

餐饮企业冲向资本市场 竞夺行业“第一股”

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

今年1月以来,杨国福、老乡鸡、和府捞面等6家餐饮企业更新或公布自己的上市计划。加上

餐饮品牌提速登陆资本市场

根据前瞻经济学的相关统计,2020年国内餐饮行业共发生115起融资事件,融资金额超过此前5年的总和。

近日,根据中国证监会的披露,上海杨国福企业管理(集团)股份有限公司提交的《境外首次公开发行股份审批》材料已于2月8日获证监会受理。若上市成功,杨国福有望成为港股“麻辣烫第一股”。

1月底,杨国福还传出最快于2月向港交所递交招股书的消息,《中国经营报》记者就这一消息与杨国福方面求证,其表示“公司上市事宜正顺利推进,暂无具体时间表。但公司一切计划将会符合公司本身以及市场的发展需求。”

据记者了解,在2021年时,杨国福就开始为上市“铺路”。天眼查数据显示,2021年12月,杨国福进行了多个企业层面的变更,其中最重要的就是完成股份制改革,将企业类型从有限责任公司变更为股份有限公司(非上市、自然人投资或控股)。相关行业人士告诉记者,有限公司整体变更为股份公司,是为了接下来的大规模资本运作铺平道路。

而计划走向资本市场的餐饮企业不止杨国福一家。春节前夕,和府捞面要IPO的消息引爆了沉寂许久的消费赛道。几乎同一时间,中式快餐连锁品牌乡村基已经提交了港股IPO招股书,另外还有老乡鸡、巴奴火锅、粤式火锅捞王、

2021年下半年发布计划的绿茶餐厅、老娘舅、粤式火锅捞王明确表达了上市意向,目前共有9家餐饮企业正在IPO。

在餐饮迎来Z世代消费主

体的时代,餐饮赛道空间广阔,餐饮资本赛道也格外火热,餐饮品牌融资消息不断。据相关统计数据,2021年平均投资额达3.61亿元,接近10年前的14倍;

食品领域的投融资事件共有374起,占整个新消费领域总数的45%,位居第一;融资总金额也达431亿元,占新消费领域总数的52%。



若上市成功,杨国福有望成为港股“麻辣烫第一股”。

本报资料室/图

海鲜餐厅七欣天、老娘舅、西贝也明确表达了上市意向。

上述行业人士告诉记者,从2020年下半年开始,市场消费传至一二级市场的表现就颇有变化。疫情趋缓后,之前被抑制的消费潮涌来,国内也将衍生出“新型消费、升级消费、实物消费、服务消费”四大消费潮,这次的“新消费革命”让资本开始聚焦消费赛道。

然而,香颂资本执行董事沈萌指出,疫情、通胀及经济下行导致的消费景气度下滑,让餐饮行业资金链变得紧张,在银行信贷通道不

畅的情况下,上市获得融资也是一条可选之路。

根据前瞻经济学的相关统计,2020年国内餐饮行业共发生115起融资事件,融资金额超过此前5年的总和。到了2021年,国内餐饮赛道融资事件更多,超过220起,披露融资额超过500亿元。

《2021年中国连锁餐饮行业报告》分析还指出,随着越来越靠后期的单笔高金额投资的出现,未来5年或有一批净利润达数千万元甚至上亿元的餐饮公司完成上市,餐饮行业或将引领一波消费行

业的IPO潮流。

就此,中国食品产业分析师朱丹蓬告诉记者,“从2019年开始,中国餐饮市场竞争、品牌竞争及品类竞争开始进入白热化,餐饮企业想要在同类市场中脱颖而出,就必须提升其核心竞争力,快速打造品牌效应和规模效应。因此,这类餐饮企业肯定需要借助资本的加持,从而快速做到完整供应链的升级,完成对餐饮品质和食品安全的保障。此外,场景创新和服务体系的提升,能够更有效地满足消费升级的体验感,提高客户黏性。”

学科类培训监管覆盖高中 2022年落实“双减”仍是重中之重

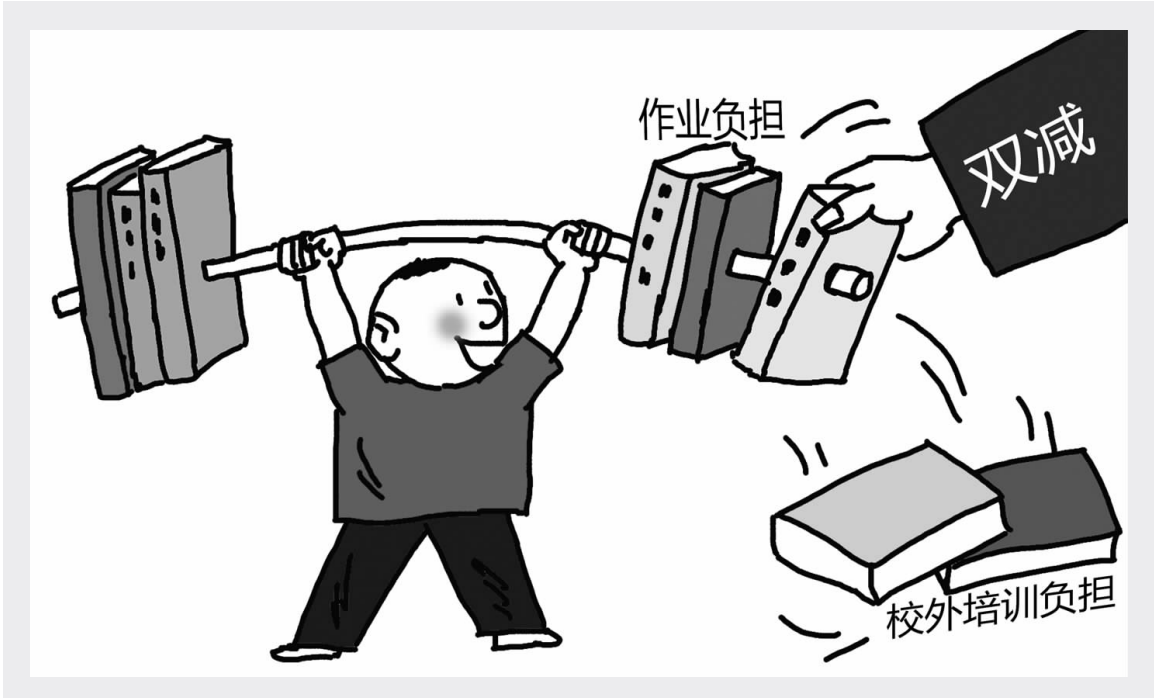
高中学科培训成监管重点

近日,教育部在其官网发布了2022年工作要点,共有35项。这些工作要点或凸显2022年教育行业的政策走向。值得关注的是,教育部特别提出继续把“双减”工作摆在突出位置,巩固成果、健全机制、扫除盲点、提升水平、维护稳定、强化督导,并将

指导各地对于非学科类培训机构的区分,体现公益属性,实现常态化监管,防止出现新的野蛮生长。

21世纪教育研究院院长熊丙奇指出,这表明“双减”仍是2022年重中之重的工作。他表示,“根据教育部发布的工作要

点,防止义务教育阶段学科类培训转向地下、遏制非学科类培训野蛮生长、严格规范高中学科类培训,将是2022年‘双减’的三大重点。这三大重点都将面临严峻的挑战,比2021年从严监管义务教育阶段的学科类培训机构更复杂。”



落实“双减”仍是2022年学校工作的重中之重。

本报资料室/图

监管常态化

2月9日,教育部、中央编办、司法部联合印发《关于加强教育行政执法 深入推进校外培训综合治理的意见》。这是首个校外培训监管行政执法专门文件。

储朝晖认为,将校外教育培训监管上升到立法层面,有助于建立常态化、规范化的监管机制。对此,他进一步解释道,“教育部行政执法范围和力度都有限,因此联合中央编办、司法部,就可以采取一些相对刚性的措施。但校外学科培训的治理并非短期行为,对于校

培市场存在的不断替代、再生、转换、变异等形式,需要制定专门的指导意见,实行常态化监管。因此,立法是从长远的视角来看待这个问题。”

熊丙奇则认为,教育部工作要点提出推动校外教育培训监管立法,这是把监管纳入法制轨道、实行依法治教的重要举措。

记者从一位曾报名学而思课程的高二学生家长处获知,在通知取消的消息中提到,为进一步响应国家“双减”政策,学而思培

优北京分校高中取消春季课程,并启动退课退费工作。

储朝晖指出,高中确实存在过度培训的问题,由于高考的题型相对固定,高中阶段的过度培训前后的考分会出现截然不同的情况,大量的过度培训即意味着教育存在不公平。“事实上以现在的标准衡量,高考也存在通过培训创造的‘考分失真’,但目前的高考制度并没有对此进行判定的专业条件。因此通过减少培训对学生考试分数的影响,

第一股品牌抢跑

数据显示,从1999年到2009年10年间,我国餐饮企业的上市数量只增加了5家,此阶段的总数量是8家。

部分行业专家认为,虽然我国消费赛道空间广阔,但餐饮服务企业却呈现出品类、无品牌的状况。因此,成为某个品类的第一股或可占得品牌营销、资本运作等方面的“先机”。

沈萌认为,所谓的“赛道空间广阔”,依据是中国人口基数大且“民以食为天”,但在整体消费结构以中低阶层为主的背景下,价格敏感的作用远大于品牌需求。而且,餐饮行业要出现规模性的品牌差异并不容易,也不是短期内可以实现的。上市融资后的业绩表现如果不乐观,再融资空间有限。

据记者不完全统计,从1999年到2009年10年间,我国餐饮企业的上市数量只增加了5家,此阶段的总数量是8家。接下来的10年,也只增加了7家。截至目前,我国登陆资本市场的餐饮企业数量是21家。

朱丹蓬则指出,“餐饮行业还没有完全进入一个品牌化、专业化、规范化、资本化、规模化运营的节点”。

欧睿国际数据显示,2020年中国餐饮的连锁率仅为10%,而美国、日本的连锁率在50%左右。资本程度和规模化程度低,但这也正意味着该赛道存在大量的投资和上市机会。有投资人曾预估,如果对照美、日两个国家的人口与餐饮企业上市公司的比例来看,中国应该分别有约240家(对标美国)和1000家(对标日本)餐饮上市公司。

从整体行业来看,中式餐饮目前仍处在多品类、强竞争的现状。盘古智库研究院研究员江瀚指出,文化认同度和标准化也是难题。“中式餐饮最大的特点就是对于饮食的追求丰富多彩,但不同特色的餐饮打破地域性限制也成为了相应的难题;而对中式快餐店来说,

如何做到全面标准化也是亟须解决的难题。”

“在国内,一家餐饮企业有可能在某个地方做得非常好,但一旦品牌离开本土后,想要实现快速崛起和扩张,就会时常出现问题,这实际上反映的是不同餐饮文化认同度。而对于当前的快餐企业来说,想要提高标准化的程度,则意味着要建立强大的供应链管理,一方面要进行本土化的改良和创新,另一方面则需要借助中央厨房等多种新技术努力实现整个产业的标准化。”江瀚说。

江瀚进一步表示,目前某个餐饮品类在资本市场的“抢跑”非常重要,在中国资本市场上,“第一股”的名号具有非常大的价值,很多产业其实都曾经出现过“第一股”抢跑的现象,比如“中式快餐第一股”老乡鸡。

据了解,作为安徽省最大的快餐连锁品牌,老乡鸡在全国已有超1000家门店。从城市布局来看,老乡鸡正在加速进入一线城市。根据《2021胡润中国餐饮连锁企业投资价值排行榜TOP50》,共有15家中国餐饮连锁企业价值超过100亿元,包括老乡鸡、德克士、周黑鸭、西贝、蜜雪冰城、奈雪的茶等企业,老乡鸡首次上榜。

知情人士透露,西南地区作为众多餐饮品牌的发源地,政府方面也推动相关企业上市,从而提高当地的经济发展质量。他表示,“在依法合规前提下,为重点拟上市企业出具合法合规性证明材料、保障募投项目落地、补缴和延缴税款等事项开辟“绿色通道”,全力排除重点企业上市挂牌障碍,帮助企业加速上市进程。畅通企业对接高层次资本市场渠道,为贵州企业对接资本市场提供一站式、全方位、个性化、高效率的服务。”