

盘点2018年十大“失望之食”

海升果汁 失望关键词 烂果榨汁

失望指数：★★★★★
上榜理由：
2018年10月，港股上市公司海升果汁旗下青岛工厂被曝收购2毛钱一斤的腐烂变质水果榨汁，其生产线上的苹果几乎都不符合公司合格原料果标准。
对此，海升果汁于2018年10月16日、17日在官网连续发布通告称，青岛工厂确实存在原料问题，集团已责令青岛工厂对相关产品进行隔离，严格追溯不合格产品，坚决杜绝不合格产品流入市场，整顿原料采购渠道。青岛工厂总经理及相关管理成员被免除职务，配合调查。与此同时，个别超市主动下架了海升果汁旗下的“清谷田园”系列饮品。
而早在2013年9月就有媒体称，海升果汁等品牌向果农收购没成熟之前就跌落的水果，甚至是腐烂变质的水果，用来制作果汁及浓缩果汁产品，后涉事企业因安徽省食药监局送检样本未检出问题而恢复生产。
业内人士指出，食安问题是食品企业的命脉，一旦失守便难收复。海升果汁如果放松对产品质量的把控，失去的不仅是消费者的信赖和国内市场，其在国内市场的形象也将受挫。

烟台完达山 失望关键词 债务危机

失望指数：★★★★★
上榜理由：
2018年11月16日，烟台完达山工业园投资开发有限责任公司突然向2万名订奶户发送停机通知，随后经销商、供应商、生产工人多次上门讨债无果，由此揭开烟台完达山债务危机的冰山一角。烟台完达山资金链断裂早有预兆，至今仍未恢复生产。除牟平经济开发区政府协调解决的240万元订奶款外，烟台完达山还拖欠生产员工、日配员工、经销商、供应商等债务近1亿元。
黑龙江省完达山乳业股份有限公司子公司完达山林海液奶有限公司持有烟台完达山20%股份。完达山乳业对此回应记者称，否认向烟台完达山出租品牌，烟台完达山仅是过渡期内暂时使用“完达山”品牌，目前公司不能直接接手烟台完达山。
不过从股权变更和经销商、供应商口述情况来看，烟台完达山实则是完达山乳业子公司国企混改的产物，历史上曾与完达山乳业是同一董事长。无论当初完达山乳业是顺应混改潮流引入民资，还是仅以品牌入股做甩手掌柜，其在使用“完达山”品牌为烟台完达山市场背书的同时，就意识到由此可能带来的风险。在品牌一损俱损的大前提下，完达山乳业与烟台完达山之间究竟是品牌租赁还是临时授权，已不再重要。

皇台酒业 失望关键词 濒临退市

失望指数：★★★★★
上榜理由：

皇台酒业的不利，似乎从库存酒“失踪”起就奠定了一整年的基调。2018年2月8日皇台酒业公告称，发现成品酒存在库亏约6700万元的严重问题后，在对亏库原因调查时发现相关人员涉嫌严重经济犯罪的线索，涉案金额总计高达亿元以上。而这笔库亏将被全额计提资产减值损失，对

回望2018年，食品行业里，新茶饮、新零售在蓬勃发展的同时也出现了食安隐患、资金链断裂等“意外”状况；传统企业或求新求变，或摇摇欲坠，或难以为继。
盘点2018年十大“失望之食”：海升果汁、a2奶粉、盒马鲜生因食安问题遭遇信任危机，加多宝争纷不断、摇摇欲坠，完达山、金锣分别遭遇债务危机和经销商纠纷，品牌形象受损……这些企业在承担自身内控不严、发展不顺后果的同时，也警示着后来者。

地球港 失望关键词 停业关店

失望指数：★★★★★
上榜理由：
自2018年11月起，集精品食饮超市、高端体验餐厅、优质IP内容为一体的新零售商业品牌地球港包括北京在内的全国门店全停业。
2018年1月，地球港首家门店在北京六里桥开业，被视为“新零售赛道第三股力量”的地球港在2018年8月宣布完成Pre-A轮融资，投后估值达10亿元，称将超速布局“未来零售”。据了解，地球港停业与控股股东复华控股陷入资金危机有关。
地球港倒闭的困境并非个例。2018年以来，新零售行业迎来爆发期，巨头纷纷入局。相关数据显示，仅2018年1—8月，便利店行业就有近60起融资事件。同时伴随行业洗牌加剧，多个便利店相继因资金问题倒下；因持续亏损带来业绩压力，苏宁小店、永辉云创相继被剥离上市公司，其中永辉新零售业务累计亏损近10亿元。如何在快速扩张的同时，具备强大的资金储备和盈利能力，是新零售行业面临的普遍问题。

a2奶粉 失望关键词 违规宣传

失望指数：★★★★★
上榜理由：
2018年7月20日，国家市场监督管理总局通报称，新西兰网红代购奶粉品牌a2的中国全资子公司因使用艺人胡可未满10周岁的儿子进行宣传代言，违反广告法，被上海市工商局检查总队罚款10万元。

然而，此次风波并未因a2公司的“认罚”而平息。业内普遍关注到它另外一些带有“诋毁”性质的宣传——称普通牛奶的A1型蛋白可能引起肠道不适，A2型蛋白能避免，且非常稀有。对此多位专家及权威组织均提出过质疑。早在2009年欧盟食品安全局报告就指出，没有足够的证据证明A1型蛋白可能导致糖尿病、心脑血管疾病、中枢神经系统影响。澳大利亚新西兰食品管理局也否定了a2牛奶公司提出的“普通牛奶必须注明健康警告信息”这一申请。
a2牛奶公司还先后资助多个研究项目，以证明普通牛奶中A1型蛋白才是引起饮奶不适的原因。但记者发现，参与研究资助实验的专家们也认为实验结果还需更多佐证，尚得不出肯定结论。在多家乳企入局A2牛奶市场后，业内开始关注a2公司在中国市场的“一手好牌”究竟能打多久。



地球港 失望关键词 停业关店

失望指数：★★★★★
上榜理由：
自2018年11月起，集精品食饮超市、高端体验餐厅、优质IP内容为一体的新零售商业品牌地球港包括北京在内的全国门店全停业。

2018年1月，地球港首家门店在北京六里桥开业，被视为“新零售赛道第三股力量”的地球港在2018年8月宣布完成Pre-A轮融资，投后估值达10亿元，称将超速布局“未来零售”。据了解，地球港停业与控股股东复华控股陷入资金危机有关。
地球港倒闭的困境并非个例。2018年以来，新零售行业迎来爆发期，巨头纷纷入局。相关数据显示，仅2018年1—8月，便利店行业就有近60起融资事件。同时伴随行业洗牌加剧，多个便利店相继因资金问题倒下；因持续亏损带来业绩压力，苏宁小店、永辉云创相继被剥离上市公司，其中永辉新零售业务累计亏损近10亿元。如何在快速扩张的同时，具备强大的资金储备和盈利能力，是新零售行业面临的普遍问题。

盒马鲜生 失望关键词 食安隐患

失望指数：★★★★★
上榜理由：
作为新零售范本的盒马鲜生在2018年发生篡改食品标签生产日期、所售水产兽药不合格等问题，引发消费者信任危机。
2018年11月15日，一消费者在盒马鲜生上海大宁店挑选蔬菜时，看到工作人员更换了胡萝卜外包装的日期标签。11月16日，上海市静安区市场监管局对涉事门店进行检查，确认该门店更换标签进货日期一事属实，要求对该门店3批次180盒涉事产品下架封存并立案调查。
盒马方面随即对全国门店开展自查。11月21日，盒马鲜生CEO侯毅通过微博公开道歉，宣布就地免去盒马鲜生上海区总经理职务。

“标签门”过去不久，2018年12月11日，广东省深圳盒马网络科技有限公司广州第一分公司又因销售的一批次鲫鱼恩诺沙星不合格，被国家市场监督管理总局通报。
自2016年1月开业至今，盒

马鲜生门店数量已突破100家。如何在快速扩张的同时严控管理水平和产品质量，是盒马鲜生亟待解决的问题。

金锣集团 失望关键词 经销商纠纷

失望指数：★★★★★
上榜理由：
2018年10月，两位金锣前经销商向记者爆料称，金锣集团自2016年起拖欠其垫付费用，分别为80余万元、100余万元。10月4日，金锣集团公开声称涉事经销商“无理取闹”，所有费用已结清。10月17日，在金锣集团总部，金锣集团方面与经销商再协商，认为其中一位经销商费用已结算，而对另一位经销商的部分费用表示认可。最终，双方签署和解协议，金锣集团支付了经销商的相关费用。
早在2015年3月，沈阳地区60余家金锣冷鲜肉专卖店加盟店就以加盟商协会名义发出公开信，要求金锣集团对肉类供应返利标准参差不齐、返利点莫名降低并迟迟不到位的情况作出解释。

而近年来，金锣火腿屡现的食品安全问题也被经销商和消费者所诟病，2015年的“瘦肉精”危机更让其生猪代养等经营模式深受质疑。

业内认为，金锣集团爆出的与经销商存在垫资纠纷，凸显其内部管控问题。同时，金锣集团与双汇的差距一直在扩大，在高温与中低温产品线上面临双汇的全面压力。

呷哺呷哺 失望关键词 换装涨价

失望指数：★★★★★
上榜理由：
2018年7月，记者走访发现，以“高性价比”著称的呷哺呷哺台式小火锅逐步进行门店升级，越来越多的吧台式座位被餐桌取代。除增设小料台和手摇茶以外，呷哺呷哺的菜品种类并未扩充，甚至在减少主食赠送的同时还提升了客单价。
大众点评显示，呷哺呷哺北京地区多家门店的人均消费金额在60元以上，多位消费者直言其人均消费已接近80元。也有消费者吐槽呷哺呷哺门店升级后越来越像其高端品牌“凑凑”，但菜品和服务却还是老样子。

呷哺呷哺定位台式单人快餐小火锅，2014年港股上市。年报显示，呷哺呷哺近3年净利润增幅放缓，门店翻台率也由2016年的3.4降至2017年的3.3。2017年呷哺呷哺还关闭了35家门店。

在餐饮连锁品牌战略顾问王冬明看来，呷哺呷哺的升级是被“逼”出来的。客流量的减少，房租、人工等成本的提升使呷哺呷哺不得不不变。业内分析，呷哺呷哺快餐化定位在消费者心中根深蒂固，且在产品和服务上尚待改进，升级门店对凑凑的模仿既体现其自身定位的不清晰，也使其慢慢失去了“单人小火锅”的特色。

加多宝 失望关键词 纷争不断

失望指数：★★★★★
上榜理由：
2018年是加多宝充满戏剧性的一年。从3月中旬总裁、副总经理的“被离职”，到提出3年上市目标；从与中粮包装、奥瑞金“恩断义绝”，到卷入中弘股份的重组事件，风波中的加多宝会摇摇欲坠还是涅槃重生，仍难下定论。
2018年第二季度，中粮包装因加多宝未按约定向清远加多宝草本注入商标，向香港国际仲裁中心提起仲裁，随后决定停止向加多宝供罐。同为供罐商的奥瑞金也发公告督促加多宝按照条款约定执行。
6月15日，加多宝集团总裁李春林宣布对红罐加多宝恢复上市，并做了这样的规划：“奋战45天，做到有凉茶的地方，必须有加多宝，有加多宝的地方必须有红罐与金罐。”但从6月—10月，由于各方原因，加多宝的产能未能有效组织起来，导致红罐产品上市遇阻。

2018年8月27日，中弘股份在公告加多宝集团、前海银谊资本将对中弘进行债务重组时，对外公布了加多宝2015年—2017年“惨烈”业绩数据，很快遭到加多宝的否认。最终，这场重组“罗生门”以中弘股份的退市而告终。

中国圣牧 失望关键词 战略收缩

失望指数：★★★★★
上榜理由：
2018年9月10日，中国圣牧宣布对部分认证届满的牧场不再申请有机认证。事实上，圣牧有机原料奶的售价早在2017年就已大幅下降，2018年上半年甚至出现部分有机原料奶以非有机价格出售的情况。中国圣牧的有机战略陷入了进退两难的境地。
早在2014年中国圣牧登上资本市场之初，就立下3年增加18座有机牧场、有机奶牛数量增至12万头的宏伟目标。但受市场需求疲软、奶价下行等影响，中国圣牧自2017年以来陷入巨亏。
2018年12月24日，中国圣牧以3.03亿元的总价向蒙牛出售下游子公司内蒙古圣牧高科奶业51%股权，并需将所有乳制品业务链及相关资产转让给交易标的。中国圣牧将下游液奶“包袱”甩给蒙牛运营的意图十分明显。
业内认为，中国圣牧的有机布局是在资本驱动下完成的，并非市场推动。受地理位置、市场需求等影响，圣牧的高成本原奶与国际奶价相比没有优势，其自有液奶产品此前一味打折促销也损害了有机奶的高端品牌形象。