

哈罗单车合并后获3.5亿美元融资

北京商报讯(记者 魏蔚)12月4日,10月底哈罗单车与永安低碳科技有限公司(以下简称“永安低碳”)合并后的新公司哈罗单车宣布完成首轮融资,同时也是原哈罗单车D1轮融资,数额为3.5亿美元。投资方为蚂蚁金服、威马汽车、成为资本、富士达等多家知名投资机构 and 产业资本。

今年10月,哈罗单车和永安低碳进行业务合并成立新公司并沿用哈罗单车名称。截至2017年11月底,哈罗单车注册用户达到8000万。本轮投资方包括蚂蚁金服、成为资本、富士达、威马汽车等,其中,成为资本、威马汽车分别是哈罗单车B轮、B+轮的投资方。同时,哈罗单车和威马汽车的“4+2”(共享单车+共享汽车)合作于9月已经启动,目前正在进行中。

据了解,哈罗单车此次融资不仅是合并后的首轮融资,也是继ofo在今年7月完成7亿美元融资后首家宣布融资的企业。业内人士表示,目前多家中尾部共享单车企业出现退押金难问题,资金困难几乎成为共享单车的通病,此时得到资本支持或加速行业淘汰。

涪陵榨菜再次筹划收购

北京商报讯(记者 方彬楠 刘之爽)筹划收购,榨菜龙头又有新“猎物”。12月3日晚间,重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司(以下简称“涪陵榨菜”)发布公告称,公司拟筹划重大资产收购事项,公司股票自2017年12月4日开市起临时停牌。定位于大的调味品产业的涪陵榨菜,榨菜、泡菜、酱均为公司未来的发展方向,涪陵榨菜也一直在寻求并购的机会,进行外延式发展。

据了解,涪陵榨菜主要从事榨菜、泡菜和其他佐餐开味菜等方便食品的研制、生产和销售,目前是全国最大的佐餐开味菜生产销售企业,其中乌江系列榨菜、惠通系列泡菜是该公司主导产品。由于榨菜行业利润较低,为了寻求新的利润点,近几年,涪陵榨菜在多元化发展上进行了不少尝试,且收购动作频频。2014年推出了海带丝和萝卜干等新产品,但是新产品对于涪陵榨菜的营收贡献十分有限。

今年半年报显示,涪陵榨菜其他佐餐开味菜(含海带丝和萝卜产品)的营业收入为5823.68万元,占营业收入比重仅为7.34%,而其主要产品榨菜的营收为6.71亿元,占营业收入比重为84.64%。2015年,涪陵榨菜以1.3亿元收购了四川惠通食业有限公司,向泡菜行业进军,今年半年报显示,泡菜产品营收为5981.73万元,占营业收入比重为7.54%。

对此,中国食品产业评论员朱丹蓬表示,除了传统的榨菜产品外,它们的新产品整体发展并不乐观。比如海带产品与其他品牌没有太大的差异化,也没有独特的工艺支撑其差异化发展。涪陵榨菜还是依托老产品进行增长、发展和生存,新产品的支撑非常有限。

莲花健康转型遇阻

北京商报讯(记者 方彬楠 刘之爽)证监会要求期限将至,莲花健康申请延期回复反馈。12月4日晚间,莲花健康产业集团股份有限公司发布公告称,将延期回复《中国证监会行政许可项目审核二次反馈意见通知书》。自2016年联合睿康集团入主莲花健康宣布转向大健康产业定位后,在近两年的时间里,转型涉及的金融及C2B等“跨界”业务未见新动作,莲花健康的业绩也始终不见好转。业内认为,本就债务缠身的莲花健康有意依靠多元化转型翻身,但目前看来,这条转型之路效果并不明显。

此前,上市公司莲花健康因转让全资子公司佳能热电100%股权遭上交所问询。11月27日晚间,莲花健康发布公告称,转让佳能热电股权具有商业实质,不存在通过资产处置操纵利润以避免公司年度净资产为负戴帽的交易动机。

公告显示,莲花健康于11月8日收到中国证券监督管理委员会出具的《中国证监会行政许可项目审查二次反馈意见通知书》。中国证监会依法对《莲花健康产业集团股份有限公司非公开发行股票申请文件》进行了审查,要求莲花健康就有关问题做出书面说明和解释,并在30日内向中国证监会行政许可受理部门提交书面回复意见。

莲花健康表示,公司收到二次反馈意见后,立即组织保荐机构和其他中介机构就反馈意见中提出的相关问题进行讨论和研究,并和公司及其他中介机构一起着手准备反馈意见的回复。由于部分事项核查需要较长时间,部分问题的回复需要等待核查结果,因此无法确保按时向中国证监会提交书面回复意见。

钢铁行业明年产量或将与今年持平

据新华社电 冶金工业规划研究院12月4日发布的报告认为,2018年我国钢铁行业增长将有所放缓,预计粗钢产量约8.38亿吨,基本和今年持平。

尽管仍在去产能,但受益于全球经济超预期复苏和国内经济稳中向好发展的拉动,今年以来,我国钢铁产量保持较快增长。

国家统计局的数据显示,2017年1-10月,我国粗钢产量为7.1亿吨,同比增长6.1%;生铁产量6.03亿吨,同比增长2.7%。

“2017年以来宏观经济增速好于预期,由此带动建筑、机械、汽车、能源等主要下游行业钢材消费量均保持良好增长,我国钢材整体需求量较快提升。”冶金工业规划研究院院长李新创表示。

报告预测,今年我国粗钢产量约8.32亿吨,生铁产量7.1亿吨;明年粗钢产量仅增0.7%至8.38亿吨左右,生铁产量则略有下滑至7.09亿吨。

2018年全球各地区钢材需求量仍将保持增长,约16.47亿吨,同比增长1.7%。其中,亚洲钢材消费比重仍居全球首位,占比约65.9%。

主业承压 九芝堂转型陷红海

12月3日-6日,九芝堂牙膏产品五年战略发布在长沙举行,这是九芝堂牙膏产品的第一次公开亮相,也意味着九芝堂开始涉足大健康领域。在“北有同仁堂、南有九芝堂”的光环下,九芝堂的两大主力产品:驴胶补血颗粒和六味地黄丸,近年由于触碰到市场天花板,后续发展缺乏强劲动力。业内认为,发展牙膏品种,进入日化行业,对于医药企业来说门槛相对较低,九芝堂也能借此触及更多盈利增长点。不过牙膏市场竞争激烈,九芝堂产品的后续发展还不明晰。

九芝堂牙膏上线

九芝堂即将推出的裸花紫珠系列牙膏,将突破“功效与口感清新难以兼备”的瓶颈。九芝堂牙膏运营中心总经理吴中英表示,目前,市面不乏中药功效的牙膏,也不乏强效清新口气的牙膏,但将二者结合的牙膏少之又少。“九芝堂牙膏不仅添加了天然萃取的裸花紫珠、铁皮石斛、三七等多种上乘中药材,而且采用了国际领先的EC180技术,达到中药功效与口气清新共存的效果,不同牙膏产品的口气清新保留时间分别达到半个小时及近一个小时,弥补了市面中药牙膏在此方面的不足。”

北京商报记者查阅九芝堂官网后发现,在研发牙膏产品之前,九芝堂就已经开始了对日化产业链的布局。目前,九芝堂旗下已有日化产品“九芝堂胶原滋养面膜”,以及划分在大健康品类下的“芝生美”膳食纤维饮品等产品。从这一点来看,日化产品的研发已经成为九芝堂的发展领域之一。目前,九芝堂没有披露过日化及大健康产品产生的切实收益数据,不过,从去年年报披露的数据看,刨除中成药、西药和生物药品,九芝堂的其他产品营业收入为1720万元,占总体营业收入的0.64%,增长率较去年同期提升5831.39%。



进入日化领域,对于医药类企业来说已经不是一件新鲜事。前有云南白药、后有江中药业,无论是做牙膏还是涉足快消品,不少企业都凭借对市场的高敏感度和产品的高差异化程度,将副业做成了主业的一部分。得益于在中药领域的发展规模,九芝堂研发并销售中草药型牙膏具有一定的先天优势。不过,裸花紫珠这一概念并不新奇。北京商报记者发现,目前市面上已经有了将裸花紫珠这一药材用于牙膏产品中的企业。广州诺健生物科技有限公司旗下品牌诺口健已经开始销售“诺口健裸花紫珠药物牙膏”,目前在淘宝网上可以购买。

对于牙膏新品后续的布局,北京商报记者多次拨打九芝堂股份有限公司办公室电话,但截至发稿依然无人接听。

频繁资本运作

虽然与同仁堂一样身为老字号,但九芝堂的股权纷争却更为复杂。2002年1月,“涌金系”全面接管九芝堂,通过湖南涌金投资控股公司及实际控制人个人持股的方式一度控制九芝堂超九成股权。九芝堂成为“涌金系”拥有的第一家上市公司,并逐步搭建起以九芝堂和千金药业为主的实业平台,以及以国金证券、云南国际信托为核心的金融平台。然而,由于“涌金系”创始人魏东于2008年自杀身亡,九芝堂开始经历频繁的高层人事变动。

重点关注

Special focus

乌镇时间 互联网大佬的“未来”话题

第四届世界互联网大会的第二天,多位互联网大佬在分享经济、人工智能、互联网精准扶贫和全球数字经济等17个议题上擦出火花,他们与全球1500位嘉宾和400余家知名互联网企业与创新型企业一起感受科技最新的发展趋势和前沿技术,共同为未来建言。

■李彦宏:AI也能改变制造端和供应端

All in AI的百度在本次世界互联网大会上备受关注,百度董事长兼CEO李彦宏在人工智能论坛上列举诸多AI改变生活的实例,在他看来,AI不仅限于to C的领域,在to B的领域也有很多的应用,AI也会改变B端,也就是改变制造端和供应端,比如Apollo平台,李彦宏认为在某种意义上讲也是to B的,是一个供给端的平台,百度已经联合各种各样的合作伙伴在一个大产业链里,共同为无人驾驶而努力。

■雷军:未来十年最核心的战略就是人工智能

对AI情有独钟的还有小米创始人兼CEO雷军,在他看来,融合是发展数字经济的关键因素。数字经济就是把这20年积累的互联网技术、方法论、商业模式,有效地和传统的各行各业进行融合,包括要把最近两三年在人工智能技术上取得的突破进行融合。人工智能是一次技术革命,这次技术革命要真正发挥技术优势,要和各行各业相结合。他同时认为,目前最能体现人工智能技术应用的是智能音箱产品,其次是手机拍照和相册,除此之外还有自动驾驶和医疗诊断。

■张勇:数字经济是中国的巨大机会

在“全球数字经济:深化合作,增强互惠”论坛上,阿里CEO张勇表示,马云提出的“五新”战略本质上是对数字经济走势的判断,未来每张图片、每个身体都是钱包,数字经济的发展是中国巨大的机会,是中国市场经济发展的巨大机会。张勇认为,今后随着整个数字经济的发展,互联网的技术、互联网的思考和产业的结合,在从消费侧走向供给侧,走向智能制造和智慧设计,走向整个产业的方方面面,数字经济的影响,对中国未来的发展,是一个全方位的影响。

■刘强东:明年帮助500个品牌推向海外

植根于电商的京东董事局主席兼CEO刘强东对中国品牌感情颇深,他表示京东如果进军美国市场,去和亚马逊竞争,就要把众多中国品牌集结。两年前海东成立秘密小组,跟各个企业合作,帮助它们将商品销往海外。目前京东已经成功将40个品牌推向海外,明年希望帮助500个品牌。同时他希望全体企业家都行动起来,争取在2020年前让全体中国人实现脱贫,再用五年让他们富裕起来。

■丁磊:希望跨境电商政策进一步放开

出席“数字丝绸之路”分论坛的网易董事局主席兼CEO丁磊也将视线聚焦电商领域。他表示,以前的国外企业向中国销售商品需要很高的门槛。

此后,九芝堂业绩陷入停滞;“涌金系”开始筹划退出,新东家逐渐浮出水面。

2015年5月24日,停牌4个月的九芝堂对外发布重组预案,九芝堂拟以14.22元/股的价格向李振国、辰能风投、绵阳基金、杨承等合计非公开发行股份4.58亿股,购买其所持有的100%股权。与此同时,作为九芝堂的大股东,长沙九芝堂(集团)有限公司以18元每股的价格向李振国转让8350万股,占比28.06%,价格为15.03亿元。2016年1月17日上述交易完成,李振国持有九芝堂3.2亿股,占比42.32%,取代“涌金系”的陈金霞成为上市公司实际控制人;“涌金系”的九芝堂持股降至4.84%。

虽然在医药界素有“北有同仁堂,南有九芝堂”之说,但经过这几年的资本运作后,与同仁堂相比,九芝堂的体量却稍显薄弱。2017年半年报中,仅从净利润一项数据来看,同仁堂上半年实现净利润5.99亿元,而九芝堂仅为3.62亿元,二者之间相差2.37亿元。同时,九芝堂主要依赖的两个传统品种驴胶补血颗粒和六味地黄丸,目前市场竞争压力较大,后续发展遭遇瓶颈。目前,全国六味地黄丸市场有70余个品牌,3000多个批号,九芝堂的驴胶补血颗粒则定位低端,产品局限在湖南地区,竞争优势并不明显。东方证券出具的研报也曾指出,六味地黄丸的生产厂家众多,九芝堂生产的六味地黄丸仅占2.74%。而在补血市场,九芝堂

的驴胶补血颗粒仅为6.5%。

玩转大健康待考

对于医药企业来说,大健康产品无外乎日化品和功能性产品两种。2012-2015年,制药企业在大健康领域进行投入已经发展为行业共识。2012年天士力在云南普洱总投资45亿元建设工业示范基地,一期已投产;2015年3月,人福医药前期投资3亿元推出清慕三花凉茶;2015年6月,太极集团推出高端罐装太极水,随后北京同仁堂健康药业集团推出凉茶和玛咖乌龙茶两款饮料,前者功能宣称名为去火,后者为提神;2016年上半年,金嗓子推出清嗓润喉的草本植物饮料。

大健康的红海被搅动得近乎翻起泡沫,但脱颖而出的企业却非常少见。此前,九芝堂在大健康领域也遭遇过失败。旗下开展保健品业务的■茂公司在北京运作不足一年,便不得不流血退出该市场。

在激烈的市场竞争中,牙膏产品又因为成本相对较低,被一众药企列为最容易发展的对象。仅在牙膏市场就汇集了云南白药、片仔癀、哈药集团、广州药业、葛兰素史克等企业,牙膏也成为医药企业进军日化产业的突破口。

《2016年度中国制药工业百强榜》公布的数据显示,仅国内企业中,39家中药企业有31家推出自己的中药牙膏产品,占上榜中药企业数量的80%。但在业内看来,目前做出成绩的凤毛麟角。北京刷新活力健康科技有限公司总经理温承宇在接受媒体采访时指出,当下无论本土品牌还是外资品牌,牙膏产品的同质化很严重,尽管在用料上有差异,但却没有本质上的区别。

“日化产品本身要求的高品牌效应,很多药企都难以应对。而日化行业的渠道壁垒和变革,也远非常年稳定的药企所能适应。”日化行业观察员赵向晖坦言。北京商报记者 钱瑜 王潇立/文

白杨/图表

跨境电商让消费者不用跑到国外去,就可以买到国外商品。但现在还是有单价等方面限制,希望政策能进一步放开。谈及未来的计划,丁磊表示,在未来的几年,仍有需要把中国制造的产品销往国外、需要对国外商品进行定制等诸多挑战。

■姚劲波:“90后”群体新消费观念将推动共享经济发展

在“分享经济:创新与治理”分论坛上,58集团CEO姚劲波分享了一组来自58同城的数据,现在的中基层人群平均工资已经由几年前的三四千元增长到七八千元,这些人群主要以“80后”“90后”为主。这些人群学历更高、消费能力和消费观念也有所提升。由于未经历稀缺经济年代,这些人群的消费观念已经从拥有转换为使用,这将推动中国共享经济的发展。他同时认为无论是共享经济还是大数据、人工智能等技术都可以拉低贫富差距。

■程维:到2020年将有一半的汽车专为共享出行而设计

身处共享经济风口的滴滴向来是业界关注的重点,滴滴CEO程维对共享经济已有自己的希冀,他称希望从2018年开始,有10个汽车品牌开始为共享设计汽车,并且第一波大规模投放的共享汽车在2019年能够实现。2017年,滴滴成立了汽车开放平台,滴滴希望在中国扶持1000家小的汽车运营商,未来的汽车不再是被千百万个家庭拥有,可能是由成百上千个汽车运营商帮助家庭拥有这些汽车。2020年以后,汽车会有超过50%为共享设计,新的交通大时代,会向分享、智能新能源的方向发展。

■王小川:AI将为大连接时代重新赋能

在去年展示过同声传译机的搜狗今年继续为AI发声。在搜狗CEO王小川看来,连接的传统定义是连接人、交易、服务,目前已非常充分。下一步需要用到人工智能技术。从三个维度看,AI能为识别、生成和决策重新赋能。王小川认为,过去的连接以语言为核心,语言有简单处理的可能性,同时也是对于通用人工智能时代的载体,把声音、视觉转成文字。这次搜狗带来了可以识别唇语的机器,可以将图像转换成文字,为大连接时代提供新机会。

■王晓峰:共享单车成为交通基础设施

在开幕当天发布领先科技成果后,摩拜联合创始人兼CEO王晓峰于12月4日亮相“网络传播与社会责任——新时代、新机遇、新担当”分论坛,王晓峰指出共享单车以“骑-乘-骑”的组合满足多层次出行需求,同时“共享单车+公共交通”的出行新方式,不仅能够减少碳排放和道路拥堵、促进绿色交通,还能够产生海量精准出行大数据,助力城市规划和可持续发展。历经一年的高速发展,共享单车已成为连接各种出行方式的交通基础设施之一。

北京商报记者 魏蔚