

频曝食安问题,负债率高达95% 古茗如何撑起IPO野心

新茶饮内卷进入下半场,众多品牌卷入IPO的冲刺中。去年8月就在港交所申请上市的茶百道,近日通过港交所上市聆讯,有望成为继奈雪之后的“新茶饮第二股”。

当大部分品牌已经走上规模化道路的时候,还在港交所排队上市的古茗却频频陷入食安风波,负债率高达95%,还面临“造血区域”增长乏力、下沉市场强敌环伺、内部毛利偏低等问题,古茗上市之路还有不少挑战。

■新快报记者 陈福香



■廖木兴图

开放加盟谋求快速扩张 屡因食安问题被处罚

公开资料显示,古茗于2010年问世于浙江台州温岭。截至2023年底,古茗门店数量达9001家,其中绝大部分是加盟店,直营店仅6家,门店数霸居新茶饮行业第二。招股书显示,古茗自称系“中国最大的大众现制茶饮店品牌”。

企查查显示,古茗至今共完成了两轮融资。2020年6月29日,古茗获得红杉中国、美团龙珠、冲盈资本发起的天使轮融资;2021年1月,获得了寇图资本发起的A轮融资。

伴随着古茗快速扩张的步伐,食安问题却成为古茗迈不过去的“坎”。

据《国内奶茶消费维权舆情分析报告》显示,2022年5月至2023年6月奶茶消费维权舆情数据合计31068条,食品安全问题相关数据24286条,占比78.17%。古茗相关舆情占总舆情数据比例为10.30%,食品安全问题占自身舆情数据90.12%。在黑猫投诉平台上,古茗累计投诉量为1143条,1月的19条投诉中就有近40%为食安问题。

据不完全统计,近两年内,古茗旗下共有22家门店受到行政处罚,原材料过期、食品腐烂变质等问题层出不穷,所涉罚款金额已超过10万元。

今年3.15期间,武汉市市场监督管理局发布2022年消费维权典型案例,古茗赫然在列。通报称,2022年3月16日,武汉市江汉区本汉古茗奶茶店生产经营感官不良的食材、擅自更改保质期,被江汉区市场监管局依法作出没收违法所得1205元,罚款10万元的行政处罚。

去年8月28日,在江苏省常州市新北区食品安全抽检过程中,古茗茶饮奔牛镇店内使用的不锈钢小料盒被检出“大肠菌群”。大肠菌群是评估食品卫生状况的重要

微生物指标之一,检测结果表明食品卫生质量存在缺陷,存在被肠道致病菌(如沙门氏菌、志贺氏菌、致泻大肠埃希氏菌)污染的可能性较大。食用大肠菌群超标的食品可能导致腹泻,甚至引发呕吐等症状。

而在更早期的2022年7月26日,有网友发布视频称,有消费者在古茗广东潮州沙溪店内购买了一杯饮品,在饮用过程中却喝到了一只壁虎。同时,该名消费者还晒出饮用全过程的监控自证。

另据媒体报道,2022年6月13日,安徽省合肥市长丰县双墩镇古茗饮品店,因采购和使用不符合食品安全标准的食品原料及未履行进货查验义务,被罚5000元;2022年7月5日,湖南省邵阳市隆回县古茗茶饮店因使用超过保质期的山核桃仁原料加工食品,被罚9000元;2022年9月,广西壮族自治区桂林市恭城瑶族自治县莲花镇古茗奶茶店因使用超过保质期的原料加工食品,被恭城县市场监督管理局罚款2000元……

除此以外,古茗还曾因偷逃税被罚超千万。据古茗招股书显示,2021年12月,台州市税务局稽查局发现古茗科技于2018年6月14日至2020年1月31日期间少缴税金及附加共计人民币2360万元,并对其处以人民币1160万元的罚款及人民币650万元的滞纳金。古茗科技已于2022年1月前全部结清少缴税金及附加、罚款及滞纳金。

实际上,在品牌力方面,古茗因为还没能进入北京、上海等热门城市,因而消费者感知度较低。艾媒咨询的调研数据显示,2023年中国新式茶饮品牌消费者喜爱度TOP10排名中,古茗以12.5%列在末位。

A B

优势区域增长乏力 下沉市场面临各路强敌

不可否认,在其他品牌还在卷一线城市的时候,古茗已经在二线及以下城市获得了一定的优势,但新茶饮近几年都在争夺下沉市场,古茗不得不与其他品牌贴身肉搏。

灼识咨询报告预测,2022年至2027年期间,二线及以下城市的中国大众现制茶饮店市场将享有最快增速,并贡献大部分的市场增量。

古茗的发展也见证了这一趋势,古茗约79%的门店位于二线及以下城市。在开店策略上,古茗采用地域加密策略,使其稳步拓展门店网络并取得了行业领先地位。古茗认为在单一省份的门店超过500家表示该地区具备了凸显规模效应的基础,称之为“关键规模”,并借助在已具有“关键规模”的省份所积累的经验,策略性地进入邻近省份。截至2023年底,古茗已在8个省份建立超过“关键规模”的门店网络,大部分门店集中在华东及华南,每个地方的门店数量都超过了500家,其中浙江和福建开店最多,分别超过了2000和1000家。而河南以北的地区则有大片灰色未解锁领域,南方则绕开了上海、南京等大城市。

然而,在门店密度最高的浙江,古茗已显露出增长乏力的迹象。2021-2023年,浙江门店的同店GMV增速分别为15.2%、3.3%和5.1%,2023年首次低于全国同店9.4%增速,更远低于其他关键规模省份同店11%-12%的增速。

在竞争日趋白热化的市场,低价竞争成为主旋律。2022年,喜茶、奈雪的茶已下调产品价格,谋求“以价换量、以量换市”。有媒体测算,奈雪的茶目前约四分之三的产品单价在十几元,这在茶饮市场属于中价位段品牌。走高端路线的喜茶主流门店产品价格全面低于30元,售价15-25元的产品占比达到60%以上。

除了卷价格,加盟商也成了新茶饮品牌们的“摇钱树”,放开加盟,甚至是降低加盟门槛成为众多品牌吸金的共同选择。喜茶和奈雪的茶陆续开放加盟,而就在今年一开年,茶百道、书亦烧仙草纷纷推出“免加盟费”政策。以茶百道为例,开2家店减免8万元,开3家店还补贴物料,老加盟商新开店直接减免9万元。

随后书亦烧仙草也发布“开店费用全免”活动,按照一家30平方米的门店测算,前期总投入最低13.7万元。

古茗近日也在跟随降低加盟门槛的策略,宣布首年“0加盟费”政策,加盟费分摊3年交付,且离场无需补缴加盟费。据此,开一家古茗加盟店的前期总预算是23万元起,不包含店面租金、转让费和加盟费。

无疑,各大品牌“抢加盟商”的动作越来越迅速。环顾四周,川渝地区有茶百道、湖南地区有茶颜悦色、北方地区有茶话弄、云南地区有霸王茶姬,均是具有一定地域影响力的品牌。

然而,二线及以下城市的下沉市场也正在被分割、占据。而古茗所位于的10元-20元价格区间亦是中國连锁奶茶品牌最拥挤的赛道,集合了古茗、茶百道、COCO、一点点、霸王茶姬等众多品牌。

古茗对此也有预判,其在招股书风险因素中表示:“我们可能无法进入新的地域市场或扩大我们在现有市场的竞争力。”

值得注意的是,古茗目前的资产负债率高达95%。截至2021年及2022年年底,公司分别录得净负债12.58亿元及8.17亿元;截至2021年及2022年12月31日以及2023年9月30日,其分别录得净流动负债17.13亿元、15.15亿元及5.59亿元。

对此,公司解释称,主要是由于分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的可转换可赎回优先股的非经营性影响。而这与融资有关,公司2020年3月和6月分别签署融资协议,引入美团龙珠和红杉等四名股东,合计融资额达6.74亿元。

但是,古茗内部的毛利率也并不乐观。招股书显示,2021年、2022年及2023年前9个月,其毛利率分别为30%、28.1%、31%。茶百道招股书披露,2020年—2022年及2023年第一季度,其毛利率分别为36.7%、35.7%、34.4%及35.2%,则整体高于古茗。

其实,在2023年年中上市传闻出现之前,部分人士认为古茗短期内不会再谋求上市了,其中最大的原因是投资方红杉中国、美团龙珠在2022年9月从古茗退股。



扫一扫获取
更多快消资讯