



## 财经头条

# 三战港股 乡村基欲摘 “中式快餐第一股”

中式快餐连锁品牌乡村基又冲刺港股IPO了。4月6日,乡村基快餐连锁控股有限公司(下称“乡村基”)向港交所主板重新递交上市申请,高盛、招银国际为联席保荐人。这是乡村基第三次递表,此前其曾于2022年1月和7月两次闯关港交所未果。

乡村基发家于重庆,旗下拥有乡村基和小米先生两大平价快餐品牌。作为连锁快餐品牌,乡村基目前共有1100多家门店,2022年营收达到47亿元,净利润7345万元(调整后)。

目前,除了乡村基,老乡鸡、老娘舅均在冲刺IPO,谁会摘得中式快餐第一股?

不过,在大举扩张之际,乡村基依然有大量门店陷于亏损状态。2019年至2022年,乡村基分别共有47家、96家、68家及128家乡村基餐厅经营亏损,另外共有74家、180家、60家及144家小米先生餐厅同期经营亏损。其中,2022年共有272家餐厅亏损。

作为一家主打“好吃不贵”“极致性价比”的中式快餐,乡村基和小米先生的门店都以小型餐厅为主,单价也相对较低。招股书显示,乡村基产品以经典川菜为主,2022年的客单价约为25.0元,小米先生以湖南、江浙和广东的地方菜式为主,2022年的客单价约为22.7元。

两个品牌的目标消费群体也相当明确,以“打工人”为主——乡村基和小米先生的门店,大多开在商业步行街、综合功能商业区和办公楼附近,目标受众是游客或者附近上班族。此外,还有一部分门店开在住宅区,目标客户是小区居民。

### 3 大股东受益人新增1人

招股书显示,豪诚公司为乡村基最大的股东,持股53.15%,即88830.354万股。豪诚公司由Carolina Blue全资拥有。Carolina Blue由Seletar及Serangoon分别拥有50%及50%。

Seletar及Serangoon各自由Credit Suisse Trust Limited,作为Xing Hong Family Trust(兴红家族信托)的唯一受托人控制。

兴红家族信托的委托人为李红女士和张兴强先生。兴红家族信托受益人包括李红、张兴强、执行董事徐龙翔、非执行董事张琨维,以及李红、张兴强共同之子Zhang Jinhao。对比第一次递交的招股书,本次增加了Zhang Jinhao。

另外,李红还直接持有乡村基177.006万股,张兴强直接持有147.424万股,李红为张兴强的配偶。

### 4 上市为补充“弹药”

在乡村基、老娘舅和老乡鸡相继披露上市计划后,关于“中式快餐第一股”的讨论不绝于耳。

乡村基、老娘舅和老乡鸡三个中式快餐品牌,均诞生于2000年左右,可以说是在同一起跑线出发。尽管经历20年左右的发展,但三者的产品口味依然具有强烈的区域化特点,分别主打川菜、江浙菜和安徽菜。

从消费群体、客单价等方面来看,中式连锁快餐做的是“打工人”的生意,客单价不高、毛利率也低,即使营收达到40亿元的规模,总利润也并不高,要想赚钱,就不得不继续扩张门店规模。

根据招股书,2019年至2021年,老乡鸡的营业利润率分别为18.9%、17.1%和16.4%;老娘舅的营业利润率则均保持在15%左右;乡村基的营业利润率相对较低,2019-2022年分别为9.2%、7.0%、11.1%和9.2%。

尽管发展路径各不相同,但三个品牌均不约而同寻求上市,实际上也反映出了中式快餐面临的共同困境。

林岳认为,受疫情影响,很多连锁品牌经营和扩张出现瓶颈,同时,物价等成本的上涨也一定程度上削弱了餐饮企业的盈利能力,这导致企业缺乏“弹药”,难以持续扩张。而以目前中式餐饮品牌相对较低的盈利能力,无法扩张就无法扩大利润,所以上市是一条共同的出路。

在食品产业分析师朱丹蓬看来,对于中式快餐品牌来说,资本注入并非坏事。他认为,利用资本市场的杠杆,才能快速撬动本土企业完善短板,形成规模化、品牌化,这也是餐饮行业竞争加剧、消费端倒逼产业端发展的表现。

不过,要想在残酷的竞争中脱颖而出,如何实现差异化才是其中的关键。“中式快餐要比洋快餐更能匹配中国消费者消费习惯,但问题在于品牌方如何进行品牌和产品创新和升级。”朱丹蓬说。

林岳则表示,中式快餐品牌和菜品关联性强,很多时候很难改变消费者心智。而在未来,想要实现全国性的扩张,各品牌需要在供应链、物流、管理等方面重新布局,更得有充足的经验和资本。

综合上游新闻、澎湃新闻等

## 1 去年净利润7345万元

招股书称,乡村基是中国最大的直营中式快餐集团,致力于以快捷而周到的服务为顾客提供优质、多样化和亲民实惠的美食。

2019年至2022年,乡村基实现营收32.57亿元、31.61亿元、46.18亿元、47.06亿元。不过,其盈利能力却并未匹配上收入的增长,报告期内的净利润分别为8270.2万元、-242.4万元、1.04亿元和3083.8万元;经调整后净利润为8270.2万元、1193.3万元、1.82亿元和7345.4万元。

2019年至2022年,乡村基外卖业务收入分别为8.45亿元、11.37亿元、15.39亿元和17.18亿元,在公司总营收的占比分别为26%、36%、33.4%和36.5%。

外卖撑起了乡村基超过1/3的营收。同期,其外卖服务费分别为1.95亿元、2.92亿元、3.82亿元和4.16亿元,分别占外卖业务收入的23.02%、25.67%、24.81%和24.21%。

## 2 3年后门店或将再翻一倍

招股书显示,截至2022年底,乡村基公司共开出了1154家门店,其中包括551家乡村基门店和603家小米先生门店。

乡村基表示,2022-2024年,公司计划继续加大门店拓展力度,以小米先生为主,乡村基为辅,最高将新增1120家门店,3年之后公司门店总量或将再翻一倍。

商报图形  
徐剑制