

· 产业动态 ·

斗鱼

2018年营收超40亿元

北京商报讯(记者 魏蔚)3月25日,来自武汉东湖高新区相关部门的监测数据显示,斗鱼2018年收入超过40亿元,并计划年内启动赴美上市。

截至北京商报记者发稿,斗鱼方面对此未予以回应。按40亿元计算,斗鱼与同获腾讯投资的虎牙体量基本持平,2018年虎牙营收为46亿元,目前市值为51亿美元。

有接近斗鱼的消息人士表示,近两年斗鱼一直在备战IPO,并初步计划2019年夏天赴美国纳斯达克上市。目前,斗鱼融资总额已高达70亿元,估值250亿元。

此次传出的斗鱼上市时间符合2月中旬曝出的信息。2月11日,媒体援引知情人士消息称,斗鱼已秘密在美国申请IPO,筹资约5亿美元,最早可能于2019年二季度上市。另有知情人士向媒体承认,斗鱼的确在准备赴美上市事宜,但募资额尚未确定。

公开信息显示,斗鱼于2014年1月上线,目前已经完成6轮融资,总融资额达到70亿元。腾讯共参与斗鱼4轮融资,其中B轮、C轮均由腾讯领投。2018年3月8日,斗鱼获得由腾讯独家投资6.3亿美元。同一天,虎牙宣布获得来自腾讯的4.6亿美元投资。

从业务到资本层面,斗鱼和虎牙一直处于胶着的竞争中。根据极光大数据《2018年移动互联网行业数据研究报告》显示,2018年12月,斗鱼渗透率为4%,排名游戏直播领域第一,虎牙渗透率3.6%,位居第二。从日活跃用户数均值看,2018年9月斗鱼和虎牙分别为760万和530万,到2018年12月,斗鱼下滑至720万,虎牙增长到710万。

错过游戏直播美股第一的机会后,斗鱼上市的时间点正处于网络直播的寒冬期,近几个月,不仅网易薄荷和土豆泥关停,连熊猫直播也开始遣散员工。

京东方

2018年净利润下滑超五成

北京商报讯(记者 石飞月)3月25日晚间,京东方发布的2018年度报告摘要显示,2018年实现营业收入971.09亿元,同比增长3.53%;净利润34.35亿元,同比下滑54.61%。

京东方表示,进入2018年以来,由于市场供需变化,半导体显示行业持续低位徘徊,主要产品价格竞争激烈;受市场环境影响,公司主要面板产品价格呈下降趋势,整体经营业绩同比下降。而为应对市场环境变化,京东方2019年将继续实施物联网转型战略,加快产线产品结构优化调整。

统计机构Sigmaintell Consulting给出的数据报告显示,京东方已经超越LG Display,成为全球最大的液晶电视和显示器面板供应商。2018年,京东方的液晶面板出货量最高,达到了3730万台,而LG Display紧随其后,为3450万台。此外,京东方2018年出货5430万台电视面板,相比之下,LG Display的这一数字为4860万台。

不过,虽然京东方在面板出货量上成为第一,但是在出货面积上只能排在第三的位置,LG Display以3000万平方米的显示面板出货面积占据第一的位置,三星则以2620万平方米的显示面积力压京东方一头。

从整体市场来看,液晶显示屏面板出货连续六年下滑,出货量从2012年的1.78亿片减少至2017年的1.37亿片,但是2018年液晶显示屏面板需求好转,出货量又回升至1.51亿片,年增10%。

除了液晶面板,京东方也在发力OLED面板领域。据悉,京东方已开始在重庆建设第三条6G柔性OLED面板生产线,月产能为4.8万片。京东方计划在新生产线上投资465亿元,旨在生产用于手机、汽车和笔记本电脑应用的柔性OLED面板。

国药控股

2018年盈利58.35亿元

北京商报讯(记者 钱瑜 姚倩)3月25日,国药控股股份有限公司(以下简称“国药控股”)公布2018年业绩,公司实现营收3445.26亿元,同比增长11.73%;实现净利58.35亿元,同比增长4.67%。

分业务板块来看,国药控股旗下各大业务板块均呈增长趋势。其中,受益于分销网络进一步扩展,国药控股医药分销业务实现营收2810.49亿元,同比增长9.29%;受益于收购扩张及存量药店自身业务增长,医药零售业务实现营收148.01亿元,同比增长19.46%;受益于医疗器械业务的收购扩张及业务增长,医疗器械业务实现营收494.74亿元,同比增长29.99%。

今年以来,国药控股加速了在医疗器械业务的布局。3月19日,国药控股发布公告称,出于公司业务发展需要,公司决定在原有经营范围的基础上进行经营范围的扩充,扩充内容涉及医疗器械经营、食品销售管理以及医疗科技领域内的技术开发等。

资料显示,国药控股的医药分销业务即向医院、其他分销商、零售药店及诊所等客户分销医药制品;医药零售业务即经营医药连锁店;医疗器械业务即向客户分销医疗器械。

国药控股在公告中表示,医药分销未来仍将是公司重要的战略板块,公司将积极把握有机增长和合作并购的机会,围绕主业进一步加速整合行业资源,提升规模优势。在医疗器械业务板块,公司将贴近生产企业和终端客户,全力提升直销比例,积极推动战略合作。

联手朱骏 贾跃亭造车以退为进

法拉第未来(以下简称“FF”)与第九城市(以下简称“九城”)的合作终于落定。3月25日,FF与九城正式签署协议,将成立合资公司,专注于在华研发、生产及销售FF V9。对FF创始人贾跃亭和九城董事长朱骏来说,走出谷底是双方的共同目的,合作是各取所需。但在“有钱的出钱、有力的出力”模式背后,“恒大风波”犹在眼前,FF车型能否顺利量产,依然未知。

贾跃亭“让步”

根据协议,FF与九城各占合资公司50%股份,九城向合资公司注资最高达6亿美元,基于合同约定分期注入。FF将向合资公司提供相关产权及资源,包括中国相关生产基地项目的注入,并将对合资公司授予指定车型的独家生产、营销及销售权。合资公司期望未来能达到年产30万辆的产能,计划于2020年内实现预量产车下线及预订销售。

据悉,九城将会主导及经营合资公司在中国的相关业务。FF、九城及合资公司三方将在后续约定的时间内进行商谈以达成授权协议,根据授权协议,FF将授予合资公司在中国制造、营销、分销和销售全新的FF V9车型的独家许可,包括约定车型的后续授权。

从此次协议可以看出,这家新成立的合资公司只负责中国市场的业务,且由九城来主导,FF只提供相应的资源,并不提供资金。也就是说,未来FF汽车在中国市场的经营将由九城负责,FF负责除中国之外的市场。

据了解,合资公司将在生产、销售及运营的FF V9,是一款按照FF 91的技术平台和新互联网空间设计理念打造的、针对豪华电动车消费市场的新型车。这意味着,一直在筹募资的FF 91仍然由FF负责,与合资公司及九城无关。

此次合作与去年FF、恒大的合作模式相比,有一定的相似性。如付款方式上,并非一次性完成投资,而是基于合同约定分期注入。此前,恒大也是承诺在三年内投资20亿美元。同时,恒大

FF融资大事记

2018年6月	恒大健康宣布通过时颖公司给FF输血,承诺在三年内投资20亿美元,分阶段进行投资
2018年10月	恒大健康发布公告,FF在未达到合约条件的情况下要求恒大付款,并以此为借口提出仲裁希望解除所有协议;仲裁中心虽然否决了贾跃亭提出的彻底剥夺时颖融资同意权的要求,但允许FF进行有严格条件的融资
2018年11月12日	恒大健康发布公告,贾跃亭再次向香港国际仲裁中心提出紧急申请,要求剥夺恒大的资产抵押权
2018年12月31日	恒大健康与FF达成重组协议
2019年3月25日	FF与九城签署协议,成立合资公司,九城向合资公司注资6亿美元,资本将基于合同约定分期注入。

也并非直接将FF首款量产车型FF 91引入中国,而是敦促FF同时研发另一款定位更经济的车型FF 81。

有接近交易的人士向媒体透露,这次交易与贾跃亭前两次交易的本质区别是,恒大给贾跃亭的钱都是非上市公司资金,而九城则是用上市公司融得的钱投资国内合资公司。

当然,贾跃亭能够拉到这一轮融资,也做出了一定让步。当时FF与恒大方面合资时,恒大只占45%的股份,这次九城则拿到了合资公司一半的股权,并享有公司的运营主导权。

“金主”背景复杂

“九城一直比较擅长于代理运营业务,以前是代理海外游戏,现在也可以去代理FF汽车,获得中国市场的相关授权,这并非没有可能。”上述人士透露。还有业内人士表示,贾跃亭缺钱,朱骏缺项目,他们合作刚好各取所需。

九城是一家网络游戏运营商,是全球知名网络游戏《魔兽世界》(WOW)在中国的首个独家代理商。2004-2008年,依靠《魔兽世界》的吸金能力,九城以数千万美元的代理成本,赚取了数亿美元的游戏收入,并在2004年12月成功登陆美国纳斯达克股票交易所。

不过,自从2009年《魔兽世界》代理权转至网易后,九城的业绩便一蹶不振,始终未能解决靠游戏“一条腿走路”的弊病。2013-2017年,九城连续亏损,累计亏损额达18.25亿元。九城2018年半年报显示,2018年上半年总营收仅为200万美元,较上年同期大幅下滑33.63%,报告期内亏损1100万美元,较上年同期扩大34.09%。

从2017年初起,由于未满足纳斯达克上市规则中的最低买价要求和公开持股股票市值要求,九城曾多次收到不符合持续上市规定的通知,徘徊在退市边缘。

值得一提的是,与贾跃亭接连和孙宏斌、许家印分道扬镳相仿,擅长资本运作的朱骏也曾与投资人闹翻。2014年,九城曾与360成立合资公司System Link,联合运营一款新游戏《火瀑》,但最终因注资问题和游戏运营矛盾不欢而散。

据接近本次交易的内部人士透露,除九城自有资金之外,香港投资银行AMTD(尚乘集团)和美国投行Maxim也是本次交易的幕后金主,将为合资公司的成立和运营提供资金支持。

据了解,尚乘集团创始股东是李嘉诚旗下的长江集团与和记黄埔,后续引入了摩根斯坦利、中民投、领睿资本等资本巨鳄,管理着数十亿美元资产。尚乘集团过去几年在多项大型港股IPO项目中都发挥了重要作用,如参与了小米、美团点评在内的两单港股

“同股不同权”的标志性交易。

FF两手准备

虽然合资公司不负责中国以外的市场,但成立合资公司无疑将对FF Global的股权融资起到重要的推动作用,进而有助于FF 91实现量产。根据FF方面的说法,目前FF 91全面进入量产前的最后准备工作,此次合作将有利于进一步推动FF 91尽快启动生产,并加速研发下一款豪华车型FF 81。

在美国,FF已于2017年底开始了汉福德工厂的改造工程,于去年3月开始动工。FF表示,基于调整后的生产制造战略,会努力把加州汉福德工厂打造成一家以先进技术应用和UP2U概念为基础,用户可以全流程深度参与的超豪华电动车生产基地。

在中国,根据九城和FF的公告,FF将向合资公司提供相关产权及资源,包括在中国相关的生产基地。据媒体报道,生产基地可能指的是乐视汽车曾斥资超过4亿元分两次在浙江德清拿下的工业用地,这块土地将注入FF与九城设立的合资公司。

乐视原计划在浙江德清建设乐视汽车园区,一期投资额拟达到110亿元。浙江省发改委网站2016年9月1日的一则消息显示,乐视投资200亿元年产40万辆超级汽车的项目落户浙江德清,彼时乐视资金链危机尚未爆发。2016年12月9日,乐视生态汽车(浙江)有限公司以2.79亿元的价格拿下德清经济开发区北部砂村区块创业大道北侧2013-006-1”地块;2017年4月26日,乐视又在该地一次性拿下6块总共约679亩工业用地,成交总额约1.4亿元。

产业观察家洪仕斌指出,如果融资能够按时到位,FF 91量产或将不成问题。不过,据上文提到的接近交易人士所说,九城是否能够在公开市场上募集到这部分资金目前还是未知数,要看美国投资者买不买账,第一轮融资未必能够达到6亿美元那么多。

北京商报记者 石飞月

S 重点关注
Special focus

阿里腾讯“会师”数字发票市场

北京商报讯(记者 魏蔚)为了逐鹿产业互联网,阿里和腾讯看上了同一标的。3月25日,企业查询大数据平台天眼查显示,阿里、腾讯向数字发票服务商百望股份有限公司(以下简称“百望股份”)投资5.17亿元。与之前共同投资的滴滴、小红书、B站不同,百望股份是一家to B(面向企业提供服务)企业。业内人士表示,发票可以让to B业务形成闭环,这起投资的战略意义明显,背后是阿里、腾讯对产业互联网的野心。

根据天眼查3月25日信息,百望股份获得5.17亿元的战略投资,投资方为腾讯产业共赢基金和阿里,这也是百望股份唯一披露的融资信息。

百望股份成立于2015年5月,为一家“互联网+税务”云平台提供商,以发票数字化为切入点,为大型企业客户提供基于私有云的端对端一体化涉税解决方案,为中小企业客户提供基于公有云的财税票综合服务平台,为小微企业客户基

于移动端的移动开票综合服务平台。

公开信息显示,目前百望股份的客户包括阿里、中石油等超过1000家大型集团企业、30万家企业客户,覆盖15个行业。

不久前,百望股份首席战略官杨正道向多家投资机构透露了百望股份对产业互联网的兴趣,“百望股份已开启跨领域多业务的协同发展规划,通过共建百望云数字商业平台,持续全面提升消费者体验、加速产业协同速度,帮助企业提升效率、降低成本,并通过金融科技手段,提升信贷效率,帮助企业快速获得资金支持,实现高速发展”。

在业内人士看来,布局产业互联网也是阿里和腾讯投资百望股份的目的。在上周召开的阿里云峰会上,阿里云智能总裁张建锋明确表示阿里云不做SaaS(应用软件层面的系统平台),而是要把阿里云的技术和理念变成客户和合作伙伴解决方案的一部分。此次投资百望股份正是阿里云上

述战略的落地。

艾媒咨询CEO张毅则从业务的角度进行了解释:“发票数字化已经是大趋势,发票是跟金融和支付连在一起的,电商平台和支付服务的背后都是发票,金融和支付又都是阿里和腾讯的重要业务”。

从腾讯的角度看:“它在B端的投资和C端投资的逻辑是一样的,都是选盘子足够大的领域,把to B业务看成一个口袋的话,发票就是手袋的口袋,可以让腾讯的产业互联网布局形成闭环”。张毅说。

相比于阿里,腾讯对产业互联网的野心更加迫切,目前已经通过企业微信、小程序和云计算等领域渗入产业互联网,投资的标的需要与自身业务有协同性。在比达咨询分析师李锦清看来,“从最主要的几个to B业务看,发票服务与企业微信的协同性最容易理解,也可以与腾讯云计算进行结合”。

8天三步走 雀巢展露在华野心

北京商报讯(记者 李振兴)继推出高端宠物食品“婴幼儿防敏教育计划”后,雀巢在华又有了新动作。3月25日,北京雀巢研发中心在重新选址后亮相,与此同时,深圳系统技术中心也宣布成立。业内人士认为,8天内连续发布三大领域布局,意味着雀巢更贴近中国消费者,凸显了雀巢在华发展战略转变和抢占更多市场份额的野心。

雀巢研发中国的迁址及成立深圳系统技术中心,目的是让雀巢的研发更加贴近中国消费者与客户的需求”,雀巢相关负责人对北京商报记者表示:“为适应快速变化的中国市场和中国消费环境,雀巢正在通过互

联网、垂直渠道对新品进行先行先试,并与大数据公司合作实时监测消费者线上线下的消费习惯,进而预测消费趋势,并根据反馈及时调整产品研发策略,缩短产品创新与改良到工业化的过程。”

香颂资本董事沈萌认为,雀巢加

大在中国的投入,主要是由于大健康领域的收益率更高,雀巢对大健康产业的兴趣很大。同时,中国是世界上最大的潜在消费市场,特别是在健康领域需求更加旺盛。

财报显示,2018年,雀巢实现3%的机增长率,其中内部增长强劲,增长率2.5%,定价贡献率0.5%。美国和中国

列(以下简称“赋聪”)正式在中国上市。3月22日,雀巢中国联合阿里母婴共同发起了“婴幼儿防敏教育计划”。

数据显示,这两个领域的市场正在高速发展,规模都超过500亿元。2017年,中国宠物食品市场规模达500亿元,同比增长46.1%;中国婴幼儿配方奶粉市场规模超过850亿元。

不只雀巢,如今跨国食品巨头均在中国建立了研发中心。如玛氏在中国建设了亚太区研发中心,亿滋在苏州建立了饼干产品研发中心,可口可乐在上海建立了最大的海外研发中心。而雀巢在中国的研发中心多达3家,分别位于北京、深圳和东莞。