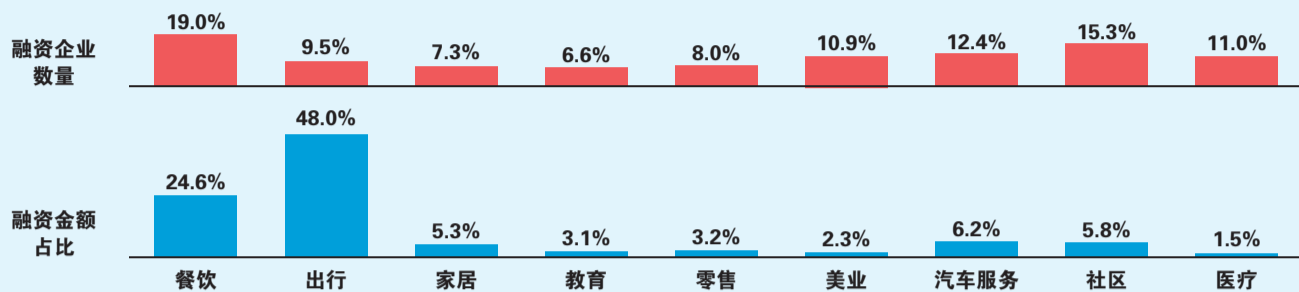


资本篇

资本：又爱又恨的包袱

纵观2015年，O2O的兴起与衰落与资本息息相关。无论是创业、烧钱、扩张、合并乃至倒闭，资本总是扮演着幕后推手角色。对于创业型O2O企业而言，资本是一个又爱又恨的大包袱，爱的是补给弹药后企业能继续保持竞争力，恨的是未找到盈利模式前，始终难以摆脱资本方摆布，O2O仿佛是资本的角斗场，创业企业甚至连独善其身都不可能。

2015年O2O细分行业融资情况统计



倒在泡沫中的O2O项目

家装类			出行类			房产类		
品牌名称	成立时间	所在地	品牌名称	成立时间	所在地	品牌名称	成立时间	所在地
墙蛙科技	2011年5月	杭州	拼豆拼车	2012年4月	北京	房屋网	2010年4月	上海
宜家家居网	2011年9月	北京	堵车么	2012年6月	北京	购居网	2012年8月	北京
珂居网	2012年7月	苏州	打车吧	2012年9月	北京	移居网	2013年1月	上海
家装360	2012年10月	北京	大黄蜂打车	2013年3月	上海	快租	2013年2月	上海
美装	2013年6月	北京	开8拼车	2013年4月	北京	看房网	2013年4月	成都
宅师傅	2013年10月	上海	淘代驾	2013年7月	北京	V租房	2013年7月	北京

·数读·

24亿元烧钱大战

凭借资本的力量，滴滴打车和快的打车在打车市场的拼杀消耗大量融来的资金。半年来，腾讯和阿里在打车软件市场投入了24亿元补贴，几乎都花在了“营销”、“补贴”等拓展市场和强势运营的行为上。

30亿美元融资

2015年9月9日，滴滴快的宣布已经完成30亿美元的融资，创造了迄今为止国内互联网公司融资数目之最。

G轮融资

2015年7月29日，酒仙网宣布获得第七轮由民享财富及其他多家机构和个人联合投资的5亿元股权投资。此次融资后，酒仙网的估值将达到65亿元。国内鲜有企业能融到G轮。

3049.4亿元

根据商务部统计，上半年，O2O市场规模达3049.4亿元，同比增长高达80%。包括旅游、餐饮、娱乐等行业，生活服务的方方面面都在快速进入O2O时代。

82家

2014年和2015年初，早期(天使、A轮和部分B轮)的投资人和投晚期(部分D轮、E轮和F轮)的投资人都很活跃，而在中期(部分B轮、C轮和部分D轮)这个阶段，投资人正在表现出越来越多的谨慎。根据IT桔子的统计，2014年完成C轮融资的只有82家。

投资热土

在国内，O2O领域已成为资本“金矿”。对于消费者来说，O2O是在衣、食、住、行上的服务升级，通过互联网为生活带来便利和实惠。对于资本来说，O2O的本质是用互联网方式重新构建传统生活服务领域的流量入口，用户从原来零散的商家入口集中到统一的互联网入口，这意味着巨大的商业潜力。2014年，我国居民生活服务业营业收入为46271亿元，同比增长12.3%。大到红杉资本、IDG资本，小到独立投资人，都瞄准这一风口，携着资本涌入其中。

不同于传统商业的慢工出细活，消费者对生活服务业的要求是方便、快捷，企业可以通过低价、上门的方式迅速

培养出消费习惯。餐饮业出现食品外卖外送、厨师上门等新型服务模式，住宿业中主题酒店、民宿短租发展迅猛，家政服务在传统小时工的基础上，还增加了月嫂、病患陪护等服务，都符合消费者对便捷的追求。尽管短时间需要高额投入，但对于“时间就是金钱”的资本方来说，速战速决的变数更小、收效更快，也更容易转化成盈利。

O2O作为新兴商业，涵盖各个领域，创业模式层出不穷，很难评判出单一模式或企业的优劣，这促使着资本方采取“广撒网”的方式培养企业，只需一轮天使轮就能搅动行业充分竞争，快速将行业催熟，吸引消费者的眼球。

赖以存活

对于传统企业来说，充裕的资本是创业企业发展的前提。资金注入后，企业能够从各个维度上扩张，无论招兵买马还是扩大覆盖面，都需要大量资金打基础。O2O热潮让人工成本大幅增加，送货员的月均成本已达到5000元，具备一定技术的服务人员更是达到7000元，这让创业者难以负担。大部分创业O2O企业根基薄弱，不少创业者都是白手起家，亟须资本方支持。

为了抢夺用户，很多O2O项目都只能疯狂烧钱，一方面维持自身发展，另一方面挫败竞争对手。烧钱大战将行业中绝大多数企业都拉下了水，在激烈的竞争和资本方的推动下，企业需要的资金只会越来越多。半年来，腾讯和阿里在

打车软件市场投入了24亿元补贴，几乎都花在了“营销”、“补贴”等拓展市场和强势运营的行为上。尽管打车领域已有了初步结果，但在大部分领域，对消费者的补贴补不停，烧钱仍未终止。

对于劳动力密集型O2O企业来说，水涨船高的人力成本越来越难以负担。上到技术工种下到普通配送，工资大多较传统时代翻了一倍不止。创业O2O企业多如牛毛，一旦工资下降，员工会毫不犹豫地跳到其他平台，企业只能扛压前行。此前曾曝出多起因工资问题引发的服务人员与公司的纠纷，先前约定的高薪因融资不畅难以维持，导致人员流失，公司也随之倒闭。

考核硬指标

O2O企业分两种，背靠巨头的企业是传统企业在移动端的延伸，在大范围扩张或转型前无需担心资金不足。大多数创业型O2O企业是白手起家，创业者仅带着一个故事和一腔热血就开了公司，各方面捉襟见肘的它们更需资本支持。

对于资本方来说，企业天使轮融资需要考量的是创业者和他的理念。创业者的背景、能力，创业方向和模式是首个衡量标准，在资本充裕的时期，大批创业公司都能获得天使轮融资，开启创业之路。但随着二级市场的震荡，导致资本市场进入寒冬，能拿到融资的企业越来越少。在前腾讯电商事业群总裁、现个人投资者吴雷光看来，目前仅凭概念已

难以拿到融资，投资人会倾向于已有一定市场份额且排名靠前的企业。

市场规模、用户基数、发展潜力等传统指数成为后续融资的硬性指标。O2O企业只有取得一定竞争优势才能博得资本方的青睐，获得更大数额的融资。在2-3轮融资后，拿到投资的条件则成为“为资本带来多大的利益”，没有成熟盈利模式的企业大多倒在了C轮。58赶集集团CEO姚劲波认为，过去企业享受了泡沫，接下来需要冷静下来。资本市场进入修正期，融资变得更加困难，但用户的增长不受资本市场波动的影响，企业仍需回到业务本身，做好用户服务。