

# 暧昧回应IPO传闻 农夫山泉“差钱”了？

不断斥资入局新市场的农夫山泉，这次面对上市传闻突然变得“暧昧”起来。11月26日，针对“农夫山泉计划在香港IPO，筹资规模或超过10亿美元”的传闻，农夫山泉相关负责人向北京商报记者表示，农夫山泉还没有上市计划，但不久之后，该负责人又改口称，农夫山泉对此不予置评。业内人士表示，虽然农夫山泉的业绩一直保持稳定提升，但在迈向全品类饮料公司的进程中，资金支出必然也会不断增长。在此背景下，上市募资对农夫山泉而言，正逐渐成为一个值得考虑的选项。

## 上市传闻再现

事实上，从2000年开始，市场每隔几年就会传出农夫山泉计划上市的消息，但是农夫山泉对于相关消息一直予以否认。不过，坚持不上市的农夫山泉却接受了十年的上市辅导。

2008年5月，农夫山泉与中信证券签署《首次公开发行股票辅导工作协议》。2008年5月-2018年12月，农夫山泉接受了上市辅导，辅导内容包括中信证券与农夫山泉管理层沟通，协助农夫山泉梳理具体发展目标和实现途径等。

2019年1月，中国证监会浙江监管局发布

的《中信证券股份有限公司关于终止农夫山泉股份有限公司辅导的报告》显示，农夫山泉历经中信证券十年的上市辅导，在2018年12月终止。

对于为何终止十年的上市辅导，当时农夫山泉相关负责人对外表示，公司没有计划要上市，也并不需要借助资本市场的力量，所以终止上市辅导。在2017年6月，农夫山泉总经理钟■也曾公开表示：“资本市场讲究需求与供给，但农夫山泉现在没需求，因此不需要上市。”

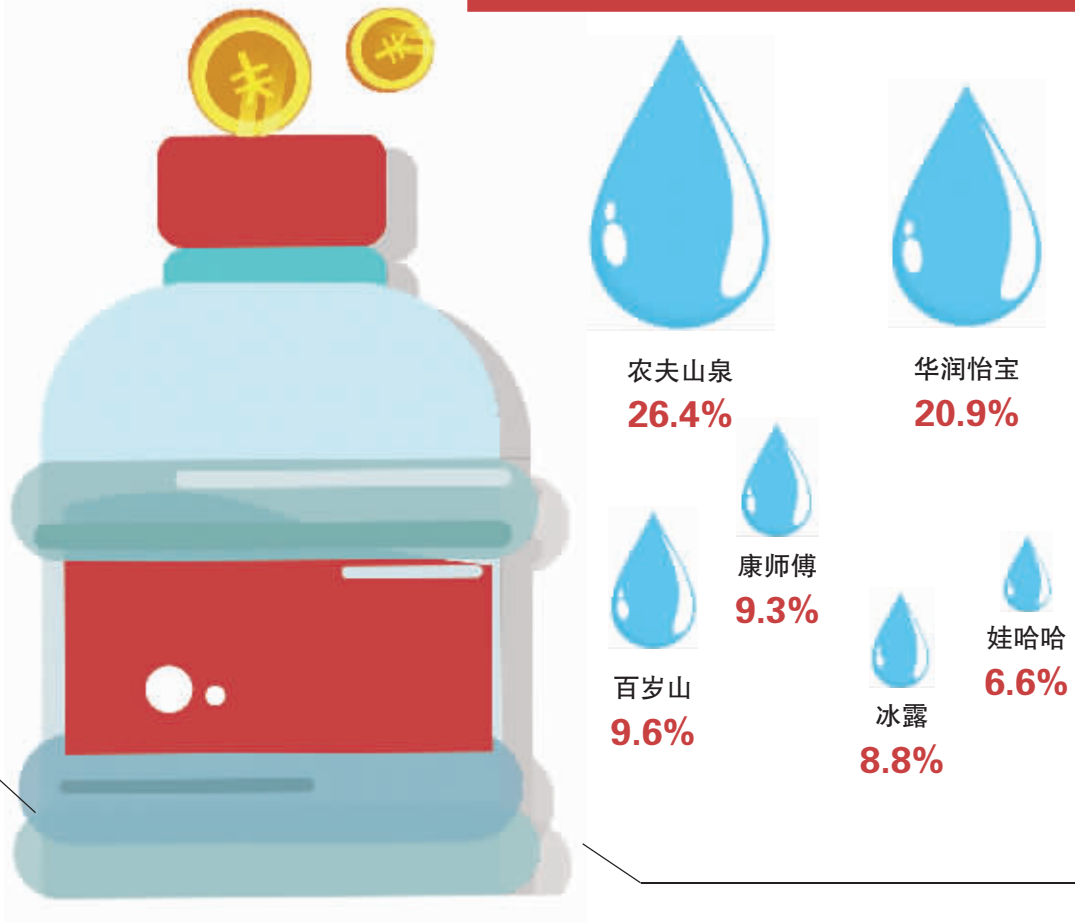
值得注意的是，尽管农夫山泉一直没有

上市计划，但农夫山泉母公司养生堂旗下的另一家公司万泰生物却一直有放弃IPO的努力。从2016年6月开始，万泰生物曾三次公布招股说明书，想要登陆A股市场，但前两次均未能成功。2019年6月，万泰生物再次准备登陆主板。

## 谋全品类扩张

尽管农夫山泉对于上市一事并不积极，但在产品推新方面，却动作频频。经济学家宋清辉表示：“目前，坐稳瓶装水行业霸主位置

## 2018年6月中国瓶装水市场占有率



的农夫山泉正加速向更多细分市场扩张，以谋求成为一家类似于可口可乐的全品类饮料公司”。

中国饮料工业协会的数据显示，国内瓶装水市场主要由农夫山泉、华润怡宝、百岁山、康师傅、冰露及娃哈哈六家企业占据，其中行业排名第一的农夫山泉2018年市场份额高达26.5%，远超其他竞争对手。

然而，农夫山泉显然并不甘于只做瓶装水行业的“霸主”。今年以来，为开拓新的业绩增长点，农夫山泉开始加速向咖啡、中老年饮品、低温果汁等更多细分市场扩张。

5月，农夫山泉推出一款碳酸饮料新品，由于该产品结合了咖啡成分，农夫山泉正式进军咖啡市场。6月，继2015年推出婴儿水、学生水、高端玻璃瓶水后，农夫山泉又宣布将推出第四款针对特定人群的瓶装饮用水产品“锂水”；“锂水”定位中老年细分市场。7月，为了完善NFC果汁产品版图，农夫山泉又推出新品低温NFC果汁。

“一旦发现有新的市场机会，只要农夫山泉具备了足够的技术和相关积累，就会选择进入。农夫山泉一直在努力丰富旗下产品线。”农夫山泉相关负责人日前向北京商报记者表示。

## 资金需求凸显

随着产能扩建的投入以及全品类发展的增加，农夫山泉的资金情况确实受到了压力。

数据显示，2010年5月，农夫山泉投资至少3亿元与建德市签约兴建农夫山泉三期工厂项目，并签署十年规划协议，称十年内农夫山泉将在建德打造15亿元的固定资产。2014年，农夫山泉投资10亿元建立峨眉山工厂，随后又投资5亿元与江口县政府达成协议，在梵净山麓的太平镇琴动坪建矿泉水厂。

2015年，长白山抚松工厂全面投用。2016

年8月，农夫山泉建德市四期项目开工，总投资超过10亿元。2016年10月，农夫山泉投资12亿元动工建设其在浙江的第七个工厂。2016年底，农夫山泉赣南信丰县脐橙工厂落成投产，总投资为6.8亿元。

与此同时，农夫山泉的营收增速却在逐年放缓。今年6月，北京万泰生物药业股份有限公司更新了上市招股书，同样归属于养生堂旗下的农夫山泉的经营情况也被同步披露。根据招股书内容，2018年农夫山泉未经审计的总资产约为200.75亿元人民币，净利润约为36.16亿元，和2017年同期相比增长7.33%。此前浙商杂志发布的《2018浙商全国500强榜单》则显示，农夫山泉2017年营收为162.5亿元，同比增长8.3%。然而在2015年和2016年，农夫山泉的营收增长幅度分别为20%和19%。

宋清辉表示，目前农夫山泉正加速向更多细分市场扩张，而这无疑需要投入更多资金，在这种情况下，上市募资对于农夫山泉而言，可能正成为一个越来越值得考虑的选项。

为了实现升级，除了建新厂、添新流水线，农夫山泉还加大了科技产品创新方面的投入，其中，农夫山泉母公司养生堂集团在科技方面年均投入超过10亿元。

中国食品产业分析师朱丹蓬在接受北京商报记者采访时表示，农夫山泉的上市，不论是从资金链、企业商誉，还是从企业多品牌、多品类、多渠道、多消费场景、多消费人群的发展战略以及快消品的发展趋势方面来看，都有着一定的利好和帮助。

“但是上市后的农夫山泉也存在着一一定的变数。比如成功上市后，按照上市规则，农夫山泉的监管和财务将透明化，发展初衷、发展计划、投产项目等将被资本市场裹挟改变。农夫山泉可能会更多地注重资本的交易，而非产品发展本身。”朱丹蓬进一步表示。

北京商报记者 钱瑜 濮振宇 张君花

# 资产近8000亿 全球最大船企中国船舶诞生

## △中国船舶情况一览



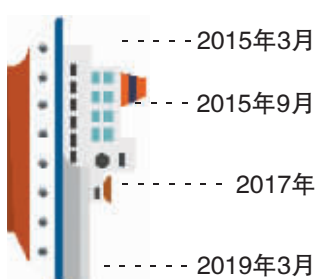
北京商报讯(记者 李振兴 王晨婷)11月26日，中国船舶集团有限公司(以下简称“中国船舶”)成立大会在京举行。这表明，中国船舶工业集团有限公司(以下简称“中船工业”)与中国船舶重工集团有限公司(以下简称“中船重工”)联合重组落地，总资产近8000亿元，成为全球最大的造船集团。

据了解，中国船舶由原中船工业与原中船重工联合重组成立，重组后中国船舶拥有科研院所、企业单位和上市公司147家，资产总额7900亿元，员工31万人，拥有我国最大的造船基地和最完整的船舶及配套产品研发能力，能够设计建造符合全球船级社规范、满足国际通用技术标准和公约要求的船舶海工装备，是全球最大的造船集团。雷凡培任首任董事长，杨金成任总经理。

中船工业与中船重工重组的消息始于2015年。中国企业研究院首席研究员李锦提到，在南北车重组时，2015年3月的南北船高管对调被部分市场人士解读为酝酿合并的迹象之一。2015年9月，中共中央、国务院公开发布《关于深化国有企业改革的指导意见》，“重组整合一批”成为一大看点。包括南北船重组的消息早传出来了。比中冶五矿、神华与国电传说都早，只是“恋爱早，结婚晚”罢了。

在2017年，中船重工披露将实施市场化债转股，且中船工业旗下上市公司中船防务同时停牌，一度被业内猜测为中船工业与中船重工重组将有新的进展。但是，中船防务

## △南北船合并大事记



停牌最终被确认为是要实施市场化债转股。2019年3月，中船工业与中船重工重组的风声再起，中船重工董事长胡问鸣到访中船集团，并与中船集团董事长雷凡培举行座谈。

同时成立于1999年7月1日的南北船，二者分工不同，中船工业(即俗称的南船)和中船重工(即俗称的北船)主要以地域区分，长江以北包括武汉在内的造船工业(船舶总装、科研院所及一些非船业务)归属北船，长江以南的船舶总装资产(包括中船防务、钢结构工程、中国船舶三家上市公司)划归南船。中船重工偏军工生产，中船工业民品居多。

在业界人士看来，两船重组有利于优化国有资本布局，推动船舶行业的结构调整，提升船舶业的国际竞争力。一段时间以来，全球造船产能严重过剩，国外造船企业兼并重组不断。在此背景下，两船重组能够实现研发设计和产业协同，进一步合理布局、资源互补，加快做强做优做大。

李锦表示，南北船合并重组，不是简单的机构合并，重要的是布局调整与战略性重组。重组后产能规模绝对值并没有扩大，但调配的可控性加大了，这样更加有利于做优做强，优化资源调配。也并不意味着扩张规模，重要的任务是去产能。我国造船完工量、新承接订单量和手持船舶订单量同比下降，全球船舶市场远远供大于求，船厂仍面临接单难、盈利难、产能利用率低等问题。船舶企业重组，有利于船舶行业的结构调整，淘汰

低端落后与过剩产能，可以解决资源分散、无序竞争等一系列矛盾和问题，同时优化国有资本布局，提升船舶业的国际竞争力。

数据显示，2019年上半年，全球新造船市场总体业绩普遍下滑。其中散货船与2018年同期相比，新造船订单数量下降73%，油轮新造船订单数量下降47%，集装箱船订单数量下降49%，燃气船新造船订单总量下降了39%。

与此同时，虽然中国船舶行业也出现了下滑的情况，但依然保持国际领先。上半年，全国造船完工量1966万载重吨，同比增长4.2%，其中海船为571万修正总吨；新承接船舶订单量1206万载重吨，同比下降46.9%，其中海船为393万修正总吨。截至6月底，我国船期手持船舶订单量8172万载重吨，同比下降10.3%，其中海船为2684万修正总吨，出口船舶占总量的90.8%。总体而言，今年上半年，我国造船完工量、新承接订单量、手持船舶订单量以载重吨计分别占世界市场份额的37.7%、51.8%和42.9%，继续保持国际领先。

值得注意的是，我国造船行业的集中度不断提升。2019年上半年，虽然造船完工量前10家企业集中度为69%，比2018年底微降0.8个百分点；但新承接订单量前10家企业集中度为80.8%，比2018年底提高4个百分点；手持船舶订单量前10家企业集中度为65%，比2018年底提高1.1个百分点。

# 陌陌Q3财报：直播占比首降至七成以下

北京商报讯(记者 魏蔚)11月26日，陌陌发布了2019年三季度财报，营收44.5亿元，同比增长22%；净利润10.9亿元，同比增长40.1%。本季度，陌陌直播营收占比首次降至七成以下，并大幅减少了成本与支出，不过其旗下社交app探探仍然处在亏损状态。

目前直播仍然是陌陌的营收支柱，不过营收占比进一步下降。2019年三季度陌陌直播服务营收32.8亿元，同比增长18%，占比69%。2018年三季度，陌陌直播营收占比76%，首次低于八成，此后三个季度直播营收占比分别是77%、72%、75%。2019年三季度，陌陌直播营收占比降至69%，是陌陌上市以来，直播营收占比最低的一次。

减少对直播业务的依赖，实现营收多元化是陌陌的目标，直播之外，陌陌的第二大营收来源是增值业务，包括会员订阅服务以及虚拟礼物服务。

2019年三季度，陌陌增值业务营收10.6亿元，同比增长86%，这主要由于陌陌引入了更多功能和更多付费方案，推动了虚拟礼物业务的持续增长。

此外，2019年三季度陌陌的移动营销营收8190万元，移动游戏营收1580万元。

分产品来看，2019年三季度陌陌主App的营收从2018年三季度的33.3亿元增至41.4亿元；探探营收从2018年三季度的1.6亿元增至3.1亿元，这主要由于付费用户数的增长。

不过，陌陌的净利润依然只能依靠陌陌主App。2019年三季度陌陌主App净利润为12.5亿元，上一年同期是9.7亿元；探探净亏损1.6亿元，上一年同期为净亏损1.32亿元。

从更能反映业务盈利能力的运营净利润看，探探也成绩不佳。2019年三季度陌陌主App的运营利润13.6亿元，探探的运营亏损1.6亿元，该数据在去年同期是1.3亿元，在

# 69%

2019年三季度陌陌直播服务营收32.8亿元，同比增长18%，占比69%。2018年三季度，陌陌直播营收占比76%，首次低于八成，此后三个季度直播营收占比分别是77%、72%、75%。2019年三季度，陌陌直播营收占比降至69%，是陌陌上市以来，直播营收占比最低的一次。

上季度是4790万元。

为了弥补商业化上的不足，探探正在想方设法地增加增值业务的场景。

11月25日，北京商报记者发现，社交产品探探增添新功能“闪聊”。用户使用闪聊可立刻匹配一个在线用户“蒙脸”聊天，每人聊天达到20句，头像会变清晰，并自动匹配。

在这个小功能上，探探嵌入了两种增值服务。用户使用闪聊时，如果想直接解锁对方头像，可以购买“偷看”特权。用户在用完10次闪聊机会后，也可以购买更多的次数。

此外，探探还推出了离商业化更近的婚恋App。有报道称，近日探探在小米、OPPO等应用商店，上线了社交产品“牵手恋爱”，该款产品定位为“严肃的实名制婚恋交友平台”，提供多种增值服务。

不过，陌陌正在控制成本与支出的涨幅。2019年三季度陌陌成本与支出为34.9亿元，同比增长16%。该数字在2018年三季度至2019年二季度分别是69%、65%、83%、44%。