

田野股份遇多事之秋 茶饮供应链企业逢转型关卡

中经记者 蒋政 北京报道

“公司生产经营情况都在正常有序开展。”4月15日，田野股份(920023.BJ)董秘办工作人员回应《中国经营报》记者。

日前，该公司以及董事长姚政志因信披及其他违法违规被中国证监会立案。而在早些时候，田

高管再次被立案调查

田野股份在2023年成功登陆资本市场，被誉为“北交所果汁第一股”。

田野股份日前发布的公告显示，公司及相关当事人(公司董事长姚政志)于4月3日收到中国证监会(以下简称“中国证监会”)下发的《立案告知书》。因公司涉嫌信息披露及其他违法违规，中国证监会决定对公司、姚政志立案。

记者注意到，这已经是该公司管理层多次出现被罚的情况。

2025年7月，姚政志、财务负责人张雄斌受到北京证券交易所的纪律处分，并记入证券期货市场诚信档案。原因是公司未及时披露2024年业绩修正公告，同时未披露业绩预告。更早些时候的4月份田野股份董事、总经理单丹因涉嫌短线交易，被证监会立案调查。后广西证监局决定对单丹给予警告，并处以10万元罚款。

田野股份在2023年成功登陆资本市场，被誉为“北交所果汁第一股”。凭借成为多家连锁新茶饮品牌的原料果汁主要供应商，该公司获得快速发展。

只是，公司背后的问题爆发出现在2025年的4月底。

田野股份在当时发布内部控制评价报告显示，由于存在财务报告内部控制重大缺陷，董事会认为，公司未能按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求，在所有重大方面保持有效的财务报告内部控制。该公司审计机构的中兴华会计师事务所(特殊普通

合伙)在相关审计报告显示，田野股份存在大量未收合同货款、虚增采购金额、过往会计差错未更正等异常情形。

2025年5月底，该公司发布股票可能被实施退市风险警示的风险提示公告。自此，田野股份多项问题陆续暴露在阳光之下。

直到2026年3月31日，田野股份还在披露的公告中表示，公司目前内部控制自查整改工作持续开展。田野股份在给记者的书面回复中并未直接回应相关问题，只是表示“查阅公司于证监会规定的信息披露平台相关信息”。不过，该公司董秘办工作人员在电话中表示，公司一直都在自查，包括制度建设、款项收回等，都有不同程度的进展。

盘古智库高级研究员江瀚认为，立案调查与内控否定意见将直接冲击企业的融资渠道与资金链安全。一旦企业被实施退市风险警示且涉及信披违规立案，银行通

常会收紧信贷额度甚至要求提前抽贷。

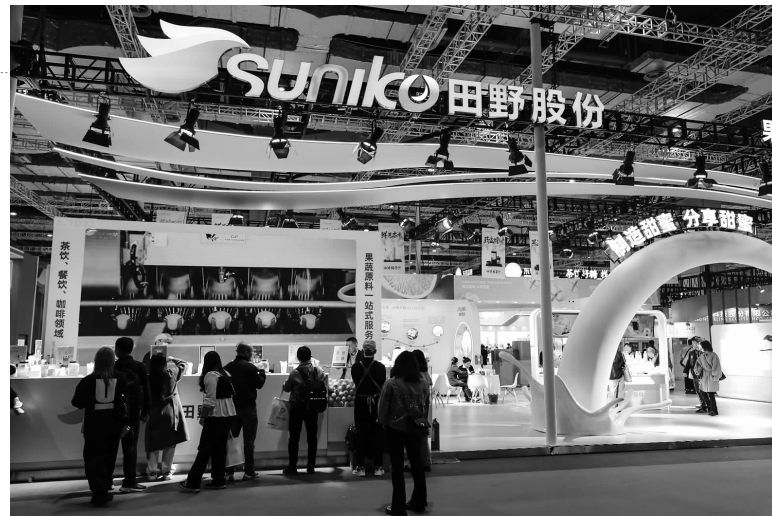
记者注意到，截至2025年9月底，田野股份拥有货币资金7294.52万元，短期借款为5000万元。公司资产负债率为23.78%，处于较低水准。

“商业信誉的受损会引发供应链上下游的‘挤兑’效应。对于田野股份此类处于产业链中游的企业，其正常运转高度依赖上游供应商的账期支持和下游客户的稳定订单。信披违规往往暗示着财务数据的真实性存疑，这会动摇合作伙伴的信心，导致供应商要求现款结算、客户担忧供货稳定性而转单，从而形成恶性循环。”江瀚说。

不过，田野股份董秘办工作人员表示，公司生产经营情况是正常的，都在有序开展。而根据该公司三季报数据，该报告期的存货周转天数为220.7天，较往年增加30天左右。但营收账款周转天数由上一年度的78.8天缩短至48.15天。

展高度捆绑。相较于其他供应链企业在多元化布局，田野股份亟须摆脱对于新茶饮品类的依赖。

行业人士告诉记者，面对品牌方“去中介化”的自建供应链趋势，田野股份必须从单纯的“原料提供商”转型为“技术解决方案服务商”。通过技术黏性构建护城河，而非单纯依赖产能规模。



凭借成为多家连锁新茶饮品牌的原料果汁主要供应商，田野股份获得快速发展。 视觉中国/图

常会收紧信贷额度甚至要求提前抽贷。

记者注意到，截至2025年9月底，田野股份拥有货币资金7294.52万元，短期借款为5000万元。公司资产负债率为23.78%，处于较低水准。

“商业信誉的受损会引发供应链上下游的‘挤兑’效应。对于田野股份此类处于产业链中游的企业，其正常运转高度依赖上游供应商的账期支持和下游客户的稳定订单。信披违规往往暗示着财务数据的真实性存疑，这会动摇合作伙伴的信心，导致供应商要求现款结算、客户担忧供货稳定性而转单，从而形成恶性循环。”江瀚说。

不过，田野股份董秘办工作人员表示，公司生产经营情况是正常的，都在有序开展。而根据该公司三季报数据，该报告期的存货周转天数为220.7天，较往年增加30天左右。但营收账款周转天数由上一年度的78.8天缩短至48.15天。

新茶饮供应链企业众生相

2019—2021年，田野股份新茶饮业务收入的占比分别为4.20%、24.44%、61.82%。

伴随着新茶饮在过去十年内的快速发展，一批茶饮供应链企业获得快速发展。

田野股份的客户中就包括奈雪的茶、茶百道、沪上阿姨等。数据显示，2019—2021年，田野股份新茶饮业务收入的占比分别为4.20%、24.44%、61.82%。而在田野股份的前五大客户中，曾一度出现四家新茶饮企业。

另外，主营“植脂末”的佳禾食品、以饮品浓浆为主业的德馨食品、以蜜雪冰城为最大客户的鲜活饮品等均获得较快发展，并且都已成功登陆或正在冲刺资本市场。

但是，伴随着新茶饮赛道的变化，上述供应链企业的业绩也明显出现波动。

《2025—2030年中国新式茶饮行业市场全景评估及投资前景展望报告》显示，2025年前三季度，新茶饮行业增速维持在5%至7%，与2024年同期的6.4%基

向何处转型？

新茶饮供应链企业需进行品类与场景的双重多元化。

记者注意到，多个新茶饮供应链企业，都在降低对茶饮客户和茶饮赛道的依赖性，谋求多元化布局。

今年3月25日，佳禾食品在公告中提到，已与海门经济技术开发区管理委员会签订《产业项目发展框架协议》，双方就投资超级植物奶智能制造项目的相关事项达成合作意向，意向投资金额约10亿元，拟生产牛乳茶、燕麦奶、核桃乳等液体饮料。同时，该公司还表示，公司持续积极开拓布局咖啡等产品业务。“我们正从幕后走向台前，全力拓展C端市场。”佳禾食品董事长柳新荣表示。

本持平，远低于2017年至2022年24.9%的复合年均增长率，放缓态势十分明显。

头部品牌和新品牌的成长同样正在放缓。媒体援引窄门餐眼数据，截至2025年12月，喜茶在营门店数量为3883家，低于2024年10月的4610家。奈雪的茶在营门店数量为1570家，同样低于2024年年末的1798家。

而对于新茶饮供应链企业，营收和净利润波动更加明显。

田野股份上市首份财报便遭遇变脸。2023年，该公司营收为4.598亿元，同比下滑2.33%。净利润为3338万元，同比下滑37.69%。而到了2024年，尽管营收出现小幅增长，但净利润同比下滑超七成。

佳禾食品营收巅峰出现在2023年，到了2024年，营收同比下滑18.68%。而其净利润波动更是明显，2024年同比下滑67.43%。

田野股份早已意识到这一问题。该公司在2025年业绩快

报中提到，公司下游新茶饮行业增速放缓，高端消费景气度下滑，公司积极优化产品结构和客户结构应对市场压力。而在此之前，田野股份还表示，新茶饮行业增速放缓，逐步进入存量竞争阶段，公司遭遇个别客户流失、客户价格敏感度提高等困难，生产经营压力较大，毛利率有所下降。

艾媒咨询CEO张毅告诉记者，高度依赖新茶饮客户，短期订单回款相对稳定。但长期来看，其议价权较弱，抗风险能力不好。尤其是头部茶饮品牌自建供应链后，会直接挤压它们的市场份额和毛利率。

中国食品产业评论员朱丹蓬还提到，中小茶饮品牌正在进行成本压缩，同样蚕食供应链企业的利润空间。

“简单的榨汁、冷冻技术壁垒低，容易被替代。田野股份应该通过技术黏性构建护城河，而非单纯依赖产能规模。”江瀚说。

对品牌方“去中介化”的自建供应链趋势，田野股份必须从单纯的“原料提供商”转型为“技术解决方案服务商”。企业应加大在定制化风味研发、特殊果品保鲜技术上的投入，做品牌方“不愿做”或“做不好”的环节。”

另外，多位业内人士还提到，新茶饮供应链企业还需进行品类与场景的双重多元化。“仅靠果汁原料难以支撑高估值，应向烘焙、咖啡，甚至C端家庭消费场景拓展。例如，利用现有的冷链优势，开发适合家庭装的高品质果切或预制烘焙原料，减少对B端餐饮渠道的过度依赖，平滑单一行业周期带来的风险。”江瀚说。

“股神”七匹狼：97%利润源自投资业务 服装主业逐年承压

中经记者 刘旺 北京报道

2025年财报中的“反差”数据，让老牌男装七匹狼(002029.SZ)备受瞩目。数据显示，2025年七匹狼实现营业收入30.04亿元，同比下滑4.35%；归母净利润3.33亿元，同比增长16.91%。

但归母净利润增长中，主要来源则是非经常性损益，年内，公司非经常性损益为3.23亿元，约占七匹狼全年归母净利润的97%。若剔除该部分，公司2025年的扣非归母净利润仅余961万元，同比下滑86.91%。七匹狼历年财报显示，自2021—2025年，七匹狼服装主业利润分别为2.25亿元、1.05亿元、1.88亿元、0.73亿元、961万元。

二者相对比，凸显出七匹狼的主营业务发展薄弱。《中国经营报》记者注意到，早在2015年，七匹狼就在原经营范围的基础上，增加了“对制造业、批发和零售业的投资”，10年后，这部分业务的收益已经远超其主业。

服装外衣下的“投资公司”

上市公司七匹狼的控股股东为福建七匹狼集团有限公司(以下简称“七匹狼集团”)，实控人为周永伟、周少雄、周少明三兄弟。而七匹狼集团旗下的七匹狼控股集团股份有限公司(以下简称“七匹狼控股”)则更显“三兄弟”的投资功力。

在七匹狼控股的官网上，有着创业投资案例，其投资对象涉及贵州董酒、八马茶叶、江小白、同程旅行、门牙饰品、宁德时代、欣旺达等企业。此外，还投资了机器人、AI、生物医药等热门赛道。

公开信息显示，周永伟早年曾担任中国银行晋江支行金办办事处副主任，擅长资本运作和投资判断，长期主导七匹狼集团的金融投资、酒店地产等业务；周少雄全面管理整个七匹狼集团，在他的主导下，企业逐步完善投资布局，实现

主业迷失？

记者注意到，在投资者互动平台上，有投资者提出问题：“主营业务扣掉财务利息收入已经不赚钱了，何不把服装品牌卖了，专业搞金融投资。”

对此，七匹狼方面回应称：“为了提升资金使用效率，公司采用‘固收替代’策略，综合考虑所处行业、经营稳定性、股息分配稳定性及配置时股价等因素配置了一些股票。在日常经营的过程中，公司仍然将聚焦主业，持续推进“七匹狼”商业模式改革，并着力整合时尚消费行业的优秀资源，搭建时尚消费投资平台。”

实际上，投资者的疑问是基于七匹狼的主业表现。2025年财报显示，七匹狼旗下外套、毛衫、裤

实业与投资的协同发展；周少明担任上市公司七匹狼董事长，主要负责公司财务和运营管理，为投资决策提供坚实的财务支撑。

创始人独到的投资眼光，也影响到了上市公司七匹狼。财报数据显示，2025年七匹狼非金融企业持有金融资产和金融负债产生的损益为3.74亿元，主要为理财产品、股票的公允价值变动损益及投资收益。

细分来看，投资收益为8541.6万元，公允价值变动损益为3.04亿元，两者合计占利润总额的比例超过95%。

财报披露，截至2025年年末，七匹狼持有境内外股票等交易性金融资产账面价值约17.57亿元。持仓证券包括腾讯控股、中国平安、中国移动、阿里巴巴、宁德时代、中国海洋石油等。其中8只重

子、西服产品的销售收入均出现了下滑，其中西服产品的销售额下滑24.51%，毛衫产品同比下滑17.35%。只有T恤产品实现了增长，但增幅只有0.39%。

从渠道上来看，2025年七匹狼线上收入10.63亿元，同比下降7.36%；线下收入19.4亿元，同比下降2.62%。截至2025年年底，七匹狼门店总数为1706家，较上年减少98家，虽然平均店效略有提升，但整体门店规模持续收缩。

此外，其曾斥巨资收购的法国轻奢品牌Karl Lagerfeld大中华区业务表现也不如人意，2025年净亏损0.66亿元，较上年同期扩大142.48%，此外，还计提了0.83亿元的无形资产减值损失。

仓标的实现正收益，合计投资收益达3.69亿元。其中，仅腾讯控股就为其贡献了约1.17亿元盈利。

实际上，服装企业对外投资，并不是七匹狼的专属。以雅戈尔为例，该公司早年就以“服装+地产+投资”三轮驱动闻名，主业之外，1997年雅戈尔投资宁波银行，成为原始股东；1999年，雅戈尔斥资3.2亿元，投资发起成立中信证券股份有限公司，以9.61%股权占比，成为中信证券的第二大股东；此后，雅戈尔一度参与苏宁电器、东方电气等数十家上市公司的定向增发，并投资多个PE(私募股权投资)项目。

显然，雅戈尔的对外投资更像是长期的战略投资，与七匹狼集团类似。而上市公司七匹狼，则更侧重财务投资。

不过，也有投资者对这样的投资分配提出了不满，问道：为何一

对于七匹狼的业绩表现，马岗认为，从产品策划、营销形象上看，七匹狼亦在资源上投入较少，导致品牌影响力下滑。从消费趋势来看，当下消费者更崇尚运动和健康管理消费，体育用品鞋服企业普遍业绩好于正装、时尚鞋类企业。加之整体消费复苏并不明显，很多休闲时尚类服装企业业绩并不理想，七匹狼亦不例外。

不过要承认的是，行业整体增速正在放缓。根据中国服装协会、国家统计局《2025年纺织服装行业运行情况》，中国男装行业已进入低速调整期，消费需求承压、行业集中度偏低、竞争格局高度分散。

对于七匹狼而言，其在财报中也提到了相应风险与挑战：服装行

业整体增速放缓，线上流量成本持续走高，线下门店客流与运营压力增大，消费需求迭代快速。国际品牌下沉与新兴品牌分流进一步加剧市场竞争，品牌转型与差异化突围难度提升，对企业全链路运营管理能力提出更高要求。

在此背景下，七匹狼提出2026年继续深化“夹克专家”品牌定位，线下推进渠道升级，包括布局多元店态、夹克奥莱渠道建设等。此外，升级供应链系统，继续巩固“Karl Lagerfeld”品牌定位等。

不过，马岗对记者表示，“夹克专家”是七匹狼过去在市场竞争中形成的，但这是否符合年轻人的消费喜好，值得思考。

对此，中国企业资本联盟副理

有借鉴意义。

“但该模式隐含显著结构性风险：一是投资收益占比过高，持续挤压主业研发、产品与渠道投入，导致核心竞争力持续退化；二是盈利结构严重依赖二级市场波动，抗风险能力极弱；三是管理层精力与资源错配，逐渐丧失对服装主业的深耕动力。总体而言，“实业为本、投资为辅”才具备可持续性，本末倒置只会加速品牌边缘化。”付一夫表示。

独立鞋服行业评论人士马岗认为，“实业+投资”是企业转型中常见的选择之一，难度很大。投资本身也是一门专业，很多企业对外投资风险认识不够，不过，选择投资作为业务之一，也在一定程度上意味着企业已经建立起体系化的投资管理、风险控制的团队和相关能力。

对于未来的战略定位、品牌建设等问题，记者向七匹狼方面发送采访提供，但截至发稿尚未收到回复。