

据权威调研公司测算,国内婚庆及嫁娶产业规模约有五、六千亿元

婚庆产业“甜蜜蜜” 风投机构频“来电”

尽管风投注资婚庆行业的案例频现,不过,有业内人士判断,婚庆行业诞生上市公司的时间不会太快,关键原因就是行业特质注定了财务很难规范,规范难度甚至比餐饮业还高。

证券时报记者 胡学文

《非诚勿扰》等婚恋交友服务节目的红极一时,以及诸如世纪佳缘、百合网等婚恋网站的白热化竞争,都让市场见识到国内婚恋市场的蓬勃。但与热闹的婚恋市场不同,处在这个产业链条下游的嫁嫁市场相对不那么让人熟知,但事实上嫁嫁产业才是真正的闷声发大财——资料显示,目前处于产业上游的中国婚介业年产值只有50亿~80亿元,而根据权威调研公司的计算,下游婚庆及嫁娶市场产业规模大约有五、六千亿元。

风投布局 婚嫁业隐形冠军

证券时报记者获悉,去年底国内婚嫁 O2O 平台 591 结婚网获得江苏高投旗下紫金文化产业发展基金数千万元投资,这也是 591 结婚网继去年初获得维西资本旗下辅导期直投基金首轮投资后再获资本青睐,维西资本担任该轮融资独家财务顾问。

资料显示,591 结婚网成立于 2005 年,公司通过线下及线上结合的方式累计为百万新人及数万婚嫁商家提供服务,举办的全国婚庆博览会拥有承办场次最频繁,品牌覆盖最广、到场新人最多、现场成交最活跃的优异表现,通过 8 年发展逐步形成“全国婚庆博览会”、“互联网预约/预订平台”、“一站式婚礼会所”三块具备行业核心地位的婚嫁产业集团。

作为此轮融资的独家财务顾问机构,维西资本的创始人兼 CEO 桂鑫认为,国内资本市场至今没有一家婚嫁类上市公司,两年前通过对该领域的研究发现整体营收规模都不大,591 结婚网当时也只是一家年销售额仅 2000 万的中小公司,但近两年公司依托婚博会业务快速扩张,一举成为这个行业的隐形冠军。

而在这之前的 2011 年 3 月,喜事网也曾宣布获得泰山天使创业基金投资。喜事网创立于 2007 年,由携程网北京旅游度假业务负责人巫凯南设立,巫凯南因偶然机会开始研究结婚消费市场,认为其中存在一个潜力巨大、发展迅速的市场机会,于是放弃期权,辞职并筹备创立喜事网。

婚庆产业这块日益膨胀的“甜蜜蛋糕”,也引起了上市公司的注意。2012 年底,浙江都市家庭服务有限公司(总部在杭州)签约宁波尚丽品婚嫁有限公司,向后者注资 1000 多万元,联手打造浙江首个 O2O 模式的都市家庭服务体系。据了解,都市家庭由上市公司生意宝董事长孙德良创办,作为一家网络公司投资婚庆企业,将利用网络优势打通从线下服务到线上运营的婚庆产业链。

除了频频获得风险投资青睐外,还有婚庆机构开始登陆区域性的股权交易市场,尝试先行一步与资本市场亲密接触。上海股权托管交易中心在去年底也迎来 1 家婚庆机构的挂牌。婚庆文化市场(常州)有限公司在上海股权托管交易中心 Q 板挂牌上市,股份代码 200176,总股本 6000 万股。资料显示,婚庆文化市场(常州)有限公司是江苏创业集团旗下的服务业企业,

主营婚纱影楼、喜糖喜酒、鲜花装饰、金银珠宝等,是常武地区最大的一站式婚庆用品市场,经营面积达 25000 平方米,设有 100 多个商铺及仓库等功能性配套位。目前,该市场招商全面展开,已与苏州婚姻协会、浙江婚姻协会和常州婚姻协会结成合作联盟。

尽管风投注资婚庆行业的案例频现,不过,有业内人士判断,婚庆行业诞生上市公司的时间不会太快,关键原因就是行业特质注定了财务很难规范,甚至规范难度比餐饮业还高,以婚庆行业比较主流的平台模式为例,多为 C2C 业务,面对的整合对象多为小商户,本身就存在不规范和偷税漏税等问题,营商环境导致单一环节规范成本很高,利润率不像传闻的那么高。

当然,支撑风险投资看好婚庆行业的理由也十分强大——国内婚庆行业的市场容量绝对大,且有较强的抗周期性。”2009 财年日本华德培公司收入和利润实现双增长,成为为数不多的成功抵御全球金融危机影响的企业就是最好榜样。

婚庆产业 呈高度分散格局

作为刚刚完成对 591 结婚网投资的风投机构,江苏高投经办 591 结婚网项目的投资经理十分看好这一产业的发展。该投资经理说,中国的婚庆礼俗、文化源远流长,随着人民群众物质和精神生活的不断提高,新婚人群对婚礼消费的需求从简单的温饱型要求逐步发展为个性化、多样化。加上现在结婚的新人多为独生子女,婚礼花样越来越多,档次越来越高,婚嫁消费激增,行业市场空间日趋扩大。

以南京婚庆市场为例,近几年南京结婚新人每年在 5 万对以上,包括婚纱、照、司仪、婚宴在内,每对新人消费额在 12 万~15 万元,南京婚庆服务行业年市场规模超过 60 亿元。”上述投资经理介绍说。

尽管婚庆市场快速发展,不过在业内人士看来,目前这一市场呈现出高度分散的初级特征,主要表现为:首先,市场呈高度分散局面,全国婚纱市场呈广州、上海、苏州三足鼎立局面,但其他各地婚庆产品却主要掺杂在服装、礼品、小商品市场内,高档产品、珠宝、服装等主要到百货商场、专卖店采购,婚庆公司、摄影公司、鲜花专卖店散居在城市的各个角落,市场呈高度分散局面,目前没有真正意义做到婚庆服务一条龙;其次,行业从业企业规模普遍较小,全国各城市的婚礼策划企业平均每家从业人员 10 人左右,婚纱摄影企业平均每家 40~60 人,很多相关公司都是以工作室的形式存在,尽管婚纱礼服生产企业有大中型企业,但除潮州、厦门、苏州等大型生产基地外,手工定制和家庭作坊式的小型企业还是占大多数;另外,从业经营者水平参差不齐,由于从业门槛很低,无论从业者还是企业主,草根气息很强。

看好婚庆产业 整合提供商

在不少人看来,婚庆产业的进入门槛相对较低,加之行业整体发展处

于初级阶段、地域性较强等原因,本身并没有太多大机会。不过,有业内人士认为,正是由于国内婚庆行业目前的高度分散现状,为婚庆产业整合提供商提供了机会。上述投资经理就表示,婚嫁服务行业是充满商机、前景看好的朝阳产业,未来有望在较长时间内呈持续高温态势,市场容量绝对大,而且相对抗经济周期。”

在一衣带水的日本,已有一个通过走婚庆产业整合提供商路子最终成功的榜样。日本最大的婚礼服务公司华德培目前已经上市,据了解,华德培就是先后经历了专业婚纱租售、国内网点扩张、海外市场拓展等几个发展阶段,在完成规模扩张的同时,通过加大与婚庆相关设施的投入来夯实基础,如建立国内外专属度假地、专属婚礼教堂、礼服加工厂、相册加工厂、DVD 制作中心等,最终由经营礼服租售转型为全面婚礼服务,形成日本首家整合婚庆产业链,从婚纱摄影到婚庆仪式的一条龙婚庆服务机构。

华德培案例更让国内的婚庆机构看到成功的希望。上述投资经理就认为,国内婚庆产业的整合提供商将率先强大。从行业规律看,婚嫁服务市场洗牌在即,亟须出现强势品牌来提升服务质量。在市场呈高度分散状态下,最先做大做强的必然是能最先提供整合服务的供应商,一些从事关键产品或服务或掌握重要资源的企业会成为行业的“领头羊”。

北大纵横管理咨询集团合伙人蒋文剑也认为,中国婚庆产业呼唤整合者和领航者,谁能正确把握企业成长的机遇和战略路径,谁就将在新一轮竞争中率先崛起。在他看来,婚庆企业发展到一定规模后,想要进一步成为行业的整合者,一般有三种战略路径可供选择:一是渠道规模化,即采取直营或加盟方式,在同城或各地市场增加营业门店数量;二是产业链一体化,即原本是只做婚纱摄影的,现在逐渐发展到婚纱制作、婚礼策划等,但仍专注于婚庆市场;三是目标市场多元化,即以前是专门做婚纱摄影的,目标消费群体是新婚人群,而现在拓展到艺术写真、儿童摄影等,目标消费群体也相应扩展到无结婚动机的年轻人、儿童等多样化的人群。

与此同时,O2O”模式的广泛采用也让传统婚庆行业的运作披上了互联网

参股红塔红土基金之后仍觉不过瘾——

深创投拟设首家创投系独资公募基金

证券时报记者 胡学文

去年年初,证监会发布《资产管理机构开展公募基金证券投资基金业务暂行规定》,明确表示符合条件的股权投资管理机构、创业投资管理机构等其他资产管理机构可以开展公开募集证券投资基金业务。

该项举措被解读为监管层对于资产管理机构走大资管模式的明确支持。在经过一年左右的筹划孕育后,日前国内创投机构龙头企业深圳创新投资集团有限公司宣布,拟设立独资公募基金证券投资基金管理公司——红土创新基金管理有限公司。这是深创投继此前参股红塔红土基金后,再度尝试涉足公募基金行业,也是国内首家由创业投资管理机构发起成立的独资公募基金管理公司。

私募涉足公募放行 深创投“梅开二度”

私募股权投资和创业投资(VC/PE)机构掘金二级市场的不在少数,除了证券时报日前独家报道的红杉资本设立弘尚资产专注国内二级市场投资外,诸如中信产业投资基金、鼎晖投资等已经先后成



概念的“新衣”。有业内人士就评价,以 591 结婚网为例,该婚嫁网站主办的全国婚博会场均到场新人万余对,95%以上都是通过互联网报名索票,并在指定日期和场馆参加线下一站式婚庆采购,这是典型的婚嫁服务领域 O2O 模式。据了解,目前采用这一模式运作婚嫁产业的机构已有多家,比如到喜啦就是通过互联网结合线下服务的 O2O 模式,解决

了用户在寻找婚宴、喜宴酒店时所遇到的各种困难。

实际上,除了一些在一定区域市场保持较高活跃度的婚庆公司外,嗅觉好的婚恋网站也已经着眼于整合产业链下游的婚庆市场,如百合网向市场推出小两口婚嫁服务网站。相较于直接切入婚庆产业的机构来说,婚恋公司延伸涉足产业链下游的婚庆市场有着天然的优势:婚庆市场至今没有全国性的强势品牌,且行业服务标准化水平较低,准入门槛不高,还没有强势资本介入;婚恋网站拥有海量的会员服务过程信息,相对传统婚庆行业来说,更了解用户的个性化偏好,更容易为后续的婚庆服务提供全方位的支持与策划;各大品牌婚恋网站已经拥有海量的会员资源,这些会员对婚恋网站的品牌具有积极正向的认知。

立专门的二级市场投资部门或机构。

作为国内创投机构的领头羊,深创投对于二级市场的投资机会也一直十分关注。深创投董事长靳海涛在多个公开场合表示,建议创投机构应该管理自己的二级市场基金。靳海涛的理由是,二级市场属于创投的下游行业,对二级市场的把握能力将深刻影响到创投的发展,因而有必要提高创投企业在二级市场的运作能力,使为企业服务的半径从一级延伸到二级市场。

正是基于此,深创投在 2012 年与红塔证券、华远集团携手发起设立了红塔红土基金,注册资本为 2 亿元人民币。其中,红塔证券出资比例为 49%,深圳市创新投资集团出资比例为 26%,北京市华远集团出资比例为 25%。尽管红塔证券是大股东,但后两者在资本市场中的名气显然盖过了红塔证券,难怪有媒体称,这家基金公司背后藏有靳海涛和任志强两位大佬级人物。

或许仅仅参股一家公募基金还不过瘾,一纸招聘信息将深创投二度出手筹划设立独资公募基金的消息浮出水面。近日,一家名为红土创新基金管理有限公司的公募基金发出招募英才的信息,其中包括投资总监、基金经理(股

票型)、专户投资经理(股票型)等多个重要职位。

深创投表示,在“大资管”时代背景下,公司依托自身在创业投资行业多年的丰富实践和成功经验,正在逐步打造以创业投资为核心的综合性财团,设立独资的公募证券投资基金管理公司——红土创新基金管理有限公司,乃是集团综合性财团发展战略的重要举措之一,旨在通过设立公募基金管理公司将深创投在创业投资领域积累的经验延伸到二级市场,将深创投的业务从私募拓展到公募,进军中国财富管理的蓝海市场。

定增业务牛刀小试

事实上,深创投对于二级市场投资并不陌生,相反,早在参股和新设公募基金之前,深创投已经通过定向增发等方式频繁现身 A 股二级市场投资,资料显示,深创投近年来陆续参与多家上市公司的定增,包括欧菲光、蓝色光标、长城开发、华英农业、怡亚通、天马精化等。

靳海涛此前表示,在首次公开募股(IPO)暂缓的背景下,要重视上市公司定向增发的投资机会,创投机构应该加强一二级市场的联动。

应该说深创投在定增市场的牛刀小试已经让人惊艳,以参与欧菲光为例,欧菲光是深创投 2006 年投资的项目,当时深创投注资 1941.18 万元;2010 年 8 月 3 日欧菲光上市,深创投持有 1059.98 万股股份,占发行前总股本的 14.72%。此后深创投还捧场了该公司的定向增发,受益于公司股价持续上涨,深创投在该项目上可谓一级市场和二级市场通吃,赚得盆满钵满。

上述案例也使业内对深创投一二级市场联动、复制一级市场投资神话寄予厚望。

而深创投投资企业在股票市场上的大放异彩更充分印证着其在一级市场的眼光,数据显示,2013 年深创投投资的企业明星牛股频现,网宿科技、中青宝、乐视网三家上市公司股票全年涨幅排名 A 股“十大牛股”之列,翰宇药业、三维丝、尚荣医疗、欧菲光、洲明科技、腾邦国际等多家上市公司股票涨幅均在 1 倍以上。

截至目前,深创投累计投资项目逾 500 个,其中 90 个项目已在全球 17 个资本市场上市,助力潍柴动力、乐视网、欧菲光、晶科能源、网宿科技、远望谷、好想你等一大批成长性和创新发展成为行业龙头企业。

欢迎订阅《创业资本汇》微信

《创业资本汇》是证券时报创业投资资讯平台,深挖资本背后故事,汇总投融资快讯。小汇欢迎爆料,欢迎交流!

订阅指南:

- 1、扫描右侧二维码(点击微信右上角“添加”按钮,扫一扫)
- 2、搜索我们的名字“chuangyzyzh”(点击“添加”按钮,添加好友。进行关注)

