

过去4年累计亏损超7亿元,595万元欠款引爆信用危机

网红乳企麦趣尔被申请破产清算

近日,新疆本土乳企麦趣尔集团股份有限公司(下称“麦趣尔”)发布公告,称债权人广州市铭慧机械股份有限公司(下称“铭慧机械”)已向昌吉回族自治州中级人民法院申请对其进行破产清算。若法院受理破产清算申请,麦趣尔或将面临被实施退市风险警示。

据最新消息,法院对这一申请不予受理。自“丙二醇事件”以来,麦趣尔业绩持续恶化,此次被申请破产竟然是源于一笔595.49万元的设备货款纠纷,这家曾凭借“新疆网红牛奶”迅速蹿红的牛奶企业,过去4年累计亏损超7亿元,这一事件暴露出麦趣尔严重的财务危机。

■新快报记者 陈福香



■廖木兴/图

1► 595万元未结清货款引发纠纷

据了解,此次引发破产清算申请的纠纷,源于麦趣尔与设备供应商铭慧机械的合作。根据双方签订的《固定资产(机械设备)合同》,麦趣尔此前向铭慧机械采购2台无菌纸包装柔性灌装机及配套设备,合同总金额850.7万元。

公告显示,麦趣尔仅支付了30%货款(255.21万元),剩余595.49万元货款尚未支付,前期纠纷产生的诉讼费、违约金已进行账务处理。基于上述未付款项,铭慧机械向法院申请对麦趣尔进行破产清算。

但麦趣尔在公告中明确表示,截至2026年1月28日,公司尚未收到法院裁定,且已按规定提出异议,强调“目前生产经营活动正常,未达到《中华人民共和国企业破产法》规定的‘资产不足以清偿全部债务’或‘明显缺乏清偿能力’的法定条件”。

尽管法院并未受理这一申请,但这一事件暴露出麦趣尔的资金链困局。天眼查App显示,

目前麦趣尔已被列为失信被执行人,2024年至今涉案总金额约1.71亿元,法定代表人李勇已被限制高消费。

值得注意的是,这不是麦趣尔首次面临债务压力。

公开信息显示,截至2025年4月,麦趣尔连续12个月累计诉讼、仲裁案件达55件,涉案金额合计约8207.68万元;其控股股东麦趣尔集团所持股份因高比例质押,2023年至今已发生7次股权司法拍卖,其中2024年8月因与东方证券的质押式回购纠纷,控股股东所持2967.02万股被司法拍卖,涉及金额约4.8亿元。

追溯麦趣尔的业绩可以看到,公司从2018年便陷入亏损困境,当年即亏损1.54亿元,2019年亏损6046.49万元。由于连续两个会计年度经审计的净利润均为负值,2020年4月,麦趣尔被实施“退市风险警示”,戴上了“*ST”的帽子;2020年、2021年,麦趣尔归母净利润回正,退市风险警示被撤销。

2► 业绩未好转,债务负担较重

2021年,麦趣尔抓住“新疆奶热潮”,以“1988年建厂”“来自新疆天山牧场优质奶源地”等作为卖点,并成功实现了流量向销售的有效转化,迅速崛起为“网红奶”品牌。

有数据显示,在某电商平台2020年双11的乳制品榜单上,麦趣尔排名第九,到了2021年双11,麦趣尔已跻身乳饮品牌TOP5;在当年的“618”大促中,麦趣尔更是名列液态奶常温乳制品品牌预售额第一名。

2022年的“丙二醇事件”成了麦趣尔发展的转折点。调查显示,麦趣尔在生产纯牛奶的前处理环节中,将原奶导入存储罐过程中超范围使用食品添加剂,监管部门决定对麦趣尔没收违法所得约36万元,罚款7315.1万元,相当于赔掉麦趣尔2020年、2021年两年的净利润。其间,麦趣尔承诺对购买不合格纯牛奶的消费者无条件退款,

涉及退赔金额超456万元,相关负责人也被处以罚款。

此次巨额处罚对公司经营造成重创,公司当年陷入大幅亏损状态。经整改后,麦趣尔恢复纯牛奶生产,但业绩并未出现实质性好转,反而持续深陷亏损泥潭。

财务数据显示,麦趣尔的持续亏损时间已经超过3年。2022年至2024年,麦趣尔归母净利润连续三年为负,依次分别为-3.51亿元、-9709.85万元、-2.3亿元,营收分别为9.89亿元、7.09亿元、6.35亿元,呈现下滑趋势。至2025年前三季度,麦趣尔仍未改善亏损局面,归母净亏损为3309.05万元,营收4.63亿元,同比减少2.78%。

值得注意的是,麦趣尔当前财务压力依然较大。截至2025年三季度末,公司资产合计10.90亿元,负债合计达9.05亿元,资产负债率攀升至83.04%,较2025年上半年的79.55%进一步恶化,债务负担较重。

3► 研发投入与销售费用失衡

地处北纬42—47度的“黄金奶源带”,新疆拥有天山雪水灌溉的优质牧场。尽管当时乳业巨头林立,但是“纯天然、无污染、口感好”的小众奶源依然有着巨大的吸引力。

麦趣尔早期的成功,正是利用了这个信息差和产地优势。2002年,麦趣尔进军乳制品行业,并形成了烘焙、乳制品两大业务板块。

2019年前后,凭借“新疆天山牧场”的产地光环和独特的浓郁口感,麦趣尔在小红书等社交平台上被KOL们捧上神坛,成为著名的“网红牛奶”。2021年,公司更是豪掷900万元重注直播电商。那一年,公司营收冲上了11.46亿元的历史巅峰,账上躺着3.7亿元的充沛现金。

2014年,麦趣尔正式上市,市值一度冲到50亿元,被称为“奶中茅台”。此后,在完成二代权力交接后,自2015年以来,麦趣尔每年的销售费用投入金额均超过1亿元。研发投入与销售费用极端失衡,在麦趣尔爆红的2021

年,其销售费用高达1.23亿元,同比增长近20%,其中大部分投向了直播间与各类KOL的推广费用;对比之下,同年的研发费用却不足千万元,占营收比重甚至不到1%。

数据显示,2023年至2025年前三季度,公司研发费用分别为583.9万元、482.3万元、322.1万元,同比降幅分别为12.06%、17.40%、9.03%,同期研发费用率分别为0.82%、0.76%、0.70%。2025年前三季度销售费用同比大幅增长23.97%,高达1.02亿元,是研发费用的31.7倍,当期销售费用率为21.93%。

过度看重营销而忽视品控,产能与供应链跟不上销量,这直接为“丙二醇事件”埋下了伏笔。

此外,控股股东麦趣尔集团因为深陷债务违约,其所持股权的质押率一度长期处于高位。从2023年到2025年,控股股东手中的股份先后遭遇多次司法拍卖,涉及金额动辄数亿元,麦趣尔从市值从巅峰期的50多亿元跌至如今的谷底,跌幅超过了80%。

4► 押注连锁烘焙业务谋破局

麦趣尔的起家始于烘焙业务,上世纪90年代末,公司与著名音乐人刀郎合作推出《麦趣尔之恋》,红遍乌鲁木齐,品牌就此打响,主力产品月饼连续多年在新疆热销。

“丙二醇事件”之后,麦趣尔乳制品营收占比退居第二位,低于烘焙业务。2023年起,麦趣尔在年报和公告中多次强调:“优化业务结构,提升烘焙食品收入占比”。2024年,公司甚至提出“聚焦高毛利烘焙产品,收缩低效乳品SKU”。

实际也是如此,尽管麦趣尔的乳制品业绩连年下滑,但还有烘焙业务支撑。过去三年,其烘焙业务一直处于上升趋势,虽然增幅不大,但却撑起了公司的基本盘。

财报显示,从2023年开始,麦趣尔的烘焙业务首次超越乳制品,成为公司的第一大业务板块。2024年,烘焙板块又同比增长2.08%至3.02亿元,营收占比进一步提升至47.49%。盈利方面,相较于乳制品的负毛利率,烘焙业务的毛利率达到22.60%,但净利润数据并未做单独披露。

其中,麦趣尔的烘焙食品收入主要来源于烘焙连锁的经营。截至2024年底,麦趣尔共拥有218家烘焙连锁门店,其中浙江地区189家烘焙连锁门店,新疆地区29家烘焙连锁门店。

2015年,麦趣尔收购“绿姿鲜奶烘焙”的母公司浙江新美心食品,开始向全国扩张烘焙业务,“绿姿鲜奶烘焙”在当地有30余年的发展历史。

看到烘焙业务的增长势头之后,麦趣尔有意将重心押注在“鲜奶+烘焙”的战略上,推动烘焙门店的扩张。麦趣尔在财报中表示,未来公司将以“鲜奶烘焙”为核心卖点,深化“天山牧场·鲜奶烘焙”品牌战略,并依托新疆、宁波、北京三大烘焙工厂形成的“大三角”供应链布局,通过“直营+加盟+合伙人”模式推动在京津冀、江浙沪市场的快速拓店。

然而,在业内人士看来,烘焙市场也是红海一片,京津冀、江浙沪市场更是竞争激烈。尽管麦趣尔在部分区域范围内形成了一定的规模优势,但并没有形成明显的差异化定位和独特的产品力。现实是,2023年麦趣尔的烘焙门店有230家,到2024年就减少到了218家,其在新疆的门店减少了13家。

另一个表现是,这么多年,“绿姿鲜奶烘焙”并未走出宁波。

根据麦趣尔财报,其2024年全年销售费用为8193.98万元,烘焙业务的营收为3.02亿元,按照毛利率22.6%来计算,其毛利润在6800万元左右。由此看,麦趣尔彼时的利润并不能覆盖销售支出。并且,依靠烘焙业务并不能补足乳品业务收缩所造成的营收缺口。

有分析认为,对于仍在生存线上挣扎的麦趣尔来说,押注连锁烘焙或许是个破局的点。但是在消费者信任尚未恢复、行业竞争持续加剧的背景下,麦趣尔要走出困境仍面临重重挑战。



扫一扫获取
更多快消资讯