

喜茶最新估值冲至600亿元

新中式茶饮市场硝烟四起,相关公司竞相上市

羊城晚报记者 孙绮曼

近日,市场消息称,喜茶新一轮融资即将落地,投资方均为老股东,融资过程持续数月,估值或将达到600亿元。

站上600亿元估值高点

高达600亿元的估值,刷新了中式新茶饮的估值纪录。天眼查资料显示,喜茶此前已经完成4轮融资,投资方包括

IDG资本、龙珠资本、红杉中国、高瓴资本等。最近一轮C轮融资完成于2020年3月,由高瓴资本和蔻图资本联合领投,投后估值超过160亿元。这也意味着,在一年多的时间里,喜茶估值已经上涨3倍以上。

回望喜茶的融资路,背后的投资阵容可谓豪华。2016年8月,喜茶曾宣布完成来自IDG资本和知名投资人何伯权的过亿元融资,这也是喜茶历史上第一轮融资,此后IDG资本多轮跟投;2018年4月,喜茶宣布完成4亿元B轮融资,美团龙珠资本独家投资,龙珠资本创始合伙人朱拥华代表美团出任喜茶董事;随后黑蚁资本进入。

后来,创投圈也多次传出喜茶的融资消息,但喜茶方面始终没有官宣。比如2019年7月,腾讯和红杉中国领投喜茶,投后估值90亿元;2020年3月,高瓴和Coatue联合领投的新一轮融资

后,喜茶估值160亿元。至此,喜茶背后明星机构云集,目前IDG资本为最大外部股东,美团龙珠资本是第二大外部股东。

茶饮市场泡沫有几多?

新中式奶茶作为新生代最喜、最受青睐的一个风口品类,近几年高速发展。而高速发展的背后,硝烟也与泡沫并存。

今年2月初,喜茶曾发布《喜茶2020年度报告》,其中数据显示,截至2020年12月31日,喜茶的门店总数为695间。而发展至今,喜茶门店数已突破800家。

奈雪的茶招股书也显示,截至最后可行日期,奈雪的茶共有556家门店,较去年末新增了65家门店。

然而,虽然扩张势头迅猛,但是奈雪至今也未实现盈利

——2020年,奈雪营收30.57亿元,净亏损2.03亿元(过去三年累计亏损超4亿元),非国际财务报告准则下,经调整净利润1664万元。与此同时,招股书也提示,日后可能会继续产生重大亏损。

6月23日,奈雪的茶原计划提前一天关簿结束招股。奈雪的茶最终认购超2200亿港元,超额认购超430倍,接到认购申请超64万份。预计将以认购价上限19.8元定价,并于6月30日在港交所挂牌上市。

按照最高发行价19.80港元计算,奈雪市值为340亿港元,约合283亿元人民币。从估值上看,喜茶估值已是奈雪估值逾2倍。

高估值是产品实力的体现,还是资本泡沫的堆积?这也是估值站上600亿元的喜茶所面临的挑战。业内人士透露,喜茶的盈利能力与奈雪大抵相近,尚未

实现大规模盈利,这对其未来登陆资本市场后的长期表现带来挑战。

中国食品产业分析师朱丹蓬在接受羊城晚报记者采访时说,在目前新中式茶饮这种白热化的竞争环境下,越缺钱的公司就越需要IPO。奈雪的茶连续亏损三年,当股东投资方都不看好的时候,如果还不去IPO的话,可能投资方都会撤出,“对奈雪的茶来说,上市是一步险棋,以目前奈雪的茶的品牌跟盈利能力去上市的话,风险很大”。

朱丹蓬向羊城晚报记者表示,想要在赛道中突围,新中式茶饮也要着重打造“五多”战略,也多品牌、多品类、多场景、多渠道、多消费人群。而想要打造“五多战略”,企业需要有一定的综合实力和资源,很多的企业靠自身盈利和造血能力无法达到,这个时候就需要通过IPO来实现。

7月有机会去冲3800点

金谷观察

过去一周大盘“五连升”,一举实现本轮此前所说的“有望再次挑战3600点”,上周五收报3607点。上周市场证实了这个命题:端午后6月15日至17日近百点的连续下跌,的确是“空头陷阱”。不过,3600点-3625点一带是一个尴尬位,过得去就是向上突破,过不去大盘还需要回调。结合时间节点研判,本轮更看好向上突破,下月初大盘有机会上冲3800点附近的多头阶段目标位。

A股市场将券商板块定义为“牛市旗手”,端午前最后一日该板块就转跌,前周最后一日转涨,但上周初段并未顺势拉升只是稳住阵脚,等到最后一日才发动总攻,带领大盘一举突破3600点。券商板块是风向标,相信7月份仍会发挥作用。记得去年7月中旬券商股有过一轮整体炒作,今年会来一次简单的历史重演吗?不妨关注。

当下场内结构性机会颇多,是跟一个板块(例如券商)反复做,还是多个概念(例如鸿蒙、碳化

硅、数字货币、军工等)轮动,其实无所谓都有盈利空间,确定一个操作风格好些。有个大背景为此作出了保障,就是沪指3500点保卫战胜利。券商股的风向标意义为何显而易见?本质是对市场预期大方向,稳定市场预期,稳住市场预期。对此,市场心领神会,上周两市交易量保持日万亿元以上水平,增量明显,成为新的推动力助推7月行情。

白酒板块为首的酿酒行业无疑已经是“大众情人”,去年7月、8月是一个高潮,去年12月是一个高潮,今年6月又是一个高潮,高潮接二连三颇出人意料,时至今日会不会已经过火?最新消息表明近期白酒资金大笔减持了白酒股,如果担心这个老热点出现结构性风险,那么可以关注近期板块会不会再次出现单日大阴线。6月8日该板块曾经日跌幅近7%,一旦再现大阴线,则风险暴露可能性会大增。

预期7月A股行情向好,有迹象未来一周很可能是启动期。尽管如此,行情仍会表现出鲜明的结构性特点,需要结构化去把握。(金谷明)

工行广东分行急群众所需 加速线上线服务一体化

全省投放超4500台ATM机,吞卡可马上自助取回

文/黄婷 杨广

在使用ATM机办理业务时,不少市民都有过这样的经历,偶尔会因忘记取卡、延时操作或操作失误而导致银行卡被吞,想要取回须凭本人身份证件前往银行网点人工柜台办理,“多跑腿”的同时也耽误了时间。

针对客户的这一痛点,工商银行广东省分行近年来从便利民生的角度出发对网点自助设备不断进行智能化升级,在ATM上加装吞卡实时自助取回、吞卡存折取款等功能,给客户带来极大便利。

以客户为中心,自助设备更“智能”

以吞卡自助取回功能为例,客户在具备该功能的ATM机插工行卡办业务过程中,如发生吞卡,客户无须到工行网点柜台申请取回卡片,只需在吞卡ATM机上按页面提示依次输入银行卡卡号后4位数字、银行卡密码等,即可当场自助取回被吞的银行卡。据统计,目前工行广东分行已在全省投放超4500台ATM机推广应用吞卡自助取回功能。如果客户已离开也不用担心,可以通过工行手机银行“吞卡领取”功能,申请将工行借记卡通过物流邮寄到客户手中。

除了在ATM机上加装吞卡自助取回等功能,工行广东分行还推出无介质服务模式,较好地满足了客户“出门不带卡”的需求。客户通过无介质服务模式,即便没有带银行卡,也可以通过手机扫码、身份证等多种身份认证手段核验身份,在一定限额内可以直接办理业务。目前,无介质服务模式覆盖了客户需求较高的业务场景,可满足客户办理个人存取款、转账汇款、账户信息查询、个人历史明细查询、电子银行注册、密码重置等10类柜面业务的需求。

自助设备的智能化升级是工行广东分行进行数字化转型、为群众办实事的典型表现。近年来,工行广东分行坚持客户至上、服务实体,以客户为中心加快数字化转型,全面增强金融服务的普惠性、便利性和可获得性。

让群众“少跑腿”,金融服务线上办

据了解,通过实施客户服务全流程的线上化、订单化改造,工行广东分行构建起了线上便捷办理、流程无缝衔接、信息实时交互的线上线下一体化运营模式,有效增强了金融服务供给能力,提升了客户服务体验。

“工行打印资信证明真是方便,早上我在手机银行上申请,下午就快递到了家,我也不用专门跑一趟银行了。”张先生是一位工程师,出差期间需立即开具资信证明办理相关手续。在工行客户经理的远程指导下,张先生通过个人手机银行完成资信证明开立申请,当天下午资信证明便寄到了张先生手里。

目前,工行广东分行已推出借记卡换卡不换号、个人资信证明、个人历史明细、个人贷款结清证明、个人贷款还款明细,对公凭证和增值税发票预约邮寄,单位账户便捷变更、单位账户电子询证函等一系列个人及公业务场景,通过业务全流程的订单化管理,实现线上线下一体化服务,让客户“一次都不用跑”。其中个人资信证明寄送、对公电子询证函等均属业内首创。

询、个人历史明细查询、电子银行注册、密码重置等10类柜面业务的需求。

自助设备的智能化升级是工行广东分行进行数字化转型、为群众办实事的典型表现。近年来,工行广东分行坚持客户至上、服务实体,以客户为中心加快数字化转型,全面增强金融服务的普惠性、便利性和可获得性。

让客户“少跑腿”,金融服务线上办

据了解,通过实施客户服务全流程的线上化、订单化改造,工行广东分行构建起了线上便捷办理、流程无缝衔接、信息实时交互的线上线下一体化运营模式,有效增强了金融服务供给能力,提升了客户服务体验。

“工行打印资信证明真是方便,早上我在手机银行上申请,下午就快递到了家,我也不用专门跑一趟银行了。”张先生是一位工程师,出差期间需立即开具资信证明办理相关手续。在工行客户经理的远程指导下,张先生通过个人手机银行完成资信证明开立申请,当天下午资信证明便寄到了张先生手里。

目前,工行广东分行已推出借记卡换卡不换号、个人资信证明、个人历史明细、个人贷款结清证明、个人贷款还款明细,对公凭证和增值税发票预约邮寄,单位账户便捷变更、单位账户电子询证函等一系列个人及公业务场景,通过业务全流程的订单化管理,实现线上线下一体化服务,让客户“一次都不用跑”。其中个人资信证明寄送、对公电子询证函等均属业内首创。

京东能否扭转尚品宅配困境?

扣非净利润仍为负,业绩前景仍存忧

羊城晚报记者 丁玲

尚品宅配(300616)的投资者近日很兴奋,这源于尚品宅配的一则公告。公告称,股东达晨系拟向北京京东转让5.02%的股份,同时公司拟向北京京东定增募资不超过5.3亿元,用于成都维尚生产基地建设项目等;北京京东持股比例将增加至8.83%,并将通过所提名的董事实际参与公司治理。另外,为进一步提升公司整体实力,公司拟引入北京京东作为战略投资者。

天眼查信息显示,尚品宅配成立于2004年,总部位于广州,于2017年3月登陆上交所。

有意思的是,尚品配配的诞生颇有“桃源三结义”的味道。现任董事长李连柱和董事、总经理周淑毅均为华南理工大学1987级机械系硕士,毕业后都曾在华南理工做过七年老师,后于1994年下海成为创业者。现任副总经理彭劲雄则是两人任教时期的学生,李连柱是其毕业设计导师,也就是这时,李连柱发现这个在学校名声不大的学生很有想法,称他是个天才。彭劲雄毕业后,三人便一起开始了创业之路。

他们在华南理工门口创办了第一家公司,做机械软件设计,也就是广州圆方计算机软件工程有限公司。和许多那个年代的创业

2021年6月25日

广州尚品宅配家居股份有限公司发布公告,股东达晨财信、天津达晨和北京京东签署了《股份转让协议》

达晨财信和天津达晨分别将其持有的部分股份转让给北京京东尚品宅配也向北京京东发行了部分股票

股份转让和发行完成后

北京京东将持有尚品宅配5%以上股份,成为公司关联方

双方将在线上引流及线下门店运营、家居供应链及物流、线上场景的金融支付等方面进行合作

Fantasic Graphics 图/视觉中国

三创始人结缘华工

天眼查信息显示,尚品宅配成立于2004年,总部位于广州,于2017年3月登陆上交所。

有意思的是,尚品配配的诞生颇有“桃源三结义”的味道。现任董事长李连柱和董事、总经理周淑毅均为华南理工大学1987级机械系硕士,毕业后都曾在华南理工做过七年老师,后于1994年下海成为创业者。现任副总经理彭劲雄则是两人任教时期的学生,李连柱是其毕业设计导师,也就是这时,李连柱发现这个在学校名声不大的学生很有想法,称他是个天才。彭劲雄毕业后,三人便一起开始了创业之路。

他们在华南理工门口创办了第一家公司,做机械软件设计,也就是广州圆方计算机软件工程有限公司。和许多那个年代的创业

实现首次一季度盈利

不过,尚品宅配自上市以来,业绩增速逐年下滑,2020年公司实现营收65.13亿元,同比下降10.29%;归母净利润1.01亿元,同比下降80.81%;而包括欧派家居、索菲亚、志邦家居等对手2020年均实现了营业收入和净利润的同比增长。

公司在今年一季度业绩有了改善,尚品宅配今年一季度实现营业收入14.07亿元,同比增长110.28%,归母净利润为791.3万元,同比增长105.09%,实现上市以来首次一季度盈利。但公司扣非净利润为-741.18万元,仍处于亏损状态,经营性现金流为-8.07亿元。

值得注意的是,尚品宅配反复强调自身的数字化优势。“这不是一家传统的装修公司,也不是一家传统的定制家具公司,我们的基因是IT企业,我们做数字化的切入点和传统装修公司是不一样的。”尚品宅配董秘何裕炳近期在接待

者一样,他们在身边人的支持中艰难起步。李连柱从华南理工大学的校友群里边挨个推销,趁着家居热潮,在2000年创立了家居门户网站72home.com,这也奠定了日后尚品宅配具有的互联网基因。

圆方软件专做室内设计软件,但由于当时市场缺乏监管,盗版横行,“被逼无奈”的李连柱等人萌生了自己设计、开一家橱柜店的想法。2004年,圆方软件的“样品店”尚品宅配诞生,经营品类覆盖整体衣柜、定制床、电视柜、橱柜等,以及家居配套产品如沙发、床垫。同时还在广州开设了第一家店,用于外协生产。值得一提的是,尚品宅配成立之初,就喊出了“全屋定制”的口号,用IT技术打破了家具生产传统模式,并逐渐成为国内头部定制家居企业之一。

另外值得关注的是,在尚品宅配获得京东投资的同时,知名资本达晨系正持续退出。天眼查信息显示,达晨财信和达晨创富为达晨创投背景,早在尚品宅配上市前,达晨系就持尚品配的股份,两者为一致行动人。尚品宅配首发上市后,达晨系合计持有公司22.50%的股份。

本月4日,尚品宅配公告,合计持股17.5%的股东达晨财信、达晨创富拟减持公司股份数量合计不超过1192.05万股,约占公司总股本的6%。按照当日73.07元/股的收盘价估算,达晨系此次减持力度对应着8.71亿元的套现额度。

此次并非达晨系首次提出减持计划。达晨系所持尚品宅配股份在2020年3月解禁,2020年4月13日至8月18日,达晨系合计减持数量225.41万股,占总股本比例约1.14%,共套现金额1.56亿元。

值得注意的是,在首次减持计划实施期届满的第二天,达晨财信和达晨创富就再次提出不超过公司总股本6%的减持计划。2020年12月14日-2021年3月22日,两者按计划合计减持数量685.92万股,占总股本比例约3.47%,共套现金额5.21亿元。两轮减持后,达晨财信和达晨创富两家公司持股比例下降至17.50%。

上投摩根安荣回报混合型证券投资基金正式发行

今年上半年已接近尾声,在震荡行情下,多资产、多策略通过

精准管理组合风险暴露助力投资者争取稳健收益。在此背景下,由多元资产团队管理的基金备受市场青睐。据悉,上投摩根基金借鉴摩根资产管理2.3万亿美元规模的资产配置,打造了一支全球视野和本土经验结合的绝对收益团队。6月28日起,由上投摩根绝对收益投资部总监陈圆明担任的上投摩根安荣回报混合型证券投资基金将正式发行。

作为上投摩根绝对收益投资部总监,陈圆明具备12年证券从业经验,自担任基金经理以来,就一直专注于多资产、多策略的投资研究工作。陈圆明指出:“股票和债券其实都是风险资产,资产配置并不是股票的简单相加。”数据显示,截至5月底,由陈圆明管理的两只偏债混合型基金——上投摩根安隆回报A、上投摩根安裕回报A基金近一年回报分别为10.30%、12.14%,近一年最大回撤分别为-1.14%、-1.42%。

选择优质基金耐心长期持有

业内专家表示,投资是一件长期的事,投资者适当“躺平”耐心持有更加有望分享长期投资回报。建信基金旗下的建信大安全、建信健康民生、建信恒稳价值和建信核心精选等,都经历过复杂市场环境考验,值得投资者长期配置。

优异的业绩离不开团队的共同协作。上投摩根绝对收益投资团队由8名成员组成,团队成员平均从业经验超过9年,具备丰富的国内与海外市场经验。陈圆明作为该团队的领军人物,进行宏观决策和大类资产配置;债券方面的两位成员分别负责利率研究和信用研究;股票方面的两位成员分别负责股票方面的行业研究和个股挖掘;此外,还有三位成员分别负责量化系统搭建、可转债研究和产品风险跟踪。

值得一提的是,上投摩根绝对收益团队积极借鉴海外方股东摩根资产管理在多元资产管理上的先进经验。摩根资产管理是全球前十大多元资产管理基金提供方,拥有超过45年多元资产策略管理经验和近百名多元资产配置专家。通过月度会议和定期报告交流,上投摩根绝对收益团队积极在多个维度与摩根资产管理多元资产管理团队进行对接,共同交流和分享在大类资产配置上的观点。(杨广)

银华证券数据显示,截至5月21日,建信大安全、建信恒稳价值、建信健康民生建信三年期五星和五年期五星基金评级;海通证券数据显示,截至3月31日,建信核心精选混合获获三年期五星、五年期五星和三年期五星评级。(杨广)

国潮运动鞋服全面崛起 李宁半年净利超越去年

羊城晚报记者 李志文

近几个月来,记者发现街头穿着安踏、李宁、特步等国产运动鞋服的年轻人明显增多。与之相对应的,上述国产运动品牌的销量和股价也呈现出一片大好之势。国潮运动鞋服真的崛起了吗?

国潮运动鞋服品牌形势大好

6月25日晚间,李宁发布业绩预告,预期今年上半年净利不少于18亿元,相比去年同期的6.83亿元,暴增了163%,还一举超过去年全年的净利润16.98亿元。

另一家知名国产运动品牌安踏体育的业绩也增长迅猛。6月17日,安踏体育在港交所发布上半年的业绩预告,在不考虑Am-er合营公司影响下,公司上半年净利润同比增长不少于65%。

港股特步国际暂未披露今年上半年业绩预告情况,不过其此前披露的一季度营运数据也相当亮眼,一季度,特步国际旗下主品牌特步的零售销售同比增长391%,包括线上线下渠道,约55%。相较于去年同期,特步品牌今年第一季度的业务表现已有大幅度提升。

业绩的迅猛增长,也带动了上述三家企业股价的飞升。记者梳理发现,3月至今,安踏体育的股价涨了52%,李宁涨了90%,特步国际更是暴涨264%。截至6月25日,它们的最新市值分别为4863亿港元、2060亿港元和349亿港元。

如果把时间跨度拉长,自2020年3月20日起算,特步国际累计涨了563%,李宁涨了391%,安踏体育涨了297%,市值分别增长295亿港元、1643亿港元、3626亿港元,合计增长5564亿港元(约合人民币4625亿元)。

国外运动巨头销量下滑严重

资本市场有人欢喜有人愁。在国产运动品牌形势一片大好的时候,国外运动品牌开始遇冷。

根据国际评级机构晨星数据显示,天猫旗舰店阿迪达斯和耐克等品牌的4月销售额下滑

严重,均较上年同期腰斩。其中,阿迪达斯4月销售额同比下滑了78%,耐克4月销售额同比下滑了59%。优衣库4月销售额则同比下滑超20%。

在刚过去的“618”购物狂欢节中,国外运动品牌和国产运动品牌的表现也是冰火两重天:中泰证券研报显示,今年“618”国牌销量高涨,其中,国产运动品牌中国李宁、迪桑特、Fila、安踏、特步销售分别同比增长164%、150%、69%、59%、41%,而海外品牌Adidas、Nike、Puma则分别同比下降32%、26%、14%。

值得关注的是,根据此前披露的年报,阿迪达斯2020年的净利润为4.29亿欧元(折合人民币约33.15亿元),同期安踏的净利润为51.62亿元。这也是阿迪达斯的净利润首次被安踏超过。

运动鞋服国潮时代正在来临

相关分析表示,国产运动品牌近年来取得的良好业绩跟“国潮”经济的崛起密切相关。

所谓“国潮”经济,指的是将中华优秀传统文化融合现代潮流元素,如结合时尚设计风格、多元化营销手段,建立品牌IP,以品牌为载体应用至各品类商品中,形成国潮。通过国潮发展,能够帮助传统国牌实现品牌重塑,同时为国内商家提供发展机遇,助力经济内循环发展。

近年来,李宁、安踏等国产运动品牌,都在积极打造国潮系列产品:2020年8月,李宁与敦煌这样独一无二的中国本土IP合作,巩固了年轻人心中李宁作为国潮代表的印象;安踏在2021年新品推荐方面以“敦煌”“熊猫”“鸟巢”“李白”“火焰”为创作灵感,推出“国潮”新品。另外,经过调查,记者也发现李宁的悟道和安踏的霸道系列产品在天猫上均有不俗的销量。



记者手记 让年轻人爱上国货

质量的提升是促进国潮经济迅猛增长的重要动力。随着中国工业生产配套逐步完善,国内品牌商家生产产品质量水平得到持续提升,从而使更多消费者将选择投向国货。

现阶段年轻群体对国家和民族的认同感不断加强,也成了推动国潮在社会上形成文化风潮的重要人。5月27日,腾讯新闻和中国体育报业总社联合

发布的《2020中国体育价值报告》也显示,30岁以下尤其是18-22岁人群更偏好个性化,更认可国产运动品牌中的头部品牌。

未来随着95/00后逐步走向经济舞台中央,他们有望成为国潮消费主力人群,进一步释放国潮经济市场潜力。因此,能够抓住年轻人喜好的国货品牌或将迎来重大发展机遇。(李志文)