

张小泉集团及张国标等被强执1.89亿元

“断刀事件”引发风波,带来业绩下滑



天眼查法律诉讼信息显示,9月4日,杭州张小泉集团有限公司、富春控股集团有限公司、张国标、张樟生、王国利、沈燕新增一条被执行人信息,执行标的1.89亿余元,执行法院为浙江省杭州市中级人民法院。作为老字号刀具品牌,有着近400年历史的张小泉曾深受消费者信赖,但前两年却因“断刀事件”频繁引发争议,业绩也有所下滑。前不久,杭州张小泉集团有限公司刚刚变更法定代表人,由原法定代表人张樟生的侄子张新程接任。

现代快报/现代+记者 刘赞 综合经济参考网、澎湃新闻、中国新闻网



9月4日,张小泉股价有明显波动



张小泉刀具 网购平台截图

张小泉及多名高管又被被执行人,两个月前才变更法定代表人

杭州张小泉集团有限公司成立于2001年1月,法定代表人为张樟生,注册资本约1681.73万元人民币,由杭州富泉投资有限公司、杭州张小泉集团有限公司工会共同持股。富春控股集团有限公司成立于1993年8月,法定代表人为张国标,注册资本8.43亿元人民币,由张国标、张樟生共同持股,其中张国标持股比例80%。

据中国执行信息公开网信息,2024年5月8日,因网营物联杨凌公司未及时偿付本息,富春控股集团有限公司、网营物联控股集团、网营物联杨凌公司、张国标、张樟生等各方,被陕西省咸阳市中级人民法院列为被执行人,执行标的金额约2.98亿元;同时,张国标、张樟生等人被出具《限制消费令》。

5月10日,张小泉股份有限公司发布公告,对公司实控人张国标、实控人兼董事长张樟生被“限

高”的原因作出解释。该公告称,如实控人不能妥善解决债务纠纷、资信情况进一步恶化或引发其他诉讼,将可能导致张小泉集团持有的公司股票被强制执行或冻结,公司届时可能面临控制权不稳定或变更的风险。

同时,如债务人在与债权人沟通协调后仍未能及时清偿,张樟生作为连带责任担保人之一,存在不符合《公司法》第146条规定的董事任职资格的情形。公司将于2024年5月20日召开股东大会进行换届选举,出于审慎考虑张樟生未被提名为下一届董事候选人,换届后其将不再担任公司董事职务。

6月19日,杭州张小泉集团有限公司正式进行法定代表人变更,张樟生卸任法定代表人、董事长,由其侄子张新程接任,同时公司多位主要人员发生变更。

9月4日,天眼查法律诉讼信息显示,杭州张小泉集团有限公司、富春控股集团有限公司、张国标、张樟生、王国利、沈燕新增一条被执行人信息,执行标的1.89亿余元,执行法院为浙江省杭州市中级人民法院。

当天,九方智投显示,张小泉股价下跌4.33%,换手率为3.50%。过去5个交易日,张小泉下跌8.37%,换手率9.01%,主力成交额0.00,占总成交额的11.30%,主力轻度控盘。从资金方面看,当日主力净流入-527.2万元,主力占比0.3%;近5日主力净流入-709.71万元,主力占比0.4%。

曾多次因“拍蒜断刀”事件引发风波,业绩下滑

作为国内传统刀具品牌,张小泉品牌已有近400年历史,此前因“断刀事件”多次引发争议。

2022年7月,广州一名消费者使用张小泉菜刀拍蒜时刀面直接断成两截,客服对此回应称“不建议拍蒜”。事件曝光后短短几天时间,这家中华老字号被推上舆论的风口浪尖。然而半年后,张小泉菜刀再次陷入拍蒜断裂风波。2023年2月20日,江苏徐州男子发视频吐槽张小泉菜刀拍了一下蒜就断成两截。张小泉厂家回应称,视频中男子使用的这款刀硬度比较高,而刀具硬

度越大就越脆越容易断,后面会提高产品质量。

尽管张小泉对两次“断刀”事件都在第一时间作出回应,但很多消费者并不买账,认为“中国人做菜哪有拍蒜的,拍蒜刀就断了,质量也太差了。”也有网友质疑,“成本都花在推广营销上了”“不只质量问题,还有安全问题吧”。

拍蒜断刀事件带来的舆论给张小泉的业绩带来一定影响。2022年,张小泉的营业总收入微增8.75%,归母净利润下滑了47.3%。2023年,张小泉实现营业收入约8.11亿元,同比下降1.82%;归属于上市公司股东的净利润约2511.83万元,同比下降39.48%。2024年第一季度,张小泉实现营业收入约2.13亿元,同比增长11.38%;归属于上市公司股东的净利润约766.22万元,同比下降9.58%。现代快报记者在张小泉微信公众号上搜索发现,目前张小泉在南京仅一家门店,全江苏共四家。

产品的声誉受损,业绩下滑,百年老字号张小泉今后将如何化解难题?还有待商榷。

精细化养育、宠物预防医疗……

“毛孩子”太受宠,火了“它经济”

“执子之爪,‘厮守’到老”“猫狗双全,快乐无边”……从互联网上一些人宠情深的诙谐表述,可以察觉当前宠物消费市场的火热态势。记者近日在采访中发现,伴随宠物消费潜力进一步释放,宠物经济异军突起,宠物预防医疗升温、精细化养宠走俏等新趋势展露生机。

宠物背后藏商机

精挑细选狗粮品牌、定制专属零食和玩具、定期到店洗澡、偶尔“美容”和设计“妆造”——23岁的沈婧对待自己的金毛犬就像对待孩子一样。“每月在它身上花费1500元左右,大部分花在狗粮、零食、玩具上,还有一些医疗保健支出。我养活它,它治愈我。”

这是宠物消费行为的真实写照。当前,宠物经济崛起,淘宝数据显示,今年“618”期间,猫狗烘焙粮成交额同比增长超100%,猫宠雨衣同比增长166%,猫狗发饰同比增长214%。

在江苏淮安市的江苏威鸿宠物用品有限公司生产车间,工人们正鼓足干劲忙生产,一批狗咬胶产品经烘烤、包装后下线。公司总经理胡子梦表示:“我们的宠物零食每年保持10%以上的增长率,开拓市场的信心更足了。”

一些企业瞄准“互联网+宠物经济”发展机遇,构建宠物用品国际化销售版图。针织毛衣、棉服外套、护理服……在苏州市相城区的苏州破浪电子商务有限公司展示厅内,宠物服饰琳琅满目。公司总经理杨林说,企业拥有自主国际品牌及专利40多项,近3年复合增长率达40%。

养宠人群逐渐壮大,一些过去禁止宠物入内的商场、酒店、餐厅也开始转变规则。

上海白领赵聪妍假期里常带着自己的宠物狗到苏州高新区通安镇树山村的花间堂酒店休闲。“酒店预留了宠物度假空间,还匹配了严格的宠物清洁服务体系。”她说,这让养宠人群可以没有顾虑地享受假期。

精细化养育风渐起

如今,养宠人士对于宠物的情感需求逐步提高,养宠标准持续提升,精细化养育渐成宠物消费新趋势。

在外企工作的陈晨无论再忙,每天都要为自己的猫咪梳毛。她说:“猫咪毛发新陈代谢快,梳毛可以减少毛发打结。”

南京白领徐凌推崇“婴儿式养育”,她认为,有“毛孩子”的家庭,即便是选香薰这样的小物件都要格外注意,“要选那些使用天然成分制造的产品,避免给宠物带来刺激。”

记者采访发现,除宠物日常食品、用品外,宠物保健品、智能养宠设备等产品愈发受到消费者欢迎。今年“618”期间,淘宝平台上宠物智能烘干箱成交额同比增长408%,宠物智能除味器成交额同比增长335%。

宠物预防医疗迎新机

自两年前起,徐凌开始关注自家狗狗的长期健康预防问题,比如关节健康、牙齿卫生等。“越来越多的宠物主逐渐注重为‘毛孩子’采取一些预防性医疗措施,比如营养搭配、体重控制等。”她说。

随着宠物全生命周期健康呵护需求的提升,宠物预防医疗成为行业重点关注领域。

英国Vet Dynamics有限公司总监鲁宾逊在近日由中国兽医协会等机构联合举办的第七届皇家兽医大会上表示,要拥抱预防医学的无限潜力,兽医和医院管理者需要转变观念,从以治疗疾病为主转向预防疾病发生。

多名兽医师表示,目前仍有相当部分宠物主认为,在宠物医院就诊时没有获得足够的专业信息,极少或偶尔得到来自专业兽医师的营养建议,宠物预防保健及健康营养的落地有待提速。

“宠物医疗作为宠物日常生活的刚需消费品类之一,机遇与挑战并存,要多方携手推动宠物诊疗从治疗为主转向预防为主、防治结合,加强宠物医疗人才赋能,提升人才培养质量。”中国兽医协会常务副会长兼秘书长辛盛鹏说。 据新华社



视觉中国供图