

传统餐饮企业的漫漫资本征途

本报记者 周琳

餐饮企业由于其自身的特点，进军资本市场的步伐有些不紧不慢。然而，目前在1300余家排队挂牌新三板的公司中，却出现了多家传统餐饮企业的身影。传统餐饮企业为何扎堆挂牌新三板？它们进军资本市场之路走得是否顺畅？

全国中小企业股份转让系统(即新三板)最近成为传统餐饮企业进军资本市场的新舞台。10月28日，天津狗不理食品股份有限公司正式收到新三板同意挂牌函。最新发布《全国股份转让系统在审申请挂牌企业基本情况表》显示，在1300余家憧憬新三板的公司中，广东八马茶业、绍兴咸亨食品等多家传统餐饮企业赫然在列，联想起此前媒体关于庆丰包子欲登陆新三板的报道，传统餐饮企业借助资本市场华丽转型的盛宴似乎已经开启，个中滋味到底如何？

“全聚德效应”

步入北京市西城区平安里群力胡同的庆丰包子铺总部，穿过2人高的大铁门，一栋不起眼的二层小楼掩映在绿树丛中。初见者很难想象，在寸土寸金的北京二环路内，名声在外的“庆丰包子”竟然有如此简朴的“中枢”。

“过去几年，餐饮业的发展年均营收增长达到两位数，其中有一定的泡沫成分，经过2013年下半年以来的调整和阵痛，很多餐饮企业有望在转型中获得新生。”在北京庆丰包子铺总经理高文慧眼中，餐饮业近期的日子并不好过，而资本市场无疑是转型的重要抓手。她表示，目前庆丰包子铺品牌所属的母公司北京华天饮食集团公司正在积极谋划资本运作，具体时间表在等待母公司进一步安排。

公开资料显示，“庆丰包子铺”、“护国寺小吃”和“又一顺”等多个知名餐饮品牌均在北京华天饮食集团公司旗下。目前，北京国营餐饮业大都属于几家大型的企业集团，其中以华天饮食旗下的传统品牌最多。华天饮食于2004年12月根据北京市西城区委区政府和区国资委决定合并重组而成，其旗下以庆丰包子铺的品牌影响力最大。目前庆丰包子铺有300多家分店，其中北京262家，其余店铺多分散在北京周边城市和地区。庆丰包子铺有关负责人介绍，未来5年，庆丰包子铺计划将门店扩展到1000家，其中八成将为加盟店。

资本市场到底能给传统餐饮企业带来多少财富效应？以2007年11月上市的中国全聚德(集团)股份有限公司为例，其上市当年的营业总收入和净利润分别为9亿多元与6432万元，而到了2011年底，其营业收入和净利润均实现翻番。全聚德进入资本市场后，公司各主要业务均实现快速扩张，交出了一份亮丽的答卷。

有了全聚德的示范效应，狗不理集团也

加快了进军资本市场的步伐。资料显示，其实早在几年前，该公司就曾筹划登陆A股市场，此次申请挂牌新三板意在加速公司的规模发展效应。

越来越多的传统餐饮企业对资本市场充满憧憬。记者调查发现，张一元、松鹤楼等多家企业都在筹划上市相关事项。与此同时，一些风险投资机构的介入也加速了这些企业进军资本市场的步伐。资料显示，中信资本早年就以数亿元入股了积极筹划上市的上海冠生园；山西千年老陈醋基地清徐县的水塔醋业、紫林醋业在一些风险投资机构的支持下，已进入太原市拟上市后备企业资源库，成为重点培育的上市对象。

手工作坊怎样逆袭

在业内专家看来，传统餐饮企业虽然拥有一些独特的优势，但是受到自身技术、观念、文化经营规模和公司治理等限制，进军资本市场之路走得并不顺畅。

统计显示，自2009年11月湘鄂情在深圳证券交易所上市以来，A股市场已连续多年没有餐饮业公司获得上市资格，而湘鄂情也因主营业务的变化更名为中科云网。目前A股仅余西安饮食等为数不多的几家餐饮公司。资料显示，自2012年以来，俏江南、顺峰和净雅食品等多家知名餐饮食品企业都曾先后计划IPO，但最终都因种种原因撤回申报材料。

餐饮企业上市已非易事，传统餐饮企业更是如此。有券商分析师认为，国内餐饮企业还普遍存在标准化生产难度大、财务核算票据缺乏、经营不确定性过大等诸多问题，这些问题在很大程度上都制约着餐饮企业成功IPO的步伐。一些传统餐饮企业的收入、成本和员工保险等方面均无法准确地计算和估量，再加上在内部管理、内部控制及标准化等方面仍然较弱，很多指标都不符合A股上市法定条件及要求。

相较于主板严格的要求，新三板对传统餐饮企业的门槛相对较低。目前新三板的餐饮挂牌公司已有4家。业内人士认为，新三板相对宽松的挂牌条件成为许多餐饮企业的首选，这也是目前多家知名餐饮企业纷纷谋划登陆新三板的重要原因。

中国烹饪协会副会长冯恩援认为，餐饮企业在发展过程中需要对资本市场加强了解，通过资本平台进行融资，可以实现企业的加速发展。特别是一些传统餐饮企业有很深厚的文化底蕴，有



一辈一辈传承的消费群体，借助于资本市场能够改善公司治理结构，更好地传承品牌影响力。

“然而，餐饮企业也要认识到，资本也并非一切问题的灵丹妙药。”冯恩援分析指出，

作为传统产业，传统餐饮企业大多脱胎于手工作坊，需要在发展中进一步规范管理，在业态上进行新的探讨，在运行模式上更加时尚和贴近消费群体，才能够成功逆袭，真正得到资本的认可，实现跨越式发展。

也曾有业内人士指出，传统餐饮企业发展的优势在于品牌深入人心，标志性产品的消费群稳定。同时，也存在发展的瓶颈：如在发展中如何保持原有产品、风味和特色的基础上，与现代市场经济紧密对接；如何融入现代经营模式，真正符合资本市场公司治理规则。另外，在创新发展方面还需加大力度。如，是否要开发子品牌、要不要实现连锁经营模式，要不要委托代理，等等。

转型才是真难题

传统餐饮企业自身存在的诸多问题并非靠融资就能够解决，登陆资本市场后也不可能一劳永逸。有专家表示，目前传统餐饮企业的问题包括管理水平低下、品牌塑造力薄弱、优秀人才匮乏、营销能力薄弱和经营观念陈旧等很多方面，一些企业要做到符合资本市场的要求，还有很长一段路要走。首先是解决自身的发展转型问题。发展转型包括生产经营方式和管理方式的转型，如目前传统餐饮企业大多工业化程度不高，标准化程度低等问题在很大程度上制约其发展速度和规模；何种经营模式才能提高生产效率，业内也仍在摸索。

以经营模式为例，目前采取连锁和直营的传统餐饮企业可谓各有千秋。“连锁加盟具备规模效应，更易被资本市场接受；直营管理易于规范相关业务，也具有其优势。”冯恩援举例说，“一些传统餐饮企业在连锁加盟中迷失了发展的方向，如：加盟后食材出现了变化，工艺也有所调整，甚至口味发生属地性变化等，失去了原有的品牌黏度；而也有一些企业发展很好，如：庆丰包子铺通过‘连’而能‘锁’的加盟方式，覆盖面广，也不失控制力”。

在冯恩援看来，连锁加盟经营可以减少企业在资金、土地和人才等方面的资源投入，可以发挥规模经济优势，帮助企业在较短的时间内实现快速成长等诸多的经营优势；而直营有利于企业掌控终端，增加收益，提高供应链反应速度，获取竞争优势，但对管理的要求很高，需要企业具备强大的资金、团队、货品管理、信息传输和人才培养等实力。

因此，究竟选择何种经营模式，传统餐饮企业需要根据自身的具体特点来确定。冯恩援鼓励采取“一企一策”，企业需要苦练内功。

有券商分析师总结认为，传统餐饮企业在转型升级过程中，需在五方面进行努力：一是需进一步强化其品牌塑造力，提高品牌意识，对老字号品牌、商标及非物质文化进行保护与传播；二是加速企业信息化进程，进行模式转型；三是优化企业组织结构，进行管理升级；四是引进先进技术与设备，进行产品升级；五是提高营销创新能力，进行市场升级。

从国际经验看，登陆资本市场的传统餐饮企业一般都是连锁企业，资本市场可以帮助企业实现更加规范的管理，更符合食品安全的管控。目前，国内传统餐饮行业的变化已经在悄然发生。“过去，老国营餐饮企业从点餐到吃耗时久，被许多消费者诟病。现在我们企业通过内部流程优化，已经将这一过程缩短为20分钟以内。”高文慧深有感触，“对于企业来说，融资是转型的手段，资本的参与一定会给传统餐饮企业带来一些新的理念和管理技术，虽然这一过程可能会比较漫长，但只要坚持朝着正确的方向，哪怕路途遥远，我们也充满信心”。



温故

合抱之木 生于毫末

张忱

不再是那个江湖。各大视频网站在引进正版视频方面的跑马圈地方兴未艾，并拥有各自获取字幕的方式，监管视频引进与播放的规则也日渐明晰，“正版化”似乎已成趋势。

在列强拥金环伺的环境中，“人人美剧”如何杀出重围？在获得本次融资之后，“人人美剧”对外声称，会把资金用于引进小众美剧、自制网剧和自制与美剧相关的节目等方面，俨然已经从过去免费分享的“非盈利”模式中完全走出，转向提供商业化视频服务的方向了，也符合目前拥有自主与合法IP(知识产权)的方向。

然而，这条路恐怕并非坦途。引进剧靠的是资金实力、眼光和运气。资金上，“人人美剧”这种小型网站当然不占优；眼光方面，

尽管“人人美剧”已深耕多年，“阅历”丰富，但毕竟难以标准化，很多时候，引进剧——尤其是在国外粉丝有限的小众剧集——在国内走红，很多时候要靠运气，而一旦走红，恐怕又会沦为各大网站争抢的对象。而自制网剧，单靠“人人美剧”的大量用户，以及对用户习惯的深刻理解并不足以成事。美国的奈飞(Netflix)就是个例子。这家以在线DVD租赁及视频播放服务商拥有海量数据，除了超过1亿份的影片评级，还有根据视频播放分析的观众的实际观看习惯。然而，即使基于这样庞大的数据，奈飞的自制剧也是毁誉参半，除了《纸牌屋》这部剧的成功很大程度上要归功于索尼公司的制作能力，《马可波罗》《铁杉树丛》等剧集均反响寥寥。

老子说，合抱之木，生于毫末。相对而言，“人人美剧”自制节目的设想显得更为靠谱，与美剧相关的各种信息都有潜在的需求，而国内此类节目依然较少，仍处于待开垦的阶段。无论如何，在重获老用户和拥抱新资本之后，“人人美剧”还需要在开发新产品的路上探索很久。

责任编辑 陆敏 常艳军 赵子强

美编 高妍

联系邮箱 jjrbcfzk@163.com