雷军亲任董事护航"面膜行业小米"

证券时报记者 文星明 邢云

谁将是中国移动互联网品牌第一

日前, 茵曼获第二轮 3.24 亿融资, 韩都衣舍、裂帛等淘品牌也不断被爆出 准备上市的消息。

暗流涌动的互联网品牌 IPO 潮中, 御家汇创始人戴跃锋也不甘人后,昨日, 他在接受证券时报记者专访时表示,御 家汇将争取在2016年上市,同时年销售 超 20 亿元,成为中国面膜第一品牌。

戴跃锋的信心一部分源于互联网大 佬雷军的青睐。在此前的第二轮融资中, 御家汇获得雷军旗下顺为基金亿元投 资。更让人关注的是,雷军还接受邀请成 为御家汇的董事,此举在雷军的投资生 涯中,实属罕见。

雷军出任公司董事

管理数百亿美元资产的雷军,竟然 亲自上阵,担任所投资公司董事。

戴跃锋说,因为知道雷军的时间宝 贵,他仅准备了15分钟的PPT,但讲了 5分钟后,雷军当即拍板。

事实上, 戴跃锋提出的合作条件并 不优厚,因为占御家汇比例低于10%, 御家汇还向雷军提出董事任职请求。

众所周知,邀请雷军出任董事的 公司很多,但他一般都会拒绝,御家汇 让雷军松口的原因是他 非常看好这个 行业"。

雷军现在的投资策略倾向于投 跑 道"。他认为中国崛起将带动快消品旺 盛。其中, 互联网+化妆品"则是未来可 以确定高速发展的领域。雷军在化妆品 行业遴选过多个企业,但大多数属于传 统企业,不符合他的互联网思维。御家汇 则是该行业唯一从产品到销售让雷军看 好的公司。

识货"的不仅是雷军,御家汇因公 司模式和行业前景长期受投资基金青 睐。不过,戴跃锋对风投一直持谨慎接纳 态度, 公司并不缺乏现金流, 需要的有 资源,能解决公司战略发展问题的投资 方,而且这些资金股权占比不会很多,不 能影响到目前团队对公司的控制权"。

在戴跃锋眼里, 雷军的顺为完全符 合他对风投资金的要求。而且,雷军作为 董事,将利用其自身经验对御家汇产业 链资源整合、战略规划、团队建设等多方 面提供建议与帮助。

也就是说,相对于雷军的钱,我们 更需要他的经验与智慧。"戴跃锋说。

做面膜行业的小米

80 后董事长戴跃锋 2006 年从获得



图为御家汇创始人戴跃锋

御泥坊"面膜网售代理权起家,2008年 即返身收购上游企业,集生产、销售于一 身。后跟随互联网浪潮的持续爆发,御家 汇快速发展,目前自主研发了多个护肤 品配方技术,公司已经获得30多项国家 专利技术,拥有御泥坊、花瑶花等4个护 肤品品牌,2014年单面膜贴销售量超过

因背靠马云的淘宝开始创业, 戴跃 锋因此自称是马云的 信徒"。现在要借 鉴小米模式突破天花板,戴跃锋则成了 雷军的 粉丝"。

简单点说,我们就是要做面膜行业 的小米。"戴跃锋对此毫不隐瞒。

戴跃锋说,做了这么多年的电子商 务,越来越觉得产品才是王道,传统销 售,核心竞争力是商业模式,互联网销 售,核心竞争力就是产品。"这与雷军小 米模式的产品核心论不谋而合。

在雷军看来,产品的优化,除加大研 发投入外, 戴跃锋还需进一步掌控更多 国际高端原材料,改造供应链,御家汇在 此可以复制小米手机供应链整合经验。

在营销端,御家汇也向小米靠拢。传 统化妆品企业广告费用占营收 30%左 右,御家汇采用与小米相似的互联网 口 碑"营销,2014年广告支出占比低于 15%,今年将继续压缩。

御家汇营销费用缩减另一个重要原 因是公司在移动互联网的布局逐渐成 熟。2011年公司移动端销售额仅为100 多万元,2014年移动端销售额接近3亿 元, 目前移动端整体销售已超过总销售 额的50%。"戴跃锋说。

统计数据显示,通过手机淘宝微淘、 微信以及公司自主研发的手机 app 等多 个移动端与顾客连接,其中单御泥坊微 淘账号粉丝数接近300万,排名护肤类 目全国第一。

此外,御家汇与小米的合作未来将 有更多想象空间。据戴跃锋透露,公司已 于半年前秘密组建团队研发肌肤可穿戴 设备,但是否与小米合作,戴跃锋回复说 现在不方便透露,上市产品一定会给到 顾客惊喜"。

计划2016年A股上市

茵曼、韩都衣舍、裂帛等互联网品牌 的上市竞走并未让戴跃锋感觉紧迫, 我 们希望在 2016 年上市,成为中国 A 股 互联网品牌第一股"。

在上市的同时,御家汇 2016 年业 绩目标是营收超20亿元,成为国内面 膜第一品牌。据了解,2015年,御家汇预 期营收过10亿元,因此,御家汇要实现

2016年营收目标,必须保持接近100%

好在面膜行业有足够的市场空间 让御家汇施展拳脚。官方发布的数据显 示国内面膜市场 200 亿元左右。但御家 汇在对核心用户进行市调后,发现有面 膜使用习惯的人,每年用100片左右, 按这个数据计算,面膜市场规模已超 300 亿元,且这个市场每年有 30%~50%

御家汇在细分行业所处龙头地位也 让它在上市预期中占据优势。据记者了 解,根据国内行业发展不同,服装企业往 往需形成 50 亿元以上销售规模,才能跨 过上市门槛, 御家汇很有可能因此抢占 先机。

此外,戴跃锋强调,公司上市时的 定位将是互联网科技企业,而不是传统 的消费型企业, 我们通过互联网进行 营销,整个顾客管理系统自主搭建,并 有相关专利,是真正互联网+消费品企 业;目前我们已经掌握了超过1000万 消费者数据,未来这些数据有无限想象

戴跃锋说,上市只是个里程碑,在未 来 5~10 年内,御家汇将致力改变全球面 膜的格局, 进而革新整个护肤品行业, 2019年,公司营收将达到50亿元。

中国式股权众筹功能定位 与商业模式

王守仁

为落实国务院关于开展股权众 筹试点的相关规定,中国证券业协 会制定有关管理办法并正在广泛征 求意见,这将标志着中国式股权众 筹业正迈向规范发展的轨道。为此, 本文就打造中国式股权众筹发展模 式及行业监管规则提出一些看法。

股权众筹平台 功能定位问题

美国奥巴马政府于 2012 年制 定了《江商初创企业推动法》即 JOBS 法案。对中小微企业借助股权 众筹平台私募发行股票募集资金实 行注册豁免。

这一模式传进中国。近两年,全 国各地涌现出一批股权众筹平台。 美国将股权众筹平台定位于运用互 联网互联互通技术优势及云计算、 大数据等为中小微企业私募发行股 票式股权融资提供中介服务。这一 定位理念虽然具有独特的创新性, 但引入我国后,必须与我国实际紧 密结合,才会有生命力。

1、根据美国法律,中小企业只 要符合相关规定,便可自主发行股 票进行股权融资,JOBS 法案将豁免 权交给美国证监会。而我国现行法 律和英美大不相同,长期以来我国 法律规定企业只有申请在证券交 易所交易挂牌,方可允许 IPO 发行 股票;新三板设立后,尽管企业申 请挂牌不再设财务指标,但也要经 过备案审核。在现实生活中,我国 的股权投资无论是创投基金还是 股权众筹平台,其投资工具均为工 商部门注册的非证券化实物形态 股权,而这种股权形态不仅非标 准,流动性差,而且与股票形态股 权有本质上的差异。

2、非证券化股权投融资风险很 大,主要表现在信息严重不透明和 不对称。我国的征信制度和诚信体 系极限不完善,投融资双方处于严 重的信息不对称之中。而互联网的 互联互通是以发达的征信制度和 信用体系为基础,否则不仅难以发 挥其应有的功能,而且还容易扩散

3、美国的股权众筹业是在发达 的天使投资业基础上融合互联网技 术而发展起来的。但是我国天使投 资业以及创业投资业兴起还不到 20年,无论政策法规、资本市场、机 构自身等都存在需要改革创新的地 方。我国专业化天使投资队伍还相 对弱小, 大多是分散的大众兼职天 使投资者,即投资者拥有固定职业, 同时对感兴趣的项目又愿出资进行 小额股权投资。他们一般不参与被 投企业的管理, 也极少为企业提供 增值服务。

对于股权众筹平台上的小微创 新企业来说,唯有引入具有丰富经 验的专业天使投资人和专注投资初 创期的创投基金,才有可能使企业 在获得股权资本的同时,又能得到 更多的高成长性增值服务。

鉴于上述我国股权众筹与美国 所存在重大差距,且这种差距又不 是短期能消除的,因此,我们不能盲 目照搬美国的做法, 而应该紧密结 合我国的实际,来设定我国股权众 筹平台的功能定位。

私募股权众筹融资管理办法》 试行) 征求意见稿)将私募股权众 筹功能定位为: 为融资者通过股权 众筹融资互联网平台以非公开发行 方式进行的股权融资活动提供中介 服务。这种功能定位设计,无疑类似 于为企业发行股票提供服务的券商 中介机构。这显然不完全符合我国 的实际情况。它还应该增加更多有 效功能,包括预测、防范和化解信息 不对称等投资风险,企业在获得投 资金的同时能够更多地得到外部资 源等,而这些功能的有效发挥,还必 须以法定的企业组织形式作为载体 开展运营活动场所。否则仅仅作为 股权融资中介服务平台,是不够的。

根据调查, 在现已设立和运作 的股权众筹平台中,富有生命力的 发展模式是北京的 '天使汇'"和深圳 的 "大家投"。它们的共同特点是,为 了有效规避风险和提高投融资效 率,均实行 领投+合投"有限合伙

模式。其中"大家投"通过选择具有 投资能力和成功经验的领投人与分 散的大众投资人共同组成有限合伙 基金投资线上企业。领投人不仅充 当基金 LP,而且扮演基金 GP 角色, 而大众投资者一般担任 LP,这一模 式不仅有助于在项目选择评估上发 挥领投人的智慧和经验,而且投后 管理上还可继续发挥领投人为被投 企业提供增值服务,以及与大众投 资者保持信息对称的功能,在保护 投资者合法权益基础上, 使被投企 业实现快速成长和价值增大。

此外,还有一种新模式也应当予 以引导和鼓励发展,即股权众筹平台 机构在运用互联网为投融资双方信 息互通和需求对接提供服务的同 时,还应在有限合伙股权众筹投资 基金中担任领投人和基金管理人。 大众投资者缺乏价值判断和风险识 别能力。通过这种有效的组织架构 和运行机制, 使股权众筹机构承接 大众投资者委托,将极大提高对微 小企业投资成功率,从而使投资人、 企业与股权众筹机构实现多赢。

创新商业模式: 股权众筹成功关键

对于股权众筹来说,不仅要建 立一套完善的风险规避机制,还要 擅于发现被投企业的核心价值,并 帮助其价值增值。这便决定其商业 模式必须在动态中不断实现价值与 风险之间的平衡。这种特殊的商业 模式涵盖如下几个方面:

一是交易结构设计。这里的股 权众筹平台,不能简单地理解为一 种中介服务平台,还应当设计 领投 人+合投人"的有限合伙基金组织模 式,并以此为载体开展营运,才能够 避免信息不对称,实现投融资双方 有效对接,提高投资成功率。

二是风险架构设计。如上所述 股权众筹风险较大, 主要反映在企 业成长过程中存在严重的不确定性 和信息不对称所带来的道德风险和 逆向选择,如拟投企业可能存在信 息披露不全面或虚假, 股权众筹机 构与被投企业之间存在关联交易, 以及被投企业和股权众筹机构的诚 信度较差等。为此,应强化线下对项 目的尽职调查,以便获取更多的真 实信息。

三是法律架构设计。中国证券 业协会制定的管理办法试行, 股权 众筹运作中的法律风险仍较大,突 出表现在:一是刑事法律风险,如非 法集资和欺诈募资; 二是行政违法 风险,如发布虚假信息等;三是行政 干预风险,即国家有关部委和地方 政府部门的不正当干预等。可以说, 目前我国的股权众筹业正行走于现 行法律风险边缘。

政府的规范监管应给予宽松的 成长环境和有力的扶持, 引导其健 康快速发展。同时,还应宽容其失 败。当然,对给社会造成危害的非法 行为要零容忍,并给予坚决打击。

至于对股权众筹的监管模式, 由于其既具有中介服务平台功能, 同时又具有大众筹资式有限合伙股 权投资基金的功能, 因此应由证券 业协会和投资基金业协会联合进行 行业监管。除此之外,股权众筹专委 会管理层,不可完全由证券机构组 成,还应吸收有代表性的天使投资 机构和创投基金参与。还有本人一 贯坚持认为,即股权众筹中的股权, 在我国现实经济生活中,它不是股 票,而是工商部门注册的股东权益 凭证 实物形态股权)。如果坚持用 法定有价证券的思维来监管股权众 筹,必将是南辕北辙。

(作者系深圳市创业投资同业 公会常务副会长兼秘书长)

节目预告 甘油四甲(特罗伯):『東京新聞的地方 技事選供的 限、海真和教育與有限外点。《新教育》與某种,经有主因而 余數要而上于使其此類(數字和之相應、具有由系統の、物理 ■今月出境营业部(部分名单) 医抗链药 军事业务总统法定中心 开朗证券 北京开心系证券實注部 东北外岛 北京三甲河东港汽小部 恒素证券 北京对流主心

■鍾出財制: 日常卫初《投资论章: 陳印 22:20

国今日出模京宾:

■主持人: 立

岂凡网络创始人兼CEO曹凯:

游戏产品不是百米跑而是马拉松

证券时报记者 朱筱珊

三次见到曹凯,他都是穿着简单的 T恤,磨白的牛仔裤和字母标记明显的 运动鞋。下属叫一声老曹, 他便立刻应 声,随即开始和同事交谈。

老曹今年不过三十而立。他是迄今 为止唯一一个连续做出两款收入过亿的 游戏的人;他曾利用5年的时间将第七 大道从五个员工发展为网页游戏行业第 一的大公司; 他也曾卖掉第七大道所有 的股份, 离开自己一手创立的公司。现 在,他新的身份是岂凡网络创始人兼

岂凡网络无疑是受资本宠爱的。从去 年8月份到今年2月份,岂凡网络的估值 接近翻了两倍,高达13亿。这也是游戏圈 迄今为止估值最高的创业团队。一个月 前,基石资本 1.43 亿人股岂凡网络,成为 今年游戏界首笔投资过亿的投资。

资本曾是痛点

用现在流行的一个词, 曹凯对游戏 是 真爱"。因为是真爱,所以他接连做出 两款风格迥异的游戏并成为爆款。对于 游戏界制作人而言,一款游戏成功后,很 难再有精品出现的现象,曹凯认为危机 感和目标感很重要。

证券时报记者: 为何自己会成为游

戏界的"金牌制作人"?

曹凯:其实这个词有点怪。目前 釜 牌"两个字的含金量越来越低。但国内真 正好的金牌制作数量很少。自己可以连续 推出两款爆款,一是来自深深的危机感。 第七大道在初创时期,遇上 2008 年金融 危机。现金流出现很大问题,3个月发不 出工资。有过这样的经历后,我会觉得之 后很大的成功都有一种虚幻感。有点类 似最近上映电影《灰姑娘》中的南瓜车。 因此在做游戏这件事上,我从未松懈过。

第二原因是目标感。做第一款游戏 弹弹堂"是为了生存。没有 弹弹堂"的 出现,第七大道将不复存在。第二款产品 神曲"的目标是为了超越。这一次,成立 岂凡网络是为了实现自身价值。我想知 道自己能力的极限在什么地方,这一次, 岂凡网络能走多远。

证券时报记者: 听说前几年离开第 七大道后,你对资本运作是比较排斥的 心态。这次引进基石投资,你现在对资本 的理解有什么样的改变?

曹凯: 我对资本的理解有很大的转 变。离开第七大道是人生的一个痛点。刚 从七道出来, 我对资本是持比较排斥的 态度。

后来, 我发现创业是一条孤独的道 路。从七道出来后,自己继续从事游戏的 制作工作。引进投资人后,遇到困难后有 人商量,孤独感减轻很多。另外,引进投

资人后,基石和岂凡可以资源互补。岂凡 只要专注做好游戏就可以了。未来资本 层面的运作,专业的事情交给专业的人 做。此外,引进投资后,岂凡迅速扩大了 规模,在四个城市建立了分公司。

页游行业越来越规范

重出江湖的曹凯并没有选择做目前 最火的手游。一个月前,岂凡还在测试一 款手游产品。一个月后,曹凯告诉记者, 四个城市的岂凡网络在独立开发四款网 页游戏产品。手游将不再是现阶段考虑 的重点。

证券时报记者: 为何现在会选择做 页游?

曹凯:手游行业现在很火,自己的产 品对行业的影响不大。加上自己是做页 游起家,在行业内有一定积累。最重要的 原因在于页游和手游的用户体验是不同 的。就好比爱看电视剧和爱看电影的观 众,二者之间会有交集,但本质上的观感 体验不同。国内现在缺少好玩的页游产 品。我对接下来岂凡推出的页游非常有 信心。爱肉夹馍的消费者和爱汉堡的消 费者同时存在,二者并不矛盾。

我对产品既有信心,也有耐心。游戏 产品不是百米跑,而是马拉松。游戏最重 要的是生命周期,而非一时的爆红。

证券时报记者:整个页游和手游的

行业现在处于什么样的时期?

曹凯:早期页游市场处于群雄逐鹿 混战的状态。现在形成了三足鼎立的状 态。相较于早些时期,现在的页游行业越 来越正规。标准化、流程化同时集中化。 在整个游戏行业有两种现象比较严重。 一是跟风现象严重。这和中国教育有关 系。 别人家的孩子"一直是我们参考学 习的榜样。因此,游戏产品本身缺乏创 新,跟风很严重。

二是现在的创业小团队很茫然。早期 找不到方向。我现在隐约感觉游戏是有成 功模式。一个阶段内有模式是可以保障产 品持续成功。等自己真正实践过后,会明 白是否有这样成功的商业模式。

资本对手游产品的发热阶段正在逐 渐降温。相较于页游和端游,手游的渠道 处于强势地位,且供给过剩。

证券时报记者: 从去年8月份到今 年2月份, 岂凡网络的估值接近翻了两 倍, 高达 13 亿。这也是游戏圈迄今为止 估值最高的创业团队。您认为岂凡估值 高的原因是哪些?

曹凯:第一是技术,技术是第一生产 力。第二是格局,四个地方的岂凡网络都 是独立研发产品。从投资人风险来看,投 资风险会降低。第三是资源,通过之前和 37 游戏的股权合作,岂凡网络有着渠道 资源优势。最后一点是个人和团队的项 目经验。这四点缺一不可。