

3C周刊

比特币“跌跌不休”
“去中心化金融系统”出现信心危机

比特币一度被部分人士鼓吹成地位堪比黄金的“避险资产”、“通胀对冲工具”,但俄乌冲突以来比特币的行情表现,让这些遮羞布再也挂不住了。截至5月17日上午10时50分,比特币的最新价格报29988美元。2022年至今,比特币累计大跌逾35%,和2021年11月将近69000美元的历史高点相比更是蒸发掉一半以上。

■新快报记者 郑志辉



据记者了解,过去一周里,加密货币市场出现剧烈震荡,比特币与以太坊持续暴跌,5月12日更一度跌至25401美元,这是自2020年12月26日以来比特币首次跌破2.6万美元,导致全球加密货币价值一天内被抹掉2000多亿美元。稳定币TerraUSD(UST)的崩盘让状况更加失控,其姊妹代币Luna币暴跌超过99%价值逼近零!

这里需要普及的一个概念是,UST

是加密货币市场中所谓的“算法”稳定币。加密世界中稳定币一直充当着现实世界和加密世界沟通的桥梁,而去中心化的算法稳定币更是被誉为属于加密原住民的“铸币权”。UST依靠一套复杂的代码,再加上一个名为Luna的浮动代币,以平衡供需并稳定价格,一直稳坐算法稳定币的头把交椅。

UST本应与1美元“稳定挂钩”,通过与价格浮动的姊妹代币Luna相互配

合来保持供需平衡,从而维持价格锚定在1美元。每次铸造UST时,相当于1美元的Luna会被销毁或从流通中移除,反之亦然。这套机制能够正常运行的根基在于Luna的市值高于UST,而一度出现极端情况导致市值倒挂,Luna将无法实现价格锚定,就会出现下行的死亡螺旋。

5月11日,UST一度暴跌至不到30美分,用于吸收UST价格冲击的Luna币

价值则蒸发了99%,不足1美分(就在一个月前的4月5日,Luna币值还曾达到119.5美元的高点)。有区块链分析公司估计,过去一周UST和Luna的持有者总共损失了420亿美元。

有加密货币市场人士分析指出,稳定币如同虚拟货币世界的银行账户,投资者会认为稳定币的风险与波动相对较低,且先前稳定币UST与美元挂钩,但近日的崩盘状况已让该货币陷入脱钩麻烦,显示投资人已经丧失对去中心化金融系统的信心。

目前,加密货币行业的悲观言论四起,担心“虚拟”币寒冬”再次降临。纽约Infrastructure Capital Management首席投资官Jay Hatfield认为,这是加密货币跌势的开端,预测今年底比特币将跌至20000美元;最糟糕情形下,也许会泻至疫情前低点的10000美元。

当然,仍有不少人坚持看好加密货币市场。加密货币研究公司Messari的分析认为,当前没有太多明显的抛售压力,“在某种意义上,市场把这视为一种看涨”。而波场TRON创始人孙宇晨则在昨日的一次采访中表示,“我仍然相信算法稳定币”。

德尔玛IPO数次折戟 直播带货模式遭深交所问询

■新快报记者 陈学东

疫情带火小家电,众多企业欲借小家电之风登陆二级市场。2月18日,空气炸锅第一股——比依股份(603215.SH)成功上市,一经上市便收获6连板。另一家小家电企业——德尔玛,上市之路却并不那么顺畅。5月13日经历了最新一轮问询后,还没有安排上会。在去年6月交表后,IPO数次折戟,截至目前已经历三轮问询,其间甚至出现“中止”状态。有分析指出,小家电赛道已俨然一片红海,德尔玛这家靠创意打造精品的小家电公司近三年营收增长不错,但由于原材料涨价,归母净利润反而下滑。

营收增长净利反降

自从谋划创业板上市以来,德尔玛选择了“轻资产”路线,目前已经很大一部分依赖外协加工。而且,对于授权品牌越发依赖,自有产品的创收能力正逐年下滑。

据德尔玛招股书显示,德尔玛公司的营业收入主要来自旗下德尔玛和飞利浦品牌。其中德尔玛品牌主要销售家居环境类小家电产品,飞利浦品牌主要销售水健康类家电产品。

2011年,蔡铁强在佛山顺德创立了小家电自主品牌德尔玛,主营产品包括环境加湿、吸尘清洁、生活小家电、厨房小家电等。在经历了10年的发展后,德尔玛在2021年6月于创业板交表,开始走上IPO之路。

招股书显示,2019年-2021年前三季度分别取得营收15.17亿元、22.28亿元、19.30亿元;分别同比增长56.91%、46.89%、53.27%。从营收看,德尔玛的增长十分不错,但是其归母净利润增速却显得不那么尽如人意。据其招股书显示,德尔玛2019年-2021年前三季度归母净利润分别为1.11亿元、1.73亿元、0.75亿元;分别同比增长173.80%、56.55%、2.92%。

在营收稳定增长的情况下,德尔玛



的归母净利润增速呈断崖式下跌。显然,其盈利能力出现了问题,据德尔玛招股书显示,2019年-2021年前三季度其毛利分别为5.52亿元、7.19亿元、5.47亿元,对应毛利率分别为36.37%、32.26%、28.33%。

德尔玛的毛利率水平呈明显下降趋势,德尔玛招股书将其毛利率下降归因于原材料涨价和业务结构变化。

直播带货模式遭问询

除了业务结构问题外,德尔玛还存在许多被质疑的地方,在其上交招股书后,深交所对其进行了问询,问题多达30个。

首先,德尔玛重营销轻研发情况明显。招股书显示,其研发费用率2019年-2021年上半年分别为3.59%、3.36%、4.11%,而同期的销售费用率却达16.92%、15.41%、15.11%,销售费用率显著高于研发费用率。

重营销轻研发的情况其实在我国小家电行业并不罕见。在行业仍处“蓝海”增量市场时,以重营销轻研发的模式抢占市场份额对壁垒不高的小家电市场而言无可厚非,但是目前小家电行业已然进入“红海”存量市场厮杀之局,品控

和创新能力对身处“竞技场”的企业便显得尤为重要了。

而德尔玛虽然在2021年已经加大了研发费用投入,但是仍远低于销售费用,未来若不加大研发投入,提高自身品控及自主创新能力,在小家电的“竞技场”中将难以脱颖而出。

据其招股书显示,德尔玛主要通过电商平台、线上直销和线上经销方式在天猫商城及淘宝平台、京东商城等主流电商平台进行销售。2019-2021上半年,德尔玛线上销售收入占比分别为71.58%、61.68%和45.03%,尽管占比在下降,但仍处于较高水平。

在线上销售上,直播带货模式也是德尔玛的主流销售手段之一,但近年来不少头部主播接连“塌房”,其中因逃税被追缴处罚13.41亿元的薇娅正是德尔玛的主要合作伙伴之一。

因此,深交所亦对其直播带货模式进行问询,要求德尔玛进行说明。利用此模式虽然能在短期内获取巨大流量和销量,但也存在不小的风险,消费者容易将主播形象与产品挂钩,一旦主播“翻车”,产品销售也容易受到影响。其次,若存在税收问题,对德尔玛的声誉以及合规风险也是较大的打击。

广东移动强化科技适老
助力银发族畅享数智生活

新快报讯 近年来,助老适老已经成为社会热点之一。在“5·17世界电信和信息社会日”到来之际,在适老化通信服务方面,广东移动发布了系列专属产品和服务:推出神州行“孝心卡”,包含超大流量、超清视话、超多权益,满足银发客户通信上网需求;开展“银发好生活”百场直播活动,推出多款老人机优惠购,免费领取1T和彩云网盘空间等福利活动。此前,广东移动还为银发客户提供了一键接入10086人工客服、防骚扰防诈骗提醒等特色服务,帮助银发客户跨越“数字鸿沟”。

依托覆盖全省的2000多家营业厅和连锁厅,广东移动打造了“一公里服务圈”,当银发客户进入移动营业厅,可以享受优先叫号服务,排队时长大大缩减。移动营业厅还增设银发客户爱心座椅、无障碍通道等设施,设置“爱心便民服务站”,部分营业厅内配备老花镜、急救药箱、雨伞等物品,以备不时之需。广东移动还注重对银发族的人文关怀和志愿服务,围绕老年群众防诈骗、智能手机使用等主题,开展专题培训课堂超千场,服务银发客户超5000名。

在广州,广东移动携手广州民政局打造“平安通”服务,实现24小时不间断监护与呼援、紧急情况快速应答及处理,打通养老、医护、家政三位一体生活圈。“平安通”应用已为超过8万银发客户提供护航服务,累计为独居、散居特困供养、失能、高龄等老年人提供呼援服务超过10.2万人次。

(郑志辉)

一起了解更多
3C前沿资讯