

瑞幸咖啡要在美国上市了



美东时间4月22日早8点,瑞幸咖啡向美国SEC正式提交了招股文件F-1表格,融资额度未确定,承销商包括瑞信、摩根士丹利、中金公司和海通证券等机构。

一年亏损16亿换来2073间门店、1680万用户

2018年,瑞幸咖啡卖出约9000万杯咖啡,净收入8.4亿元,年末门店数达2073间。截至2019年3月31日,瑞幸咖啡门店数为2370间,其中91.3%为快取店。

2018年,瑞幸咖啡目标是开店和获取新用户,全年亏损15.98亿,其中市场费用达7.46亿。截至2019年3月31日,用户数达到1687万。2019年第一季度获客成本降至16.9元。

2018年一到四季度,瑞幸咖啡经营亏损率分别为966%、283%、201%和138%。2019年第一季度,营收4.78亿,同比增长3594%,经营亏损率进一步收窄至110%。

为什么到美国上市

年初瑞幸咖啡要到香港上市,笔者不以为然。既然上市就应当到美国资本市场与星巴克“同台竞技”,不要怕“班门弄

斧”。面对同一资本市场,同一群投资人,星巴克必然是瑞幸咖啡估值的标杆。星巴克最新市值946亿美元,瑞幸咖啡哪怕做到星巴克的十分之一,也值个八、九十亿美元。

果不其然,美国投资人也看到了这点。就在4月18日,瑞幸咖啡宣布完成由贝莱德(BlackRock Inc.)领投的1.5亿美元B+轮融资,投后估值29亿美元。

贝莱德正是星巴克的最大主动投资人,透过多家子基金合共持有星巴克8180万股,占比6.58%,为最大主动投资者及第二大基金管理公司股东。贝莱德是全球最大的资管公司,管理6

万亿美元资产。瑞幸咖啡拿到1.5亿美元倒在其次,重要的是获得全球顶级投资机构的认可,意味着在美国投资人眼里瑞幸咖啡与星巴克是同一条赛道上的对手。

亏损16亿换来2000多间门店、近1700万用户,有些人认为不值没关系,关键是贝莱德认为值。

班门弄斧令“鲁班”尴尬

截至2018年末,星巴克在全球有超过2.9万间门店,营收、净利润分别为247.2亿美元和45.2亿美元。

值得注意的是,星巴克门店中约50%是加盟店。截至2018

年末,星巴克52.3%的门店为自营,47.7%为加盟。在大本营北美,星巴克加盟店占比亦达41.3%。自营、加盟各半是星巴克的“舒适区”(这个问题另找时间讨论)。

而在中国,星巴克却于2018年通过收购令3521间门店100%为自营。星巴克的反常之举不能不让人联想与瑞幸咖啡的迅速崛起有关。

北美市场已经饱和,在东亚、中东、欧洲、南美等地的拓展并不顺利,唯有中国最有想象空间。星巴克被迫采取全自营模式,唯其如此才能与瑞幸咖啡“打硬仗”。但星巴克以往是绩优蓝筹股,如果在中国陷入价格战、补贴战必然造成“伤敌一千、自损八百”的局面,而且3500家店全自营,损失直接“传导”到母公司报表。

2018年,整个亚太市场营收占星巴克全球总收入的26.7%,中国更少。如果因为与“小小瑞幸”缠斗,损害整体业绩,造成股价大跌,星巴克管理层将面临美国股东的巨大压力。

瑞幸咖啡到美国上市更令星巴克尴尬:市值比对手大几十倍,胜了没什么可骄傲的,败了无颜见江东父老。

(来源:创业邦)

厦门港一季度完成集装箱吞吐量269.31万标箱

4月22日,厦门港口管理局发布数据:今年第一季度,厦门港完成集装箱吞吐量269.31万标箱,同比增长8.08%,实现稳步增长。其中,“丝路海运”品牌持续为“一带一路”建设贡献新动能。

除了“丝路海运”这一发展亮点外,厦门国际邮轮母港也呈现爆发增长态势,今年第一季度,厦门国际邮轮母港接待邮轮32艘次,旅客吞吐量89278人次,两项数据创下历史新高。

对台客运也实现平稳发展。今年第一季度,厦航航线累计运送旅客44.71万人次,同比增长19.9%;“中远之星”厦台客滚航线完成客运量6421人次,比增19.91%。

厦门港也在持续加强基础设施建设,打造国际一流营商环境。今年第一季度,厦门港水运固定资产投资完成6.39亿元,占年度计划投资18亿元的35.49%,超序时完成阶段目标。

渔博会积极搭建对外招商引资服务对接平台

4月19日—21日,中国国际(厦门)渔业博览会暨水产养殖展览会(以下简称“渔博会”)在厦门会展中心举办。

展会期间,南方海洋研究中心秘书处围绕海洋经济项目申报、海洋产业平台共享、海洋双创基地入驻、海洋金融产品等一系列内容,积极宣传海洋经济扶持政策,并同步开展2019海洽会招商工作。

丰富全面的招商政策宣传,吸引了众多参展商、参观商前来咨询了解。包括台湾好渔安、广州通盾电子科技、杭州智慧鱼塘等约40家单位,分别就招商引资具体扶持政策措施展开了详细咨询洽谈,并互留名片。接下来,这些企业还将对厦门的投资发展进行更多沟通。

海峡工业设计大奖赛报名月底截止

2019年海峡工业设计大奖赛将于6月14日至16日在厦举行,大赛目前已征集3300余件作品,报名将于本月底截止。和往年不同,今年大赛总奖金有较大幅度的提高,共计150万元。大赛还增设特别奖1名,最高奖金30万元。

值得一提的是,本届大赛还收到英国、美国、德国、日本、俄罗斯、加拿大等10多个国家和地区共150多件参赛作品。

日本经济迎来“超级黄金周”



影响,日本第二季度(4月至6月)实际国内生产总值(GDP)或减少0.4%。斋藤太郎指出:“至少无法期待十連休可推升经济。”

提高消费税只是时间问题

在“超级黄金周”到来之际,日本很多居民仍不愿离开“钱袋子”,这与即将到来的提高消费税不无关系。

2014年4月日本将消费税从5%上调至8%,严重冲击国内消费并导致经济大幅滑坡。自那之后,日本首相安倍晋三已两度推后上调税率计划,将经济增长的优先性摆在财政改革之上。

据路透社报道,日本政府高级官员日前表示,10月的消费税上调计划不会改变,除非出现严重的经济冲击。这打消了人们

对日本可能再次推迟消费税上调计划的臆测。路透社的月度调查显示,逾60%的日本企业希望政府如期在10月上调消费税,但认为政府需要增加支出以缓解加税对经济造成的冲击。

经济仍需宽松货币支撑

因日本经济未来面临较大挑战,日本政策制定者仍将希望寄托在宽松货币政策之上。

统计显示,2018年日本实际GDP增长0.7%,较2017年1.9%的增速大幅下滑。分析人士普遍认为,虽然日本经济已连续7年保持增长,但增长势头已显露疲态。根据最新公布的4月份月度经济报告,日本政府目前对其国内经济形势维持“正在温和复苏”的评估,但也承认出口和生产“部分呈现弱势”,

并下调了反映企业景气感的“业况判断”。还有日本媒体认为,日本经济增长基础仍很脆弱,出口和工厂产出数据疲弱令人担忧,而定于5月公布的一季度GDP数据恐出现小幅萎缩。

此外,国际货币基金组织(IMF)近日发布的最新一期《世界经济展望报告》指出,安倍内阁刺激内需的政策可防止日本经济大幅下滑,但世界经济仍然面临下行风险,贸易政策不确定性犹存,因此IMF将日本2019年经济增长预期下调0.1个百分点至1.0%。鉴于2019年10月日本将提高消费税税率,预计2020年日本经济增长将进一步降至0.5%。

日本经济学家竹中平藏认为,安倍内阁在促进经济复苏方面确实付出了努力,但在进行财政重建和社会保障改革等方面给未来留下了很多问题。竹中平藏说,日本潜在经济增长率已经非常低,如果放任不管,日本经济将陷入长期停滞,恐将无法承受社保负担。是激发潜力、重塑日本,还是让少子老龄化进一步拖累日本,现在到了一个至关重要的转折点。

路透社日前对17位分析师的调查显示,日本央行24日至25日举行的货币政策会议料将维持刺激措施,短期利率目标料维持于-0.1%,同时继续承诺引导10年期国债收益率在零水准附近。(来源:经济参考报)



环球经济

4月末至5月初一直是日本的“黄金周”假期。今年明仁天皇将在4月30日退位,而皇太子德仁5月1日继位,根据典礼安排和《假日法》,日本自4月27日起连续放假10天。日本媒体认为,这个“超级黄金周”虽然有助于提振内需,但对日本经济贡献有限。

“十連休”是把双刃剑

据日本共同社报道,日本国内百货店策划更改年号纪念促销活动,日本居民消费或将活跃,而赴国内外旅行的人也很多。但另一方面,对日本经济影响较大的企业生产活动可能停滞。

日本媒体估计,在这个长假期中,日本国内主要机场和车站或将十分拥挤。据大型旅行社JTB公司估算,4月25日至5月5日期间住宿一晚以上出游者(含回乡探亲)约为2467万人次,较上年增加1.2%,创历史新高。

不过,也有很多日本企业和部分日本民众对这一假期没有太大期待。

根据路透社的调查,当被问到这一长假期的运营计划时,47%的日本受访企业称他们将部分暂停运营,38%的企业将全面暂停运营。比如丰田和本田,4月27日至5月5日停止工厂运转,5月6日开工。日产汽车的工厂则停工十天。

日生基础研究所经济调查室长斋藤太郎认为,受生产停滞