

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？

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着标准化生产难度大、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之一。

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

了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，

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体稳定。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众多的经营优势；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”。



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。

合抱之木 生于毫末

张 忧

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，仍处于待开发的阶段。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