

# 美宝莲将陆续关闭全国线下门店

记者探访:南京市场已难觅踪影,屈臣氏仍有销售

相信不少80后、90后女士认识和接触彩妆,是从美宝莲这个品牌开始的。进入中国市场27年,美宝莲曾拥有大批粉丝。但日前有消息称,美宝莲将关闭全国线下门店,仅保留在屈臣氏里的线下销售。7月27日,现代快报记者从其客服处了解到,该消息属实。

现代快报+记者 季雨 文/摄



屈臣氏内的美宝莲柜台

## 美宝莲将陆续关闭线下门店,引发网友怀旧

美宝莲曾是很多女孩梳妆台上的第一样彩妆,进入中国市场后,因为物美价廉,成为了许多女孩的首选。从睫毛膏到遮瑕膏,从粉底液到卸妆液、从唇釉到腮红……几乎彩妆的各个环节,美宝莲都做到了全链条覆盖。

7月26日,一条“美宝莲将陆续关闭中国所有线下门店”的消息,在网络上传开。消息经过网络发酵,快速登上了微博热搜榜单,不少网友看到后都感到惊讶,“这不是我正在用的粉底液品牌吗?”“他们家有的产品挺好用的

呀。怎么突然关店了呀?”

惊讶的同时,更多的网友则是在感怀,引发了一波集体怀旧潮。“人生中第一支口红来自美宝莲的‘死亡芭比粉’”“第一瓶指甲油,第一支口红,第一盒粉饼,都是它们家的”。

## 探访:南京市场难觅踪影,屈臣氏仍有销售

美宝莲关闭线下门店的消息,在网络上传得沸沸扬扬,到底是真是假呢?

7月27日,现代快报记者走访了解到,南京各大商场内,已难寻美宝莲专柜的踪影了。

原先,超市也是美宝莲产品销售的主要卖场,但现在南京各家超市也没有美宝莲产品销售了。秦淮区某大型综合超市的工作人员告诉记者:“早就没有卖了,你要实在想买,去外面彩妆店看看,或许还能找到。”

记者前往南京市雨花台区某

综合性商场内的屈臣氏门店,在这里找到了美宝莲的柜台。该柜台展示了美宝莲品牌的全线产品,占据柜台C位的,是它的当家产品睫毛膏。见到有消费者到来,销售人员很热情地邀请记者进行试用,同时不忘推销:“美宝莲最畅销的产品当属眼唇卸妆液和睫毛膏了,用过的人都说好。”当记者询问美宝莲关闭线下门店的消息时,销售人员立即接话:“很久之前就开始陆续撤柜了,但对我们影响不大,屈臣氏里还是正常销售的,货源也很充足。”

不仅是在南京,美宝莲在其他城市也面临闭店的尴尬处境。美宝莲北京银座和谐广场店店员在接受北京商报采访时表示:“刚收到通知,确实将要关店,预计会在8月中旬,目前美宝莲产品仍可在线下购买。”至于关店原因,店员表示并不清楚。

对于撤柜一事,现代快报记者咨询了美宝莲官方客服,客服证实品牌的线下专柜将陆续关闭,转移到线上渠道销售,但仍保留屈臣氏线下销售。后续是否会重新开线下门店还不确定。

## 进入中国市场27年,美宝莲将销售重心往线上转移

据美宝莲官网显示,美宝莲成立于1917年。1995年,美宝莲正式进入中国市场,定位为大众消费品,率先布局商超、百货等主流渠道。

1996年,美宝莲被欧莱雅集团收购,正式成为欧莱雅旗下品牌。

市场分析机构央视市场研究的报告显示,从2015年到2019

年,美宝莲一直是中国彩妆市场占有率排名第一的品牌。但随着大众彩妆市场竞争不断加剧,日韩与中国本土彩妆品牌一波波出现,美宝莲的市场份额从30.9%逐年下降至23.3%。

在风云变化的市场上,美宝莲也开始着手寻求转型。2018年5月,有消息称,美宝莲将陆续撤离超市大卖场渠道。2020年10月,

美宝莲宣布对线下渠道进行战略转型,转向线上线下交融互动的体验店。2022年,美宝莲新开了潮玩旗舰店,结合5G和AI技术的互动直播,使门店销量与转化率均翻倍。

美宝莲此次转移销售重心,是否会对品牌影响力和市场份额产生影响?现代快报记者将持续关注。

## 遭“杀人鲸”做空 名创优品股价大跌逾10%



曾做空安踏、中国飞鹤等公司的做空机构“杀人鲸”7月26日发布针对名创优品的做空报告,称后者数百家门店由公司高管或与董事长关系密切的个人秘密持有和经营。另外,公司在收购与董事长叶国富的合资公司股权时存在巨额利益输送。名创优品美股7月26日暴跌近15%,其港股7月27日一度大跌逾10%。公司周三回应称,该报告毫无依据,“且包含有关本公司资料之误导性结论及诠释”。

现代快报+记者 谷伟

## 港股上市半个月遭做空

港股刚刚上市半个月,名创优品就迎来机构做空。“杀人鲸”发布的报告称,通过长达7个月的调查,他们发现名创优品存在三大方面的问题,并认为这不仅影响了公司财务数据的真实性,也表明名创优品当前股价较实际价值大为高估。

具体而言,“杀人鲸”认为,首先,名创优品声称,其在中国的99%门店由独立加盟商经营,但“杀人鲸”调查发现,有620余家门店其实注册在名创优品高管或与董事长有密切关系的个人名下。“杀人鲸”认为,这表明这些门店其实不是独立的特许经营店,而是由公司秘密拥有和经营。其次,该做空机构还认为,名创优品曾与董事长合资成立了一家企业用于建设公司总部,

由公司持股20%,董事长持股80%,而后来公司收购了董事长持有的该合资公司80%股权。“杀人鲸”认为,这属于赤裸裸的利益输送。第三,“杀人鲸”表示,名创优品存在收入萎缩、特许经营费下降和门店倒闭等问题,一系列证据表明名创优品“是一个处于严重危险之中的品牌”。

最终,该机构认为,大量证据表明名创优品在其核心业务方面误导了市场。名创优品的数百家门店由公司高管或关联个人拥有和经营,而非非资产的特许经营,公司向投资者隐瞒了此类门店的成本。“这可能解释了为什么名创优品尽管自称有巨额现金余额,并从运营中产生健康的现金流,但最近还是利用资本市场募资7200万美元在港股二次上市。”

## 公司回应:做空报告毫无依据

名创优品2020年10月在美股上市,市值一度超过110亿美元。但从去年2月以后,其美股股价就震荡下跌。7月26日,其美股股价大跌14.98%,收于6.13美元,较高点已经跌去超80%。

7月13日,名创优品港股上市首日即“破发”。7月27日,其港股股价收盘大跌10.87%,收于12.46港元。当日公司发布自愿公告回应“杀人鲸”的指控。公司表示,该报告毫无依据,“且包含有关本公司资料之误导性结论及诠释”。公司董事会正在审查该等指控,并考虑采取适当行动以保护所有股东的利益。董事会决定成立由独立董事徐黎黎、朱拥华及王永平所组成的独立

委员会,以监督就该报告中相关指控所开展的独立调查工作。独立委员会将于适当时聘请独立专业顾问协助独立调查。“本公司将根据美国证券交易委员会、纽约证券交易所及香港联合交易所有限公司的适用规则及法规之要求适时作出进一步的披露。”

此前披露的财务数据显示,截至2021年6月底的2021财年,名创优品巨亏14亿元,较上一财年亏损大幅增加。不过,到2021年末的6个月内,其成功扭亏,实现净利润3.39亿元。其港股招股书显示,截至今年3月底,公司门店数量达到5113家,较2019年增加一千多家。