

鸭货之外 卤味品牌激战细分市场

有关“年轻人爱不爱吃鸭脖了”的问题还没有结论,卤味品牌们在鸭货之外已经开始新一轮竞争。10月12日,北京商报记者从奥牛资本官方公众号获悉,主打去骨鸡爪的成都卤味品牌火号近日已完成千万元A轮融资,投资方为奥牛资本,融资资金将主要用于产品研发、品牌建设、供应链升级及渠道建设等。

近几年,越来越多的卤味品牌从鸡爪、手撕鸡、夫妻肺片等细分品类切入市场,寻找弯道超车的机会。但在业内看来,市场越细分,竞争成本越高。想在新品类赛道中脱颖而出,卤味品牌需要在产品创新、渠道融合、品牌塑造等方面做出努力。

卤味品牌聚焦细分领域

卤味江湖的新老品牌们正瞄上细分品类赛道。

资料显示,火号成立于2013年,是一家以“成都卤味”为产品定位的食品企业,以去骨鸡爪切入卤味市场,主推产品为川式酸辣冷卤鸡爪。

关于为什么选择定位于鸡爪产品,火号创始人黄山此前对媒体表示,鸡爪为国民性食材,去骨鸡爪是鸡爪零食的迭代产品,市场接受度高。因产品工艺要求高、保存条件苛刻,国内尚未出现一家成熟的去骨鸡爪品牌,是品牌的机会所在。

美团发布的《2022卤味品类发展报告》显示,卤味市场中,鸭产品以外的各种细分品类正加速创新升级,越来越多的品牌悄然发力,以创新的定位加入卤味市场,以期弯道超车。

资本市场也将目光转向鸭货之外。在A股市场中,以夫妻肺片、百味鸡为主打的紫燕食品已经上市,以扒鸡类产品为主打的德州扒鸡也正筹备上市中。细分品类赛道里,新卤味品牌的融资动态也十分活跃,如主打虎皮凤爪的王小卤、主打卤味小吃的盛香亭、主打手撕藤椒鸡的菊花开卤味等已完成B轮融资;社区冷卤品牌麻爪爪完成规模近1亿元的A+轮融资……

曾经“鸭货为王”的卤味三巨头也开始摸索布局新品类,绝味食品上新了小龙虾等海鲜类产品;周黑鸭推出香辣虾球、虎皮凤爪等;煌上煌推出了全新子品牌独椒戏,主打卤猪蹄、烤串等品类。

在业内看来,卤味市场中鸭产品领域被各巨头企业占领,鸡副产品、海鲜、素菜等各个细分品类赛道更具备诞生新领头品牌的机会。

“卤味细分品类创新对于市场整体而言是一种好现象,有利于推动行业发展,在更多领域形成更大范围的市场。”快消行业新零售专家鲍跃忠说。

多元化竞争加速

卤味细分品类受到关注的背后,是鸭货产品同质化凸显以及消费者多元化的需求。数据显示,2022年中国卤制品行业规模达3691亿元,预计2023年达4051亿元,2018-2023年复合增长率为12.3%。

近年来,随着卤制品市场规模扩大、行业成熟度不断提高,新兴品牌不断增多,传统鸭产品同质化凸显。

根据2022年上半年财报,绝味食品增收不增利,煌上煌和周黑鸭的营收与利润双双下跌。周黑鸭在财报中表示,准备以新的爆款大单品虾球开创新赛道;绝味食品在财报中称,正在探索布局公司未来第二、第三增长曲线”。

在中国食品产业分析师朱丹蓬看来,鸭产品是卤制品中的传统品类,多年来并没有

容汇锂业转战创业板 6名股东“突击入股”



科创板撤单半年后,江苏容汇通用锂业股份有限公司(以下简称“容汇锂业”)旋即向创业板发起冲击。深交所官网显示,容汇锂业创业板IPO已披露首轮问询回复意见。值得注意的是,与去年IPO相比,公司2022年因原股东转让股份而新增了李珂、慕永涛等6名股东。对此,深交所要求公司说明新增多名股东的原因,是否涉及利益输送等情形。此外,在锂电行业的景气下,今年上半年,容汇锂业业绩大幅提升,实现归属净利润9.39亿元,远超去年全年。同时,容汇锂业募资额也相应出现激增,前次IPO募资额为9.24亿元,本次IPO募资额为30.6亿元,要多募逾20亿元。

今年新增6名股东

本次创业板IPO前,因原股东转让股份,容汇锂业新增了6名股东。这一情况在首轮问询中被深交所追问。

招股书显示,容汇锂业主要从事深加工锂产品的研发、生产和销售,主要产品为电池级碳酸锂和电池级氢氧化锂,最终应用于动力电池、储能电池、消费电池等锂离子电池产品。

值得一提的是,容汇锂业曾有一段科创板IPO的经历。据了解,容汇锂业科创板IPO于2020年12月23日获得受理,经历三轮问询后,公司于2021年12月撤单,科创板IPO也随之终止。

在科创板IPO终止后,2022年初,容汇锂业原股东上海赛领、陈建华、武自安先后将其持有的容汇锂业部分股份转让,公司由此新增了6名股东。

具体来看,2022年1月,上海容■、慕永涛、杨毅、李珂、江卫平分别以1582万元、2260万元、1695万元、678万元和452万元受让上海赛领持有的容汇锂业约1.44%的股份。

随后,2022年2月,上海容■、李珂分别以6513.6万元、4106.4万元受让陈建华持有的容汇锂业2.1998%的股份;武自安则分别以1416万元、7788万元的对价将其所持公司1.9065%的股份转让给上海

容■、杭州钰澄。

对此,深交所要求容汇锂业说明申报前一年内新增多名股东的原因,并结合同期可比数据及经营业绩进一步说明入股价格公允性,是否涉及利益输送情形,相关股东锁定期安排是否符合规定。

经济学家宋清辉表示,IPO提交申请前12个月内新增股东的,发行人应当在招股说明书中充分披露新增股东的基本情况、入股原因、入股价格及定价依据等,在审核过程中,类似“突击入股”的情形都会引起监管层重点关注。

容汇锂业表示,上海赛领、陈建华、武自安考虑到投资公司的时间较长,且公司撤回科创板发行上市申请,后续上市时间具有不确定性,因此拟寻找其他投资人。新增股东入股则是因看好公司及新能源行业的发展前景。

2020年亏损收关注函

二度闯关的容汇锂业,得益于新能源行业的景气,今年上半年业绩大增,且远超去年全年。

财务数据显示,今年上半年,容汇锂业实现营业收入约为25.52亿元,对应实现的归属净利润约为9.39亿元。而2019-2021年,容汇锂业实现的营业收入分别约为4.65亿元、5.06亿元、15.42亿元;对应实现的归属净利润分别约为2426.75

万元、-4538.82万元、3.7亿元。可以看出,今年上半年,容汇锂业实现的归属净利润远超去年全年水平。

值得一提的是,容汇锂业2020年业绩出现亏损的情况也受到了深交所的关注,深交所要求容汇锂业量化分析公司2020年业绩亏损的原因及合理性。容汇锂业表示,公司2020年业绩亏损主要系受主营业务毛利下降影响。针对公司相关问题,北京商报记者致电容汇锂业证券事务部进行采访,不过对方电话未有人接听。

今年前三季度,容汇锂业预计归属净利润大幅提高。容汇锂业表示,经公司初步测算,预计前三季度实现营业收入约35亿-40亿元,同比增长约253.87%-304.42%;预计实现归属净利润约12亿-14亿元,同比增长约458.91%-563.73%。

在业绩的大幅提升下,容汇锂业募资“胃口”也随之大增。据了解,前次科创板IPO之时,容汇锂业拟募资9.24亿元,而本次创业板IPO,公司拟募资额提高至30.6亿元。

具体来看,本次创业板IPO,容汇锂业拟将募资额投向年产6万吨电池级碳酸锂及6.8万吨电池级单水氢氧化锂项目、研发中心建设工程项目、补充流动资金三个项目,拟分别投入募资额20.7亿元、0.9亿元、9亿元。

北京商报记者 董亮 丁宁

收缩战线 创新药企囤粮过冬

北京商报讯(记者 姚倩)研发投入的回报率与商业化一直是摆在创新药企面前的难题。日前,和铂医药宣布结束其特那西普(HBM9036)Ⅲ期临床试验,不再入组新受试者;同时将旗下巴托利单抗(HBM9161)大中华区权益以10亿元卖给石药集团。从2021年中期以来,创新药领域面临募资难、二级市场遇冷等情况。通过暂停部分在研管线,不少创新药企开始调整战线囤粮过冬。

和铂医药研发进展最快的两个核心产品,一个被叫停,一个被出售。其中,特那西普(HBM9036)在中国的临床Ⅲ期试验不再入组新受试者。公告称,基于观察到的疗效不足趋势,独立数据监察委员会(IDMC)建议公司根据临床试验方案终止该试验。

另一款产品巴托利单抗(HBM9161)被授权给石药集团的全资子公司恩必普药业。根据公告,和铂医药将巴托利单抗(HBM9161)在大中华区开发、制造及商业化的独家权益转让于恩必普药业。根据协议,和铂医药将获得最高总额超10亿元,包括1.5亿元预付款及其他潜在里程碑付款;此外,和铂医药还将根据产品年度净销售额获得分层销售提成。

对于此次与石药集团的合作,和铂医药相关负责人表示对北京商报记者表示:“双方一直是友好的关系。感谢石药对巴托利单抗的肯定,我们也相信凭借石药的實力,可以帮助最大化巴托利单抗的价值”。

停止与转让间,或为了更多的现金流。2020-2021年,和铂医药的现金及现金等价物末期余额分别为2.57亿美元、5630.4万美元,亏损额分别为2.97亿美元、1.38亿美元。根据半年报数据,截至2022年6月底,和铂医药实现营业收入2763万美元,同比增长1149.1%,但净亏损7305.1万美元,亏损同比扩大18.67%。与此同时,和铂医药的研发成本达8360万美元。

和铂医药于2020年12月10日在港交所上市,全球发售筹得的所得款项净额为约16.566亿港元,当中的4.804亿港元用作开发巴托利单抗(HBM9161)的资金。和铂医药方面称,鉴于公司订立授权协议将授权产品对外授权,董事会已决议重新分配其拨付开发巴托利单抗(HBM9161)的未动用所得款项净额,并更改有关未动用所得款项净额的用途。

太多的创新升级。在新生代成为主流消费人群之后,消费思维、消费行为已经发生了变化,对卤制品的各种要求会更高,未来整个行业的多元化发展是必然。

广科院旗下广科咨询首席策略师沈萌表示,细分领域的竞争加速,说明此前鸭副产品的成功横向激励拓展到了类似的市场品类。但细分领域市场更加分散,市场越细分,竞争成本越高。新卤味品牌需要寻找自己的竞争优势,优化成本结构,扩大收益空间。

在传统卤味竞争中,企业的线下门店争夺一向激烈。2021年,绝味食品、煌上煌、周黑鸭的线下收入占比分别为92.7%、77.38%、77.88%。截至2022年6月30日,3家公司的门店数量分别为14921家、4024家和3160家。但新卤味品牌们发力的渠道更加多样,据了解,火号已覆盖淘宝、抖音等平台,单月GMV一度接近2000万元;王小卤从电商起步,2020年获天猫鸡肉零食TOP1,2021年虎皮凤爪单款产品销售额破7亿元;三只松鼠、百草味等电商零食品牌先后推出虎皮凤爪等产品;海底捞等餐饮企业也推出卤味速食……

鲍跃忠认为,未来卤味行业将是全渠道竞争。“对卤味创新品牌来讲,需要从三个方面做好工作:一是要做好产品,符合当前消费者需求;二是要做好品牌,建立消费者品牌认知;三是要做好渠道,要形成渠道融合的发展模式。”鲍跃忠建议道。

针对上述发展问题,北京商报记者联系了火号方面,但截至发稿未收到回复。

北京商报记者 郭秀娟 张函

根据和铂医药的安排,此次授权收入和巴托利单抗的未动用的所得款项净额将重新分配至开发HBM4003、HBM7008、HBM9378等其他项目,以扩充产品组合。其中,约5000万港元用作开发HBM4003;约2500万港元用作研发HBM7008及其他寻求研究性新药(IND)批准的候选药物的资金。

海南博鳌医疗科技有限公司总经理邓之东表示,创新药研发周期长、投资规模大、运营成本高,尤其生物创新原研药的研发过程极其艰难,存在着“三十效应”,即:研发耗时十年以上,投入超过10亿美元,成功率不足1/10。企业希望投入后要有产出、有回报,这个时间周期还不能太长,而药物的研发最终能不能成功还需要打个问号,90%以失败告终。资金投入大、投资风险高、研发周期长,需要研发人才、研发资金、研发空间、软硬件等方面资源保障,对临床效果不佳、市场前景不明、投资实力不足的新药管线,药企往往只能忍痛割爱,要么暂停研发,要么转让出售,可以回笼资金,集中资源于成功率更高的项目上。

自2021年下半年以来,医药行业在一级市场和二级市场遭遇寒潮。据医药魔方InvestGO数据库统计,2022年上半年医疗健康领域的投融资趋势整体放缓。整体看,2022年上半年,一级市场投融资事件数同比降低46.7%,环比降低45.9%;IPO事件数同比降低45.5%,环比降低55.2%。二级市场方面,以港股18A企业为例,截至2022年5月,超过90%的生物科技公司股价破发,平均跌幅达42.91%。

通过暂停部分在研管线,不少创新药企开始节流“续命”。今年6月,于2021年10月登陆港交所的创新药企业三叶草生物公告称,为全力推进新冠疫苗成功上市,暂停一个肿瘤项目和两个生物类似药项目的继续投入。8月,创新药企云顶新耀发布公告称,公司及全资子公司Everest Medicines II、Everest SG与吉利德全资子公司Immunomedics签订终止及过渡服务协议。云顶新耀将戈沙妥珠单抗在大中华区、韩国和部分东南亚国家的开发和商业化独家权利退回给Immunomedics。为此,云顶新耀将获得总额4.55亿美元的收益,其中包括预付款2.8亿美元和未来的里程碑付款1.75亿美元,折合人民币30.7亿元。