

内忧外患

Wise Life 慧生活

# 从年赚3.6亿到预亏4亿 百果园遭遇的可不是阵痛

近日,香港上市公司深圳百果园实业(集团)股份有限公司(简称“百果园”)发布预亏信息,2024年财报预亏3.5亿-4亿元。作为中国最大的水果连锁企业,百果园2023年同期盈利3.62亿元。而在过去的一年,百果园门店减少了965家。

值得关注的是,百果园的亏损,是高端水果连锁店扩张遇阻的典型案列。在水果连锁行业,与百果园形成三足鼎立局面的鲜丰水果和洪九果品,同样遭遇经营瓶颈。从消费者开始追求“质价比”、计算“水果自由”的成本开始,百果园的高端就与消费趋势形成了巨大的反差。同时,净利率偏低、加盟商流失、战略失误、经营管理和食安存在的问题等,都是百果园陷入业绩困境的原因。

■新快报记者 陈福香

## 定价高,净利率偏低,百果园“由盈转亏”

回顾百果园的业绩,在过去的五年,百果园都是赚钱的。2019—2023年,百果园净利润分别为2.49亿元、0.49亿元、2.30亿元、3.23亿元、3.62亿元。

具体来看看它的营收数据,在成功赴港上市前两年,百果园营收连续两年突破百亿元大关。其中,2021年营收达102.92亿元;2022年营收为113.14亿元。

2023年1月,百果园成功登陆港交所,号称“中国水果连锁零售第一股”。这一年,百果园营收增速骤降至0.69%,归母净利润增速也降至11.8%。

到了2024年,百果园预计营收在97.83亿-105.86亿元之间,同比下降不超过15%,预计亏损3.5亿-4亿元,这也是百果园首次出现亏损。

但相比业绩亏损,百果园去年的闭店速度更为惊人。百果园业绩预报显示,2024年年末,百果园门店已经仅剩5116家,相比2023年年底的6081家,一年净减少965家。综合2024年半年报,百果园仅在2024年下半年,就关店895家。

而在2024年初,百果园董事长余惠勇为百果园制定了未来10年“万店千亿”振兴目标,计划实现门店数量超万家,以百亿营收为起点,向千亿目标前进。

现在看来,百果园离这个“千亿万店”目标甚为遥远。

问题来了,造成百果园“由盈转亏”的主要原因是什么呢?

百果园定位中高端精品水果,定价

基本是其他渠道的1.2倍。但在消费者追求“质价比”的消费趋势下,高端水果显然与当下消费趋势格格不入。甚至有不少网友吐槽百果园“太贵了,月入两万都吃不起”。

根据弗若斯特沙利文,按2021年水果零售额计,百果园在国内所有水果专营零售企业中排名第一,规模是第二名的2.8倍。

即使有着如此大的规模,叠加上高昂的水果价格,百果园的净利率却仍旧不高。

综合百果园的营收和净利润,可以看出百果园存在净利率偏低的情况。根据其财报,2021年至2024年上半年,百果园综合毛利率基本稳定在11%左右,但净利率一直低于3%,2024年前三季度下降至1.49%。

值得关注的是,百果园的利润来源于向加盟商售卖水果以及收取特许使用费和管理费。因此,百果园大量闭店的重要原因是加盟商赚不到钱。百果园的压货行为就一直被诟病,比如“坏货到到百分之三十才能报给公司”“三无退货的成本全是加盟商承担”等规定,让加盟商不堪重负。

可以看到,百果园平均每家加盟商贡献的营收规模也在下滑。2024年上半年一共4707家集团管理的加盟店贡献了约40.05亿元的营收,每家加盟店的贡献额为85万元,而2023年同期4795家集团管理的加盟门店贡献了47.38亿元的营收,平均每家贡献额为98.8万元。

## 利润受挤压,连锁水果店发展来到十字路口

记者近日走访广州天河一大型社区,百果园在售的蒲江耙耙柑售价为5.99元/斤,同小区的爽又甜售价为9.8元/斤,绿色果园为10元/斤,果叔鲜果则要13.9元/斤。在记者观察的20分钟内,有不少消费者在百果园选购耙耙柑,店员称每半月都会推出一款特价水果。

为了迎合消费市场“质价比”的需求,百果园从去年开始提出向顾客大幅让利的策略。同时,通过“好果报恩”等活动,逐步累积消费者对百果园的“高品质”认知。

但是,据百果园2024年半年报财报会议,虽然高端化战略中提升招牌果的占比带动了客单价实现个位数百分比的增长,但门店整体客流出现明显下滑。

余惠勇坦言,既要达到高品质,还要做到性价比,这对百果园提出了很大的考验。

价格空间从哪里挤?在余惠勇看来,只有建立在低成本基础上的低价格才是可持续的。如果只是靠打价格战或者使用不正当的商业竞争手段,那就是耍流氓,也是不可持续的。

而从目前最新盈利预警来看,百果园“性价比”路线仍任重道远。

为减轻加盟商压力,2024年8月至2025年7月,百果园集团暂停收取特许使用费。同时为新加盟商提供开业补贴,第一年度给予门店每月营业额4%的补贴,第二年按2%补贴。

值得一提的是,与百果园形成三足鼎立局面的鲜丰水果和洪九果品同样遭遇业绩困境。

鲜丰水果在全国拥有2400多家门店,但从2019年起,鲜丰水果两次签订上市辅导协议,但时至今日仍未有更新的进展。

过去几年,百果园的快速扩张得益于加盟商数量的增长及盈利能力。

财报数据显示,2019年至2023年,百果园的营业总收入从89.76亿元上涨至113.92亿元。同期,加盟门店数量从4210家增至6081家,销售收入在所有渠道销售收入中的占比虽从88%降至76.8%,但仍占据主导地位。

但是,百果园加盟门槛并不低,有加盟商吐槽投资回本周期漫长。百果园官网显示,加盟百果园的总投资费用为30.7万元,但后续还需承担门店装修、水电租金、员工工资以及购买设备的成本及费用。

尤为重要的是,加盟商为了节省成本,一些门店形成了经营的恶性循环,出现了一系列的食安问题。

2024年3月,百果园武汉银海雅苑店被曝使用腐烂水果制作高价果切、隔夜水果存放冰箱后次日充当鲜果售卖、将2J车厘子当成4J卖等一系列违规操作,并登上热搜,引发舆论关注。

2023年11月,上海百果园实业有限公司因提供的翠冠梨产品农药残留量超标,被上海市青浦区市场监管局罚款93760元。

2022年5月,百果园成都成华区建和路店、百果园武汉江汉北路店出现将

水果违规分级、售卖隔夜水果、故意躲避总部检查相关问题,涉事门店被停业整顿。

在黑猫投诉平台上,针对百果园的投诉累计超过2000条,投诉内容包括“坏果没有赔偿”“怀疑价格虚高”“水果变质”等。

随着消费者对价格越发敏感,百果园的付费会员数量也在减少。最新财报显示,截至2024年6月底,百果园付费会员仅有107.1万人,而这一数字在2023年底为117.1万人,仅仅半年时间,百果园的付费会员减少了10万。

“我认为这个方向正确,必经的阵痛也是要承受。”余惠勇认为,过去一段时间百果园发展较快,一些门店质量和加盟商质量没有得到有效管控。而在2024年,百果园对此进行了较大调整,一方面大量让利顾客,另一方面在品牌营销方面做了大量的投入,大幅度让利给加盟商。

中国食品产业分析师朱丹蓬则认为,百果园主打高端水果,其定位与当下的消费观念形成了很大的反差。2024年,市场消费降级普遍,消费者对价格更为敏感,贴着“水果刺客”标签的高端水果连锁店自然“失宠”。

最低价去到9.9元/斤。

作为百果园的直接竞争对手,山姆、盒马等商超通过整合供应链提供了更为低价的高品质水果,叮咚、朴朴等生鲜电商也在逐渐加码高品质水果的供应。

显然,生鲜电商们在利用产地直采、农场直销、前置仓等措施来缩短供应链、提高物流效率、降低损耗成本的同时,这些创新模式也加剧了市场竞争的激烈程度。

有分析认为,百果园未来如何在高端与性价比之间找到平衡,或是其能否重回增长轨道的关键。若不能彻底抛弃对加盟扩张和高端溢价的路径依赖,百果园恐将沦为水果零售大洗牌时代的第一个牺牲品。

扫一扫获取  
更多快消资讯

■廖木兴/图