

· 产业动态 ·

## 分散玻尿酸大单品风险 华熙生物加速化妆品领域布局

北京商报讯(记者 钱瑜 姚倩 实习记者 黄亚亚)在玻尿酸品牌众多、市场竞争愈加激烈的情况下,华熙生物正加速化妆品领域的布局,以分散玻尿酸大单品带来的风险。5月13日,华熙生物副总经理、首席运营官郭珈均在接受媒体采访时提到,为巩固市场地位,华熙生物未来将加大基于对玻尿酸及其他生物活性物质的基础研究及功效研究,同时,进行核心原料产品在医药、化妆品、食品等领域的资质申报。

华熙生物的主要业务为玻尿酸系列产品。凭借玻尿酸系列产品,华熙生物营收逐年增长。招股书显示,2016-2018年,华熙生物分别实现营收约7.33亿元、8.18亿元及12.63亿元,实现净利分别约为2.69亿元、2.22亿元及4.23亿元。其中,由玻尿酸原料产品、医疗终端产品和功能性护肤品构成的主营业务收入占总营业收入的比例均在99%以上。

不过,随着近年来国内医美市场玻尿酸品牌逐渐增多,华熙生物旗下润百颜产品面临较大的竞争压力。此后,华熙生物开始向彩妆等领域延伸。2018年底,故宫文创馆和华熙生物宣布合作推出口红产品。

日化行业专家、赛恩资本合伙人夏天在接受北京商报记者采访时表示,在消费者越来越关注产品的原料及原料功效的趋势下,具备核心能力的原料商也浮出水面。华熙生物抓住行业发展机遇,利用玻尿酸的原料优势,向更深、更广的领域延伸,有助于公司挖掘独特细分市场。

不过,另有业内人士指出,想要进入化妆品和健康领域没有那么容易,化妆品和生命健康领域需要在产品研发上投入更多。目前看来,华熙生物因研发投入较少而饱受诟病。数据显示,近年来,华熙生物研发投入不及总营收的5%。2016-2018年,华熙生物的研发费用分别为2396.3万元、2571.85万元以及5286.59万元,占总营收的比例分别为3.27%、3.14%和4.19%。

针对公司拓展化妆品、医药等领域的考量以及规划等问题,北京商报记者致电华熙生物,但截至发稿并未收到回复。

## 小米再辟谣 不会做电子烟

北京商报讯(记者 石飞月)5月13日,微博认证为“小米公司发言人”的账号发布消息,再次否认了小米做电子烟的传闻。

近日,一个名为“TAKI喜克”的微博账号正式认证,其背后关联公司是北京魔芋科技有限公司(以下简称“魔芋科技”)。公开信息显示,这家公司正在为“TAKI喜克”品牌招聘电子烟结构工程师、电子烟雾化工程师和烟油调香师。魔芋科技的法定代表人和大股东名为钟雨菲。

据悉,钟雨菲早在金山时期就跟随小米公司创始人雷军,是工号排在第21位的老员工,后来曾在小米公司担任小米手机运营经理。还有传闻称,小米电子烟新品发布会将于5月21日在深圳举行,甚至还有类似发布会邀请函流出。

针对此事,小米公司辟谣称:“再次重申,小米不会做电子烟,我们对涉嫌冒用小米品牌、误导消费者的行为,保留追究相关组织、机构以及个人法律责任的权利”。

这已经是小米第二次辟谣做电子烟的消息。今年2月,小米旗下生态链公司被传将进军电子烟领域,小米官方回应称:“小米不会做电子烟,此事纯属谣言”。

从去年开始,电子烟流行开来。从全球电子烟市场分布看,我国的电子烟发展滞后,美国占43%、英国占13%、马来西亚占21%、中国只占5%,占比小意味着增长空间大,这是资本看中这个市场的原因。

## 中国家电市场零售额 同比下降3.1%

北京商报讯(记者 石飞月)2019年一季度的家电市场并没有摆脱2018年下行的态势,无论是零售量、零售额,还是单价,都表现出行情不振的局面。5月13日,2019年中国家电行业一季度报告发布会在北京召开,中国家用电器研究院和全国家用电器工业信息中心在会上联合发布了《2019年中国家电行业一季度报告》(以下简称“一季度报告”)。

一季度报告显示,2019年一季度,中国家电市场零售额规模达到1834亿元,同比下降3.1%,传统品类中,多数产品呈现下滑趋势。在传统家电的主要赛道上,产品同质化严重。

中国家用电器研究院院长助理、全国家用电器工业信息中心执行副主任吴海涛表示,2018年,家电行业渡过了异常艰难的一个冬天,下半年在不利因素影响下,诸多品类出现了增长放缓甚至下滑。2019年一季度,行业总体运行状况延续了上年四季度的低迷态势,主要品类中,除空调实现小幅上涨外,彩电、冰箱、洗衣机、厨电市场零售额均出现了不同程度的下滑,其中尤以彩电市场下滑幅度最大。

即将到来的“6·18”是二季度最大的促销节点,参考一季度,吴海涛认为,今年“6·18”当周的线上产品销售不会出现太高的增长,整体市场零售额预计同比下降5%-8%。从4月的销售情况来看,同比情况较1-3月累计情况略有好转,但是二季度的销售压力依然很大,全国家用电器工业信息中心预测整体规模较去年同期仍会出现下滑,同比增长率预计为-2%。其中下滑幅度较大的品类将是电视和冰洗产品。

“国产家电品牌的市场份额继续扩大,这一趋势不会改变,同时头部品牌的市场份额也在继续挤压中小品牌的市场份额,这种马太现象愈加明显。但是只要抓住消费者的痛点,针对性地做出差异化和精细化的产品,就能在竞争中占据主动。”吴海涛说。

# 网鱼网咖要上市 王思聪图什么

虽然熊猫直播停运了,但王思聪的商业版图还在扩张。5月13日,一则“网鱼网咖下半年赴美上市”的消息,又让网鱼网咖的第三大股东王思聪成为舆论的焦点。虽然国内上网服务场所总营收连年下降,且网吧盈利模式单一,但对于王思聪而言,发展网鱼网咖更重要的意义或许是在于电竞,电竞产业需要形成闭环,网鱼网咖也需要电竞的助力。

## 王思聪的“旧爱”

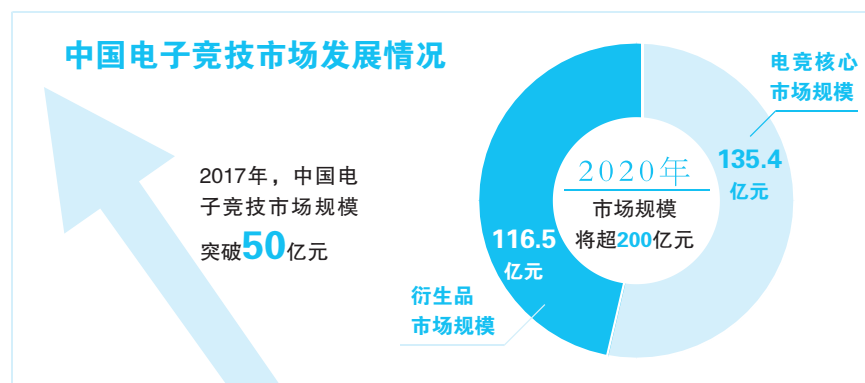
尽管网鱼网咖方面对此不予置评,但这家主打“网吧+咖啡”概念的企业仍成为关注焦点,这与王思聪北京普思投资董事长)这个股东不无关系。

公开资料显示,网鱼网咖最新一轮轮融资完成于2017年1月,为2.1亿元D轮融资,投资方为明嘉资本、一村资本、达晨创投。王思聪早在2015年9月就参与了网鱼网咖的B轮融资。根据天眼查查显示,目前王思聪是网鱼网咖第三大股东,持股比例为8.59%。

正是因为有王思聪的光环加持,这家于1998年在上海创立的网吧格外引人注目。据了解,网鱼网咖是国内首家具有连锁网吧经营资质的网咖。不同于普通网吧,网鱼网咖在为顾客提供上网和游戏服务的同时,还提供免费、办公、咖啡、食品等服务。官网信息显示,网鱼网咖年服务人次超3000万,门店超1000家。

网鱼网咖的布局不止如此。在2017年完成融资时,网鱼网咖介绍了旗下六大品牌——主打高端品质的网鱼网咖、面向女性群体的凤蝶网咖、网络文化娱乐综合体网鱼电竞、主打二次元文化的虎猫电竞、移动手游空间诺诺茶以及虚拟现实体验空间YVR,结合线上技能分享平台鱼泡泡App,网鱼打造了一条线上线下相结合的全方位产品线。

北京商报记者在大众点评查询发现,目前在上海地区,凤蝶网咖、虎猫



电竞、YVR仍有线下门店在运营,鱼泡泡在安卓应用商店也可正常下载。不过品牌影响力与网鱼网咖尚有差距。

此外,根据官网信息,网鱼网咖还有鼠标等周边产品,比心App等业务。不过目前网鱼网咖似乎并不愿强调旗下品牌。

对于网鱼网咖上市的传闻,王思聪并未公开回应,网鱼网咖公关负责人向北京商报记者表示:“不予置评。”

## 夕阳产业or潮流

虽然目前网鱼网咖上市的传闻沸沸扬扬,但在王思聪投资网鱼网咖之初,曾有业内人士表示不解,反问:“为什么王思聪要投资一个夕阳产业?”

来自中娱智库检测的数据显示,截至2018年,我国上网服务场所实现总营收706亿元,同比微降0.3%,营收下滑主要是源于2018年场所不断缩减,市场优胜劣汰,客户端游戏热度下滑,网络游戏增速整体放缓。未来受到转型升级的影响,短期内场所营业收入回暖仍然有较大的压力。

用户对网咖行业也呈现两种态度,有用户认为:“网咖的设备好,最重要的是大家在一起玩游戏有团队的感觉,这跟在家里是两种不同的感觉”。另有用户告诉北京商报记者,“从来不去网咖,我自己在家就能玩,为什么非得去网咖,就为了能吃饭

吗”?这就是电竞人群和普通游戏爱好者的区别。”比达咨询分析师李锦清说。

艾媒咨询分析师李松霖则站在产业角度表示:“网鱼网咖的发展难题体现在盈利模式单一上,网咖行业的收入还是以上网费用为主,而且网咖对游戏内容的依赖性较大,这导致网咖的收入主要靠游戏,一旦缺少热门PC端游戏,网咖的发展就会受到很大打击”。

此外,云游戏的兴起,对于网鱼网咖等网吧而言也是一个威胁。虽然目前云游戏还处在初步试错阶段,但其允许任何形式的电子产品直接玩游戏,降低用户接触游戏门槛的特点,无疑会对网吧产生影响。目前,谷歌、索尼、微软都已经推出相关云游戏平台,国内游戏巨头也已经上线“START云游戏平台”。

不过,对于网鱼网咖来说,并非没有好消息,如今电竞行业的用户规模和市场规模正在逐年上升。Newzoo数据显示,2017年中国电竞行业用户规模达2.5亿人,该数据到2020年预计将增至3.5亿人。

根据艾瑞咨询数据,2017年,中国电子竞技市场规模突破50亿元,2020年中国电子竞技市场规模将超200亿元,其中电竞核心市场规模将达到135.4亿元,衍生品市场规模将达到116.5亿元。

## Special focus

# 上交所连抛33问 庞大集团何处求生

北京商报讯(记者 钱瑜 濮振宇)深陷巨亏的庞大集团仍难见曙光。5月12日晚,庞大集团收到上交所问询函。针对庞大集团发布的2018年年报,上交所提出33个问题,要求庞大集团补充披露涉及公司持续经营能力等方面的各类信息。业内人士表示,从营收领先到巨额亏损,庞大集团陷入困境并非偶然,如果不能尽快找到脱困方法,可能会面临破产。

5月12日晚,庞大集团发布公告称,公司收到上交所上市公司监管一部《关于对庞大汽贸集团股份有限公司2018年年度报告的事后审核问询函》。上交所要求庞大集团从持续经营能力、资产减值、偿债能力、公司业务及业绩情况、关联交易、关联资金往来,及其他方面进一步补充披露部分信息。

2018年,庞大集团营收420.34亿元,同比下降40.37%,其中汽车销售业务收入为347.73亿元,同比下滑43.25%,归属于上市公司股东的净利润亏损61.55亿元,同比下降3003.23%,首次由盈转亏。销量方面,2018年庞大集团总销量为25.19万辆,

同比减少22.98万辆。

而随着经营状况恶化,庞大集团越来越缺钱。4月30日,庞大集团发布重大诉讼公告显示,由于出现流动性不足情况,庞大集团于2018年相继收到天津滨海新区法院、北京市西城区法院等10余家法院的起诉,涉及融资租赁合同、买卖合同、借款合同等诉讼案件共24起,涉及金额约8亿元。

对于公司业绩下滑和销量萎靡,庞大集团解释称,由于2018年集团资金紧张,采购资金不足严重影响公司采购及销售,导致公司采购量不足,未完成厂家年度内各项考核指标,无法足额取得厂家优惠政策和返利支撑。同时,公司急于变现库存,部分库龄较长车辆只能折价销售,导致经营成本上升毛利下降。

针对庞大集团2018年的业绩状况,本次上交所问询函中进一步要求,庞大集团补充披露公司2018年度产生巨额亏损的具体原因,及各原因对应的具体亏损金额,并结合报告期内公司业绩大幅亏损、毛利率下降的情况,说明公司盈利能力

和持续经营能力是否面临重大不确定性,并充分提示风险。

对于庞大集团何时回复上交所问询函等问题,北京商报记者联系庞大集团相关负责人,但截至发稿,并未得到回复。

目前,留给庞大集团的“找钱”时间已经不多。5月13日,庞大集团收到债权人冀东丰公司送达的《告知函》。冀东丰公司在《告知函》中称,鉴于庞大集团无法清偿到期债务,已经以公司不能清偿到期债务且有明显丧失清偿能力可能为由,向法院提出对庞大集团进行重整的申请。庞大集团发布的公告显示,如果法院裁定受理重整申请,庞大集团将存在因重整失败而被宣告破产的风险。如果庞大集团被宣告破产,公司股票将被终止上市。

“从亏损状况和涉诉情况来看,庞大集团正面临严峻的经营压力,甚至存在资金链断裂的风险。”经济学家宋清辉表示,作为一家A股上市公司经销商集团,如果庞大集团不能尽快摆脱困境,一旦公司资金链断裂,庞大集团最终会面临破产倒闭的结局。

## 挖脚加多宝高管 东鹏特饮发力北方市场

北京商报讯(记者 李振兴)红牛之争已落下帷幕,但功能饮料市场仍不平静。5月13日,东鹏特饮相关负责人向北京商报记者透露,前加多宝推广总监吴兴海已正式加盟东鹏特饮。而此前,东鹏特饮也曾成功邀请过加多宝北方市场负责人出任副总裁。业内人士表示,东鹏特饮两次挖脚,将有助于其开发北方市场。

根据东鹏特饮相关负责人的说法,东鹏特饮挖来的加多宝前推广总监吴兴海,将出任东鹏特饮全国推广总监,负责东鹏特饮的推广运营工作。

据了解,吴兴海出身销售,曾是加多宝进军全国市场的第一批销售大区

经理,2003年负责东北、西北、华北13个省市的市场。2007年,加多宝又任命吴兴海出任全国餐饮经理。其后,吴兴海出任华中四省大区经理,在实现全国销量第一后,被调到广东市场。在加多宝推出昆仑山时,他又被任命为昆仑山全国推广总监之职,2014年出任加多宝全国推广总监。

事实上,这并非东鹏特饮第一次采取“挖人”策略。2018年7月,东鹏特饮董事长林木勤邀请了香飘飘营销中心原总经理卢义富出任副总裁,卢义富也曾为加多宝北方市场负责人。到任后,卢义富带领东鹏特饮团队在2019年的春节大战中取得了不错

的成绩。

先后挖来两位有过加多宝销售经历的大将,无疑是东鹏特饮为发力罐装,谋求产品、渠道和品牌升级埋下伏笔。在中国食品产业评论员朱丹蓬看来:“东鹏特饮把两位加多宝的旧将招致麾下,主要是看中他们曾经在北方区域的销售经历和资源。这有助于东鹏特饮开发北方市场”。

数据显示,目前,中国功能饮料市场销售规模约600亿元,是增长最快的软饮料子品类,主要包括红牛、东鹏特饮、乐虎、战马、魔爪、体质能量、焕醒源、卡拉宝、启力等品牌。其中,红牛以超200亿元的市场规模一

家独大,东鹏特饮,体质能量的规模都达到了40亿元,挤入前三,但与红牛的差距依然明显。

目前,东鹏特饮的产品主要为瓶装和罐装两款产品,市场主要集中在广东等南方市场。东北地区的一位东鹏特饮经销商曾向北京商报记者表示,在长江以北,东鹏特饮未得到消费者的认可,不如另一款功能饮料体质能量受欢迎。

“不管是罐装产品运营,还是通过综艺节目推广,加多宝都是业内的典范,东鹏特饮邀请加多宝原高管加盟,对东鹏特饮的操盘至关重要。”战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊表示。

## 电竞的线下落脚点

“准确来说,网鱼网咖跟普遍网吧的区别在于,网鱼网咖跟上游游戏产业做了更多联动,可以说是电竞的落脚点。”李锦清认为。

与此同时,李松霖表示:“在王思聪的电竞布局上,网鱼网咖作为一个线下电竞场馆,处于电竞产业链的中上游。王思聪的电竞版图终于在网鱼网咖这里亮出O2O线下这块拼图”。

王思聪IP火爆至今,都与电竞联系紧密。2011年8月,王思聪在微博宣布“强势进入,整合电竞”。此后,王思聪成立普思投资,收购濒临解散的CCM电竞俱乐部、挖脚LGD旗下DotA分部的四位选手,并组建最初的iG电竞俱乐部。

后面的故事更加耳熟能详。2015年,王思聪创立熊猫直播,2018年iG战队夺得LPL赛区首个S系列冠军。2019年4月21日,iG拿下队史首个LPL冠军。

2019年之于王思聪有喜有悲。在2019年,曾经顶着光环出生的熊猫直播停止运营。企查查数据显示,截至3月初,王思聪仍是熊猫直播的大股东,持有40.07%的股份。而打着泛娱乐直播的熊猫直播也一直很重视游戏直播的权重。

在李锦清看来:“失去线上阵地后,网鱼网咖对于王思聪的电竞版图至关重要”。网鱼网咖也加速向电竞赛事靠近,北京商报记者发现,网鱼网咖官方微博几乎全是电竞赛事的宣传。在网鱼网咖的门店内,也常有小型赛事的注入。

在网鱼网咖的官网介绍中也写着:“2012年起,网鱼与腾讯、暴雪、网易等知名游戏厂商开展深度合作,联合举办全国性电竞赛事;2015年,网鱼与腾讯互娱、空中网、英雄互娱,iG电子竞技俱乐部签订战略合作协议,共谋产业发展。”

北京商报记者 魏蔚