

98%营收来自向加盟商销售商品和设备

蜜雪冰城加盟制或成发展“隐雷”？

■本报财经观察员 流清河

财经 海豚财经

2024年1月2日,蜜雪冰城向港交所递交招股书。继2022年A股上市未果后,蜜雪冰城再次冲击IPO。

招股书显示,截至2023年9月30日,蜜雪冰城门店总数超过36000家,覆盖全国及海外11个国家。仅前三季度,蜜雪冰城就卖出58亿杯,平均一天能卖2100万杯。这样的规模是“中国第一,全球第二”。

自新茶饮“第一股”奈雪的茶2021年6月底上市以来,其他多家新茶饮品牌屡次传出上市的消息。但截至目前,还没有企业成功叩开IPO的大门,新茶饮“第二股”的位置仍然空缺。

蜜雪冰城有望成为“新茶饮第二股”吗?

加盟费及服务费仅占收入的2%

根据招股书,2021年至2023年前九个月,蜜雪冰城的营收分别为103.51亿元、135.76亿元和153.93亿元,同比增速分别为121.18%、31.2%和46.0%。

对应的净利润分别为19.12亿元、20.13亿元和24.53亿元,同比增长202.53%、5.3%及51.1%;毛利率分别为31.3%、28.3%和29.7%;净利率分别为18.5%、14.8%和15.9%。

蜜雪冰城解释,2022年营收和净利润增长大幅下滑的原因主要有两个:一是疫情对门店的正常运行造成了影响;二是为了减轻疫情对加盟商的冲击,公司降低了69款门店物料与设备的销售价格,平均降价幅度达到了15%,这些降价商品在2022年的销售收入占到了公司总收入的23.1%。

此外,观察员发现,蜜雪冰城的广告营销支出逐年水涨船高,从2021年的5320万元,增长到2022年的6990万元,截至2023年前三季度,蜜雪冰城的推广支出已经高达1.8亿元,比较两年前,蜜雪冰城的广告支出增加了不止三倍,增速已经超过了营收增速。按照蜜雪冰城的发展规划,未来其广告支出可能会继续保持高速增长。

据招股书披露,截至2023年9月,蜜雪冰城总共开约36000家线下门店,总门店数接近行业第二名至第五名之和,共实现出杯量约58亿杯。

据第三方报告显示,按照截至2023年9月30日的门店数及2023年前九个月饮品出杯量计算,蜜雪冰城是中国第一,全球第二的现制饮品企业。也是国内现制饮品行业中,目前唯一一个达到3万家门店规模的企业,目前业内甚至尚未出现第二家破万店的品牌。

36000家线下门店中,国内大约32000家,海外门店大约4000家。国内32000余家门店中,三线及以下超过1.8万家,占比近57%,新一线城市门店数量比二线城市多,一线城市只有1400余家,占比4.5%。

其中,99%是加盟店,只有1%是自营门店。每个加盟店每年缴纳7000元至11000元加盟费,但这并不是公司的主要收入来源,加盟费和相关服务费仅占收入的2%。

招股书显示,蜜雪冰城主营业务收入由食材、包装材料、设备设施、营运物资及其他、加盟商管理、直营门店产品六大板块构成。2021年至2023年前九个月,蜜雪冰城来自销售商品和设备的营收分别为101.55亿元、132.99亿元和151.10亿元,占比分别为98.1%、98.0%和98.2%。

分开来看,蜜雪冰城最大收入是商品销售,2021年、2022年及2023年前三季度,占比均在90%以上。主要指向加盟商销售糖、奶、茶等食材和杯子、吸管等包材。设备销售排第二,包括卖给门店冰淇淋机、咖啡机、制冰机等,贡献销售收入6%左右。

某种意义上说,蜜雪冰城是一个原材料提供商和设备制造、批发商。

加盟制存在的利与弊

加盟制度的优势在于,如果加盟商出现亏损,他们需要自行承担损失。蜜雪冰城甚至不需要按照销售额从加盟商那里抽取提成。设备是一次性采购,但原材料由蜜雪冰城统一采购,并每

天进行消耗。

但加盟制度的劣势也很明显。蜜雪冰城在招股书中也坦言,可能无法及时发现加盟商及其员工的违约或不当行为,并且可能无法向加盟商全额收回对该等违约及不当行为所造成损害的赔偿,这可能会对公司的声誉、经营业绩及财务表现造成重大不利影响。

而在过往的经营中,蜜雪冰城确实存在食品安全等问题。据北京市消费者协会于2023年11月发布的“2023年北京食品安全大检查”公告,自2023年1月以来,蜜雪冰城位于北京的34家门店存在食品安全问题,位居公告问题品牌之首。

去年11月,一起学生被蜜雪冰城店主3岁儿子骚扰的事件引发广泛关注。事件发生后,有传闻称该门店老板回应称,“你们也别管小孩怎么样,至少他不会像你们一样只能考个破大专”。对此,蜜雪冰城表示强烈反对任何形式的歧视言论及行为,涉事门店已被暂时关闭。经过调查,网传的歧视性言论并非由店长或门店员工发布,存在被恶意造谣的可能。

尽管争议言论并非蜜雪冰城官方发出,但该事件暴露了公司在人员管理方面存在的疏忽。这种管理上的不足可能与蜜雪冰城主要依赖加盟模式有关。

除了员工管理问题,食品安全也是蜜雪冰城一直被诟病的问题。消费者们陆续反映在饮品中喝出蟑螂、蜘蛛、蜻蜓等异物,甚至使用了过期原材料,上述问题不止一次冲上热搜。而在黑猫投诉平台上,蜜雪冰城“脏乱差”“缺少材料”等问题频频遭到投诉。在2023年“3·15”前夕,蜜雪冰城因食品安全问题还被北京消协点名批评。

据北京市消费者协会发布的文章显示,自2023年1月以来,在北京市、区市场监管局发布的食品安全问题通报中,蜜雪冰城因食品安全问题被通报次数最多达30次。

食品安全问题之于蜜雪冰城一直相生相长,从未根除,本质上和其加盟制有着直接关系。而从加盟门店数量来看,蜜雪冰城的加盟商开店净增速有所放缓,关店数量却在增加。

招股书显示,截至2021年年底、2022年年底和2023年9月30日,蜜雪冰城加盟商门店数分别为19954、28929和36093家。其中,2022年和2023年前九个月的门店净增速分别为44.98%和35.31%。

此外,蜜雪冰城加盟商门店关闭数量明显有所增加。2021年至2023年9月30日,蜜雪冰城加盟商门店中,关店数分别为577家、696家和856家。其中,蜜雪冰城要求关闭的门店数量分别为371家、432家和453家,占比分别为64.3%、62.1%及52.9%。加盟商自行关店的门店数为206家、264家和403家,占比分别为35.7%、37.9%和47.1%。

一边是加盟门店激增,另一边是关店数量不断上升,这对蜜雪冰城而言并非好事,其在上市后如果不加强对加盟门店的管理,其品牌力将会大打折扣。

遗失 遗失青州市市场监督管理局2003年4月17日核发予青岛中科万联海洋科技有限公司的注册号:3702004008729号(统一社会信用代码:91370200MA93TRFU9C号)营业执照正、副本,声明作废。

声明 遗失我单位公章(编号3702110399659)一枚,声明作废。

青岛长青瑞安居商贸有限公司
2024年1月15日

司法拍卖公告

受青州市中级人民法院和青岛市黄岛区人民法院委托,定于2024年1月30日10时至2024年1月31日10时止(延时的除外)对以下标的依法按现状在青州市中级人民法院司法拍卖厅以互联网电子竞价方式进行公开拍卖,公告如下:

一、拍卖标的:1、手机1部(iPhone12Promax)和手机1部(iPhone8Plus),起拍价:1873元,保证金180元。2、隆和福朋喜来登艾美消费卡4张(单张面额1000元),起拍价:1元,保证金450元。

二、竞买登记手续办理:1、竞买人应在2024年1月29日16:30前携保证金凭证(保证金16:00前到账为准)及有效证件到青岛产权交易所有限公司或通过网站办理竞买登记手续方可取得竞买资格,逾期不予办理。2、委托人对本标的瑕疵不承担责任。本标的物以现状拍卖,竞买人应自行实地现场看样,未看样的视为对本标的实物现状的认可,标的物无原始发票,成交后不予邮寄,需要买受人自取。3、缴纳保证金账户:收款单位:青岛产权交易所有限公司;开户行:招商银行股份有限公司青岛分行营业部;账号:532905248510917。

其它事项见网站www.qdcq.net该标的公告信息。联系电话:0532-66718926/66718932 委托法院监督电话:0532-83099009/86989035。

青岛产权交易所有限公司
2024年1月15日



蜜雪冰城为何急于IPO?

事实上,蜜雪冰城的上市并不像其在消费市场上一样一帆风顺,2022年9月,蜜雪冰城就曾递表深交所,拟募集64.96亿元,主要用于扩产、物流、营销网络和补充流动资金,但因为种种原因,最终IPO终止。

直到2023年10月,网传蜜雪冰城又将筹资10亿美元赴港上市,当时蜜雪冰城选择不予置评,现在看来是默认了消息的部分真实性。

蜜雪冰城为何急于IPO?

蜜雪冰城称,此次赴港IPO,募集的资金主要用于加强端到端供应链的广度和深度、品牌和IP的建设和推广以及加强各个业务环节的数字化和智能化能力等。

与A股IPO的策略相比,蜜雪冰城此次选择赴港上市的募资战略显得与众不同。其在A股上市筹集的资金将主要用于公司的扩产和物流项目。这两个项目在当时的募集资金中占据了相当大的比重,达到了60%。剔除这两个项目后,其他几个项目的融资总计仅需20多亿元。

与此同时,蜜雪冰城近年来的经营表现十分亮眼。2023年前九个月的经营现金流净额高达31亿元。这无疑表明,蜜雪冰城目前并不缺乏资金,赴港上市更多的是出于战略考虑。

一方面,近几年新消费公司在A股上市的难度逐渐加大,而港股市场相对更为开放,为新消费品牌提供了一个更广阔的融资平台。

另一方面,考虑到高瓴、龙珠美城等投资机构的套现需求。据凤凰网报道,2021年至2023年9月,蜜雪冰城一共进行过3次分红,分别为1.04亿元、1.04亿元、1亿元,而高瓴、龙珠美城等以205.80

元/注册资本进场的资金占公司总股本10%,以此计算,近三年高瓴、龙珠美城等通过分红方式获得的回报仅为1.32%。

港股上市成为满足这些投资者退出的重要途径。这些机构于2020年12月入股蜜雪冰城,经过3年多的时间,他们似乎更希望通过上市实现资金回笼。

当然,上市也许还意味着另外一种可能性,蜜雪冰城门店的国内扩张接近峰值,茶饮市场将迎来存量博弈。

从扩张的角度来看,蜜雪冰城的门店在国内市场的增长可能已经接近峰值。根据2022年极海品牌监测平台的数据,通过分析加盟商的选址逻辑,可以推算出蜜雪冰城的最终门店规模将在3.13万—3.76万家之间。这与招股书中披露的数据相吻合,进一步证实了蜜雪冰城在国内市场的扩张已经接近饱和。

蜜雪冰城并不满足于于此。公司曾邀请专家进行深入研究,探讨未来在全国范围内开设至少4.5万家门店的可能性。按照目前的扩张速度,这一目标可能在短短的一两年内实现。

在这样的背景下,蜜雪冰城赴港IPO考虑的也许不仅仅是扩张,更是如何在国内茶饮市场日趋激烈的竞争中保持领先地位。随着市场的饱和,品牌间的竞争将更加激烈,这无疑会加速行业的洗牌和整合。

不过,也不能忽视新消费品牌在资本市场上面临的风险。以奈雪的茶为例,尽管其在上市初期获得了市场的热烈追捧,但上市后的股价表现并不理想。从上市首日的最高价19.8港元/股到现在的3.33港元/股,股价跌幅超过80%。这无疑给蜜雪冰城敲响了警钟,提醒其在资本市场上面临的挑战和风险。

国家金融监督管理总局

青岛监管局

关于换发《中华人民共和国保险许可证》的公告

经国家金融监督管理总局青岛监管局核准,以下机构取得《中华人民共和国保险许可证》,现予以公告。

中信保诚人寿保险有限公司

青岛分公司

流水号:00141720

机构编码:000032370000800

机构住所:青岛市市南区延安三路234

号1号楼海航万邦45层

批准日期:2011年08月03日

主要负责人:马雅山

联系电话:0532-81970788

邮政编码:266000

发证日期:2024年01月09日

业务范围:1.人寿保险、健康保险和意外伤害保险等保险业务;2.上述业务的再保险业务;

拍卖公告

受委托,我公司定于2024年1月22日9:30在中拍平台(paimai.caa123.org.cn)和我公司拍卖行现场同步对以下标的进行拍卖。

一、拍卖标的:即墨区段泊岚镇文化中心建筑物及其内部不可移动或便于移动的设备设施,包括分摊占用的土地使用权,起拍价174.455万元。

二、拍卖标的展示时间、地点:2024年1月17日-18日,联系我公司看样。

三、竞买登记手续办理:2024年1月19日16:00前持有效证件和竞买保证金(起拍价的20%)缴纳凭证到青岛市即墨区通济街106-1号办理。

四、咨询电话:0532-83556888 68619888

微信公众号:中和拍卖

青岛中和拍卖有限责任公司
2024年1月15日

美好时光“纸”传祝福

新婚祝福 | 爱情祝福 | 升学祝福 | 生日祝福
纪念日祝福 | 节日祝福

刊登价格	999元/期 (7.2*10cm)
299元/期 (7.2*3cm)	1314元/期 (14.6*6cm)
520元/期 (7.2*5cm)	1999元/期 (14.6*10cm)

祝福启事
咨询热线

0532-83861285