

“舌尖上的诱惑” 频繁吸引资本入局

■杨毅

“民以食为天”这句老话在今年的股权投资市场中同样适用。对于私募股权投资、创业投资而言,当前的餐饮赛道显得火热且拥挤。新式茶饮、面食、火锅、卤味、炸串等餐饮品类频繁吸引资本入局。

过去,因为餐饮行业缺乏统一的标准一度让资本踌躇不前。如今,投资人“走街串巷”寻觅着美食,背后是市场环境、投资逻辑发生了变化,部分可以标准化、规模化的餐饮重回视野。人民群众正“吃”出一条亿元级别的赛道。

线下餐饮“风口”忽起

“民以食为天”让餐饮行业生生不息,私募基金也试图在庞杂的餐饮赛道中分一杯羹。

去年以来,随着我国复工复产、线下服务逐渐恢复,消费品市场逐渐复苏,围绕消费的投融资交易数量也持续增长。IT 桔子数据显示,2020年至2021年上半年,消费市场共计出现872宗交易事件。其中,餐饮食品领域的投融资

最为火热,2020年至2021年6月,共计出现359宗投资事件,仅今年上半年就有156宗,同比增长超过100%,合计交易金额超过270亿元。

去年,线上餐饮品牌一度受资本青睐,涉及轻食代餐、休闲食品、预制餐等品类。但到了今年,风口转变,线下餐饮突然火热。据不完全统计,今年上半年,线下餐饮共25个品牌完成28轮融资(不包含咖啡、茶饮)。在线下餐饮中,除了多年来始终保持热度的新式茶饮与咖啡外,面食、卤味、小吃等细分品类也成为投资机构抢滩登陆的细分品类,部分餐饮品牌初露锋芒。

从投资方看,深入巷陌寻找舌尖上投资“灵感”的不乏资本投资知名机构。近日,湖南文和友小龙虾有限公司宣布已完成B轮融资,该轮融资由红杉中国和IDG 领投。公开报道显示,2010年,文和友发家于街边炸串小摊,后又卖起了小龙虾、臭豆腐等。根据天眼查信息,自2020年,文和友共经历了两轮融资。

至于上半年受资本争相热捧的面馆,据不完全统计,已披露的

融资规模累计超过10亿元。今年7月,和府捞面宣布完成E轮融资;兰州拉面品牌马记永、陈香贵等均在今年获得融资。

“标准化”带来投资逻辑转变

在居民消费支出中,第一大项就是与饮食相关。国家统计局公布的2020年居民收入和消费支出情况显示,2020年,全国居民人均食品烟酒消费支出6397元,较上年增长5.1%,占人均消费支出的比重为30.2%。

事实上,在餐饮这条容量巨大的赛道上,从不缺乏创新创业品牌与投资热潮,一批网红餐饮品牌落幕后,又会有新一批品牌在资本的助推下崛起。那么今年,餐饮赛道为何再次受到资本青睐? 餐饮企业又如何在扩张过程中确保管理的稳定? 餐饮企业又该如何抓住消费者的味蕾?

开餐馆相对容易,而难的是持续经营和扩张。餐饮市场相当广阔,但对于追求高增长的资本方来说,餐饮企业过去不受宠的根本原因是缺乏统一的标准和规模。 对于中餐而言,有些品类不适合标准

化,但有些品类天生就适合标准化,比如火锅、面食、烧烤、咖啡等。

分析人士认为,归根结底,被资本看中的“新式餐饮”是将食品标准化做到极致的同时,打造独特而有效的品牌企业。这些品牌从餐厅的店面设计到菜品提供,从上游供应链企业到中游的中央厨房,再到运输至下游门店,均可以实现标准化。例如面食、咖啡都属于标准化高、复制能力强、连锁空间大的品类。在估值逻辑背后,资本关心的是其开店能力和速度,比拼的是供应链能力、拿店能力以及培训体系。

机遇与挑战并存

目前,多个餐饮品类尚未诞生全国性的强势品牌,也被资本视为充满机遇的赛道。中国食品产业分析师朱丹蓬认为,从餐饮融资热门品类来看,新中式奶茶和咖啡是“双子星”,是受到新生代消费者欢迎的品类,市场依然处于发展扩张期。而面条尽管是传统餐饮,但不管是重庆小面还是宜宾燃面,现在都没有形成真正的品牌效应和规模效应,可挖掘的点依然很多。

国民养老保险公司拟设立： 注册资本111.5亿元



商业养老来“帮忙”

新华社发 程硕 作

据央广网

养老险队伍有望迎来新成员。8月18日,中国保险行业协会发布《关于拟设立国民养老保险股份有限公司有关情况的信息披露公告》,揭开了国民养老保险公司的“面纱”。

根据公告,拟设立的国民养老保险股份有限公司注册资本为111.5亿元,注册地位于北京市西城区,业务范围包括:商业养老计划管理业务;受托管理委托人委托的以养老保障为目的的人民币、外币资金;团体养老保险及年金业务;个人养老保险及年金业务;短期健康保险业务等。

从股东情况看,国民养老保险股份有限公司由17家股东共同设立,银行系理财子公司占据了六成以上股份。工银理财、农银理财、中银理财、建信理财、交银理财5家银行系理财子公司以及京投公司、国新资本分别投资10亿元,持股比例均为8.97%;中邮理 财 出 资 6.5 亿 元 , 占 比 5.83%;信银理财、招银理财、兴银理财、民银金投、昭诚资本各持股4.48%。此外,中信证券投资公司、华夏理财持股2.69%,泰康人寿、中金浦成持股1.79%。

“双减”之下,教培从业者 要走出事业“转型”之路

■朱旭

“双减”政策之下,教培行业正在积极寻找转型之路,众多教培行业从业者的去留也成为人们关注的问题。

近日,智联招聘发布的《2021教培行业人才市场分析报告》指出,2021年7月一线城市教培业发布职位数比3月减少了38.2%。2021年7月进行求职的原教培从业者中,51.4%已为离职状态,这一比例高于全平台活跃求职者的平均水平(44.7%)。同时,7月求职的教培从业者有近75%求职者为女性,这与教培行业属性相关,教师群体的女性比例一贯较高。

从岗位结构看,从事“教师/教务”岗的求职人群占整体的70%,且这一比例比3月提高6个百分点。教师作为行业的核心群体,对政策及行业形势的变动更为敏感,更多的人开始求职或者看机会。

那么,面对培训机构即将“凉凉”的现状,老师们该何去何从?

受“双减”政策的影响,市面上将会有一大批教育机构即将“凉凉”或者面临“转型”,而机构的老师们也不得不接受“失业”或者“转行”的现实。

整顿培训机构的政策公布后,相信很多老师都会往这个方向考虑,毕竟有一定的教学能力和工作经验,一旦在教育机构失业了,还能做与自己专业相关的工作,自然再好不过了。

下沉式选股 基金掘金“小而美”

■蒋卓强

近期市场波动加大,部分热门赛道出现回调。在这样的背景下,基金公司挖掘市场机会的视角出现明显变化,一些中小市值股票,甚至是相对冷门的行业和公司,获得基金机构的密切关注。

春节之后,白马龙头股普遍出现较大幅度调整,热门赛道交易逐渐拥挤,近期也开始震荡调整。在这样的背景下,基金公司开始瞄准中小市值公司,这一趋势在近期机构调研中逐渐体现出来。

数据显示,7月以来,基金、券商等机构一共调研了548家公司,其中184家公司被机构调研次数在2次及以上。这些多次被机构调研的公司普遍市值不大,甚至不乏市值不足百亿元的公司。

除了机构调研外,陆续披露的上市公司半年报也显示出,不少基金公司早已在中小盘个股中“排兵布阵”。特别是一些公募基金独门重仓股,市值偏小、行业偏冷门的情况明显。

数据显示,截至8月11日,在已披露中报的上市公司中,二

季度末仅有1家公募基金持股的公司有34家。从流通市值来看,这34只个股的平均市值仅为53.80亿元;从行业上来看,这些个股大多不属于热门行业或领域。

基金公司开始关注中小市值股票,背后的逻辑来源于机构对于市场的研判。基金公司普遍认为,年内A股市场将延续结构行情,但是分化不会过于极致,需要从多方面寻找机会。

专业人士表示,现阶段市场从大市值龙头向中小市值公司的风格切换或将是一个中期过程。经济新亮点将层出不穷。上市公司业绩增速的变化趋势和流动性节奏,决定了今年的投资方向或以偏中等市值且低估值的公司为主。

也有业内人士称,过去两年A股估值扩张比较快,全市场能取得较高的收益率主要是来自于估值的提升。下阶段投资应把合理的估值放在更重要的位置,放弃不符合收益风险要求的标的。此外,虽然经过两年上涨之后,当前的投资机会少了一些,但对估值没有泡沫的板块或公司,其自身的产业逻辑、成长逻辑值得关注和研究。

退票酒店有讲究

买退票险可降低损失

■华军

的退改签政策执行还是需要扣除手续费。

据了解,目前在携程等平台和部分航空公司购买机票都可以同时购买退票险。

在疫情防控形势多变的今天,机票退改签或将成为常态化。旅客该如何规划出行,尽量降低损失?

业内人士建议,提前购买退票险,或等待官方平台政策出台,这样可最大限度降低损失。8月3日,民航局下发通知,明确旅客在2021年8月4日0时前已购买乘机日期在8月4日至8月31日的国内机票,自8月4日0时起至航班起飞前可以免费退票,航空公司及其航空销售代理人不得收取费用;8月4日0时前已申请退票的旅客,不适用本通知。

这意味着,在民航局免费退票、改签政策出台之前已经退票的旅客,并不适用该通知,按之前

本版提示:投资有风险,入市需谨慎!

■张燕北

尽管近期经历一波快速上涨,债市短期仍趋震荡。为促进选择和让业绩更好看,部分债基选择主动下调费率。其中管理费最多打近4折,托管费纷纷打5折,而C类基金份额销售服务费让利力度也不小。

业内人士分析指出,债券基金下调管理费主要出于主动让利投资者及被动应对机构投资者要求两方面考量。今年以来债市缺乏系统性机会,基金产品的赚钱效应也受到一定影响。加之如今公募基金日趋机构化的格局,为提升产品市场竞争力,基金公司的费率优惠战呈现愈演愈烈态势。

债型基金批量下调费率

8月18日,金元顺安基金发布公告称,即日起将下调旗下金元顺安宸盛债券的管理费率。具体而言,基金管理费年费率由0.6%调低至0.5%。据了解,该基金是一只二级债基,截至二季度末规模不

双因素考量

纷纷下调费率让利,基金公司此举缘何? 有业内人士指出,债券基金密集降费率背后或与基金公司主动让利投资者及被动应对机构投资者要求两重考量有关。

华南一位公募固收部人士介

足4000万元。无独有偶,中信保诚基金同日公告宣布,8月18日起,降低中信保诚稳鸿债券的托管费率,由0.1%/年下调至0.05%/年,相当于打5折。

而在8月17日,博时基金公司公告宣布将旗下博时信用优选债券的管理费率由0.40%调整为0.30%,同时C类基金份额销售服务费由0.45%调整为0.20%,新的费率计提方法自8月18日起开始实施。

据不完全统计,按照新费率实施起始日统计,截至8月18日,最近一个多月多达11只债基(各份额合并计算)下调费率,涉及费率类别包括管理费、托管费、销售服务费等。

足,基金降低费率情况分为两种,一是新发基金的费率,费率较此前产品有所下滑,部分老产品主动选择降低管理费顺应市场新情况。二是为吸引机构客户,部分基金公司采取降低费率的方式以迎合利于机构投资者的要求。

“目前新发的纯债基金管理费可压降到0.2%,托管费压降到0.05%,如果是债券指数基金,相关管理费最低可达到0.15%。这也是目前基金公司在扣除各项管理成本后的价格底线,新发债券基金基本已经按照这一费率标准执行。”上述固收部人士表示。

从近期新发的债券基金管理费及托管费上看,各项费率的确呈现下降趋势。在这样的情况下,老的债券基金也会在权衡规模、业绩、利润等多方面因素后决定是否降费,然后推进相关程序。不难发现,部分费率“打折”力度较大的债券基金规模都比较大。

“另一方面,机构投资者是债券基金最大的资金来源,特别是机构在定制委外基金时,对其管

理费的议价能力也更为突出。”上述人士透露,债券基金密集下调各项费率或是出自委外机构客户的要求。

一位大型公募市场部人士也提到,管理费的高低会直接影响机构或渠道定制的产品收益,所以机构投资者会希望通过降低费率来缩减成本,基金公司有时会应其需求进行让利。“对于普通投资者而言,由于投入的资金量不如机构投资者量大,所以对管理费率等该类因素并不太敏感。”他说道。

他进一步表示,近一个月以来股市震荡加剧,投资者对稳健类产品的配置需求升温。然而短期利率震荡的概率较高,后续长端利率还有下行空间。基金公司此时降低旗下债券基金费率可以让基金更好卖,业绩更好看,客户到手收益更高。

债基费率价格战愈演愈烈

受制于债市环境和债基收益缺乏吸引力等因素,债型基金发行放缓。机构资金是各家基金公