

新茶饮“蒙眼狂奔”后遗症尽显

记者 水芙蓉

5月27日，“茉酸奶换标签续命水果饿了才肯扔”登上微博热搜第一。茉酸奶是定位中高端的现制酸奶品牌，均价约25元一杯。目前，茉酸奶官方已就此道歉，并停止与相关门店合作。

北京市海淀区市场监管局表示，涉事门店已停业整顿，将对相关食品安全违法问题进行立案调查，同时对辖区茉酸奶门店进行全面排查。

今年以来，新茶饮食品安全问题频发，依赖加盟模式快速扩张的后遗症尽显。

原料过期 40 多天仍在用

5月27日下午，据《新京报》报道，记者于今年2月至5月上旬随机应聘进入北京市多家茉酸奶加盟店，工作过程中发现诸多食品安全问题。

例如，茉酸奶原料废弃的标准不是规定的保质期，而是店长的嗅觉。“发现椰肉丁馊了，将馊的部分挖掉后重新封盖售出”，使用过期40余天的原料；更换效期标签，不按时报废原料，或根本不使用效期标签；常温存放应冷藏的水果，水果变色、出水后仍接着使用；偷工减料，不严格按照配料表足量放料等。

其中，北京市朝阳区茉酸奶伊藤洋华堂店员将过期40多天的青稞小料加入奶昔中卖给消费者，当记者告诉店员这已经过期了，店员却表示“你不用管”“没事，喝不坏，顶多拉肚子，拉肚子他以为太凉了”。直至产品售出后，该店员才告诉店长青稞过期了，并向记者表示，如果以后看到过期原料，不能直接废弃，应先告知店长，由店长决定是否废弃。



水芙蓉 摄

无独有偶，茉酸奶石景山万达广场、海淀区华宇时尚购物中心三层的门店均出现相似问题。原料保质期形同虚设，店长和店员们上行下效，随意更换保质期标签，或根本不用有效期标签，为过期原料“续命”。

随后，该事件在微信平台不断发酵，茉酸奶对此事件发布《致歉声明》，表示已对涉事的茉酸奶北京石景山万达广场、北京伊藤洋华堂店、北京华宇时尚购物中心门店处理，并将永久解除与这三家店的合约。

北京市朝阳区市场监管局介入该事件后表示，已对茉酸奶伊藤洋华堂店违法行为立案调查，同时对辖区其余20家茉酸奶门店开展全覆盖执法检查。

这并非茉酸奶第一次“出事”，去年其曾被网友质疑使用植脂末，今年“315”又遭点名。去年7月，#茉酸奶新品问卷价格选项最低68元#引发网友热议，随之一起被提及的是茉酸奶疑似使用植脂末，被消费者吐槽为“酸奶刺客”，价格高、用料差。

当时，茉酸奶官方并未正面回应此事，但于去年8月宣布进行产品升级，“茉酸奶全国门店的所有酸奶奶昔产品将升级使用全新版本奶基底，这款奶基底无植脂末、无氢化工艺、无人造反式脂肪酸”。而此消息一出，许多网友认为，“潜台词是之前确实使用了植脂末。”

今年“315”前夕，茉酸奶又遭上海市消保委点名，质疑其芒果酸奶奶昔的配料成分，经专业测评产品所用的酸奶不多，但脂肪含量却很高，与纯正酸奶成分不符。

致歉声明

针对今天《新京报》报道的“茉酸奶北京石景山万达广场、北京伊藤洋华堂店、北京华宇时尚购物中心、华宇LIVE五棵松店使用过期原料，换出保质期”等相关问题，对此我们高度重视，并在第一时间成立了内部专项稽核小组，经核查，新茶饮文中所涉及的4家门店严重违背了茉酸奶所提倡的“食品安全”理念，在日常运营中均未严格执行总部运营操作和培训标准，我们已第一时间进行整改，具体整改措施如下：

1. 茉酸奶总部已第一时间下架涉事门店，并将涉事门店与总部解除合作。

2. 茉酸奶总部“门店运营部”和“食品安全部”的人员及聘请第三方公司SGS稽核技术有限公司，将对全国所有门店的“食材存储、食品效期、水果保鲜”等问题进行全方面稽核，实现线上稽核和线下稽核，并对所有员工进行培训考核。后续，我们将严格落实相关部门的要求进行落实和改进。

食品安全无小事，原材料存储和食品安全问题是消费者最关注的部分，这也是为广大消费者提供良好饮用体验的重要保障。

本次事件反映出门店日常运营中的严重失误，在此我们向大家表达诚挚的歉意，同时非常感谢媒体同仁和广大消费者对茉酸奶的关注和信任，这也激励我们持续改进和发展的动力源泉。我们将引以为鉴，深刻吸取教训，提升对加盟商的管理和培训，继续秉承本品牌的原则，以顾客需求为导向，不断提升产品和服务质量，我们十分珍惜消费者给予的信任，深知做好产品才是根本，全力从各方面守护好消费者的品质。



茉酸奶官方微博图

加盟扩张后遗症

窄门餐眼数据显示，截至5月5日，茉酸奶全国门店总数为1546家，46%门店分布于一线和新一线城市。茉酸奶门店绝大多数是加盟店，茉酸奶联合创始人兼CEO顾豪曾提到，全国范围内直营门店数量仅剩两家。

顾豪认为，“加盟才是未来”，这几乎是目前中国所有现制茶饮品牌老板们的共识，并从去年开始付诸实际行动，加快

了门店扩张速度。

目前规模最大的茶饮蜜雪冰城门店数量已突破2.9万家；古茗、茶百道、沪上阿姨也超过8000家，这些品牌超99%的门店为加盟店，此前坚持直营模式的奈雪的茶也于去年放开加盟并一度降低加盟门槛。

对茶饮品牌而言，加盟模式是一把“双刃剑”。

直营店经营成本较高，依靠加盟店能使品牌快速获取规模效应，提高市场竞争力；当加盟商达到一定规模数量，茶饮品牌还能做产品供应链生意，蜜雪冰城、茶百道等品牌九成左右收入均来自于此。

但加盟商能力参差不齐，茶饮品牌蒙眼狂奔的同时，食安管控成难题。即便目前几乎每家公司对加盟门店均有一套标准化检验流程，但在实际操作中，加盟门店的“可操作空间”依然很大。

今年新茶饮食品安全频发，已成“315”重灾区。

据湖北经视报道，书亦烧仙草、古茗、茶百道三家知名奶茶品牌的相关门店也存在店员违反食品安全规定的现象。例如，门店店员存在频繁更改食材效期标签、使用隔夜食材，甚至用嘴尝食材来判断是否“坏了”的现象，损害消费者权益。

食安问题关系民生，茶饮品牌声誉下滑将一定程度上影响加盟商经营成果，甚至对招商工作造成不小挑战。

去年茉酸奶陷入植脂末传闻后，新开门店数量便一路下滑，今年几乎原地踏步。去年5月，茉酸奶一个月可以新开超300家门店，而今年1—4月新开门店数量仅分别为17家、5家、3家、14家，平均每个月新开门店不到10家。

记者 水芙蓉

业绩萎缩、盈利困难是贝因美最近几年一直没能摆脱的窘境，今年以来，其资金情况也不容乐观。

近日，曾多次更正财务报表的贝因美收到深交所问询函，其2023年财报中的财务指标、库存情况、费用明细等16个细节受到“灵魂拷问”。

盈利能力受质疑

2023年，贝因美营业收入25.28亿元，同比增长0.76%；归母净利润为0.47亿元，同比增长126.97%；经营活动产生的现金流量净额为4.14亿元，同比增长9.57%。

这份营收、净利双增的成绩单遭到深交所质疑。

贝因美八成以上营收来自婴幼儿配方奶粉业务，受出生率下滑影响，去年，中国飞鹤、澳优等奶粉公司营收均有所下滑。

对此，深交所要求贝因美结合公司行业环境、经营情况、同行业可比公司情况等因素，说明公司报告期营收及净利润同比增长的原因及合理性，是否与行业发展趋势相匹配；并要求贝因美结合销售结算政策、生产经营周期等因素，说明报告期营业收入与经营活动现金流的匹配性。

业绩萎缩、盈利困难是贝因美最近几年的主旋律。近10年，贝因美营收规模波动下滑，从45亿元下滑至不及30亿元。盈利能力也承压，公司常年在亏损边缘游走，最近5年中，有3年亏损。

东方财富数据显示，贝因美自2012年上市以来，仅两年有过分红，已连续十年未对股东分红。

深交所问询函中要求贝因美说明公司是否存在利用原材料存货、库存商品存货跌价准备调节利润的情形。

存货情况是奶粉企业财报中值得关注的指标，贝因美2023年存货周转天数为133天，存货期末账面价值为4.3亿元，其中原材料账面价值为3.03亿元，库存商品约1.2亿元。报告期内，贝因美针对原材料计提存货跌价准备11509元，转回或转销0.49亿元；针对库存商品的计提存货跌价准备0.16亿元，转回或转销0.18亿元。

对此，深交所要求贝因美公司说明转回或转销存货跌价准备的依据，是否符合企业会计准则有关规定并披露存货的保质期分布情况。

被质疑关联交易

深交所对贝因美发函的16个问题中，8次指向公司是否存在关联交易。

其一，今年贝因美将2021年相关贸易业务，2022年至2023年9月线上流量投放业务收入确认方法由“总额法”更正为“净额法”，并更新了相关财报中的信息。

深交所要求贝因美说明此次会计差错更正涉及的具体业务情况，披露近三年贸易业务、线上流量投放业务的主要客户及供应商的具体信息，以及是否与贝因美公司董事、监事、高管、5%持股以上股东、实际控制人之间存在关联交易。



张力 制图

其二，去年贝因美前五名客户合计销售金额为6.1亿元，占年度销售总额的24.12%；前五名供应商合计采购金额为3.57亿元，占年度采购比例总额的27.26%，其中，前五名供应商采购额中关联方采购额占年度采购总额比例为8.05%。

对此，深交所要求公司说明报告前五名客户与供应商名称、成立时间、注册资本、交易内容、金额、合作期限、期末往来款余额情况等，以及是否与贝因美公司存在关联交易情况。

此外，深交所还要求公司说明去年前五名欠款对象、前五名应收账款对象、联营企业、预付款对象、广告宣传供应

商、在建工程供应商等主体与公司及相关人员是否存在利益倾斜关系。

贝因美2023年销售费用为7.92亿元，同比下降3.52%，其中广告宣传费为1.06亿元，人工费用1.98亿元，同比增长9.97%，相关客户的合同促销相关费用及广告宣传费的明细情况也被深交所要求详细说明，包括但不限于主要费用的具体构成、是否签订协议、款项支付对象、支付进度安排、涉及费用的会计处理及其合规性。

高管大幅涨薪

深交所问询函中指出贝因美“存

贷双高”的问题，要求公司说明货币资金与有息负债同时金额较高的原因及合理性，“存贷双高”特征与公司经营情况是否相匹配、与同行业可比公司情况是否存在较大差异。

贝因美2023年流动负债期末余额为21.96亿元，占负债总额的97.24%，其中短期借款期末余额为10.26亿元；货币资金期末余额为10.28亿元，其中受限的货币资金期末余额为2亿元。

事实上，贝因美今年以来的资金情况不容乐观。2024年1月，贝因美发布向银行申请资产抵押贷款的公告。

为满足公司日常生产经营的资金需

求，拟使用本公司及子公司资产向银行申请抵押贷款，抵押资产包括公司及子公司自有土地、房屋、建筑物等，贷款期限不超过一年。

2月，贝因美又发布其控股子公司质押股份的公告。

由于贝因美集团有限公司（贝因美股份有限公司第一大控股股东）面临较大资金困难，拟质押/冻结贝因美1.79亿股股份，占其所持公司股份总数的99.16%。截至2023年底，贝因美集团资产负债率高达92.98%。贝因美自身偿债情况也不容乐观，Choice数据显示，其最近几年现金短债比均小于1，短期内债务偿还压力较大。

公司不惜抵押贷款以缓解资金周转，高管们却大幅涨薪。

贝因美去年管理费用约2亿元，同比增长17.26%，其中人工费用1.15亿元，同比增长28.96%，深交所问询函中要求公司说明其管理费用大幅增加的原因及合理性。

记者注意到，2023年贝因美公司管理层整体薪资大幅上涨，董事、监事、高级管理人员薪酬总额由上年的741.01万元上涨至1016.14万元。

其中，公司董事长、总经理谢宏的年薪由此前的346.31万元上涨至371.5万元；涨幅更大的是鲍晨、李志容和赵爱凌三位副总经理，鲍晨的年薪由80万元上涨至140.11万元，李志容由76.14万元上涨至142.31万元，赵爱凌由80.08万元上涨至136.99万元；财务总监金志强的年薪也从86.24万元上涨至148.66万元。除了谢宏，其余高管去年涨薪幅度均超71%。