

加拿大国民咖啡Tims Hortons的中国公司终于要上市了。

这是继瑞幸咖啡从纳斯达克退市后，咖啡赛道近两年跑出的最大一家上市公司。

空白支票公司（SPAC）Silver Crest发布消息表示，Silver Crest和Tims Hortons中国之间的业务合并已于2022年7月20日被美国证券交易委员会宣布生效，8月18日召开股东大会，若Silver Crest三分之二的普通股股东投赞成票，合并提案将正式通过，合并后实体将在纳斯达克以新的股票代码“THCH”和“THCHW”开始交易。若合并未通过，Silver Crest也将面临解散和清盘。

Tims Hortons中国本次采用“SPAC+PIPE”的组合模式上市。

SPAC，就是我们常说的上市“盲盒”；而PIPE，是指上市前，Tims中国已经提前收到上市私募股权投资承诺，但这些投资承诺会在Tims中国与Silver Crest上市合并时完成出资，目前Tims中国已经收到的投资承诺，来自红杉中国、钟鼎资本、笛卡尔资本集团、Restaurant Brands International（下称“RBI”）等机构。

采用组合模式上市，这能大大增加上市确定性及估值稳定。要知道，今年3月，Tims中国在一级市场融资遇冷，已经“自降估值”3亿美元。面对不断扩张的门店和持续扩大的亏损，Tims中国跑步上市也在情理之中。

市占率是星巴克9倍，入华三年进账9.07亿

1964年，多伦多枫叶冰球队传奇后卫Tim Hortons，在加拿大多伦多旁的小镇汉密尔顿，创立了Tims咖啡。

之后，凭借创始人的励志故事，Tims咖啡一跃成为加拿大国民咖啡，在加拿大市场的占有率是星巴克的9倍，街上几乎人手一个“小红杯”配甜甜圈。

2018年，Tims母公司RBI集团和笛卡尔资本集团(Cartesian Capital Group)合资成立Tims中国，前者旗下品牌还有汉堡王等。2019年，Tims Hortons正式进入中国市场，首家门店开在上海。

入华三年半，Tims中国门店迅速增至450家，营收也顺势迅猛增长。据Silver Crest披露数据，Tims中国2019-2021年营收分别为5725.7万元、2.1亿元和6.4亿元，2021年营收是2020年3倍以上。

不过，门店扩张给公司带来营收的同时，也增加了经营成本。2021年主要经营成本

分别是原材料、人力、租金成本，费用分别为2.07亿元、1.99亿元、1.48亿元，占比分别为32.3%、31%、23%。

净亏损也持续扩大。2019-2021年，Tims中国净亏损分别为8782.8万元、1.4亿元和3.8亿元，2021年净亏损较2020年扩大2倍以上。截至2021年年末，Tims咖啡中国账上的现金还有3.9亿元。