

今年上半年连续借款九次，债务高企

亿邦国际赴美IPO欲解资金困局

本报记者 李昆昆 李正豪 北京报道

继2020年4月向美国证券交易委员会(SEC)提交招股书后,比特币矿机商亿邦国际IPO

进入倒计时。

6月17日,亿邦国际向SEC更新了新版招股书,明确将在纳斯达克上市,并提高募资上限从1亿美元到1.25亿美元。

《中国经营报》记者从亿邦国际相关业务负责人处了解到,亿邦国际定于2020年6月26日在美国纳斯达克上市。富途牛牛发布亿邦国际新股

认购显示,亿邦国际预计发行价在4.5~6.5美元/股,共发行19323600股,总市值在5.9亿美元至8.5亿美元,其证券承销商为尚乘国际、路透金融和质数资本。

亏损扩大

亿邦国际净亏损在进一步扩大,已从2019年第一季度净亏损60万美元,进一步扩大至2020年一季度的250万美元。

亿邦国际成立于2018年5月17日,主要业务为ASIC芯片设计、电信业务以及设计、生产及销售区块链处理器或“BPU”,即通常所指的“矿机”。

根据艾瑞咨询报告,2017年亿邦国际占全球的市场份额按销售收入计达9.2%,按已售算力计为10.9%,成为全球第三大比特币挖矿专用BPU生产商。公司主要矿机销售品牌为翼比特。另外两大矿机企业,比特大陆排名第一,嘉楠科技排名第二。

然而,记者翻阅其最近的招股

书发现,2019年,亿邦国际旗下四种型号的矿机共卖出28.995万台,相比之下,2018年虽然只有三种型号矿机销售,但售出41.59万台。也就是说,亿邦国际2019年矿机出货量锐减30%。

嘉楠科技最近递交的财报也显示,该公司2019年营收为14.2亿美元(约2.043亿美元),同比降47.6%。

欧科云链研究院首席研究员李炼炫接受本报记者采访时表示,2018年的矿机销量高,主要原因在于2017年末和2018年初是比特币牛市,当时的矿机销售

异常火爆,很多矿机需要预售,因此拉高了2018年的出货量。而在2018年下半年和2019年上半年,比特币市场处于熊市,异常萧条,导致矿机滞销,因此出货量很低。

一位比特大陆内部人士告诉本报记者,“以前亿邦国际的矿机和阿瓦隆(嘉楠科技的矿机)不分上下,后来沉寂了一段时间。”记者以客户身份采访一位矿机经销商,对方称,“(亿邦国际的矿机)功耗比较高,性价比也不行,我去年买了300台,故障率太高了,后来直

接处理了。”他建议记者可以买神马矿机,算力稳定,故障率也相对较低一些,还称比特大陆的矿机产品质量较好。

亿邦国际更新的2020年第一季度未经审计的财务业绩显示,截至2020年3月31日,亿邦国际第一季度营收为640万美元,同比增长6.1%;营收成本590万美元,同比下降3.9%。但亿邦国际净亏损在进一步扩大,已从2019年第一季度净亏损60万美元,进一步扩大至2020年一季度的250万美元。

从矿机到矿机托管

与比特大陆和嘉楠科技的矿机相比,亿邦国际的矿机在功耗和算力值上都不占优,牛市掩盖了这一问题。

财务数据显示,2019年亿邦国际总资产8261万美元,较2018年缩水44%,应收账款、库存分别下降62%和80%。营收锐减之下,现金流成为摆在亿邦国际面前的首要难题。

截至2019年末,亿邦国际现金、现金等价物及限定用途的现金为577万美元。今年1月10日,该公司偿还了海通国际信贷有限公司的487.2万美元短期贷款,按照静态时点测算,当时公司账上现金可能不到一百万美元。作为对比,嘉楠科技同期现金及现金等价物为5.24亿元人民币。2020

年上半年,借款融资成为亿邦国际的主要任务。

据深潮TechFlow统计,2020年上半年,亿邦国际连续借款9次,累计借款超过800万美元,其中三年期存续有息负债648万美元,债权人均为香港德旺有限公司,如果加上2019年的借款,目前亿邦国际累计欠下香港德旺的债务达2410万美元。

一位币圈人士向记者透露称,亿邦国际在矿圈的口碑并不算很好,与比特大陆和嘉楠科技的矿机相比,亿邦国际的矿机在功耗和算力值上都不占优,比特币牛市掩盖

了这一问题。一旦来到熊市,市场优先淘汰的正是这批性能不佳的矿机,所以销售下滑很严重。“此外,很多矿工反映亿邦国际的矿机故障率较高,售后较差。”上述人士称。

从相关资料来看,2018年时,亿邦国际来自比特币矿机的收入占比高达96.3%,不过自2019年开始,其便开始进行产业链的上下游布局,大力发展矿机托管业务,目前,矿机托管是亿邦国际在矿机销售之外的第二大业务。

该业务收入从2018年的769.2万美元增至2019年的1572.8万美元,同比大增超104.47%。在该业

务快速扩张后,亿邦国际来自矿机的收入占比有明显下降,从2018年的96.3%下降至2019年的82.4%,成效明显。

亿邦国际在招股书中表示,将大力发展矿机托管业务,欲建立多个采矿场,向矿工提供集中服务。与此同时,公司还将把采矿场向第三方提供服务,以此收取额外费用。此外,公司可通过采矿场自己开采加密货币,在加密货币升值后可平滑市场周期对公司业务运营的影响。随着托管业务的不断发展,来自矿机收入的占比或将继续降低。



亿邦国际已成为全球第三大比特币挖矿专用BPU生产商。

本报资料室/图

上市后如何?

矿机厂商的未来,主要取决于比特币市场行情,以及自身的技术研发实力。

实际上,亿邦国际此次赴美上市并非第一次上市,其发展可以追溯至2010年的浙江亿邦。2015年8月19日,浙江亿邦在新三板上市,2018年3月23日亿邦从新三板摘牌,以筹备重组准备在港上市。

但是,该公司曾两次试图登陆港交所,另外两家矿机厂商比特大陆、嘉楠科技也都曾试图赴港上市,而港交所总裁李小加曾表示加密货币制造商无法满足“上市适应性”。矿机厂商纷纷转奔美股上市。

2019年10月,比特大陆秘密向SEC提交上市申请,至今仍未挂牌,反而内乱不断。嘉楠科技也曾三次折戟资本市场,从上市当天的最高价13美元/股,跌到了最近的1.9美元/股,跌幅高达85%,股价节节走低。

OKEx投研认为,一旦亿邦国际上市,意味着其将是继嘉楠科技之后成功上市的“比特币矿机第二股”。而从业绩来看,亿邦国际净亏损在进一步扩大,已从2019年第一季度净亏损60万美元,进一步扩大至2020年一季度的250万美元,主要是由于新冠疫情大面积暴发,引起的全球市场恐慌,投资者疯狂抛售包括比特

币在内的各类金融资产,导致一季度末比特币价格急剧下跌。公司在亏损进一步扩大的背景下提高最高募资金额,一定程度上侧面反映出亿邦国际的短期融资需求更为旺盛。

对于上市融资后的用处,亿邦国际在招股书中表示,35%的募集资金将用于扩大海外业务和新业务。20%的募集资金用于开发和引进新的矿机。15%的募集资金用于公司品牌和营销活动。其他部分用于公司一般用途,包括营运资金需求和其他公司用途。

随着国内政策对币圈日益收紧,李炼炫认为,即使国内政策完全收紧,对比特币算力的需求也只会转移到海外,而不会消失。可以说,国内的政策对矿机厂商在短期内确实有影响,但从中长期看基本不受影响。

“矿机厂商的未来,主要取决于比特币市场行情,以及自身的技术研发实力。如果比特币市场长期处于熊市,毫无疑问地这些矿机厂商的经营会受到严重影响;但从另一方面看,只要一家矿机厂商研发的芯片在功耗以及算力上具有优势,那么就可以穿越比特币的牛熊周期。”上述人士称。

资本加码寺库:奢侈品电商+金融之路前景几何?

资本加码

趣店以约1亿美元认购股票的方式进入寺库,日前,寺库宣布,与趣店成功完成交易。与此同时,趣

店投资者关系副总裁祝祺正式加入寺库董事会。寺库董事长兼CEO李日学公

开表示,期待与趣店在供应链以及客户获取等各个领域的紧密合作。此前,趣店董事长兼CEO罗敏表示,合作伙伴将为寺库和今年早些时候启动的“万里目”平台带来价值。

关于寺库与趣店在业务层面的合作进展情况,《中国经营报》记者近日分别采访了双方的相关负责人,双方负责人均回复称,“暂时不方便对外透露”。

针对趣店的此番动作,艾媒咨询CEO张毅认为,趣店模式在资本市场受到较大争议,甚至经济数据被投资者质疑,那么通过奢侈品电商业务或许能将数据“做实”。但是奢侈品电商+金融这条路子能不能走通,确实“不敢太过乐观”。

趣店,被称为“中国现金贷第一股”,于2017年10月18日登陆美国纽约证券交易所,市值曾一度高

达115亿美元。但上市即巅峰,随后因国内现金贷管控政策趋严,趣店多次转型失利,股价开始走低,市值大幅缩水,如今市值已不足5亿美元。

最新财报显示,截至2020年3月31日的第一季度,趣店总收入9.58亿元人民币,同比下降54.32%,净亏损4.86亿元人民币,而上年同期净利润为9.74亿元人民币。这是趣店自上市以来交出的首份亏损财报。

对于亏损及第二季度展望,趣店副总裁祝祺表示,“鉴于疫情引发的对经济的持续影响,趣店二季度仍然继续保持审慎态度;另外,万里目项目将产生一定的采购成本、营销费用。在近期较为严峻的市场环境下,趣店将继续坚持审慎原则,一方面保全公司净资产,另一方面也储备资金用于探索新的增长机会。”

自上市以来,校园贷起家的背景备受争议,现金贷业务发展又遇上监管环境趋严,期间趣店还试图从各种金融消费场景模式中寻求突围,比如汽车金融“大白汽车”、高端家政“唯谱家”、在线教育“趣学习”、校园社交“相同”、少儿阅读项目“大白儿童阅读”等。尤其值得一提的是“大白汽车”项目,趣店上下确实为此投入了巨大的资源和人力,还拉来了车企上汽通用的合作,结果不到两年就宣告停止运营。

多次突围失利,趣店面临资本市场的压力,为了找到新的盈利增长点,趣店的“新稻草”是奢侈品电商。奢侈品电商听上去很美好。趣店方面称,万里目和寺库将共同打造全球最大奢侈品电商,但实际上奢侈品电商模式因为面临供应链、客户触达及服务难题,一直很难被市场认可。



趣店欲以奢侈品电商+金融消费的新模式提振资本市场信心。

本报资料室/图

不好走的奢侈品电商路

奢侈品电商路难走,趣店自营的万里目可能最有发言权。自今年3月上线以来,尽管做了不少推广活动,甚至进行“百亿补贴”以低价吸引流量,同时邀请明星代言直播带货,但不少消费者通过各种举报平台投诉,称万里目售卖假货、虚假宣传、退货退费难等。

自营平台扩张速度有限,尤其供应链管理难,于是趣店瞄准了在奢侈品电商赛道上耕耘多年的寺库,向其战略投资。事实上,即使是老牌的寺库发展也遇到难题。

寺库成立于2008年7月,同一时期成立的奢侈品电商还有走秀网、美西时尚等,随后2009~2011年间,该领域内迎来更多玩家,如第五大道、魅力惠、珍品网、尊酷网、品聚等。然而从2012年

开始,奢侈品赛道上大多数玩家惨淡落幕或退出。活下来并成功IPO的寺库,无疑是奢侈品电商领域的赢家,只是这赢家的日子依然坎坷。

研究电商多年的百联咨询创始人庄帅对记者表示,寺库登陆美股以来的表现令人“颇感意外”。之所以说意外,一面是近些年来试图从奢侈品电商领域趟出一条路的品牌非常多,但大多数都没能成功甚至死掉了,寺库能够活下来并在2017年9月终于带着“中国奢侈品电商第一股”的桂冠赴美上市,实属不易,备受瞩目。然而另一个残酷的现实是,上市开盘当日即跌破发行价,随后股价一直比较低迷,市值持续缩水,如今仅2亿美元左右,看起来寺库并不怎么受资本追捧,这说明当下资本市场对奢侈

品模式依然较难认可。

与寺库同一年成立的英国奢侈品电商Farfetch,于2018年9月在美国纽约上市。据其最新公布的2020年一季报显示,净亏损7918万美元,去年同期亏损数字为7769万美元。值得一提的是,腾讯、京东都是Farfetch的股东。另一家互联网巨头阿里巴巴旗下的天猫奢品也在发力。尽管奢侈品相对小众,但互联网巨头并没有放弃参赛,这使得奢侈品电商赛道更加拥挤。

在庄帅看来,做奢侈品电商平台主要面临四个方面挑战,一是正品保障,货源正品问题是所有电商要解决的问题;二是品牌授权,LV、Gucci等大多的奢侈品品牌都不会授权给电商平台,电商平台只能寻找第三方渠道合作,比如经销商、海外代购或买手,甚至买尾货,

这又很难保障产品的品质;三是品牌服务,奢侈品消费群体实际对价格并不敏感,更在意的是产品带来的身份属性、尊贵服务等体验,这是电商平台很难实现的。

从商业模式来看,奢侈品电商属于低频生意,指相对大众消费品而言,奢侈品的复购周期较长,同一周期内消费次数少,这决定了其目标用户的小众属性。当然,电商平台通过品类扩张,以相对高频的品类,配合折扣、二手、分期支付等手段能够在一定程度上弥补低频消费的短板,吸引到用户和流量,但增长空间和速度仍比较有限。

趣店与寺库的牵手,可以说是疫情影响、全球经济下行大环境下的抱团取暖。得益于此,寺库等来了资金等方面的助力,而趣店开启奢侈品电商+金融消费新模式的尝试。

记者注意到,“场景金融消费”是近年来常被业界提及的一个词,但因市场早年间野蛮生长,不少行业领域+金融的项目频频爆雷。奢侈品电商+金融消费的模式能不能走通,还存在非常大的不确定因素。

艾媒咨询CEO张毅表示,金融消费的刚需是存在的,从互联网金融的应用场景中寻求突破是常见的,但因为一些消费平台通过金融的透支来换取市场的快速扩张,导致爆雷不断。至于奢侈品电商领域的金融消费,奢侈品消费的用户群体有一定的经济实力,对价格敏感度不高,消费较为理性,出现爆雷的几率不大。目前趣店要努力的是这个模式能不能走通,奢侈品电商到底能打开多大的市场,能否支撑起自身的业务增长,“坦白讲,这条路走起来不容易。”

曲忠芳 本报记者 李正豪 北京报道

互联网消费金融公司“趣店”(NYSE: QD)在奢侈品电商领域的步子继续迈大。美国证券交易委员会6月18日披露的公告显示,趣店旗下两家全资子公司的目前总计持有奢侈品电商平台寺库(NASDAQ: SECO)10204082股A类普通股。以今年6月3日寺库发行的18550770股A类普通股计,趣店的持股占比由此前披露的21.57%跃升至35.49%,持续坐稳寺库第一大股东位置。

不难看出,在股价低迷、财报亏损的压力下,趣店选择押宝奢侈品电商业务。事实上,在认购寺库股票之前,趣店于今年3月上线了自营奢侈品交易平台“万里目”,并且跟进了国内互联网电商平台普遍实行的“百亿补贴”烧钱策略,同时邀请多位明星代言,一时之间声势浩大,结果屡屡被媒体曝出“售假门”。随后,趣店选择了投资寺库,欲以奢侈品电商+金融消费的新模式提振资本市场信心,但不少业内人士对此持怀疑态度,趣店能否讲好这个故事还存在很大的未知数。