

国产美妆一味想做高端  
不断跌价是因为走错路?

□羊城晚报财经评论员 戚耀琪

媒体报道,伴随国内化妆品行业持续下行,部分高端国货品牌价格体系正面临冲击。在部分电商平台上,一款精华油产品在官方旗舰店的售价从问世之初的808元,逐渐下滑到728元。甚至伴随价格缩水,在个人店铺中价格进一步跌至不足350元。临近春节,这类跌价现象明显增多,国产美妆还能突破向上吗?

2020年前后,一批新锐美妆公司开始前赴后继推出高端品牌,试图填补国货在高端领域的空白。然而在2022年后,国内化妆品行业形势急转直下,零售额开始连续跑输社会零售大盘。虽然各路新老玩家,如“第十四章”“东野兽”“BIOLAB研听”等不断杀入,但仍没有真正高端的品牌跑出来,显然,资本不是快速万能的。

国产美妆品牌要做高端,有两个需突破的瓶颈,第一个是品牌积累,如果当初品牌是中低端的,要提升或者塑造一个高端品牌,中间的认知断层是无法通过积累而改变。也有消费者的认知惯性不会迅速认可高价位,哪怕它做出高端的形象。第二个是功能价值,虽然护肤品的差异不像医疗和药品那么明显,要想获得消费者实际认可,功能效果还是必要的,不细分群体单独靠直播还不行。

国产美妆本身就是靠走量、走国民、走年轻路线,想成长为高品牌档次就要反思规律。究其原因,很多人都不愿意承认的现实就是:美妆的背后是文化,而当前强势的文化观念几乎都是国外输入的。从皮肤必须白,到对白的细分定义,从皮肤必须含水,到如何去控油,每一个概念看似都是科学,其实是文化创造出来的。

国内品牌可以全盘模仿文化营销,创造国外故事做背书,但是真要引领和开创,还是缺乏基础。国外动辄立50年的美妆大牌,伴随着的都是技术,而国产美妆技术研发依然单薄。从材料、设备到人员,都要投入,把钱花在营销上而不是研发上,不可能有真正的超越。技术的另一个标签就是安全,没有真正透明和高安全的,高端消费者是难以被说服的。

因此,不仅仅是沪上阿姨,现存新茶饮行业里的品牌都应当聚焦解决现存问题。在食品安全与售后方面,建立严格的食材采购、加工、储存标准和流程,加强员工培训,提升服务意识,确保为消费者提供安全、放心的产品与优质服务,重获消费者信任。财务上,合理规划资金,优化成本结构,提升盈利能力,为长期发展奠定坚实基础。面对激烈的市场竞争,持续关注行业趋势,精准把握消费者需求变化,不断创新产品,提升品牌特色与差异化,方能在茶饮市场中站稳脚跟,实现可持续发展。否则,即便上市,也可能在后续竞争中陷入困境,未来之路依然充满不确定性。



## 聚焦IPO

羊城晚报记者从中国证监会官网获悉,近日沪上阿姨已获境外发行上市及境内未上市股份“全流通”备案通知书。据通知书,其在境外拟发行至多1308.8万股,并在港交所上市。这意味着,沪上阿姨离上市成功又近了一步。但记者翻阅沪上阿姨最新招股书发现,相比起其他新茶饮品牌,沪上阿姨仍有不少短板。

### 成绩没有足够亮眼

2013年,单卫钧、周蓉蓉夫妇在上海人民广场商圈开启了沪上阿姨第一家门店。近期新茶饮圈火热的“健康茶”,沪上阿姨早就玩得飞起。早期推出的“五谷奶茶”使其在开业不久,月营业额便达到35万元。凭借这一差异化产品,沪上阿姨以上海为起点,逐步开启全国扩张之路。2015年前后,沪上阿姨开放加盟,加快了市场拓展步伐。此后,沪上阿姨持续创新,不断推出新品,门店数量稳步增长,截至2023年12月,门店数量达到7959家,同年宣称开启“万店计划”。

但记者发现,这一名称带“沪”的新茶饮品牌,实际早已出“沪”。根据窄门餐眼的数据,目前上海在营的沪上阿姨门店共计86家,其中41家门店都是2024年才开业的新店。而沪上阿姨在整个华东地区的在营门店达到了1105家,接近总门店数的七分之一,其中超过百家门店的城市就有青岛、济南和潍坊。

中国食品产业分析师朱丹蓬接受记者采访时指出:“很多企业因为没有把华东、华南两个极具经济活力、消费能力的大区作为核心市场,最后发展都遇到了较大的阻力。”向北拓展的沪上阿姨在官方中介绍自己为“北方排名第一”的“中价现制茶饮店品牌”,尽量远离同行扎堆在南方的竞争,但这一步棋似乎也没有为沪上阿姨带来独特的市场竞争力。比如霸王茶姬,主打的是东方轻乳茶,产品与品牌调性相得益彰。再例如蜜雪冰城,主打的是平价基本款,除了产品力之外,在霸王IP的打造上也一枝独秀。而反观沪上阿姨,除了跑马圈地之外,确实没有拿出足够亮眼的成绩。

### 扩张步伐明显放缓

记者翻阅沪上阿姨招股书发现,2024年,沪上阿姨的扩张步伐明显放缓。截至去年上半年,门店数量较2023年末仅增长648家,而关店数量却高达531家,闭店率攀升至6.31%,远超2023年全年的4.77%。从2021年起,累计关闭加盟店已达1504家。这一现象背后,市场饱和度的提升是关键因素。茶饮市场竞争白热化,新的市场空间愈发逼仄,使得沪上阿姨新开店面在选址和运营上困难重重。在某些商业街区,沪上阿姨门店与多家竞品相邻,客源被严重分流。

单店业绩的下滑也给沪上阿姨带来较大打击,其2024年招股书数据显示,各品牌单店日均成交总额持续走低,“沪上阿姨”品牌加盟店从2021年的4129元降至2024年上半年的3823元,“轻享版”从2023年的1931元下滑至2024年1-6月的1716元,“沪咖”品牌更是从2022年的139元降至2024年上半年的116元,且门店数量也在减少。

### 食品安全频亮红灯

1月12日,羊城晚报记者在走访广州市大型商业街区时采访到了正在某茶饮店消费的小浩。他对记者表示:“沪上阿姨一直在跟进几个主流的奶茶品牌做品类,整体让人感觉没什么创新,而且喝了几家店,每家店的品控感觉不太一致,对甜度的把控非常模糊,而且之前的口水事件一直挥之不去。”

在黑猫投诉平台上,众多消费者投诉饮品中出现异物,如广东清远市金鸡岩沪上阿姨店的茉莉奶绿中小料出现不明异物,店员却拒不承认质量有问题;2022年广东省大埔县

市场监督管理局查获大埔县湖寮镇沪上阿姨茶饮店使用腐烂变质鲜菠萝制作水果茶,这些事件均暴露其食材采购和管理环节的漏洞。

在食品安全问题上,2023年北京市海淀区市场监督管理局通报沪上阿姨经营场所所有苍蝇、防蝇措施不到位,2024年海淀区多家门店因卫生和食品安全问题受罚,甚至存在使用未经洗净、消毒餐具等情况。而在售后方面,面对投诉,推诿责任、拒绝退款赔偿现象频发,曾有消费者表示在饮品中发现异物后寻求售后,却遭遇长时间等待和敷衍回复,最终不了了之,此类事件在社交媒体上迅速传播,严重损害了品牌形象,致使客源大量流失。

### 现金储备并不充足

现金储备并不充足是沪上阿姨面临的又一难题。2021-2023年营业收入虽呈增长态势,但去年上半年净利率下降超2个百分点。2021-2023年的毛利率分别为21.80%、26.70%、30.40%,与同行相比差距明显,对加盟商销售货品业务毛利率仅在10%-22%之间,成本控制和盈利空间拓展困难重重。

此外,招股书显示,去年上半年,公司经营活动产生的现金流净额仅为1.58亿元,现金及现金等价物大幅净减少近4亿元,截至期末账面资金只有2.41亿元。相较于下,茶百道上半年现金储备达31.35亿元,足足是沪上阿姨的13倍;蜜雪冰城和古茗截至去年9月30日现金及现金等价物分别约为59.80亿元、16.78亿元,实力同样远超沪上阿姨。

值得玩味的是,手头拮据要靠上市募资,沪上阿姨2024年却大笔现金分红,公司在去年上半年内分派股息总额达2.19亿元。

文/图 羊城晚报记者 廖梦君

# 沪上阿姨扩张遇阻仍谋求上市

2025年1月14日/星期二/经济新闻部主编  
责编 周寿光 / 美编 黄绮文 / 校对 黄文波

## 专题 A10

### 羊城晚报

### 专题 A10

# 一封“含赞量”超高的表扬信

文/戴曼曼 图/廖梦君

“压在我心上几个月的大石头,总算落了地!”日前,农行中山城区支行营业部门口,79岁的高奶奶满含笑意,将一封表扬信郑重地交到工作人员手中。她紧紧握着工作人员的手,激动之情溢于言表:“你们农业银行,实实在在为咱老百姓着想,让我真真切切感受到了党的关怀!”

高奶奶是天津人,退休后一直跟随子女客居在广东省中山市。2024年的一天,高奶奶不慎将自己在天津办理的社保卡遗失。这张小小卡片,关联着她的退休工资和医疗保障。

“丢了卡后我真的十分懊恼,我做了一辈子儿科护士,工作上分毫不差,我这么谨慎的人,丢了自己老年生活的‘命脉’,真的又急又恼。”由于年事已高且需要全心照料住院的老伴,高奶奶实在不忍心开口让儿子陪同自己回天津补办社保卡。在焦急与无奈中,高奶奶抱着试一试的心态,走进了农行中山城区支行营业部。

接待高奶奶的是客户经理梁剑峰。他一边安抚着情绪焦虑的高奶奶,一边迅速为其办理了卡片止付,确保资金安全。

因受异地社保系统限制,银行柜台暂时无法办理跨省社保卡补办。看到高奶奶着急的样子,考虑到她行动不便、需求迫切,梁经理耐心给予安抚,添加了微信,表示一定尽己所能寻找解决办法。随后,梁剑峰迅速行动,经向上级行和社保局等多方沟通了解,得知天津已上线“社保卡小程序”,可在线上申请补卡。他详细请教操作流程后,第一时间致电高奶奶及其亲属,告知这一好消息,并表示会全力协助。

2024年11月18日,高奶奶再次来到农行营业网点。这次,包括梁剑峰在内的农行工作人员早已做好准备,安排专人全程协助。在大家的耐心指导下,高奶奶顺利通过线上渠道完成社保卡补办。去年12月,新社保卡寄到并顺利办理激活。同时,梁剑峰积极与高奶奶原单位沟通,确保退休金发放事宜万无一失。

“当12月份退休工资到账的提示音响起,我真的是心潮澎湃,太激动了!”回想起那一刻,高奶奶笑中带泪,眼眶湿润了,她认为这就是银行帮助老年群体解决了急难愁盼问题。

“后来,我给农业银行总行寄去一封感谢信,我想实实在在地向农行以及梁经理表达感激之情。”高奶奶说不敢



“我所想到的就是向前一步,尽力帮助客户解决问题。其实我只是一名普通的农行客户经理。”梁剑峰说,最让他开心的是自己的努力没有白费,高奶奶的社保卡问题得到圆满解决。

润物细无声,细微见真情。从社保卡遗失,到难题圆满解决,每一步都凝聚着农行工作人员的心血。类似这样的故事,农行的营业网点每天都在上演。农行广东分行将客户的需求放在首位,“急客户所急,想客户所想”,用实际行动诠释了“人民至上”的理念,用“耐心、细心、暖心”的“农情”服务为客户提供解决实际困难和问题,书写了金融为民的动人篇章。

“含赞量”超高的感谢信背后,是高奶奶幸福满满退休生活。2024年8月后,客居广东25年的高奶奶正式落户中山,成了新中山人,从社区康养到长者饭堂,她都在不经意间感受到农行金融力量的参与,也真实感受到银发群体的生活质量稳步提升。

宜宾银行终于挂牌上市交易

# 这家“酒系”银行香不香?

羊城晚报记者 戴曼曼

月底,五粮液集团存放于该行的资金达到了129.05亿元,占比超过该行对公存款总额的三分之一。

“银行+白酒”的模式,酒企参股当

地城商行在四川并不罕见。

其中,泸州老窖参股了泸州银行,

沱牌舍得入股了遂宁银行,

五粮液则是入股了四川银行和

宜宾银行两家银行。

其中四川银行于2018年在上交所

主板上市,成为四川省内首家上市城

商行。自开业之初,五粮液就是四川

银行的十大股东之一。截至去年三季

度末,五粮液合计持有四川银行5.5%

的股权。

### 酒系银行赢麻了吗?

算上宜宾银行,五粮液已经入股两

家上市银行。五粮液是否赢麻尚且不

得而知,但是作为酒系银行,宜宾银行

对于白酒产业的依赖性已经体现在年

报和招股书中。据招股书披露,为了服

务白酒产业链,宜宾银行专门建立

了五粮液支行和酒圣路支行两个专业

支行。五粮液行为五粮液集团上下

游合作伙伴提供服务,酒圣路支行则

以五粮液集团以外的白酒企业及上下

游合作伙伴为服务对象。

截至2024年6月底,宜宾银行向

五粮液集团上下游合作伙伴提供的贷

款及垫款总额25.62亿元,占其向客户

总贷款及垫款的4.7%;银行承兑汇票

余额为37.73亿元,占该银行承兑汇票

总余额的50%。

### 正式迈入“千亿级”

截至2024年6月30日,宜宾市商

业银行资产规模突破1000亿元,达到

1001.93亿元,较年初增长7.2%。正式

迈入“千亿级”城商行行列。顺利通过

港交所上市聆讯,宜宾银行也成为四

川省第二家成功登陆香港资本市场的

城商行。在宜宾银行之前,中小银行

IPO已“空窗”近三年。自2022年1月

兰州银行A股挂牌后,再无银行登陆

A股、H股。

从宜宾市商业银行的IPO历程来看,

早在2023年6月,宜宾市商业银行向

港交所提交了上市申请,三年两次递

表之后,终于顺利敲开港交所的大门。

作为宜宾银行的第一大股东,五粮

液集团持有19.99%的股份,在IPO之前

依旧是宜宾银行单一持股最大股东。

事实上,宜宾银行不仅有着五粮液资本的加持,两者在白酒产业链上也进行了

深度捆绑。公开信息显示,2024年6

月,宜宾银行向五粮液集团上下游合

作伙伴提供的贷款及垫款总额25.62亿

元,占其向客户总贷款及垫款的4.7%;

银行承兑汇票余额为37.73亿元,占该

银行承兑汇票总余额的50%。

深度捆绑在一起的宜宾银行和五

粮液,如何在互相促进业务的同时,又

能保持清醒,或许比上市本身更值得

期待。

据金融界报道,其中泸州银行“单

一集团客户授信集中度超比例”的问题

尤为突出,这一指标违反了《商业银行

风险管理核心指标(试行)》的相关规