

发力B端业务 FF“曲线救国”

调整公司业务定位

根据FF宣布的消息,该公司致力于成为一家全方位工程解决方案的供应商,可成为电动汽车、计算平台、整车工程、工业设计、产品定制和制造资源的平台服务商,帮助各类公司向新概念、创新和电动出行未来加速转变。

FF方面告诉北京商报记者,其用户体验无缝集成了互联网、娱乐和信息技术,开创了一个第三互联网生活空间,让用户能够把自己家中、办公室里或者手机上的体验带入车内,同样的技术也可适用于增强全套物流解决方案。这个互联网生活空间生态是一个开放的系统,可用于媒体娱乐内容、社交网络应用、广告以及由供应商通过合作关系提供或开发的其他服务。

关于以上提到的第三互联网生活空间,FF现任CEO毕福康曾不只一次在微博中提到过,他在视频中所展示的,其实就是一个车内娱乐系统,互联网特点看起来更加明显,但并不是这个市场上独一无二的东西。

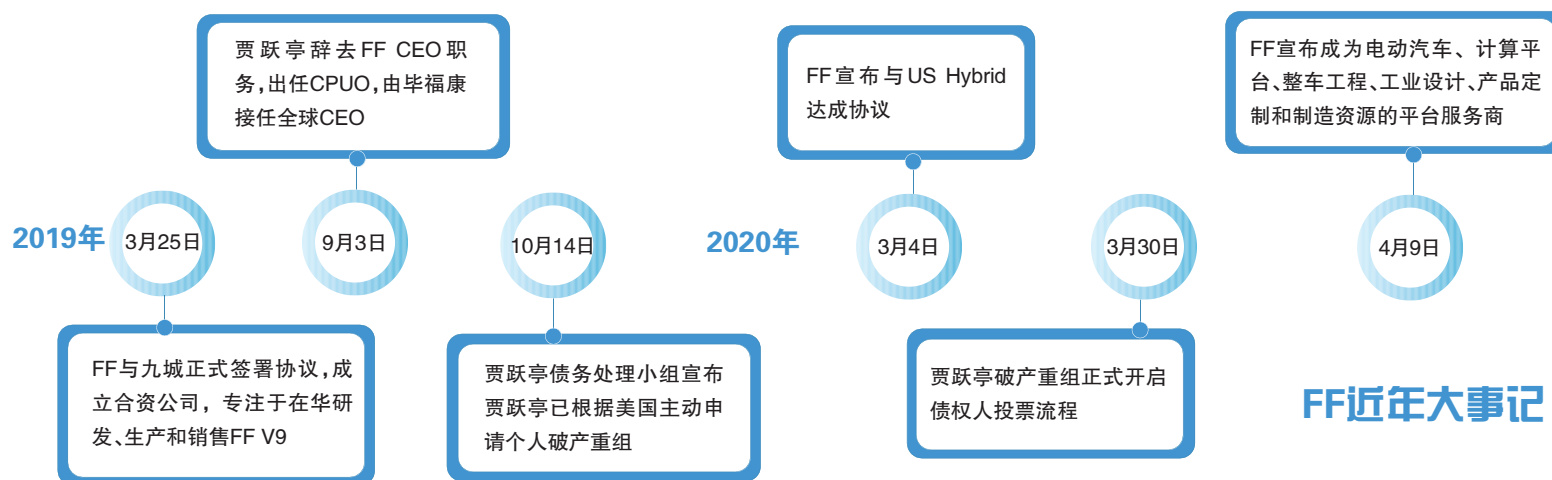
其实在to B市场,FF在上个月就与美国混合动力公司 US Hybrid)达成了合作,FF将在US Hybrid目前正在开发的新能源产品中提供服务,并且该产品将使用FF的电力总成系统。FF与US Hybrid协同开发的电动汽车解决方案将支持加州实现商用车零排放的目标,这两家公司将共同合作致力于创新解决方案,将FF首为乘用车开发的领先技术扩展到商用车运用领域。

消息公布后,作为US Hybrid的股东以及国内首支Faraday Future概念股,江苏德威新材应声涨停,并在一周内一度出现了4次涨停。

破产重组有望实现

实际上,短时间内,FF最紧要的任务就

久久未能拿到融资的法拉第未来(以下简称“FF”),走上了“曲线救国”的道路。4月9日,FF公布了公司新定位——全球共享智能出行生态系统公司。而此前,它的市场定位是“电动汽车初创企业”。这就意味着,面向to C市场的FF将开始发力to B业务。在业内专家看来,贾跃亭破产重组方案未被通过,FF拿不到融资,即便to B业务给予一定的资金支撑,高端电动车市场几乎被特斯拉垄断,FF能闯出一片天地的可能性很小。



是拿到新的融资,但由于贾跃亭破产重组方案一直没有被通过,该公司仍然没有资金流入的渠道。

不过,据北京商报记者所知,上月底贾跃亭破产重组案已经有了新进展。有接近贾跃亭债务处理小组的人士透露,该案已经正式开启债权人投票流程,并已经通过邮寄和电子邮件两种方式向全体债权人寄出投票卡,有望在4月下旬完成投票流程。

值得关注的是,贾跃亭破产重组案得到了债权人委员会的支持。债权人委员会代表在3月19日的听证会上表示,债务人提交了多达几千页的文件,甚至有些文件是正常法律程序得不到的,这次破产重组针对的不仅是

债务人的美国资产,而是全球资产,这是代表全体债权人利益的重组方案。

这是近一个月以来贾跃亭破产重组案取得的第二个积极进展。此前美国加州中区破产法院法官在3月19日举行的听证会上正式驳回了上海财财申请驳回破产重组案的动议,同时批准了贾跃亭资产披露声明以及持产债务人贷款动议。

贾跃亭个人破产方案自宣布以来,就遭到了多方面的阻挠,其中以上海财财和上海奇成及其关联公司最甚。

不过,这些进展是在贾跃亭作出让步的基础上实现的:贾跃亭在债务偿还金额达到显著的比例之前,不再要求取消中国担保;同

时债权人继续有权处置贾跃亭在国内已冻结或已抵押的资产;债权人将会在获得全部债务偿还后根据累计阶梯分账的原则获得最多10亿美元的超额收益以及除本金外的高达4%的利息,因此债权人相对于原方案可以得到更多的收益。

“融资”“量产”渺茫

据上述人士透露,FF跟US Hybrid达成了动力总成技术输出的战略合作协议,这也意味着FF的to B业务已经全面展开,而且据说现在在多个地方政府正在争夺FF中国的落地权。

对此,有业内人士认为,FF提供的所谓解

决方案并不是独一无二的,在业界也没有优越性,指望这块业务“发家”是不现实的。

汽车行业分析师贾新光也指出,现在贾跃亭破产重组案没有了结,FF的B轮融资并未公布重大进展,新车量产计划仍遥遥无期,还无法谈什么前景。

FF曾就融资和量产计划给出过时间预测。去年9月,毕福康接任FF全球CEO,其主要任务就是加速融资及FF 91的量产上市。按照规划,FF计划在今年一季度完成B轮融资。

此外,根据FF公司此前公布的计划,FF 91将于今年交付到首位订单用户手中,初期年产能1万辆,根据订单情况最大扩充到年产10万辆产能。FF 81车型将采用更小尺寸和稍短一些的续航里程,通过更低的价格来获取更多销量,FF 81的定位类似于特斯拉Model S,将在今年年底实现预量产。

即便是to B业务换来了可以周转的资金,或者短时间内拿到融资,贾新光表示:FF 91在美国售价约20万美元,在中国售价约200万元,销量肯定上不去,市场已经被特斯拉垄断,很难打开”。

然而,贾跃亭方面仍然对电动车市场很有信心。据我了解,随着特斯拉市值的持续提升,重新唤起了全球资本市场对新能源汽车行业的热度,FF则是最有可能凭借产品和技术与特斯拉抗衡的投资标的,再加上近期前宝马全球副总裁毕福康、前华晨宝马全球供应链副总裁班尼迪克和前瞻汽车首席技术官鲍勃的加盟,FF的竞争力也在不断加强。”某位接近贾跃亭的人士表示。

贾跃亭此前回应称,现在汽车行业被一片唱衰的舆论所包围,尤其是新造车企业一片哀号,但特斯拉在全球范围内已经形成摧枯拉朽之势,证明了互联网智能电动车行业巨大的潜力,也验证了FF五年前率先作出的电动化、智能化、互联网和共享化的行业判断无比正确,现在恰恰是投资下一代汽车产业最好的机会。北京商报记者 石飞月

30亿元押宝MCN 星期六“脱鞋”转型铁了心

在尝到了社交电商的甜头之后,星期六又募资近30亿元投资MCN机构YOWANT。为此,4月9日,星期六收到深交所关注函,要求说明募资29.7亿元建设数字营销云平台、社交电商生态圈等项目的合理性。

“脱鞋”后的星期六似乎日渐“疯狂”。尽管业内人士预测,2019年星期六将实现上市以来营收和净利润的双高。但是营收15亿元却募资近30亿元投资新项目,占比依然巨大的女鞋业务却毫无“输血”……到底是大刀阔斧地改革还是最后的疯狂,星期六前路依然模糊。

营收15亿 募资30亿

在募资预案中,星期六称拟募集资金总额不超过29.7亿元投入YOWANT数字营销云平台建设项目、社交电商生态圈建设项目、创新技术研究院建设项目、补充流动资金和偿还银行借款。其中,此次募集资金中的最大花销将用于YOWANT数字营销云平台建设项目。该项目投资总额为10.6亿元,拟使用募集资金金额为9.05亿元。

据了解,YOWANT遥望网络成立于2010年11月,是综合性数字营销服务提供商,主营业务为互联网营销及MCN产业。

此外,社交电商生态圈是星期六投资金额最高的项目,拟投资14.28亿元,使用募集资金7.9亿元。项目建成后,星期六作为MCN机构将大幅提升内容产出能力、达人孵化能力。

值得一提的是,虽然星期六2018年营收为15亿元,如今却要花近30亿元投资社交电商等项目。业内人士认为,此次星期六大手笔的开销与此前收购YOWANT遥望网络有着直接关系。

2019年,星期六以17.71亿元购买YOWANT遥望网络88.57%股权。3月起,星

期六将杭州遥望网络科技有限公司纳入合并报表。

在合并报表后,星期六的营收和净利润均驶入“快车道”。在2018年中报中,星期六净利润为2950万元。而到2019年中报,星期六净利润同比猛增106.24%至6084万元。

只字不提女鞋业务

值得一提的是,星期六此次计划募集的资金除了8.9亿元将用于偿债补流外,其余的资金都将用于数字营销云平台、社交电商生态圈等项目,却在资金用途中只字未提其传统主业女鞋。

事实上,随着皮鞋市场发展放缓,星期六的女鞋业务并不理想。从2009年上市到2018年,星期六仅在2009年、2014年和2018年实现净利润上涨,其余七年净利润均为下跌状态,2017年净利润更是暴跌1789.31%。

面对业绩低迷,星期六早有“脱鞋”之心。2018年,星期六与汇洁股份签署了《战略合作框架协议》,寻求成立一家鞋业公司,分阶段将星期六现有鞋类相关品牌、销售渠道以及存货等经营性资产转移至合资公司。然而2019年2月,双方因未能就具体合作细节达成一致意见而终止了合作。

随后,在星期六收购了YOWANT遥望网络后,互联网网络业务频繁出现在星期六的公告和投资者关系活动记录中,而传统女鞋业务则逐渐消失。

北京商报记者梳理发现,星期六最近一次提到女鞋业务是在2019年12月,以1385万元出售了全资子公司佛山星期六科技研发有限公司100%股权,并称此后星期六将不再保留生产产能。

纺织服装管理专家、上海良栖品牌管理有限公司总经理程伟雄表示,按未来1-3年

市场发展预估,星期六电商业务收入定会突飞猛进再上新台阶,传统业务收入比例会大幅度减少。按星期六这种在电商业务的持续投入与持续做大的做法,大概就是鞋履业务逐步边缘化,最终被剥离出上市公司。

对于女鞋业务未来发展规划,北京商报记者联系采访了星期六,截至发稿,对方并未予以回复。

“甜头”能否长久

一手从上市公司剥离传统业务,一手发力互联网营销和社交电商服务,实际上在鞋服行业并非首例。

曾经人手一条的“百圆裤业”于2015年更名为“跨境通”,主营业务由单一的裤装营销发展到互联网跨境电子商务领域。此后,跨境通的业绩也随之大幅上涨。数据显示,截至目前,跨境通的营收已增长超20倍。

通过并购搭乘“网红经济”快车的星期六也在走着相似的路。目前星期六旗下拥有超过50位网红达人,并签约了包括王祖蓝等10多位明星艺人。受益于此,星期六股价曾在25个交易日内大涨330.6%。

业绩的变化更为明显,在YOWANT遥望网络的助力下,2019年,星期六营收预计突破20亿元大关,同比增长48.48%;实现归属净利润1.76亿元,同比增长1871.45%,如无意间,这是星期六上市十年来的最佳年度表现。

在程伟雄看来,转型社交网红直播的星期六已经尝到甜头,比起之前的重资产品牌运营而言,如今的业绩表现已经相当乐观。相比在主业上打持久战,转型不失为一种选择。

不过,也有业内人士认为,目前,社交电商以及互联网营销已经巨头林立,星期六想要立足,并非一件易事。

北京商报记者 钱瑜 白杨 李彦

聚焦 Focus

余承东:华为P40已经没有谷歌的东西

北京商报讯(记者 石飞月)4月9日,华为消费者业务CEO余承东接受媒体采访,对近期业界关切的一些问题给出了答复。首先他谈到了华为手机的定价问题。4月8日晚间,华为正式在国内发布了P40 Pro系列产品,售价5988元起。余承东在接受采访时谈到,P40 Pro仅相机部分成本就超过了100美元(约合人民币700元),远超过行业成本,因此利润较低。

“苹果低成本的东西,卖得却很贵;华为成本非常高的东西,卖得非常便宜了。”余承东指出,比如今年初华为推出的Mate Xs折叠屏手机,虽然16999元的价格看着很高,实际华为仍然是亏损的,截至目前已经亏损了6000万-7000万美元。折叠屏成本降下来之后,才有可能盈利,而不能只看价格。

此前,有媒体报道华为库存积压严重,并全系清仓降价。对此,余承东表示:“我们有库存就好了,春节期间的生产受到了疫情的影响,我们缺货缺得一塌糊涂,不是货多而是缺货。有些公司造谣我们有库存,是胡扯。它们在网络上造谣,连华为公司的有些领导都以为我们有库存。”他指出,疫情期间自己每天都被催货,甚至零售店都供不上货,包括刚刚发售的P40系列也处于严重缺货状态。

由于疫情原因,2020年对于包括华为在内的所有手机厂商来说,都是不平凡的一年。手机市场已经受到了不小的冲击,中国信通院发布的数据显示,2月国内手机市场总体出货量638.4万台,较上年同期下降56%。

谈到疫情对华为业绩的影响,余承东称,今年一季度华为消费者业务营收

保持了很好的增长,国内市场在3月初已全面恢复,海外疫情还在继续,再加上去年同期基数较高,已经有些下跌。

通信专家马继华认为:“从全年来看,5G手机反而会因为用户延迟换机而受益,这对华为来说不一定是坏事,在消费者业务上,销量也应该有保障,处于行业领先地位”。

在余承东看来,如果不是因为美国的制裁,华为在去年就会成为全球第一大智能手机厂商。“过去华为是做网络设备的,进入手机领域比较晚,真正开展to C方面业务也就是最近八九年的时间,这段时间让我们从一个在中国都排不上名的公司,成为全球第二大智能手机厂家。”

华为正在试图摆脱对美国企业的依赖。在系统和软件方面,今年华为围绕HMS动作频频。2月底的发布会上,华为在欧洲发布了HMS Core 4.0和更完善的应用商店AppGallery,并推出了首批搭载HMS服务的华为手机——荣耀V30 Pro和9X Pro。

余承东透露,华为P40在海外陆续铺货中,且P40手机里已经完全没有谷歌的东西,此前在海外推出搭载HMS的P40 Lite(国内的Nova 6 SE)卖得也很好。

在硬件方面,“华为已经完全可以不用来自于美国的元器件,我们做到了完全替代。保持少量的器件,也是和美国企业保持合作关系,帮助它们创造价值”。

余承东表示,华为也在用联发科、高通等公司的芯片,与多家供应商保持着良好的关系,如果美国进一步发动制裁,对全球产业都将是一个非常大的破坏。