

海伦司要去新加坡找钱

记者 刘星雨

市值缩水九成的海伦司要第二上市。

近日,证监会消息称,海伦司计划通过介绍上市的方式在新交所主板进行第二上市,公司已收到备案通知书。

6月27日,海伦司在港交所发布公告称,完成建议第二上市后,其将能进入新加坡证券市场,加速国际业务拓展。

事实上,海伦司的海外之路才刚起步。截至3月19日,公司共拥有503家门店,其中海外门店仅2家,且均在新加坡,外加近年公司股价、业绩双双遇挫,近况堪忧。

股价、业绩双降

2021年,海伦司于港股上市,彼时被称为“港股线下酒馆第一股”,但上市以来,公司股价“跌跌不休”。

截至7月3日收盘,公司股价报2.31港元,今年以来跌幅超35%。作为比较,上市初的股价高点为25.276港元,至今跌幅超九成,总市值从刚上市时的近300亿港元缩水至7月3日的28.85

亿港元,缩水近90%。

除股价外,公司近些年的业绩表现也难言乐观。

2021年至2023年,海伦司分别实现营收18.36亿元、15.59亿元、12.09亿元,连续两年下滑;归母净利润分别为-2.3亿元、-16.01亿元和1.81亿元,三年累计亏损达16.51亿元;收入占比比较高的自有品牌毛利率也从2021年的80.2%降至去年的75.7%。

面对去年收入下滑,海伦司解释称,是由于公司向平台型公司、轻资产模式进行战略转型,主动调整直营门店网络,大力发展合伙人门店网络所致。

单店数据中,海伦司去年同店(年内营业超200天的门店)日均销售额为310.48万元,同比下滑8.5%;同店单日日均销售额为9300元,同比下滑8.8%。

靠关店“止血”

业绩走低的压力下,海伦司关闭了大量门店。

与其在港股上市之初提到的“2023年开出2200家店的计划相悖,2021年至2023年公司门店数出现大幅下滑,分



资料图片

别为782家、767家、479家,去年同比下滑37.5%。

分城市看,一二三线城市门店都存在不同程度的下滑。其中,一二线城市门店数下滑的幅度较大,去年分别仅剩38家、186家,同比下滑52.5%、50%,三线及以下城市仅剩252家,跌幅为

19.74%。

当前阶段,闭店策略的好处主要体现在员工成本、原材料费用的支出得到缓解。

年报中,2022年和2023年海伦司自有员工数分别为1637人、675人,同比下滑58.7%,削减超一半;外包员工

4029人,2104人,同比下滑47.8%。这使去年的人力服务开支仅2.99亿元,同比减少70.2%,整体人力成本减少超7亿元。

此外,公司原材料及消耗品支出也从5.62亿元下降至3.6亿元,同比下滑36%。多重操作下,海伦司去年实现扭亏为盈,归母净利润1.81亿元。

转型加盟能否挽回局面

近年来,除降低门店数量外,公司营销模式也在发生改变。

海伦司在创立之初主要是靠加盟模式拓展市场,但在2021年冲击上市前,其全面整合加盟酒馆为直营酒馆。

因目前业绩下滑,海伦司重拾加盟模式。2022年,海伦司曾启动过一项“事业合伙人计划”,试水从全自营转向加盟模式;去年6月,公司正式推出了“嗨啤合伙人计划”,向加盟模式转变。

据介绍,“嗨啤合伙人计划”采用托管合作模式,品牌公司协助合伙人门店开业前的营建、招聘、培训等工作,并在开业后持续提供运营督导、IT、营销、供应链等支持。截至去年年底,“嗨啤合伙

人”门店开拓至132家,直营酒馆、特许加盟酒馆分别有255家、92家,二者较2022年分别减少398家、22家。

去年,加盟模式给公司业绩带来的贡献并不高。海伦司直营酒馆收入为11.03亿元,占比91.3%,来自特许合作服务、合伙人门店货品销售收入合计为1.05亿元,仅占总营收的8.7%。

浙商证券研报表示,去年下半年以来,公司轻资产项目“嗨啤合伙人”已看到实质性推进,但加盟商盈利稳定性以及转型加盟模式对集团公司层面盈利的影响尚需时日观察。

企业表现不佳之下,加盟商也可能存在较大压力。

酒业营销专家肖竹青表示,从直营转向加盟,可以大大降低投资的负担,将房租、大量的现金投入转嫁给加盟方。但作为加盟方,除自身的努力外,更需要企业强化培训和对其资源的赋能,在品牌、大数据、线上对线下引流方面给予加盟店更多支持,面对当前市场,加盟方也会有很大的经营风险。

多方承压之下,海伦司选择去新加坡“找钱”。

东鹏饮料二股东再减持

记者 水芙蓉

股票解禁至今不到两年半的时间,东鹏饮料二股东已经第五次宣布减持计划。

二股东的连续减持令市场担忧。最新减持公告发布后的首个交易日(7月3日),东鹏饮料股价创最近一年来最大跌幅,报收201.22元,较上个交易日大跌13.06元,跌幅达到6.09%。

7月2日晚间,“功能饮料第一股”东鹏饮料发布股东减持提示性公告。因自身资金需求,天津君正创业投资合伙企业(有限合伙)(下称“君正投资”)计划以集中竞价交易和大宗交易方式减持公司合计不超过1200.03万股股份(占公司总股本的3%)。君正投资是东鹏饮料的第二大股东,截至目前持有后者2000.05万股股份,占公司总股本的

5%。

值得注意的是,这并非君正投资今年首次对东鹏饮料减持。

1月26日,其宣布计划减持东鹏饮料不超过1200.03万股股份,但未全部执行完毕。截至期满,君正投资于2月26日—5月24日期间以每股162.5元—213.76元的价格抛售了手中1083.41万股股份,减持总金额达18.96亿元。今年5月、6月正是东鹏饮料的股价高位,其两次创历史新高,股价一度达233元。

事实上,君正投资两年时间已4次减持东鹏饮料股份,且每次实际减持的股份数量成倍增加。

君正投资所持股份是在东鹏饮料IPO(首次公开募股)前取得的,根据招股书,其2017年以2.98亿元取得公司8.5%的股权;后又通过控人受让老股

的方式获得1.5%股权,自从所持有的股票迎来解禁,君正投资的减持公告堪称“接连不断”。

2022年5月21日,东鹏饮料宣布其部分锁定期的股票迎来解禁,君正投资于6天后宣布减持,被市场认为是“一解禁就减持”,不过当时截至期满其并未有实际减持行为。而据同花顺iFind数据,君正投资随后分别于2022年9月、2023年1月、2024年1月继续披露减持计划,实际减持份额分别达141.14万股、375.48万股、1083.41万股,累计减持股份已达到1600万股。

东鹏饮料上市后业绩一路走高,去年其营收首次突破百亿元,达112.63亿元,同比增长32.42%;归母净利润20.4亿元,同比增长41.6%,成为业绩增长最快的饮料公司。

不过结合业务来看,公司“大单品依

赖症”明显,约九成收入来自东鹏特饮这一款功能饮料。作为红牛“平替”,东鹏饮料能成为“百亿大单品”依仗的或是低价和营销。据尼尔森IQ数据,东鹏特饮2023年在中国能量饮料市场销售量排名第一,占比约43.02%;销售额排名第二,占比约30.94%。2023年公司销售费用为19.56亿元,相比去年的14.49亿元,多砸了5亿元做营销。

业绩及股价一路走高的同时,东鹏饮料迎来大额股份解禁。

5月27日,公司约2.41亿股首发限售股上市流通,占总股本比例60.18%。此次解禁对象为公司董事长林木勤,以及董事林木港、林戴钦共三人。东鹏饮料董秘在投资者平台强调,上市后董事长未以任何形式减持公司股份(直接或间接持有)。而以往股票解禁不久就有股东或高管减持的行为仍然令市场担忧。



君正投资减持时间表

减持公告日期	进度	起始日期	截止日期	累计减持(万股)
2024/7/3	进行中	2024/7/25	2024/10/24	--
2024/1/26	完成	2024/2/26	2024/5/24	1,083.41
2023/1/20	完成	2023/2/1	2023/8/16	375.48
2022/9/21	完成	2022/9/26	2023/1/17	141.14
2022/5/27	完成	2022/6/1	2022/9/19	--

数据来源:同花顺iFind

水芙蓉 摄/列表

