经理王伟民介绍,这是中国移动研发的5G MES工控终端,通过集成5G工业模组,MES工控终端打通了IT/OT(信息技术/操作技术),完成冶炼、压铸单元岛、机加工、地磅等设备200多台全量接入,从而让这些设备摆脱了传统网线。

中国证券报记者注意到,车间天花板上还挂着像八爪鱼一样的白色盒子,据王伟民介绍,这是一种5G工业CPE终端。对于难以通过MES工控机接入5G专网的设备,中国移动也为其定制开发了5G转WiFi Mesh网络,从而实现对存量终端的接入和无缝漫游服务。

对于制造业工厂,摆脱“有线”有什么好处呢?宁波移动政企部副经理兼信息化中心主任王莹对此深有体会,她告诉中国证券报记者,在服务爱柯迪的过程中,她发现,上半年由于疫情的原因,下游客户的订单往往一直在变化,企业的生产线需要随时调整,没有了有线的“牵绊”,就能让产线的搬迁、重组操作更加便捷,为工厂柔性制造提供支撑。

5G网络让机器成了“流动”大军,6号工厂二楼机加工设备都带有轮子,这些设备可能现在还安装在这里,下午就要换位,随时移动以满足生产需要。

爱柯迪方面技术人员介绍,信息安全也是工厂选择5G专网的重要考虑。此前,当地一家企业由于使用WiFi网络被黑客攻击,发生了企业数据失窃事件,最后付了8位数资金才把数据赎回来。

提高生产效率

除了6号工厂外,爱柯迪的4号工厂和5号工厂也进行了5G试点改造。据宁波移动和爱柯迪的介绍,双方在车间生产制造的一线为5G找到12个应用场景,包括5G生产看板、5G压铸单元岛、5G实景视频智慧分析系统、5G产品三维扫描、5G AR辅助生产管理、5G仓储以及AGV物流等,这些应用场景均来源于实践,的确能解决生产制造环节的痛点。

爱柯迪主要产品是通过压铸和精密机加工工艺生产铝制汽车零部件。以压铸生产单元为例,这个生产单元所用原料来自熔炼车间,汤机自动提取保温炉中的铝水到压铸机的腔室内,通过高压后在模具中成型,成型后在压铸生产单元里完成机械切边、去毛刺、喷砂等工艺



图为爱柯迪车间5G智能压铸单元岛 本报记者 杨洁 摄

位于浙江宁波的汽车铝合金精密铸件供应商爱柯迪,是国内一家典型的民营制造业上市公司,近些年也遭遇全球竞争加剧等挑战。5G成为公司降本提效、精益化管理的有力抓手。

在今年7月刚刚落成投产的6号工厂,爱柯迪和中国移动合作打造了国内首个全面覆盖5G网络、数百台设备和系统均使用5G支撑的数字化工厂,真正实现了柔性制造和智能制造。

在5G商用早期便全面拥抱5G需要克服成本和稳定性等诸多挑战,但公司董事长张建成在接受中国证券报记者采访时表示,必须与竞争对手“先走半步”,公司预计在5G技术应用持续助力下,到2023年人均劳动生产率至少提高50%。

形成毛坯产品,之后,毛坯产品将流入机加工单元进行高精度加工……

作为基础生产单元,控制各个工艺的参数和质量非常关键,这样才能保障后续产品质量稳定。压铸机通过接入5G MES工控系统,各类关键工艺的参数和产品质量检测数据均可自动采集,并在上下游各个车间实现数据打通,能追溯到每个批次或甚至每个产品当时的生产和质量状态,一旦发现生产异常,能够快速、准确找出分析,大大提高了问题

解决效率。

爱柯迪负责信息化的工程师告诉中国证券报记者,在2016年爱柯迪就启动了精益数字化工厂战略,工厂实现联网的设备有2100多台,同时联网的终端则有3000多台,每秒钟的计算量、交互量就有数百条,“到去年底的时候,网络基础设施不足的问题就更加凸显,经常出现因为网络问题造成数据采集中断。因为算力问题导致出现排队、经常停机事件,我们非常困扰,所以就很早开始使用5G网络。”

大带宽、广联结、高速率、低延时的5G网络让工厂大量的数据可以畅通流转,对车间生产数据采集和供应链管理以及实现降本增效均有显著成效。上述工程师表示,“公司产品种类很多,每天有差不多2000多个品种产品要生产,对管理和品控要求很高。我们可以扫描每个零件上的二维码,如果是废品,就会知道是哪一台设备、什么时间、什么工艺生产的,我们还可以对采集的工艺参数进行分析,从而发现并解决质量波动,最终提高产品质量和产值。”

据统计,2019年9月运用5G网络改造数字化工厂以来,爱柯迪铸造一件产品平均时间缩短了3秒,产品从生产、包装到发货,全流程费时从之前的30天减少至5天,企业全年人均产值提升了17%,设备平均利用率提升了19%。

比对手早走半步

2019年6月我国向运营商发放5G牌照,2019年11月1日运营商正式宣布5G商用,2020年7月,3GPP标准协议组织正式冻结5G R16标准。专家表示,R16版的5G的一个重要意义是让5G从“能用”到“更好用”,比如在工业上,支持工业企业基于5G网络组建独立的专有网络,促使5G更好地赋能工业制造转型升级。

但爱柯迪试点应用5G均发生于上述时间点之前,据宁波移动总经理徐孟强介绍,早在2018年下半年,中国移动和爱柯迪就开始合作探索5G在工业制造领域的应用。

成为新技术应用“吃螃蟹”的第一人,需要不小的战略勇气和决心。王莹介绍,在5G应用早期的确存在网络不稳定、产业链不成熟、成本高昂等挑战。

张建成告诉中国证券报记者,“作为企业管理者,首先是要考虑比你的竞争对手早走半步。我们当时的确有很大的阻力,但信息化、数字化是一个过程,等到差不多成熟了再去做,那别人也就都做了,前后想想还是决定先走一步。”

张建成希望通过5G赋能数字化工厂,最终能够实现工业制造环节可感知、可控制、可预测、可复制四个目标,“我们需要真正打造一个智能制造的平台,目的是为了降低我们的制造成本,在国际市场上有更大的竞争力,扩大我们的市场份额。”

“如果自动采集工艺参数分析产品质量、改进管理都成为可能,我们产品的废品率就可以实现下降,这当然是一种竞争力。”张建成说。

在爱柯迪6号工厂门口有一块大屏幕,整个工厂包括任何一台机器设备的实时运行状态都一目了然。张建成表示,“我们在5G应用方面还会不断挖潜,通过5G技术的应用,让我们的生产效率能够不断提高,我们计划在到2023年人均劳动生产率比现在要提高50%。”

在张建成看来,现阶段爱柯迪的5G应用还是“初级阶段”,“我认为5G技术实际上还有很多可以挖掘应用的地方,一定会给我们的工业制造降本增效转型升级提供更多工具、更多方法,这点我非常有信心。”

水井坊:三季度业绩超预期 四季度有望延续良好态势

□本报记者 康曦

10月30日,水井坊举行第三季度媒体沟通会。这是9月22日刚上任的代理总经理朱镇豪首次与媒体见面,朱镇豪在会上表示:“水井坊第三季度恢复盈利性增长,单季度营收和利润额均创下新高,超出公司预期,预计第四季度会延续第三季度的良好态势。”

五大成长驱动力

朱镇豪表示:“水井坊第三季度恢复盈利性增长,得益于分销网络扩张和产品结构改善。”

10月29日晚,水井坊披露三季报,公司1—9月实现营业收入19.46亿元,同比下降26.58%;实现归属于上市公司股东的净利润5.02亿元,同比下降21.49%;基本每股收益为1.03元。

中国证券报记者留意到,7—9月,水井坊实现营业收入11.42亿元,同比增长18.86%;实现归属于上市公司股东的净利润3.99亿元,同比增长33.09%。

对于第三季度的业绩,朱镇豪表示超出公司预期。朱镇豪分析,第三季度业绩的增长主要来自于五大驱动力——社会库存和价值链、核心门店5.0、宴席、多渠道发展和产品结构改善。在社会库存和价值链方面,水井坊价值链继续保持稳定,核心产品8号和井台成交价在部分地区较去年9月同期上涨。同时,随着经济复苏,公司开始补库存,9月末社会库存略高于6月末,但仍然很健康。

在核心门店方面,公司加强了核心门店执行力。甄选明星店,通过差异化营销工具和区域特色的资源配置,强化业务团队和终端聚焦井台及以上高端品的动销。

在宴席方面,水井坊超额完成第三季度场次目标,动销贡献占比较去年同期有明显增长。

在产品结构方面,井台系列在区域化和细分主题场景下的增长潜力进一步释放。

此外,水井坊坚持多渠道发展,建立了团购团队,优化了名烟进名企等团购机制,借助宴席平台持续探索异业合作。

继续提升品牌影响力

对于第四季度,朱镇豪表示持谨慎乐观态度,认为第四季度会延续第三季度的良好态势。对于全年业绩展望,朱镇豪表示:“公司第四季度能不能追回来,实现全年营收与去年持平,难度是蛮大的,但是公司会努力。”

对于第四季度的行业发展,朱镇豪认为:“经济比预期走得更强一些,但经济恢复的基础仍存在不确定性。从国庆双节表现来看,聚会和宴席等白酒消费场景的恢复有了明显加速迹象,婚宴在后续还会反弹。高端和大众酒价格带恢复最快,次高端的恢复还在路上。如未发生第二波大规模疫情,预期次高端在春节前能够完全恢复。”

朱镇豪表示,未来工作重点将放在品牌沟通、价值链等方面。在他看来,水井坊在高端上的发展不是很理想,落后于公司整体的增速,这是公司未来要发展的重点。

“未来,白酒行业强者恒强的局面会继续,水井坊会在品牌上继续努力。”朱镇豪表示,“竞争对手在不断前进,如果水井坊不前进,就会退步。”

朱镇豪表示,“白酒将继续引领中国酒类行业增长,消费升级的长期基本面仍然存在。水井坊处于行业中最具持续增长潜力的板块,将聚焦次高端板块,继续投入高端板块,提升品牌影响力。同时坚持在消费者、销售通路伙伴、人才方面的投资,以实现健康的可持续发展。”

宝钢包装：大力推进创新业务发展

□本报记者 李岚君

10月30日,宝钢包装在上海证券交易所交易大厅和上证路演中心举行2020年第三季度业绩说明会。公司表示,前三季度实现营业收入41.29亿元,同比增长1.61%;归属于上市公司股东的净利润为1.47亿元,同比增长99.10%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为1.51亿元,同比增长133.99%;基本每股收益0.18元,同比增长100%。

财务表现整体向好

宝钢包装董事长、总裁曹清在说明会上表示,作为一家宝武系股权接近于60%的公司,宝钢包装有16个生产基地,分布在12个省市,三个国家和一个地区,员工1260名,资产规模70亿元。2019年的销售收入为57.7亿元。宝钢包装主要业务是金属易拉罐制作,覆盖两罐、硬铁再加制罐和覆膜铁,其中两罐的市占率在国内连续三年保持第一。

宝钢包装前三季度财务表现整体向好。“前三季度,宝钢包装实现销售收入41亿元,比去年同期增长。整体上,宝钢包装规模净利润、毛利率在提升,净利润率、每股收益和加权平均净资产收益率都表现出不同程度的增长。”曹清表示。

对于疫情的影响,曹清表示,公司在武汉、意大利都有工厂,受疫情冲击较大,但是在全体员工的努力下,公司经营情况整体向好。

创新业务不断推动

除了在传统业务方面优化布局、提升效率之外,宝钢包装也在不断推动创新业务。

曹清介绍,作为行业内较早引进数码印刷技术的公司,宝钢包装将定制化业务作为公司发展的新方向,将加大投入、不断深挖,构建一个定制化的生态圈,提高个性化需求的响应速度。“我们内部将建立一个信息化系统,以便满足定制需求,虽然这个事现在还在进行中,但我们对定制业务的未来充满期待。”曹清称。

曹清进一步介绍,公司另一项新业务的发展重点为覆膜铁。据介绍,宝钢股份几年前就已经成功开发了宝钢系自己的覆膜铁,而宝钢包装作为宝钢系成员,可以充分利用现有资源和优势,加大了覆膜铁应用产业化的推广。

“宝钢包装2020年的着力点是在扶贫。不少贫困地区农副产品非常好,但是缺少很好的包装。我们在云南、西藏和青海正有序地推动覆膜铁的运用。”曹清解释道,“除了商业价值之外,我们期待覆膜铁能够在扶贫方面发挥更大的社会价值。”