

融资到手 贾跃亭的FF能量产了?

获3亿融资

FF发布的消息显示,该公司获得了美国两大金融机构提供的4500万美元(超3亿元人民币)的债权融资贷款。

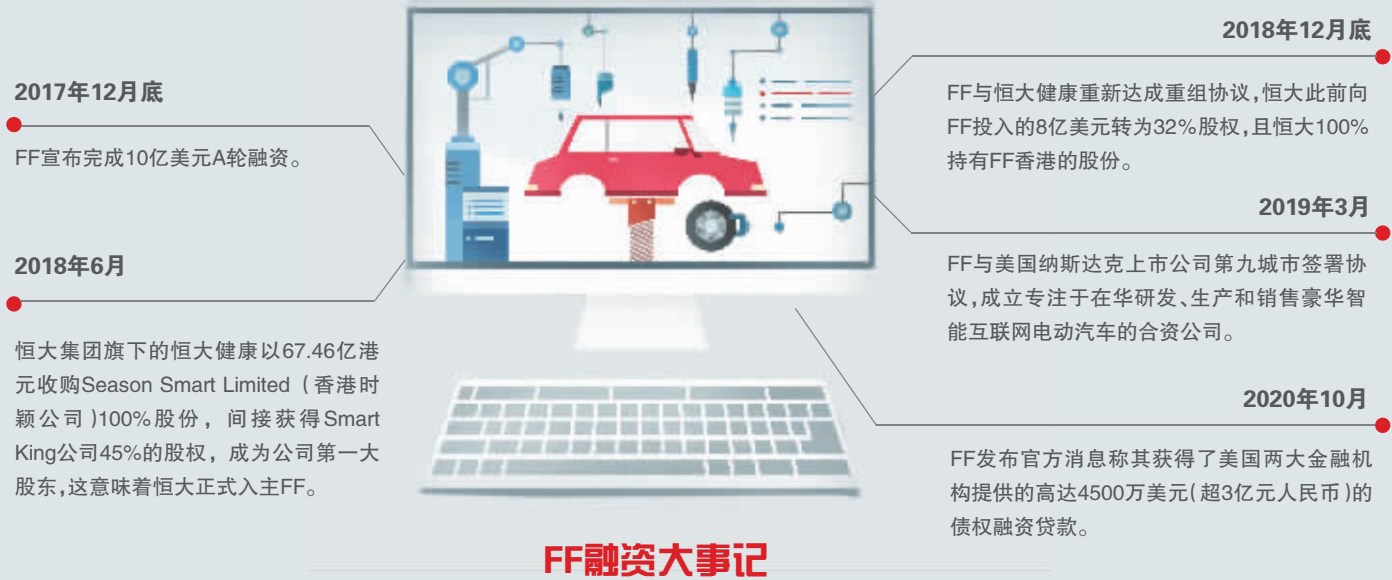
为FF提供资金支持的两家美国两大金融机构是BIRCH LAKE FUND MANAGEMENT LP(以下简称“Birch Lake”)和ATW Partner。其中,Birch Lake是位于美国芝加哥的著名商人银行(经营包括长、中、短期融资服务在内的部分银行业务的金融机构),曾在去年帮助FF渡过了上一轮融资危机;位于纽约的私募机构ATW Partners是新晋加入的联合资金提供方,这家公司在美股IPO孵化项目方面有丰富的经验。

FF方面对北京商报记者表示,这次融资是对2019年达成的债权融资贷款的扩充和展期,融资完成后,意味着FF在正式IPO之前获得了足够的运营资金,基本渡过了短期现金流危机。该公司全球CEO毕福康称:感谢Birch Lake作为FF最坚实拥护者、顾问和金融伙伴,一如既往地给FF提供支持,同时感谢ATW Partner的支持,这将推进FF尽快完成融资规划及FF 91的量产。”

受困于资金问题,FF设计的电动汽车FF 91虽然早在2017年初就已公开亮相,却迟迟得不到量产,FF的融资情况也不容乐观。2018年,FF曾获得恒大方面的投资,但最终合作关系破裂,融资失败;2019年3月,FF与美国纳斯达克上市公司第九城市签署协议,成立专注于在华研发、生产和销售豪华智能互联网电动汽车的合资公司,但一年多过去了,这家公司在市场上并没有多少声音。

今年7月2日,贾跃亭发布公开信,宣布个人破产重组方案生效,并透露因为其个人破产重组获批,FF的研发、融资、BD等业务进展顺利。

落魄了三年的贾跃亭,今年好消息不断,继个人破产重组方案生效后,美西时间10月14日,其创立的法拉第未来(FF)宣布获得新一轮融资。除了债权融资,FF还在推进上市计划,并透露出FF 91的投产时间和计划。在业内人士看来,4500万美元的债权融资对FF来说是一个积极的发展信号,但市场对于FF产品的接受程度如何,目前还不得而知,这才是决定FF能否收获更多融资、并坚持在市场上走下去的关键因素。



寻求美股IPO

除了债权融资,日前,据路透社报道,FF正在筹备以SPAC(特殊目的并购)的方式寻求美股IPO。不过,FF相关部门拒绝透露有关美股IPO的更多细节。

据相关业内人士介绍,SPAC上市是全球资本非常常见的上市方式,已经成功运行了超过20年。所谓特殊目的并购即资本方成立一家只有现金却没有实际业务和其他资产的壳公司,在美股市场上市,然后在一定期限内找到某个行业拥有发展潜力和优质商业的公司实现反向并购,帮助目标

公司实现上市的同时,也实现SPAC公司原始投资人的获利。数据显示,高峰时期美股市场通过SPAC上市的数量高达总数量的1/4之多。

北京商报记者了解到,为FF提供投融资和法律顾问支持的是Stifel Nicolaus & Co(斯提夫尔)和盛德律师事务所。斯提夫尔是美国百年投行,在企业投融资和IPO方面经验丰富,早在两年前就开始为FF提供投融资顾问支持;盛德律师事务所是IPO领域的世界级国际律师事务所,近年来完成的美国和香港IPO项目数量处于市场领先地位。据悉,另一家世界顶级投行也已经签约FF并为其提供投融资及IPO顾问

服务。

“FF成功上市的可能性难以预计,不过采用合伙人治理架构在一定程度上有利于FF上市。如果成功上市,最直接来看,有助于推进其量产上市,让FF的未来有了可能性。”产经观察家丁少将说。

乘联会秘书长崔东树指出,在世界市场上,除了中国的造车新势力之外,其他的新势力表现都相对一般,所以FF在资本市场还是有一定价值的。

此外,据FF内部人士透露,除早已启动的IPO计划顺利推进外,FF最近与亚太合作方达成了初步合作意向,并将在近期宣布多位业内外重磅人士的加盟。

何时量产

融资的目的还是量产,而FF的量产口号也已经喊了两三年。根据该公司最新的投产计划,FF 91将于股权融资成功交割后约9个月启动量产,一旦IPO成功,FF将在最短的时间内回归正轨,向用户及时交付高质量的变革性产品。

据知情人士透露,从产品层面看,FF 91的产品成熟度已经无限接近量产的水平,多台预量产车已经下线,最新一台预量产也正在打造过程中。最近公布的FF 81电动车以及未来车型和下一代核心技术的开发准备工作也会尽快完成。

崔东树认为,这4500万美元的债权融资对FF来说应该算是雪中送炭,能促进其量产的节奏并往前推进,到后面再有其他资金进入的话,应该就有可能实现量产的过程:实际上,小规模量产的投入并不是很大,关键在于,FF只要做出产品在美国市场上市的话,就会对FF产生一个良好的发展趋势。”

丁少将则指出,这部分资金看起来是为了解决短期现金流问题,汽车需要重投入,这从近年来国内造车新势力的表现就看得出来:FF已经投入了超10亿美元,从公开信息看,FF方面在去年末表示要量产还需要8.5亿美元,那么,4500万美元在促进量产方面的作用应该是有限的。”

至于汽车上市后,能不能被市场接受,受到消费者欢迎,有业内人士表示:“FF 91在美国售价约20万美元,在中国售价也得100多万元,销量肯定上不去,市场已经被特斯拉垄断,很难打开”。

不过,贾跃亭此前曾表示,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,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

旗下品牌多次被罚 利洁时撞上多事之秋

10月15日,杜蕾斯因被罚81万冲上微博热搜。由于发布广告含有淫秽、色情内容,运营杜蕾斯的相关主体被上海市徐汇区市场监督管理局行政处罚。实际上,杜蕾斯的母公司利洁时近来风波不断,杜蕾斯多次被罚,其另一子品牌 MoveFree 益节”被起诉。在专家看来,擦边球式的营销一直是杜蕾斯的营销特色,有时甚至故意触碰一些底线来博眼球,因此建议监管部门加大惩处力度,提高违法成本;仅在微博平台就获得11亿的阅读量,下一次杜蕾斯为什么不继续这么干呢?”经济学家宋清辉说道。

铤而走险

根据上海市市场监督管理局行政处罚决定书,杜蕾斯全国总代理商上海曼伦商贸有限公司在天猫店铺“杜蕾斯官方旗舰店”对一款情趣用品进行网页宣传,其发布的广告含有淫秽、色情等内容。当日,杜蕾斯因内涵广告被罚81万”的话题一度登上新浪微博热搜榜前三,话题浏览量超11亿。

对利洁时来说,摊上事儿的不止杜蕾斯一个品牌。而在此前一天,因认为利洁时旗下 MoveFree 益节”氨糖钙片保健品存在虚假宣传和不正当竞争行为,海正药业全资子公司海晟药业向人民法院递交起诉状。海晟药业认为,利洁时旗下 MoveFree 益节”在对氨糖钙片的功效、原理对外宣传时,简单得出了盐酸氨基葡萄糖比硫酸氨基葡萄糖更好的结论,给消费者在选购相关产品时形成了误解,并据此获得了不正当竞争优势。

资料显示:MoveFree 益节”是利洁时旗下关节健康品牌,拥有种类众多的氨糖软骨素产品。海晟药业生产非处方药品 伊索佳”硫酸氨基葡萄糖胶囊,该药品于2004年获准上市。

法律专家邓勇向北京商报记者介绍称,若经营者利用广告或者其他方法对商品的

质量、制作成分、性能、用途等作引人误解的虚假宣传,根据《反不正当竞争法》第24条第1款,由监督检查部门责令停止违法行为,处十万元以上五十万元以下的罚款;情节严重的,处五十万元以上三百万元以下的罚款。

对此,北京商报记者联系了利洁时,但截至发稿未收到回复。

多次受罚

坐拥美赞臣、杜蕾斯、滴露等众多知名品牌的利洁时并非首次遭到处罚。早在2019年底,杜蕾斯的广告就因妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚,被罚80万元整。彼时,上海市市场监督管理局认为,广告有关内容低俗,极易引发不良联想,引起了强烈的舆论反应。

同样在2019年,因涉嫌在美国以欺诈方式推销一种阿片类药物,利洁时受到起诉。2019年4月,美国司法部指控利洁时前子公司Indivior组织了一场规模达数十亿美元的欺诈,即自2010年起虚假包装舌下溶解薄膜型阿片类药物,声称它比市场上价格相对低廉的片剂更安全、不易滥用。

最终,利洁时支付了14亿美元和解金,但利洁时否认违法,表示和解旨在避免持续调查和诉讼让企业承受更高费用和更多不确定性。

目前,利洁时的主要业务分为健康护理品牌和卫生护理品牌两大板块。其中以杜蕾斯为代表的健康护理品牌板块是公司的主要收入来源。2019年,利洁时实现营收128亿英镑,健康护理品牌板块及卫生护理品牌板块的营收占比分别为61%、39%。

加大惩处

作为撑起利洁时大半营收的品牌业务部门,杜蕾斯多次被罚的背后或是利益的驱使。数据显示,杜蕾斯、人福医药旗下的杰

士邦”以及日本株式会社旗下的冈本”占据了国内80%左右的市场份额,其中“杜蕾斯”品牌占有中国30%的安全套市场。

尽管市场份额领先,但各大品牌的奋力直追让杜蕾斯面临不小的压力。根据天眼查数据,我国目前安全套相关企业有19.8万家,超九成集中在批发和零售业。同时有超过70%的企业成立于五年以内。

利洁时在2019年财报中坦称,杜蕾斯在中国有竞争挑战:“健康护理品牌业务板块的情况衰退,收购美赞臣带来了协同效应,但整合业务具有挑战性,并转移了管理层的注意力。我们错过了重要的创新,尤其是在杜蕾斯的业务中。此外,一些定价决定适得其反。”利洁时如是说道。

要持续保持具有优势的市场竞争力,营销是各大安全套品牌的主要打法。战略营销专家、财经作者段传敏在接受北京商报记者采访时表示,杜蕾斯的营销特色一直是借用社会营销和热点营销,靠着很强的内容创意,赢得广泛的关注和传播。这也让其成功破圈。只是由于其产品的特性和擦边球的营销路线“难免”,有时甚至故意触碰一些底线,以求达到大众关注的效果。

在宋清辉看来,杜蕾斯屡次被罚的背后无疑是利益驱使,一次违法所得的利润远远大于违法成本。根据2019年财报,利洁时健康护理品牌板块实现营收78.15亿英镑,约合人民币681亿元。

段传敏认为,从之前其受到的处罚并非一例来看,杜蕾斯的这种边缘型的营销路线也许会持续下去。原因是处罚太轻了:这次处罚本身又给杜蕾斯的创意做了一个最佳的事件传播——上了热搜,仅在微博平台就获得11亿的阅读关注,下一次杜蕾斯为什么不继续这么干呢?”宋清辉表示,未来,监管部门应进一步加大惩处力度,否则过低的违法违规成本,不足以引发警醒与约束,杜蕾斯可能还会继续发布妨碍社会公共秩序。

北京商报记者 姚倩

绿城入股北京颐和和金茂府 控股比例达60%

北京商报讯(记者 卢扬 王寅浩)10月15日,市场传出北京颐和和金茂府项目新增绿城为股东,项目公司北京青茂置业有限公司股权已于近期发生变更,北京商报记者随后向涉事的几方求证,对方回应称“项目在接触进行中,一切以工商信息为准”。

北京商报记者在天眼查查阅工商信息发现,北京青茂置业有限公司的股权确已于近期发生变更,新增股东北京纬诚置业有限公司,持股比例为60%,公司注册资本从1000万元变更为2500万元,北京纬诚置业有限公司为绿城旗下子公司。

北京青茂置业有限公司为金茂北京项目颐和和金茂府的项目公司,该项目地块位于北京市海淀区四季青镇中坞重点村资金平衡用地北地块,建设用地面积44507.26平方米,用地性质为R2类居住用地。项目地块于今年1月20日被金茂以46.75亿元底价摘得,楼面价约7万元/平方米。

公开信息显示,颐和和金茂府已经在近期开盘,项目竞品则是同日出让的“南地块”融创香山1号院,二者售价相当。融创香山1号院由北京海益嘉和置业以底价53.96亿元摘得,具体操盘方为融创中国。

身处全北京土地最稀缺的区域,上述两个项目也创造了不俗的成绩,根据项目自己披露的交易信息显示,颐和和金茂府开盘当日销售额为50.6亿元,融创香山1号院也实现了首日45.3亿元的销售额。如今的突然“转身”,也多少令人有些意外。

北京纬诚置业有限公司为北京绿城投资有限公司旗下全资子公司,该公司所持北京青茂置业有限公司60%股份。根据当天市场传出的消息,未来不排除平安以通过收购纬诚置业股权的方式,间接持有青茂置业的股份。天眼查信息显示,北京纬诚置业有限公司的33.34%股权已经质押给了深圳市盛钧投资管理有限公司。

针对上述股权转让细节,北京商报记者

股权变更

北京青茂置业有限公司新增股东北京纬诚置业有限公司,持股比例为60%,公司注册资本从1000万元变更为2500万元,北京纬诚置业有限公司为绿城旗下子公司。

也分别向涉事的几方求证,对方回应称“项目在接触进行中,一切以工商信息为准”。

如今的绿城,中交的话语权越来越强,其战略也与宋卫平时代不同。随着中交系入主,绿城开始了“换挡提速”,而北京市场也成为绿城的发力目标。今年初的北京土拍市场,绿城表现格外亮眼,5天砸下144亿元加速补仓。年初北京出让的9宗地块中,绿城夺得1/3,而363.89亿元的总成交额中,绿城拿地金额也占到四成,成为今年初北京土拍市场的最大赢家。

业绩表现上,2020年1-9月,绿城累计实现合同销售金额1139亿元,其中归属于集团的权益金额约为639亿元,对应合同销售面积约453万平方米;此外,绿城的代建项目前9个月累计取得合同销售金额约468亿元,合同销售面积318万平方米。

综合来看,今年前三季度,绿城累计实现总合同销售面积约771万平方米;总合同销售金额约1607亿元,同比增长约30.4%,其中代建项目合同销售金额占比近三成。

若按绿城年初公布的2020年度销售目标为2500亿元(含代建)计算,今年前三季度已累计完成年度销售目标的64.28%,而其后三个月需每月完成近300亿元的销售才能达成今年的销售目标。