

寺库股权冻结 奢侈品电商是个伪命题？

11月23日，北京商报记者从天眼查App发现，北京寺库商贸有限公司新增1.2亿元股权被冻结信息。此外，数月来寺库还多次被曝出现不发货不退款、欠薪等问题。中国奢侈品电商第一股“寺库”何以至此？业内人士分析，造成现在的局面，与寺库业务板块不清晰有一定关系，将本身就有矛盾的二手奢侈品与新品的交易合并在一个平台，对其运营能力提出很高的要求，且寺库难以舍弃的重要板块——二手奢侈品却因真假难辨频频遭受消费者质疑。寺库的困局，折射出整个二手奢侈品行业供应链分散、鉴定标准不统一等痛点。

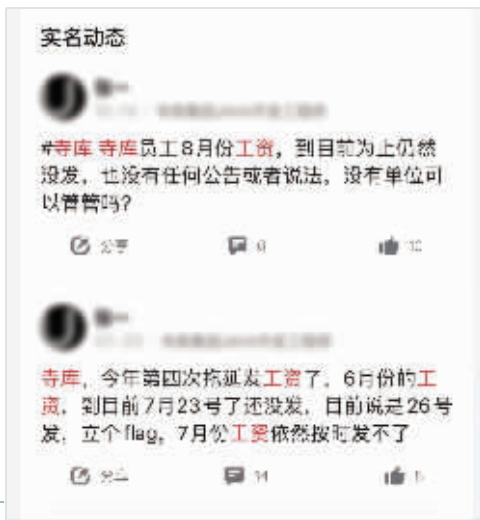
1.2亿元股权又被冻结

近日，据天眼查信息显示，北京寺库商贸有限公司于11月16日新增股权冻结信息，股权被执行的企业为上海寺库电子商务有限公司，被冻结股权数额1.2亿元，执行法院为宁波市北仑区人民法院。11月以来，北京寺库商贸有限公司已有三条股权冻结信息，被累计冻结1.6亿元的股权数额。

不仅股权被冻结，寺库还多次被曝不发货不退款。据消费者小木称，今年9月在寺库买了三件T恤，有两件半个月都没发货，申请退款后一个半月也不通过。客服人员说是因为系统升级，全是人工退款所以慢。“目前，小木的退款显示已在操作中，但仍未收到退款。甚至有消费者表示，寺库拖欠其货款已累计高达17万元，寄卖的商品都已经售出了，但自己始终没收到钱。

在黑猫投诉平台，北京商报记者看到，截至11月23日，与寺库相关的投诉多达5997条，相比于11月21日的5896条，短短两天内就新增了100余条投诉。

投诉者不只是消费者，还有寺库员工表示被公司拖欠工资。北京商报记者在脉脉App中看到，有多个认证为寺库员工的用户



在黑猫投诉平台，有寺库员工表示被公司拖欠工资。

投诉工资被拖欠。其中，认证为“寺库集团JAVA开发工程师”的员工表示：8月的工资到目前为止仍然没发，也没有任何公告或者说法。这已经是寺库今年第四次拖欠发工资了。”

对于欠薪问题，寺库向北京商报记者表示，目前已经全部发放完拖欠的工资。但对于股权被冻结等问题暂未回复。

香颂资本董事沈萌分析称：股权被冻结，结合其他近期曝出的问题，不排除是寺库的资金链出现了风险，导致整个业务遭遇无法正常运行的周转障碍，被相关方提请法院冻结相关股权、进行资产保全。”



有消费者在小红书表示怀疑在寺库买到了假货

业务板块不清晰

与寺库同时期出圈的奢侈品交易平台尚品网，也曾在2019年被曝出拖欠工资、不发货、退款难等问题，随后尚品网发布公告称，在经营了九年之后因融资重组不顺，已进入破产清算程序。

两年后的今天，历史是否会重演还不可知，但成立于2008年的寺库的确面临着难以忽视的挑战。2008年成立的寺库经历了中国电商发展的黄金十年，能够脱颖而出并在美国纳斯达克上市；中国奢侈品电商第一

股“寺库”还是具备一定能力的，但仅仅是昙花一现。”奢侈品品牌专家梅宇华认为，造成现在的局面，与寺库业务板块不清晰有一定关系。

据公开资料显示，寺库不仅与非拉格慕、Prada、Tod's等1000多个高端品牌达成授权官方合作，进行奢侈品交易业务，还有回收和寄卖二手奢侈品的业务。但二奢与新品本身就是一个对立面，将两个对立面的产品放在同一个平台销售，对运营能力的要求很高。无论对于寺库的二奢还是新品都是巨大的挑战。”梅宇华表示。

此外，与寺库合作的各品牌商也同时有各自的品牌官网、微信小程序及实体店，同时国内电商巨头天猫、京东等近年来也纷纷入局，抢食蛋糕，寺库面临的竞争压力可想而知。作为最早起步奢侈品电商平台的寺库，反而逐步败下阵来。加之业务板块不清晰，实际运营过程操作不规范，导致了寺库逐步陷入“公域流量”获客难、“私域流量”变现难的瓶颈，而之后进军社交电商领域，也让外界对寺库这个品牌定位的认知变得更加不清晰。”梅宇华表示。

北京商报记者了解到，2018年寺库上线了新业务库店，成为又一家进入社交电商领域的电商平台，与主打奢侈品交易的寺库商城不同，库店的品类以食品生鲜、百货家居、美妆护肤为主。在上海寺库电子商务有限公司的经营范围，也涉及食品流通、日用百货以及卫生洁具等内容。

二奢行业痛点难破

疫情下，奢侈品目标群体的需求出现收缩，但二手奢侈品行业却呈高速发展之态。艾瑞咨询发布的《2021中国闲置高端消费品零售行业研究报告》指出，未来闲置高端消费品存量规模还有一定的增长空间，预估2025年会达到接近4万亿元。2020年的闲置高端消费

品零售市场在500亿元左右，而到2025年这个市场会超过2000亿元。

但二手奢侈品行业在高速发展的过程中，也呈现出“供应链分散、正品鉴定标准执行不统一、市场监管待完善、高端人才不足”等痛点，妃鱼创始人兼CEO黄世昌介绍称。

行业之痛，亦是寺库之难，寺库难以舍弃的重要板块——二手奢侈品，因真假难辨频频遭受消费者质疑。北京商报记者在小红书中看到，怀疑在寺库买到假货的消费者不在少数。

消费者小王表示，在寺库购买了一款Dior眼镜，但在另一平台鉴定为假货，并提供了鉴定结果截图。然而在小王投诉维权时，却发现需要有国家认可的产品质量报告和鉴定书才能真正证实所购产品为假货。然而现实是，个人消费者往往无法提供具有法律效力的鉴定报告，因为奢侈品品牌方基本不提供鉴定服务，而市面上广为入知的鉴定平台给出的结论实际并不具备法律效力，也不是国家认可的鉴定机构。

经济学家宋清辉也表示，二奢市场仍处于一个极其不稳定的状态，一是市场流通较为缓慢，二是在评估、鉴定等方面存在诸多难题，从业者或者电商要想在竞争中抢夺先机，短期内并非易事。

国内闲置奢侈品行业面临着假货横行、从业者鱼龙混杂的窘境，也让消费者购买信心不足，成为限制其发展的最大瓶颈。对此，中检集团奢侈品鉴定中心主任曹锐指出，中检中奢中心已推出了奢侈品鉴定溯源防伪系统。同时，中检中奢中心与行业头部商家合作，打造中检中奢中心鉴定溯源示范基地。针对二手奢侈品行业人才，尤其是高水平鉴定人才的匮乏，中检中奢中心向社会推出专业奢侈品鉴定培训课程，为奢侈品鉴定行业选拔优秀的鉴定师人才。

北京商报记者 赵述评 蔺雨薇
图片来源：黑猫投诉、小红书截图

地产“大佬”毛大庆开包子铺 资本迷上跨界快餐

优客工场创始人毛大庆又多了一个包子铺老板的头衔。近日，北京商报记者走访时发现，位于国贸的无限空间美食花园新开了一家名为“毛大庆包子铺”的门店。这家店难道是地产“大佬”毛大庆开的？11月23日，记者向毛大庆求证，对方确认该店正是自己所开，因为从小喜欢吃家里的包子，所以毛大庆开了这家“毛大庆包子铺”。快餐品类似乎正成为投资的新风口，此前，瑞幸咖啡前董事长陆正耀同样选择了快餐品类进军餐饮市场。不过，回归品牌，要想长久发展，其产品品质依旧是关键。

包子+咖啡

因为从小喜欢吃家里的包子，所以毛大庆开了这家“毛大庆包子铺”。

走访位于国贸的无限空间美食花园时，北京商报记者发现一家名为“毛大庆包子铺”的门店。记者在现场看到，菜单显示手工现包系列有4款包子，但门头下悬挂着6个木制牌子，标注着鲜肉咸蛋包、婆婆麻麻豆腐包、毛奶奶秘制鲜肉包等6款包子产品，售价区间在3.5-8元/个。

从门店选址和产品来看，包子配咖啡的组合瞄准了周边白领、商务人士以及年轻消费群体。毛大庆包子铺的门头写着“现做 现蒸现磨”，还有“Coffee & Steamed Buns”的字样，并配有咖啡与包子的图标。值得注意的是，门店不仅配有在包子铺常见的黑芝麻豆浆、原味豆浆、暖胃小米粥，还有黑芝麻拿铁、拿铁、美式三款现磨咖啡系列，售价分别为

22元、20元、18元。从选址来看，毛大庆包子铺位于国贸地区，又在一个美食城区，能够辐射到的区域包括周边的写字楼、办公园区等场景。

对于涉足餐饮领域的原因，毛大庆对北京商报记者表示：“这个事情并没有很复杂，主要从小喜欢吃家里做的包子，而且姥姥做的包子在多地都很有名气。”在定位上，包子+咖啡年轻人人都很喜欢，希望把这个门店做得更年轻化一些。另外，优客工场与共享际合作的PICK1/2EAT美食城曾孵化出许多网红餐饮品牌，如今自己也尝试一下。”

对于毛大庆包子铺是否会全国布局，毛大庆则表示还没有下一步规划。其实，北京商报记者在社交平台看到，毛大庆也多次在微博上为其包子铺“打call”，吸引消费者前来品尝。

快餐异军突起

毛大庆开包子铺，是否可以理解为是优客工场进一步布局餐饮的信号？

不久前，优客工场宣布以亿元级估值并购北京餐饮品牌“晓寿司”，入局新消费赛道。并购后，双方将通过覆盖白领工作餐、会议餐、下午茶等进一步布局日料市场，拓展写字楼、园区等之外的消费场景。然而，优客工场



毛大庆包子铺的6款包子售价在3.5-8元/个

相关负责人表示，该包子铺为毛大庆个人所为，与优客工场业务无关。不过，从优客工场官微可以看到“晓寿司”“毛大庆包子铺”可以为企业团餐的信息。

抛开个人情怀，毛大庆涉足的快餐领域颇受资本青睐。例如，陆正耀最新创业的小面“项目”就备受关注，即便多次更名，依旧主打快餐生意。而快餐品牌老娘舅、老乡鸡更是备受资本青睐，如今已经进行上市辅导，而乡村基等快餐品牌融资或上市的消息也不绝于耳。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人王志宏认为，像包子这类属于传统食品品类，既基础又大众化，能满足早餐与正餐的需求。外加主打包子产品的权威全国性快餐品牌寥寥无几，因此快餐市场不仅需求高，而且机会空间大。从市场角度来看，与正餐类产品相比，快餐品类的产品往往比较简

单，稳定性较强，更加适合通过标准化进行复制。

冠名是把双刃剑

陆正耀的“趣巴渝”、贾国龙的“贾国龙功夫菜”、毛大庆的“毛大庆包子铺”……这些品牌自“出道”就自带光环。标准化产品与运营模式能够使品牌“跑”得更快。”王志宏指出，品牌要想长久地发展，其产品品质也颇为关键，由于产品的定位在中等位置，消费者自然会对产品有一些要求与期待，尤其是以创始人名字命名的品牌，更需要维护品牌口碑。

对于毛大庆将自己的名字运用到品牌中，王志宏猜测称：一方面，毛大庆可能对包子赛道非常看好，以致于愿意将自己的名字运用到品牌之中。另一方面，毛大庆或许是希望利用个人品牌影响力与知名度来为

品牌背书。毛大庆在商业领域的影响力会更大，该品牌又位于国贸地区，周边聚集了写字楼与商业办公区，客群以白领商务人群为主，以此来快速获得市场关注，从而获得更好的发展。从定价来看，该品牌的包子产品处于中等价位，并不算便宜，首店又选在国贸，这些布局或许都是在为品牌将来走中高端路线做铺垫。”但他同时指出，以创始人名字命名品牌同样会带来一定风险，若毛大庆本人出现负面新闻，则可能对品牌造成负面影响，而包子铺产生的负面影响也会带给毛大庆本人。

北京商业经济学会副会长赖田也认为，口感品质才是品牌发展的关键。“当下的消费者愿意为物有所值的产品付费，这也是目前消费升级的趋势。许多品牌都在做包子、面条等品类的产品，但产品细节为消费者带来的体验仍旧存在差异。在消费升级的过程中，若产品价格消费者所能承受的范围之内，消费者则愿意为品质付费，进行持续购买，而非因为新鲜感去部分网红店打卡一般。除提供高品质产品外，创新也是品牌发展的不二法宝。”但他同时指出，产品口味不能为了创新而创新，而是需要按照当代消费者的消费习惯进行变化，创造出新的东西，从而得到消费者关注。此外，数字化技术不仅能优化品牌运营效率，还能提升消费者购物体验。

北京商报记者 郭缤璐 张天元文并摄

减资公告

北京中开盈泰房地产开发有限公司 统一社会信用代码: 91110105MA01QY9G0P 经股东会决议,拟向公司登记机关申请减少注册资本,由190000万元人民币减少至100000万元人民币,请债权人于见报之日起45日内向本公司提出债务清偿或相应担保请求,特此公告。
联系人:王伟静 联系电话:18230113015
北京中泰金建房地产开发有限公司
2021年11月24日



扫码观看视频