

# 夹缝中的家乐福

1月8日的北京家乐福卖场,有空空的货架、长长的结账队伍,没有置办年货的热闹,更像是“再不买就要关店了”扫货。北京商报记者走访北京家乐福卖场发现,有的商品被大面积摆放在货架上“撑门面”,大部分商品不能使用家乐福自营的购物卡结算……这些经营细节透露着家乐福的运营困境,商品能否继续使用购物卡结算,需要家乐福与品牌供应商进行博弈。年关在即,留给家乐福找方向的时间已经不多。

## 关店预警? 购物卡结账受限

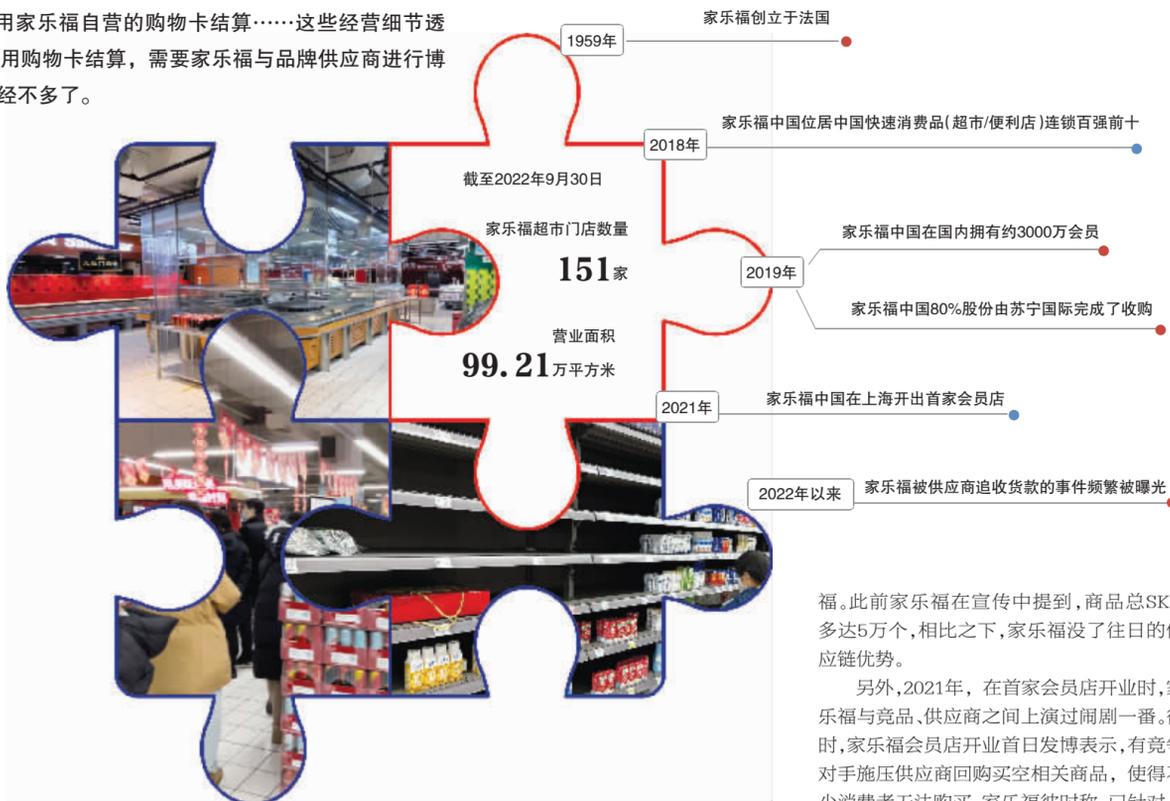
“这是今天买的第二车东西,购物卡只能买这些,这趟估计得排至少25分钟了”,8日一早,张先生及家人进入家乐福凯德Mall大峡谷店,抢购一批可以用购物卡结算的商品,张先生一家一次结账排队等待约15分钟。

“媒体报道北京家乐福卖场很多商品不能用购物卡结算,我们赶来把购物卡余额消费完”,与张先生有同样想法的消费者不在少数,凯德Mall大峡谷一层干果商户表示,从1月7日起,家乐福超市的人就突然变多了,每个人都大量购买商品。

对于消费者关心的购物卡等问题,北京商报记者联系到北京家乐福,相关负责人回复称,前期购物卡系统升级是有商品使用受到限制,目前已经恢复正常。不过,记者走访中发现,家乐福卖场内的大部分商品仍无法使用家乐福购物卡结算。虽然商通卡可以继续使用,但需要在人工结账通道才可以。

问及到店消费者,抢购的原因多在于“家乐福卖场是否会关店”。消费者的顾虑也源于家乐福近两年来的“不景气”。去年7月,家乐福方庄店暂停营业,对外告示称“即将升级改造”。不过,彼时方庄店的工作人员在关店前夕也提到,“家乐福不会在这里了”。

家乐福超市的离场不再是个例。苏宁易购2022年三季报显示,前三季度,家乐福无新开门店,闭店数量达到54家,门店数量从2021年底的205家减少到151家,门店数量骤减26%。2021年,门店数量净减少23家,2020年净减少5家。随着关店节奏的加快,目前杭州、



成都、福州、济南、南昌等一二线市场已无家乐福身影。苏宁易购表示,公司净利润亏损很大原因是受家乐福的拖累,其下滑的业绩难以分摊较高的固定租金成本。为缓解亏损,公司正在全面开展家乐福业务调整,关闭部分区域门店。

家乐福中国关店速度也在加快。家乐福中国2020年门店数减少5家,2021年门店数量净减少23家。在2022年三季度,现有门店对比其中报数据,3个月中门店数减少了30家,关店速度远超上半年。

对于门店未来运营,北京家乐福相关负责人表示,不会退出北京市。

## 供应链危机? SKU骤减、联营撤店

在家乐福卖场内,与消费者抢购形成鲜明对比的是场内逐渐空荡的货架。一款干果果脯商品被大面积摆放在货架上、生鲜销售区少有散售蔬菜、冷鲜肉及现场制售区域已经空置……商品的供应也困扰着家乐

福。此前家乐福在宣传中提到,商品总SKU多达5万个,相比之下,家乐福没了往日的供应链优势。

另外,2021年,在首家会员店开业时,家乐福与竞品、供应商之间上演过闹剧一番。彼时,家乐福会员店开业首日发博表示,有竞争对手施压供应商回购买空相关商品,使得不少消费者无法购买。家乐福彼时称,已针对上述“二选一”行为向相关部门举报。

在商超发展的黄金年代,拥有绝对话语权的全球零售巨头家乐福,是宝洁、康师傅等供应商趋之若鹜的渠道。如今,家乐福却陷入拖欠货款纠纷与大面积缺货的尴尬境地。

## 行业内卷加剧 亟待转型输血

天颐查App显示,近日,尤妮佳生活用品(中国)有限公司与家乐福(上海)供应链管理服务有限公司仲裁程序中一审非诉保全审查裁定书公开。文书显示,申请人尤妮佳公司要求冻结被申请人家乐福公司银行存款1389万余元,不足之数查封扣押其相应价值财产。法院

认为,尤妮佳公司该申请符合相关法律规定,裁定执行。

尤妮佳为日用品企业,旗下有尤妮佳纸尿裤和苏菲等品牌。

2022年以来,家乐福被供应商追收货款的事件频繁被曝光。此前,西南地区供应商透露,2022年下半年起,家乐福超市频繁拖欠货款。据悉,在这位供应商暂时中止与家乐福合作时,家乐福欠该供应商的未结货款金额约240多万元。

无论这场实体零售行业中的“二选一”是否坐实,供应链都成为摆在家乐福眼前的难题。

北京商报记者 王维祯

# 建发股份接盘 美凯龙能稳住吗

作为国内家居行业的领军人物,车建兴旗下的美凯龙(601828)市场知名度颇高,如今筹划控制权变更两天后,接盘方揭晓。1月8日晚间,A股公司建发股份披露公告称,公司正在筹划收购美凯龙不超过30%的股份,可能成为美凯龙控股股东。据了解,这也是2023年开年以来A股市场首例“A吃A”案例。

## 美凯龙接盘方揭晓

1月8日晚间,美凯龙接盘方揭晓,系A股公司建发股份。

建发股份表示,公司正在筹划通过现金方式协议收购美凯龙不超过30%的股份,本次交易完成后,公司可能成为美凯龙控股股东。本次交易尚处于筹划阶段,公司尚未召开董事会审议,双方尚未签署股权转让协议,具体交易方案仍需进一步协商和确定。

据了解,1月6日美凯龙就披露过一则“关于筹划控制权变更的停牌公告”,称控股股东红星控股正在筹划股权转让事宜,或涉及公司控制权变更,公司股票自1月9日起停牌。

美凯龙是国内领先的家居装饰及家具商场运营商和泛家居业务平台服务商,截至1月6日收盘,公司股价报4.68元/股,总市值为203.8亿元。若以该市值计算,美凯龙30%股权对应市值在61.14亿元。

数据显示,截至2022年12月31日,美凯龙总股本43.55亿股,包括A股36.13亿股(占总股本比例82.98%)及H股7.41亿股(占总股本比例17.02%)。其中,红星控股直接持有美凯龙26.18亿股股份,占总股本的60.12%,红星控股的一致行动人西藏奕盈企业管理有限

公司、车建兴、陈淑红、车建芳等合计持有美凯龙1860.76万股,占总股本的0.43%。

美凯龙的控股股东为红星控股,实际控制人为车建兴。

美凯龙接盘方背后则是厦门国资,A股公司建发股份实际控制人为厦门市国资委,公司从事供应链运营业务和房地产业务两大主业。截至1月6日收盘,建发股份股价报14.93元/股,总市值为448.7亿元。

## 卖壳背后资金“吃紧”

红星美凯龙是国内领先的家居装饰及家具商场运营商和泛家居业务平台服务商,主要通过经营和管理自营商场、委管商场、特许经营商场和战略合作商场,为商户、消费者和合作方提供全面服务。同时,公司还提供包括互联网零售、家装、设计等泛家居消费服务。

截至2022年12月31日,红星美凯龙经营着94家自营商场、284家委管商场,通过战略合作经营8家家居商场,此外,公司以特许经营方式授权57家特许经营家居建材项目,共包括476家家居建材店/产业街。

据了解,美凯龙由车建兴一手创办,车建兴也是国内家居行业的领军人物。伴随着美凯龙2018年在A股上市,公司也成为了国内

首家“A+H”上市公司。放弃上市公司控制权背后,车建兴似乎有些资金“吃紧”。

数据显示,截至2022年6月30日末,红星控股总资产约为1874.88亿元,总负债1229.18亿元,其中有息负债合计约为560亿元,账面货币资金仅87.57亿元,出现流动性紧张。

而在此次转让控制权之前,美凯龙也曾披露过控股股东的减持计划。2022年12月26日,美凯龙表示,公司控股股东红星控股拟通过集中竞价、大宗交易方式减持公司不超过3%的股份;此外,红星控股一致行动人西藏奕盈企业管理有限公司也拟减持不超过上市公司0.41%的股份。

履历显示,车建兴1966年6月出生,上世纪80年代末其开始了家具制造的职业生涯,1990年12月创办常州市红星家具城,2007年创办美凯龙的前身上海红星美凯龙家居用品有限公司,且于2007年至今担任董事长及总经理。

“卖壳”背后,美凯龙2022年以来经营业绩也不乐观。

数据显示,美凯龙2022年一季度、半年度、前三季度净利润均处于同比下滑状态,其中2022年前三季度实现营业收入约为104.8亿元,同比下降7.67%;对应实现归属净利润约为13.18亿元,同比下降36.17%。投融资专家许小恒对北京商报记者表示,上市公司控股股东面临流动性危机,实控人转让控制权也是无奈之举,如果接盘方实力雄厚,对于上市公司而言也算是利好。

针对公司此次易主以及公司业绩等方面相关问题,北京商报记者致电美凯龙董秘办公室进行采访,不过未有人接听。

北京商报记者 马换换

# 只靠坚果的沃隆上市路难

“每日坚果”品类开创者沃隆要上市了?1月8日,北京商报记者获悉,青岛沃隆食品股份有限公司(以下简称“沃隆”)近日已递交首次公开发行股票招股说明书(上会稿),拟冲上交易所IPO上市,预计募资7亿元,3.1亿元用于生产智能化改造及智能仓储物流中心建设项目,2.1亿元用于品牌形象及全渠道销售网络建设项目,1.8亿元用于补充流动资金。

官网信息显示,沃隆成立于2016年,是集生产加工、国际贸易与电子商务为一体的企业,在国内首创每日坚果系列产品,主营产品包括每日坚果系列、坚果果干系列、烘焙系列。2022年6月22日,沃隆食品曾预披露招股书,保荐机构为中信证券。

作为每日坚果品类的开创者,沃隆凭借先发红利,销售额曾一度突破10亿元。但在近年,沃隆却有些“成于坚果,困于坚果”。最新招股书显示,2019-2021年,沃隆主营业务收入占比分别为99.53%、98.78%、98.92%,其中混合坚果类产品的收入占全部营收的比例分别高达92.14%、85.73%、75.74%。整体来看,坚果业务依然是沃隆的主力,整体业务结构较为单一。

在招股书中,沃隆表示,报告期内混合坚果类产品收入占比仍然较高,如果未来该类市场竞争加剧或消费者偏好发生改变,可能会对公司生产经营和业绩带来不利影响。据前瞻产业研究院数据,中国混合坚果行业市场规模增速自2016年的400%逐渐降至2021年的16%,行业整体规模增速放缓,这对于仅靠坚果扛起营收的沃隆来说风险或将更高。

根据招股书,2019年、2020年、2021年和2022年上半年,沃隆分别实现营收11.649亿元、8.894亿元、11.079亿元和4.36

亿元,同期净利润分别为1.312亿元、8870.85万元、1.196亿元和2684.53万元。据沃隆预计,2022年度营收将在10亿-12亿元之间,较上年同期减少9.74%至增长8.31%;预计实现归属于母公司股东的净利润为0.9亿-1.1亿元,较上年同期减少24.74%-8.02%。

同时,由于坚果产业门槛低、可替代性强,入局者众多,不少休闲食品企业也大举加入坚果市场竞争,三只松鼠、良品铺子、百草味等品牌也纷纷推出每日坚果品类,沃隆的市场份额被蚕食,市占率正逐渐下滑。

数据显示,2019年,沃隆在混合坚果行业的市场份额达到13%,位居行业第一;到2021年,沃隆市占率仅为7.2%,已下滑至第三位。艾媒《2021年中国坚果零食品牌排行Top15》榜单中,沃隆排在百草味、三只松鼠、良品铺子、洽洽之后,居于第五位。

在业内看来,沃隆的产品体系结构单一,仅依靠每日坚果,存在爆品后续乏力的风险,沃隆需要逐步向多品类探索布局,搭建稳固的产品护城河。目前来看,新品依然围绕坚果及相关品类。

广科院旗下广科咨询首席策略师沈萌表示,许多消费者熟悉“每日坚果”却不了解沃隆,说明其品牌力还有待加强,无论是品类还是企业品牌,都需要凸显与其他竞品的差异性。沃隆的业务结构风险来自于,单一业务占比过大的同时差异化竞争优势不明显,这可能导致因为竞争压力出现业绩大幅波动。沃隆急需打造品牌差异化,提高竞争力。

就上述问题及后续发展,北京商报记者向沃隆官网邮箱发邮件联系采访,截至发稿未收到回复。

北京商报记者 郭秀娟 张函