

香飘飘卖轻食 奶茶不香了?

注册“轻食”商标

天眼查显示,香飘飘食品股份有限公司新增多条商标信息,其中包括了“香飘飘一餐轻食”,申请日期为2020年7月3日,商标状态为“等待实质审查”。

事实上,今年4月,香飘飘曾透露:“2020年将进一步涉足轻食代餐等泛冲泡领域,通过拓宽品类,打造新的业绩增长点”。

对于香飘飘未来产品发展规划,香飘飘相关负责人在接受北京商报记者采访时表示,2020年,在聚焦奶茶行业的同时,也将不断创新产品品类,尝试开拓奶茶以外的其他产品。不过,关于轻食代餐类的产品规划,香飘飘方面并未提及。

美团点评研究院发布的《中国餐饮报告(白皮书)》指出,目前餐饮业正面临消费升级的重要节点;“80后”“90后”人口突破4亿,占全国总人口的近1/3,也是当下餐饮消费的主力军,这些年轻群体更加注重健康、美味、效率和颜值,轻食简餐越来越受到青睐。

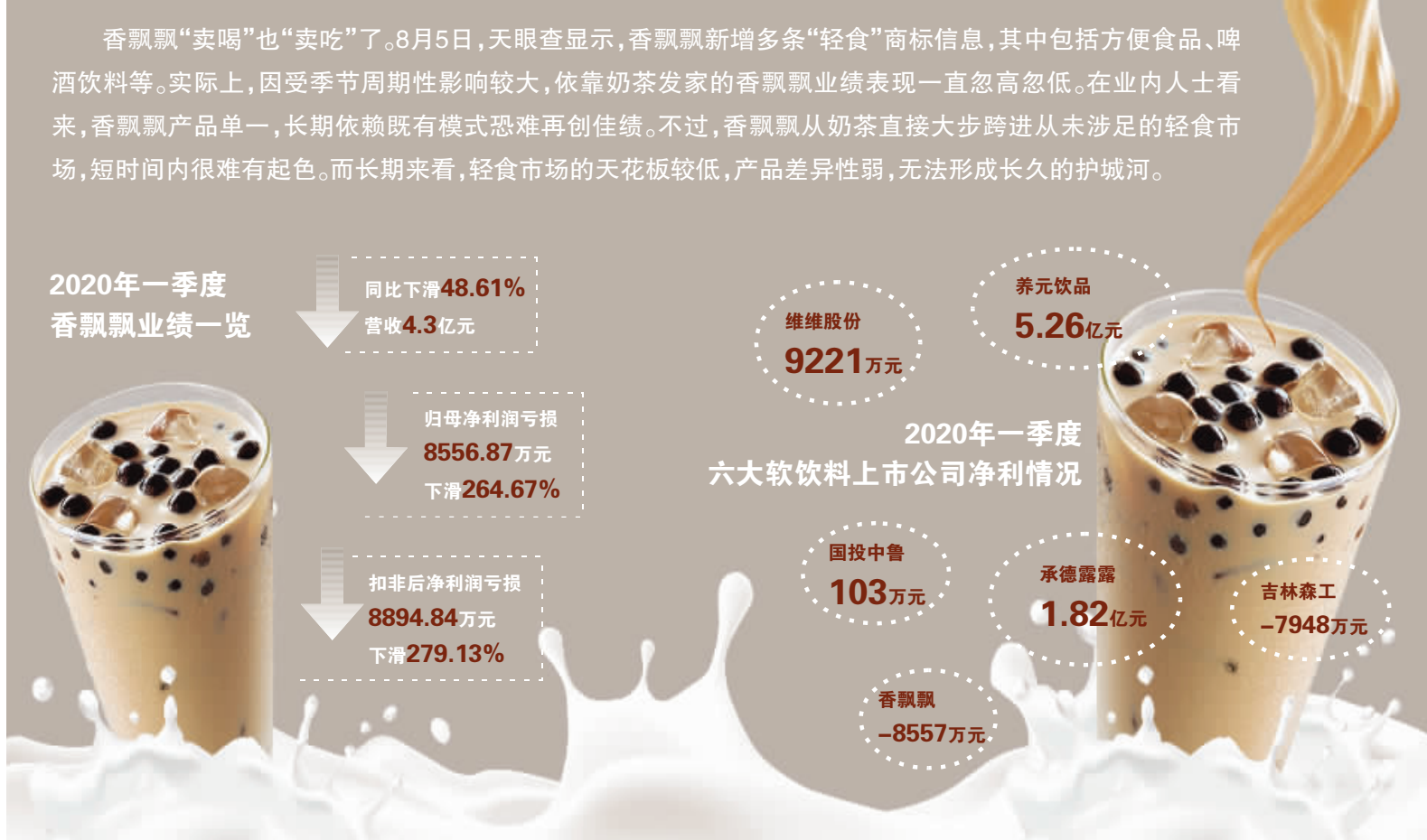
“人们对健康和身材要求逐步提高,随之而来的‘减肥’需求也带动了轻食市场发展。”业内人士称。

天眼查显示,我国目前有超过5700家企业名称含“轻食”,其中,约78.8%的新增轻食企业成立于2018年之后,仅2020年上半年,我国共成立900多家轻食企业。

北京商业经济学会常务副会长赖阳表示,近两年,轻食受到了人们的热切关注与讨论,轻食市场在中国仍处于刚刚起步阶段,发展前景巨大,虽然真正的巨头品牌还未出现,但只要企业用心经营,不断完善商业模式,未来的发展空间和潜力还是很大的。

颓势愈显

希望通过切入轻食代餐领域寻求新业绩增长点的背后,是香飘飘增长动能的弱化。



数据显示,今年一季度,香飘飘营收4.3亿元,同比下滑48.61%;扣非后净利润亏损8894.84万元,下滑幅度高达279.13%。

对此,香飘飘解释称,春节时间节点提前、突发疫情导致春节后生产出货未达预期、学校开学时间一再延期导致即饮产品渠道铺货及动销较少,是亏损出现的罪魁祸首,目前已经积极采取各项措施,渠道动销情况已恢复正常水平”。

值得注意的是,同样受疫情影响,香飘飘却在6个软饮料上市公司中排名倒数第一。数据显示,2020年一季度,排名第一的养元饮品净利润为5.26亿元,而香飘飘净利润则是-8557万元。

事实上,香飘飘业绩颓势早已显现。2017

年上半年,香飘飘亏损0.31亿元;2018年上半年亏损0.55亿元。2019年度,香飘飘虽然扭亏为盈,但扣非净利润只有2.28万元。

今年以来,香飘飘曾出现4名高管在35天内接连辞职、董秘离职前减持套现、家族成员纷纷质押股权等一系列问题,引起投资人和业内关注。

今年初,其董事、董事会秘书兼副总经理勾振海,董事兼副总经理蔡建峰等人相继辞职。据Wind数据,勾振海在离职前两次减持套现;蔡建峰是香飘飘实控人蒋建琪家族之外持股数量最多的大股东。

此外,实控人家族的股权质押情况也令市场关注。资料显示,蒋建琪、陆家华夫妇之女蒋晓莹将其股份全数质押;同时,蒋建琪的

弟弟、第二大股东蒋建斌,累计质押股份1264万股,占其所持股份的35.11%。

经济学家宋清辉表示,香飘飘近几年整体发展并不是非常顺畅,虽然整体有一定回暖,但是业绩增长的含金量并不太高,高管集中离职很有可能是对于企业中长期的发展并不看好。

成败皆奶茶

杯子连起来可绕地球N圈的“国民奶茶”香飘飘,靠一杯奶茶上市,却也被这杯奶茶“圈禁”。

2017年,香飘飘成功上市,成为奶茶第一股”。然而,奶茶产品存在明显的季节性

问题,2017-2018年香飘飘上半年业绩均出现亏损,但由于奶茶的热销,下半年实现了盈利。数据显示,2017年上半年,香飘飘亏损0.31亿元,2018年上半年亏损0.55亿元。

事实上,为了避免产品单一、缓解季节性压力,香飘飘也在极力推新。据了解,2017年4月,香飘飘推出了“MECO”牛乳茶及“兰芳园”丝袜奶茶两款无菌灌装液体奶茶产品,进军液体奶茶市场;2018年7月,香飘飘又推出新式茶饮“MECO蜜谷”果汁茶产品。

香飘飘意图通过产品研发改变颓势,业绩也有所改善。数据显示,2019年公司累计实现收入39.78亿元,较2018年大幅增加7.27亿元,增长22.36%;净利润为3.47亿元,同比增长10.39%。

不过,香飘飘也走出自己熟悉的速溶赛道,进入了一个上下游产业链截然不同、竞争也更为激烈的“新茶饮”圈。从消费群体的年龄结构来看,年轻人更倾向于新式现制茶饮。数据显示,“90后”消费者在新式现制茶饮消费人群中所占的比重达50%;“80后”占比为37%。

公开资料显示,2018年至今,新式茶饮的融资已有近20起,融资金额动辄数亿元。其中,喜茶获得了来自IDG、今日资本共1亿元人民币的A轮融资,以及龙珠资本、黑蚁资本共4亿元的B轮融资,估值暴涨至90亿元人民币。

业内人士表示,国内果汁茶消费者以年轻群体为主,而香飘飘的主要销售渠道为传统的线下经销商,在对接年轻消费群体中并不占优势。

宋清辉表示,在很长一段时间内,香飘飘主要收入来源是杯装固体冲泡奶茶,但依靠爆款产品发家的企业很容易陷入路径依赖问题。因此,香飘飘需要在守住主阵地的同时,寻找企业增长的第二曲线。不过,香飘飘在轻食领域未曾涉足,未来能否跨界奶茶成功仍未可知。

北京商报记者 钱瑜 王晓

服贸观止

30余企业将成果落地 2020服贸会聚焦北京高质量发展

2020服贸会举办在即,各大论坛、活动筹备工作正进行得如火如荼。8月5日,北京商报记者获悉,截至目前,2020服贸会将举办4场高峰论坛、百余场行业研讨及行业推介洽谈活动、30多场国别推介活动,同时还将有30多家国内外知名企业发布新成果。

举办国际一流服务贸易交易会,凸显2020服贸会的高端与权威。目前,世界知识产权组织、世界粮食计划署、国际银行业联合会、世界贸易中心协会、世界贸易网络联盟、世界旅游城市联合会等国际组织将围绕知识产权保护、粮食供应链、金融科技、智慧互联、创意经济、世界旅游重启繁荣等话题举办论坛;商务部、国务院发展研究中心、中国贸促会等国家部委将分别与北京市政府共同举办“服务贸易开放发展新趋势”“数字贸易发展趋势和前沿”“跨国公司视角下的服务贸易便利化”等高峰论坛,同时,商务部还将举办中国电子商务大会,中国贸促会将围绕区块链、服务贸易标准化、信息安全等内容举办专业论坛。

期间将有众多国际组织负责人、行业领军企业高管及知名专家学者等嘉宾参会,带动行业影响力形成。据介绍,国际奥委会执行主席杜比、联合国代理驻华协调员洪腾、世界贸易网络联盟主席布鲁诺等国际组织负责人初步确认参会;富士通、爱立信、华为、博世等知名企业高管初步确认参会;林毅夫及魏尚进等经济学家、中国工程院院士郭贺铨及柴洪峰、德国汉堡科学院院士张建伟、毕马威首席经济学家康勇等知名专家学

者初步确认参会。

借助服贸会的平台,突出前沿创新和热点话题。此次服贸会的主题为“全球服务,互惠共享”,围绕服务贸易十二大领域,通过举办冬季运动、文化服务、金融服务等专题会议,开展国际冬季运动趋势、科技冬奥、奥运城市发展等全球先进服务贸易前沿理论,积极推进服务贸易创新理论和先进技术的融通交流。

针对全球疫情防控,2020服贸会还将举办首都公共卫生防疫、中医药的机遇与挑战、电商战“疫”等近20场论坛。围绕冬奥话题,将举办科技冬奥、冰雪装备产业、奥运城市发展等17个论坛。围绕数字贸易话题,将举办数字经济、全球采购与数字贸易等4场论坛。围绕新基建话题,将举办中关村工业互联网产业生态建设发展论坛、2020国际工程理论论坛等4场论坛。

此外,科技属性将在2020服贸会上凸显。大会充分运用科技方式,借助服贸会数字平台,为参会客商及社会公众提供参会便利。目前共有25场将采取线上举办方式,70余场将采取线下办会线上直播方式。

通过一系列论坛的举办,促进各大企业成果落地。在报告、指数等方面,2020服贸会计划发布《新冠疫情背景下旅游城市复苏与振兴行动纲要》《COVID-19下的世界旅游业恢复与发展报告》《2020中国冰雪产业研究报告》等20余项行业发展报告、指数和榜单排名。在组建联盟及平台方面,信息、金融、设计、会展等行业专题将成立中国国际商会区块链创新服务委员会、中日韩会展人

才培养职业联盟、金融人才库等行业发展联盟、智库及平台,推动形成服务业和服务贸易发展的长效机制。

值得关注的是,2020服贸会还将发布企业的一批新成果落地。其中涵盖科技防疫、网络安全、全息技术等各类新技术、新服务在生活中的应用。通用电器、标普信评、佳能、每日优鲜等30余家企业确认参加。

聚焦服务业扩大开放综合试点,优化营商环境和招商引资等北京市高质量发展内容,2020服贸会将通过举办服务业扩大开放论坛,邀请国家级智库专家围绕“推进北京市服务业创新发展,打造国家服务业扩大开放综合示范区”和“叠加用好服务业扩大开放政策措施”等开展主题研讨和战略对话,推动高端资源聚集。同时,举办投资北京洽谈会,解读优化营商环境政策及重点区域政策,开展投资咨询和项目对接洽谈。

此外,2020服贸会还将举办北京主题活动,围绕“数字+开放”两大主线,推介北京服务业扩大开放成果及北京市优质资源。在中国综保区国际论坛上,将探讨借鉴国际自贸区成熟经验,复制国内综保区创新政策举措,促进创新实践成果落地,提升天津综保区在国内外的知名度与品牌影响力。同时,北京CBD论坛以“引领国际要素聚集,打造世界领先CBD”为主题,发布商务区发展白皮书,以北京CBD作为首都对外开放的前沿阵地和国际交往的重要窗口,不断提升吸引力,加强国际高端要素的集聚,提升区域企业的体量和能级。

北京商报记者 赵述评 刘卓渊

频传“绯闻”斗鱼虎牙合并在路上

北京商报讯(记者 魏蔚)预告许久的斗鱼、虎牙合并案,已经成了隔月就传的消息。8月5日,彭博报道称:“腾讯据悉将牵头合并斗鱼和虎牙的谈判”。截至北京商报记者发稿,腾讯、斗鱼、虎牙相关人士对此均未回应。斗鱼、虎牙双雄争霸的局面由来已久,无论从资本层面还是行业并购先例,这两家游戏直播合并并非易事。

8月5日斗鱼和虎牙合并的传闻,可以说是最没有信息增量的一次消息。6月11日,据媒体报道,斗鱼与虎牙的合并现已在推进中,而此次合并则是在腾讯的建议下实施,预计最快可在今年年底或明年年初实现,同时虎牙将会有新高层和新战略目标出现,但目前双方合并的具体细节尚未敲定。

虽然类似消息已成老生常谈,但从侧面也证明了两家游戏直播合并的巨大可能。

在腾讯投资斗鱼、虎牙,并逐步取得控股权之时,多媒体就数次曝出这两家游戏直播企业将合并的消息。

2018年3月,腾讯曾向虎牙投资约4.6亿美元。当时的公告称,腾讯有权在交易的第二年和第三年之间以公平的市场价格购买额外的虎牙股份,以达到虎牙投票权的50.1%。

2020年4月3日晚间,虎牙宣布,腾讯全资子公司增持虎牙2.6亿美元,交易完成后,腾讯投票权升至50.1%,成虎牙最大股东。而虎牙的竞争对手斗鱼,跟腾讯的渊源更久,曾三次拿到腾讯投资,目前腾讯是斗鱼的第一大股东。

自腾讯2018年前后投资斗鱼和虎牙后,这两家游戏直播平台合并

的消息就不绝于耳。不过,虎牙CEO董荣杰在腾讯控股虎牙时表示,加入到腾讯大家庭后,虎牙将继续保持独立运营。

其实,业内人士普遍认同斗鱼创始人兼CEO陈少杰在2019年三季度财报电话会议上的表态:“这取决于大股东腾讯的意愿,但目前没有任何确切消息”。这也点出了双方合并的关键。

当事企业员工对是否合并、何时合并也异常关心。有当事企业员工在听到最新传闻时,就向北京商报记者抱怨:“传闻也没有增量信息啊,我也想知道到底怎么回事。”

在脉脉平台上,有关合并的进程更是言之凿凿。在6月传出合并消息时,认证为腾讯员工的用户在脉脉平台表示,“马上就合并了,我们有同事都在整合虎牙内部数据了,应该快了”。甚至有用户公布了合并时间:“二季度财报前。”

但从官方口径看,腾讯、斗鱼、虎牙对合并的消息始终保持沉默,这次也不例外。

“就像陈少杰说的,腾讯已经是斗鱼和虎牙的控股股东,掌握着合并的主动权,区别在于合并后新公司的管理和运营,斗鱼和虎牙在拿到腾讯投资、上市之后,一直明争暗斗,争的就是合并后的控制权”,智察分析师刘大伟表示。

从财报信息看,斗鱼和虎牙的关键数据不相上下。2020年一季度,斗鱼营收22.78亿元,同比增长53%;非美国会计准则下,净利润2.97亿元,同比增长742%。虎牙营收24.12亿元,同比增长47.8%;非美国会计准则下,净利润2.63亿元,同比增长100.7%。