

在川渝寻求优质合作商开展联营业务 乡村基广寻“新朋友”

依赖川渝市场 客单价不到30元

2020年,乡村基集团旗下的乡村基(重庆)投资有限公司曾获得数亿元融资。然而,2022年以来3次赴港交所上市均未果。乡村基的拓店进度也被迫放缓。

乡村基集团2023年4月递交的招股书显示,乡村基计划在2023~2025年分别开设100~120家、超120家、超140家门店。然而,2023年新开门店数量62家,2024年至今仅32家,开店进度与计划差距很大。

开放联营模式能帮助乡村基以轻资产形式拓店。不过,现阶段乡村基在开店范围选择与门店管理方面表现得较为谨慎。

目前,乡村基开放联营的区域仅限于主阵地四川和重庆。据乡村基联营门店招商人员介绍,一家门店的投资额在100万元内,联营模式下,合作商与乡村基分别按约40%与约60%的比例出资开店,并在此后按出资比例分享门店利润。这一过程中,合作商相当于门店投资方,门店的经营管理则均由乡村基负责。

不过,联营模式虽然能缓解乡村基拓

店的资金压力,但却未必能解决品牌经营水平下滑的问题。

2019~2022年,乡村基新开门店数量分别为125家、113家、122家、50家,但净增门店数量仅分别为99家、61家、45家、-24家。同一时期,翻座率在2.2~2.8区间,每单平均消费额从26.6元下滑至25元,单店日均销售额则从13711元下降至11296元。

乡村基将门店经营指标的下滑归因于疫情影响与品牌新开餐厅面积普遍较小。相比之下,客单价更低的兄弟品牌大米先生各项指标却表现得更好。

大米先生是乡村基集团2011年推出的另一个中式快餐品牌,主营湘菜、江浙菜及粤菜等各地菜式。2019~2022年,大米先生分别新开127家、109家、179家、97家门店,净增门店数量分别为110家、61家、135家、29家。同一时期,翻台率在3.3~4.3之间,每单平均消费额历经波动稳定在了22.7元,且单店日均销售额10207元整体上升至12722元。

此外,受主营菜式的限制,乡村基的发展也明显较为依赖川渝地区。

2021年底,乡村基才走出川渝大本营,将门店扩展到江浙。截至2022年12

月31日,乡村基551家餐厅中的504家均位于重庆和四川,江苏和浙江的门店均为17家。

“大米先生之所以增长很快,是因为其整体定位更年轻化,菜品有爆款。相比之下,乡村基的品牌和菜品需要焕新迭代,乡村基需要找到更多和年轻人链接的元素。”凌雁管理咨询首席咨询师林岳分析道。

门店超千家 投资回报欠佳

除自身发展欠佳外,乡村基集团整体经营状况也有待改善。

招股书显示:截至2022年12月31日,乡村基集团门店数量共1154家。按总收入,乡村基集团是中国第四大中式快餐集团,仅次于杨国福麻辣烫、张亮麻辣烫、老乡鸡,占中式快餐市场份额为0.6%。

然而,乡村基集团的门店盈利表现却并不算好。

2019~2022年,乡村基集团营收32.57亿元、31.61亿元、46.18亿元、47.06亿元。但集团的盈利能力却并未匹配上收入的增长,报告期内,集团净利润分别为8270.2万元、-242.4万元、1.09亿元和3083.8万元,经营利润率分别为9.2%、7.0%、11.1%、9.2%。

此外,截至2022年12月31日,乡村基集团的1154家门店中有436家运营中的门店尚未实现现金投资回报,其中有221家餐厅是因为在18个月内开业且仍处于上升期,但剩下的215家餐厅则已运营超过18个月。

对于自身经营问题,乡村基集团早已意识到,并在着力改善。

从2019年起,乡村基集团就开始战略性地开设规模较小的新餐厅,以改善整体经营效率。2019~2022年,乡村基门店的平均面积从253平方米逐渐减少至207平方米,大米先生门店平均面积则从213平方米降至182平方米。据介绍,目前乡村基的门店面积要求在150平方米,门店面积进一步缩小。

不过,随着行业加盟大潮袭来,各大区域快餐品牌加速全国化,市场留给乡村基集团调整的时间已经不多。

据时代周报

近日,重庆快餐品牌乡村基宣布:即日起开放联营业务,将在四川和重庆寻找优质合作商。乡村基要求合作商需认同其企业文化,且拥有城市优质点位资源和具备较强的行政沟通和协调能力,同时需要拥有100万元左右启动资金。

乡村基是重庆人李红与丈夫张兴强创立于1996年的川菜快餐品牌。乡村基母公司乡村基快餐连锁控股有限公司旗下拥有“乡村基”和“大米先生”两大品牌。截至2022年12月31日,乡村基共在全国开设551家直营门店,大米先生门店603家。目前,乡村基集团上市未获进展。

2023年以来,加盟大潮席卷餐饮行业,乡村基也选择通过联营模式加速门店拓张。除了需缓解门店拓张带来的资金压力,乡村基需要面对的还有市场区域性过强、行业竞争加剧等问题。此外,乡村基集团的经营情况也不稳定,其面临的挑战也越来越多。



赛力斯溢价近2倍 回购子公司剩余55%股权

6月11日晚,赛力斯公告宣布,拟由控股子公司赛力斯汽车按协议约定收购菁云创富、赛新基金所持的赛力斯电动55%的股权,相应收购价格约为12.54亿元。

在此之前,赛力斯电动由赛力斯汽车持有45%股权,而菁云创富、赛新基金则持有剩余40%和15%股权。菁云创富由建信信托持股56.25%,重庆国资旗下的平台持有剩余股权。而赛新基金背后同样有着重庆市国资委的背景。

赛力斯公布的财务数据显示,赛力斯电动2023年和2024年一季度分别实现1.05亿元和2932.07万元营收,两个报告期内均为亏损状态,净利润亏损额分别为5295.25万元和1054.69万元。

而截至今年3月底,赛力斯电动的净资产为7.85亿元,而其55%股权对应的净资产约为4.31亿元。以此计算,此次赛力斯收购赛力斯电动55%股权的对价,较该部分股权净资产溢价190.95%。

资料显示,赛力斯电动的成立要追溯到2021年12月底。彼时,正值赛力斯的前身小康股份与华为牵手之后。

当时,小康股份的赛力斯SF5车型正遭遇停产传闻。赛力斯SF5,正是小康股份和华为合作所推出的首款智选汽车产品,该车型曾在2021年4月份的上海国际车展正式亮相,引起市场关注。

不过,随后的停产风波,不免令市场对小康股份的生产能力充满怀疑。正值危难之时,重庆国资向赛力斯伸出援手。

彼时,小康股份曾在公告中称,“为抓住市场机遇,满足公司新能源汽车业务生产经营和业务发展的需要,增强公司资金实力,公司引入了政府投资平台入股以支持新能源汽车业务的发展。”

在这一背景下,当时小康股份决定投资设立赛力斯电动。具体来看,菁云创富、国有独资企业重庆发展投资有限公司出资设立的专项基金(即后来的赛新基金),与小康股份方面签订《投资协议》合资成立赛力斯电动,建设运营“赛力斯智能电动汽车零部件总成项目”。

据悉,该合资公司注册资本为20亿元,其中小康股份方面出资9亿元,占注册资本的45%;菁云创富和专项基金分别出资8亿元和3亿元,占比40%和15%,三方分两期出资。

根据当时协议约定,在首期投资价款实缴完毕起36个月内,小康股份向投资人以定增方式购买投资人所持有的全部合资公司股权;或者任何第三方提出购买合资公司股权条件优于协议股权回售价款的,投资人有权选择向该第三方转让股权。

据第一财经

迪马股份找到“白衣骑士” 联合成立专班支持重整

日前,迪马股份发布公告,经友好协商并根据相关法律规定,与重庆发展投资有限公司(简称重庆发投)签署了战略合作协议。双方将立足于各自优势产业,加强在智慧安保、社区民生服务、城市物业服务及资产盘活等各业务板块的战略合作。同时,协议还涉及到迪马股份的重整事宜,公告特别指出,协议生效后,双方将建立联合工作小组和协调机制。

有市场人士分析,双方在当前背景下签订战略合作协议,已经透露出重庆发投有参与迪马重整的意愿。

重庆发展投资有限公司是重庆市国资委全资控股的国有企业,成立于2018年,注册资本金200亿元,以重大基础设施投资为主体,产业布局和资产运营为两翼,致力于打造具有持续发展力和核心竞争力的国内知名综合性投资集团,其产业包括安防安保、商业资产运营、人力资源服务等。

公告中表示,除了双方优势产业的合作外,他们还将共同研究迪马股份的重整事宜。

受宏观经济及地产行业持续下行等多因素影响,迪马股份目前处于重整进程中。

重庆发投和迪马股份将共同研究迪马股份的资产重整、债务重整及股权重整。双方有权根据市场化、商业化原则并在符合有关法律法规及监管要求的条件下自主

决策参与前述相关工作事宜。协议签订且生效后,双方共同成立工作小组,建立协调联系机制,推动具体工作。

迪马股份全面配合重庆发投与相关中介机构开展工作,重庆发投也有权直接利用其认可的相关第三方中介机构对迪马股份已开展的工作成果。双方力争在符合各自监管政策要求的前提下,推动合作深入。

“这份公告应该可以看出重庆发投有极大意愿参加迪马重整,可能会担任他们的重整人。”有资本市场人士推测,在迪马股份宣布拟重整的前提下,重庆发投签署战略合作协议可能是为后面参与重整做铺垫。

目前重庆发投旗下还无上市公司,这可能也是重庆发投有意参与迪马重整的重要原因。

知情人士介绍,迪马股份司法重整是从去年下半年开始评估,经过一系列慎重考虑和测算,才做出的这个决定。

据了解,目前,迪马股份内部已经进行了第一轮的资产和债务梳理,一段时间以来,相关中介机构已经入场开展前期工作,对公司整体情况进行梳理,并进行资产评估、债务评估,在此基础上,规划重整方案。

迪马股份已经成立专项工作小组,积极推进与华润渝康、重庆发投后续事宜,以及落地业务的合同签署。

据新重庆-上游新闻