

卫龙再冲辣条第一股

增收不增利

一根辣条背后,究竟有着多大一盘生意?11月15日,北京商报记者从港交所获悉,卫龙已经通过了港交所聆讯。

这并不是卫龙首次提交招股书,今年5月12日,卫龙就曾向港交所提交招股书,不过按照港交所主板上市规则,申请企业递交时间超过6个月未获批,其招股书就会自动呈现失效状态。这次是卫龙在失效前最后一天即11月12日再次向港交所递交上市申请,此次从递表到通过上市聆讯只用了两天时间。

值得注意的是,已通过上市聆讯的卫龙上半年业绩出现了下滑。更新版招股书显示,2021年上半年,卫龙实现收入23.03亿元,较2020年同期的18.87亿元增长22.06%;净利润为3.58亿元,较2020年同期的3.67亿元减少2.5%;净利率也由2020年6月30日止6个月的19.4%降至截至2021年6月30日止6个月的15.5%。

对于业绩下滑,卫龙在招股书中解释称,“主要由于若干主要原材料的采购价格上涨,运营成本的增加,包括分销及销售费用和管理费用,前者主要是因公司销售团队扩大、广告费用增加;后者主要是由于管理人数量的增加”。

卫龙增收不增利背后与其毛利率下滑不无关系。数据显示,2018年、2019年、2020年和2020年前6个月以及2021年前6个月,卫龙的毛利率分别为34.7%、37.1%、38%、37.5%以及36.9%,其中2018-2020年呈增长态势,而2021年上半年则同比减少约0.9%。

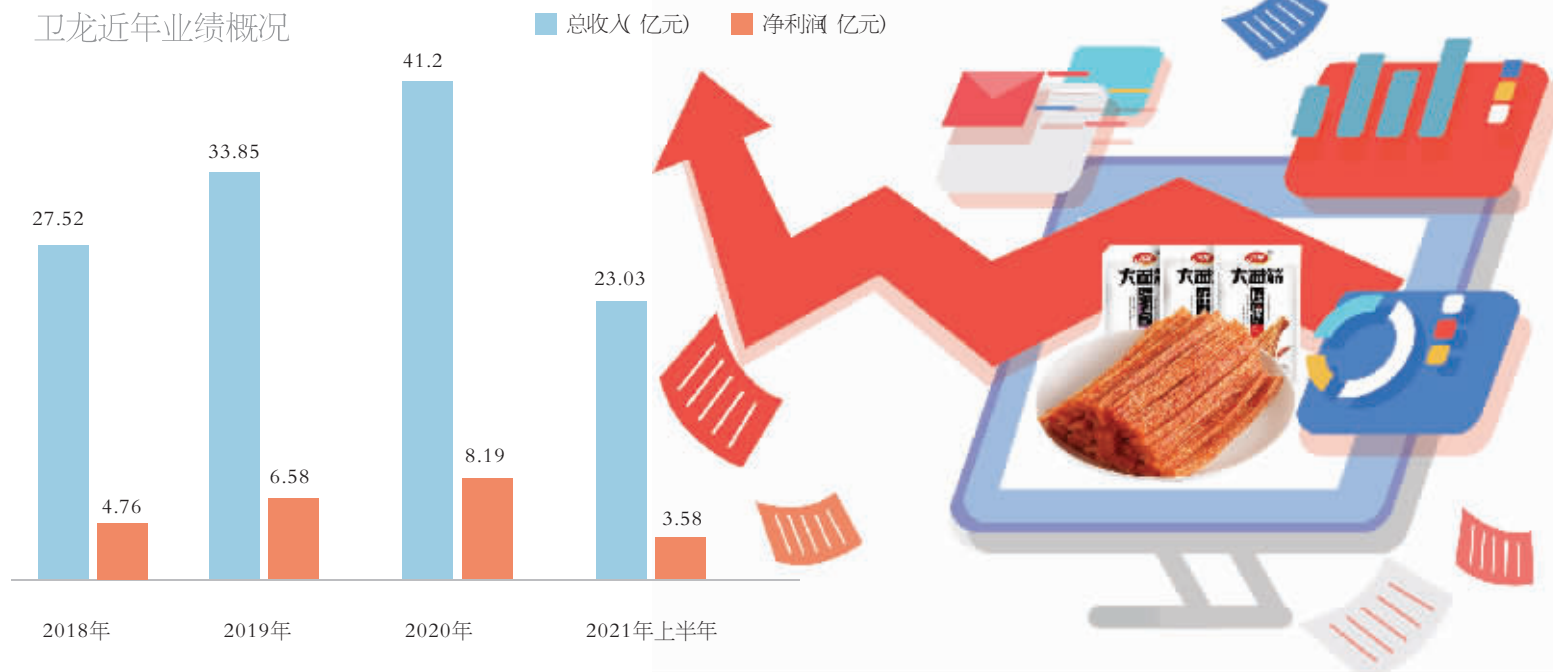
在香颂资本董事沈萌看来,净利润和净利率下降说明企业销售的盈利能力降低。目前,辣条的热度开始出现缓慢下滑,疫情下的消费需求也有所减弱,叠加原材料和生产成本增加也不可避免会影响辣条“一哥”卫龙的盈利能力。

官网信息显示,卫龙由刘卫平和刘福平

“辣条一哥”卫龙再次向自己的“上市梦”发起了冲刺。11月15日,北京商报记者从港交所获悉,卫龙已经通过了港交所聆讯。而“辣条第一股”这个梦想,卫龙早在半年前就已经尝试过,于今年5月12日第一次向港交所递交了招股书,不过,该招股书此前已“失效”。

在业内人士看来,通过聆讯意味着卫龙成为“辣条第一股”只剩下时间问题,但上半年净利润下降使得上市后的卫龙盈利能力有一丝不确定性。更新后的招股书显示,2021年上半年卫龙净利润为3.58亿元,同比下降2.53%。叠加卫龙存在的食品安全问题,以及三只松鼠、良品铺子等品牌的挤压,卫龙能否借资本市场更进一步还很难说。

卫龙近年业绩概况



于2001年在河南漯河创办,2003年,公司申请卫龙商标。据了解,除了拳头产品卫龙辣条外,卫龙旗下产品还包括面制品、豆制品、魔芋制品、蔬菜制品四大类几十种产品,还着重打造旗下第二大明星单品——魔芋爽,并进入卤制品、海味素菜等细分市场。

内忧外患

通过聆讯,卫龙距离“辣条第一股”越来越

近。然而,上市后无论就卫龙自身存在的食品安全问题,还是休闲食品市场越发激烈的竞争,卫龙需要面临的问题仍不少。

对于卫龙来说,摆在首位的便是食品安全问题。黑猫投诉显示,在近30天内,卫龙投诉量达22条,多涉及食品安全问题。卫龙魔芋丝吃出异物”买的魔芋爽素毛肚吃出了一块黑色的物体,和虫子一样”卫龙风味海带吃出虫卵”……不少消费者对卫龙食品安全提出质疑。

事实上,此前卫龙就曾数次被河南、山西、湖北等省份的市场监督管理局、食药监局查出,在其产品中添加了山梨酸及其钾盐和脱氢乙酸及其钠盐防腐剂。此外,公开资料显示,卫龙品牌所属公司平平食品截至目前涉及的司法案件中,排在首位的案由即是产品责任纠纷,高达39件。

在沈萌看来,虽然食品安全如果不造成潜在的诉讼和赔偿,不影响上市,但上市后如果不改善食品安全问题,不排除会引发监

管风险。

在招股书中,卫龙方面同样提到:“未能维持食品安全及始终如一的质量可能会对公司的品牌、业务及财务表现造成重大不利影响”。

除品牌本身问题,上市后卫龙还面临日渐拥挤的休闲食品赛道,即使登陆资本市场,也很难高枕无忧。

从产品结构看,卫龙营收多度依赖于调味面制品。招股书显示,2018-2020年,卫龙调味面制品的收入分别为21.62亿元、24.75亿元和26.9亿元,占收入比重分别为78.6%、73.1%、65.3%。卫龙或是意识到上述问题,为拓展盈利渠道,卫龙增加了蛋制品、蔬菜制品(海带)、豆类及其他休闲食品品类。

不过,在卫龙新布局的休闲食品品类领域,已经有不少成熟的品牌,譬如三只松鼠、良品铺子、盐津铺子。根据弗若斯特沙利文报告,2020年,在中国休闲食品市场,卫龙排名第七位。按零售额计,卫龙占整体市场份额的1.2%。

此外,从公司体量看,和已经上市的零食企业相比,卫龙的营收规模仍稍逊一筹。招股书显示,2018-2020年,卫龙的总收入分别为27.52亿元、33.85亿元、41.2亿元。而良品铺子、三只松鼠2020年度分别营收78.94亿元、97.94亿元。

在战略定位专家徐雄俊看来,上市后卫龙的资金会更加充裕,应该会扩大市场份额甚至跨界其他产品。不过,对于即将成为“辣条第一股”的卫龙来说,食品安全隐患、产品线单一以及激烈的竞争市场等都是卫龙待解的难题。

对于上述食品安全问题以及未来如何应对市场竞争,卫龙相关负责人在北京商报记者采访时表示:“目前项目进展一切正常,根据联交所的规定,静默期公司需要遵守信息保密的规则”。

北京商报记者 郭秀娟 王晓 燕慧

成立事业部 钉钉视频会议赶晚集

早就布局视频会议的钉钉,还没腾讯会议成气候,此时发力晚不晚?11月15日,钉钉宣布于近日成立了音视频事业部,下设钉钉蜂鸣鸟音频实验室,聚焦研究音频技术及算法创新。一个智能移动办公平台重视音视频本不足为奇,但当你对比了国内外同类产品,就会不由发出疑问:钉钉为何没能守住视频会议的先机?

成立音视频事业部

上线不到两年的腾讯会议,用户早已过亿,与腾讯会议进一步打通的腾讯文档也多次破圈。今年初特斯拉CEO马斯克更是带火了Clubhouse,连Clubhouse服务商声网都感受了一把网红企业的滋味。这些没有社交基因的工具类产品,都能后发先至,本身具有社交资源的钉钉,却只在不久前发布钉钉会议、钉钉文档时,收获了一波关注。谈到原因,业内人士认为是云钉一体化让钉钉成了阿里云的附属,在产品创新力上下滑。

“为进一步提升音视频会议等产品体验,钉钉近期成立音视频事业部,下设钉钉蜂鸣鸟音频实验室,聚焦研究音频技术及算法创新,探索下一代音视频会议形态与钉钉的结合。此外,在开放战略下,钉钉音视频事业部还将聚焦能力开放,将音视频能力向软硬件合作伙伴开放。”这是钉钉11月15日对设立音视频事业部的官方描述。

关于人事调整,钉钉相关人士向北京商报记者透露:“原在阿里达摩院的冯津伟加入音视频事业部,并带队负责音频实验室”。钉钉内部人士则向媒体表示:在达摩院期间,冯津伟团队就已经与钉钉音视频业务展开合作。其中,钉钉总裁叶军在带队

阿里企业智能事业部期间,一项重要产品就是阿里内部视频会议软件,该软件的诸多功能后来被业内广泛应用,包括“无线投屏”,而其中的音频技术和算法就曾与冯津伟团队有过合作。

一般来说,一家企业为某一项技术或业务,成立专门的事业部、实验室,无疑是看好、发力该技术或业务的信号。更何况,定位于智能办公平台的钉钉,重视音视频产品功能划分,音频降噪、多方视频被列入基础功能,此外还有协作功能、管理功能和AI功能。艾瑞咨询指出,目前大部分视频会议产品均可以满足基础功能+协作功能+管理功能。

云钉一体化耽搁了进度?

目前在视频会议市场,巨头和中小企业的产品同场角逐,有先从软件方向切入的钉钉、腾讯会议等,有视频会议专用硬件Polycom、罗技等,还有视频会议服务商如声网等。

如果按企业背景划分,入局者可分为传统通信厂商、云通信厂商以及平台型厂商。其中传统通信厂商包括推出云视讯的

中国移动等;云通信厂商包括定位于音视频通讯(PaaS)应用程序平台(即服务)平台的科天云;平台型厂商包括腾讯会议背后的腾讯、华为WeLink背后的华为、钉钉背后的阿里等。

拿同样具有互联网背景的钉钉和腾讯会议为例,钉钉于2014年12月发布第一个测试版,在音视频需求爆发的2020年,钉钉视频会议、直播等音视频产品支持了办公、教育等多个场景,后者腾讯会议于2019年12月底推出。

再来看数据,由于两款产品均未独立上市,且没有实时分享用户数据,目前的公开信息是:钉钉在2020年3月宣布企业组织在钉钉上发起在线会议的数量,单日突破2000万场、超1亿人次。腾讯在发布2020年三季度财报时披露,腾讯会议用户数破亿。

虽然没有此产品同时间段同纬度的数据对比,也没有第三方报告披露各个视频会议产品的市场份额,但文渊智库创始人王超向北京商报记者直言:“去年疫情期间,特别适合视频会议攻城略地,但钉钉没有拿下视频会议份额,腾讯会议后发先至,杀出了一条路,从这点看钉钉很失误。其实视频会议这个市场非常大,腾讯会议只占了一部分,钉钉失去先发优势或许是因为云钉一体化战略,让钉钉成了阿里云的附属,在产品创新上敏感度下降”。

从功能上看,钉钉也不是没推陈出新,不久前发布并升级了多款产品和功能,包括钉钉会议和钉钉文档等,比如钉钉文档进行了近20项功能升级,目前提供在线文档等创作形态,支持插入以及音频、视频等内容元素。不过对于如何看待业内人士提到的失误,截至北京商报记者发稿,钉钉相关人士未予回应。

北京商报记者 魏蔚

利好变利空 永太科技跳水

北京商报讯(记者 董亮 丁宁)6月以来股价翻了逾4倍的大牛股永太科技,于11月15日上演了一场跳水跌停大戏。

交易行情显示,11月15日,永太科技高开3.98%,开盘价为72.9元/股。开盘后股价迅速跳水,并于盘中多次触及跌停,随后一直稳定在跌停状态,截至收盘未打开跌停板。截至11月15日收盘,永太科技报跌停价63.1元/股,跌幅为10%,总市值为553.1亿元。经北京商报记者粗略计算,仅11月15日1个交易日,永太科技市值蒸发约61.45亿元。

消息面上,永太科技11月14日晚间公告称,公司控股子公司永太高新的股东平潭盈科恒通管理咨询合伙企业(有限合伙)拟将其持有的永太高新25%股权以5亿元转让给宁德时代。股权转让完成后,永太科技、宁德时代将分别持有永太高新75%、25%股权。

这一消息被市场解读为利好消息,11月15日开盘前,股吧有股民留言称:“永太科技又开启暴涨模式了”“涨停吧,明天一字板”“永太科技和宁王结为亲密兄弟,未来发展空间会很好”。而对于11月15日永太科技的股价表现,股民纷纷表示:“好好的利好变利空”“又追高进了”“明天活埋”。

受锂电池热的东风,永太科技近期股价大涨。交易行情显示,6月1日-11月15日,永太科技区间累计涨幅高达427.59%。

对于永太科技11月15日的股价表现,某投行人士汪军在接受北京商报记者采访时表示:“永太科技跌停不一定和宁德时代收购其子公司股权有关,经过前期大幅上涨后,目前公司股价已经处于比较高的位置。也可能是受锂电池整体回调的影响”。

针对公司相关问题,北京商报记者致电永太科技董秘办公室进行采访,但对方电话并未有人接听。

北京商报记者注意到,今年8月时,永太科技曾以1.5亿元收购永太高新15%的股权。与宁德时代此次以5亿元收购其25%股

权相比,永太高新100%股权所对应的估值已经翻倍。

回溯永太科技过往公告,8月14日,永太科技公告称,公司基于对锂电池产业发展前景的看好,同时为加强公司对永太高新的控制力度,提升公司的管理决策效率,以自有资金1.5亿元收购永太高新15%股权。

根据该交易作价,永太高新100%股权整体作价为10亿元。宁德时代本次拟购买永太高新25%股权作价5亿元,永太高新100%股权所对应的作价为20亿元。短短3个月间,标的作价已经翻了一番。

资料显示,永太高新经营范围为新材料技术研发、基础化学原料制造(不含危险化学品等许可类化学品的制造)、化工产品生产(不含许可类化工产品)等。永太科技曾表示,永太高新是公司锂电及其他材料类业务板块的重要载体。

财务数据显示,永太高新2021年营业收入、净利润均超过去年全年水平。2020年,永太高新实现营业收入约1.41亿元,净利润为-751.71万元;2021年前三季度,永太高新实现营业收入约为5.3亿元,净利润约为2.64亿元。

资料显示,永太科技于2009年12月登陆A股,是具有完整垂直一体化产业链的含氟医药、农药与新能源材料制造商,公司产品按照终端应用领域分为三类,包括医药类、农药类、锂电及其他材料类。2021年上半年,永太科技医药类、农药类、锂电及其他材料类所实现的营业收入占公司营业收入的比例分别为32.43%、18.72%、18.46%。

永太科技业绩方面,财务数据显示,永太科技今年前三季度实现营业收入约为32.73亿元,同比增长32.25%;对应实现的归属净利润约为3.75亿元,同比增长65.25%。而把时间拉长来看,永太科技2018-2020年业绩逐年下滑。财务数据显示,2018-2020年,永太科技归属净利润分别约为4.42亿元、2.72亿元、1.2亿元。