

· 公司报道 ·

今日头条母公司完成新一轮融资

北京商报讯(记者 魏蔚)10月24日,有媒体报道称,今日头条母公司字节跳动已经完成Pre-IPO轮融资,融资规模大概在40亿美元,投前估值达到750亿美元。不过,今日头条未就此事予以置评。

自2018年8月起,字节跳动寻求融资的消息就不脛而走。8月初,有报道称,字节跳动已经启动新一轮股权融资,希望筹集30亿美元,估值最高或达750亿美元。当时披露的领投方为软银、春华和KKR。有知情人士向媒体透露,这几家机构大概率都参与了本轮投资。如消息属实,在一级市场,字节跳动已成为仅次于蚂蚁金服和Uber的第三大互联网公司。

公开信息显示,字节跳动上一轮融资完成于2017年9月,为20亿美元的E轮融资。在两轮融资间隙,版图扩张成为字节跳动的主要动作。

在短视频领域,字节跳动旗下的抖音、火山小视频和西瓜视频月活用户规模持续增长;在在线教育领域,字节跳动收购学霸君to B业务,并推出少儿英语品牌gogokid;在相机和二次元领域,字节跳动收购Faceu激萌、上线“轻颜相机”,还收购了二次元社区“半次元”。此外,字节跳动还推出知识付费类产品“好好学习”、电商产品“值点”、内容社区类产品“新草”。

多维扩张的同时,字节跳动核心产品也遭遇监管问题。2018年以来,今日头条、抖音等App屡次被问责,早期的搞笑社区产品“内涵段子”也被永久下架。在业内人士看来,“监管收紧在未来将是常态,字节跳动旗下的短视频产品必然会受到影响,多元化布局将会对冲短视频业务的风险,但也将考验字节跳动的业务统筹能力”。

金立副总裁俞雷宣布将于月底离职

北京商报讯(记者 石飞月)10月24日,据知情人士透露,金立副总裁俞雷在朋友圈称,将于10月31日正式从金立离职。俞雷离职的消息再次将金立这个消失已久的品牌带到公众面前。

资料显示,俞雷曾在玛氏中国、欧莱雅中国担任过营销负责人,于2015年正式加入金立,后升任副总裁,分管品牌营销业务。俞雷并不是第一个从金立离开的人,自金立爆发资金危机以来,很多金立的员工陆续离职。今年初,金立董事长刘立荣承认公司存在资金链问题,但仍比较乐观,并给出了偿还债务的方案。按照他的计划,金立将分三个步骤来解决资金链问题:首先,引入合作伙伴,确保生产与销售,市场就有未来;第二,引入战略投资者,补充资金,增加公信力;第三,出售资产偿债,获取债权人支持。”

刘立荣当时透露,引入战略投资者的工作已有进展,整体方案仍在谈判中。但时至今日,金立依然没有融资和重组的迹象,当时承诺不会跑路的刘立荣,据相关消息,已滞留香港数月未归。目前,金立有价值的资产基本都被查封,刘立荣夫妇个人资产亦被冻结。中国裁判文书网显示,金立当前涉及民事诉讼124件。其中,债权人申请了诉前财产保全的有15件。

刘立荣在此前的采访中曾提到,近年约100亿元的投入对金立的资金链造成很大影响。金立的营销费用很高,两年就花费了60多亿元,电视、视频网站、机场等,金立的广告无处不在。在营销上不惜砸下重金学习OPPO、vivo的金立,却没有获得理想的结果。根据研究机构GfK的数据,2017年金立手机在中国的销量为1494万台,排名第七,份额仅为3%。这与刘立荣在2017年初设定的在国内至少要卖3000万部的目标相比缩水了一半。

· 财报洞悉 ·

步森股份前三季营收增长19.29%

北京商报讯(记者 钱瑜 实习记者 冯硕)10月24日晚间,浙江步森服饰股份有限公司(以下简称“步森”)发布2018年三季度报告显示,前三季度,实现营业收入3.11亿元,较上年同期增长19.29%;归属于上市公司股东的净利润-556.2万元,较上年同期增长75.49%。值得注意的是,步森前三季度净利润超七成的增长,与三季度步森在净利润方面的强势表现不无关系。三季度,步森实现营业收入1.38亿元,同比增长3.29%;归属于上市公司股东的净利润717.4万元,较上年同期增长35.88%。此外,该公司预计2018年度归属于上市公司股东的净利润变动幅度为94.08%-114.79%;变动区间为-200万元至500万元。2017年度,该公司归属于上市公司股东的净利润为-3380.7万元。

涪陵榨菜前三季净利润同比增七成

北京商报讯(记者 钱瑜 叶静)10月24日晚,重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司(以下简称“涪陵榨菜”)发布三季度财报。财报显示,涪陵榨菜2018年1-9月实现营业收入15.45亿元,同比增长25.94%,归属于上市公司股东的净利润5.23亿元,同比增长72.16%。涪陵榨菜在公告中表示,前三季度净利润增长72.16%的原因主要是毛利同比增加,引起净利润同比增加。自2018年以来,涪陵榨菜的净利润同比增长率均在70%以上。2018年一季度和上半年,涪陵榨菜在当期的净利润为1.15亿元、3.05亿元,与去年同期相比,净利润同比分别增长80.33%、77.52%。此外,涪陵榨菜预计2018年度归属于上市公司股东的净利润为6亿-7.25亿元,同比增长45%-75%。涪陵榨菜在公告中称,预计销量增加,收入增加使得毛利和净利增加,因此作出净利润上涨的相关预计。

瞄准中国潜力股 福特能否翻盘

10月24日,福特汽车公司公布了针对公司在亚太地区运营的一系列战略举措,包括提升中国市场的地位以及任命原奇瑞汽车CEO陈安宁为福特中国新CEO。业内人士表示,此次战略调整和人事任命,连同此前整合销售网络和在华新战略的努力,都展现出福特汽车正急于摆脱在华发展的困局,不过,在国内汽车市场正步入“寒冬”的背景下,这一目标的实现将颇为不易。

提升中国市场地位

在官方新闻公告中,福特汽车正式宣布,福特中国全面升级为独立业务单元,直接向公司全球总部汇报。此前,与多数跨国车企全球市场布局相同,多年来,福特汽车也一直将中国市场放置在亚太市场业务板块之下,由福特方面派驻的亚太区总裁统一领导。

“中国市场对福特汽车的盈利和持续发展至关重要,”福特汽车公司执行副总裁吉姆·法利强调;“作为全球最大的汽车市场,中国市场独具领导地位,并成为行业发展的焦点。”

数据显示,2017年,福特汽车在三大主要市场——北美、欧洲、亚太地区的营业收入分别为935亿美元、297亿美元以及141亿美元,同比分别增长了1%、4%和17%。

虽然以中国为代表的亚太市场的营收占比仍远低于北美和欧洲,但已经是福特汽车营收增长最快的市场。福特汽车在官网上则预计称,未来十年中,福特全球60%-70%的增长将来自亚太地区。

事实上,除了此次明确提升中国市场的地位,福特汽车近两年来一直在加大对中国市场的布局力度。

2017年底,刚刚履新福特汽车总裁兼CEO的韩恺特来华宣布了野心勃勃的“中国2025计划”。该计划包括到2025年底,在中国推出超过50款新车型;聚焦加速产品本地化进程;快速提升在中国的工程及研发能力等。

在发布新的战略计划后,福特汽车还试图扩大在华的“朋友圈”。在车



联网和移动出行方面,福特汽车分别与百度和阿里巴巴签署合作意向;同时,福特智能出行公司还与众泰汽车正式签署合资合作协议,由双方各出资50%,组建众泰福特智能出行科技有限公司。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示,福特只有在中国这个世界最大的消费市场和世界汽车制造中心保持强大的竞争优势,才能确保应有的国际大集团的竞争地位。

CEO十年八换

除了明确提升中国市场的地位,福特汽车还在此次公告中宣布,原奇瑞汽车总经理陈安宁将“回归”福特,任职福特汽车副总裁、福特中国总裁兼CEO,该任命将从11月1日起正式生效。

据了解,陈安宁在1993年加入福特汽车,先后出任了福特汽车全车业务总监、福特嘉年华全球项目总监等职务。2009年,陈安宁加入奇瑞汽车,担任过奇瑞捷豹路虎董事长、观致汽车董事长、奇瑞汽车总经理等职务,直至今年9月30日卸任。

不过,在陈安宁之前,福特中国已经频频更换掌门人而引起业内关注。据统计,2008年以来,自第一个CEO程美玮交棒之后,福特中国在十年内已经更换了8位CEO。

虽然高管更换频繁,但值得关注的是,近两年来,福特汽车开始推动中国公司高管本土化的进程。2017年8月,罗冠宏成为福特中国董事会主席兼CEO,这是福特少有的华人身份的高管,也是福特中国第一位本土背景

的华人掌舵者。

尽管罗冠宏履新仅半年后就宣布辞职,不过福特此后又不断出现新的华人高管。今年6月,福特宣布原北京梅赛德斯-奔驰销售服务公司高级执行副总裁李宏鹏加盟,出任全新成立的福特全国销售服务机构总裁一职。此后不久,在奔驰工作多年的毛京波也宣布加盟福特,任林肯亚太及中国区总裁。

对于此次具备中国本土背景的陈安宁的加盟,福特汽车副总裁吉姆·法利称,随着将中国市场升级为独立业务机构,并由经验丰富的中国高管领导,福特汽车将成为一个机构更精简、决策效率更高效、更贴近消费者的公司。

业内人士表示,此次招揽陈安宁这样的资深职业经理人担任福特中国的掌门人,显示出福特期望通过他丰富的中国市场运营经验提速自身在华的本土化进程。不过,福特中国的高管更替过于频繁,这已经对福特在华战略的连续性产生了负面影响,陈安宁上任后,能多大程度改善这一问题,仍有待观察。

销量颓势待解

近两年来,福特汽车在中国的发展一直不顺。在此次发布的公告中,福特汽车也坦言:“中国汽车行业在经历了较长时间的高速发展后,在今年三季度首次出现同比下滑”;“经济环境和行业形势都在督促我们尽快转型”。

自2016年在华达到127万辆的销量高峰后,福特汽车在中国市场的表

现一直呈现下滑趋势。2017年,福特在华销量达到120万辆,较2016年度下降6.3%。其中长安福特累计销售82.7万辆,较2016年下降14%。进入2018年,这一情况依然没有好转,根据全国乘用车市场信息联席会的数据,9月,福特汽车在华销量为同比下跌43%,1-9月累计销量较去年同期下跌30%。

销量不振的背后,是福特汽车产品更新速度的迟缓。事实上,在“1515计划”收官后,福特汽车在华的产品阵容一直没有扩容。其中,蒙迪欧、福克斯分别在上市五年和八年后才于今年上半年推出更新换代的产品。

目前,在华销量问题已经引起福特汽车的重视。今年7月,福特汽车开始对销售渠道进行“三网合一”,即福特中国、长安福特以及江铃福特三方并网销售,由长安福特统一销售福特乘用车品牌车型。

不过,汽车行业分析师贾新光指出,从2008年金融危机之后,福特元气大伤,一直没有恢复。销售体系的调整需要巨额投资,福特汽车可能拿不出多少钱。

此外,在车型更新速度慢的问题上,根据福特汽车“中国2025计划”,到2025年底,福特将在中国市场推出超过50款新车型,其中包括8款全新SUV车型,这其中至少有15款福特和林肯品牌电动车型。同时,从2019年开始,福特将把5款车型转到中国生产,包括林肯品牌旗下的一款豪华SUV车型和福特首款纯电动小型SUV。

“中国汽车市场已经经历了2-3个周期,有了很大的变化,而福特还不能适应,这从它推出车型很慢就可以看出。”在贾新光看来,此前元气大伤的福特汽车无力在中国市场上投入过多精力,出现了无法适应市场变化的状况。不过,这次仅仅确定中国市场为核心业务单元仍然还是不够的。未来,福特的战略调整需要对原来的体系进行改革,不光要提高产品投放速度,也要加强在中国地区的研发能力,专门为中国市场研发产品。

北京商报记者 蓝朝晖 濮振宇

Special focus

强生拟收购城野医生母公司求增长

北京商报讯(记者 钱瑜 姚倩 白杨)10月23日,强生发布公告称,将以2300亿日元(约20.5亿美元)收购日本化妆品企业Ci:z Holdings Co Ltd集团(以下简称“Ci:z Holdings”)所有在外流通股。收购完成后,强生将拥有Ci:z Holdings旗下Dr.Ci:Labo城野医生、Labo Labo以及Genomer三大品牌。

城野医生医疗美容院相关负责人称:“城野医生海外业务已交给强生管理”。但对于城野医生在中国市场的具体发展战略他表示并不清楚。对此,北京商报记者致电强生,但截至发稿,电话一直无人接听。资料显示,城野医生医疗美容医院是城野医生药妆品牌的起源地,隶属Ci:z Medical旗下。

值得关注的是,这已是强生再度出手收购Ci:z Holdings的股份。2016年7月,强生收购城野医生生产商Ci:z Holdings 19.9%的股权,一举成为

Ci:z Holdings的第二大股东。彼时,强生相关负责人表示,强生对Ci:z Holdings的投资旨在加强集团的护肤品业务,公司计划首先拓展中国内地和台湾市场,而后扩大欧洲和美国市场。

不过,北京商报记者注意到,虽然强生的营业收入按年有个位数上涨,但净利润却出现大幅下滑。今年初,强生公布了2017年业绩,全年实现总收入764.5亿美元,相比2016年增长6.34%。与此同时,强生截至2017年末净利润却出现大幅下滑,同比下滑92.14%至13亿元。

实际上,强生旗下目前已有大宝、露得清等化妆品品牌,这些均属于强生旗下的消费品业务部门。按照业务划分来看,今年三季度中,强生的消费品业务已呈现出增长缓慢的趋势。期内,强生全球消费品业务销售额为34亿美元,同比增长1.8%;全球药品销售额为103亿美元,同比增长

6.7%;全球医疗器械业务销售额为66亿美元,同比下降0.2%。

对此,日化行业专家、塞恩资本合伙人夏天认为,对强生来说,收购城野医生可以优化品牌结构,增大集团营业收入中的化妆品占比,对业绩增长预期也有很大帮助。但另一位不愿具名的业内人士指出,就目前而言,中国的化妆品市场虽然是块“大蛋糕”,收购城野医生可以帮助强生拓展中国业务,但是想要从中获得丰厚的利润并拉动整个集团的业务增长仍面临一定的挑战。

数据表明,中国化妆品行业将在未来几年继续保持稳定增长态势,预计到2021年市场容量将达到4337亿元。然而,2016年国内获得化妆品生产许可证的企业为3800余家,国产化妆品产品超过70万种。可见,国内化妆品生产企业数量众多,竞争十分激烈。

发力高端出行 吉利与戴姆勒合资挑战滴滴

北京商报讯(记者 蓝朝晖 濮振宇)10月24日,戴姆勒出行服务有限责任公司与浙江吉利控股集团管理的吉利集团(新业务)有限公司宣布,双方将在华组建合资公司,提供高端专车出行服务。该合资公司总部将设在杭州,双方持股比例为50:50,计划在中国的部分城市提供高端专车出行服务,使用高端车型将包括但不限于梅赛德斯-奔驰品牌。

据了解,该合资公司运营初期的车型将包括梅赛德斯-奔驰S级车、E级车、V级豪华多功能车以及梅赛德斯-迈巴赫轿车,或还将增加吉利集团的高端电动车型。目前,该合资公司的商务条款和投资计划尚未披露,合资公

司的成立及运营须获得并购监管机构的批准。

值得关注的是,吉利汽车和戴姆勒负责人均借此成立合资出行公司强调了各自转型的决心。戴姆勒金融服务股份公司CEO恩腾曼表示,戴姆勒集团已经做好充分的准备,持续推进公司的转型;浙江吉利控股集团有限公司总裁安聪慧则称:“此次联合将是我们将由汽车制造商向全球汽车科技集团转型的关键举措”。

官方资料显示,在出行板块,吉利汽车布局的曹操专车已在全国28个城市投放超过2.9万台纯电动汽车,拥有超过1700万注册用户,App应用端日均活跃用户超过100万,每日实际成交

单量超36万单;戴姆勒提供的自由流动车共享服务即行car2go和站点式汽车共享服务Car2Share随心开也已完成了累计超过2000万公里的共享出行里程,其中中国用户为47万余名。

目前,网络出行已经成为增量可观的庞大市场。据易观统计数据显示,自2015年以来,中国互联网出行市场保持高速增长。2017年,该市场的交易规模达到8043.85亿元人民币,预计整体市场增速在未来五年内将保持在25%以上。其中,网约车业务因为占比最高且发展迅速,成为市场增长的主要动力。

事实上,自2016年8月滴滴与优步中国合并以来,网约车市场一家独大的格局基本延续至今。极光大数据发布的

《2018年5月专车市场研究报告》显示,截至2018年5月,网约车App市场渗透率为16.9%,用户规模达1.85亿。其中,滴滴出行多种出行服务,在网约车市场占据绝对优势。不过,因乘客遇害等各种负面消息传出,作为网约车市场“霸主”的滴滴近期正面临不少麻烦。

业内人士表示,相对于互联网企业,传统汽车制造商在网络出行领域的布局普遍较晚,因而将面临更大的竞争压力。不过,整车企业转型能量巨大,如果能够发挥自身的优势,从需求尚未完全释放的高端市场切入,完成“产品+销售服务+出行服务”的成熟布局,未尝不会改写滴滴一家独大的竞争格局。