



# 508 件无形资产被拍卖,钟薛高的最后挣扎?

孔文雯

5月7日,钟薛高食品(上海)有限公司(以下简称“钟薛高”)名下508件无形资产被打包拍卖,207万元起拍,经过超600次出价,以2110万元成交。竞拍公告显示,被拍卖商标包含“钟薛高”“钟薛低”“钟薛高的糕”“半巧主义”等。

508件无形资产,207万元起拍的定价,与钟薛高巅峰时10亿元营收相比,其残存的品牌价值不可谓不冰冷,但很真实。业内分析人士指出,一个品牌价值的高低,从来不是商标证书的数量,当一个品牌失去消费者的信任,再多的证书也不如品质背书。

## 2110万元的成交价

5月7日下午两点,京东资产交易平台,经过621次拍卖延时,钟薛高名下508件无形资产迎来最终归属,成交价2110万元,比207万元的起拍价高出不少。

此次拍卖钟薛高无形资产的管理人,由上海市第三中级人民法院(以下简称“上海三中院”)依法指定上海市光大律师事务所的10人组成。钟薛高被整体打包拍卖的508件无形资产,包含了492项注册商标、8项授权专利以及8

项著作权。其中,实用新型专利2项、外观设计专利6项、作品著作权7项和软件著作权1项。

司法拍卖信息显示,这是钟薛高为数不多可以拿出手的资产。根据上海三中院在去年8月公布的《民事裁定书》,上海市杨浦区人民法院(以下简称“杨浦法院”)在执行,发现被执行人钟薛高不能清偿到期债务,并且资产不足以清偿全部债务。经申请执行人上海臻料贸易有限公司申请,杨浦法院中止执行,将被执行人为钟薛高的案件移送上海三中院进行破产立案审查。此前2024年12月,钟薛高的设备曾被两次拍卖,均以流拍收场。2026年1月14日,上海三中院公告,提及裁定确认钟薛高无争议债权金额合计约1.5亿元,宣告破产。

## “雪糕界爱马仕”的折戟

从“雪糕界爱马仕”到破产清算,钟薛高只用了四年。

2018年,凭借标志性的瓦片造型和高端定位,钟薛高横空出世。2021年,钟薛高销售额突破10亿元,被誉为“雪糕界爱马仕”。同年,钟薛高完成2亿元由元生资本领投,H Capital、万物资本跟投的A轮融资,成为高端网红品牌的样

本,一时间,钟薛高及其创始人林盛站在了聚光灯下。由于雪糕价格偏高,钟薛高曾一度被称为“雪糕刺客”。对此,林盛曾在公开场合回应,钟薛高较贵的雪糕卖到66元一支,成本接近40元。

2022年夏天,由于雪糕成分引发争议,钟薛高陷入舆论危机。针对“雪糕火烧不化”事件,林盛在2025年9月1日的直播视频中曾回应称,“这根雪糕里面有40%甚至50%是干物质的时候,和一根雪糕95%都是水的时候,烧出来的样子是不一样的,干物质其实就是真材实料。”视频显示,林盛标出干物质为牛奶、稀奶油、全脂奶粉、冰蛋黄、干酪等。

林盛屡次出面回应,但钟薛高的经营却愈发艰难。2023年,钟薛高现金流出现紧张,同年顺势推出子品牌“Sa'Saa”,主打3.5元低价雪糕,市场反响却很冷淡。其与伊利巧乐兹、蒙牛绿色心情等传统品牌相比,在原料、渠道、成本上不占优势,进一步加剧了经营压力。

钟薛高并非没有进行挽救,2024年5月28日,钟薛高创始人林盛曾直播卖红薯还债,但直播最终未能挽救钟薛高的困境。截至目前,钟薛高及其法定代表人林盛名下有27条限制消费令,涉案总金额超过3488万元;被执行人信息有3条,被

执行总金额超过155万元;历史被执行人信息有40条,被执行总金额超过7245万元。此外,还有9条股权冻结信息。

2025年7月16日,上海三中院披露,因钟薛高不能清偿到期债务,并且资产不足以清偿全部债务,经债权人申请,法院中止执行,对钟薛高进行破产立案审查。彼时,钟薛高账面资产约1.86亿元,审计债务7.82亿元,资金缺口接近6个亿,负债率达到420%。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,“钟薛高的结局在其横空出世时早已注定。钟薛高以高流量为运营模式,这类网红产品不可能有可持续发展的核心竞争力。可以看到,钟薛高的打法就是网红模式,当产品价格和品质不对等时,泡沫破灭就是价格虚高的必然结果。”

## 营销溢价与品牌价值的错位

从10亿元营收巅峰到2110万元资产拍卖,钟薛高的结局背后,一方面是网红模式的系统性崩塌,另一方面诠释了坚持长期主义的必要性。

北京市社科院副研究员王鹏认为,钟薛高的无形资产拍卖有巨大溢价,本质上是对其“国民级品牌记忆”与“现成行业准入权”的最后一次估值确认,而



资料图片

其跌落神坛则是“营销溢价”与“品牌价值”错位的必然结局。

王鹏表示,打包拍卖的数百项商标与专利,构成了完整的知识产权闭环。竞拍者获得的不仅是商标所有权,更是防止竞品低价分流、保护市场份额的排他性权利。“即使口碑跌至谷底,其独特的视觉符号与高端定位的品牌印记依然存在。这种知名度对后来者而言,是省去了漫长品牌建设周期的心智锚点。”

北京京师(成都)律师事务所律师

刘诚冬也认为,虽负面缠身,但“钟薛高”仍为高搜索量关键词,自带流量,新品牌可借势快速出圈。在渠道与供应链板块,经销商、商超、冷链渠道仍有合作体系,重启成本低于从零起步。

刘诚冬进一步表示,“品牌价值不等于商标销售数量,不能仅靠炒作,要坚持长期主义、品质与信任。钟薛高坐拥492项商标,因品质失控、信任崩塌,网红模式不可持续,靠噱头与炒作快速起量,终会被消费者理性抛弃。”

# 西部牧业3年累亏2.3亿元

5月8日,西部牧业在网上召开2025年度业绩说明会。

财报显示,公司2025年实现营业总收入9.25亿元,同比下降1.44%;归母净利润亏损5066.88万元,上年同期亏损1.19亿元;扣非净利润亏损8367.7万元,上年同期亏损1.61亿元。

西部牧业主要经营业务为乳制品加工与销售、饲料生产与销售、自产鲜乳生

产与销售、外购生鲜乳收购与销售等,是新疆地区集奶牛集约化养殖、种畜繁育、优质生鲜乳供应于一体的畜牧业产业化龙头企业。公司于2010年8月登陆深交所。

近年来,西部牧业收入承压并陷入亏损泥潭,2023年、2024年营收连续两年同比下滑,归母净利润分别亏损6424.57万元、1.19亿元。至此,公司已连续3年亏损,累计亏损额超2.3亿元。

业绩说明会上,有投资者提问,去年公司亏损收窄但仍亏损,核心减亏因素是什么?2026年能否扭亏?

西部牧业称,公司2025年调整了部分营销政策,增加疆内经销商,提高了部分产品的毛利率;公司将继续打造核心品牌,提升品牌竞争力;加大设备更新改造,提高生产效率;公司创新经营模式,注入管理新动能。

有投资者对生鲜乳向关联方采购占比超30%的定价公允性及业务依赖性提出疑问,西部牧业回应称,公司生产乳制品所需的生鲜乳,主要从公司参股牧场及长期合作的奶源供应商处采购。其中,向关联方天山山下下属的双顺牧业及天山广和下属子公司采购的生鲜乳,均按市场公允价格结算。

还有投资者关心,饲料收入同比例

27.76%,是否持续下滑?2026年止损或转型计划?西部牧业表示,报告期内,本地区奶牛养殖企业优化调整牛群结构,适度淘汰老龄和低产奶牛,减少精饲料采购,导致公司饲料销售收入下降。2026年计划生产饲料4.8万吨。

当被问及牛羊肉加工、种畜业务目前盈利状况时,西部牧业称,公司主要是以乳制品加工与销售为主,饲料加工

与销售为辅。2026年计划生产乳制品14.26万吨;计划生产饲料4.8万吨。

对于存货与应收账款减值计提增加的问题,公司说明,报告期内基于谨慎性原则,依据会计准则并参考评估报告,对部分资产计提了相应减值。

此外,公司还表示,目前生产的所有乳制品均在国内市场销售,暂无婴幼儿配方奶粉出口业务。(据《深圳商报》)

## 包装巨头财报晴雨表:

# 奥瑞金遥遥领先 新巨丰纷美并购问题多



图片来源:奥瑞金官网截图

截至4月29日,九大包装上市公司的2025年度成绩单悉数出炉,有人欢喜有人愁。按营收规模排名,奥瑞金、裕同科技、合兴包装分列前三,新巨丰、嘉美包装、纷美包装三家垫底;按净利润排名,裕同科技、紫江企业、奥瑞金分列前三,嘉美包装、纷美包装、新巨丰三家依然垫底。按营收增速来看,九大上市公司中有四家下滑,按净利润增速来看,也有四家下滑。其中,新巨丰和新巨丰增收不增利,嘉美包装和纷美包装营收和净利润双降。

这一年,包装行业产生了微妙变化。金属包装龙头奥瑞金凭借收购中粮包装收入“膨胀”近一倍,并表效应持续释放,将宝钢包装、昇兴股份和嘉美包装狠狠甩在身后;纸包装两巨头“攻守易势”,裕同科技营收规模约为合兴包装的1.7倍,净利润约为15.46倍,盈利能力显著领先;无菌包装同样热闹,新巨丰并购了纷美包装,但在国际业务整合上存在不确定性,收购与反收购戏码仍在上演。

## 金属包装的一超多强

2025年,包装行业营收格局被

一起重大并购彻底重塑,奥瑞金收购中粮包装后,披露的这份完整年报让部分人十分眼红。

“过去的2025年,奥瑞金经历了很多‘不平凡’与‘不简单’,我们会牢牢记住。”2025年年度报告起,奥瑞金董事长周云杰以两页寄语开头,激情满怀地回顾了过去一年经历的大小事。其中最重要的一件是,奥瑞金以60.6亿港元(约合55.2亿元人民币)的代价,完成对中粮包装的要约收购并实现对其私有化。

回到财报,原中粮包装于2025年1月纳入合并报表范围,奥瑞金得以240.20亿元营收登顶2025年包装行业,同比激增75.68%,其增长几乎全部源于对中粮包装的并表。该交易也使奥瑞金的金属包装产能跃居国内第一。

顺利“收粮”背后,奥瑞金也有烦恼。2025年,奥瑞金的扣非净利润同比下降33.89%,其还提示“公司最近三个会计年度扣除非经常性损益前后净利润孰低者均为负值,且最近一年审计报告显示公司持续经营能力存在不确定性”。同时,2025年,奥瑞金资产负债率为65.84%,高于去年同期的48.29%。

从盈利能力看,2025年其包装产品及服务的毛利率为14.01%,同比下降4.12%。

同期,金属包装龙头宝钢包装、昇兴股份和嘉美包装却“悲喜不相通”。宝钢包装的营收和净利润双增,实现营收约87.79亿元,同比增长5.54%;实现归母净利润约1.88亿元,同比增长8.89%。昇兴股份增收但不增利,实现营收约71.74亿元,同比微增0.61%;实现归母净利润约3.07亿元,同比下降27.44%。嘉美包装营收和净利润双降,实现营收约28.15亿元,同比下降12.03%;实现归母净利润8660.02万元,同比下降52.75%。

知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受记者采访时表示,“金属包装行业呈现‘一超多强’格局,奥瑞金凭规模与成本优势巩固龙头地位,宝钢包装、昇兴股份和嘉美包装则面临盈利与整合压力。格局重塑加速行业集中,中小企业生存空间收缩,龙头议价能力提升,行业从价格战转向效率与技术竞争,推动产能优化与利润修复。”

## 裕同、合兴、紫江各有烦恼

有烦恼的不止奥瑞金,还有纸包装行业巨头裕同科技、合兴包装和紫江企业。

按照2025年营收来看,裕同科技和合兴包装分别以172.38亿元和101.94亿元分列包装行业二、三位,分别同比微增0.47%和下降11.13%,显示传统纸包装业务已进入成熟期,企业受瓦楞纸箱行业需求疲软与电商物流包装标准化冲击的影响较大。报告期内,裕同科技的增长动能从外延扩张转向内生提效,其精制精品包装贡献

71.76%的收入,海外收入占比达35.57%,通过印尼、沙特设厂实现区域深耕;合兴包装的收入结构进一步集中,瓦楞包装占比达89.98%,但毛利率仅为11.44%,同比下降0.66%。

从净利润来看,去年裕同科技和合兴包装分别净赚15.92亿元和1.03亿元,前者约为后者的15.46倍。裕同科技深度绑定苹果、小米、华为等高端消费电子品牌,产品溢价和成本控制能力较强,2025年纸制品包装毛利率提升1.03个百分点。

紫江企业在2024年营收达到106.4亿元顶峰后,2025年下降9.71%至96.04亿元,主要是商业和房地产业务收入大幅下降。相比之下,其净利润表现亮眼,报告期内实现归母净利润约10.37亿元,同比增长28.25%,主要原因是包装业务利润的增长和转让持有的紫江新材27.89%股权获得的收益较多。

詹军豪认为,“纸包装赛道存量竞争加剧,传统瓦楞及物流包装需求疲软,标准化产品挤压利润空间。龙头企业破局可走高端化、差异化路线,深耕食品、美妆、医药高附加值包装。布局环保降解新材料,同时依托数字化降本增效,跨界一体化服务客户,摆脱单纯代工内卷。”

## 新巨丰与纷美并购“后遗症”

2025年,无菌包装龙头的收购大戏告一段落,新巨丰完成对纷美包装的股份收购,但控制权整合仍面临挑战。

并表纷美包装后,新巨丰的营收同比增长71.61%至29.28亿元,净利润却暴跌76.23%至4369.56

万元,主要受并购贷款利息激增、中介费用增加及毛利率同比下滑影响。报告期内,新巨丰的销售费用、管理费用、财务费用和研发费用分别同比增长59.8%、87.96%、247.5%和200.7%。同期,受行业竞争加剧、原材料成本波动、人工成本上升等因素影响,新巨丰毛利率同比下滑4.39个百分点。

被新巨丰收购后,纷美包装的独立运营能力丧失,品牌与渠道协同未达预期,营收同比下降17.1%至18.57亿元,归母净利润同比骤降80.48%至5274.8万元。公司年报解释称,业绩下滑的主要原因包括:国际业务投资的会计处理变更导致利润份额下降,以及因无法获取充分财务资料而未确认相关金融资产的公允价值收益。

与此同时,新巨丰与纷美包装的摩擦并未停止。此前的股东大会上,新巨丰两次提名董事进入纷美董事会的提议均遭否决,新巨丰明确拒于经营管理层之外。2024年1月,纷美包装将最赚钱的国际业务重组,剥离至新基金,并将这部分资产的权益摊薄至49%。在新巨丰披露的2025年年度报告中,依然未取得纷美包装国际业务的相关财务资料,因此该部分业务暂未并表。

詹军豪表示,“新巨丰并购纷美包装属于典型的规模扩张式收购,整合效果严重不及预期。并表虽拉动新巨丰营收大幅增长,但并购成本、管理内耗直接重创净利润。纷美包装失去独立经营活力,渠道与品牌价值被稀释,营收利润大幅下滑,此次并购不仅未形成协同增益,反而陷入互相拖累的经营困境。”

(据《北京商报》)

## 公司新闻

### 现代牧业收购中国圣牧 获反垄断批准

5月7日晚,现代牧业与中国圣牧联合公布,有关现代牧业提出可能强制有条件现金要约以收购中国圣牧全部股份,其中一项先决条件已完成。现代牧业就收购协议及要约拟进行交易取得国家市场监督管理总局的反垄断批准。收购协议预期将于5月22日或之前完成。

(智通财经)

### 达能计划关闭美国一家工厂

达能计划于8月4日关闭位于新泽西州的一家植物奶工厂,其主要负责生产Silk和So Delicious Dairy Free饮品,这将影响约114名员工。此前,首席财务官Juergen Esser表示,达能2025年在北美地区的植物基业务表现不佳。去年,植物基牛奶在美国销售额达27亿美元,占零售牛奶总销售额的13%,同比下降2%。其中豆奶的美元销售额增长4%,椰奶增长27%,酸奶、咖啡奶精和即饮饮料等品类也实现增长。

(小食代)

### 均瑶健康 多位股东已累计减持0.03%股份

5月6日,均瑶健康发布公告称,公司部分董事、高级管理人员集中竞价减持计划实施结果披露,截至2026年5月5日,董事兼副总经理罗喜悦已减持78600股,占公司总股本的0.013%;财务负责人崔鹏已减持32400股,占公司总股本的0.005%;董事会秘书郭沁已减持82500股,占公司总股本的0.014%;董事朱晓明、副总经理向卫兵未减持。上述三位股东合计减持193500股,占公司总股本的0.03%(四舍五入保留两位小数)。

(孔文雯)