

听花酒的神奇故事越编越离谱 “故事大王”张雪峰 将自己埋在春天里



被央视3·15曝光的听花酒体验店



张雪峰

被央视“3·15”晚会点名、产品下架、上交所发函……一夜之间，听花酒“凉”了，其创始人张雪峰也崩塌了。从成都走向青海、西藏，从冬虫夏草到凉露酒再到听花酒，1969年出生的张雪峰一直走在讲故事的路上。2015年青海春天借壳上市，让张雪峰圆资本梦。

最高58600元一瓶，听花酒违规营销牵出了张雪峰，投资者也将矛头指向青海春天。过亿元的销售费用、连年亏损的业绩、0次分红，这是青海春天给超5万户投资者交上的“成绩单”。不过，接受市场、投资者“审判”的不该只有张雪峰，还有其背后的资本。

——多次跨界“讲故事”——

“负责青海春天主要产品的总体设计和销售网络的建立及推广。”这是青海春天给张雪峰的定位介绍。

3月15日晚间，在央视“3·15”晚会上，青海春天旗下听花酒被点名，提升免疫力、改善睡眠、保障男性功能、调节生理紊乱、抗衰老，这是听花酒对外宣称的功效。听花酒被点名后，产品下架、监管发函、市场监管局调查、公司回应，一系列连锁反应发生的同时，创始人张雪峰及其过度营销也被重新拉回大众视野。

公开资料显示，张雪峰，工商管理硕士，其最初创办的企业均在四川省成都市，曾任四川省华兴公司经理、四川中达实业有限公司总经理、四川中咨投资管理股份有限公司总裁、四川九峰实业发展有限公司董事长等职位。

对于张雪峰而言，2000年是其人生的一个转折点，他开始将目光转向医药行业。当年，青海唐古拉药业有限公司成立，张雪峰曾任董事长。之后，塞隆生物（青海春天的前身）于2003年4月3日在青海省工商局注册成立，张雪峰正式扎根青海。

在医药行业摸爬滚打10多年后，张雪峰将目光锁定在了冬虫夏草上，由于西藏是冬虫夏草等青藏高原特色资源的主产区，拥有较多优势资源，张雪峰2013年在西藏参与设立了西藏荣恩。

经过一系列的股权变动，西藏荣恩成为青海春天的控股股东，青海春天也成为了经营冬虫夏草的业务主体。自此，讲故事开始成为张雪峰的“主业”。

凭借“含着吃的冬虫夏草”广告语，青海春天冬虫夏草纯粉片“极草”成为家喻户晓的“神草”。不过，2016年，监管发文停止冬虫夏草用于保健食品试点工作，青海春天的“极草”神话破灭，这也让讲故事的张雪峰遭受了致命一击。

打造“神草”失败后，张雪峰的下一个故事盯上了白酒。实际上，张雪峰最初的白酒故事主角并非听花酒。在听花酒之前，张雪峰曾大力营销“吃辣专用酒——凉露酒”。据介绍，凉露酒是首款专为吃辣而研发定制的新型酒，该营销当时就备受市场争议。

而让张雪峰真正被冠上营销“鬼才”称号的还是听花酒，一边讲着“太上老君托梦”的创业故事，一边聘请两位诺贝尔奖得主出任联席首席科学家，“听花”系列产品精品装卖到了58600元/瓶，天价听花酒出圈。

但过度营销、越过底线故事显然不会长存。伴随着听花酒被央视“3·15”晚会点名，也更加证实了这句话。

——“巧妙”借壳上市——

2015年，张雪峰的故事也从市场讲到了A股。

2015年，A股上市公司贤成矿业披露了重组方案，青海春天要借壳上市，公司将原有业务出售的同时，发行股份购买青海春天资产。由此，上市公司控股股东由青海国投变更为西藏荣恩，实控人也发生变更，上市公司正式更名为“青海春天”。

借壳上市后，青海春天的股价出现一波拉升，在当年曾达到过50.09元/股的高点。中国国际科技促进会科技产业投资分会副会长兼战略投资智库执行主任布娜新表示，在A股市场上，新故事、热点概念都会让公司股价迎来一波上涨，但这种上涨很难持续，投资者要仔细甄别。

从董事会来看，主持青海春天工作的是张雪峰，他担任上市公司董事长、总经理，却并非公司的实控人。

正所谓每一个讲故事的人背后都有资本的支持，张雪峰也不例外。而张雪峰的资本伙伴则要从西藏荣恩的设立讲起。

2013年，青海春天控股股东西藏荣恩设立时，还有肖庆元、金鲁萍的参与，其中金鲁萍是张雪峰的母亲，而肖庆元则是金鲁萍、张雪峰母子的合作伙伴。之后，肖庆元退出了西藏荣恩，其女肖融接手。

资料显示，肖融1970年出生，比张雪峰小一岁，从身份证信息来看，她也是成都人。

在青海春天借壳之前，控股股东西藏荣恩也经历了股权变动，其中张雪峰母亲金鲁萍退出，张雪峰也让出了控制权，肖融“上任”，肖融、张雪峰分别持有西藏荣恩60%、40%的股权。

截至去年前三季度末，西藏荣恩、肖融、卢义萍分别是青海春天前三大股东，持股比例分别为32.13%、9.67%、0.96%，其中卢义萍与肖融系表姐妹关系。虽然是青海春天的实控人，但肖融目前只在上市公司担任董事一职。

值得一提的是，张雪峰的母亲金鲁萍目前虽未参与青海春天的经营，但也未退休，创办经营了广州华人爱燕窝有限公司，持有该公司95%的股份，旗下产品是华人爱燕窝饮。

——营销上亿从未分红——

在讲故事这条路上，张雪峰着实花了不少钱。

从冬虫夏草到白酒，张雪峰的故事伴随着青海春天的跨界。2018年收购听花酒业100%股权后，青海春天开始花费大额资金用于白酒推广，而酒类业务也为公司贡献了6成左右的营收。

数据显示，2018年，青海春天销售费用达9290.79万元，同比大增792.9%。2022年，青海春天销售费用突破亿元，当年销售费用约为1.23亿元。青海春天也坦言主要是酒水快消品板块市场推广费增加所致。

值得一提的是，2022年，青海春天实现营业收入约1.6亿元，经计算，公司当年销售费用率为76.88%，这也意味着公司拿出了当年近8成营收用于白酒的市场推广。

大额的销售费用以及对外投资亏损等原因，使得青海春天的业绩也接连亏损。2020~2022年，青海春天实现营业收入分别约为1.24亿元、1.28亿元、1.6亿元；对应实现归属净利润分别约为-3.2亿元、-2.49亿元、-2.88亿元。

2023年，青海春天的销售费用仍在继续走高，根据公司披露的当年三季报，公司2023年前三季度销售费用高达1.27亿元，公司当期实现营收1.61亿元，经计算，销售费用率达78.88%。

今年4月24日，青海春天将披露2023年年报，这也将成为公司连续第四年的亏损年报，公司预计全年实现归属净利润约为-2.87亿至-2.22亿元，预计实现扣非后归属净利润为-2.7亿至-2.05亿元。

与大额资金投入营销相反，青海春天自2015年借壳上市后，却从未给公司投资者进行过分红。

没有业绩，只有故事，青海春天的投资者也不“买账”。数据显示，近一年，青海春天股价已经“腰斩”，截至3月20日收盘，公司股价报5.84元/股，总市值为34.28亿元。

■相关

超5万户股东损失惨重 主营业务会否全面溃败

3月18日，听花酒遭央视“3·15”晚会曝光后的首个交易日，青海春天开盘“一字”跌停，报5.91元/股，市值仅34.7亿元。最近2个交易日，青海春天先涨后跌。

3月16日，青海春天发布公告称，公司收到《中国证券监督管理委员会监督检查通知书》。因公司涉嫌违反相关法律法规，根据《中华人民共和国证券法》的有关规定，决定对公司进行检查。检查组已进场开展工作。公司可能存在被有关部门处罚的风险。

此次遭央视点名，听花酒的品牌形象还能翻身吗？青海春天的主营业务会否全面溃败？

艾文智略首席投资官曹轶认为，非传统知名白酒品牌大多通过噱头营销来拉升自身品牌价值，听花酒就是一个典型。通过夸大功效，虚假宣传，疯狂营销，吸引眼球，造成了一定的影响力，央视“3·15”晚会的点名算是给这个品牌判了死刑并立即执行，不太可能翻盘了。

品牌定位专家与危机公关专家詹军豪表示，听花酒品牌在经历了央视的曝光和涉嫌违法违规的调查后，确实面临了巨大的舆论危机和品牌口碑的急速下降。虚假宣传和虚标高价等指控对品牌的声誉造成了严重损害。但听花酒并非没有翻盘的可能，关键在于品牌能否正视问题、积极应对、加强内部管理并创新营销策略。

Choice金融终端显示，截至2023年9月底，青海春天的股东户数为5.63万户。在各大媒体对于青海春天铺天盖地的报道下，公司股价跌势可能持续，其中小投资者无疑损失惨重。中小投资者是否可以要求上市公司赔偿？这背后是否又涉及信息披露违规呢？

对此，湖北德馨律师事务所刘陆峰律师认为，要等市场监管局行政处罚后，证监会确定虚假信息披露成立并处罚，才符合中小投资者索赔立案条件。

据北京商报、界面新闻等