

# 相宜本草十年再战IPO的危与机

国内美妆市场进入新格局,公司重回巅峰并非易事

羊城晚报记者 汪海晏



时隔十年,相宜本草终于又迎来IPO的临门一脚。日前,中国证监会官网披露,上海相宜本草化妆品股份有限公司已与中国国际金融股份有限公司签署了上市辅导协议,正式启动A股IPO进程。

将时间拉长,早在2012年相宜本草便递交招股书意图登陆资本市场,后又在2014年主动选择放弃。

十年间,国内美妆市场已风起云涌。这期间,相宜本草到达过巅峰,也经历过急速下滑,近几年重新崛起。十年后再战IPO,相宜本草的底气从何而来?

## 登高跌重,首闯IPO失败

2000年,出身于医药世家的封帅创办了相宜本草。凭借“中草药护肤”的特色定位和KA渠道(大型连锁渠道)的精准运营,2012年,相宜本草年销售收入达到23亿元,成为国货化妆品龙头企业。

就在这一年,如日中天的相宜本草首次提交招股说明书,拟募集资金逾7亿元。招股书显示,2009-2011年,相宜本草实现营业收入3.77亿元、7.5亿元、13.35亿元,同期实现净利润5221.52万元、1.16亿元和1.35亿元,营收和净利润均实现倍增,相宜本草似乎将迎来属于自己的“高光时刻”。

然而,令市场意外的是,在筹划了近两年之后,相宜本草于2014年自动放弃了IPO计划。对于主动终止IPO,时任相宜本草总裁严明曾表示:“终止上市出于公司战略多方面考量,目前商超渠道大环境不理想,公司内部也处在调整期,这两年将以维护市场稳定为重,同时加强公司抗风险能力。”

在2014年终止上市后,多位高管相继离职,品牌策略不断调整,相宜本草的业绩随之迅速跌落神坛。公开数据显示,2015年,相宜本草回款额已大幅下滑至15亿元。当有着“中药草本”相似概念的百雀羚、佰草集等众多国货品牌纷纷崛起时,相宜本草却逐渐隐没于尘烟。

创始人封帅也曾在公开场合对外表示,2014-2016年是相宜本草被错过的三年,“我们的反应慢了一些,也走了一些弯路”。

## 回归初心,公司重新定位

转机发生在2017年前后。

2017年5月,前相宜本草总裁严明临危受命,重新担任执行副董事长兼总裁,并制定了3-5年的品牌重塑计划。在品牌定位上,明确公司从“本草护肤”到“中草药护肤专家”的定位,试图走出一条差异化竞争路线。

找准品牌定位后,相宜本草又迎来新任掌门人。2020年7月,上海家化前首席市场官俞巍接棒严明,成为相宜本草新一任执行总裁,并计划通过高端化、IP化和数字化让相宜本草开始重塑旗鼓。

折戟沉沙数年,相宜本草也终于重回正轨。相宜本草执行总裁俞巍于今年1月4日透露,在整个市场增速放缓的情况下,相宜本草在2021年实现全年同比33%的增长,其中线上同比增长59%,线下同比增长15%。按照相宜本草的规划,其期望在2022年实现45%的同比增幅。

据招股书披露,2011年,相宜本草面向网络渠道的经销商实现的销售收入1.99亿元,占全部销售收入的比例约为15%。

十年过去了,相宜本草为重回美妆市场,更是在电商平台和直播间奋起直追,并凭借“冻干面膜”和“红景天精华”再度“翻红”。

其中,离不开一个重要的“销售渠道”——李佳琦。

近几年来,相宜本草可谓是李佳琦直播间的常驻嘉宾。去年双11,相宜本草龙胆冻干面膜成为李佳琦直播间“秒空”的爆款产品。今年双11前夕,相宜本草登陆



相宜本草旗下产品 视觉中国供图

李佳琦打造的综艺《所有女生的offer》第二季,李佳琦力荐的红景天精华在预售当日被一抢而空。

据品牌方发布的战报,2021年双11,相宜本草天猫旗舰店首次实现GMV破亿元。同年,相宜本草全渠道业绩均实现高速增长;2022年双11,相宜本草天猫旗舰店GMV突破2亿元,同比增长88%。其核心产品——红景天系列焕白精华液销量超30万瓶,焕亮修护乳霜销量超3万瓶,彰显了相宜本草“回归”的势能。

## 再战IPO,面临重重危机

相较于低谷期,相宜本草近期的品牌定位以及营销策略已初见成效,加上较高的业绩增长,或给予了品牌再度IPO的信心。

但对标美妆界的新贵们,相宜本草仍面临着重重危机。

有业内人士表示:“在本土品牌和国际大牌愈发内卷的竞争格局下,相宜本草想要重回巅峰,显然已经不是一件容易的事情。”

在相宜本草终止IPO的近十年里,国内美妆市场已经进入了新格局。欧莱雅、雅诗兰黛、兰蔻等国际大牌形成“三巨头”,连续四年稳居双11天猫美妆品牌GMV的TOP3;华熙生物、贝泰妮作为国

货之光,一跃成为资本市场和消费者的新生儿,珀莱雅、丸美、巨子生物成功转型上岸。

此外,根据2021年零售额计算,中国前三大国货化妆品集团分别为上海家化、逸仙电商以及珀莱雅,三家集团2021年营业收入分别达到76亿元、58亿元和46亿元。相比之下,相宜本草巅峰时期23亿元的营收仍然相距甚远。

近年来,相宜本草虽然走“中草药”的差异化打法,但目前的美妆市场不乏主打“草本概念”的品牌及产品。除佰草集、百雀羚、六神、片仔癀等国货品牌在市场耕耘多年,兰蔻、资生堂、雪花秀等外资品牌也纷纷推出了中草药系列护肤品。

草本护肤的竞争越来越激烈,相宜本草的产品同质化严重,亟需爆品突围。

而这两年双十一靠李佳琦直播带货,相宜本草成功推出了“龙胆冻干面膜”和“红景天系列焕白精华液”两款爆品,但仍未能挤进双十一美妆护肤品类的销售额TOP20,难当此重任。旗下高端线“相宜本草·唐”销量平平,始终没掀起多大的水花。

市场人士认为,未来,相宜本草若想在美妆市场占据一席之地,仍需聚焦产品创新、品牌打造和渠道营销。

相宜本草的IPO之路,道阻且长。

自身业绩亏损,却出手阔绰参投“明星项目”

爱旭股份在下一盘什么棋?

羊城晚报记者 丁玲



自身  
经营之困  
仍待解,  
却仍选择  
出手参投  
逾百亿估  
值“明星项  
目”,佛山上  
市公司爱旭  
股份(600732)  
近期宣  
布拟以3.85  
亿元对价取得  
青海丽豪半  
导体材料有限  
公司2.78%的  
股权一事引发  
市场广泛注  
意。”

事项由总经理办公会审议决定、16个月后才经董事会审议后披露……爱旭股份因为信息披露“太不走心”,被上交所和上海证监局采取监管措施。12月16日晚间,爱旭股份公告称,因上述违规行为,近日,公司及公司董事长兼总经理陈刚、公司副总经理兼董事会秘书沈昱、公司财务负责人熊国辉等收到上海证监局下发的警示函。

由于去年硅料价格暴涨,爱旭股份一度陷入“业绩危机”。2021年第一季度,公司扣非净利润5089.33万元,出现同比下降5.74%。第二季度,公司净利润亏损1.24亿元,同比下降319.46%,扣非净利润亏损1.77亿元,三季度短暂反弹后,四季度继续下滑。

对此,爱旭股份解释称,由于上游原材料硅料环节短期供需不平衡,硅料价格大幅上涨,由2021年年初的85元/kg上涨到6月份的210元/kg,涨幅达147%;而二季度166mm尺寸170um厚度的光伏硅片价格涨幅约为33%,166mm尺寸电池片价格涨幅仅20%,上游涨价幅度均大幅超过电池片。

彼时,公司公开表示,由于硅料价格暴涨,4月份开机率大幅下降到60%左右,部分以往签订的低价订单不得不毁约。

从财务数据上看,爱旭股份截至三季度末流动负债达到117.85亿元,较去年同期增加近四成,而期末现金及现金等价物余额仅为14.4亿元。另外,由于向上游支付采购硅片款,截至今年三季度末,爱旭股份的应付账款也高达24.42亿元,较上一季度增加10亿元,较去年同期则增加近5亿元。

面对上游供应商的“强势”,爱旭股份选择的解决方式是——自行投资向上游布局。

在投资青海丽豪的公告中,爱旭股份便表示,作为产业链上游企业,青海丽豪具有较好的质量优势、成本优势和规模优势,且产能规模不断壮大,与公司在产业链层面有较好的互补性和协同性,对公司保障上游原材料供应链的稳定性具有重要意义。

此外,爱旭股份认为,青海丽豪2023年产能还将进一步释放。且由于今年以来,高纯多晶硅料仍居产业链中供紧格局偏紧的环节,据公司测算,随着青海丽豪产能的提升,2023-2025年经营业绩还将有大幅增长。

(杨广)

## 全新聊天机器人模型问世 传统搜索引擎将迎来冲击

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

日前,OpenAI的创始人山姆·奥特曼发推宣布,chatGPT的用户已经突破100万人,这距离它推出仅仅过去5天。不少人甚至预言,谷歌终究会被chatGPT代替。

作为一个全新的聊天机器人模型chatGPT,它能够模拟人类的语言行为,与用户进行自然交互。不少用户在动态下留言感谢,说chatGPT已经成了他们的智能助手,写代码、做方案、查资料都会向chatGPT求教。还有一名用户说,chatGPT特别擅长做老师,几句话就能解释清楚复杂的概念,她已经把搜索引擎甩到了

一边,用AI来学习编程了。

几年前大家还在热议“AI取代人工”“AI打败人类”等话题,如今正如马斯克所言,超级人工智能时代已经来临。OpenAI的最初创建者正是马斯克等硅谷大亨,在OpenAI的官网上,ChatGPT被描述为优化对话的语言模型,是GPT-3.5架构的主力模型。

当然,专家评论它暂时还是

有短板,这就是计算成本太贵、没法实时获取数据,只能靠研究人员定期更新。尽管数据不是最新的,但是它取代搜索引擎也并非不可能,更重要的是这已经足够

给中国的IT业界巨大启迪了。

当下我们的互联网企业在面向市场方面是有强烈意识的,但是在技术上却不见得非常先进。不少模型体验下来给出的机器人回答其实还都是“人工智障式”的回答。因为它并不能体察到用户的真实想法和场景需求。即使是通过用户自由产生内容的诸如某乎、某红书之类,其回答品质也是参差不齐甚至答非所问。用户要获取有效的真实信息,需要反复多项比较,也依然可能无法得到准确回答。这种信息混战带来的

是用户的长期刷屏,如同布朗运

动一般消耗时间。

因此如果人工智能能够非常漂亮地完成用户的询问,给出真实的指引和答案,那么对人们获取信息的效率来说才是革命性的。况且,人工智能不是只靠算法强就能解决问题的,还需要丰富、多样的优质数据。如今,ChatGPT确实已经能给到令人惊艳的效果。它能够在和你的沟通中,如同老师一般,不断为你提供精准的回应,这个回应还是充满人格化而不是机械式的。更重要的是,不只是回答用户,更能进行大量创造性的活动,比如给出几

个关键词作为需求,就能创造一篇看起来非常合情合理的文章。

可以想见,ChatGPT的用途不

仅限于手机和电脑终端,

同样能用在驾驶终端。

目前特斯拉在国内的

车机导航和语音识别常被诟病是

10年前的水平,那么如果能嫁接

ChatGPT架构应用,必然能有一个

质的飞越。不但如此,有了超級人

工智能的加持,它就能更加深层次

地把握用户的隐含心理和偏好,

给出和其他人都不同的答案,

这才是人工智能的高明之处。

当然,这个需要大量数据对AI进行培训才能

实现,同样需要时日。



孝心不只在节日里,  
神州行孝心卡让爱相伴。

防诈骗服务

代付话费

定位功能

亲情畅打

超大流量

实惠福利



扫码了解更多

广告

