

累计索赔超2亿元 广博股份再诉 唯品会 究竟发生了什么？

随着上市公司2022年业绩预告披露，广博与唯品会的争讼又被卷到风口浪尖。

1月13日，广博股份公告称，子公司灵云传媒等作为原告，起诉广州唯品会电子商务有限公司（以下简称唯品会），索赔1309.85万元。

而2天前，广博股份公告披露，因子公司灵云传媒流失大客户唯品会，预计2022年亏损3000万元至6000万元。因唯品会长期拖欠灵云传媒巨额广告费用，灵云传媒计提坏账准备约5670万元。



广博股份日K线图

1 再诉唯品会

广博股份主要从事文教办公用品、互联网营销与服务、跨境电商业务。其中，互联网营销业务主要由灵云传媒实施。

公开资料显示，灵云传媒是一家互联网广告营销与服务公司，主要从事网站广告代理、信息流新媒体广告营销、品牌广告等业务。自2013年12月起，灵云传媒便与唯品会就互联网广告投放业务开展合作。

据广博股份披露，2021年度，灵云传媒与唯品会因广告业务合作，针对不同的媒体渠道签订了一系列合作协议；灵云传媒就所涉的《网络推广服务框架协议（通用版）》系列合同引发的广告合同纠纷向法院提起诉讼，并于1月12日收到广州市荔湾区人民法院（以下简称荔湾法院）《受理案件通知书》。

灵云传媒认为，作为广告代理商，灵云传媒长期为唯品会在其指定渠道提供互联网广告账

户垫资充值、广告投放等推广服务，唯品会向灵云传媒支付推广服务费。

唯品会则表示，双方对广告费的结算金额存在争议。

灵云传媒请求法院判令唯品会向公司支付推广服务费共计1193.78万元，以及支付逾期付款违约金，费用合计1228.47万元。

同时，灵云传媒全资子公司霍尔果斯灵云文化传媒有限公司（以下简称霍尔果斯灵云）也称，其于2021年与唯品会签订了《OTD代理服务合作协议》，由霍尔果斯灵云为唯品会提供广告投放等服务。因唯品会持续拖欠推广服务费，引发双方争议。

就上述合作事项引发的广告合同纠纷，霍尔果斯灵云向法院提起诉讼，并于近日收到荔湾法院《受理案件通知书》。霍尔果斯灵云请求法院判令唯品会向公司支付推广服务费及逾期付款损失，金额合计81.38万元。

其实，广博股份和唯品会的纠葛并非第一次。

广博股份曾在2021年年报中透露，截至2021年末，公司应收唯品会期末余额为1.89亿元，款项已逾期。

2022年4月，因广告合同纠纷，灵云传媒起诉唯品会索赔2.17亿元。而2022年7月下旬，唯品会向广州市中级人民法院提起反诉。

唯品会称，在合同履行过程中，灵云传媒提供的原始结算数据存在矛盾，根据协议约定及相关法律规定，灵云传媒已构成合同违约等。唯品会请求法院判令灵云传媒退还相关推广费及支付违约金等合计7343.33万元。

今年1月13日，广博股份披露公告称，对于上述案件，广州中院于2022年9月22日进行了证据交换，并于2022年10月12日正式开庭审理。截至目前，广州中院尚未判决。

2 去年业绩预亏

广博股份2007年上市，上市后盈利能力一直不稳定。其中，2010年至2014年，公司净利润连续下滑。2015年，广博股份以8亿元收购灵云传媒，不过业绩并未因此而稳定，2018年、2020年分别亏损6.77亿元、2.37亿元。

2021年，广博股份净利润约1841万元，扭亏为盈，不过其“非经常性损益”影响净利润约1650万元，主要系报告期内收到的各项政府补助及理财产品收益。

1月11日晚，广博股份业绩预告显示，公司预计2022年净利润亏损3000万元至6000万元。

唯品会对广博股份的影响

为何如此巨大？

广博股份财报显示，2021年，公司互联网广告及服务营收14.98亿元，占公司总营收的比重高达52.68%。而2021年度，广博股份的第一大客户正是唯品会，公司对唯品会的销售额高达9.31亿元，占年度销售总额的32.76%。

尽管如此，今年以来，广博股份市场表现却可圈可点，年内累计涨幅超19%。1月10日、11日，广博股份甚至连续两日涨停板；1月13日，其涨幅超6%。

这或许受字节跳动利好消息刺激，因为广博股份为字节跳动概念股——广博股份全资子

公司灵云传媒与北京字节跳动网络技术有限公司签约合作，主要为其推广今日头条、抖音、西瓜视频等APP端下载。

据美国科技媒体1月9日援引两位知情人士报道，字节跳动旗下的抖音平台去年电商交易总额（GMV）达2080亿美元（约合1.41万亿元人民币），较2021年增长76%。字节跳动旗下的TikTok平台去年在东南亚的GMV增长逾3倍，达44亿美元。

不过，1月16日至18日，在A股市场整体回暖的背景下，广博股份却连跌三日，累计跌幅超17%。

记者 王婧

用“交付力”提振“产品力”

全年交付近1万套，这家房企的交付答卷很实在

2022年对国内房企来说，“交付”是关键词。“保交楼、稳民生”成为房地产市场的核心议题。而房企作为“保交楼”的责任主体，用产品的品质交付履行企业责任，不仅提振了市场信心，也让购房者进一步安心。

碧桂园自2013年进入宁波，布局慈溪、海曙、北仑等地区，已开发32个项目。在过去的一年中，碧桂园浙东区域在慈溪、余姚、杭州湾、北仑、象山乃至舟山等6地累计交付8个项目，共7个批次，近1万户业主喜提新房。

一场场品质交付，浇筑美好生活



湾上前璟府实景图

2022年6月底，余姚都荟名邸二期和象山丹西的港城印象率先在宁波展开交付序章。

港城印象这座海湾之畔的园区结合地区特色和周边景观环境，通过立面和园林等细节展现独特的风格特征。

同样，位于余姚的都荟名邸二期也从细节入手，打造出泗门镇区的人居典范。

新房如约交付，以品质回报业主



御江东郡实景图

8月底，北仑御江东郡迎来交付。紧邻小浞江的御江东郡离地铁2号线和6号线的红联站仅约1.1公里，时尚的现代风格和星系主题的景观打造完美融入了宁波主城区区域的生活语境。

“新房交付了，这一颗悬着的心终于放下了。”业主陈先生在接受采访时表示，这是他人生中第一次买房，“当时就是看重房子的位置和碧桂园大品牌开发，才下的决定。”

9月底，碧桂园在舟山的“第5子”——翡丽湾如约交付。翡丽湾位于舟山本岛临城新区，整个园区规划充分考虑舟山的气候特点，采用围合式布局，绿化率超35%。

“交付前阵子我们舟山连续经历了两次台风，还挺担心新房会不会漏水。但后来一看房子没有丝毫影响。”业主夏先生也对新房给予了认可。

持续深耕慈溪，助力人居迭代

这一年，碧桂园浙东区域在慈溪市核心区块新城河板块的两个先发项目泊蔚里、悦未来·嘉苑先后迎来惊艳交付。

依托新城河板块百亿配套的高起点，两座园区定位极具都市感，泊蔚里更是专门打造了以“伦敦假日”为主题的英式园林景观，带来现代都市生活体验。

从高窗墙比到典雅的立面线条、从精致的烤漆门牌到极具风格的景观小品、从气派的地库电梯厅到现代典雅的单元大堂，无不体现出慈溪这座新晋大城市的居住美学。

房地产行业转型期，作为行业领先企业则更需要担当、需要坚持。正如碧桂园浙东区域总裁林恭博所说，“在房住不炒的主旋律下，能始终坚持产品并不断探索创新的长期主义者，方可实现持续发展。”

姚雨嘉



悦未来·嘉苑实景图