

## 8000亿市场待整合 婚庆O2O全产业链布局不易

证券时报记者 叶梦蝶

中国式结婚,注重社交和排场,包括婚纱照、找化妆、找司仪、订酒席等一整条环节,新人面对线下众多商家往往不知从何下手,对于一辈子的大事,新人大多为了买好不惜昂贵,婚庆价格收费的不透明也饱受诟病。

互联网创业者们也相中了婚庆,这一价格尚未透明化的服务领域。相对于餐饮、酒店等已被线上到线下O2O改造的行业,婚庆的O2O来得晚了一点,但这并不妨碍目前出现婚庆O2O创业形态的多样化。

有从婚宴切入的如到喜啦、喜事网,也有从婚礼策划切入的如奇久网、聚喜猫,甚至从小而美的请柬切入再延伸至婚庆电商的婚礼纪,也有如阿里巴巴推出的“婚伴”,从婚纱摄影以及旅游摄影作为切入点,还有直接推出婚庆全产业链的大众点评网。

大到婚纱摄影公司、婚礼策划公司,小到婚礼礼服作坊、鲜花专卖店散居在城市的各角落,但没有真正意义上做到婚嫁“一条龙”服务市场。这个待整合的婚庆行业有多大,根据大众点评网提供的数据,2013年中国有1600万对新人结婚,平均消费为每对新人5万元,总消费市场达8000亿元,而且以每年23%的速度增长。

而婚庆这一赛道也吸引了风投的资金,包括易结网在今年6月获得IDG数百万美元投资;到喜啦在2012年9月获得汉理资本和富达亚洲风险投资后,今年7月获得红杉资本数千万美元投资;婚礼纪于天使轮由青松基金注资百万人民币,今年8月获得祥峰投资数百万美元投资。

尽管入局者众多,但婚庆O2O产业尚没有哪一家做到赢家通吃,大多是在某一地域有相对优势,各占一方的情况。

### 价格不透明是婚庆顽疾

伴随着O2O开始火热,资本争相占位进入婚庆产业。巧合的是,今年已经成熟的电商和团购网站也开始布局婚庆,开战婚庆市场。

大众点评网结婚事业部总经理杨锋直言,在婚庆行业的消费和十年前的结婚买家电差不多。比如我要拍婚纱照,但一点也不知道要选什么样的,价格是多少也不清楚。而更痛苦的是订婚宴,婚宴是一个水非常深的市场。(我当年订婚宴时)利用所有的社会关系帮我找,深圳花多少钱都搞不定。到了今天用户仍然存在这样的痛苦。”杨

峰说道,直指婚庆行业两个痛点,价格不透明,行业无序缺乏整合。

大众点评网将婚庆板块独立出来,成立婚庆事业部,作为网站一级频道。对商家的整合方式,大众点评网沿用了过去常用的收取展示费的模式,继而为用户实现快速比价。再根据用户预约到店数量,反馈商务的推广情况。而用户积累形成的点评则为其他用户的选择提供了很好的参考依据,特别是针对婚庆这样低频、高消费的行业来说。用户具体的成交金额、消费内容,大众点评网也表示接下来正在计划获取一些精准的成交量数据。

而同样是为了解决婚庆产业价格的不透明,创业公司奇久网的模式是为计划结婚的新人提供婚嫁在线消费解决方案。今年9月奇久网在股权众筹网站云筹上募资,1个小时内即筹满120万元。

奇久网一上来就瞄准了交易环节,并提供担保交易,网站自2013年9月上线至今,为1700对新入提供服务,为商家带来交易金额680万。而奇久网的“结婚招标”服务则是其一大亮点。即新人在网站上填写其对婚礼的要求,包括时间、风格、预算等变量,对婚庆公司提供方案进行招标。而婚庆公司则可以向新人提供婚礼的方案和价格预算投标。奇久网创始人蒋诚宇表示,这种招标形式,可以一开始就从新人的要求出发,提供整体方案,同时又对各个婚庆公司的服务和价格进行对比。

相对于大众点评网布局线下庞大的地推队伍,奇久网更倾向于轻资产模式,以签约入驻的形式进行合作,效仿天猫以合同和资金约束商家,即不需要一个套餐一个套餐签协议,而是进行整体合作。商家入驻奇久网后,由奇久网统一提供客服。奇久网从中进行抽成,不成交则不收取费用。蒋诚宇表示,之所以由网站统一提供客服,是想要保证客服的服务品质,等到客户量增加到一定规模之后,再将客服的工作交给商家自己完成。

业内人士表示,婚嫁消费是典型高频低额消费,类似买车、装修这一类,互联网或可以让消费者找到靠谱的商家,以合理的价格完成人生大事。而蒋诚宇认为,尽管价格很透明,但消费者对价格并不是特别敏感,但是对品质和口碑的要求非常高。

### 全产业链布局不易

和餐饮、电影等产业不同,婚庆产业链链条较长,中国式结婚包括婚纱照、找化妆、找司仪、订酒席等一整



条环节。

目前在婚庆领域入局的电商和团购选手有阿里巴巴、大众点评网、美团等。今年8月,阿里巴巴宣布推出婚庆平台“婚伴”,据悉婚伴是过去淘宝婚庆平台转型而来,淘宝婚庆平台2013年上线,主打的是婚庆商品类服务和生活服务一体化。而新平台“婚伴”虽然还是B2C运作,但聚焦婚纱摄影,砍去了婚庆服务的其他环节。

和阿里巴巴相似,团购网站美团在婚庆领域也采取了聚焦的方式,选择了婚纱摄影作为切入点,放在其生活服务频道中作为二级频道。

阿里巴巴和美团不约而同地选择,可以看出婚庆产业链整合难度不小。相比之下,对于婚庆产业投入兵力最大的则是大众点评网,其将运营了五年的婚庆业务独立出来,成立婚礼事业部,打入婚庆全产业链。过去大众点评网提供的服务更多是婚纱摄影、婚礼筹备,今年扩张到婚宴上。而婚宴被认为是改造婚庆行业最难啃下的一块骨头。这不难看出大众点评网在婚庆产业的野心,也如杨锋所说,大众点评网的目标是颠覆婚庆产业。

大众点评网之所以花心思在婚庆行业,除了婚庆行业本身的痛点存在,与其行业性高现金流也有关系。据杨锋表示,结婚事业部年利润在1亿元以上,可谓现金奶牛。截至今年6月,大众点评网结婚业务月营业额达到千万级,全国商户数超过5万家,月营收和月流量每月增长可达100%。

尽管有巨头在同一个赛道竞争,但蒋诚宇表示仍然有机会。虽然有不少人看到了这个机会,淘宝、大众点评及几个团购网站都有涉足,但我觉得他们都不是大赢家。”蒋诚宇表示,创业公司如果能在一到两年时间内,迅速在婚纱摄影及婚庆服务的交易领域树立消费者口碑,就能吸引巨大的顾客群。

创业公司早期对于商户的议价权占弱势,蒋诚宇表示,婚庆公司不像饭店,人占满了空间就不能再进了,同时婚庆公司远远没有达到饱和,由于年轻人婚嫁消费的水平越来越高,即使是某个城市中最好的婚庆公司也没有达到每天饱满的情况。所以互联网为其导流时依旧有议价优势,商户上线后的服务相对于线下都会有一定折扣,而对于线下业务非常好的公司,线上和线下的价格通常

会是持平的状态。

同时,蒋诚宇认为,如果直接切入婚宴市场,其实阻力非常大。尽管婚宴消费金额更大,但是酒店非常强势,线上很难议价留出折扣。

如今,网上婚博会、一站式婚嫁服务的网站多如牛毛,但大都是简单地将婚嫁领域内的商家摆放在一个平台上,没有属性的差异化。创业型网站如何做出自己的特色,将成为成败的关键。

### 地域藩篱不太好突破

事实上,大众点评网在婚庆行业已经耕耘了五年,前五年并未重兵布局,杨锋表示,大众点评网在婚庆事业部成立之前,仅仅做了一个半城市,一个上海和半个北京。而在事业部成立之后,今年将扩大到100多个地级城市。

地域藩篱也是婚庆产业要做大做强突破的难点,目前国内的婚庆垂直网站多是在某一地域占有优势。蒋诚宇表示,目前奇久网的运营主要在其大本营河北一带,很快会扩展到其他的二三线城市。尽管婚嫁行业早在两年前就有风投砸钱进入,在北京、上海等地都有婚嫁网站在

本地市场有所斩获。然而如今看来,婚庆网站虽然在其本地市场有所斩获,却始终未突破地域藩篱,出现一家全国性的婚庆网站。

而另一个关注婚庆服务的一方,世纪佳缘和百合网也先后希望把婚恋的服务延伸至婚嫁。百合网旗下的婚嫁网站小两口婚博网则于2013年7月上线,以婚礼社区分享的形式搭载O2O电商。

而世纪佳缘曾推出过全产业链的婚嫁网站“鹊鹊网”。世纪佳缘创始人龚海燕曾对媒体表示,她看重的就是婚恋和婚庆两个不同领域所具有的延展承接性。她说世纪佳缘提供一个第三方婚庆中介平台,使线下传统产业比如婚纱摄影、婚宴预订、婚车预订、珠宝首饰、婚庆礼仪、蜜月旅行等与结婚服务相关的产业全部上线,牵线搭桥让更多婚庆产业公司在婚介平台投放广告,同时给会员提供更好的折扣服务,世纪佳缘则以分成的形式受益。

然而设想中的衔接关系并未在现实中出现,“鹊鹊网”本着限于为婚庆提供婚庆策划、用品、喜宴等服务,如今已经无法搜索到。

## 本土创投看好互联网与传统产业融合机会

证券时报记者 胡学文

尽管估值泡沫的声音甚嚣尘上,但是国内市场各路参与主体对于互联网行业的看好热情依然不减。在日前达晨创投举办的“2014年经济论坛”上,互联网行业投资机会的话题贯穿始终,乍一听还以为召开的是一场互联网行业的专业论坛。

2014年,中国互联网行业可谓正道而行,诸多领域都呈现出日新月异的发展态势,与传统产业的融合更是不断颠覆着常规的价值判断。互联网尤其是移动互联网的冲击之下,带来的变化太多太快,以至于让很多创投机构大呼“看不懂”,身处大变革时代,国内互联网投资到底是发展大有可为,还是已经泡沫破灭在即,创投机构是迎难而上抓住最后一张船票,还是安心看淡坐等潮水退去再拾遗?

### “新常态”下互联网机遇可期

达晨创投董事长刘垦在致辞中抛出了经济“新常态”下企业如何应对的要诀。在刘垦看来,在全球经济仍然处于深度调整,中国经济步入“新常态”的背景下,企业躺着都能赚钱的时

代已经结束了,未来需要苦练内功。

刘垦特别谈及了互联网新技术等对当前传统行业的巨大冲击以及其中蕴藏的机会。他举例说,达晨投资为两家企业做对接,一家是湖南的数控机床企业,一家是做工业机器人系统集成的企业,做数控机床的企业希望引入机器人生产线,提高企业的生产力和节约人力资本;机器人集成企业希望通过传统制造的合作和创新,实现产品设计的落地生产。双方达成了互惠互利的合作原则,当天晚上就把一些合作敲定了。”刘垦兴奋地和记者分享。

刘垦认为,在经济进入“新常态”的背景下,创新已成为如今社会发展的关键因素,特别要强调是技术的创新和管理的创新。我们的企业必须要有高度的紧迫感和使命感,下大力气谋划和推动创新发展,要抓住移动互联网、物联网、云计算、3D打印,大数据带来的发展机遇,用高新技术改变传统技术,集中力量在集成电路、数控机床、工业机器人等高端制造业实行赶超。”刘垦说。

刘垦的观点与全国社保基金理事会的副理事长王忠民不谋而合。王忠民表示,互联网行业是当前市场各方聚焦的热门产业,既是各家创投机构的

主要投资领域,也是社保基金关注的主要方向。”

王忠民看多互联网未来发展前景的视角取自中国现阶段特殊需求、特定供给、特殊管制。他认为,上述因素正是国内互联网有别于其他国外互联网得以迅速发展的特殊背景和特殊环境。具体来说,新需求对于互联网表现出强大的推动力。中国人口众多,近年来互联网人口迅速增多,从几千万到几亿甚至更多。与此同时中国现阶段的人均收入水平,特别是城市的人均收入水平也表现出快速增长。这两大因素表现在消费人口的结构当中,产生的互联网消费冲动要比在实体店大得多,因而互联网消费速度表现出快速的发展态势。此外,还有农民工群体,这其中也蕴藏着巨大的互联网特殊需求,现在很多互联网企业都把自己的线上功能迅速地向下线延展,是针对这样的特殊需求展开的。

除了新需求外,互联网生产式的供给正替代非互联网的实体需求,甚至在很多方面、行业存在着化腐朽为神奇的作用。还有特殊的管制条件也是中国互联网取得重要因素,我国多年来的经济体制改革是一个从管制到不断开放的历史过程。

凡是开放出来的空间,都是投资者、经营者快速获得市场力量,快速获得

成长路径。对于互联网来说其实是很好的机会,可以用顷刻的时间占有这个市场,参与这个市场,成为这个市场当中的新的核心力量。”王忠民说。

### 看好传统产业与互联网融合

由于国内上市门槛等诸多问题,早年间互联网企业主要接受海外风险投资,常见搭建VIE架构,上市途径也多为海外上市。

上述原因直接导致了本土创投机构在互联网领域的投资远远落后于外资机构。达晨创投总裁肖冰就曾在公开场合谈及,本土创投过去对互联网很无奈,很多模式独特的互联网公司具有很好的发展潜力,但受限于A股财报审核的要求,往往因暂时不能盈利及风险大而难以在国内上市,反而平庸的公司更容易实现上市目标,这对于本土创投来说必然选择跟着证监会走,同时也在在这个过程中,失去很多好的投资机会。

不过,目前这一态势正在发生变化,在新股发行注册制改革以及监管层推动亏损网企上市的政策背景下,本土创投机构对互联网的投资力度正在加大。

肖冰认为,对于本土创投而言,注册制出现可以激励他们将资金投入更为

早期的未盈利企业中,而那些未盈利的互联网企业,因为注册制的存在,可以事先在新三板进行资本市场过渡,而在转板之后也可以凭借其持续不断的成长性来获得投资者青睐,并非以往的盈利决定一切。

事实上,诸如新股注册制改革和亏损网企上市政策的提出都为本土创投加码互联网投资提供了极大信心。以达晨为例,曾经以文化传媒、传统产业为主的投资目前已经开始布局移动互联网的早期投资。据达晨创投相关负责人介绍,达晨早在2012年便成立了早期投资基金,基金最早投资期限可以延伸至A轮投资,其中多以移动互联网为主;而深创投在后一两年来已经频频布局互联网项目,初步形成了互联网投资规模,还在今年发起成立了3.5亿元的TMT基金。

与外资创投热衷投资纯互联网公司略有不同,本土创投机构在涉足互联网投资领域更偏向于与传统产业融合的机会。

参会的奇虎360高级副总裁于光东提出了互联网是“水和空气”的观点,在他看来,互联网行业发展到今天,呈现的态势更多是与传统产业相互融合,而不是与传统产业互为颠覆者。互联网就是水和空气,不单单属于互联网公司,而是属于在座所有的传统企业和所有的公

司。未来传统企业和互联网的融合,一定会迸发出巨大的火花,越来越多的传统企业会发展为互联网企业,这其中就蕴藏着成功的大企业。”于光东表示。

阿里资本投资总监尹雷也十分认同互联网与传统行业融合的判断,他举例说,互联网巨头BAT对传统行业的渗透越来越激烈就是最好的佐证,近来他们在传统的医疗、旅游、教育、金融等行业的扩张越发激烈,经常打架,呈现短兵相接态势”。

事实上,传统企业与互联网深度融合的优秀例子已经在达晨的所投企业中开花结果,刘垦介绍说,达晨投资的一家名为尚品宅配的家私制造企业,在整个家具制造业没有增长的情况下,每年仍然保持50%、60%的增长,原因就在于用互联网的思维做家具”。

当然,当前市场争议的互联网行业估值泡沫问题也不容回避。不过,达晨创投的一位合伙人观点颇具一定的代表性,“不可否认国内目前的互联网投资,尤其是早期投资存在一定的结构性泡沫,但互联网行业中有很多分支行业,有的涉及的用户基数大,有着不同的刚性需求,这类项目只要不盲目追高,放眼长远应该会赚取企业成长的价值,要警惕的是一些本身只是借助互联网概念而漫天要价的项目。”