

欠薪、欠款、关店 “烘焙第一股”克莉丝汀关停门店

3月10日,克莉丝汀在港交所发布公告称,集团现金流紧张并且遭遇经营困难,截至2023年2月28日,拖欠金额约为5700万元。由于拖欠货款,若干供货商已展开法律程序,冻结了集团的银行账户,被冻结金额介乎350万元至400万元。上述情况对集团营运造成不利影响,集团自2022年12月起已暂时关闭旗下所有零售门店。自此,“烘焙第一股”克莉丝汀在成立三十周年之后宣布停业。

■新快报记者 陈福香



■廖木兴/图

1 近一半的营收来自于预付卡券

“我手里还有很多克莉丝汀卡券,没有门店我去哪里消费?”3月19日,知名烘焙连锁品牌克莉丝汀所有门店暂停运营的消息登上热搜。据媒体报道,克莉丝汀上海总部已经人去楼空,目前仅剩一位保安留守。

克莉丝汀官网介绍称,克莉丝汀国际控股有限公司是烘焙产品连锁经营商。公司自1993年起生产及销售烘焙产品,是较早进入中国市场的外资投资烘焙企业之一。

克莉丝汀主要在长三角地区的黄金地段及主要城市进行营运,包括上海、江苏省及浙江省;销售逾2200种面包、蛋糕、月饼、干点及若干其他产品;拥有五家中央烘焙工厂,集中采购材料,重视产品的安全、营养及质量稳定性;多年来获得“上海市著名商标”等多个奖项。

可以说,这是伴随着一代上海人长大的知名烘焙品牌,目前停业导致很多消费者手里的卡券无从兑换和消费。

克莉丝汀2022年中报显示,去年上半年的销售额中,有近55%来自门店销售收入,约为2624.7万元;另外约45%来自礼券及预付卡兑换产品的销售收入,约为2166.3万元。

实际上,早在2022年12月以来,就陆续有消费者在社交媒体平台上爆料当地的克莉丝汀门店关门,手里数百元的储值卡和券无处可用。

3月10日,克莉丝汀在公告中自曝,由于疫情持续冲击,消费者支出减少,公司业务遭受严重打击,公司现金流紧张并且遭遇经营困难,在支付店铺租金、供货商货款、员工薪酬方面出现延误。

截至2023年2月28日,克莉丝汀拖欠金额约为人民币5700万元。由于拖欠货款,若干供货商已展开法律程序,冻结了集团的银行账户,被冻结金额人民币350万元至400万元。

克莉丝汀在公告中坦言,公司自2022年12月起已暂时关闭旗下所有零售门店,目前公司正计划通过合适的融资方式,比如出售资产及股本融资,来解决流动资金问题,并于2023年上半年恢复营业。

2 产品缺乏创新和内斗拖垮公司

2012年,克莉丝汀成功在香港交易所上市,成为国内“烘焙第一股”。这被誉为克莉丝汀“最后的辉煌”。

财报显示,2013年至2021年,克莉丝汀已连续9年亏损。其中2019年、2020年、2021年、2022年上半年归母净利润分别为-2.24亿元、-1.1亿元、-1.7亿元和-0.73万元。而且,克莉丝汀的门店数目一直在减少。年报显示,2021年,克莉丝汀关闭了55家门店,2020年关闭了99家门店,2019年,共关闭了117家门店。

2022年7月,媒体报道克莉丝汀经营异常,多家门店停业,中央工厂停工,拖欠门店租金等。克莉丝汀官方网站于2022年7月21日发布告知函,称疫情给公司运营带来沉重打击,经营发展一度陷入停滞。

此外,有供应商透露,自2022年上半年起,克莉丝汀就开始拖欠

货款,由于货款始终未结清,有供应商从2022年10月起选择停供,另有供应商已开始提起诉讼。

长丰县卓壮农业科技有限公司是起诉的供应商之一,作为克莉丝汀曾经的草莓供应商,由于克莉丝汀连续数月未付款,便于2022年3月停止供货,并于当年8月将克莉丝汀告上法庭,案件执行标的为36.76万元。

不但如此,克莉丝汀不少员工也被曝欠薪,有员工称南京工厂从2022年起被拖欠工资。

从克莉丝汀的资产负债表可以看到,昔日的“烘焙第一股”已陷入资不抵债的困局。截至2022年6月30日,克莉丝汀的流动资产总额为8160万元,而流动负债总额高达约6.69亿元。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为,克莉丝汀走到今天这样的地步,是因为中国的烘焙行业经过了30

年的发展,整个产业结构在创新升级、迭代的能力、速度与质量方面,与新生代“尝鲜”“打卡”的消费思维与行为,并不是太匹配。

“克莉丝汀这几年并没有把精力放在产品的创新升级上,所以它远远落后于整个行业的发展,它肯定是被消费端遗弃。”朱丹蓬指出,品质的稳定、食品安全的保障、场景的创新、服务体系的完善,包括客户粘性的加强,都与中国烘焙企业“出圈”有紧密关联。

而内斗也是拖垮克莉丝汀的重要原因。克莉丝汀前董事周晨曾向媒体表示,由于股东经营理念不同,克莉丝汀一直内斗,没有好好经营,最终导致连年亏损。罗田安此前在接受媒体采访时也认为:“随着一些追求赚快钱的基金进入,克莉丝汀管理层出现分歧甚至内讧,导致很多战略无法实施,最终掉队。”

3 新老交替,烘焙市场迎来大变局

近几年来,不少烘焙老品牌退场,令人唏嘘。

马来西亚国民蛋糕品牌食之秘,2007年进入上海时便引起轰动。鼎盛时期,食之秘在中国市场有超过100家门店。2019年7月,食之秘所有直营门店全线关停。

2020年8月,在上海有26年历史的马哥孛罗面包房正式退出历史舞台。

2021年6月底,在上海开了22年的烘焙品牌宜芝多多数家门店一夜关闭,有些门店货架上甚至还有未卖完的商品。2022年1月16日,宜芝多官方微博账号发布公告称,旗下所有直营门店均已停止营业。

2021年8月,在广州有着26年历史、门店数破百家的东海堂也宣布歇业。

台湾连锁烘焙品牌85度C在内地开设第一家店时,鼎盛时期单月营

业额可达180万元。去年,85度C全面退出武汉市场……

根据美团外卖数据,2021年烘焙门店的淘汰率达到了23.77%。

值得注意的是,克莉丝汀早在2015年就意识到问题,并谋求转型升级,该篇题为《转型之路》的文章至今仍挂在官网。文章提到,克莉丝汀自2014年开始,逐渐对门店进行升级转型,新升级的门店采用多样化的商业模式,将早餐、轻餐饮、下午茶等模式融合起来;通过三餐和下午茶的打造使克莉丝汀真正成为小区的“后厨房”……

可惜这个转型并未取得成功,有业内人士分析认为,不少烘焙老品牌从产品到价格都已经失去了吸引力。

不管怎样,新老品牌的交替,某种程度上也激活了烘焙市场的活力。

2020年,新冠肺炎疫情暴发,餐饮行业整体损失严重,众多传统烘焙

品牌亦损失惨重。但与此同时,一股烘焙新势力也破土而出,像墨墨点心局、虎头局等新中式烘焙品牌迅速走红,这些新式烘焙品牌最大的特点就是创新。优化传统、“西点中做”、“国潮风”设计,是他们一度能够进入年轻人的社交圈子、获得认可的法宝。

纵观整个国内烘焙行业,市场本身规模并不小。根据欧睿数据,从2016年之后,中国就已经是除美国之外的全球第二烘焙市场,在2013年到2019年,中国烘焙市场的规模一直在2200亿元以上。

业界分析,无论是传统烘焙品牌,还是新中式烘焙品牌,都还有大量机会。烘焙行业的下半场竞争,才刚刚开始。



扫一扫获取
更多快消资讯