

被供应商追债 分公司成被执行人

家乐福“塌方式”危机从何而来？

前有好丽友、哈尔滨华祥商贸、尤妮佳生活用品、国内某上市知名粮油品牌追债、切断家乐福供应链，后有北京家乐福、沈阳家乐福等被列入被执行人，家乐福陷入“塌方式”危机。

2月16日，记者在家乐福北京九棵树店注意到，店内商品大面积缺货、购物卡受限问题仍未解决，二层购物区域已清场，工作人员解释称该楼层将出租给商户。2月17日，记者从国家企业信用信息公示系统了解到，家乐福（中国）管理咨询服务有限公司、家乐福（中国）超市投资有限公司董事长、总经理已经由张奎变更为陈杰。

被供应商追债、多家分公司成被执行人

今年1月，家乐福购物卡消费受限、家乐福供应链公司拖欠供应商货款接连将家乐福推上风口浪尖。1月10日，好丽友食品有限公司与家乐福（上海）供应链管理有限公司相关仲裁程序中的财产保全迎来裁定结果，上海市普陀区人民法院裁定冻结家乐福供应链公司银行存款2274万元，不足之数查封、扣押其相应价值的财产。据好丽友方面透露，由于家乐福拖欠好丽友货款，经法院裁定，对家乐福进行保全执行。

一位为家乐福供货的国内经销商告诉记者，其已与家乐福合作了14年，主要为家乐福提供一些品牌的食品，与家乐福交接的模式为“入场费+账期+陈列费”，账期时间一般为60天左右。从2021年开始，家乐福支付尾款的时间出现拖延，2022年10月家乐福开始拖欠货款。“从追讨欠款开始，家乐福陆续还款，目前仍有不到三分之一的欠款未结，不知道什么时候能还款。”

记者从中国裁判文书网了解到，2022年至2023年，哈尔滨华祥商贸有限公司、浙江天竹工贸有限公司、沈阳奉兴制盐有限公司等数十家企业与家乐福供应链之间出现货款纠纷，其中大部分为中小微企业。作为被告的家乐福供应链被要求支付货物欠款，金额在70万元至300多万元不等，另有多家企业要求冻结家乐福供应链银行存款。

据天眼查数据统计，在近5年的家乐福供应链相关案件诉讼中，2022年案件占比最大，家乐福作为被告的身份占比为97.7%，涉及买卖合同纠纷的案件20个，占比44.4%。

除了接连收到供应商追债之外，近期家乐福后院也频繁“失火”。记者从天眼查了解到，家乐福在国内的多家分公司成为被执行人。其中，北京家乐福商业有限公司于2月3日首次被北京市第二中级人民法院列为被执行人，执行标的11.1584万元；沈阳家乐福商业有限公司于2月9日首次被沈阳高新技术产业开发区人民法院列为被执行人，执行标的18万元。

有分析认为，一开始家乐福卖场出现购物卡受限、商品大面积缺货的原因在于家乐福供应商的断货，而断货的根本原因在于家乐福拖欠供应商的货款，恶性循环最终导致家乐福出现经营“塌方式”危机。

首都经济贸易大学教授陈立平在接受记者采访时表示，导致供应商追债的根本原因在于家乐福未将去除入场费用的供应货款及时交给供应商，这部分货款有可能被“挪用”。家乐福过去与供应商交接模式是“入场费+账期”，供应商的产品在卖场销售后，家乐福会扣去供应商的入场费将剩余货款在账期（60至80天）内归还给供应商，如果家乐福在账期内将钱款用来理财、战略布局，或者这部分钱款被其他方面“挪用”，无法及时交还给供应商，则将导致双方违约，最终出现供应商集体断货、走法律程序的结果。

“家乐福模式”的困境

1995年，家乐福进入中国内地市场。陈立平指出，家乐福在国内属于轻资产投资，即以低成本进入中国市场。“家乐福首先收取国内规模供应商的入场费、陈列费、端架费等费用；其次供应商产品在卖场销售后的货款将先存入家乐福，由家乐福保管至一定的账期，在扣除成本和各种费用后归还供应商；最后家乐福在国内不建立配送中心，直接通过供应商送货，省去了配送费用。这样下来其实是供应商在承担卖场的成本和费用。”陈立平认为这些轻资产举措对家乐福后续的发展也产生了隐患。而家乐福的轻资产模式在后续很长一段时间也得到了物美、永辉、步步高、人人乐等多数传统大卖场的效仿。随着经济发展、市场环境的变化，这些大卖场品牌都遇到了卖场转型的大考。

实际上，承压的供应商会将卖场的成本分摊在各个产品中，而这也给了网络电商抢占零售市场的机会。随着网络电商的发展，卖场的产品在价格上不如电商具有优势。和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏在接受新京报记者采访时也提到大卖场产品价格问题，他认为家乐福的“颓势”并非个别商超面临的问题，而是国内整个大卖场行业面临的共性问题。随着电商的崛起，大卖场一站式购齐、产品零售价格等核心价值优势不再明显，因此经营面临困境。

据记者了解，物美、永辉、步步高、人人乐等传统大卖场近几年均出现业绩亏损。步步高披露的2022年业绩预告显示，预计2022年实现归属净利润亏损13亿-19.5亿元，上年同期亏损1.84亿元。永辉超市发布2022年年度业绩预告显示，预计2022年归属于上市公司股东的净利润亏损27.4亿元，与上年同期相比减亏12亿元。

“供应商集体维权已导致家乐福形象的崩盘，同时也引发了消费者对于品牌的信任危机，这对家乐福未来发展并不乐观。”陈立平认为，业内也在观望家乐福未来动向，这将对其他卖场品牌带来思考和借鉴。

据新京报



一家乐福门店（资料图片）