



婴儿车卖到1万多的BeBeBus赴港IPO 销售占比超30%研发却不足3%

近日,育婴品牌BeBeBus母公司不同集团递表港交所。2019年,不同集团推出BeBeBus品牌切入高端育儿产品市场,2023年实现扭亏为盈。然而,公司“重营销轻研发”的经营策略明显,过去三年每个报告期内营销支出均占到总收入的30%以上,而研发投入的占比却低于3%。

■新快报记者 张晓茵

多期销售费率超30%

不同集团成立于2018年,旗下仅有BeBeBus品牌,业务涵盖亲子出行、睡眠、喂养及卫生护理四大领域。

据了解,BeBeBus的目标客群是注重质量、功能及美观(大过成本)的家庭,因此其核心产品有着较高的单价。在天猫旗舰店,BeBeBus最贵的婴儿车单品价格达1.38万元,页面显示的已售数为“仅6人”。不同集团在招股书中指出,从近三年的销售记录来看,包含了至少一件核心产品的订单平均交易金额保持在2400元以上。

2022年还处于亏损状态的不同集团,2023年业绩开始快速增长,当年收入达8.52亿元,年内溢利达到2722.4万元。2024年前三季度,公司收入继续增长达8.84亿元,期内溢利涨至4642.1万元。

不同集团将业绩的增长归因于产品销售量的增加,然而销售的增长离不开公司卖力的营销推广。截至2024年9月30日,不同集团已与超过1.6万位不同平台的达人合作,其中超过20位KOL拥有超过百万粉丝。

2022年-2024年前三季度,公司销售及分销开支分别约1.89亿元、2.86亿元和2.71亿元,占其总收入的37.2%、33.5%和30.6%。其中,每期推广开支均占比销售及分销开支的70%以上。公司在推广上的投入,让消费者明显感受到了品牌宣传的强度,小红书上有消费者吐槽“BeBeBus如果有100元的预算,会拿80元做广告”。

消费者“单纯为颜值埋单”

与高额的营销支出相比,不同集团

在研发方面的投入显得相当保守。2022年-2024年前三季度,不同集团研发费用分别占总收入的3.2%、2.8%和1.8%。有趣的是,不同集团在招股书中称自己是“家庭生活产品科技公司”,并频繁提到“科技”和“创新”。

当记者就1.38万元的婴儿车咨询BeBeBus旗舰店客服该车是否有设计发明专利?客服查询后给出的答复是:“没有专利。”

在社交平台上,也有消费者对公司“轻研发、重营销”策略表示不满。2024年7月,有消费者在小红书发帖称:“品牌有这么多钱发各种广告,为什么就不能多花点钱,请个有正经育儿经验的设计团队来开发产品?”该消费者认为,尽管BeBeBus婴儿车颜值在线、用料做工好,但在设计上“槽点”颇多,例如车身过

窄、围护结构不够科学、遮阳挡雨效果不佳以及自身重量很重等。

还有消费者表示纯粹是“为颜值埋单”。一位购买了BeBeBus婴儿床的消费者留言称,床体存在不好收纳、侧边升降麻烦、不太平衡等问题,“觉得价格与各方面的设计不符”“单纯为了颜值埋单”。

此外,BeBeBus产品还存在外包情况。不同集团的招股书指出,其向第三方制造商外包儿童安全座椅及餐椅的若干生产流程,亦外包其他产品的全面生产,目前公司已与157家制造商保持合作以支持生产需要。如果生产能力下降以及与第三方制造商的外包合作中断或发生重大不利变化,均会对业务、财务状况、经营业绩和前景造成重大不利影响。

拉卡拉亏大了 2.2亿入股只收回7490.2万

新快报讯 记者刘艳爽报道 1月6日,拉卡拉宣布0元退股包头农商行股份,原因是当包头农商行的可供分配净资产为0。记者注意到,昔日包头农商行引进的多家上市公司,都面临与拉卡拉一样的安排。

据悉,被处置的包头农商行曾是内蒙古地方农信社改制的标杆产品,但后续因经营不善,该行面临改组,拉卡拉预计从新设机构中收回一笔“补贴款”。

拉卡拉对包头农商行的投资始于2017年,当时拉卡拉以自有资金2.2亿元购买包头农商行9900万股股份。此后,经过分红扩股和资本公积转增股本,拉卡拉共持有包头农商行的股份涨至1.2亿股,是该行的第二大股东。

如今,包头农商行面临改组,其与

内蒙古农信社及内蒙古其他农信机构计划合并新设为内蒙古农商行。拉卡拉公告称,综合考虑公司的整体发展战略、市场环境变化以及未来业务布局等多方面因素,拟将所持包头农商行全部股份以退股方式退出。由于资产评估机构评定包头农商行当下可供分配的净资产为0,故拉卡拉本次将0元退股,同时预计从新设立的内蒙古农商行收回现金总计7490.2万元。

新快报记者留意到,不仅是拉卡拉,包头农商行的大股东皆面临退出。去年12月,4516.38万元入股的蒙草生态以0元退股,最终只收回2344.45万元。起初投资2.2亿元的银信科技也在去年12月宣布0元退股,最终只预计收回7490.2万元。

值得注意的是,包括拉卡拉在内,上述回款皆是从预计新设立的内蒙古农商行获得。据记者了解,上市公司获得回款是配合包头农商行改组而获得的补偿,是双方协商的结果。

拉卡拉投资包头农商行可谓大亏,本次退股后,拉卡拉预计将产生1.3亿元的投资亏损,这些亏损将以损益变动直接呈现至利润表。

近几年,拉卡拉营收面临停滞,自2021年达到66亿元后再无新突破。其2024年三季报显示,公司主营收入43.92亿元,同比下降0.81%。净利润方面,拉卡拉自2022年大亏14.4亿元后,至今尚未恢复元气。2024年三季报显示,其归母净利润5.13亿元,同比下降17.49%。

A股2024年新开户近2500万户

首家券商年报预报喜,券商全年业绩提振在望

新快报讯 记者涂波报道 1月7日,首份上市券商2024年业绩预告出炉,东兴证券净利润增长或超100%。据悉,2024年,A股股票账户新开户累计近2500万户,较2023年增长16.6%。

东兴证券公告称,预计2024年度实现归母净利润14.5亿-17亿元,同比增加6.3亿-8.8亿元,同比增长76.89%-107.38%。1月7日,东兴证券股价上涨超4%。据了解,其业绩预增主要是因为投资业绩大幅增长,财富业务及资产管理业务稳步发展。

2024年,作为牛市旗手的证券板块指数在9月至11月涨幅超40%,随后股价震荡下跌。在互动平台,有投资者质疑东兴证券:“公司上市后已跌了9年多,股价从最初43.9元高位跌到最低的7.14元,希望公司管理层能重视市值管理,提升投资价值。”东兴证券表示,公司高度重视投资者权益,已实施2024年中期分红方案,加大股东回报力度。

据上交所官网最新披露的数据,2024年A股股票账户新开户累计2499.89万户,相较于2023年的2144.36万户,增长16.6%。纵观2024年10月-12月,新开户数几乎占了全年数据的半壁江山。截至2024年末,A股累计股票账户数为3.7亿户。

开户数的增加,直接利好牛市旗手券商股。前海开源首席经济学家杨德龙表示,预计2024年券商整体业绩有望出现大幅增长,主要是在去年“9·24”政策转向后,成交量迅速放大,为券商带来了较好的业绩增长。展望2025年,政策有望持续加码,股市也有望迎来第二波、第三波牛市行情,这将对券商股的盈利增长有利,预计2025年券商股会有较好的业绩表现。

上市公司CSR观察

管理问题频现 韵达经营模式引发担忧

新快报讯 记者林广豪报道 近日,韵达股份控股股东的股份质押情况以及公司经营模式引发市场担忧。去年以来,快递行业价格战持续,其中韵达表现激进。记者发现,近期韵达在末端网点管理等方面暴露问题。有分析指出,在价格战激烈时,韵达倾向于让加盟商承担更多的降价压力。

被多地监管部门约谈

1月6日晚,韵达股份公告称,公司控股股东上海罗颉思投资管理有限公司所持4800万股股份解除质押,至此其累计质押股份约2.72亿股,占其所持股份的18%。

据了解,股份质押是上市公司常见的融资手段,若大股东股权质押比例过高,质押股份面临平仓风险。对于股份质押,韵达6日在互动平台上回应投资者称,目前,公司股东股份质押率低、规模小、占比少,且持续还款压降,因此对公司股价没有直接影响。

除了质押问题,韵达的经营模式也备受诟病。有投资者在互动平台表示:

“韵达现在分拨清场不及时,滞留严重,末端网点时常跑路,无人派送,造成各大客户后台罚款严重,平均时效大大低于同行,这种跑一批客户再低价去抢的模式能不能持续。”韵达对此回应称,公司通过实施全面移动数字化和构建的核心资产优势,已建立全链路时效管控体系,充分发挥服务履约能力和数字化能力,持续提升公司服务水平和获客能力。

韵达在末端网点管理等方面的问题早有曝出。2024年“双11”快递高峰期,广州市花都区韵达狮岭站点员工向新快报记者爆料称,该站点当月10日已停止运作,有关负责人失联,部分员工2024年8月-11月工资被拖欠。后有报道称,经各方协调,韵达快递总部将拖欠40名在职员工的共计88万元工资发放完毕。

2024年11月13日-15日,北京市天竺邮政管理局对工作进度滞后的韵达、极兔开展集中约谈。福建省莆田市邮政管理局去年12月约谈了韵达品牌福建省区总部,指出企业在服务质量、安全生产、统一管理等方面存在的问题。

去年股价涨幅不及同行

去年前三季度,韵达营收355.09亿元,同比增长8.14%;归母净利润14.08亿元,同比增长20.93%。华创证券研报显示,去年1月-11月,韵达的快递业务量同比增速为27.0%,增速在A股四家快递企业中位居第二;单票收入同比降13.8%,降幅最大。其间,韵达的快递业务收入同比增长9.5%,低于行业整体的增长13.8%。

东方财富数据显示,2024年韵达股份股价涨幅为3.16%,在A股4家快递企业中位居末位。今年1月7日,韵达股份报收7.40元/股,跌0.4%。

东兴证券分析师指出,不同公司在价格战时对派费的调节也有不同的策略。从韵达和圆通的对比来看,韵达倾向于在价格战激烈时让加盟商承担更多的降价压力,然后在价格战缓和后给予派费的补偿,因此单票派件成本的波动相对较大,但价格战中总部的盈利规模能够保持稳定。圆通则倾向于总部自身承担更高比例的降价压力。随着规模效应对成本端利好的减退,预计今年重点比拼加盟商体系稳定性。