

# 财眼



## 售卖过期烤肠 全家被立案调查

连锁企业食品安全问题频遭曝光,专家认为这是政府加强食品安全前奏

近日,全家便利店被爆出售卖过期烤肠。8月25日,上海杨浦区市场监管局表示将对相关“全家便利店”涉嫌违反食品安全法的行为立案调查。昨日,新快报记者走访了广州包括全家在内的多家便利店,发现不同品牌便利店下架烤炸食品的周期不同,但店员均表示是“当天新鲜出品”。

■新快报记者 陆妍思 见习记者 林广豪



### ●事件回放

#### 全家售卖过期烤肠被立案调查

8月22日,网友林先生爆料称,其在上海“全家便利店”大连路三店和彭武路三店所购买的烤肠都存在黑斑、肉质紧实和硬质等状况,食用后多次腹泻。根据全家便利店的规定,进入保温箱的食品若4小时未能售卖就需报废。而在林先生提供的视频中,店员称烤肠是前一天4点放进烤架的,远超规定时间,本不应向顾客售卖。

8月24日,#全家便利店承认在上海部分门店售卖过期烤肠#的消息冲上热搜。25日,记者从杨浦区市场监管局获悉,该局将对相关全家便利店涉嫌违反食品安全法的行为立案调查。

### ●记者走访

#### 各便利店下架烤炸食品周期不同

8月26日下午,新快报记者来到全家便利店天朗明居店,发现店员正在下架部分烤肠和炸猪排。记者了解到,下架的食物都是当天上午制作的,因为过了保质期就直接下架,剩下的则是中午制作的。对于该类烤炸食品具体保质时长为多久,店员称他们是按照公司标准来操作。即食面饭方面,大多数食物是8月24日前后生产的,其中保质期最早截止日期为8月26日24点。

同样在天河区,记者在7-ELEVEN中景店看到,放置烤肠等复热产品的保温炉所贴的标签写着“今天新鲜出品”“保质期今天”等信息。经询问,这些食物都是当天上午制作的,

不会存在放置过夜的食物。店员称,一般晚上八九点就会直接扔掉卖不出去的烤肠、烤鸡腿等烤炸食物,而部分面包类的食物会作打折处理。

“全家这么出名的品牌竟然会出这种事?”记者走访过程中采访了数名便利店顾客,一位经常到全家便利店购买烤肠的吴女士对于全家违规出售超期烤肠的消息很吃惊,她表示这段时间都不再去全家了,会选择其他便利店消费。而另一位顾客关先生则表示,近期网红餐饮屡屡翻车引发群众对食品安全的关注,他认为厨房的生产处理要更加公开,有关部门要多开展突击检查。

### ●事件背后

#### 加盟比例高导致质量内控纰漏

这并不是全家首次爆出食品安全事件,2019年初,蓝莓评测经过调研发现,全国10个城市中的21家全家便利店存在售卖过期食品、篡改商品标签的现象。同年8月,全家自有工厂生产的便当被上海市市场监管局抽检结果为不合格,存在致病菌超标等问题,全家当时表示将“内部整改”,全面加强管控。

翻开大众点评APP搜索发现,在以5分为满分的评价中,天河区86家正常营业的全家便利店消费者评分介于3.0-4.0。记者注意到,8月25日,天河一路门店有网友留言称“熟食柜中的鸡肉串干巴巴,完全不好吃”。而当天西城都荟店的最新评价仅为0.5星,网友称“在保质期内的草莓口袋面包是馊的”。

中国食品产业分析师朱丹蓬认

为,全家屡次触碰食品安全红线,是因为质量内控体系没有严格按照标准来执行,这可能系背后加盟方式所致。据悉,全家便利店的加盟比例最高达到80%,而罗森与7-ELEVEN均在50%以下。

### 政府将全面加强食品安全工作

今年4月以来,多起连锁餐饮、超市企业存在食品安全问题被曝光,涉及蜜雪冰城、杨国福、华莱士、胖哥俩肉蟹煲、大润发等门店。对此,中国连锁经营协会食品安全委员会已发出食品安全管理警示,提出各连锁经营总部、网络消费平台管理总部要尽快组织食品安全督导团队或委托第三方机构,对所有门店(包括加盟店)开展专项排查。

警示指出,各连锁经营总部、网络消费平台管理总部应承担食品安全管理总责,建立董事会成员参与的、独立且具备一票否决权的食品安全议事机构,对总部现行管理构架、制度和流程的实施有效性进行自查自纠。

广东省连锁经营协会秘书长樊飞飞接受新快报记者时表示,食品安全越来越受重视,这一波曝光是政府职能部门加强食品安全的前奏,惩罚性措施或将进一步持续落地,协会方面也会加强食品安全相关的培训和宣传工作。“连锁企业的食品安全相对做得还好一些,连锁企业出问题说明个体商户会有更多问题,预期相关部门将全方位、持续地推动食品安全工作。”樊飞飞说。

## 奈雪的茶首份财报:门店经营利润达3.85亿

新快报讯 记者陆妍思报道 8月25日,奈雪的茶(下称“奈雪”)发布2021年中期业绩报告,这也是奈雪作为全球茶饮第一股上市后的首份财报,财报显示,奈雪2021年上半年收入达21.26亿元,同比增长80.2%。经调整净利润达4820万元,较去年同期的亏损6350万元,盈利能力实现大幅提升。奈雪股价连续3天上涨,累计涨幅逾16%,8月26日上涨7.39%,报11.04港元/股,市值189.35亿港元。

2021年上半年,奈雪保持规模和业绩的同步高速增长。财报显示,截至2021年6月30日,奈雪的茶门店数达578家,上半年新开93家。在持续规模化发展中,奈雪的边际成本逐渐降低,报告期内,门店经营利润3.85亿元,去年同期约6450万元,同比大增497.2%,门店经营利润率达19.2%,较2020年全年的12.2%提升了7个百分点,表现超预期。

财报显示,2021年上半年,奈雪科技能力建设及供应链建设两项投入过亿,分别为4830万元、6020万元。截至2021年6月30日,奈雪会员数达3650万名,较去年年末增长逾30%,2021年第二季度回购率达30.3%,线上收入占比已达到72.2%。

对于奈雪未来增长点,机构认为,奈雪在新零售领域的拓展也有望进一步挖掘其品牌价值并开启第二成长曲线。财报显示,2021年上半年新零售收入6972.9万元,相当于去年同期1549.6万的近5倍。

此外,恒生指数公司8月20日公告显示,奈雪的茶获纳入恒生综合指数。这也意味着其将在9月6日正式纳入港股通,有望在南下资金的加持下进一步加速发展。

## 完美日记母公司Q2业绩稳增 产研投入增长146.2%

新快报讯 记者陆妍思报道 8月26日晚,完美日记母公司逸仙电商发布2021年第二季度财报,公司规模及效益均实现稳健增长。财报显示,公司总营收达15.3亿元,同比增长53.5%,大幅领先同期化妆品类商品零售的增长率18.5%。DTC消费者规模达1020万,同比增长13.3%。公司经营质量进一步提高,毛利率从去年同期的61.1%上升到65.7%。

在保持公司业绩高速增长的同

时,逸仙电商实现上市以来的首次亏损收窄,Q2 Non-GAAP净亏为1.949亿元(Q1为2.34亿元),Non-GAAP净亏损率从去年同期的17.4%下降到12.8%。而市场营销费用的营收占比为63.8%,环比下降8.3个百分点。

本季度,逸仙电商在研发方面的投入持续加码,投入费用约3520万元,相较于2020年同期(约1430万元)增长146.2%。2021年Q2公司研发投入占营收总额已达2.3%,研发投入跻身

国货品牌第一梯队,基本接近国际大牌美妆集团研发水平。

逸仙电商创始人、董事长兼CEO黄锦峰表示,第二季度业绩的强劲增长,主要得益于旗舰品牌完美日记和其他新品牌的持续增长。未来,公司仍将以用户为导向,加大研发技术投入,保证产品持续创新,进一步提升在Z世代和A世代消费者中的市场份额,将逸仙电商打造为蓬勃发展的全球多品牌美妆平台。

## 金域医学中报净利超10亿 净利率连续三年上升

新快报讯 记者涂波报道 记者获悉,为使投资者更全面深入了解公司经营业绩和发展战略等情况,金域医学9月2日将以网络文字互动方式召开2021年上半年度业绩说明会,将对投资者普遍关注的问题进行回答。

此前,金域医学披露了2021年中报成绩单,2021年上半年实现营业收入54.55亿元,同比增长57.01%;归属于上市公司股东的净利润10.59亿元,较上年同期增幅达90.55%,净利率连续三

年上升。

对今年上半年亮丽的经营业绩,金域医学表示,今年上半年,金域医学抗疫能力大幅跃升,抗疫形式更加多样,先后在湖北、广东等全国31个省市区和香港、澳门特别行政区开展新冠核酸检测。规模效应及项目结构优化,毛利率上升,再加上非新冠疫情检测业务恢复良好,使得公司经营业绩大幅增长。

实际上,近几年,金域医学的经营业绩表现为持续快速增长。2020年,其净利

润为15.10亿元,较2017年增长近7倍。

在研发方面,金域医学投入的经费与人力也在不断增长。今年上半年,公司研发投入为2.25亿元,同比增长25.46%。

金域医学2017年9月在上交所主板挂牌上市,是国内在连锁实验室数量、覆盖区域、服务客户数量等多维度领先的独立医学实验室,已覆盖全国31个省市区和香港、澳门特别行政区,700多个城市,2.3万余家医疗机构,全国90%的人口所在区域。公司自建2300多个

物流服务网点,深达乡镇基层,95%以上的标本实现省内12小时、跨省36小时送达。

值得一提的是,8月18日,金域医学迎来了创业27周年,金域医学董事长兼首席执行官梁耀铭表示,新的征程开启新的希望,新的时代承载新的梦想。金域医学的今天离不开每位金域伙伴的努力与奉献,在未来的日子里,与“金域号”一起勇往直前,向着更美好的未来出发。