

“诚聘奶牛”被指不当营销 认养一头牛IPO被终止后屡陷舆情风波

二股东成被执行人，所持全部股份被冻结

[打工人自称“牛马”原是苦中作乐的自我调侃，若有企业借此营销则会导致争议。近日，#认养一头牛广告被指嘲讽打工人#话题登上微博热搜，该公司在多城上线了一系列“诚聘奶牛”的广告，引发了部分打工人的不适。]

招聘广告惹争议

近日，认养一头牛上线了一系列广告，凭借大胆的视觉设计和趣味十足的文案，迅速掀起讨论热潮。

其中一组广告采用醒目的黄色背景，以“跳槽吧奶牛”为主标题，搭配巨大的奶牛形象和“听说你们场晒不到太阳？”“工作餐只能嚼草渣？”等调侃文案，吸引不少人驻足围观。广告还特别强调了奶牛“应聘”后可享受的“福利待遇”，例如体验4000平方米运动草场、享受一年2600小时日光浴、每天伙食约100元等。鉴于广告的实际受众是人而非奶牛，“诚聘奶牛”创意获得了部分网友好评的同时，也引发了不小的争议。

有网友认为，这类文案有“内涵打工人”的意味，“牛马可以自嘲，但别人说就不太礼貌。”也有人吐槽，“看完广告，我更确信自己就是牛马，甚至不如他们家的牛马。”还有网友调侃，“做海报的不也是牛马嘛，哈哈哈。”

面对网络争议，认养一头牛回应称，广告文字“跳槽吧！奶牛”原意是想表达对奶牛福利的重视，就像招聘人才一样，想传达出品牌牧场环境不错。认养一头牛表示，暂时没有考虑撤掉广告。

上市审核被终止

作为乳品行业的“新晋网红”，认养一头牛自2014年成立以来成长迅速。2019年—2022年上半年，认养一头牛分别实现营业收入8.65亿元、16.5亿元、25.66亿元和15.97亿元，分别实现归母净利润1.08亿元、1.45亿元、1.4亿元和6814.31万元。

营收上升利润起伏波动的背后，是公司高额的销售费用压缩了盈利空间。2019年—2022年上半年，认养一头牛销售费率分别为22.46%、18.35%、18.82%和22.02%。且2020年开始营销推广费占到了总销售费用的80%以上。而2022年上半年，行业上市公司销售费率可比平均值仅为12.91%。

2022年7月，认养一头牛向上交所递交了招股书。不过，2024年2月，其保荐人中信证券申请撤销保荐，上交所据此终止其发行上市审核。

实际上，这并非认养一头牛首次因营销引发争议，早在公司IPO时，监管部门就曾质疑其认养活动。据悉，认养一头牛曾举办过“牧场共建人”众筹活动和“联合牧场主”认养活动，前者通过众筹获得资金，后者则需认养奶牛获得

■新快报记者 张晓茵

权益。但最初，认养一头牛并未在招股书中提及上述活动。对此，证监会要求其披露相关业务模式具体情况、是否涉及传销及非法集资等。于是，认养一头牛在更新后的招股书中表示，不存在“发展下级”、“收取入门费”、“层级计酬”等所认定的传销行为。

作为乳品企业，食安问题至关重要。认养一头牛曾在招股书中表示，若出现产品质量或食品安全问题，将可能致使责任索赔、负面宣传、政府处罚或品牌形象受损，进而对公司声誉、销售和业绩产生重大不利影响。截至4月19日，黑猫投诉平台显示，认养一头牛共有389条消费者投诉，投诉主要集中在保质期内牛奶变质、饮用过程中出现异物、购买奶卡却收到逾期牛奶等。

除此之外，企查查显示，今年1月，认养一头牛第二大股东王梓尧被列为被执行人，执行标的4627.56万元；随后在3月，王梓尧所持有的价值4830万元认养一头牛股权被法院冻结。国家企业信用信息公示系统显示，这部分被冻结的股权金额正好与王梓尧的全部认缴出资额相符。

CSR一周速览

(2025.04.14—2025.04.20)

·市场动态·

1 首份产品碳足迹标识认证试点“知识会”发布

4月15日，据市场监管总局消息，该局发布首份《产品碳足迹标识认证试点工作“知识会”》。作为产品碳足迹标识认证试点的第一份工作指南，“知识会”以问答形式解决产品碳足迹标识认证试点推进过程中的共性问题，有效支撑试点工作科学、稳妥、高效开展。

2 工信部严禁车企夸大智驾宣传

4月16日，工信部组织召开会议强调，汽车生产企业要充分开展组合驾驶辅助测试验证，明确系统功能边界和安全响应措施，不得进行夸大和虚假宣传，严格履行告知义务。

3 市场监管总局：加快出台《直播电商监督管理办法》

4月18日，市场监管总局有关负责人在新闻发布会上表示，将全力整治直播电商乱象，及时回应人民群众关切，包括完善直播电商监管制度，加快出台《直播电商监督管理办法》，此外，强化直播带货商品溯源管理以及从严从重打击虚假营销等违法违规行为。

·公司治理·

1 天风证券深圳一营业部被责令改正

4月15日，因在为客户办理开户和全国中小企业股份转让系统权限开通业务中存在未严格履行投资者适当性审查义务的情况，天风证券股份有限公司深圳后海证券营业部被深圳证监局采取责令改正的行政监管措施。

2 前海财险因违规投资不动产被罚

4月16日，因财务数据不真实、违规投资不动产、未按规定使用经备案的保险费率等，前海财险被深圳金融监管局罚款93万元，5名有关责任人被警告，共计被罚30万元。

3 居然智家董事长被实施留置和立案调查

4月17日，居然智家公告，公司实际控制人、董事长兼CEO汪林朋家属收到武汉市江汉区监察委员会签发的关于汪林朋的《留置通知书》和《立案通知书》。

4 零跑汽车回应App崩了

4月17日，针对网传零跑汽车App崩了的消息，零跑汽车有关负责人回应称，主要是因为App系统维护期间出现服务波动，问题发生的1小时后就修复了。不存在半路熄火的问题。

5 东方证券被书面警示

4月17日，深交所发布监管函，因在罗博特科项目中未充分履行尽职调查职责，东方证券和有关责任人被采取书面警示的自律监管措施。

(整理：新快报记者 林广豪)

被疑突击贸易增收入 ST春天“保壳”艰难

被监管重罚后，听花酒线上终端销售仍未恢复

[2024年年报还没出结果，ST春天先被外审机构曝出重大业绩疑点，其酒水和冬虫夏草业务存在四季度突击贸易的情形，经销商及客户的行为缺乏商业合理性。外审机构怀疑此举意在突击确认收入以规避退市。因此消息，ST春天股价异动，连续两个交易日跌停，目前该股报收3.95元/股。]

超五成营收于四季度创造

ST春天外审机构致远指出，ST春天去年四季度酒水业务的营收占全年该业务销售收入的50%左右，在整体消费需求下行、公司白酒市场规模有限且非稀缺商品的情况下，经销商大规模提前采购不符合行业常规。此外，部分客户12月销售异常增长，期后仍有大量库存，且公司经销商协议存在退货相关约定，退货风险难以判断。

冬虫夏草方面，ST春天去年在该业务上的销售收入集中在11—12月，占全年该品类业务销售收入的50%左右，形成大额应收账款5687.23万元。且销售在去年新增了分期付款交易模式，与行业及公司2023年度现款现货的交易习惯不符，不具备商业合理性。

致远表示，需进一步核实部分酒水客户期末大量采购的真实意图，以及是否存在潜在退货风险；对于冬虫夏草分期付款客户，要穿透调查终端销售流向，确认销售回款与终端销售的对应关系，是否存在隐匿关联方，判断交易是否具备商业合理性等。

新快报记者注意到，ST春天公布2024年业绩预告时，因四季度营收同比增幅较大而被上交所质疑，要求说明业

绩突涨的合理性。ST春天表示，公司白酒销售在二三季度因媒体报道而大减，为减轻媒体报道对经销商造成的损失、降低其经营成本，公司在四季度对符合条件的经销商加大了支持力度，大大提高了经销商的经营积极性。对于冬虫夏草业务，主要是公司四季度加大销售力度，积极拓展客户，包括引入分期付款模式。

记者比较发现，致远的说明中，特别提及了针对具体客户的可疑操作，如ST春天对大客户众香国、苏州金独花在去年12月份销售异常增长，但期后销售比例较低。在冬虫夏草业务上，大客户昆明贵仁堂生物科技有限公司、青海汇珍堂保健品商贸有限公司首次采用分期付款方式，如按规定扣除分期收款部分销售收入，拟扣除金额合计达11800.36万元，约为冬虫夏草业务总收入的78%。

核心产品多次踩坑

ST春天营收自2016年开始连续下滑，归母净利润已连续4年亏损，退市风险高悬。

青海春天发布的2024年度业绩预告显示，ST春天去年亏损1.5亿—1.7亿

元。根据上交所的退市新规，如果青海春天去年营收未能达到3亿元或未能扭转亏损局面，将面临强制退市的风险。但其业绩预告显示，其去年实现营收3.11亿—3.39亿元，可谓惊险过关，这恰恰是上交所和外审机构质疑的重点。

ST春天的危机与其长期缺乏健康的主业密切相关。上市初期，青海春天将冬虫夏草作为主要业务，曾包装出核心产品“极草”系列。然而后来该产品被查出砷含量超标而被停产，核心业务崩塌。2018年，ST春天收购西藏听花酒业，自此进军酒水业务，2020年推出定价5860元/瓶的高端白酒听花酒。然而因涉及虚假宣传，2024年听花酒被央视“3·15”点名，青海春天酒水业务遭遇重大打击。最新消息显示，ST春天投资了航空运营支持服务公司——上海均翔航空发展有限公司，持股高达80%。

据市场监管总局官网消息，2024年，听花酒因违法广告问题被罚没430万元。处罚后，有媒体报道听花酒正在“复活”，线上渠道正在恢复销售。不过新快报记者查询发现，大部分主流电商平台仍未恢复听花酒销售，听花酒仅在二手物品交易平台少量流通，这里大部分听花酒价格不足2000元/瓶。