

财眼

融资约7亿美元 逸仙电商纽交所敲钟

新快报讯 记者陆妍思报道 “95后的需求会改变很多品牌的发展,我们很幸运,能遇上这一代的消费者。”11月19日,完美日记母公司逸仙电商在广州举行上市媒体沟通会,公司创始人兼CEO黄锦峰在会上如是说。当天22时30分,来自广州的逸仙电商在纽交所敲钟上市,股票代码“YSG”,上市发行价为10.5美元/ADS,总计发行5875万股美国存托股票(ADS),融资约7亿美元。

高瓴资本追投5轮

逸仙电商创立于2016年,三位创始人黄锦峰、陈宇文、吕建华皆毕业于中山大学,为纪念母校情谊,故将公司冠名“逸仙”。逸仙电商先后成功推出了完美日记、小奥汀及完子心选等三个增长迅猛的美妆品牌。其中,完美日记上市后不到三年就成为了中国线上彩妆第一品牌,2019年全年及2020年前三季度,是国内唯一一个在天猫实现每月GMV(成交额)均超1亿元的彩妆品牌。今年“双11”开场仅33分钟,完美日记

销售额破亿元、15小时破3亿元,销售件数始终占据天猫美妆类第一,创下了天猫彩妆日销的新纪录。

2019年逸仙电商实现净收入30.31亿元,较2018年大幅增长377.1%;2020年前三季度净收入32.72亿元,同比增长73.20%。2018年、2019年、2020年前三季的毛利率平稳,分别为63.5%、63.6%及63.1%。

逸仙电商IPO融资约7亿美元。据了解,包括高瓴资本、老虎基金、腾讯和云锋基金等多家知名机构均参与本次IPO认购。发行后,黄锦峰持股比例由27%降为25.3%,但投票权上升至63.8%。先后追投5轮的高瓴基金持股比例由13.8%降为12.6%,真格基金持股比例由10.5%降为9.5%,高榕资本由持股9.2%降为8.4%。

仍将聚焦中国市场发展

媒体沟通会上,逸仙电商CFO杨东皓表示,计划把营收的3%投入到研发中。招股书显示,2019年,逸仙电商研

发费用为2317.9万元,同比增长778%;2020年前三季度,逸仙电商研发费用达到4090.2万元,同比增长319%。逸仙电商表示,可在6个月内完成新品的概念提出、开发到上线,远低于国际品牌通常所需的7个到18个月。

截至今年9月底,逸仙电商已在中国市场开设了逾200家线下体验店。招股书显示,自公布招股说明书起12个月内,逸仙电商计划投入3亿元用于线下体验店扩张及合资建厂。

对于是否会发力海外市场,黄锦峰表示,在可见的未来数年,逸仙电商仍将聚焦中国市场发展,“过去国货彩妆品牌很难做大,往往是因为单一品牌面对市场竞争很难突围,目前逸仙电商已在多品牌美妆的路上走了扎实的一步,在面对众多国际美妆巨头围攻之下,拥有更持久的竞争力。”未来,逸仙电商还将并购更多的品牌。10月30日,逸仙电商宣布收购雅漾母公司法国PierreFabre集团旗下的高端美妆品牌Galénic的多数股权。

汽车行业将在明后年迎来上行周期

新快报讯 记者涂波报道 受国务院常务会议鼓励扩大汽车消费的消息利好,昨日,汽车整车板块早盘整体走高。分析人士认为,汽车销量连续三年下滑之后,行业将在2021—2022年迎来上行周期。

11月18日召开的国务院常务会议指出,要稳定和扩大汽车消费。鼓励各地调整优化限购措施,增加号牌指标投放。开展新一轮汽车下乡和以旧换新,鼓励有条件的地区对农村居民购买3.5吨及以下货车、1.6升及以下排量乘用车,对居民淘汰国三及以下排放标准汽车并购买新车,给予补贴。

据中国汽车工业协会数据,今年4月份以来,汽车产销已连续7个月增长。10月,我国汽车产销分别完成255.2万辆和257.3万辆,环比分别增长0.9%和0.1%,同比分别增长11%和12.5%。最新数据显示,11月上旬,11家重点企业汽车产量完成74.4万辆,同比增长12.5%。对此,中信证券指出,汽车消费刺激政策超预期,助推行业景气加速回升。预计2021年乘用车销量增速有望达到15%以上,迎来板块性投资机会。

随着基本面的改善,在A股市场上,汽车板块也大幅走强。今年以来,截至11月19日,逾20家汽车企业涨幅超20%,比亚迪、长城汽车和长安汽车等企业行情更是火爆,涨幅均超100%,比亚迪以涨幅239.47%拔得头筹。

中信证券表示,政策明确新一轮汽车下乡和以旧换新,自主品牌、轻卡企业最为受益,建议关注乘用车板块性景

气回升的机会,如长城汽车(A+H)、长安汽车和广汽集团(A+H)等。同时,零部件行业伴随电动智能带来配套价值量提升以及中国企业全球份额提升的成长机会,如特斯拉产业链(拓普集团、旭升股份和文灿股份等)。此外,轻卡行业受益汽车下乡带来增量,法规升级带来格局优化,江铃汽车、福田汽车和江淮汽车等也值得关注。

汽车板块今年股价涨幅前十位股(截至11月19日)

股票简称	现价(元)	三季报净利同比增幅(%)	净利润(元)	今年股价涨幅(%)
比亚迪	161.62	116.83	34.14亿	239.47
长城汽车	24.93	-11.32	25.87亿	189.88
长安汽车	20.25	230.98	34.86亿	101.89
华菱星马	8.70	-1767.18	-1.72亿	85.90
*ST力帆	5.53	-30.83	-34.45亿	79.55
江淮汽车	8.72	-65.18	4235万	74.30
中国重汽	36.74	59.90	13.11亿	67.38
福田汽车	3.47	9.40	2.82亿	66.03
ST海马	2.72	-16.38	-2.34亿	43.92
江铃汽车	19.75	127.42	3.59亿	43.85

来源:同花顺

亚马逊海外购史上最长“真黑五”全球狂欢重磅登场 四国同步优惠及本地多重叠加折扣持续整月

亚马逊中国宣布,第七届亚马逊“海外购物节”正式进入“真黑五”全球狂欢阶段,即日起横跨整个十一月并覆盖“黑色星期五”和“网购星期一”两大海外促销节点,中国消费者可畅购来自亚马逊美、英、日、德四大站点逾3000万海外正品与超过48万国际品牌和数十万低至4折的海外同步及逾30场中国定制优惠。

从11月26日至12月1日,将进入本届“真黑五”大促“巅峰6日”抢购热潮阶段,“黑色星期五”和“网购星期一”两大促销节点轮番掀起全球扫货风暴。此外,更多多重本地叠加补贴、超级品牌日、黑五直播节等惊喜福利,点燃中国消费者的“黑五”海淘热情。

总结2020年亚马逊海外购的“真黑五”全球狂欢,在横跨整个十一月的促销季中,有众多亮点值得消费者期待:

亮点一:更多的海外同步优惠。本届“黑五”大促期间,亚马逊海外购同步了数十万低至4折的海外优惠活动,当中既有大家耳熟能详的国际大牌,还有更多小众甚至尚未正式登陆中国市场的知名品牌,包括Bissell必胜、Morris&Co、Snow Peak雪诺必克等。

亮点二:更多的中国定制优惠。联合一众国际品质大牌打造了超过30个贴合中国消费者需求的专享定制优惠,其中囊括了Physicians Formula、Lindt瑞士莲、Nuface等深受欢迎的品牌。

亮点三:独家首发新品及全新主题商店。除了全球畅销的热门商品外,亚马逊海外购还将Champion冠军的口罩、Hechimon信乐烧的瓷器等海外新品率先带入中国市场,还上线了一系列全新主题商店,例如IP馆、骨瓷馆、日本文具大赏等。

亮点四:更多叠加福利。在此次“黑五”狂欢中,亚马逊海外购可支持叠加补贴的促销商品总数提高到了去年的3倍,同时还联合广发银行推出满200减50的满减优惠,与农业银行共同提供无门槛的立减券等。

亮点五:更多选购渠道。除了亚马逊网站、APP和微信小程序外,亚马逊海

车险综合改革满月 人保、平安车险 保费环比降低两成

新快报讯 记者刘威魁报道 备受业内关注的车险综合改革落地后,大型上市险企相继交出首月成绩单。数据显示,10月单月财险“老三家”保费收入合计588.47亿元,同比下滑6.01%,环比下滑25%。有观点认为,市场对于险企的考验才刚刚开始,车险综合改革对费用率的限制加强,促进市场优胜劣汰。预计中长期行业集中度将进一步提升,未来或有一批保险公司退出车险市场。

近期,A股五家上市险企陆续公布的今年前10个月保费数据显示,共实现保费收入约2.2万亿元,同比增长5.16%,增速持续放缓。从财险业务来看,三家财险公司保费增速均保持了正增长,人保财险、平安产险、太保产险保费收入分别为3703亿元、2407亿元、1250亿元,同比分别增长2.5%、9.9%、14.0%。

但从10月单月来看,除了太保财险同比增长5.7%,平安财险、人保财险保费收入分别同比下降4.2%、11.3%。

实际上,财险公司保费下滑都在意料之中。人保财险、平安产险10月的车险保费数据显示,人保财险为194亿元,同比下滑7.2%,环比下滑18.8%;平安产险为152亿元,同比下滑4.3%,环比下滑17.6%。

“车险综合改革满月,老客户车均保费下降对保险公司保费增速造成负面影响。”国泰君安非银分析师刘欣琦分析指出,车险保费下降,是保费显著下滑主要原因之一。

泰康在线精算师黄立虎认为,车险综合改革未来将会对大型保险公司更有利,因为他们的数据样本更多,风控能力更强,获客和定价的能力也相对更强,不仅市场份额以后很有可能向头部企业集中,而且他们会优先去揽低风险客户,中国财险市场上的其余80多家中小保险公司面临着更为严峻的考验。

特别报道

外购百度智能小程序商店也在“真黑五”大促期间正式上线,进一步降低跨境网购门槛。

此外,今年亚马逊海外购“黑五”大促全面升级跨境免邮福利,Prime会员能享受零门槛无限次跨境免邮专属权益,而非Prime会员也只需单笔订单满300元人民币,即可享受免运费的福利。

值得一提的是,在11月26至27日,亚马逊海外购将借助微信小程序的直播能力展开14小时共5场的“黑五直播节”活动,同时送出直播间专属宠粉福利,以进一步惠及更多的中国消费者。
(郑志辉)