

线上线双轮驱动 良品铺子深耕细分市场营利双增

8月17日晚间，良品铺子披露半年报营业收入44.21亿元，同比增长22.45%；净利润1.92亿元，同比增长19.29%。这是良品铺子交出的2021上半年成绩单。这份成绩单的背后，是良品铺子全渠道均衡发展，线上线下的销售收入分别取得19.34%和23.58%的大幅度增长。同时，自2020年开始，良品铺子深耕细分市场，以用户的细分需求为导向重构产品矩阵，配合全品类均衡发展，满足了消费者的多元需求。

全渠道助推营利双增

在2021年半年报中，良品铺子将营业收入增长归因于全渠道发展。但若将视角放到良品铺子15年的发展历程中，可以发现，此时的收入增加都是15年不断调整和布局的开花结果——线上收入22.23亿元，同比增长19.34%；线下收入20.87亿元，同比增长23.58%。

创立以来，良品铺子用高品质持续扩大门店布局，进入湖南、江西、四川等市场。但彼时，电商战火已经越烧越旺。不过，彼时良品铺子顺势而动，2010年，设立独立电商业务团队，2012年，正式进入主流电商平台开展线上业务。2015年，良品铺子线上收入为8.25亿元，而到了2016年，这一数字增长至14.25亿元。业务占比也从26.53%增长至33.69%。

与此同时，线下开店迅猛，到了2016年，线下门店数量达到两千家，并且接入了河南、江苏等市场。门店的信息化建设也同时在开展，门店、仓库、物流，均实现了信息化，在2012年，为提升订单快速响应能力和优化企业业务流程，良品铺子还引入了SAP系统。经



过15年的积累，目前，良品铺子的全渠道布局包括门店零售渠道、门店外卖渠道、团购渠道、平台电商渠道、社交电商渠道、社区电商渠道及流通渠道。

2021年，良品铺子进一步提升传统渠道运营效率，渠道抗风险能力进一步增强。例如，2021年新成立流通渠道事业部，负责在流通渠道与大型零售K A、便利店、社区商超及新零售等伙伴合作，推动线下渠道全覆盖。今年上半年，良品铺子新开直营门店和加盟门店共计207家，其中加盟店148家，新店加盟店占比71.49%。

另一方面，针对新兴渠道，积极拥抱社交电商，建立企业私域流量。良品铺子搭建了收割品牌自由专属直播地，合作千位抖音快手优质主播达人，累计完成6400余场直播。同时针对社交平台消费群体的差异化需求，打造了一系列差异化产品。

持续研发投入深耕细分市场

相关人士认为，消费升级表现为不论哪个消费群体，对品质的要求都更高了。在升级过

程中细分市场越来越重要，未来谁把消费者画像画得越具体，越贴切，谁的发展就越快。深耕细分市场也是良品铺子的聚焦战略。从2020年开始，良品铺子推出多个子品牌，以用户的细分需求为导向重构产品矩阵。2020年5月，推出其首个子品牌“良品小食仙”，专注3-12岁儿童零食，截至目前，包含饼干、果冻、功能性糖果、儿童鱼肠等产品40多个SKU。自上线发布以来，小食仙全渠道终端销售额达4.08亿元，销量位居行业领先地位。

报告期内，小食仙全渠道终端销售额为1.80亿元；开发上市21款新品，打造出多款明星产品，“你好棒棒”系列产品上半年收入5748万元，销售占比31%。作为“为办公室人群提供个人及团队茶歇解决方案”子品牌，“Tbreak良品茶歇”在内测1年多后，今年7月，良品茶歇在武汉开出首家商圈店，主推茶饮、西点、咖啡、冰淇淋等产品，为都市上班族提供健康的饮品和茶点以及快捷方便的自助服务。

目前，良品茶歇在武汉有两家直营体验店，并在武汉、上海等地设有零食机、自助咖啡机等无人零售业务；体验店小程序会员转化率达

36.87%。深耕细分市场离不开持续的研发投入。如今，良品铺子在武汉拥有独立研发中心和品控中心，涵盖糖果巧克力、烘焙炒制、饮料乳品、果干果脯、海味卤制和基础营养等多个独立研发实验室。产品研发创新主要从健康营养新配方创新、工艺设备新技术创新，通过自主研发、委外简单研发等多种方式，快速响应产品研发需求。良品铺子通过关键技术突破和深度研发，实现细分市场产品功能需求，先后推出小兔山楂棒、“三重控糖”蛋白代餐奶昔、低GI饼干、鲜果月饼等创新产品。

打造食品类超级品牌

截至目前，良品铺子拥有包括肉类零食、海味零食、素食山珍、话梅果脯、红枣果干、坚果、炒货、饮料饮品、糖巧、花茶冲调、面包蛋糕、饼干、膨化、方便速食、礼品礼盒等15个品类。截至报告期末，公司全渠道SKU1195个。

2021年1-6月，公司推出182款全新产品，平均每月推出26款新品，主要是涉及肉类零食、面包蛋糕、海味零食、方便速食、素食山珍等品类。报告期内，销售前五品类依次为肉类、糖果糕点、坚果炒货、果干果脯、素食山珍，品类发展均衡，其中，坚果品类占比18.46%。全品类的丰富的SKU，更好地满足需求日趋多元化的消费者。

丰富的品类离不开高效协同的供应链体系，良品铺子建立在信息化和数字化应用基础上的供应协同体系在周转天数、配送时效等各项指标上均保持行业较高水平。公司建立的柔性供应链体系能支撑公司快速从产品市场洞察到产品研发、产品上市。（仲经）



朱仙庄煤矿“零点行动”保安全

8月22日，安徽省淮北矿业集团朱仙庄煤矿团委组织青安岗员深入井下作业现场开展“零点行动”，排查安全生产事故隐患，清除不安全因素，巩固安全生产形势，筑牢安全生产的第二道防线。

张万学 / 摄影报道

“职场妈妈”暖人心 克明宝贝托管班 为员工解后顾之忧

“谢老师，快开学了，我明天就要回老家去了，明年还要来你这里学习！”8月23日下午6点，克明宝贝托管班一位姓李的小朋友紧紧地抱着托管班的谢老师，久久不愿松开，这是今年克明宝贝暑假托管班接近尾声时出现的感人一幕。

公司为了让员工能安心上班，解决员工孩子寒暑假在家没人照管的实际困难，尽最大可能为员工创造一个更为安心、舒心的工作和生活环境，从2014年起，连续8年来，克明食品工会举办了克明宝贝免费托管班，使员工能够全身心投入工作，切实感受到企业的关怀。

克明宝贝托管班全年共为三个班，一是寒暑假全天托管班，8年共托管小孩149余人次；二是暑假全天托管班，8年共托管小孩256余人次；三是日常下午托管班，每天小孩放学后前往托管班做作业和玩耍。公司由一位专职的工会专干谢老师负责看管上班职工无暇顾及的子女，当起了“职场妈妈”。工会还专门为孩子们购买了图书、光盘、玩具、体育活动等用品。每年寒暑假期的时候，“小候鸟”们非常开心地飞到父母的身边，和在长沙上班的父母团聚。但是父母白天仍需上班工作，为了不让孩子们“二次留守”，如何让孩子过一个安全又快乐的寒暑假，成为众多员工关心的头等大事。

公司工会推出“寒暑假与下午员工子女托管班”福利，托管班的开办让克明的员工很是高兴。有些员工一年也难以回家一趟，心中非常想念留守在家的孩子，寒暑假放假本可以相聚两个月，但又恐自己忙于上班而无人照看孩子而不敢去接孩子。托管班的开办，家长们非常放心地去老家接孩子过来一起度过安全而幸福的假期。

起初，托管班的主要工作是由老师们带领孩子们做做游戏，陪孩子们写写假期作业、看看课外书等。后来又增加了电视播放动画片、组织孩子们进行各种趣味小活动比赛、举办才艺展示和汇报演出等活动，为了丰富孩子们的兴趣爱好，托管班还请来专业的老师开展了陶泥制作课程、茶艺系列课程、德国DIH1戏剧课程、工会老师自己开设成语接龙、纸藤编织、剪纸折纸、绘本涂色、学做手抄报、水雾珠和玉米粒粘贴课程等。

（周忠应 谢新静 本报记者 李凤发）

列好方程式 做好“碳”减法 ——山能淄矿积极推进落实“双碳”目标侧记

■ 范振峰

8月14日中午，山东能源淄矿集团东华水泥熟料公司烧成车间主任张兵正在向中班职工讲解“碳达峰、碳中和”的图解资料。这是该集团推进落实“双碳”政策的一组镜头。

“作为国有企业，积极落实‘双碳’政策既是责任所在也是形势所需，我们必须稳扎稳打走好每一步。”该集团党委书记、董事长黄书翔说，去年“双碳”目标提出以来，他们积极围绕智能减排、设备升级和清洁能源等方面全面发力、攻坚突破，交出一份可喜的节能减排“答卷”。

唱好智慧减排“重头戏”

在东华水泥熟料公司调度指挥中心，中控操作员贺建国正在观测电脑屏幕上的环保监测数据，每项数据都远远低于国家标准。这得益于该公司构建的“水泥工业大脑”。

近年来，水泥生产企业被贴上高耗能、限制类、去产能的行业标签。作为淄博地区规模较大的水泥生产企业，东华水泥一直将借助

“大数据”手段实现节能降耗、稳产提效作为主要攻坚方向，全力推进。去年以来，他们和阿里云公司合作创建的“水泥工业大脑”正式投入运行。

“‘工业大脑’建立的能耗优化和质量稳定两大算法模型，通过分析生产实时数据，精准计算控制参数，利用DCS系统代替操作员进行自动控制，在不改变生产设备的情况下实现节能降耗、稳定质量的目的。”熟料公司经理吴垠说。

“工业大脑”到底能够实现什么样的效果呢？吴垠向笔者展示了一组数据：2020年“工业大脑”运行以来，该公司不仅同比增加效益2300万元，同时实现节煤1.5万吨，二氧化碳减排7200余吨。

打好系统改造“主力牌”

“降碳和发展两者并不矛盾，反而相辅相成。”在谈到环保系统改造时，淄矿集团党委副书记、总经理鲁守明说，今年以来，他们紧盯环保重点项目这个“牛鼻子”，全力推进环保设备改造和系统优化，有力助推生产效能

持续提升。

以新材料研发生产为主的新升实业公司为例，他们全面推进全产业链节能减排减碳增效工作，构建了“新升光电+电厂能源”循环经济产业园区。上半年，该厂余热回收项目共回收热量14.61万吉焦，节约标煤5000余吨，增加供热能力60万平方米，也大大降低了光电长晶车间除氧器蒸汽能耗及晶体工艺制冷能耗。

无独有偶。位于大漠腹地的世林化工公司启动锅炉烟气超低排放工程，新建一座脱硫塔，对原有脱硝、除尘系统进行升级改造，设备投产后生产效能和环保水平将大幅提升。东华水泥加强对收尘器的全面维护保养，重点对气缸、提升阀、反吹阀、铰刀吊瓦、收尘管路等进行清理、更换，节能减排工作又迈出一大步。

“今年以来，我们在集团内部开展环保设备改造升级20余项，设备全部改造投运后，将大大降低碳排放量。”鲁守明说。

奏响清洁能源“协奏曲”

2021年上半年对于淄矿集团方大公司清洁能源公司来说是值得庆祝的，他们不仅取得

较好的经营效益，也以实际行动诠释了清洁能源的理念，成为名副其实的清洁能源供应商。

清洁能源公司是专注于清洁煤粉生产供应和锅炉供热企业，是山东省规模较大的清洁能源企业之一。为进一步响应“双碳”政策，他们在优化煤粉加工工艺和改进锅炉运行系统上下功夫，从源头上提高煤炭燃烧利用率，实现节能减排的目的。他们从中控数据、生产工艺和原料配比等方面深入研究、深度挖潜，全面推出“私人定制”煤粉销售新模式，在满足客户不同需求的同时，充分提高煤粉的燃烧率，达到减少碳排放的目的。

作为以煤矿生产为主业的淄矿集团，还通过大力开展智慧矿山建设，“两化融合”管理等手段不断提高企业经营运转质效。财务报表显示，1-7月份，该集团在煤炭产量与去年同期基本持平的情况下，全集团节约用电近240余万吨。

“我们还将洗煤挖潜提效和精益销售等方面再发力，全面提高煤炭清洁利用率，争做清洁能源供应的示范者。”说起下一步节能减排工作，黄书翔信心满满。

企业家自述(长篇连载之一百二十一)

王建明：动力大王的传奇故事

禁令要针对销售公司的特性，公司本部的禁令大多数是针对高中级管理人员的，是根据公司大的特性来决定的，销售公司必须要根据自己的工作特性下达禁令，触犯禁令，就立刻严惩不贷，就按照军令来执行，把话都说在前面，比如向服务站借钱，是肯定触犯禁令的，最低限度是立刻把你从销售队伍中清除，再有一个就是吃请，现在公司领导也好，业务人员也好，已经感觉到配套件厂家去拜访，去走访去了解工作，已经到了不方便的程度，人家一定要请，你就一定不能吃请，一定要这样做，当然有人违反，就违反了看不见是你的，只要看得见就是我的。办事处去吃请，不允许，工作方便就在服务站自己单位食堂吃工作餐，这可以，到外面去下馆子，无论大小小馆子，我看就一律不准，因为只要讲尽量不准，讲一般不准，实际上这个口子还是常开的，还是越开越大，根本上没办法去考核去堵。你只要出到服务站到外面去吃，就算是吃请，就不允许。如果一定要去怎么办？办事处来开请，办事处请服务站，天经地义。

禁令还有很多，十多年来玉柴销售不断扩大，业绩不断上升，但是毛病有很多很多，如引起账目严重不相符，引起办事处里面人心涣散，财务管理不透明，公款随意挪用等等，伴随玉柴销售事业蓬勃发展，同时也产生了很多很多坏毛病，希望销售公司1999年春节之后要出一本切实可行的禁令，应该实施禁令，应该要严格纪律。跟禁令相对应的就是风范，我非常欣赏，原来杨建军有过这想法，希望在销售公司有一整套规范用语，在风范建设上，提倡什么，禁止什么，要清清楚楚，销售公司八个方面的工作，关于信息类在1999年为了实现三个赶超，销售公司要直接负责信息质量的责

任，公司会提考核要求，你们要动！

1999年年初的时候，希望在销售系统当中开展突出专业特性的评比，销售类包括市场开发，产品销售、货款回收，还有风范类、打假类、租赁类、专卖类，还有信息管理。1999年在办事处主任当中，评出能手、大师、高手、先锋、楷模等，在员工当中开展先进、标兵评定。租赁是寄予很大希望的，第一季度应收一定不能上涨，很大的一条通道就是租赁。一季度要打一场漂亮仗，销售额要大幅度上升，应收额一定还要有所下降，不拿回货款的销售根本就不是销售。

风范有对外，也有对内，风范对外应该是一种礼貌用语，一种谦和的态度，是一种非常讲信用说话落地有声的竭诚，风范有一系列统一的规定，用语的规定，说话算数的规定，说到做到的规定。十多年来，不闹地震的办事处，办事处主任能比较好地率领员工做工作的办事处至少有三个基础是比较好的：第一个基础是财务制度相对比较健全，丢失、不符、转移、挪用等现象没有发生；第二个基础是收入分配比较透明的；第三个基础是责任落实比较严谨。有了这三条腿，一凳子就可以稳了，然后再加上如果是有很多好的风格，有很多创新，有很多好的建设，这个办事处就红红火火，成绩就越来越好，越来越大。

随着公司管理的进步，随着公司品牌含金量的增加，管理上越来越多成分会走向公开，提倡公开，提倡透明，最大的公正公开，杨建军副总经理已经在考虑公开收入，公开拉大差距，贡献大、责任重，收入应该就多，差距就越拉越大。暗地里的东西我们不提倡，而且一天比一天更强烈地反对，你们也看到，现在特别是对办事处主任这一级，公司本部、销售公司待你们是越来越薄的，对员工就没有理

由，就不能够再去搞欺诈。

风范建设要鼓动大家来争当楷模，要有这个调动。风范争楷模，销售当先锋，服务争大师，专卖做高手，租赁当大亨，打假做能手。一个好的办事处主任，一个好的销售员工，要在这些方面做出成绩，要动很多很多脑筋，要做很多很多创新工作，要绞尽脑汁。我以办事处主任为例子，我看你能拿下一个，你能争到一个荣誉称号，就应该是先进，如果你拿下两个的话，就应该记大功到特功，刚才讲那些如果你全部都拿，公司一定给你报全国劳模，刚才我们提到的桂冠，如果你全摘，给你的年收入从底数起不会少于十万，你真的是六项桂冠全摘，那不得了，玉柴有这么几个骨干，有这么十几精英，整个销售公司的骨架就有了。

在两司十二届一次职代会上的讲话

（1999. 2）

对于1999年的市场形势，可以用几句话概括，一是重轻转变加剧，即对重型与轻型的需求，或者叫中型向重轻两头转化的势头在加剧。从各个汽车厂对中卡需要来看，马力要加大，功率要加大。柳汽最近几天像热锅上的蚂蚁，在催逼它六吨至五吨的乘龙平头车要从160马力增压到180马力，急得要命，“我”要你的中卡，那你的中卡功率一定要加大，还有，我直接要重卡，直接要重型卡车，要重型柴油机。”现在东汽暂时宣布本部不装玉柴6112，只是要装降价后的康明斯。但他给了我们一个余地，其全资独资子公司可以装玉柴6112，这并不是对我们网开一面，不是特别照顾玉柴或

者喜欢玉柴，这是为了其大本营与全资独资子公司的整车厂有一个竞争优势。他与康明斯商议，康明斯只对东汽本部供机降价，210马力从原来的74000元降到62000元。那么，东汽给我们留了一个破口、一个空隙，我看就够了，我们就拼命把这个破口撕开。二汽过去的预言还少吗？他对玉柴的限制哪一天曾经少过？他没有少过！从1985年玉柴搞规划他给我们限定发展计划为3000台6105开始，他没有一天停止过对玉柴的限制！直至90年代他还一再宣言二汽大本营装车现象绝不可能装其他的发动机，但1998年，他在本部装玉柴的发动机达23000台，今年他一系列对策都希望少装玉柴机，但一二月份，其实际装车数量计划一追加二追加连线再追加。形势是很紧迫、逼人很甚的，但希望是有的，希望在谁？希望在自己！在大家手里！前途在大家手里！请各位代表反复回味此话是不是真理。谁能救我们？自己才能救自己！如果我们在1997、1998年不能使105、108处于质量受控状态，我们会有23000台的二汽大本营装机以及引起二汽那么多针对性措施的可能吗？不会！轻型机势头也在加剧，柳州汽车厂和二汽大本营听到我们四缸机的指标，无论是4108还是4110的抑或是4110增压的，他们都感到很高兴，因为二汽现在手上的4110经济性指标、动力性指标越来越不符合轻型机的市场用户的要求，朝阳6102不得不退，没有办法！我们4108、4110肯定是紧跟着，也必须逼上去！同行业里就是这样，适者生存，不适者就转产。重轻转变加剧是形势第一个特征。

第二个特征是环保需求急增，超过我们原来所有想象和估计。现在沿海大城市的公交、客车系统已越来越紧迫提出欧洲Ⅰ、欧洲Ⅱ号

排放标准。现在厄瓜多尔对6112的态势很猛，但对排放要求提得非常明确，不达到欧Ⅱ不能进入厄瓜多尔城市，只能在厄瓜多尔郊区，如果只在郊区走，那么发动机的定货数量只能是一半。朱镕基同志的讲话曾对环保问题、排污问题直接有指示。为迎接五十年大庆，北京现在不得不从玉柴最直接的竞争对手——美国康明斯公司进了300台电控双燃料柴油机来装大客车通过天安门。中华人民共和国五十周年大庆要从美国调发动机来过我们的首都天安门，我们身在发动机行列，要记住这是国耻，是民族之耻！五十年大庆可以，但五十一年大庆、五十二年大庆，我觉得我们匹夫有责，我们要顶上去，把康明斯从哪里来就赶回到哪里去！“三个赶超”，赶超什么？就是赶超这个！中机赶超B，重机赶超c，都是针对康明斯。他不是要降价吗？他不是把两只手掐到脖子上了吗？他以为这样就可以掐住我们，就可以发展，我们就是要很好地跟他比试一下，看看谁笑到最后！环保需求急增，双燃料的、电控的，我们都必须加快速度。可能年纪稍大的产品技术人员谈起电控问题不是很顺畅，年轻的同志就要钻进去，就要精通，要讲得倒背如流，把这个技术精益求精地掌握在手里，我们已开始与交大、清华合作，现在108双燃料电控都在研制，而单纯的柴油电控也已有一个初步计划，完全可以做到，明年3月就要诞生样机，然后再花一年左右时间，可以把电控柴油机的成本压缩在1万元之内，这样就具有可用性。康明斯那300台通过天安门的发动机价每一台价格高达12万、13万、14万元，外国人趁我们做不出来的时候拼命赚中国人的钱，而且他随时可以污辱中国人，说中国庆用的发动机是我美国的。（此文系本报整理，待续）