

柠檬微趣IPO败退 核心产品吸金力下降

近年来,游戏公司通过IPO在A股上市的案例鲜有。作为《宾果消消消》的母公司,北京柠檬微趣科技股份有限公司(以下简称“柠檬微趣”)筹划上市一事,自然在资本市场有了“主角”光环。然而,一则撤回上市申请文件、IPO终止审核消息的披露,宣告柠檬微趣的IPO之路失败。在递交招股书之时,柠檬微趣就因主打产品《宾果消消消》吸金能力下降、研发投入不及同行而饱受质疑。IPO之路失败后,柠檬微趣受到的影响又有多大?

A股上市终落空

多年来执着于A股上市的柠檬微趣,终究是竹篮打水一场空。

据深交所官网披露的IPO项目动态显示,柠檬微趣也成为IPO终止阵营中的一员。

3月8日,深交所发布的终止审核通知显示,2021年3月4日,柠檬微趣和保荐人招商证券股份有限公司均向深交所交了撤回在创业板上市申请的文件。根据深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则第六十七条的有关规定,深交所作出对柠檬微趣终止首次公开发行股票并在创业板上市的审核的决定。

纵观柠檬微趣的IPO之路,可以用“坎坷”二字来总结。北京商报记者注意到,早在2017年柠檬微趣就有上市计划。证监会官网显示,2017年7月14日,柠檬微趣向证监会报送IPO申报稿,彼时柠檬微趣将上市地瞄准创业板。2018年3月2日,证监会官网披露柠檬微趣首发反馈意见,上市进程有了新进展。2018年4月23日,柠檬微趣进入预更新披露状态。不过,柠檬微趣首度冲击最后不了了之。

创业板注册制下,柠檬微趣又重启IPO。2020年7月1日柠檬微趣创业板上市申请获得受理。但在创业板IPO申请未获受理之后,柠檬微趣IPO却一直未有新的进展,最终市场等来的是柠檬微趣撤单的消息。

筹备多年后,柠檬微趣依旧未能圆梦A股。在牛牛金融研究总监刘迪寰看来,柠檬微趣此次撤回申请有两方面的原因。一是2021年度IPO审核趋严态势明显,主动撤回后,准备充分后再申报可能胜算更大。二是公司自申请受理后很长时间内未被问询,说明创业板层面对游戏行业上市持一定的保留态度。

《宾果消消消》收入下滑

随着柠檬微趣招股书的披露,公司的经营情况也不再是秘密。从招股书来看,柠檬微趣主打产品《宾果消消消》吸金能力下降已是不争的事实。

招股书显示,柠檬微趣的主营业务系移动游戏产品的研发、销售及维护。柠檬微趣于2014年8月推出移动游戏《宾果消消消》,在《宾果消消消》上线之后,很快成为公司的盈利功臣。

数据显示,2017—2019年以及2020年1—6月,柠檬微趣主营业务收入分别为38742.2万元、33241.56万元、34828.31万元和11223.15万元,各报告期柠檬微趣的《宾果消消消》产品实现的收入分别为37380.93万元、24742.2万元、30968.96万元、10681.3万元。经计算,《宾果消消消》这款游戏的收入分别占柠檬微趣各期主营业务收入的比重为96.49%、74.43%、88.92%和95.17%。《宾果消消消》足以称得上是柠檬微趣的拳头产品。

不过,从上述数据也可以看出,2018年、2019年《宾果消消消》的收入远不及2017年。柠檬微趣还在招股书中称,2020年上半年,公司营业收入有所下滑,主要系公司核心产品《宾果消消消》活跃用户数量有所下降所致。

在投融资专家许小恒看来,消除类游戏玩家黏性不高,且可替代性强,该类型的游戏同质化现象十分严重。在消除类游戏中市场份额较大的除了《宾果消消消》之外,还有《开心消消乐》《天天爱消除》和《梦幻花园》等。

根据App Annie 2020年发布的《2020年移动市场报告》,2019年度热门游戏中中国市场iPhone和Android手机综合月活跃用户数排名中《宾果消消消》排名第七,在消除类游戏中落后于《开心消消乐》。

北京商报记者还注意到,作为核心产品,2020年上半年,柠檬微趣游戏产品《宾果消消消》(版本7.5.1)还被工信部和国家计算机病毒应急处理中心认为存在隐私不合规情形,这也一度被认为是柠檬微趣IPO路上的隐患。

研发费用率低于同行

许小恒谈到,在游戏领域,任何一款游戏都是有生命周期的。如何提前把握玩家偏好,加大研发投入,成功开发并推广新的游戏产品,满足游戏用户需求,将决定公司未来发展。

刘迪寰告诉北京商报记者,事实上,长期以来游戏行业鲜有公司通过IPO在A股上市,这与游戏行业本身持续盈利存疑有一定关系,爆款游戏的持续打造能力非常关键。

柠檬微趣长达393页的招股书中,加大

研发也是高频词汇之一。数据显示,2017—2019年以及2020年1—6月,柠檬微趣研发投入的金额分别为2654.28万元、3975.29万元、5551.62万元和2771.93万元,研发投入占营业收入比重分别为6.85%、11.96%、15.94%和24.7%。

不过,柠檬微趣《宾果消消消》这款游戏收入增幅却并不是理想指标,2017—2019年《宾果消消消》的收入同比增幅分别为6.37%、-33.81%、25.17%。

柠檬微趣还坦言,2020年1—6月,游戏中引入“超级玩法”并增加海盗场景及剧情,研发人员需求增加,研发投入进一步增加。由于《宾果消消消》收入有所下滑,研发费用投入比进一步提高。

与同行业可比公司进行对比,柠檬微趣在研发上的投入也显得有些“抠门”。2017—2019年,同行业可比公司研发费用的平均数分别为42190.28万元、46438.63万元、52772.5万元,研发费用占比的平均数分别为16.9%、16.28%、16.13%。

在互联网、游戏产业时评人张书乐看来,游戏公司想要上市的难点在于推出产品是否有分量。消除类休闲游戏是手游刚兴起时的主流玩法,随后其主流地位就被卡牌游戏和当下的MOBA游戏所取代。只能说休闲类的游戏产品依然有市场,但市场空间狭窄,也缺乏想象空间。对于一家游戏公司而言,如果不能有持续性的爆款输出和与市场主流接轨甚至带有超前探索姿态的游戏研发能力,又或者在游戏运营上没有多少看点,那么上市融资的意义不大。

募投项目成泡影?

对于柠檬微趣来说,上市只是第一步。

柠檬微趣计划在未来三至五年,在数个休闲游戏品类下成功研发和运营多个千万级月活跃用户量的产品,并在全球主要区域取得市场认可。在研发、运营、消除类游戏基础上,公司将积极开拓新的休闲游戏品类。

这一点在募投项目中亦有所体现。招股书显示,柠檬微趣申请首次公开发行不超过1700万股人民币普通股,占发行后总股本的25%,募集资金将全部用于与公司主营业务相关的项目及主营业务发展所需的营运资金。

柠檬微趣拟将募集的11.5亿元用于移动游戏升级开发与运营项目、移动游戏新产品开发与运营项目、运营中心建设项目、游戏核心开发工具研发项目、游戏共用平台系统建设项目、其他与主营业务相关的营运资金六个项目。

柠檬微趣具体谈到,公司拟开发6款主打游戏产品,均是休闲类游戏,通过采用不同的游戏场景,结合玩法创新,对休闲类游戏的主流题材进行开发。一方面利用多年的技术储备和积累,充分发挥公司在移动游戏领域的开发策划经验;另一方面借助公司现有产品的玩家基础,抓住休闲类游戏满足玩家碎片化时间消费需求的特性,能够迅速积累用户资源,树立公司品牌,获得持续稳定的收入。

然而,随着IPO事项终止,柠檬微趣原本的发展计划是否被打乱、募投项目是否泡汤成为市场关注的焦点。

针对公司撤单主要原因、后续是否还有上市计划以及终止后募投项目是否有所调整等问题,北京商报记者向柠檬微趣发去采访函,但截至发稿,未收到回复。

北京商报记者 刘凤茹

CCB Match Plus
Smart Matchmaking Platform

中国建设银行 建设美好生活

让世界与梦想环环相扣
建行全球撮合家

中国建设银行
China Construction Bank
北京市分行

客户服务热线: 95533
网址: www.ccb.com



广告