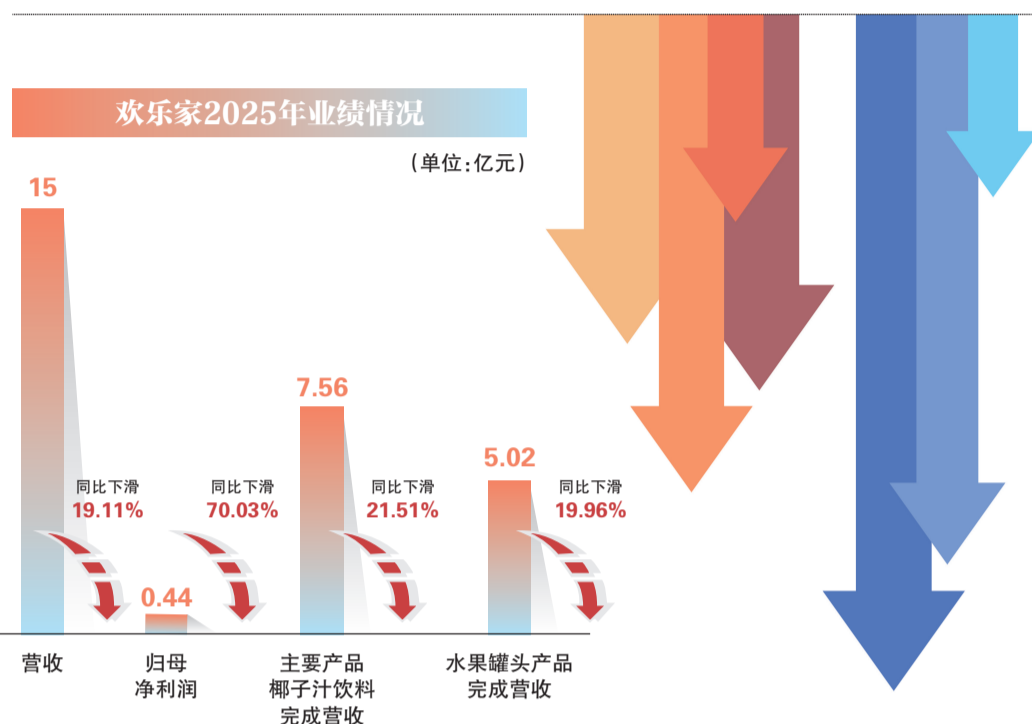


业绩未达预期 欢乐家不欢乐

3月25日,欢乐家披露的2025年度财报显示,报告期内实现营收约15亿元,同比减少19.11%;实现归母净利润约4.44亿元,同比减少70.03%。财报显示,欢乐家主营椰子汁饮料收入同比下滑21.51%,其他饮料收入同比下滑35.65%。椰子汁主业承压下,欢乐家尝试拓展新品突围,但叠加成本压力和传统渠道下滑,欢乐家业绩未达预期。



卖不动

欢乐家披露的2025年度财报显示,报告期内,其主要产品椰子汁饮料完成营收约7.56亿元;水果罐头产品完成营收约5.02亿元。而对比上一年度,这两大业务的营收分别同比下滑21.51%和19.96%。

欢乐家主要从事植物蛋白饮料、水果罐头、果汁饮料、乳酸菌饮料等食品饮料产品的研发、生产和销售。在植物蛋白饮料行业和水果罐头食品行业,其核心产品欢乐家水果罐

头(尤以橘子罐头和黄桃罐头为代表)及欢乐家椰子汁拥有较高的市场知名度。

近年来,椰子水赛道竞争激烈,欢乐家不得不加大新品营销力度。2024年4月11日,欢乐家官宣NBA传奇球星沙奎尔·奥尼尔(“大鲨鱼”)为“椰盗”椰子水代言人,打出“双鲨合璧”营销概念。2025年8月,欢乐家与国民IP“奶龙”联名,推出黄桃、杨梅等罐头产品,试图触达Z世代消费者。但营销声量高、投入大,市场转化却不明显。2024年度,欢乐家实现营收18.55亿元,同比下滑3.53%。

通过财报可以看出,欢乐家去年的经销

模式、代销模式、直营及其他模式营收全面下滑,导致主营业务收入同比下降22.43%,主营业务成本同比下降18.1%,毛利率同比下降3.63%。

对于营收、成本和毛利率的变化,欢乐家表示,“零食量贩渠道销售模式的主营业务收入及主营业务成本同比变动超过30%,主要是因为公司开拓了零食量贩连锁渠道,该渠道在2024年处于开拓探索阶段,在报告期内已逐渐形成了一定的业务规模,因此该模式下的业务收入及业务成本相应有所增加;直营及其他模式的主营业务收入及主营业务成本同比变动超过30%,主要是报告期公司代工类业务有所减少所致”。

知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受北京商报记者采访时表示,“欢乐家拓展新品是椰汁主业承压下的突围尝试。但新品推广乏力,主要受到多方面因素影响。一是市场竞争白热化,if轻上等品牌已抢占心智,新品缺乏差异化与爆品能力;二是产品迭代慢、定位模糊,部分新品未达预期即停产,渠道与营销投入不足,难以快速破圈”。

涨价对冲成本

营收和净利润双降的同时,欢乐家在报告期内毛利率为29.59%,同比下降4.41个百分点。

对于上述数据发生变动的主要原因,欢乐家表示,“报告期内受消费环境承压、行业竞争激烈等因素影响,公司主要销售渠道之经销渠道的销售收入出现一定程度的下降;公司毛利率下降主要原因是公司产品结构变化以及开拓了零食专营连锁渠道和椰子类原料初加工(生榨椰肉汁)销售等业务,上述渠道及业务的毛利率相对较低,但符合该渠道的行业特点和实际情况;报告期内公司部分主要原材料采购成本涨幅较大”。

詹军豪指出,“原料成本上涨是行业性供需矛盾,椰子种植周期长,短期难缓解,预计

2—3年后新产能释放才会逐步改善”。

从欢乐家披露的内容来看,生产成本的增加对其业绩影响较大。欢乐家表示,由于气候变化等因素导致椰子供应量减少,叠加市场对椰子类加工产品的需求增加,同时公司对椰子类原材料品质要求提升,因此生榨椰肉汁的采购单价同比增长超过30%。草莓肉、黄桃的采购单价也均有所上涨。此外,由于橘子原料市场供应增加,因此当季橘子的采购单价同比下降超过30%。上述原材料价格波动使公司生产成本增加了3853.01万元。橘子罐头和黄桃罐头是欢乐家水果罐头业务前两大单品,合计占公司水果罐头营业收入的71.62%。

面对成本压力,欢乐家选择调整出厂价。去年6月23日,欢乐家发布公告称,因原材料成本上涨等因素,公司决定对椰子汁饮料产品部分规格出厂价格进行调整,上调幅度约为1%—8%,本次涉及价格上调的产品在公司2024年度的销售收入为7.95亿元。同时为统筹全国不同地区的产品出厂价格,对部分地区产品部分规格出厂价格下调,下调幅度约为1%—5%,本次涉及价格下调的产品在公司2024年度的销售收入为518.89万元。

詹军豪认为,“对椰子水企业来说,可布局东南亚上游种植加工、锁定长期采购协议;同时优化产品结构、适度提价、提升原料利用率,以对冲成本压力”。

战略摇摆不定

欢乐家以经销模式为主,部分通过零食量贩渠道销售模式、代销模式、直营及其他模式进行销售。报告期内,其经销模式销售收入占主营业务收入的比例为80.35%,为公司主要的销售渠道。

在2025年第二季度、第三季度,欢乐家实现归母净利润分别约为-1570.08万元、-802.57万元,首次出现季度亏损。

在经销渠道增长乏力的情况下,近年来欢乐家加大了零食量贩渠道的销售力度。去年该渠道销售额达到近1.75亿元,占营业

务的12.73%,成为其第二大收入来源。报告期内,该渠道收入同比增长52.06%。在欢乐家前五大客户中,鸣鸣很忙、万辰集团赫然在列,并且处在前两位,两者相加占其年度销售总额比例达到9.44%。

不过,相比于经销模式的毛利率33.97%,零食量贩渠道销售模式的毛利率仅为17.81%,一定程度上拖累了整体毛利率。

此外,欢乐家可能还面临应收账款压顶的问题。财报显示,期末欢乐家应收账款超1.42亿元,其中1年以内(含1年)的达9865.89万元,是2025年归母净利润的2倍以上。

对此,欢乐家在财报中表示,“公司对经销商主要采用先款后货的结算模式。近年来,为拓展产品市场、提高销售能力,公司给予有较大增长潜力、尚未开拓的市场以及重点销售区域内的部分经销商一定的信用额度,用于加大营销渠道的建设与市场培育。公司根据相关市场的销售情况、经销商的信用等级、合作情况以及资金实力等,灵活调整信用期和信用额度。虽然公司已按照会计准则计提了相应坏账准备,但如果未来出现大面积坏账的情况,可能会对公司现金流产生负面影响”。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,“欢乐家此次财报披露的业绩下滑幅度非常大,与其高管频频换人有很大关系,也和其渠道整体运营策略不稳定有关。从其新品来看,其产品没有太多新意,缺乏爆品支撑,很难实现长远增长”。

2025年4月25日,欢乐家聘任曾在中粮可口可乐、银鹭、西麦食品等多家企业任职的吕建亮为公司副总裁,全面负责公司的营销业务。此次人事任命,被视为欢乐家为实施“水果罐头+椰基饮料”双驱动战略及前期启动的营销体系改革进行人才引进。然而今年3月2日,吕建亮任职不到一年,就因个人原因辞去欢乐家副总裁职务。

对于应收账款激增风险等问题,北京商报记者通过邮件向欢乐家发出采访函,截至发稿未收到回复。

北京商报记者 孔文雯

赛克赛斯转战科创板 三年分红超四成净利



从深市主板撤单一年多后,医疗器械企业赛克赛斯生物科技股份有限公司(以下简称“赛克赛斯”)转换赛道,向科创板发起冲击,公司科创板IPO于近日获得受理。此前赛克赛斯曾分别于2020年进行科创板申报、2022年进行深交所主板申报。前两次申报中,公司因销售费用率高于同行、业务推广费占比高被监管问询,证监会现场检查发现其业务推广内控薄弱、部分推广验收有瑕疵,2024年9月深交所出具警示监管函。

拟募资6.35亿元

招股书显示,赛克赛斯专注于体内可吸收植入医疗器械的研发、生产和销售。公司系统性构建了PEG功能化改性、生物基高分子材料改性、合成医用高分子材料制备、细胞外基质材料制备、自组装多肽材料设计及制备等五大核心技术平台,形成以“材料创新驱动产品创新”的平台化研发架构。依托上述平台,公司形成了覆盖神经外科、心血管外科、大外科、骨科、肿瘤放射科等多科室的可吸收创新医疗器械产品体系。

2023年,赛克赛斯曾有一段深市主板IPO的经历。深交所官网显示,赛克赛斯深市主板IPO于2023年2月23日获得受理,同年3月21日进入问询阶段。步入2025年,赛克赛斯选择主动撤回上市申请,公司IPO于2025年1月7日终止。

此次科创板IPO,赛克赛斯拟募集资金6.35亿元,投向赛克赛斯医疗器械产业化提升项目、赛克赛斯创新医疗器械综合生产线建设项目、新产品研发项目。与前次IPO相比,募投项目发生了变化且募资金额出现增加,前次IPO拟募集资金为4.55亿元。

经济学家、新金融专家余丰慧表示,撤回IPO申请后再度申报的企业,通常是因为在初次尝试时遇到了一些未满足的上市标准或者市场环境不适合发行,通过一段时间的整改和等待,待条件成熟后再行申报。这其中包括财务指标的优化、法律问题的解决或是商业模式的进一步验证等。

持续大额分红

此次申报科创板IPO报告期内,赛克赛斯持续进行现金分红,2023—2025年现金分红金额分别为6143.17万元、6500万元、7200万元。业绩不适合,2023年至2025年,赛克赛斯实现净利润1.53亿元、1.61亿元和1.69亿元,整体呈现增长趋势。经计算,三年间累计分掉逾四成净利。在后续审核中,公司分红事项可能会受到监管层的关注。

股权关系显示,邹方明分别持有上海赛星和山东赛尔99.19%和98.53%股份,通过山东赛尔和上海赛星控制的赛星控股控制赛克赛斯72.11%股份;邹方明控制的上海赛星分别持有济南赛明、济南宝赛和济南华赛62.57%、75.9%、95.4%的财产份额,且上海赛星担任济南赛明、济南宝赛和济南华赛的执行事务合伙人,邹方明通过上

述三家员工持股平台控制赛克赛斯22.22%股份;邹方明控制的上海赛星直接持有发行人1.23%股份。综上,邹方明合计控制赛克赛斯95.56%股份,为公司实际控制人。

南开大学金融学教授田利辉告诉北京商报记者,对于二次申报的企业来说,监管审核的核心在于“比较”与“验证”。重点有三看,看两次申报材料的差异是否合理,前次撤单的原因是否真正消除、经营质量是否发生实质性提升。一是对比两次申报材料,特别是财务数据的变动、信息披露的调整,对前次问题的回应是否完整真实。二是要关注问题的整改情况,前次撤单所涉及的核心障碍是否已彻底消除,是否存在“带病闯关”的侥幸心理。三是要核查企业持续经营能力的真实变化,是否存在为上市而突击粉饰业绩的情形。从已有案例看,那些真正解决了内核问题、经营稳健的企业,往往能在二次申报后顺利通关;而仅仅试图“换个时间碰运气”的企业,则很难蒙混过关。

针对公司相关问题,北京商报记者向赛克赛斯方面发去采访函,不过截至记者发稿未收到公司回复。

北京商报记者 丁宁

Stock talking

普通投资者更适合买基金

周科竞

A股已经进入价值投资时代,对择股能力要求大幅提升。普通投资者对个股财务数据以及行业基本面的研究水平远不如专业机构,相比之下,投资者购买合适的基金产品性价比会更高。

价值投资的核心,是对上市公司基本面、财务数据以及行业趋势进行深度研究。这需要持续跟踪上市公司经营变化、行业周期、政策导向等多维度信息。普通投资者通常缺乏专业的研究团队,也难以投入大量时间精力进行系统分析,因此在判断上市公司投资价值时,普通投资者更容易出现偏差,市场波动越大,信息获取渠道越不对称,普通投资者的劣势就越明显。

反观专业的证券投资基金,拥有体系化的研发团队,能够对行业、上市公司进行持续跟踪和分析,通过实地调研、数据建模、行业比较等方式筛选目标股票。基金团队可以集中力量在不同行业、不同风格的股票上进行配置,通过组合管理降低单一资产的波动风险。这些能力是普通投资者个人难以具备的。

从风险结构来看,个人投资者投资股票数量往往高度集中,如果单一公司出现经营问题、行业周期波动或者突发利空,都可能导致股价大幅调整。普通投资者一旦持仓出现“黑天鹅”事件,往往很难全身而退。基金通过分散持仓、多行业配置等方式,能够有效分散个股爆雷风险,使投资组合更为稳健。这相对于风险承受能力有限的普通投资者而言,具有明显优势。

现实中不少普通投资者认为自己可以通过选股获得超额收益,但实际结果往往并不理想。原因在于,普通投资者在面对市场情绪、热点事件、短期涨跌时更容易做出非理性决策;同时,在缺乏专业研究支撑的情况下,很难判断股价波动的真实驱动因素。长期来看,多数个人投资者的股票投资收益难以跑赢大盘指数,也难以保持稳定盈利。

然而基金投资由专业团队管理,投资流程更趋规范,能够克服个人投资的情绪化弱点。基金经理在构建组合时会基于长期价值判断,而非短期投机因素,这就使投资行为更具纪律性。长期来看,基金的投资收益表现更平稳,也更具可预期性。

选择基金投资并不等于放弃主动性。普通投资者可以根据自身风险承受能力、投资周期和资金属性,选择合适的基金类型。例如,风险承受能力较低的投资者可选择债券型基金、混合型基金;具备长期投资理念、风险承受能力较强的投资者可选择股票型基金。同时,投资者还要结合基金公司的研发能力、历史业绩和基金经理的稳定性,避免短期业绩驱动下的盲目追高。

在A股市场持续专业化、制度化的背景下,普通投资者没有必要强行参与不擅长的股票投资领域。借助基金的专业力量,既可以节省时间与精力,也能通过专业管理分享市场红利。选择合适的基金,是普通投资者实现长期资产增值的更合理路径。