

多点冲刺港股IPO, 连年亏损下底气何在

■中国城市报记者 张亚欣

继物美科技赴港IPO无果后,同属“物美系”的多点数智有限公司(下称“多点”)向港股市场发起冲击。

近日,多点向港交所递交表,申请在港股主板上市,瑞信和招银国际担任联席保荐人。据其招股书显示,尽管多点的收入、毛利率连年增长,但未摆脱亏损。多点为何选择此刻冲击港股IPO?多点冲刺港股IPO,“物美系”给了多少支持?多点冲刺港股IPO的底气是什么?胜算又有多少?

多点亟需上市“输血”

公开资料显示,多点诞生于2015年,作为零售云解决方案服务商,是为本地零售业提供基于云端的一站式端到端的数字零售SaaS平台。

根据弗若斯特沙利文的数据,按商品交易总额计,多点目前是中国及亚洲最大的零售云解决方案数字零售服务商,市场份额分别为14.8%及9.0%。该公司旗下客户包括物美、麦德龙、重庆百货、银川新华及DFIRetail Group等。

从2015年创立至今,多点共经历了6轮融资,共计融资7.042亿美元,大约50亿人民币资金。其中A轮融资成本低至1美元,最后一轮融资成本3.88美元,对应公司估值30.518亿美元,大约238亿港元。其中,腾讯参与了公司B轮、C轮融资,分别投资4500万美元、1500万美元,合计投资大约4.2亿人民币,上市前持股3.26%。在2022年11月完成C轮融资全部交割后,多点公司估值达30.52亿美元。

对于这次上市融资,多点方面称,融资将主要用于开发并升级服务模块、推动海外扩张、寻求战略并购机会、加强渠道网络建设等。

多点招股书显示,2019年至2021年,多点的营收分别为2.65亿元、4.87亿元和10.45亿元;今年前三季度,多点的营收从2021年同期的7.33亿元增加50.34%至11.02亿元。同期内,其净亏损分别达到了8.30亿元、10.90亿元、18.25亿元和4.81亿元,近四年时间亏了超42亿元。即便是非国际财务报告准则下的经调整净亏损也分别达到了8.16亿元、9.99亿元、9.32亿元、3.47亿元,四年累计亏了近31亿元。这意味着尽管多点的收入、毛利率连年增长,但并未摆脱亏损。多点为何选择此刻冲击港股IPO?

“多点在多年巨亏之下仍旧试图冲击港股IPO,说明目前多点的现金流压力较大。”IPG中国区首席经济学家柏文喜在接受中国城市报记者采访时坦言,依靠持续融资来维持现金流平衡的做法,可能会让多点在目前遭遇较大压力,因此亟需上市“输血”。

天使投资人郭涛在接受中国城市报记者采访时称,在资本寒冬和电子商务行业整合洗牌的大背景下,投资机构投资更为保守和谨慎。“对于持续亏损的多点来说,在一级市场已经很难募集到资金,到二级市场募资似乎也是没有选择的选择。不过,二级市场上募资也并非易事,无论是SaaS服务赛道,还是即时零售赛道,在二级市场上表现均比较低迷。”郭涛说。

过度依赖“物美系”备受争议

背靠物美这棵大树,多点尝到了不少“甜头”。

多点创始人、董事长张文中,同时也是物美的创始人,因此,多点被称为其“二次创业”项目。其实,多点脱胎于物美集团的零售数字化探索,最开始只是在物美集团全国门店网络中实施的云解决方案,2019年起,物美从传统的IT系统全部切换成多点的Dmall OS。如今,多点Dmall为各规模及业态的客户开发了全面的零售云解决方案,端到端涵盖了本地的零售业务链条,从采购及供应链管理、门店及总部管理到营销及全渠道零售。

事实上,多点的成长一直依赖于“物美系”的支

持。据其招股书披露,多点超四成收入都直接来自于物美。2019年至2022年前9个月,多点来自物美集团的收入分别为1.6亿元、2.7亿元、4.7亿元、4.9亿元,收入占比分别为59.1%、54.5%、45.3%、44.4%。

后来,尽管多点来自物美的收入占比在降低,但来自关联实体的收入占比却在提高。2022年前9个月,多点来自物美、麦德龙、银川新华、重庆百货等关联方的收入合计为8.1亿元,占比73.3%,较2019年增加了5.4个百分点。虽然依靠大树,多美的业务规模和市场份额皆有所提升,但至今却仍未盈利,这也是不争的事实。

柏文喜称:“多点冲刺港股IPO,‘物美系’应该给了其不少或明或暗的支持,比如提供应用场景、给以持续融资、提供经验支持等。”

然而,过于依赖“物美系”的补给,亦是此次多点IPO受争议的一部分。在郭涛看来,多点的业务过度依赖“物美系”,未来市场增长空间将会非常有限,不利于平台长远稳定发展。同时,也有业者认为,多点严重依赖关联实体,而与关联实体关系的任何重大变化均会对其业务、财务状况和经营业绩产生重大不利影响。

冲刺港股IPO,底气何在

张文中曾不止一次公开强调多点“全面的数字化、彻底回归商业本质”的内核,可以说数字化零售是他的执念。

据招股书,多点主要包括三块业务,分别是零售核心服务云、电子商务服务云以及营

销及广告服务云。其中以Dmall OS系统和AIoT解决方案为基础的零售核心服务云解决方案,是一个可以提供贯穿零售运营全流程数据洞察,并提供可实操的改进措施的综合平台,这也恰好契合了目前实体零售企业数字化转型升级的大方向。

值得注意的是,多点电子商务服务云收入占比持续下滑,目前,已被零售核心服务云超越,截至2022年前9个月,零售核心服务云实现收入6.4亿元,占比58.1%;电子商务服务云实现收入3.36亿元,占比30.5%。

截至2022年9月30日,多点DMALL已服务了包括物美集团、广东7-Eleven、麦德龙中国、麦德龙欧洲、DFI零售集团等458家客户。不同于SaaS行业以中小型客户为主,多点服务的客户以全球零售巨头、大型连锁零售集团和区域龙头企业为主,为多点DMALL主营业务持续增长打下基础。

未来,多点或将覆盖更多的零售业态,在DTC、折扣店等新业态扩大市场,发掘更多的零售垂直领域。据悉,目前,多点在便利店业态和广东7-Eleven,在DTC业态和锅圈食汇等都建立了合作,并于2020年正式布局海外业务,在原有产品基础上开发国际版系统,组建海外业务团队,适应海外市场的本地化要求,并落地产生营收。

柏文喜认为,多点冲刺港股IPO的底气是其应用市场的不断扩大和快速、持续增长。

根据Gartner的统计数据,2019年全球SaaS服务市场规模达到1021亿美元,相

较于2018年的857亿美元增长了46%。预计到2022年,全球SaaS服务市场规模可达1383亿美元,2019—2022年复合增长率11%。

2022年港股市场受到多重不确定性因素影响,新股IPO市场遇冷。“多点在持续巨亏状态且港股市场遇冷的情况下冲刺港股IPO,如果发行规模和估值预期都不高的话,则胜算的概率还是挺大的。”柏文喜表示,上市不过是股票挂牌实现交易而已,不融资或者少融资也可以上市,所以上市预期对于企业更为重要,离开预期谈上市则没有任何实际意义。

现阶段,多点不但要面对阿里、京东两座大山,同类型的企业也是对手众多。毕竟,全国乃至全球的传统零售企业都面临着转型的当口,因市场巨大,提供方案的第三方企业会必然越来越多。

“多点依托物美集团强大的供应链管理体系,可以有效降低运营成本,品质方面也有很好保证。不过,物美超市网点布局不够,多点第三方入驻商家也较少,品类丰富度不够,很多区域也无法有效覆盖。”郭涛指出,总体来看,多点无论在跟美团、阿里、京东等巨头旗下即时零售平台的竞争,还是跟友盟、微盟、有赞、微店等零售云服务商的竞争,并没有明显的竞争优势,未来或将面临残酷的挑战。

也有不少业内人士认为,在多点的商业版图中,多点尚未形成强大的造血能力。如果能够找到自己的发展特色,基于目前已经占领的市场份额,多点还是有望开创出一片天地。

浙江金华: 内外贸优品产销对接促消费

12月16日,浙江省金华市人民广场上,网红主播在首届内外贸优品产销对接活动中进行直播带货。

为加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,做好“浙货行天下”中的“百城千企万亿销售”工程,不断优化内外贸商品货物的流通循环体系,金华市于12月16日至18日举办“2022金华市首届内外贸优品产销对接会”活动,吸引近百家内外贸品牌企业、跨境电商企业、电商平台企业、超市零售企业和品牌经销企业等参与展会活动,拉动消费促发展。

人民图片

