

财联社|新消费日报4月11日讯（研究员
梁又匀）

，近日，十月稻田集团股份有限公司（下称“十月稻田”）递交港股招股书，摩根士丹利、中金公司和中信建投国际担任联席保荐人。

在京东、盒马等电商渠道上，“十月稻田”已成为精品国产大米的代表之一。这个主营传统大米、粗粮、豆类的农业品牌，却先于不少炙手可热的新消费品牌率先递交了港股招股书。

若撇开股权资本支出等账面亏损内容，从产品及公司业务经营角度来看，十月稻田年营收、经营净利润增速较快。

2020年至2022年，公司年营收分别为23.27亿元、35.98亿元和45.33亿元；经调整后经营净利润为2.46亿元、2.77亿元和3.74亿元。其中，公司近80%的收入来自于卖大米，同时近70%的收入来自于线上电商。

值得一提的是，在上市前的最新一轮融资中，十月稻田估值已达145亿元。东北夫妻的线上粮食铺，为何如此受欢迎？

电商卖大米 每年砸上亿元销售推广

十月稻田创立于2005年，早期为王兵和妻子赵文君在东北经营的一家粮食加工零售店。辗转来到北京后，夫妻俩逐渐看到了电商行业的崛起，并于2011年决定创立“十月稻田”和“柴火大院”两大粮食品牌，并通过京东进行线上销售。

随着业务规模的扩大，品牌入驻当当网、天猫、盒马以及苏宁易购等电商平台，并陆续盘下了东北较为优质的大米生产地区。相较于传统大米种植“靠天吃饭”，产量多少则加工出售多少，十月稻田根据电商的需求数据变化及物流，主打距离收获不足一年的“新米”，且定价高端化，与传统的金龙鱼、福临门等品牌形成差异。

叠加各类营销概念、联名及线上活动加持，十月稻田的小袋装大米、糙米等产品持续登上电商主粮、杂粮销售排行榜前列。

报告期，公司销售及分销开支分别为1.26亿元、2.23亿元和3.14亿元，分别占同期总营收的5.4%、6.2%和7%。该部分支出主要包括平台服务费、员工成本、广告及展览费等。

其中各大平台费用占比较大，2020年至2022年十月稻田的该部分支出分别达到了9295.6万元、1.24亿元和1.32亿元，大部分被用于平台营销及推广活动。同时，品

牌的广告及展览费用也持续增加，从2020年的约150万元，增长至2022年的1615.7万元。

在营销推广的同时，2022年十月稻田的销售人员支出也达到了1.43亿元，较2020年增长超650%。

十月稻田在招股书中表示，按照2022年线上渠道收入统计，其已成为中国大豆、杂粮、豆类以及籽类市场最大公司，市场份额为10.7%；在商超渠道，十月稻田也在上述品类中排名第四。

需要注意的是，2022年十月稻田电商自营及线下商超渠道营收占比分别仅为10.7%、15.4%，主要营收则来源于将产品出售给不同电商平台，再由电商平台出售给消费者。目前其合作电商平台已达到29家。

另一方面，虽然产品销量持续增长，但主要位于东北地区的优质大米产区无法形成满产。2022年公司的产能利用率为51.4%，而2020年利用率为66.3%，主要受产能扩张较快以及疫情影响。

十月稻田表示，行业内年均最高产能利用率一般不超过80%，公司按照需求订单生产，通常全年都不会已最高产能运营。本次上市融资，预计十月稻田还将持续扩大产能。

两年亏损超7亿元？十月稻田狂卷24亿融资

财报显示，2020年至2022年公司年营收分别为23.27亿元、35.98亿元和45.33亿元；同期净利润为1397.4万元、-1.73亿元和-5.64亿元。

从报告期内经营财务资料来看，十月稻田的“亏损”较大程度来自于融资股份的支出成本。

2021年、2022年B轮及C轮的三家投资机构分别从十月稻田获取了部分股权，其中的购入价格与当时十月稻田的估值存在落差，因此构成了较为大额的账面支出，支出金额分别达到了1.87亿元和4.86亿元。

叠加2022年公司授予创始人夫妇价值6.91亿元的股份奖励，导致公司“亏损”持续扩大。

从产品
及公司业务经

营角度来看，十月稻田年营收、经营净利润增速较快。

报告期内，公司经调整后经营净利润为2.46亿元、2.77亿元和3.74亿元。

卖大米却能年入数亿元，这一“网红”生意是吸引众多投资机构关注的重要原因。

据报道显示，疫情开始之初，十月稻田线上销售猛增。

数据显示，2017年至2020年十月稻田年复合增长率达60%，在2020年疫情期间，其销售额同比增长达80%。

2020年9月，品牌创立以来的首轮投资就达到了3亿元，为启承资本独家投资。2021年5月，十月稻田再次高调宣布完成金额高达14.5亿元的B轮融资，由红杉资本中国基金和云锋基金联合领投，CMC资本、泰合资本跟投，老股东启承资本超额跟投，泰合资本担任独家财务顾问。

多家知名投资机构的加入，也使得十月稻田的两轮融资金额达到了17.5亿元，创下近5年来中国基础食材领域融资金额的最高记录。此时，十月稻田的估值也来到130亿元。

红杉中国沈南鹏在参投后表示，农业的现代化与品牌化需要有信念感的企业家，十月稻田用新渠道与新品牌赋能新农业。同时，CMC资本合伙人陈弦、启承资本创始合伙人常斌以及泰合资本管理合伙人胡文钦，均透露出对“农业+互联网”模式的期待。

值得一提的是，2022年十月稻田还低调地完成了一次C轮融资。招股书显示，2022年MIC作价3.73亿元，收购了2.96%的十月稻田股权；2023年初，MIC又以2.86亿元收购了公司约2%的股份。

由此可以推算，十月稻田2023年最新估值约为145亿元，而本轮的独家投资方MIC背后实控人为阿布扎比政府，即位于中东的阿联酋政府。