

百果园亏损背后:高端水果连锁店扩张遇阻

本报记者 党鹏 成都报道

“为确保本公司战略有效落地,本公司拟将资源重点投入提升经营效率、优化产品组合、升级科技信息系统及品牌营销推广等领域。”近日,百果园集团(02411.HK)发布公

门店收缩

2023年1月登陆港交所的百果园,被称为“中国水果连锁零售第一股”。Wind数据显示,2019—2023年,百果园的归母净利润分别为2.49亿元、0.49亿元、2.30亿元、3.23亿元、3.62亿元。

但在2024年,根据其2月3日发布的业绩预告,预计该财年将出现3.5亿元至4亿元的亏损。同时,公司的营业收入也出现了下降,预计同比2023年的113.91亿元下降不超过15%。

至于2024年亏损的原因,百果

高端化连锁受阻

“今年最好卖的就是80元至150元之间的水果礼盒。”在成都,一位百果园加盟商告诉记者,与往年相比,春节销售明显下滑,一是高端礼盒动销不足,二是一些高毛利水果比如车厘子价格暴跌。“关键是春节期间城市里人太少了,没有购买力。”

作为高端水果的代表,如今车厘子难以给门店带来高毛利。记者在百果园、果唯伊等水果店看到,春节期间进口车厘子价格跌到每斤29.9元,此外三四元一斤的甘蔗,也成为水果店引流的重要产品。

对于走高端化的百果园来说,记者注意到,2023年1月,在港交所上市之时,公司表示将以此次上市为契机,抢抓资本市场发展机遇,百

告称,将调整此前募集资金余额约2.377亿港元的用途。

这背后,是百果园2024年业绩的亏损:根据其盈利预警公告,2024财年预计将录得公司拥有人应占亏损3.5亿元至4亿元,由盈转亏。与此同时,百果园在2024年压缩门

店数量

园解释道:一是国内消费疲软;二是门店数量减少;三是百果园集团称,公司完成执行2024年年初制定的“高品质水果专家与领导者”新战略以提升顾客对公司的品牌认知,包括完成门店翻新、营销活动、聘请美好生活大使等活动,导致本公司2024年的开支增加。

就此,赛迪顾问消费经济研究中心研究员郝振凯分析称,业绩收缩的原因一是受消费环境改变的影响,当下居民消费能力和意愿不足。百果园

果园将继续壮大及扩大业务,通过构建生态圈及赋能合作伙伴,持续进行全产业链的布局与发展,致力成为销量、服务人群规模及水果品类品牌数目全球第一的果业公司。

2024年年初,百果园更是制定了“高品质水果专家与领导者”新战略。但公司财报显示,2021年至2024年上半年,其综合毛利率均稳定在11%左右,净利率均不到3%,2024年前三季度下降至1.49%。由此可见,百果园仍面临“高损耗、低毛利”的困局。

不仅是百果园,在水果连锁行业,包括宏辉果蔬(603336.SH)、洪九果品(06689.HK),业绩都出现下滑。其中,宏辉果蔬在2024年前三季度,实现营收7.27亿元,同比下降4.05%;实现扣非净利润1.89亿元,

店近1000家。至于2025年公司是否持续推进此前提出的“万店”计划,以及高端水果连锁店面临的挑战与压力,截至《中国经营报》记者发稿,百果园未给予回复。

对此,中国食品产业分析师朱丹蓬指出:“百果园主打高端水果,其定

位与

位与当下的消费观念形成了很大的反差。再加上百果园的整体运营水平欠佳,加盟连锁店没有根据总部的整体策略贯彻执行,这也是造成公司战略推行不力的一个原因。宏观来看,我觉得消费疲软是造成百果园业绩下滑的核心原因。”

对于其门店的减少,郝振凯认为,短期来看将影响百果园的营业收入,并引发消费者对企业经营状况的担忧,进而影响品牌形象和信任度。从长期来看,通过关闭经营效益欠佳的门店,百果园能够将资源集中于盈利能力更强的门店,单店的经营质量和盈利能力将得以提升,对企业的可持续发展有利。

此外,百果园长期以加盟方式为主。但2024年其门店压缩,加盟门店数量从2023年年末的6081家

同比减少43.23%。洪九果品2023年度的年报难产,股票停牌至今。

郝振凯表示,高端化水果面临的压力一是内部压力,高端化战略所需要的物料成本会更高;二是外部压力,消费者更加精打细算,对价格更加敏感。“百果园提出新战略的重点,是如何在消费者与内部经营成本之间找到一个均衡点。”

记者注意到,春节期间,包括山姆、盒马、京东等都推出了各种水果礼盒,叮咚买菜在春节期间水果礼盒等销量增长60%。尤其是车厘子,在线上直播销售的价格一度低到15元/斤。盒马方面向记者表示,今年春节期间其水果与预制菜一样,销售呈现高速增长态势,未来还将在这方面发力。



百果园被称为“中国水果连锁零售第一股”。

党鹏/摄影

高速扩张亟待提升治理水平

在2024年年初,百果园发布了未来10年战略规划,其目标是实现门店数量超万家,以百亿营收为起点,向千亿目标奋进。公司将探索大型店、微型店、机场店、商场店等多元化店态,同时积极开拓国际市场,品牌出海将首选东南亚。

但随着2024年门店压缩近1000家,百果园扩张步伐受阻。尤其是其加盟模式,曾被市场诟病。

此前,在百果园创始人余惠勇直播时,就有网友留言提到百果园压货问题。“坏货要到30%才能报给公司”“压货加盟商真的吃不消,卖不掉就烂了”等。记者在向加盟商求证时,也确认这一问题未得到妥善解决。就此,百果园方面未回复记者采访函。

此外,百果园推行“无小票、无实物、无理由退货”的服务,意在极力提高客户的体验,但也在一定程度上增加了加盟商的成本。

为了提升有效来客数和复购率,提升存量门店的单店盈利能力,百果园在下半年鼓励加盟商以搬迁和闭店方式淘汰高租金费率门店,聚焦优势门店。此外,

其开店节奏会相对放缓,对于优秀加盟商开店会持续支持。

同时,为了弥补现金流,百果园动议将上市募集的剩余资金约2.377亿港元改变用途,将其中的70%作为营运资金及其他一般企业用途。但这一动议还有待股东审议批准。

此外,百果园还提出新的计划,包括以持续满足消费者对高性价比产品的需求为基础,对经营效率作优化;为扩大销售规模,满足市场需求,本公司扩展水果礼产品线,开发节日限定礼品及小包装礼品等,打造水果礼品牌;进一步降低加盟成本,激发加盟商持续拓展其加盟店。

其中,为了扶持加盟商,百果园发布加盟补贴政策,自2024年8月1日至2025年7月31日止,百果园集团取消收取特许权使用费。同时,为新开店加盟商提供开业补贴,第一年度按照每月营业额的4%给予门店补贴,第二年度按2%给予补贴。

“对于百果园等水果连锁商超要获得新的发展机会,核心在于打造优秀的产品能力和服务能力,向胖东来、山姆等学习寻找破局的机会。”郝振东表示。

—— 经营成就价值 ——
中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL



扫码了解更多

产业融合 赋能乡村振兴