

Soul上市踩急刹车

谁也没想到,Soul的上市之路如此戏剧化,临门一脚决定暂停IPO。按计划,Soul本将在6月24日赴美上市,6月23日,Soul宣布暂停美股IPO流程。至于原因,Soul相关人士未向北京商报记者透露,仅表示,“感谢关注”。但业内人士的观点却基本一致,“可能和Soul与Uki要开庭的纠纷有关”。

下周二,也就是6月29日,Soul将和Uki对簿公堂。细数Soul递交招股书到暂停IPO的44天,Soul上市和Uki诉Soul一案有多个交叉点。长达两年的纠纷,同类型产品的竞争,加上巧合的时间,让Soul上市折戟,未来走向充满悬念。

IPO前一天暂停

尽管身陷诸多质疑,但Soul暂停上市,尤其是在上市前一天暂停,仍让业内人士唏嘘不已。

按照Soul上周更新的招股书,Soul将在6月24日在纳斯达克上市。6月23日中午,Soul却发布了“Soul暂停美股IPO流程”的通知。

通知告知投资人:“感谢大家一直以来对Soul的支持,大家都知道我们在申请赴美上市IPO的事情,进程也非常顺利。我们在过程中遇到了非常爱我们的战略伙伴、投资人,得到了多方的支持。我们非常高兴在更新定价区间后得到了非常火爆的市场反馈。在这一过程中,公司也收到了其他资本运作的可能性,经过慎重思考,管理层先暂停IPO的定价流程。我们的大股东腾讯也支持这一决定”。

Soul还在通知中表示:“目前运营一切正常,也将迎来期待中的增长”,不过并未提及暂停IPO流程的原因。Soul相关人士也没有向北京商报记者透露具体原因,仅表示:“感谢关注,真不知道,感谢理解。”

官方没有解释,坊间却有各种猜测,被认为最有可能的原因是Soul和Uki的纠纷。Soul暂停IPO还引发了业内人士对Soul上市的猜测,有版本说,Soul着急上市是因为签过对赌

协议。对于是否因对赌协议上市,截至北京商报记者发稿,Soul相关人士未予以回应。

诉讼案和上市进程“赛跑”

事实上,因对赌协议上市并不是个例,去年贝壳找房就曾在招股书中公开上市对赌协议。文渊智库创始人王超告诉北京商报记者,“签上市对赌协议很正常,而且因为对赌上市的结果不一定差”。王超指的是贝壳找房,其在2020年8月上市时开盘价35美元,到11月股价曾涨到75美元,截至6月23日美股收盘,贝壳找房股价49.5美元。

回到Soul暂停IPO,王超认为 是因为官司”。他所谓的官司即上海牛咖信息科技有限公司(Uki运营方)诉上海任意门科技有限公司(Soul运营方)其他不正当竞争纠纷一案。从Soul递交招股书到暂停IPO的44天里,Soul上市和这起官司的各种关键时间点,有不少交叉。

根据上海市高级人民法院官网信息,Uki诉Soul其他不正当竞争纠纷在2021年4月21日立案,Uki要求赔偿2693万元,并向法院申请了财产保全。5月11日,Soul向美国证券交易委员会提交招股书,申请在纳斯达克上市,5月21日,法院冻结Soul 2693万元,并在月底确定案件开庭时间:6月29日。



说起这起诉讼,要回到2019年,那年11月18日,Uki因“存在涉黄有害的低俗内容”被各大应用商店下架,后Uki发现发布有害信息的用户是Soul员工。为此,Uki将Soul告上法庭。2020年12月30日,上海市普陀区人民法院就Soul恶意举报Uki一审宣判,认定Soul员工李某和范某某犯损害商业信誉、商品声誉罪。

这次诉讼也是因为2019年的纠纷。尽管身背诉讼,但Soul的上市进程并不拖沓,6月18日,Soul更新招股书,新版本最重要的信息是:将在6月24日上市。

高管是否参与恶意举报成谜

对比两版招股书,北京商报记者还发现了有关上述诉讼案的新增内容,Soul在新版招股书有关“我们面临与员工、业务合作伙伴及其员工和其他相关人员的不当行为相关的风险”的板块中新增以下内容:2021年6月,第三方中国在线平台就该事件向上海市浦东新区人民法院提起民事诉讼。截至本招股说明书签署之日,法院尚未向我们送达原告的诉状和其他相关文件。根据现有消息来源,我们了

解到原告正在寻求基于不正当竞争索赔的总额约为2690万的损害赔偿。”

按招股书的说法,该事件指的是2020年12月,我们的两名前雇员(包括一名前董事)曾在我们的工作期间因在另一家中国公司运营的在线内容平台上恶意和虚假发布非法内容而被定罪个人能力,未经我们授权。据悉,该第三方平台的手机应用程序下载服务随后被暂停。我们没有被指定为当事人,也没有被认定对这两个人以各自的个人身份在刑事诉讼中犯下的不法行为负责”。

Uki提供的却是另一个版本。法院冻结Soul资金后不久,上海牛咖信息科技有限公司合伙人傅雪曾向北京商报记者表示:“李某是Soul高管,范某某是Soul政府事务负责人,两人实施的犯罪代表了单位意志,目的是服务公司利益。另外,Soul北京和上海两地多名员工直接参与了制作截图、协调传递、联系举报等工作,且有公司更关键人物参与。因此,在声明中我们已表示,将向有关部门举报Soul不正当竞争,并继续通过司法途径要求其公开道歉、赔偿损失”。

北京商报记者还发现,本周Uki曾通过公众号发布声明称:“目前我司已依法收集到上海任意门科技有限公司创始人、董事长兼CEO张璐等人涉嫌参与对我司不正当竞争的关键证据,将择期对外公布”,但上述声明发布后不久被删除。

在今天Soul发布暂停IPO通知后,北京商报记者和傅雪交流得知:Soul到目前还是没跟我们沟通过”。

按照苹果应用商店免费社交榜单排名,截至北京商报记者发稿,Soul排名第六,Uki位列第14。根据Soul招股书,2021年一季度,Soul营收2.38亿元,同比增长259.8%;净亏损3.82亿元,较同年同期的5278.1万元扩大624.7%。

北京商报记者 魏蔚

接连推子品牌 自嗨锅为上市铺路?

以自热火锅起家的自嗨锅,如今已不局限于只做自热食品,而是将产品线进一步延伸到餐饮食材、调味料、卤味食品等多个领域,而自嗨锅也从一家网红品牌摇身一变成为了食品集团,其产品均打上了“自嗨锅出品”字样。

在业内人士看来,自嗨锅成立三年已连续获得多轮融资,需要不断“跑马圈地”,从而为上市做准备。此外,自嗨锅原先所在的自热米饭赛道日渐拥挤,包括统一等传统企业、海底捞等餐饮企业均已推出相关产品,自嗨锅也不得不开辟新的赛道。但速食赛道也早已巨头林立,想要占得一席之地并非易事。

频频出新

6月23日,北京商报记者梳理发现,目前,自嗨锅已经布局的有煮面子品牌“画面”、臭味食品品牌“臭臭螺”、户外食品品牌“自嗨袋”、瞄准年轻人的调味料品牌“小七厨房”以及卤味食品品牌“罐罐”等。

不过,目前上述品牌并非都已上市。北京商报记者在自嗨锅天猫旗舰店上看到,目前上市的有“画面”“自嗨袋”,而“臭臭螺”“小七厨房”和“罐罐”还未上市。

对于自嗨锅的子品牌布局,快消行业新零售专家鲍跃杰认为,自嗨锅通过一系列的营销,取得了不错的品牌和规模效应。一方面,自嗨锅带动了自助品类的发展;另一方面,自嗨锅也在较短的时间内产生了比较大的品牌影响,取得了一定的市场效果。

不过,在价格方面,自嗨锅的产品无明显优势。在自嗨锅天猫旗舰店出售的有料螺蛳粉的售价为39.9元3袋,平均13.3元1袋;而好欢螺约38.7元3袋,平均12.9元1袋;李子柒39.7元3袋,平均约为13.2元1袋。画面系列一盒约150g售价13.9元,而1袋阿宽麻辣拌面130g售价约7.5元,1袋120g的康师傅手擀面约3元。

在战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊看来,一个品牌要从“网红”走到“长红”,还有很长的路。品牌的建立是一个系统工程,网红品牌稍有不慎就容易昙花一现,甚至夭折。如今自嗨锅过多、过早地分出其他品牌,容易分散有限的资源和流量。

对于自嗨锅为何接连推出子品牌等相关问题,北京商报记者联系采访了自嗨锅,但截至发稿,对方并未予以回复。

为上市铺路?

在业内人士看来,自嗨锅不断触及新领域的背后,是方便食品市场的巨大潜力所在和不断有企业对方便品市场的争食,此外,自嗨锅“跑马圈地”也是为了上市做准备。

天眼查显示,自嗨锅成立至今,不到四年时间已完成5轮融资。2019年11月,自嗨锅完成了数千万元的A轮融资;2020年5月,自嗨锅宣布已于当年年初完成逾亿元B轮融资;2020年10月,自嗨锅宣布完成逾5000万美元C轮融资,估值5亿美元;今年2月,自嗨锅完成C++轮融资。今年5月,自嗨锅宣布完成逾亿元C++轮融资,本轮融资的独家投资方为北京泰康投资。

香颂投资董事沈萌认为,自嗨锅连续获得多轮融资需要不断“跑马圈地”,上市是其

唯一目的。

鲍跃杰认为,自嗨锅从自热产品起家,这种速食产品在疫情期间受到了消费者的青睐,而这也意味着,方便食品的赛道也日渐拥挤。

2020年,“一人食”“懒人经济”崛起叠加疫情影响下,方便食品行业逆势翻盘,成最火爆赛道,各类产品销量大增,预计市场规模将达4800亿元。数据显示,2020年1-5月我国方便食品消费增长了1.5倍,2月增幅高达21.3倍;其中,长期独霸方便食品市场的方便面上半年市场销售额同比增长11.5%,整体销量同比增长5.6%。

据英敏特《中国方便食品行业报告》方面的数据显示,由于线上渠道的扩张,方便食品触及到更多消费者,消费者不再满足于一个便利的替餐,并且已开始寻求营养和质量方面的因素。现在年轻人已不单单要求便捷,还要求健康和美味。其中,自嗨锅自成立以来屡屡霸屏各类食品热销榜单,连续三年蝉联天猫“6·18”自热食品类目销量第一名。

虽然自嗨锅在自热食品领域大获成功,但自热食品赛道竞争也越发激烈。不仅有新兴互联网品牌莫小仙、开小灶等企业,一些传统方便面企业也加入进来,如康师傅、白象等,此外还包括海底捞、大龙焱等餐饮企业。

“目前自嗨锅的品类创新基本还是围绕着自助品类的延展,与现在已有的产品形成了比较强烈的紧密关系,并进一步增强了自嗨锅的品类优势,这有助于提升它的竞争力。”鲍跃杰认为,但跨入新的赛道也一样面临竞争,譬如在方便面市场,前有康师傅、统一这样的行业巨头,后有拉面说、阿宽等迅速崛起的新兴品牌;而螺蛳粉市场更是巨头林立,有来自柳州本土的好欢螺、螺霸王,也有网红品牌李子柒。未来自嗨锅推出的新品牌如何在竞争激烈的市场上分一块蛋糕还不得而知。

北京商报记者 郭秀娟 白杨 实习记者 燕慧

美邦靠卖银行股勉强度日

北京商报讯(记者 郭秀娟 张君花 实习记者 燕慧)业绩巨亏承压下,美邦服饰只能依靠卖资关勉强为生。6月23日,美邦服饰公告称,截至估值基准日2020年12月31日,美邦服饰出售的华瑞银行10.1%股份估值为4.11亿元,经交易双方友好协商,本次股份转让价格确定为1.4元/股,股份转让价款4.24亿元。

资料显示,美邦服饰为华瑞银行第二大股东,持股比例15%。此次股权转让完成后,美邦服饰将退出华瑞银行二股东席位,持股比例降至4.9%。此前3月,美邦服饰就已将旗下上海模共实业有限公司(以下简称“模共实业”)100%股权出售给上海帕克斯酒业有限公司,拟出售金额共4.48亿元。

美邦服饰资产出售或将持续一段时间。按照美邦服饰在公告中的说法,完成此次转让华瑞银行股权交易后,为实现资源整合的同时聚焦主营业务,加强公司在服饰设计与销售、品牌推广等相关领域的竞争力,公司将有意剥离与主营关联度低的资产。

虽然美邦服饰将剥离资产原因归结为要聚焦主业,但在业内人士看来,出售资产可以让业绩巨额亏损的美邦服饰获得收益,这是其剥离资产的重要原因。数据显示,美邦服饰2020年实现营业总收入38.19亿元,较上年同期下降30.1%;净亏损8.5亿元,同比下降35.5%。

不管是聚焦主业还是获得收益,目前来看,美邦服饰都面临一个极为现实的问题——可出售的资产似乎已经差不多了。天眼查信息显示,目前美邦服饰参股公司中与主营业务无关的资产只剩下有持股比例为99%的上海好邦实业发展有限公司、丹东市贸邦商贸有限公司、上海邦彤实业有限公司以及华瑞银行4.9%的股份。

物产中大欧泰有限公司产研部经理周文科分析称,出售资产对美邦来说只是短

期的周转,很难长久,况且美邦服饰已经没有那么资产可以变卖。就变卖资产业绩亏损等情况,北京商报记者对美邦服饰进行采访,但截至目前并未收到回复。

通常来说,困难时期企业想要维持发展无非几个选择,寻找资金来源、节省内部开支……既然可出售的资产已经不多,为减少投入美邦服饰开始大举关店。近两年,美邦服饰实行战略收缩,加紧关闭低效门店。财报数据显示,2020年期间,美邦服饰共关闭了937家门店。截至2020年底美邦服饰门店由巅峰时期的5000多家减少至不足2000家。

值得一提的是,在愈演愈烈的关店潮中,美邦服饰关闭了多家开店10年甚至20年之久的地标性旗舰店、形象店等门店。

据北京商报记者不完全统计,美邦服饰2020年以来陆续关闭了位于北京地区的17家门店,多涉及城中商圈地带门店,包括望京、木樨园、公主坟一带。

其实,美邦服饰曾在公告中对关停门店进行过一些解释:由于商圈转移,考虑投入产出比,公司以市场化竞争力策略为主线,对一些门店做出更加积极主动的调整,进一步加速关闭所有持续亏损店铺。”

深圳市思其晟公司CEO伍佰麒表示,关店治标不治本,现阶段的美邦服饰无法真正采用“快时尚”品牌的打法,品牌老化缺乏真正的创新,服务、供应链体系各个方面跟不上,消费群体逐渐缩小,品牌也逐渐被消费者淡忘。

在独立经济学家王赤坤看来,美邦服饰面临的本质问题是商业模式的问题,卖资关店并非长久之计。

美邦服饰也曾尝试转型。譬如在国潮风口下推出多款带有国潮元素的联名产品;在直播带货疯涨下联合李佳琦等直播大V进行直播带货。据悉,美邦服饰旗下品牌MECITY截至今年5月已经和李佳琦合作了12场直播。