

奈雪的茶去年亏损超4亿 今年还要开600家

近日，奈雪的茶披露了2022年财报，去年该公司实现总收入约为42.92亿元，同比下滑约0.1%；年内净亏损为4.75亿元。值得注意的是，奈雪的茶去年净新增251间门店，今年依旧保持扩张的态势，奈雪的茶计划2023年开店600家，主要加密一、二线城市。但频繁出现的食品安全依旧是困扰奈雪的茶发展的重要原因，截止到4月9日，黑猫投诉平台关于奈雪的茶投诉量已超过1200条，且有不少仅显示“已回复”，但并“未完成”。

■采写:新快报记者 陈福香



■廖木兴/图

A 投诉多为虚假宣传和食品安全问题

作为茶饮“第一股”，奈雪茶的持续亏损五年，同时困于食品安全问题。

去年5月12日，国家企业信用信息公示系统公示的行政处罚信息显示，北京奈雪餐饮管理有限公司天津和平区第一分公司因经营超过保质期的食品被天津市和平区市场监管局处罚5000元。

天津市和平区市场监督管理局执法人员在对北京奈雪餐饮管理有限公司天津和平区第一分公司进行检查时发现，一瓶已开封的高温杀菌乳超出保质期4天。奈雪的茶共采购同批次牛奶72瓶，单瓶价格10.25元。

处罚信息公示后，被称为“新式茶饮第一股”的奈雪的茶“因牛奶过期被罚”的微博话题迅速冲上热搜，阅读量过亿。

不但如此，在黑猫投诉平台，搜索关键词“奈雪的茶”，截止到4月9日，投诉量已经超过1200条。

记者翻阅投诉记录，其中有不少涉及虚假宣传和食品安全问题。

一份3月21日上传的人投诉记录显示，该消费者称，花费622元购买奈雪的茶下午茶，其中一杯吃出“很硬的塑料碎片”，“喝下去后果不堪设想，店家给出的方案是爱怎么投诉怎么投诉，我要求按食品安全法赔偿。”3月21日，奈雪的茶回复称“已安排专员进行跟进。”该消费者于3月22日补充投诉“奈雪的茶并没有任何人联系我进行处理。”

3月29日，消费者称在奈雪的茶南昌红谷滩万达店的外卖订单中，草莓魔法棒里吃出类似毛发的异物。“令人恶心，当场全吐出来了。”该投诉称。

而在稍早一点的3月17日，有消费者投诉在面包中吃出头发；3月16日，有消费者投诉奈雪的茶热芋泥喝出异物……

截止到4月9日，上述投诉还没有完成。

事实上，奈雪的茶频繁因产品过期、垃圾处理、食品安全等问题受到多次处罚。

2021年8月，奈雪的茶刚上市不久，就因“新华社记者卧底奈雪的茶打工”的话题登上热搜，调查发现奈雪部分门店存在诸多卫生问题。

就在当月，奈雪的茶北京两家门店在生产制作中违规操作，被市场监管总局给予顶格罚款10万元，并对2家门店店长分别罚款25万元和罚款28万元。

当时该公司的联合创始人兼董事长赵林就曾反思过，他说“8月以来的食品安全问题对奈雪的打击‘不亚于疫情’，我们自己的免疫系统是不完善的。未来将进一步完善运营流程标准，加强与外界的沟通”。

B 一边亏损一边扩张

业界认为，奈雪的茶频繁被爆出的食品安全问题，与其疯狂扩张不无关系。

奈雪的茶成立于2015年。2019年，公司新开门店173间，同比增长110.97%。到2020年底，门店数量为491间。2021年底，门店数量817间，2022年底为1068间。

门店数量显示，2021年6月30日，奈雪的茶登陆港交所当年，公司新增门店数量达326间，增幅达66.40%。2022年，门店净增加数为251间，同比增长30.72%。

总资产也集中反映了奈雪的茶扩张之疯狂。2020年底，公司总资产33.14亿元，到2021年底，

总资产达73.28亿元，短短一年，总资产增加40.14亿元，增幅达121.12%。

收购也是奈雪的茶扩张手段之一。

2022年12月5日晚间，奈雪的茶发布公告称，拟投资5.25亿元收购乐乐茶43.64%的股份。交易完成后，奈雪的茶将成为乐乐茶第一大股东，乐乐茶将成为奈雪的茶的联营公司，并将继续维持独立经营。

奈雪收购乐乐茶，不仅是奈雪的茶自身当年最大的一笔投资，也是2022年中国新茶饮赛道金额最大的一笔交易。

不过，2020年、2021年，乐乐

茶除税后亏损金额分别为2064.3万元、1816.7万元。

收购一家持续亏损的公司，除了助力奈雪的茶扩张外，并不能对公司经营业绩改善增加助力。

实际上，奈雪的茶在亏损路上狂飙。

财报显示奈雪的茶在2022年实现营收42.92亿元，上年同期为42.97亿元，同比微降0.1%，年内亏损4.75亿元，上年同期的亏损为4.5255亿元；公司权益股东应占亏损为4.693亿元，上年同期的股东应占亏损为45.245亿元，同比减亏89.63%。

奈雪的茶在2022年经调整净亏损为4.613亿元，2021年同期为1.453亿元。

C 营收净利双降，今年加大门店密度

年报显示，2022年奈雪的其他多项关键业务指标也出现下滑，其中奈雪茶饮店每笔订单平均销售额34.3元，同比下降17.55%；每间奈雪茶饮店日均订单量348.2单，相比2021年的416.7单下降明显。基于客单价和单量下降，奈雪茶饮店门店经营利润约4.7亿元，同比下降20.6%；经营利润率11.8%，同比下降2.7%。导致奈雪集团经营活动所得现金净额由2021年的5.06亿元下降约39.4%至2022年的3.07亿元。

对于营收净利双降，奈雪管理层解释，包括现制茶饮行业在内的线下消费行业在2022年面临了巨大挑战。受宏观环境影响，消费者收入下降或增速放缓，收入预期受压制，影响其消费可选消费品的能力和意愿。同时，相对较高的经营杠杆也影响了盈利能力。

事实上，这已是奈雪的茶自2018年起连续第五年未能实现盈利，2018年至2020年，奈雪的茶分别录得6972.9万元、3968万元、

2.03亿元的年内亏损。以此计算，奈雪的茶五年时间里累计亏损已超过53亿元。

与蜜雪冰城更为“平民”的价格相比，奈雪的茶的产品客单价要更高。据窄门餐眼数据显示，奈雪的茶人均客单价为24.27亿元，而蜜雪冰城的人均客单价仅为7.98元。但论起赚钱的能力，还未上市的蜜雪冰城却要远远胜过奈雪的茶。

据蜜雪冰城此前递交的招股书显示，2019年至2021年，蜜雪冰城的净利润分别为4.42亿元、6.31亿元、19.12亿元，三年的合计净利润逼近30亿元大关。蜜雪冰城赚得盆满钵满之时，奈雪的茶还在为了何时实现盈利而发愁。

值得一提的是，虽然2022年餐饮行业受到疫情冲击较为严重，但奈雪的茶依然选择逆势扩张。财报显示，2022年，该公司净新增251间奈雪的茶茶饮店。截至2022年12月31日，公司在89个城市拥有1068间直营奈雪的茶茶饮店。

展望未来，奈雪的茶表示对2023年保持乐观。“疫情防控措施得到优化，外卖订单占比随着消费者重新回到线下消费而回落，同店收入和盈利能力都开始恢复。2023年，公司预计仍将维持积极稳健的开店计划，在现有的高线城市加大门店密度。随着门店持续优化，人员、设备的精简，以及门店限制的降低，更容易实现盈亏平衡。”

奈雪的茶联合创始人、董事长兼首席执行官赵林在业绩会上表示，奈雪的茶计划2023年开店600家，主要加密一、二线城市。“奈雪的茶的发展空间远大于星巴克的空间，主要由于茶饮相较于咖啡受众更广，且开在社区型、写字楼点位门店的业绩更加稳定。”



扫一扫获取
更多快消资讯