

汉王科技:背负数十亿资产转身难

2011年以来,国内电子阅读器市场遭受重创,受平板电脑等冲击及自身功能单一等影响,销量和价格开始极速下滑。曾经在2010年销售火爆的汉王电纸书遭受冷遇,库存积压严重,目前仍在清理库存。业绩连年低迷,也让大股东频繁减持,迄今已累计减持2832.6万股股份,套现约6亿元。

业绩不佳 大股东套现6亿

近日,汉王科技发布半年度业绩快报称,其2013年上半年亏损扩大至3386.36万元,同比下滑82.36%。

亏损的背后,也折射出汉王销售受阻的尴尬局面,其上半年总营业收入为1.4亿元,而在2012年同期,这一数字为1.95亿元,销售同比下滑28.29%。

现实要比汉王科技自己预测的糟糕不少。7月,汉王科技半年度业绩预告:预计公司上半年亏损3500万元-2700万元。在过去的上半年,汉王科技亏损正在逐步扩大。

这已经是汉王科技主营业务连续亏损的第三个年头。如果不是2012年通过变卖扭亏,汉王科技可能要直面“被ST”的现状。

对于此次亏损,汉王科技解释原因为:公司优化产品结构,对市场前景不明的产品进

今年上半年,汉王科技继续亏损3386万,正如其预测的发展轨迹一样。这家2010年3月上市的“高科技公司”的实际控制人



POB电子书高峰论坛

行收缩,以及出售北京汉王智通科技有限公司股权剥离相关业务,导致相关业务收入下降;同时增值税退税尚未收到影响了业绩。

“汉王科技再次亏损的背后,是电纸书业务阵痛的延续和其他业务盈利依然难达预期。”北京一名业内人士对于汉王科技的前景颇为担忧。

由于汉王科技尚未公布半年报,所以很难看到其上半年电纸书业务的真实销售情况。当记者就此采访汉王科技证券部时,其只表示“电纸书业务在按照预期正常推进过程中”。

上述业内人士认为,电纸书业务的下滑依旧是汉王科技扭亏的最大阻碍。短短几年之间,出货量锐减。2010年,汉王电纸书总销量超过100万台。但在2012年,汉王电纸书销量据估算约为10万台,这一业务实现营业

刘迎建,不知有无想到今天的窘境。最辉煌时,汉王的市值在上市两个月后达到最高的175亿元。

电纸书曾经是汉王科技的王牌业务,一度为其贡献了四分之三的收入,而今却犹如“鸡肋”。汉王科技并不想放弃电纸书业务,但其发展重心更多转向了文字识别、人脸识别等领域。

2012年年末,电纸书业务占营收比例为27.41%,尽管在汉王科技5大业务中仍占比最重,但与2011年相比,已下滑77.01%,其他业务没能为汉王带来业绩扭转。

收入为6203.47万元,同比下滑了77%。而汉王在今年6月上市的电纸书新品,在淘宝的成交量至今不足500台。

汉王科技证券部近日向记者介绍,公司自2012年起开始清理库存,尤其是电纸书屏库存。至2012年年末,电纸书屏存货余额比当年年初减少33.62%。而2013年上半年度的库存情况如何,汉王表示要到发布2013年半年度报告时披露。

业绩连年低迷,也让大股东频繁减持。今年6月至7月,第三大股东上海联创创业投资有限公司通过深交所大宗交易平台先后3次减持汉王科技股票,总计800万股,持有汉王股份比例降至4.997%。而在2011年,上海联创亦曾多次抛售汉王股票,迄今已累计减持2832.6万股股份,套现约6亿元。



转型艰难 新主打业务盈利尚不明确

过多依靠单一电纸书业务,使汉王科技渐渐被资本市场“抛弃”。在过去一年,没有一家券商撰写研究报告关注汉王科技,其股价亦常年处于低谷。

希望走出困境的汉王科技不得不进行转型。

“目前,公司重点发展文字识别、人脸识别、轨迹输入、数字阅读等几大方向。”汉王科技证券部向记者如此描述其现在的主营业务。这也被汉王视为其目前的四大主业。曾经占据主导的电纸书(数字阅读),地位不再。

从成本上看,2012年,OCR产品线(主要用于文字识别)营业成本为4349.1万元,占汉王科技总营业成本的19.22%;而行业应用的成本为5233.65万元,占比23.12%;手写轨迹产品线和人像识别业务的成本分别为3805.28万元、2511.74万元,占比分别为16.81%、11.10%。

在2011年,汉王科技对OCR产品线、行业应用和人像识别等几大业务投入,还没有如此重视,当年上述业务占汉王成本比例均在10%之下,只有手写轨迹产品线占成本比达到13%左右。

目前,行业应用产品已成为汉王科技营收贡献最大业务,2012年其营业收入为9081.26万元,占总营收比23.57%;OCR产品线紧随其后;而电纸书业务已经沦落为这家公司的第三大业务。

一款扫描式电子词典——“E典笔”,正



成为汉王OCR产品线主力产品之一。汉王科技证券部表示,这款扫描式电子词典被公司看好,希望藉此给汉王带来新的利润增长点。汉王并未透露这一产品的销售情况。

而目前,汉王科技对于文字识别、人脸识别、轨迹输入等电纸书之外的业务投入更多。

2013年5月,汉王与美国优派合资建立深圳优派汉王触控科技有限公司,进入手写电磁笔液晶屏市场,其中,汉王出资875万元,占股34%。

这家新厂选址位于深圳咸庭工业区,主要生产4.7吋至21.5吋等多种规格的电纸式手写液晶模块,以及电磁式手写触控显示器。目前皆已量产并进入销售阶段。

而在此半年前,汉王科技则以超募资金向全资子公司汉王智学增资4000万元,加码对教育行业的投入。

不过,汉王科技重点发展文字识别、人脸识别、轨迹输入、数字阅读等的战略,在业绩上并未给公司带来实质性变化。

电纸书业务造成的创伤,一直难以弥补,而其他业务目前也尚未表现出足够的盈利能力。从2011年至今年上半年,汉王一直亏损严重,由此,汉王科技不得不靠出售劣质资产度日。

2012年12月,汉王发布公告称,向北京数字政通科技股份有限公司及4名自然人出售全资子公司“北京汉王智通科技有限公司”股权,作价1.16亿元。汉王智通所处的智能交通领域正处于上升期,而汉王智通也在国内高速公路车牌识别系统拥有近50%的市场占有率,其2011年收入同比增长68%,属汉王旗下的优质资产。

依靠出售汉王智通,当时营业利润为-1388.43万元的汉王科技最终扭亏为盈。

(黄剑)

电纸书弱化或成互联网历史

电纸书业务的颓靡并非只是汉王科技独自遭遇,而是整个行业的集体困厄。

北京壹人壹本信息科技有限公司首席运营官方礼勇对于电纸书的未来前景并不十分看好。在他看来,电子阅读市场将会越来越大,但是电子阅读器(电纸书)的市场却很难有进一步发展的空间。

“平板对其替代性很强。”方礼勇认为,功能更为丰富的平板电脑、大屏手机极大地冲击着电纸书市场,压缩了后者的市场空间。而电纸书功能较为单一,很难满足用户习惯。方同时认为,电纸书目前的关键技术,如反应速度较慢等,也会拖累其发展。

据国际研究公司Digitimes报告,2010年全球电子阅读器销量为1100万台,2011年增至2282万台,而2012年却降到982万台。不少业内人士表示,在以苹果iPad为代表的平板电脑等冲击下,电纸书历史命运可能已难以扭转。

汉王科技内部则坚信电纸书,比如电子墨水屏等,仍然会是用户进行电子化阅读的首选设备。“大屏手机、平板给用户的选择太

多了,往往使人无法静下心来认真地阅读。”

汉王科技在遭遇了主业电纸书业务的大变脸之后,在2012年开始不断缩减电纸书投入。2011年汉王科技电纸书营业成本尚有2.7亿元,占其当年总营业成本的63.55%;但一年之后,其电纸书的成本锐减至6203.48万元,占比为27.41%。

业内人士对于电纸书更多是怀着一种悲观情绪,外界甚至一度有传言称汉王科技将放弃电纸书业务。

不过,在2012年上半年与投资者进行的一次网上沟通时,汉王科技董事长刘迎建宣称,汉王不会退出电纸书业务。他认为“数字化阅读代表着未来,只要坚持,一定会有好的收获,我们将以战养战,长期坚持。”

只是,电纸书已经不再是汉王科技的主流业务,其推出电纸书新品的频率在下降。2013年,汉王只在6月亚马逊Kindle阅读器进入中国市场时,推出了一款带前置光源的电纸书。

而汉王科技称,未来电纸书业务将只做精品电纸书,每年推出几款特色产品,融入

“手写技术、触控技术、前光技术”等优势技术。

与此同时,亚马逊Kindle此前在国外市场以“终端+内容”的模式获得成功,国内厂商希望将此模式复制到中国,但目前效果并不十分明显。

汉王、当当网、盛大文学等均先后推出各自的电纸书和电子书城。其中,2008年建立的汉王书城几乎是国内最早的电子书城。但一直以来,汉王更注重硬件研发,在内容方面投入和优势均有限。

盛大文学拥有国内最大的原创小说网站,而当当网则与国内大多出版社关系熟稔,技术出身的汉王在这一方面并不具备更大优势。据一名业内人士介绍,汉王书城的员工业绩考核更多以版权数量为要,从而使书城在一定程度上“有量无质”。而国内对于数字版权保护不足,也在一定程度上阻碍电纸书发展。

汉王科技证券部介绍,汉王书城作为内容平台,采用与内容提供商二八分成电子书销售收入。



高昂的租金逼退星巴克

“小资”聚集地星巴克也有搞不定“房东”的时候,他们日前刚从北京国贸撤退。

这是星巴克在中国开的第一家店,始于1999年1月,收银队伍总是很漫长,拥有许多人的一段美好时光。残酷的是,因为房租问题,星巴克从国贸撤点。

星巴克的不少“房东”都不省心。数据显示,上海最贵的商圈是南京西路,最贵的商铺是恒隆广场。

所以,星巴克在恒隆广场没有一席之地,倒是在恒隆广场旁边的中信泰富负一楼,远远就看到摇曳的绿色美人鱼标志。

“负一楼和一楼相比,租金会有比较大的差别。”上海中原的研究员卢文曦对此表示,从上海星巴克的布点情况来看,很少有在黄金地段一楼的黄金铺位开店的。

理想很丰满,现实很骨感。星巴克也有被房租打败的时候。

上海五大核心商圈的租金为每天60.4元/平方米,其中陆家嘴商圈租金为每天45.5元/

平方米,南京东路商圈租金为每天58.2元/平方米,淮海中路商圈租金为每天53.5元/平方米,南京西路商圈租金为每天85.8元/平方米,徐家汇商圈租金为每天72.6元/平方米。

以星巴克中杯价格23元来计算,要想收回成本,一年至少要卖出30多万杯咖啡,平均每天要卖833.8杯。

已经撤退的星巴克北京国贸店,估算约700万元一年的人员工资和房租成本,流水般的焦糖玛奇朵也不能填平。

这是全球星巴克正在普遍遭遇的难题,这家全球最大的咖啡连锁店连年在为高昂的租金所困。

星巴克咖啡公司成立于1971年,目前在全球约有1.8万间分店,预计今年财年将新增1300间分店,其中600家计划增加在亚太地区,更有一半以上会开在中国。

这背后就是星巴克难以承受的租金压力,据星巴克2012年的年报,亚太区星巴克店的平均流水为82.9万美元,想要实现单店盈利,压力可想而知。

一线城市高涨的租金与星巴克的战略之路

“小资”聚集地星巴克也有搞不定“房东”的时候,他们日前刚从北京国贸撤退,这是星巴克在中国开的第一家店。有市场人士估算,国贸星巴克人员和房租成本约在700万元一年,这个租金让许多餐饮企业退而却步。二三线城市的下沉,正在成为星巴克扩张的另一个方向。



撤退与扩张之间的战略选择

2008年7月,美国星巴克集团公开表示,关闭600家经营欠佳的商店,并因此裁减1.2万名专职和兼职员工。不过,当时关闭的600家门店并不包括中国的门店。

如今,北上广持续上涨的租金也给星巴克带来了巨大的压力。

不过,关店并不能改变星巴克继续扩张

的决心。

资料显示,目前星巴克在内地59个城市运营约900家门店,同时提出了在2015年之前增加到1500家的目标。

有人放弃星巴克,有人在寻找星巴克。一家来自欧洲的大型超市正在寻找星巴克,他们招商的“标配”中就包括引进星巴克。“在一般存在两个收取租金方式,第一全部收取扣点方式,大概在八到十个点之间。”这家大型商超的一位招商部负责人对记者透露,还有就是扣点加保底取其高,租金会比一般低一些。他们和星巴克选择谈的是扣点合作的模式。

就在他们和星巴克选择合作的项目附近,还有一家星巴克,这家店在苏州湖滨商圈附近,一年的营业额可以做到1000万。

渠道下沉 景区向星巴克招手

二三线城市的下沉,正在成为星巴克扩张的另一个方向。

“给我一杯咖啡!”在浙江瑞安罗阳大道新开的一家星巴克店中,人声鼎沸,许多人在这里高谈阔论,这里正成为这座三线城市的一个新地标。

这是许多三线城市常见的一幕,星巴克在这些地方的受欢迎程度,常常让人吃惊。

星巴克中国相关负责人公开对媒体表示,他们接下来的扩张门店,不仅要加深对一二线城市的布局,同时还会向三四线城市扩展,因为中国市场对于星巴克而言非常重要,随着我国二三线城市居民收入的增加,这些

地方将成为星巴克最有潜力的市场。

“就江浙沪地区来说,目前有362家门店,并不断根据盈利状况调整门店,今年目标是最终的门店数增加到400家。”此前不久,星巴克相关人士公开表示。

其中的一个很好途径是选择和综合体合作,像和南京1912集团合作,他们把这一模式又复制到了安徽合肥。

“最省心的是综合体和星巴克的联手合作,这些综合体一般都会给星巴克让利,同等的店铺租金会便宜两到三成。”一家综合体的招商经理对记者称,二三线城市的综合体都会选择给星巴克让步。

有趣的是,一些有争议的地段也成为星巴克新的开店目标,像杭州的星巴克灵隐路店,此前因为在景区设点,一度备受争议。

“看下离他们最近的一个店铺,每天的租金只有4.2元。”杭州中原的一位市场部人士对记者表示,他们资料库中一家在灵隐寺内的店铺,租金并不高。

不过这未必就是星巴克灵隐寺店的租金。“无论如何,杭州星巴克的曲院风荷店,六公园店与商业中心相比,租金都比较低廉。”上述人士透露,景区是一个不错的选择,租金低廉,人流量也大,相比起来,杭州延安路店每天的租金达到70多元/平方米。

这正是星巴克这几年在景点不断扩张的原因,像无锡的南长街店、苏州山塘街店,这些游人如织的“房东们”开出的价格并不惊人,正在向星巴克频频招手。

(李娟)