

浙江泛源海外销售收入真实性存疑



公司能见度

浙江泛源科技股份有限公司(简称“浙江泛源”)公开披露,借助第一大海外客户Certus集团,公司汽车内外饰件业务驶上北美市场爆发式增长快车道,并以新进入者身份拿下宝马、奔驰等整车厂多款主力车型超过100%的相关配套份额。

然而,就在浙江泛源试图闯关创业板IPO的前夕,2016年以来连续多年给公司贡献巨额销售业绩的Certus集团,2021年因经营不善、破产清算而突然从公司客户名单中消失。

种种有悖于基本常识和商业逻辑的背后,浙江泛源的汽车内外饰件业务海外销售收入到底有多少秘密?2020年初至2021年11月浙江泛源三任财务总监均在短短几个月内迅速离职是否暗藏玄机?

● 本报记者 张冬晴

第一大客户破产清算

浙江泛源前身为杭州莱源环保科技有限公司(简称“莱源环保”),公司目前主要业务包括汽车金属零部件表面处理、汽车内外饰件和汽车IGBT冷却系统,分别由南通创源电化学科技有限公司(简称“南通创源”)、南通柏源汽车零部件有限公司(简称“南通柏源”)和海宁泛源鑫才科技有限公司三家全资子公司具体负责经营。

根据披露,早在公司汽车内外饰件业务尚处于开拓阶段,尚未建立海外开拓团队时,Certus集团2016年就主动寻求合作并成为公司汽车内外饰件业务第一个外销大客户,甚至将公司约定为长三角地区唯一供应商。

回溯来看,仅借助Certus集团,公司汽车内外饰件业务就从零开始驶上海外业务爆发式增长快车道,短短几年累计实现近4亿元销售收入,并以新进入者身份拿下宝马、奔驰等整车厂多款主力车型超过100%的相关配套份额。

根据披露,Certus集团是一家经营设计、制造、销售、分销各种汽车零部件的全球性汽车供应商,实际控制人为Rob Mollenhauer(罗伯特·莫伦豪尔)和Jim Prokopetz(詹姆斯·普罗科佩茨);母公司Certus Automotive Inc.(简称“Certus”)2012年成立于加拿大安大略省,下属子公司分别位于加拿大、美国、中国、墨西哥和德国等国家,主要产品为汽车内外饰件及注塑模具。

Certus集团向公司采购的外销产品以主/副仪表盘内饰件为主,主要销往欧美汽车市场并配套多款高端车型(如奔驰、宝马、福特、通用)。终端客户方面,Certus集团主要销售给汽车零部件一级供应商,如JOYSONQUIN(均胜群英)、USF(白特荣)、Aptiv(安波福)、Moriroku(森六)、Draexlmaier(德科斯米尔)、Antolin(安通林)等。

销售数据显示,2016年至2021年,公司对Certus集团的销售收入分别为4167.87万元、10883.95万元、10462.39万元、6605.85万元、4584.91万元和481.81万元,累计金额37186.78万元。

Certus集团前期几乎贡献了公司汽车内外饰件的全部收入,但2021年其突然退出了公司前五大客户名单。

对此,浙江泛源解释称,2021年Certus集团因经营不善进入破产清算程序,双方终止了合作关系,并且公司承接了Certus集团的下游客户(一级供应商)直接供货。

在第一大客户Certus集团2021年突然破产的背后,报告期内2020年初至2021年9月浙江泛源还出现三任财务总监频繁离职的现象。其中,王云峰在2020年7月辞职,吴继波和黄国永的任期分别为2021年初至2021年5月、2021年6月至2021年9月。

值得注意的是,财务总监任职期间是否对公司财务数据存在异议,是否存在财务基础薄弱、财务内控机制不健全导致财务总监无法正常履职情形等问题,被IPO审核重点关注。



浙江泛源汽车内外饰件业务主体南通柏源
本报记者 张冬晴 摄

海外销售真实性疑点重重

中国证券报记者发现,浙江泛源取得相关客户资质认证的情况疑点重重。

根据披露,报告期内公司取得客户(报告期内收入合计超过100万元)资格认证进入客户供应链的具体情况明细中,Certus集团作为2019年、2020年连续两年的第一大客户,公司没有其相关的资质认证记录;公司在2021年取得Certus集团下游客户JOYSON-QUIN(均胜群英)、Aptiv(安波福)和USF(白特荣)相关资质认证;Moriroku(森六)、Draexlmaier(德科斯米尔)、Antolin(安通林)等下游客户则完全没有相关资质认证记录。

浙江泛源回应中国证券报记者称,2016年至2020年之前的相关业务资质取得,不在披露范围之内。

随着调查的不断深入,Certus集团等客户海外销售的真实性存在更多疑问。

根据披露,2016年至2020年,公司对Certus集团的销售数量分别为369.86万件、1027.14万件、1177.50万件、872.81万件和1570.70万件。

然而,记者调查发现,在2018年6月通过环保验收以后,公司800万件汽车内外饰件建设项目才能正式投产。但在没有环保验收前,公司仅销售给Certus集团的产品居然已经达到1000多万件。

根据2019年4月的南通柏源《年产2400万件汽车内外饰注塑件改扩建项目环境影响报告表》,该公司2016年建设年产800万件汽车内外饰注塑件项目于2016年2月6日取得环评批复,于2018年6月29日才通过环保验收。

一位不愿透露姓名的律师表示,根据我国《环境影响评价法》等相关规定,建设项目环评报批后还不能

海关数据严重不匹配

浙江泛源招股书披露,公司2019年至2020年外销客户主要为Certus集团,销售地区集中在墨西哥、德国和美国。

但根据审核问询回复材料披露,公司通过Certus集团销往加拿大的收入分别为4381.17万元和3176.04万元,每年剩余1000多万元均销往德国,并没有销往墨西哥和美国等地的收入。

而且,记者通过多个权威渠道获取的海关提单数据显示,Certus集团的海关提单记录与浙江泛源披露的客户销售数据严重不匹配。

根据招股书披露,报告期内,浙江泛源全资子公司杭州莱源进出口有限公司(简称“莱源进出口”)负责公司汽车内外饰件出口销售业务。

在外界知名的北美地区(美国、加拿大等地)进出口数据检索平台——ImportYeti网站的检索结果中,莱源进出口体现在美国海关的出口记录主要集中在2017年至2019年,分别有44次、89次和152次海运发货记录;而2020年至2021年分别仅有6次和4次海运发货记录。

在上述海关记录中,莱源进出口的客户全部为Certus Automotive,累计195次海运记录的总运费不足30万美元,按照双方之间累计超过3.39亿元的销售额测算,海运费用仅为货值的0.6%左右。

中信建投交通运输行业首席分析师韩军在2021年底的报告中披露,2016年至2020年中国至美国的综合运费货值比最低值为4.07%。2021年前9月中国至美国的综合运费货值比为6.64%。其中,低货值商品运费货值比超过15%,高货值商品为5%左右。

同时,报告期内负责公司汽车内外饰件产品研发、生产和销售的南通柏源,其海运发货记录共90多批次,主要集中于2021年至2024年,收货方客户包括USF(白特荣)、Greenville(格林维尔)、Moriroku(森六)、Aptiv和Izi(采埃孚)等,并且收货方没有Certus集团及其相关公司。

此外,莱源环保(公司前身)的海运发货记录累计有100多个批次,客户全部为Certus集团,时间集中在2016年和2017年。

在上述海关提单记录的每个批次货物明细数据中,公司与Certus集团之间的货物重量、运费等细节,

直接生产,必须经过环保验收后才能投入使用。另外,除了环评报批和验收手续,还必须取得排污许可证。

招股书还显示,公司外协加工采购主要是采购电镀、喷涂和其他打磨、修边等外协加工服务,并不包括汽车内外饰件产品。

浙江泛源回应记者称,公司汽车内外饰件与金属零部件表面处理业务都涉及主要生产工艺电镀,电镀环节的产能利用情况可以反映公司整体产能利用情况。

但招股书及环评文件均显示,浙江泛源旗下的汽车金属零部件业务、汽车内外饰件业务分属不同经营主体,其中负责汽车内外饰件业务的南通柏源生产模式为采购塑料粒子、注塑加工形成注塑件后再进行电镀、喷涂等表面处理工艺,最终形成汽车内外饰件产品再销售给客户。

值得一提的是,在第一、二轮审核问询中,公司汽车内外饰件收入变动是否与下游客户需求变化情况相匹配等问题,被重点关注。

针对汽车内外饰件对应整车品牌车型的单车耗用量与整车产量的匹配性,公司补充披露了多款主力车型的仪表盘等相关内饰件销量及其对应车型整车产量等数据。但根据整车产量及单车耗用量等数据测算,宝马X3/X4、标致雪铁龙(PSA)、奔驰GLA/GLB和特斯拉Y系等众多汽车品牌配套份额超过100%。【注:配套份额=公司销量/整车产量*单车耗用量*100%】

此外,公司对Certus集团的销售单价方面,2019年和2020年向Certus集团的销售单价分别为7.57元/件和8.03元/件,甚至较其他客户销售单价分别高出55.12%和96.33%。

均与对应年度确认收入的金额严重不匹配。

以2020年和2021年为例。根据海关提单记录,2020年、2021年双方货物累计重量分别为26077千克和19487千克。而公司2020年、2021年对应的收入确认金额分别为4332.51万元和394.22万元。也就是说,2021年货物重量仅减少25%,但2021年的销售收入却减少超过90%。

需要补充的是,公司对Certus集团销售产品以主/副仪表盘内饰件为主,都是重量较轻的塑料材质,并且是与成熟车型配套、规格型号固定的标准件产品,销售均价没有发生重大变化。

如果从长时间来看,2017年至2021年,历年的海关提单货物重量与运费数据,与对应的确认收入不匹配更为显著。

记者通过国内一家第三方海关数据服务商取得的海关数据进行交叉验证,对比ImportYeti披露的各项明细,得到的结论基本一致。

根据审核问询回复材料,公司向Certus集团境外销售采用FOB模式,根据出口销售合同约定发出货物,在产品报关、取得提单后确认销售收入,收入确认依据及外部证据为货运提单。

对于销售收入与海关数据严重不匹配等疑问,浙江泛源回应记者称,公司收入确认均有客户签收单和货运提单为证,这与信息披露口径完全一致。

对此,资深财务专家刘志耕向记者表示,收入确认及外部证据仅为“客户签收单”和“货运提单”,并没有“报关单”,在这种情况下,确认收入的证据极为简单,很可能为虚构/虚增外销收入提供方便。由于客户签收单、货运提单都很容易造假,很大程度上讲,报关单比客户签收单、货运提单更重要。

当记者进一步追问收入确认依据为什么没有报关单时,浙江泛源却给出了与此前信息披露口径截然不同的答复:“公司与Certus集团之间的销售均有合同、报关单、提单等。”

3月15日记者实地前往南通柏源进行采访,未获接待;浙江泛源3月19日给记者回复邮件,但并没有给出任何实质性回应;记者对相关问题进一步提出针对性采访,3月25日浙江泛源的回复邮件依然没有给出任何实质性回应。

柳钢股份总经理熊小明:

深化提质增效 今年锚定扭亏为盈目标

● 本报记者 张军 张鹏飞

柳州,因柳州而有其名。沿着柳江大桥往北驱车不到十公里,便来到柳钢股份柳州本部。柳钢股份是我国特大型钢铁联合企业,2023年《财富》中国500强上市公司中位列第170位。

近几年,在钢铁行业供需失衡,钢企普遍亏损的局面下,得益于紧扣“深化改革、提质增效”工作主线,柳钢股份2023年大幅减亏12.71亿元。“今年公司定位提质增效深化年,经营目标是扭亏为盈。”柳钢股份总经理熊小明日前在接受中国证券报记者专访时说。

力争扭亏为盈

柳钢股份成立于2000年,经过多年发展,目前产品品种丰富,覆盖面广,涉及冷轧卷板、镀锌卷板、热轧卷板、中厚板、带肋钢筋、高速线材、圆棒材、中型材8个大类,210多个钢牌号。

近年来,原燃料成本高企,钢材价格震荡走低,钢企普遍面临如何改善亏损的局面。2022年,柳钢股份陷入亏损困境。

面对持续下行的行业形势,柳钢股份紧扣“深化改革、提质增效”工作主线,深化精细管理、精益经营理念,紧抓生产、采购、销售、物流、管理等方面工作,全面极致降本,2023年大幅减亏。

熊小明告诉记者,公司今年的经营目标是扭亏为盈,且已有清晰的工作方案。

从采购环节看,公司铁矿石成本显著优化,在国内同行中排名靠前。未来,在稳定优化煤炭采购方式的基础上,公司将重点针对铁矿石品种结构、区域布局进行优化,争取更大降本空间。

熊小明透露,今年以来,柳钢股份对部分高炉进行了检修减产,以控制铁水产量。

同时,柳钢股份发挥毗邻广东,废钢资源相对充足的优点,通过添加废钢减少亏损。熊小明给记者算了一笔账,在目前的行情下,长流程生产钢材每吨大概亏损200元,而采用废钢生产钢材每吨成本大概少200元,正好抵消长流程每吨约200元的亏损。

“尽管添加废钢可以减亏,但柳钢股份深刻认识到,核心还是要通过产品优化实现可持续盈利。”熊小明表示,目前螺纹钢市场低迷,因此公司减少了螺纹钢产量。而汽车、家电等领域用钢需求相对较好,公司相应加大了冷轧产品产量。“经过公司内部测算,这样调整后对我们的整体效益很有帮助。目前,公司冷轧产品基本上满负荷生产。”

熊小明告诉记者,“公司将努力做好生产经营,通过一系列降本增效措施及管理改革,争取今年实现扭亏为盈。”

实行精益化管理

熊小明告诉记者,当前公司首要任务是求生存,核心是降成本,长远看要力争活得好。

除了降成本,柳钢股份还采取一系列措施进行管理改革,调整组织架构。熊小明介绍,公司将烧结和炼铁两个厂合并成一个炼铁总厂。

对于这样整合的原因,熊小明告诉记者,“对标国内先进钢铁企业。为强化工序协同,大部分钢铁企业对铁前工序进行了整合。子公司广西钢铁集团有限公司在本次改革浪潮中先行先试,对烧结、炼铁工序进行整合,成立广西钢铁炼铁总厂,整合后在成本把控、产品质量、运行效率等方面得到明显提升。”

同时,公司实行精益化管理,对不必要的流程做“减法”;根据行业水平制定经营目标,把经营目标分解到各个环节,员工收入与效益挂钩,激发员工活力。

记者了解到,柳钢股份实行管理改革后,目前下属防城港基地的铁矿石采购成本已经排在国内钢企的前列。

打造“拳头”产品

按照“风光绿电高效应用的领跑者、极致用能钢化联产的推动者、绿色循环协同降碳的引领者、低碳冶金科技创新的践行者”思路,柳钢股份致力于打造低碳冶金引领企业、全产业链减污降碳协同治理标杆企业、全能源介质钢化联产集成示范企业。

对于行业未来发展,熊小明在接受记者专访时表示,预计建筑类用钢需求会保持下降趋势。因此,板材业务是柳钢股份的一个发展方向。公司板材业务未来将向中高端方向发展。

目前,柳钢股份正积极推动产品结构优化和产品质量升级,紧盯技术前沿和下游市场,着力打造形成适销对路、附加值高、创效能力强的拳头产品。

公司对四个一百万吨项目充满期待,即控股股东柳钢集团提出的打造“4+X”钢铁创效品种集群战略。其中,“4”指“四个百万吨工程”创效钢铁品种,主要包括汽车用钢、新能源用钢、船舶及海洋用钢、工业长材。

目前,四个一百万吨项目由柳钢集团管理经营。按照柳钢集团此前承诺,会择时将集团钢铁板块资产注入柳钢股份,以实现柳钢钢铁资产整体上市。

据柳钢集团披露,2023年,四个一百万吨项目品种产销累计超过170万吨。柳钢集团去年投资超60亿元,实施提档升级、节能降耗提效类重大项目36个,为企业高端化、智能化、绿色化发展积蓄动能。



柳钢股份防城港钢铁基地

公司供图