

精铸至臻至强产品力 洋河正式开启“品质3.0模式”

为把白酒做到极致，洋河煞费苦心。在业内人士看来，用“慢功夫”致敬高质量，用“笨办法”让白酒重回本源，洋河的“品质革命”必将掀起全行业品质提升的热潮，惠及更多的消费者。

带来了前所未有的绵柔健康体验。在“蓝色风潮”席卷全国市场十几年后，洋河也步入发展的快车道，稳稳跻身行业前列，成为中国白酒品质创新的引领者。

“白酒行业的本质是面子消费，中国白酒是最能迎合消费升级的行业。”酒业评论员吕咸逊点评道。年轻一代成长于改革开放背景下，没有经历过物质匮乏时代，他们相比上一辈人更讲究健康、品位，更加注重生活质量；在喝酒这件事上，更是懂得“节制和自律”，偏好相对健康不伤身体的白酒。而主打“绵柔型白酒”的洋河，顺理成章成为年轻一代最喜爱的白酒品牌。

新时代的品质革命对“中国制造”提出了更高要求，没有最好，只有更好，产品既要在质量上有所突破，更要在品牌上站稳脚跟。2019年1月10日，在洋河股份年度工作大会上，王耀董事长提出企业要锲而不舍精铸“六大力量”，其中之一就是“精铸至臻至强的产品力”。

据悉，王耀已经在公开场合三次提到要将“品质革命”视为企业发展重中之重。洋河提出围绕两个“首位度”做文章，最重要的就是“绵柔品质革命首位度”，是要厚植绵柔品质创新、做强绵柔品质优势，提升洋河在整个白酒行业的领先能力。

据了解，洋河在新起点上的又一次自我革命主要表现在：从“不惜代价做出与众不同好产品”到“精铸至臻至强产品力”的递进；从绵柔概念已经全面普及的时代，品质要做更绵柔；在绵柔产品成大势所趋时，要把定位的发展目标和最终实现的方向定在最绵柔。

为把白酒做到极致煞费苦心

一个以消费者为核心的消费时代已经到来，各路酒企纷纷调整战略，以“俘获”更多的消费群体。在茅台主打“文化”、五粮液转型“数字化”的当下，洋河打响“品质革命”具有什么深意？

为把白酒做到极致，洋河煞费苦心。在业内人士看来，用“慢功夫”致敬高质量，用“笨办法”让白酒重回本源，洋河的“品质革命”必将掀起全行业品质提升的热潮，惠及更多的消费者。

在当下“不缺酒，缺好酒”的消费者主权时代，渠道与市场层面竞争已经成为行业竞争的主战场，而消费者思维的竞争显然具有前瞻

性，洋河麾下高端白酒品牌“梦之蓝”正是牢牢抓住“消费者思维”，使产品具有更强的消费属性，更容易在市场上“喝”起来。

据洋河股份技术中心副总经理赵国政介绍，当年在推出“蓝色经典”系列产品时，企业通过技术工艺创新，历经1000余次攻关、对近8000人次进行口感测试和编码尝评后，突破行业普遍应用的香型分类，在洋河大曲老品种基础上创造了“绵柔型白酒”新品类。

据了解，洋河所有产品上市前都设置了“三关”：第一关是“专家关”。由200多名评酒师进行专业鉴评；第二关是“员工关”。由万名员工进行饮后舒适度试验；第三关是“市场关”。由企业营销系统在全国各地的分公司、办事处及经销商，组织数万名消费意见领袖进行试喝，对饮前、饮中、饮后的反应进行客观评价。

此外，作为白酒的特有类型，“绵柔型白酒”在2008年被写入国家标准，洋河自此成为中国绵柔型白酒的标杆，开创了“酱香茅台、绵柔洋河”的白酒行业新格局。

2018年，“梦之蓝”实现销售同比增长50%以上，并先后摘得中国白酒“最佳质量奖”、“中国白酒酒体设计奖”等重量级桂冠，引领了一场深刻的“绵柔”品质变革。对此，业内专家认为：“洋河与其说是打赢了消费升级这场攻坚战，不如说是从品质上赢得了消费者。”

(若尘)



推动“中国制造”绵柔品质革命

3月5日，洋河股份专门举办“精铸至臻至强产品力”誓师大会，董事长王耀发出了2019年最强“动员令”：“绵柔品质是我们的天赋，也是我们的骄傲，让绵柔品质始终保持领先，总是引领潮流，是我们最美的姿态，也是我们三万苏酒人必达的使命。”

这掷地有声的话语被业界称为洋河的“品质3.0模式”，即：始终围绕“消费者”和“创新力”做文章。据悉，绵柔是洋河的“品质1.0模式”，绵柔健康是“品质2.0模式”。

洋河股份的第一次品质革命可以追溯到本世纪初，企业创新推出“以味定型”的绵柔型白酒，开启了中国白酒发展的一个新时代，引领着白酒品质发展的新方向，也为广大消费者



增嘉园酱香小米酒： 敲响荣耀行业的战鼓

增嘉园秉承“回归自然，追求健康，均衡营养，健康中国”的经营理念，致力于中国有机小米的种植、加工及小米酒的深加工，为世界提供有机小米，有营养的小米酒。致力于中国有机小米、小米酒第一品牌，为人类大健康作出了应有的贡献。

近日，笔者采访了内蒙古增嘉园有机农业有限公司董事长曾庆国。

曾庆国董事长告诉笔者，增嘉园酱香小米酒，产于中国酒都茅台镇，以内蒙古大草原增嘉园优质米、贵州赤水河为主要原料。好酒源于好原料，因此增嘉园酱香小米酒具有营养丰富，酱香突出，酒体醇厚，回味悠长、空杯留香持久的特点。

据了解，增嘉园小米产于内蒙古高原海拔800米以上的丘陵地带，由于日照时间充足，

昼夜温差大，靠天然雨水滋养，采取传统古伏羲种植习俗种植，用非转基因种子，不施化肥，不撒农药，无添加，富含蛋白质、维生素B2、烟酸、钙、铁，因此才有了如此醇厚的美酒。

的确，由于茅台镇赤水河水质优良，透明无味，富含多种矿物质，历来是十分理想的酒用水，赤水河也被誉为“中国白酒的母亲河”。

据曾庆国董事长介绍，增嘉园酱香小米酒采用独特的古法酿酒工艺，经过多次投料，蒸馏，发酵，取酒等诸多工序，在经过红陶罐长期窖藏后才最终呈现在世人眼前。每瓶酒蕴含80万粒小米精华，被誉为中国酱香白酒的典范。

增嘉园酱香小米酒自2017年投入市场以来，深受消费者的喜爱，产品远销华东、华南、华北、东北等市场。我相信，在曾庆国董事长及内蒙古增嘉园有机农业有限公司员工的群策群力同舟共济下，在视增嘉园酱香小米酒为荣耀为企业精神引领下，增嘉园酱香小米酒必会蒸蒸日上、芝麻开花节节高。

(高艳庆)

科创板申报即将开始 企业仍最关心流动性和估值

科创板的任何风吹草动都牵动着投资者神经。如果说前期曾困扰投资者的问题是“什么样的企业能上科创板”，随着3月初科创板上市规则明确，企业范围划定，当前，企业关心的问题更加细化。在3月12日在京举办的一场公开课上，企业代表的提问直指“靶心”。

“我们是一家准备要上科创板的企業，此前也跟上交所这边做了很多沟通，像硬科技或者收入、规模等方面我们都了解，但是关于国企改革过程中的一些比较细的政策还不了解，这些又会对去科创板上市有多大影响？”一家企业代表向世辉律师事务所合伙人梁宏俊提问。

在这场活动上，律师、会计、企业以及创投机构人士都对科创板的各类问题进行了讨论。其中，企业上市估值问题以及这一市场未来的流动性如何，是最受关注的焦点。

流动性与估值： 企业对科创板的担忧

3月1日深夜，证监会和上交所正式发布科创板新规，科创板“雷厉风行”亮相，相关规则落地，中介机构的准备工作再提速——券商争先上线科创板预约权限开通业务，科创板基金密集上报。

与会的投行人士谈到了实际工作中感受到企业所担忧的部分问题，例如企业估值和上市后的二级市场价格问题。“企业在想要不要上科创板？企业的价值能不能充分体现出来？这个也是市场各方面都比较关注的。”中信建投证券投资银行部TMT团队负责人、执行总经理董军峰谈道。

一、二级市场估值倒挂的情况可能会出现。董军峰认为，一方面，从估值方法来说，若科技创新企业希望登陆科创板，无论采取传统的PE估值方法，还是较新的PS估值法等，都需与二级市场做充分的对接和交流。

另一方面，二级市场机构投资者核心逻辑与一级市场不同，部分一级市场投资者从产业角度、赛道角度、更加长期的角度考虑，而二级市场机构投资者的投资周期相对短一些。在科创板的制度设计中重点提出引入

中长线机构投资者，也是为了能够让一级和二级市场的估值衔接。

“有可能会有一些企业上市之后二级市场的价格，会低于一级市场估值的价格。这也是部分科技企业要面临的问题，在这个时候到底选择什么样的时机去准备科创板，还是要有个冷静的考虑。”他建议。

与此同时，流动性问题也被市场所关注。科创板的流动性对于基金退出、融资、交易、活跃度等均会产生影响。有投资机构人士曾表达出类似观点。

“在跟合作企业打交道的过程中，也感受到大家对于科创板市场的期待，但这个期待里面也是充满不确定性，到底这个市场能不能给我们这些企业新的选择、合理的定价，能够融到钱并且有一个活跃的交易？”北拓资本创始合伙人朱正国此前曾表示。

不过，科创板正式规则或一定程度上有助于解决上述问题。3月2日凌晨发布的科创板规则，较此前的征求意见稿在“股东减持”部分有新增内容，例如：在《科创板上市公司持续监管办法（试行）》中，交易所一线监管方面的内容上，除持续信息披露、并购重组、股份激励、退市等之外，新增“股份减持”一项。同时，在信息披露方面，新增“核心技术人员的任职及持股情况”内容。

业内人士认为，缩短相关股东锁定期的限制客观上有利于提升科创板的流动性。

是否符合科创板行业导向： 仍需各方具体论证

哪类企业能上科创板？细则中已有明确，不过，董军峰认为，除需要符合科创板的行业导向的大方向外，还有一些具体导向，中介机构应该从公司技术、行业应用等方面



做具体论证。

“应该说这个行业有一定的合理性，但是可能也不具备完全的100%覆盖，所以在保荐指引里面提出来，保荐机构如果认为符合相关的科创板定位也可以推荐其他的，这里面可能没有明确提出，但是未来符合国家大的方向、符合战略导向的企业，政策应该也是支持的。”他表示。

回到科创板的细则，上交所发布的《上海证券交易所科创板企业上市推荐指引》（下称《指引》）中要求，保荐机构在明确科创板定位要求的前提下，优先推荐的企业有符合国家战略、突破关键核心技术、市场认可度高的科技创新企业；属于新一代信息技术、高端装备、新材料、新能源、节能环保以及生物医药等高新技术产业和战略性新兴产业的科技创新企业；互联网、大数据、云计算、人工智能和制造业深度融合的科技创新企业。

具体来看《指引》中明确的范围：一是新一代信息技术领域，主要包括半导体和集成电路、电子信息、下一代信息网络、人工智能、大数据、云计算、新兴软件、互联网、物联网和智能硬件等；二是高端装备领域，主要包括智能制造、航空航天、先进轨道交通、海洋工程装备及相关技术服务等；三是新材料领域，主要包括先进钢铁材料、先进有色金属材料、先进石化化工新材料、先进无机非金属材料、高性能复合材料、前沿新材料及相关技术服务等；四是新能源领域，主要包括先进核电、大型风电、高效光电光热、高效储能及相关技术服务等；五是节能环保领域，主要包括高效节能产品及设备、先进环保技术装备、先进环保产品、资源循环利用、新能源汽车整车、新能源汽车关键零部件、动力电池及相关技术服务等；六是生物医药领域，主要包括生物制品、高端化学药、高端医疗设备与器械及相关技术服务等；七是符合科创板定位的其他领域。

目前不少企业已经行动起来。记者梳理发现，复旦张江、江苏北人、大力电工等多家企业均公开表示冲刺科创板。

(周楠 袁子懿)

多家科创板上市辅导企业亮相 最快挂牌时间或在上半年

科创板的脚步越来越近，在各地都在梳理潜在上市企业名单的同时，已经接受上市辅导的企业值得重点关注。

根据安排，3月18日起，上交所将正式受理各投行对科创板项目的申报，近日，多家企业在上市辅导材料中明确表示将“备战”科创板。根据相关辅导安排，科创板企业辅导时间可缩短至2个月，较A股其它板块大为提速。

有资深人士对证券时报记者表示，大部分拟登陆科创板的企业已经按申报主板接受过保荐机构辅导，不需要重复申报，仅有极少数拟登陆科创板的企业将在近两个月内接受辅导并披露相关情况。

是否第一批进行项目申报其实与能否第一批登陆科创板关系不大，项目的质量才是重

中之重。

3月13日，在黑龙江、浙江、上海等地证监局的上市辅导企业信息中，哈尔滨新光光电、杭州启明医疗、聚辰半导体以及申联生物医药均表示拟申报上交所科创板。其中，聚辰半导体和申联生物医药是拟申报科创板发生变动，公司在辅导工作进展中表示，结合实际情况或为更好促进公司业务发展，决定将拟申报板块由上交所主板变更为科创板，辅导机构和其他中介机构均未发生变化。

新光光电的辅导机构为中信建投证券，启明医疗和聚辰半导体的辅导机构为中金公司，申联生物医药的辅导机构为国信证券。这4家公司，是目前在上市辅导材料中明确提出“备战”的企业。

值得一提的是，今年1月22日，华夏天信智能物联股份有限公司在IPO辅导工作进展报告中表示，公司结合自身发展状况及经营规模，决定申报上交所主板（或科创板），预计2019年申报，其辅导机构为中泰证券。

3月11日，新三板公司先临三维科技股份有限公司公布的辅导备案公示文件中，与中金公司达成了《关于首次公开发行A股股票与上市之辅导协议》，随后对媒体公开表示，计划赴科创板上市。

为辅导启明医疗，中金公司派出了9人的辅导工作小组，计划辅导期大致为今年3月至4月，具体辅导时间将根据监管要求和启明医疗的实际情况进行必要调整，先临三维的辅导时间安排也短至2个月，中金公司计划于今年

2月至4月对其进行辅导至验收。

哈尔滨新光光电从1月底就进入辅导期，至13日公布辅导执行情况时，中信建投称，达到了预期的辅导效果。

据了解，辅导机构对拟申报科创板企业辅导的主要内容包括股份公司运作过程中有关法律问题、会计与审计问题、募集资金投资项目、公司发行上市审核重点、股份公司法人治理结构、财务内控与机构设置等。

根据上交所日前对保荐机构下发的通知，于3月18日起正式受理各投行对科创板项目的申报，意味着科创板正式启动。

按照相关流程推荐的时间规定，受理审核期限为3个月，也就是说，第一批科创板通过审核的时间最早将出现在6月中旬。如果证监会

上市批文发放迅速，上半年就会有科创板股票出现。

中信建投近期研报表示，科创板首要考验券商的投行业务能力，其次考验券商的研究定价能力、资金管理能力和主经纪商业务能力，兼具上述优势的龙头券商将成为主要受益者。记者梳理发现，截至3月14日，中信建投共计有152家IPO审核申报企业，国信证券(002736)有106家，中金公司有78家，分别位列行业第2、第7和第9。

数据显示，中金公司和中信建投去年的首发收入都排名行业前列，分别为7.44亿元和3.92亿元，市场份额分别为13.68%和7.2%，为行业第2和第4名。

(和讯)