

今年营收约70.2亿元,没有达到公司此前所定目标

# 元气森林在蓝海还能游多远?

羊城晚报记者 胡彦

元气森林气泡水涨价传闻后,羊城晚报记者走进广州天河的便利店,发现这个“爆款”依然是6元1瓶,在某电商平台的官方店也仍是39.9元6瓶。不变的价格背后,是默默发生的渠道变更、高管更替……

近日,元气森林披露今年营收约70.2亿元,没有达到公司此前定下的75亿元目标,每个月还增加员工,养活员工的任务重了起来。近年来,元气森林遭遇同行围剿和原料“卡脖子”问题,通过自建工厂和严格的供应链管理体系,初步告别受制于人的局面。下一步如何突围?高管柳甄离职后,本就难突破的海外业务如何破局?曾在国内气泡水的蓝海“牵起千层浪”的元气森林,还能“元气”多久?

## 升与降 营收增速下降,员工数量增多

近日,总部在北京的元气森林主动对外披露部分业绩数据。2020年元气森林营收为27亿元。公司副总裁李国训宣布,去年的营收是2020年的2.6倍,推算下来约70.2亿元,没有达到公司此前定下的75亿元目标。2022年,元气森林将目标定在了100亿元,同比2021年同期增长率为36.9%。

回首曾经,2018-2020年元气森林营收分别为2亿元、6.6亿元、27亿元,销售额增长率分别为300%、200%、309%。

元气森林终于放慢了增长的脚步,今年第一季度营收同比增长50%。公司创始人唐彬森在接受媒体采访时透露,2022年元气森林要回归到一家传统公司,不要求每年两三

倍的增长,未来3年内,保持50%-60%的年化增长即可。

一位消费行业投资人分析,元气森林2021年销售未完全达到内部预期的原因,首先是元气森林原本定的销售目标比较激进;其次,两大品类类茶和乳茶去年的销售并不理想。

据魔镜市场情报统计,元气森林在2021年天猫淘宝气泡水市场中销售额占比超三成,在京东则直接占据“半壁江山”。同期六成左右的销售额来自气泡水。但热门一时的气泡水难保不降温,为此,元气森林持续丰富产品矩阵,等待旗下的“外星人电解质水”“纤茶”等销售新星成为下一个“爆品”。

从3月底开始,网上还多



超市里销售的元气森林饮料

## 内与外 亚洲口味受捧,何以赢在海外

近日元气森林被传出再度憾失悍将。高管柳甄2020年起专门负责元气森林的海外业务,却在上任15个月后退场。李国训并未透露新负责人上任后,元气森林具体的海外业务目标。不过,柳甄离职引发了对元气森林海外业务的广泛讨论。

元气森林渴望加入全球竞争。2020年,元气森林正式成立国际事业部。去年,元气森林完成了5亿美元战略融资,加速出海。线上方面,同年5月,元气森林产品正式上线亚马逊,历时6个月使海外版铝罐气泡水

从营销策略上看,国外气泡水各显神通,例如圣培露气泡水被传为影星“梅姨”梅丽尔·斯特里普的御用饮品,而元气森林尚无火爆的营销案例。从品牌定位上看,亚马逊用户对国外传统气泡水不同,更像水果味的无糖可乐。“元气森林”与“Genki Forest”,从商标到包装均是日系风格,此前朱丹提到业内称这种国产品牌是“伪日系”。在打造亚洲特色还是迎合外国口味的问题上,容易出现“不伦不类”的情况。总之,如何打赢这场差异化竞争,是元气森林有待解开的局。

线下方面,还进入了美国、英国、法国等40个国家和地区的一线商超。从门店位置看,有大量华人超市、亚洲超市销售点,说明目标群体主要为亚洲人、其他亚洲食品爱好者。

根据FBIF(食品饮料创新论坛),元气森林对海外业务的未来规划主要有三个方向:一是在已有市场着力做更多品牌宣传和渠道渗透;二是将重点布局各个国家的主流渠道,如美国、澳大利亚的主流渠道;三是重点关注此前未开发的新市场,如中东。

但品牌出海谈何容易?李国训坦言,从目前来看,海外无糖产品市场仍以可口可乐、百事可乐旗下产品为主,在疫情冲击下,元气森林想要在短期内有所突破难度较大。他说:“目前受疫情、海运等方面影响,出海成本仍然处于高位,海外业务突破较为艰难,但公司全球战略的目标和决心不会变。”

元气森林如何在海外玩出花样?从价格定位上看,元气森林在亚马逊上的产品定价为竞品的1.5-2倍,有用户在商品评论中坦言觉得比圣培露贵。

中国食品产业分析师朱丹蓬对羊城晚报记者分析,元气森林起家于线上渠道,这两年的增长率不错,是基于新市场、新渠道、新终端、新经销商的开拓,含金量不算高。考察一个产品的含金量,主要看复购率,元气森林在一线城市的表现还不错。但随着巨头们纷纷跟进,元气森林在气泡水上的优势不复存在。

除鹿山新材在主板上市外,其余5家均选择登陆科创板或创业板;另从公司所在地看,经纬信息、鹿山新材、杰创智能均位于黄埔区,且鹿山新材、杰创智能在一个月之内相继上市。

布布的全球半年度智慧城市支出指南》数据显示,2018年中国智慧城市技术相关投资规模达200.53亿美元,同比增长率高达15.88%;并预测2018-2023年的复合增长率为14.18%,至2023年达到389.23亿美元。从营业收入来看,2018年、2019年、2020年分别为4.22亿元、7.34亿元、7.41亿元,呈现持续增长状态。

智慧安全领域则是杰创智能报告期内重点拓展的业务领域。2017年之前,公司在智慧安全领域以系统集成服务为主,安全产品和相关技术处于起步、测试、验证阶段。公司于2018年通过公安部列装资质审查并取得公安系统列装合作资格。2019年和2020年,公司多款数据采集产品陆续完成列装并对公安部门销售,产品型号覆盖2G、3G、4G,目前5G产品在处于申请列

装阶段。随着公司对通信安全管理产品持续的研发投入及市场推广,2020年和2021年1-6月,安全产品的销售收入分别为4588.32万元和6951.57万元。

研发投入力度行业领先

核心技术是企业打造核心竞争力的关键。“杰创智能目前有190项软件著作权,大多是在智慧城市领域多年的技术革新沉淀下来的,目前我们在智慧城市领域的技术已趋于成熟,前些年研发已基本摊销,后续许多项目只需简单运维,部分产品毛利率超过80%。近几年主要的研发投入,都是在‘智慧安全’这一赛道上。”杰创智能总裁龙飞在接受羊城晚报记者采访时表示。

招股书显示,2018-2020年和2021年1-6月,杰创智能研发

## 搜狐直播靠张朝阳撑起 内容供给侧该如何改善

媒体报道,4月12日,美国证券交易委员会(SEC)再将对搜狐、金融壹账通等12家中概股公司加入“预摘牌”名单,这是自3月以来第五批被纳入名单的中概股公司。如果“确定摘牌名单”中的公司没有提交或提交的文件不符合SEC要求,理论上将会在披露2023年年报后(2024年年初)面临退市。

现在,搜狐的市值刚过7亿美元,百度是它的66倍,阿里巴巴是它的386倍,腾讯是它的596倍。而张朝阳仍然奋战在业务一线,每周教授英语课和物理课。这不得不令人唏嘘,互联网本来是一个汇聚无数民间智慧、用户自动生成内容的地方。怎么在搜狐就变得像传统媒体那样是手工模式、劳动密集,靠自己主导内容的状况呢?

在2020年年底的2021搜狐WORLD大会上,张朝阳表示,搜狐视频是直播中台,打通了五朵金花,即搜狐新闻客户端、手机搜狐网、PC门户、搜狐视频和狐友。问题在于,搜狐打算如何靠直播走出一条新路?

不但传统媒体属性明显,搜狐竟然还做得像个自媒体,靠张朝阳一个人担纲,让张朝阳成为大家记住搜狐的一个符号,弱势可见一斑了。张朝阳现在是搜狐直播最具价值的播主,在搜狐视频最具影响力价值直播榜上,张朝阳的物理课位列第一。其他较

重量级的播主也更聚焦在“科学直播领域”而非“泛知识领域”。且平台内众多大V,没有一个人能比张朝阳做得更好,要么大V有水分,要么数据有水分。相比于哔哩哔哩,搜狐如何能撬动起广大公众对泛知识的狂热呢?

内容供给侧的不足会影响用户基数,用户基数的不足又会影响平台对创作者的吸引力。搜狐推崇的价值直播,虽然有提高品位、占领制高点的想法。但是直播也好,视频也好,都需要持续在视听上对受众产生生理反应,其本质就是娱乐和休闲,即使是学习,也是一种被动的吸收。这就类似于电视的特色是让受众躺平看戏;报刊的特色是让受众主动思考,两者是很难互相兼容的。有谁会拿着小板凳和笔记本,一边听课,一边控制进度条,反复看,反复听,老老实实地吸取人类知识精华呢?如果受众没有这种态度,那么讲者的知识地位就显得不是最要紧了。

让用户奔向搜狐的内容,进而产生依赖,从而形成付费,这个链条是通常的逻辑。只是习惯免费付费是最大头,愿意付费的依然是极少数。内容具有高度的权威性、专业性或者深刻性,才可能有人付费,但这些人自然也是求知阶层并非普罗大众。普罗大众包括教授博士,对电影付费的意愿可能要比知识高得多,所以搜狐的路还是有待探索的。

## 折叠屏手机扎堆发布 市场回暖了吗

羊城晚报记者 林曦 实习生 徐政媛

继OPPO Find N和荣耀Magic V之后,近日,vivo发布首款折叠屏手机X Fold。一夜之间,似乎安卓阵营的厂商基本都进入了折叠屏赛道。在智能手机行业整体低迷的情况下,这能让手机回暖吗?

近两年来,安卓手机厂商陆续抢占折叠屏市场。三星、华为、小米和OPPO都陆续布局。今年这波风潮持续不减。1月,从华为独立出来之后,荣耀重磅发布折叠屏手机Magic V。此外,搭载全新一代高通骁龙8芯片vivo X Fold虽然有点姗姗来迟,但采用第二代高通3D Sonic传感器,成为全球首款支持屏下指纹解锁的专业折叠屏手机。因此有人称,这是折叠屏手机集体规模化的一年。

艾媒咨询CEO张毅认为,从市场情况来看,折叠屏手机是厂商在高端市场竞争中的一个重要“筹码”。在行业创新目前较为乏力的当下,折叠屏手机被认为是“破局”的手段之一。

艾媒咨询CEO张毅表示,折叠屏不再是一款试水的产品,而是可以作为主力的旗舰手机,2022年将会是折叠屏整个市场爆发的一年。

有研究机构数据显示,截至2021年年末,全球折叠屏智能手机累计出货量达1150万部。从2021年下半年开始,折叠屏手机销量开始快速增长,2021年全年出货量达900万部,同比增长309%。另有数据显示,2022年全球折叠屏手机出货量或将超过1800万部,实现成倍增长。到2023年,折叠屏手机市场规模或将冲刺3000万部。

## 智华观察 主板市场进入磨底筑底过程

当然,目前存款准备金率已下调至2011年6月高位以来的新低位,接近2007年上半年的相对低位水平,未来主板市场或进入磨底、筑底过程。“稳增长”相关产业链品种或仍是市场反复的关注点。

今年一季度,经济运行延续恢复态势,主要指标增速基本稳定,前两个月,稳增长工作取得积极成效,但进入3月,受世界局势复杂演变,国内疫情影响,回升势头承压,新的下行压力加大。当然,我国经济总量大,回旋余地广,又有超大规模市场,长期向好的基本面不会改变,具有强大的韧性和活力。

从市场走势看,沪指4月7日反弹至2021年11月10日3448点与2022年1月28日3356点两低点连线突破,后反复走跌。同时,30日均均线作为沪指(包括深成指、创业板指)今年调整以来的下降压力线,可作为市场阶段强弱的水分线,如反复受压则弱势未扭转,需要有效收涨,市场稳定性和活跃度才能增强。(黄智华)

## 进与退 渠道备受挤压,上下游突围

2016年,元气森林横空出世。短短几年就在饮料市场的气泡水蓝海中长风破浪。在此势头下,新老饮料界大佬纷纷加入气泡水赛道。前瞻产业研究院报告显示,2019年国内苏打水整体市场规模为150亿元左右,预测到2025年将达到320亿元左右,其中苏打气泡水是增长最快的品类之一。

巨头围剿不可避免。2021年,农夫山泉多个大区经销商被总部通知不得代理元气森林的产品,尤其是气泡水。据媒体报道,可乐“双霸”更是在内部形成共识,要干倒元气森林。近年来,可口可乐小宇宙AHHHA气泡水、娃哈哈“生气破破”无糖苏打气泡水、百事可乐“微笑气泡”、达能“灵汽”等产品争相出炉。

木秀于林,风必摧之。去年原料供应也遭“卡脖子”。去年

暑期,三元生物等上游厂商突然断供赤藓糖醇,导致元气森林在旺季停供不上货,造成10亿元左右的损失,这也是元气森林2021年出现业绩波动的原因之一。唐彬森曾透露,去年一家代工厂受到国际巨头老板亲自致电施压,停止与元气森林的合作,导致其供应链直接断掉。要知道,“赤藓糖醇+三氯蔗糖”是被元气森林写在官网的配方杀手锏。

元气森林选择从上游、下游分别突围。在上游实现生产自主,从2019年至2021年,基本完成自建工厂的布局,包括广东肇庆工厂等。全部投产,产能将超过50亿瓶。业内人士透露,元气森林还通过投资深度绑定了一部分产能较小的赤藓糖醇厂家。在下游,李国训表示,元气森林经销商数量从去年年初的500余家增至1000家以

# 今年广州6家新股半数在黄埔

羊城晚报记者 丁玲 杭莹 孙绮曼

羊城晚报记者梳理同花顺数据发现,截至4月20日,A股市场共有广东上市公司873家,深圳、广州、东莞分别以378家、137家、49家成为省内拥有上市公司最多的三大城市。今年以来,广东共有19家企业登陆A

股市场,其中,广州以6家成为拥有新上市公司最多的城市,深圳、佛山、东莞则分别有3家、2家、2家新上市公司。

值得一提的是,广州的6家新上市公司,主要集中在计算机、基础化工等领域。除鹿山新材在主板上市外,其余5家均选择登陆科创板或创业板;另从公司所在地看,经纬信息、鹿山新材、杰创智能均位于黄埔区,且鹿山新材、杰创智能在一个月之内相继上市。

布布的全球半年度智慧城市支出指南》数据显示,2018年中国智慧城市技术相关投资规模达200.53亿美元,同比增长率高达15.88%;并预测2018-2023年的复合增长率为14.18%,至2023年达到389.23亿美元。从营业收入来看,2018年、2019年、2020年分别为4.22亿元、7.34亿元、7.41亿元,呈现持续增长状态。

智慧安全领域则是杰创智能报告期内重点拓展的业务领域。2017年之前,公司在智慧安全领域以系统集成服务为主,安全产品和相关技术处于起步、测试、验证阶段。公司于2018年通过公安部列装资质审查并取得公安系统列装合作资格。2019年和2020年,公司多款数据采集产品陆续完成列装并对公安部门销售,产品型号覆盖2G、3G、4G,目前5G产品在处于申请列



杰创智能举行上市仪式

## 黄埔迎来智慧城市上市公司

杰创智能业务聚焦智慧城市和智慧安全两大领域

广州迎来2022年第6家上市公司。4月20日,杰创智能科技股份有限公司(以下简称“杰创智能”,301248)在创业板上市,开盘涨幅为15.18%,截至收盘,杰创智能报42.75元/股,较39.07元的发行价上涨9.42%,成交额7.23亿元,总市值43.81亿元。

招股书显示,杰创智能是一家坚持自主研发和创新发展的国家高新技术企业,致力于推进物联网、云计算、大数据、人工智能等新一代信息技术在智慧城市、智慧安全领域的产业化应用,为客户提供涵盖业务咨询、方案设计、设备采购、产品研发、系统集成及运营维护的全周期综合解决方案,客户主要包括政府部门、事业单位及大中型企业。

杰创智能本次发行新股募集资金总额超过10亿元,募集资金净额约9亿元。杰创智能最终募集资金净额比原计划多出约3亿元。根据其2022年4月15日发布的招股书,公司预计募集资金6亿元,拟投资于智慧城市平台升级及产业化项目、智慧安全产品升级及产业化项目、杰创研究院建设项目以及补充营运资金项目。

聚焦智慧城市和智慧安全两大领域

招股书显示,目前杰创智能主营业务包括智慧城市和智慧安全两大领域。公司初期从智慧城市领域的智能建筑、智慧园区、智慧医疗等应用起步,在2015年挂牌新三板后,2016年,杰创智能又通过并购北京蓝玛国际,开始布局智慧安全领域。

智慧城市业务方面,IDC发