

李佳琦、薇娅带货的“敷尔佳”要上市

公司成立4年不到,研发人员仅有2名



李佳琦、薇娅曾在直播间为其带货,邓伦、袁姗姗曾作为其形象代言人……近日,医美品牌“敷尔佳”向深交所创业板递交了招股书,并获受理,医美板块或将迎来一名新成员。现代快报财经猎豹注意到,从敷尔佳2017年底成立至递交招股书,仅用4年时间不到。随着公司营收、净利润的大幅增长,市场营销推广费用也在逐步增加,2020年营销费用占公司总营收的16.75%。同时,作为一家要冲刺创业板的企业,敷尔佳的研发人员仅有2名,化妆品等产品则交由代工企业生产。

现代快报+/ZAKER南京记者 潘荣



敷尔佳官网图片

公司成立4年不到,产品依靠线下销售

对于有痘痘肌以及做过医美手术的姑娘们而言,她们对“敷尔佳”的名字并不陌生,但也有不少消费者表示从未听过这个品牌。

“去年我第一次用,是在李佳琦直播间看到的。”90后姑娘小白告诉记者,她是痘痘肌,所以平常会用些医美面膜。不过她后来的体验却不太美丽,“没想到面膜纸那么大,眼部和唇部也都还没裁好,重点是用完之后也没啥效果。”她表示,在社交平台上经常看到主播和一些博主推荐。

小袁的使用体验则要好多。她说自己之前做过医美手术,医生推荐要用些医美产品来修复,她综合比较几款面膜后,发现敷尔佳的性价比较高,于是就选择了它。“价

格相对较低,也没什么副作用,挺好的。”小袁说。

记者了解到,敷尔佳品牌隶属于哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司,公司成立于2017年11月,创始人张立国、张梦琪父女。敷尔佳的前身为1996年5月成立的黑龙江华信药业,后者主要经营粉针注射剂的处方药品批发;2015年,华信药业取得了“敷尔佳”商标,布局医美业务;2017年,由于“敷尔佳”品牌销售业绩良好,华信药业决定专门从事皮肤管理业务运营,并逐渐将业务向敷尔佳转移。截至2018年5月,华信药业停止经营。

目前,敷尔佳在售产品覆盖医疗器械类敷料产品和功能性护肤品,主打敷料和贴、膜类产品,以适用于轻度痤疮、促进创面愈合与皮肤修复的二类医疗器械类产品为主,功能性护肤品为辅。

当天,记者在南京的一家美妆集合店看到,店内有销售敷尔佳的面膜,5片装售价为99元,平均每片不到20元。此外,还有些药店、超市和便利店也有销售,产品类型以面膜为主,每片价格都在20元左右。在电商平台中,敷尔佳旗舰店销售的品类涵盖修复贴、面膜、喷雾和祛痘凝露等,价格从20多元到上千元不等,其中最贵一款产品价格1790元,活动价为1227元。

敷尔佳表示,2018年至2020年,公司线下销售收入分别为3.3亿元、10.33亿元、11.24亿元,占总营收的88.15%、76.93%、70.92%。

化妆品为代工生产,研发人员仅有2名

面对着市场中消费者褒贬不一的态度,记者注意到敷尔佳的化妆

品为代工生产。敷尔佳披露,在委托生产模式下,公司向受托加工厂商提供生产产品所需配方,受托加工厂商按照公司要求生产成品后交付公司验收。该模式下,生产环节均由受托加工厂商完成。报告期内,公司仅存在委托生产化妆品的情形。

虽然敷尔佳要冲刺的是注重科技、重视研发的创业板,但公司的科技研发属性却并不强。截至2021年3月,公司近300人的员工团队中仅有2名研发人员,占比为0.69%。在研发费用支出方面,2018年至2020年,研发费用分别为30.78万元、60.39万元、147.97万元,分别占营收比例为0.08%、0.04%、0.09%。

对此,敷尔佳表示,这主要是因为多款新产品均系基于原材料成品进行的配方、配比及原材料选择方向的研究,无需投入大量研发设备和研发人员团队开展研发,支付小额的委

托外部研究开发费用等即可。

研发费用占比不高,但敷尔佳的营销费用占比却非常之高。2018年至2020年,公司销售费用分别为2137.03万元、1.15亿元、2.65亿元,销售费用占比分别为5.72%、8.6%、16.75%。其间,曾邀请邓伦、袁姗姗作为代言人,植入《妻子的浪漫旅行4》等综艺节目。

此次上市,敷尔佳计划募资18.96亿元,其中8.85亿元将用于品牌营销推广;而投向研发及质量检测中心建设项目仅有5691万元。“伴随医美概念的火热,敷尔佳凭借医疗器械产品,营收和净利润都表现十分良好,但与创业板其他科技驱动型公司相比,敷尔佳的营销驱动属性更强。”某机构投资经理告诉记者。

近年来,随着医美群体扩大和需求提高,医美市场也迎来蓬勃发展。数据显示,2020年的医美市场规模已高达1795亿元。在A股市场中,不乏爱美客、华熙生物、昊海生科、国际医学、华东医药、瑞丽医美、华韩整形等已上市的公司。但上市之后的表现却相差甚远,比如被称作“玻尿酸女王”的赵燕所持有的华熙生物,上半年净利润超3亿,市值最高一度超千亿元;而国际医学继连亏三年之后,上半年再度亏损超3亿元。

对此,光大证券分析师孙未表示,我国医美行业仍处于发展早期,虽然景气度高,但规范化程度仍有待提升,随着医美广告监管等措施的逐渐加强,长期会对正规产品的持续发展和市场份额提升有利作用。

锁定云闪付,定好闹钟拼手速!

9月16日20时,南京消费券首轮开抢!

南京市将在中秋节、国庆节期间分三轮发放5000万元电子消费券,首轮投放将在9月16日20:00开始。银联云闪付APP是本次消费券主要发放平台之一。

一、投放时间

第一轮:9月16日20:00投放
第二轮:9月26日20:00投放
第三轮:10月5日20:00投放

二、投放对象

全体在宁人员(含外地来宁人员)及南京都市圈城市市民。

三、投放方式

本次消费券采用线上抢券模式发放。活动开始后,在宁人员(含外地来宁人员)可通过云闪付APP参与抢券。

四、消费券种类及领取规则

“南京消费券”包括商场超市消费券、餐饮消费券和锦鲤消费券三种。在每轮发放期间,每人(以通过实名认证的账号所绑定的身份证号码为准)在云闪付APP最多可抢一张商场超市消费券或餐饮消费券。锦鲤消费券获奖者将在使用完商场超市消费券或餐饮消费券的用户中抽取。

五、使用规则

1.商场超市消费券面额为20元,可在南京市域内参与活动的购物中心、百货店、专卖店、超市、便利店等使用(以云闪付APP“生活”频道展示或商户店内指示为准)。单笔消费满50元以上(含50元)使用,一次性使用,不找零、不

重复使用;每笔消费限用一张消费券,可叠加享受平台和商户的其他优惠活动;消费券自发放之日起7天内有效,过期作废(首轮消费券请在9月22日23:59:59前使用)。

2.餐饮消费券面额为50元,可在南京市域内参与活动的餐饮门店使用(以云闪付APP“生活”频道展示或商户店内指示为准)。单笔消费满100元以上(含100元)使用,一次性使用,不找零、不重复使用;每笔消费限用一张消费券,可叠加享受平台和餐饮商户的其他优惠活动;消费券自发放之日起7天内有效,过期作废(首轮消费券请在9月22日23:59:59前使用)。

3.锦鲤消费券额度为5000元(含2000元面额券2张,1000元面额券1张),由平台负责抽取,可在南京市域内参与相应平台消费券发放活动的商户门店使用。三张券不可叠加使用,不找零、不重复使用,每次消费金额需高于消费券面额,可叠加享受平台和商户的其他优惠活动;锦鲤消费券自发放之日起14天内有效,过期作废。

六、商户参与要求

有意参与本次活动的商场超市类(购物中心、百货店、专卖店、超市、便利店等)和餐饮类商户按照自愿原则,可通过云闪付APP南京消费券入口-商户报名入口自主申报,通过审核后参与活动。申请商户应是符合上述类别范围,注册登记在南京市、已开业的线下实体店(企业和个体户)。

活动期间,有违法违规行为的商户,将被列入不诚信单位名单,取消参与资格;情节严重者,将交由相关执法部门处理。

七、客服电话

消费者咨询电话:95516
商户咨询电话:95516

银联云闪付APP抢券指南

全体在宁人员(含外地来宁人员)和南京都市圈城市市民均可参与银联云闪付APP消费券的抢券活动。

一、抢券入口:云闪付APP
二、操作流程:

(1)打开云闪付APP,在云闪付首页点击“南京消费券”入口,进入抢券页面。
(2)在两种消费券中任选一种点击抢券,先到先得。
(3)已获取的“南京消费券”,可在云闪付“我的票券”中查看。
(4)参加消费券活动的商户均在云闪付APP“生活”频道由近向远展示,用户在支付时点击云闪付首页的“扫一扫”或“付款码”功能,调取银联二维码进行支付,消费券将按照使用规则自动抵扣。

●温馨提示

本次消费券发放和使用中,我们倡导您健康消费、安心消费、低碳消费;各商家也将视情况推出部分打折让利等优惠,并严格落实测温、验码、戴口罩、“一米线”等防控措施。

南京消费券
健康消费 文明在宁

餐饮券 满100减50
商场超市券 满50减20

活动对象:全体在宁人员(含外地来宁人员)及南京都市圈城市市民(含南京、镇江、扬州、泰州、淮安、盐城、宿迁)。

市民在指定抢券时间打开云闪付APP,在云闪付首页点击“南京消费券”入口参与抢券。

餐饮消费券面额50元,满100元(含)可使用;商场超市消费券面额20元,满50元(含)可使用。

消费券有效期发放日(含)起7个自然日。同一用户每轮活动的两个类型消费券中只能领取一张消费券,先到先得,抢完即止。抢完即止,抢完即止,抢完即止。

抢券成功后可在云闪付APP“生活”频道查看;用户在支付时点击云闪付首页的“扫一扫”或“付款码”功能,调取银联二维码进行支付,消费券将按照使用规则自动抵扣。

详情见云闪付APP消费券95516