

小萌宠 大市场

宠物电商Chewy火爆登陆纽交所

□本报记者 陈晓刚

美国最大的宠物电子零售商Chewy（交易代码:CHWY）6月14日登陆纽交所。

“chewy”的英文意为“耐嚼”。这家希望成为“各地宠物父母最信赖和最方便的”电商企业自4月底向美国证交会提交首次公开募股（IPO）说明书后，就一直备受投资者关注。此次IPO原本招股价格区间定于17-19美元，由于市场反响热烈，区间提升至19-21美元，在上市前夜，最终招股价格又提升至22美元。

此次Chewy将发行4650万股，融资规模10.2亿美元。由于宠物消费受经济周期的影响很小，行业发展速度惊人，加之近期美股市场新股表现强劲，投资者对Chewy上市后的表现充满期待。

营收持续“井喷”

Chewy成立于2011年，由赖安·科恩（Ryan Cohen）和迈克尔·戴（Michael Day）两人共同创办，总部设在佛罗里达州。为了经营公司，科恩特意从蒙特利尔大学辍学，担任Chewy的首席执行官。虽然一度并不被风投机构所看好，但2013年底以来，Chewy陆续从Volition Capital、T.Rowe Price、贝莱德等机构募集超过2亿美元资金，开始其快速成长之路。

科恩早在2016年就对《福布斯》放言，虽然Chewy短期很难实现盈利，但公司前景光明，“我们要成为世界第一宠物用品零售商”。2016年底，Chewy推出了第一个耐用品品牌Frisco，2017年又推出American Journey和Tylee's两个自主品牌。2017年4月，美国最大的综合性宠物服务公司PetSmart收购了Chewy，据透露收购价为33.5亿美元，成为当时美国电商领域最引人瞩目的并购交易。

2018年3月以来，Chewy首席执行官转由萨米特·辛格（Sumit Singh）担任。辛格此前



曾在戴尔、亚马逊公司任职，堪称电商专家。

虽然Chewy一直处于亏损的状态，2017财年亏损3.38亿美元，2018年亏损2.68亿美元，但投资机构关注到，近年来Chewy的营收一直呈现“井喷”态势。招股书显示，2014财年公司营收2.04亿美元，2015财年翻番增至4.23亿美元，2016财年再翻番至9.01亿美元，2017财年为21.04亿美元，2018财年达到35.33亿美元。公司预计，2019财年的营收可能在40亿-45亿美元区间。

消费体验出色

消费者普遍强调，Chewy以卓越的客户服

务反馈高，特别是其用户留言很有参考价值，“比起其他非专业的宠物商品电子零售商不知道要高到哪里去了”。

宠物主人如果仅仅是给自己的宝贝买些食品，收货时往往会惊喜地发现随货同行的还有一些宠物玩具，完全免费，也没有什么附带条件。每逢节假日，Chewy还经常会给消费者寄来手写的附有宠物主人、宠物名字的贺卡，并随贺卡送上可以在Chewy使用的礼金卡。

另外，在消费者眼中，Chewy主打的Autoship功能非常好用。招股书显示，Autoship服务贡献了2018财年65.7%的营收。简单来说，Autoship服务就是一个定期自动送货的服务，加入该服务的部分商品还可以享受一定折扣。宠物主人可以将部分常规消耗品加入Auto-ship，并自己定义每次送货间隔的时间，之后不

金融城传真

□本报记者 孙晓玲 伦敦报道

从2016年6月英国脱欧公投至今，3年时间飞逝而过。当年，英国首相特蕾莎·梅担当脱欧重任上台，但在脱欧协议三次被否后，只能含泪辞职。如今，英国正在等待新的首相，脱欧难题就像一道魔咒，摆在新领导人面前。

英国经济，显然经不起这种长期不确定性的打击。

英国国家统计局6月10日公布数据显示，英国4月国内生产总值（GDP）环比下滑0.4%。各分项指标均出现不同程度下滑。其中，生产部门指数环比下滑2.7%，制造业环比下滑3.9%，建筑业环比下滑0.4%。

尤其是汽车制造业。据英国汽车制造商与经销商协会发布的数据显示，4月英国汽车产量同比下滑44.5%。

国家统计局GDP统计负责人罗布·肯特－史密斯表示，最近3个月（2月、3月、4月），英国GDP增长在减弱。

4月数据难看，5月经济表现延续疲态。

6月初，英国信息提供商IHS马基特公司和英国采购与供应特许协会联合发布一系列采购经理人（PMI）指数。其中，除占据英国国民经济核心地位的服务业为51.0，站在50荣枯线上方外，建筑业、制造业都出现大幅下跌，均跌破荣枯线。

经季节因素调整后的数据显示，5月份英国制造业PMI跌至49.4，远低于4月份的53.1，

□本报记者 周璐璐

年初以来，特斯拉股价持续震荡下挫，并于6月的第一个交易日创出176.99美元的逾三年低位，其总市值一度从年初的571.53亿美元跌至310.91亿美元，蒸发近一半。之后，特斯拉股价开启了短暂反弹模式，在6月4日以来的八个交易日中，特斯拉股价六涨两跌，累计涨幅为19.52%。目前特斯拉股价站上210美元，总市值也重返370亿美元上方。

对于特斯拉股价在6月份的这波反弹，市场将其归因于特斯拉创始人马斯克就交付和需求问题做出的“承诺”。

美东时间6月11日，特斯拉召开股东周年大会，马斯克表示，特斯拉业务将遵循此前指引，在二季度末之前生产并交付9到10万辆车，预计今年年底将达到量产水平。马斯克还表示，Model Y最快会在2019年上市，他预测市场未来对Model Y的需求将超越对Model 3的需求。在此之前，马斯克便发布电子邮件称，特斯拉第二季度交付量可能反弹，并刷新去年第四季度创下的历史记录。

但从彭博最新数据来看，华尔街投行对马斯克的“承诺”并不买账，分析师们对该股给出了15个“卖出”评级，“买进”评级仅有12个。

分析师们认为，需求问题仍是困扰特斯拉的最大问题。分析师指出，由于此前的订单已

自2016年7月以来首次跌破荣枯线。其中，5月出口订单是四年半以来下降速度最快的月份。英国采购与供应特许协会董事邓肯·布罗克表示，由于脱欧不确定性，使得客户犹豫不决，造成新订单数量大幅下降。

5月英国建筑业总活动指数跌至48.6，低于4月的50.5。其中，建筑业产出为2018年3月以来的最低，商业建筑活动为2017年9月以来最低，建筑业劳工数量为2012年11月以来最低。

马基特首席商业经济学家克里斯·威廉森表示，虽然5月服务业商业活动仍保持增长，但其扩张速度仍然令人失望，未能抵消制造业和建筑业的明显恶化。

威廉森称，整体数据表明，今年2季度英国经济仍然接近停滞。

英国经济出现的停滞迹象，在2019年一季度的企业并购额上，也得到印证。

2019年一季度，外国公司收购英国公司的并购价值为63亿英镑（约合552亿人民币），远低于2018年四季度的388亿英镑（约合2960亿人民币），环比下降84%；同期，英国公司收购外国公司的价值为54亿英镑（约合473亿人民币），也远低于2018年四季度的105亿英镑（约合920亿人民币），环比下降49%。

此外，英国公司收购本国其他公司的价值为14亿英镑（约合123亿人民币），大幅低于2018年四季度的56亿英镑（约合490亿人民币），环比下降75%。

此前，英国央行发布的2019年一季度商务

经基本消耗完毕，特斯拉面临的主要问题已不再是产能爬坡，而是需求不足。据特斯拉财报显示，今年第一季度，特斯拉共交付6.3万辆电动车，其中Model 3为5.09万辆，Model S和Model X为1.21万辆，交付量虽然较去年同期增长110%，但环比减少了31%。

为刺激销量，自去年11月以来，特斯拉已经四度调低旗下车型的售价，但到目前效果并不理想。分析师指出，基于目前情况，特斯拉第二季度的交付量可能达不到马斯克的预期。

摩根大通近日将特斯拉股票评级定为“跑赢大盘”，但将其目标价从369美元下调至347美元。摩根大通表示，Model 3近两月交付量超一季度总量，预计公司二季度销量较一季度显著增加，但考虑到高端车型Model S/X销量下滑，下调其全年交付总量。

另外，裁员、战略调整以及高管更替导致特斯拉雇主形象变差也是分析师们看空特斯拉股价的一个重要方面。

今年4月，在领英发布的“2019年顶级公司”年度榜单上，特斯拉排名第16位，而在2018年和2017年，该公司分别排在第5位和第6位。这份榜单是根据6亿多名领英用户发出的数十亿次求职意向编制而成的，从侧面反映了相关企业作为雇主在求职者心目中的形象。另外，求职网站Glassdoor的数据显示，今年第一季度，马斯克的支持率从2017年的90%降至52%。

用下单就可以定期收货。Chewy表示，Auto-ship订购计划被视为销售和留住客户的关键驱动因素。2018财年，Autoship客户的平均订单数量比非Autoship用户高6%。公司预计，Autoship客户销售将持续增长，公司也将继续创新并推广该业务。

蓝海市场潜力大

彭博行业分析师认为，随着越来越多的消费者对其宠物宠爱有加，以及产品供应能力不断扩大，Chewy应该能够保持“超级增长”能力。自2011年超过500亿美元后，美国宠物产品行业销售额近年来持续走高，预计2019年销售额将超过753亿美元。美国在线宠物产品市场规模2017年达到60亿美元，Chewy占有35%份额。随着消费者寻求价格、便利和个人选择以及传统零售商市场份额的流失，拥有超过1600个合作品牌的Chewy的市场地位或无人能及。

Chewy的母公司PetSmart债券价格本周已升至两年来新高，也在某种程度上为Chewy登陆纽交所造势。PetSmart此前发布的文件显示，美国宠物用品协会的调查证明，宠物消费受经济周期的影响很小，即便在2008-2010年经济衰退期间，美国的整体消费支出下降，但美国的宠物消费增长了12%。美国劳工统计局的数据显示，就在美国经济表现不佳的2010年，娱乐消费下降7%，食品消费下降3.8%，住房消费下降2%，服装和服务消费下降1.4%，而宠物消费却增长了6.2%。“宠物消费是必需消费，大多数消费者会定期购买”。

市场人士认为，近期上市的新股普遍表现优异，“人造肉第一股”Beyond Meat股价一个多月一度上涨6倍多；时尚电商公司Relove上市一周已然翻倍；本周上市的网络安全公司Crowdstrike也持续飙升。基本面色出的Chewy没有理由在这一轮“新股拉力赛”中表现逊色。

■ 海外观察

核能的谎言与真相

□王亚宏

美国视频制作商HBO虽然因《权力的游戏》烂尾而受到不少抨击，但很快这家精明的制片方就推出了新剧转移火力，比如新上线的迷你剧《切尔诺贝利》就获得不少好评。且不论美国人对苏联这样对峙了半个多世纪的老对手的有色眼镜有多厚，单拿对核能的态度一项，就让人深深怀疑这部片子背后是否有石化能源势力或者极端环保人士的资助。

本来石化能源公司和环保团体是两股水火不容的势力，但在反对核能方面，双方却达成了古怪的同盟。结果是每位看了《切尔诺贝利》的人，都对核能产生深深的恐惧。确实，那场人类历史上最严重的核事故是一场灾难。但事实上，核能真有那么不堪吗？

从数据上看，核能确实在走下坡路，坡道的起点甚至不是在切尔诺贝利，而要比那更近。核电在全球发电量的占比已从世纪之交时的16.5%，降至目前大约10%的水平。核电比例下跌部分原因在于风电、水电和太阳能等再生能源的发展速度远快于核电，不断侵蚀后者的份额。另一部分原因则在于商业压力，核电高额的投资使其成本居高不下，让一些老旧的核电站在高昂运营费用下不得不逐渐退出市场。

2008年的经济危机重塑了人们对能源市场的看法，之前的优先事项是稳定供给，之后对成本的关注程度不断提高。由于2010年来太阳能发电成本下滑近90%，风电成本下滑近70%，因此在价格比拼中，开发周期长、资本要求高、监管风险大的核电已经丧失了比较优势。

成本割喉战让核电在过去十年里输掉了“专业分”，而日本福岛核事故又让核电丢掉了“公众印象分”。从切尔诺贝利到福岛，之后核事故，都带来反核运动的爆发，反核成为“政治正确”的选择。在公共安全和环保的旗帜下，核电成为最容易的牺牲对象。

于是欧洲最大的经济体德国计划到2022年放弃利用民用核能，之前德国有17座核电站，发电量占到德国发电总量的四分之一。值得注意的是，积极反核的德国绿党在5月底刚结束的欧洲议会选举中成为最大的赢家，这在一定程度上成为公众对核电态度的直观指标。

此外韩国也计划要取消建设新核电站的计划，并不再延长老化反应堆的使用寿命。韩国的核反应堆数量位列全球第六，其25座核反应堆的发电量满足了韩国约三分之一的能源需求。让25座核反应堆退役意味着该国将放弃以核能为中心的能源政策，向无核能时代迈进。

在看了《切尔诺贝利》后，德国人和韩国人都会为他们领导人弃核的决定叫好。事实上比起触目惊心的核事故画面来，核能的一些优势就显得默默无闻得多。

全球以环境之名厌恶核能，但弃核的后果是要付出更高的环境代价。德国和韩国等国较高的碳排放，在弃核后会进一步升高。福岛核电站事故发生后，德国关闭了17座核电站中的7座，结果是德国温室气体排放增加了10%。核电是减轻碳足迹的有效方式，要实现控制气温升高的减排目标，离不开核电的参与。毕竟即使把包括铀矿的开采和电厂的建设在内的整个环节都考虑进去，核能依然是一种低碳能源，甚至比风能还低。

至少从切尔诺贝利事故之后，环保主义者就提出在节能措施的帮助下，风能和太阳能能满足全球的能源需求。但这种绿色错觉始终停留在理想层面，不但30多年后的今天没有实现，在未来很长一段时间里同样难以达到。

于是，更为现实的环保主义者在页岩气革命的更新后开始拥抱石化能源，世界上大多数国家正在转向廉价天然气加可再生能源的组合，后者的主力是风能或太阳能。按照国际能源署的数据，去年风能和太阳能发电量的增长仅满足全球电力需求增长的45%，而其余的部分则需要做出一个选择：是高排放的石化能源还是低排放的核能。

作为一种低碳排放、且能在太阳下山后和不刮风的情况下依然可以正常发电，核能是必要的。如果从供应持续性的角度来定义能源安全，核能更是不可或缺的一部分。之前核能已经历失落的十年，截至2018年底，全球核电发电量达到2010年同等水平，即日本福岛核电站事故发生之前水平，那场灾难性事故导致全球核电减速。去年核能发电同比取得增长，现在全球核工业已在复苏的基础上设定了更加雄心勃勃的目标，即到2050年满足全球25%的电力需求，这需要将核电发电量从目前的水平提高两倍。

要战胜退核风潮，实现核能发电量倍增并不容易，不过好消息是现在人们对核能最可怕后果的认识比之前更加全面。30多年来，来自各国的科学家们对切尔诺贝利核事故的影



最新一期《快公司》杂志评选出2019年度商界最具创意100人。当今时代对商业领袖提出的挑战是，不要畏惧以不同的方式思考。本次上榜的100人，涉及从网络安全到生物技术直至时尚界等各个领域，且人人都是能对整个商业领域产生前所未有的影响的梦想家。

排名第一的塔梅尔·哈桑是监测和预防网络广告欺诈的公司白色行动的联合创始人兼首席技术官，他一直在追踪小型僵尸网络。所谓僵尸网络是私人计算机网络的术语，这类计算机网络通常遭受恶意软件攻击，并在拥有者不知情的情况下由犯罪分子所控制。宝洁、联合利华等知名企业均曾中招。由于遭受数字广告欺诈，各知名品牌每年被骗收入在65亿美元到190亿美元之间，但犯罪分子往往很少被追究责任，从而使得这些骗局成为世界上风险最低、回报最高的犯罪形式。

生长于旧金山湾区、并曾在美国空军服役12年的哈桑，决定将他的编码背景与军事经验结合起来，并于2012年与两位联合创始人共同创办了白色行动公司。公司总部设在纽约，并在世界各地设有办事处，迄今已筹募3300余万美元。该公司旨在为客户提供防盗警报，帮助广告营销人员管理和提供数字广告。白色行动公司会针对任何新的欺诈行为向客户发出警报，并立即对犯罪分子做出限制。

苹果公司环境、政策与社会行动部副总裁丽莎·杰克逊此次荣登第五名。其贡献是帮助苹果公司在环保事业方面迈出了重要一步。苹果公司去年曾报告称，它正采用100%可再生能源运营公司，这可谓该公司的一个重要里程碑。几个月后，它又发布了一项更不寻常的声明，苹果在哥伦比亚投资了一个占地27000英亩的红树林。身为美国前环境保护局局长的丽莎·杰克逊，过去六年间一直在帮助苹果公司寻找应对气候变化的有效方法。红树林项目运行的头两年预计将减少17000吨碳排放量，杰克逊表示：苹果公司一般很少公开发表这种声明，但我们想通过这种方式让其他公司复制我们的做法。”

著名牛仔服饰生产商李维斯公司的首席供应官莉兹·奥尼尔此次荣登第八名。其上榜理由是“修整了牛仔服装行业”。她坦言，服装快速上市和公司可持续发展是服装业面临的两大充满矛盾的挑战。奥尼尔在过去五年来一直监管李维斯公司的供应链。通常来讲，服装公司会采用过度生产服装的方式提高上市速度，但其代价便是牺牲了公司的可持续发展。但去年奥尼尔利用技术手段解决了这两大挑战，在她的助推下，李维斯公司借助数字化样机和激光器使得牛仔裤涂饰过程实现自动化。据称，不久的将来，该公司生产的50%的牛仔褲都将采用这种自动化涂饰技术。（石璐）