

管理典范

岁月流香：“老字号”铸就大熊市牛股的三大秘诀

A 靓丽业绩托起股价

老字号上市公司的靓丽业绩,或是支撑其股价的最佳原因。

如五粮液、洋河股份近期分别预告年度业绩同比增长超过 50%,保持着惯有的增长率,其他如云南白药、同仁堂、古越龙山、沱牌舍得、太安堂等,也有类似表现。事实上,“中华老字号”不仅近期表现出彩,从他们上市首日算起,大多相对发行价的涨幅已达数倍以上,多则数十倍、甚至百倍。

据统计,云南白药、泸州老窖两只上市时间近 20 年的个股,如今股价相对发行价涨幅已超过百倍,而贵州茅台、山西汾酒、同仁堂、金种子酒、片仔癀等上市 10 年以上的个股,其相对发行价也上涨了 10 倍以上。

“目前市场不仅仅是停留在概念层面,还要看业绩、成长性和估值。”东海证券一位券商分析师告诉记者,一方面,作为消费行业,公司经营在经济转型期借助品牌等优势取得了较好业绩;另一方面,在经济较为低迷时期,由于加速扩张意愿增强,公司也有着将业绩在当前充分释放的动能。

比如云南白药,它那张至今仍然是国家级的保密配方,让人们充满了好奇的同时也展开了无穷的想象。翻看公司资料可以发现,其业绩数据同样过硬,公司每年营业收入和净利润同比上一年度均出现稳定增长态势,近年来更是增速显著,从上市时营业收入和净利润双双不到 1 亿元的水平,到 2011 年两者分别为 113.12 亿元和 12.11 亿元。

国金证券分析师李敬雷认为,这棵常青树发新枝的地方在于,2005 年推出以“防止牙龈出血”为主要诉求点的云南白药牙膏后,仅 5 年,该产品的年销售便超过了 10 亿元。而 2011 年进军“大健康”之后,不但白药牙膏保持了持续增长,其他药膏和洗发水系列也开始挖掘品牌的强大潜力。

从具体数据来看,公司 2012 年前三季度实现营业收入 95.4 亿元,同比增长 23.23%,净利润同比增长 30.71%,其中云南白药牙膏收入 12 亿元,增长约 40%,也显示出增长提速的态势。

显然,在制药业成本日益高企的环境下,这些数字足够令市场满意。

云南白药品牌延伸带来的示范效应,也牵动了片仔癀、马应龙对于老字号品牌潜力的挖掘。2011 年末,马应龙成立了湖北马应龙八宝生物科技有限公司,专门推广眼收系列产品,片仔癀则计划投资 16 亿元用于新生产基地、牙膏等产品项目建设。

纵观 A 股市场的“老字号”上市公司,大都和这类国宝中医药品牌一样,有着竞争对手难以模仿或超越的竞争力和市场壁垒,可以说,老字号的底蕴和光辉为这些企业构筑



起了一道护城河。

B 护城河里的故事

并购、争夺、整合,细细梳理不难发现,那些护城河里的老字号们,总是有着说不完、道不尽的故事。

“腾笼换鸟”者有之。

将“老字号”传统产业纳入麾下,发展成为主营业务,以助推公司走出困境,在方正证券分析师张保平看来,凯乐科技算是从并购老字号品牌中尝到了甜头。

2008 年 2 月,凯乐科技全资收购黄山头酒业,引来业界一片质疑之声。但事实证明,在凯乐科技的筹划下,黄山头酒进入全新发展期。

“较高的品牌知名度造就了黄山头酒的高毛利率”,张保平说,凯乐科技 2010 年、2011 年白酒收入分别同比增长 160%、157%,毛利率均高达 83%以上。如此超高收入,使得公司房地产和塑料管材业务黯然失色。

而狂饮“黄山头”的凯乐科技也继续在白酒产业中“淘金”,2012 年 7 月,黄山头酒业拟收购泸州名豪酒业 51%股权。从公司去年三季度业绩来看,其净利润为 2.05 亿元,同比增长高达 231.07%,随着业绩的暴增,

其股价也扶摇直上,同样成功转型的还有中炬高新、维维股份和顺鑫农业。

品牌争夺中卷土重来者亦有之。

一度淡出市场的广州药业在一场沸沸扬扬的商标纠纷案中再次回到人们的视野。

2012 年 3 月,广州集团旗下两家公司——广州药业及白云山 A 同时公告了重大资产重组预案。根据方案,广州药业以新增 A 股换股方式吸收合并白云山 A,经除权、除息调整后,广州药业换股价格为 12.10 元/股,白云山 A 换股价格为 11.50 元/股,白云山 A 与广州药业的换股比例为 1:0.95。换股吸收合并完成后,白云山 A 将注销独立法人资格,广州药业两年内将可购得“王老吉”商标资产。

“借重组白云山、王老吉商标回归,广州药业有望实现‘大南药+大健康’产业双轮驱动发展,”国信证券分析师杜佐远表示,2012 年三季报“广药+白云山”收入净利润均增 27%,整体增势良好。而根据北京名牌资产评估有限公司评估,2010 年“王老吉”品牌价值已达 1080 亿元,这意味着广州药业又有一笔超过千亿元的品牌资产即将注入,加之稳定的业绩支撑,截至 2 月 18 日收盘,其股价创半年新高,涨幅达 7.72%。

然而,并不是每一家老字号的牌匾,都能在岁月的打磨中愈加闪亮。

鉴于在医药工业上找不到好的发力点,从去年开始,九芝堂利用闲置资金进行理财,今年 1 月份再次购买了 3.4 亿元的理财产品。

其实曾经的老字号也有过短暂的辉煌,从去年年初最低价 9.40 元涨到 8 月 13 日的 19.32 元,九芝堂最高涨幅一度超过 100%。

与此同时,公司“控制营销”转型的改革也如火如荼地展开,直至 8 月 30 日,公司半年报发布,营业收入同比下降 10.9%,净利润下降 13.8%,市场对其反应激烈,当天九芝堂股价便下跌 6.56%,次日跌幅为 2.94%。

虽然改革的阵痛可以掩饰业绩的暂时下滑,但随着三季报的公开,九芝堂没有了之前的镇定。

根据 2012 年三季报,公司 1—9 月实现营业总收入 7.52 亿元,同比下降 7.82%,净利润下降 19.47%。改革的成效不如人意,业绩的连续下跌使得资本市场的抛售行为更盛。九芝堂 12 月 12 日的收盘价仅为 10.60 元,距离最高点已跌去将近 45%。

“由于营销方面存在的问题,九芝堂一线品种收入增长乏力。”方正证券分析师刘亚明表示,同类产品的激烈竞争,使得近两年市场占有率有所下滑。年报显示,九芝堂 2011 年营业收入同比增速为 2.44%,而作为拳头产品的驴胶补血颗粒和六味地黄丸,其毛利率在不断下降,老字号静候新气象。

C 好日子背后的隐忧

已上市的“中华老字号”如鱼得水,场外不少“中华老字号”也正密集排队叩响 A 股大门。

处于“落实反馈意见”中的狗不理集团和广州酒家,近期不约而同申请 IPO,吸引了市场眼光。

而早在去年 5 月,浙江“老字号”会稽山已披露其招股说明书,拟通过 IPO 发行 1 亿股股份,募集资金主要用于年产 4 万升中高档优质绍兴黄酒项目,预计投入金额 3.76 亿元。一旦顺利过会,将与同为“中华老字号”的古越龙山、金枫酒业一起,实现黄酒三大巨头齐聚 A 股。

在会稽山、狗不理集团和广州酒家叩响 A 股背后,更多的“中华老字号”企业正跃跃欲试,随时准备鱼贯而入。

不过,好日子背后的隐忧也一直存在。以白酒为例,近期的“塑化剂”事件如同一颗核弹,将白酒行业炸得面目全非,“真空”情绪一度蔓延至机构。根据 Wind 数据,2012 年四季度,机构共卖出 2908 万股贵州茅台、4267 万股泸州老窖、25555 万股五粮液。截至 2012 年底,仅 203 只基金持有贵州茅台,而此前的三季度末,其持有机构为 307 家。

诚然,中华老字号的稀缺性毋庸置疑,但要成为 A 股市场的常青树却并非坐等可得。

在与国内企业的竞争中,老字号倚靠独有的护城河尚能风光一时,然而走入国际经济竞争的“大舞台”,长期以来的“中国制造”却使得这些“国宝”老字号企业无法占据更多的话语权。A 股市场的中华老字号,不仅需要类似云南白药的文化底蕴,更需要强大的科技实力、一流企业管理、无法复制的品牌影响力作为护城河。

(晶晶)



黄河之水天上来

——写在河套酒业成立六十周年

连载 36 汉明 著

在他卧室床头旁的阅读灯下,放着四本书,《22 条商规》、《什么是战略》、《国美劫》、《终结营销混乱》,其中《终结营销混乱》放在最上面。这四本书全是财经类的,没有一本是休闲类的,从这四本书上我们可以看出,张庆义是一个定向思考的人,善于有针对性地学习。

张庆义从小就爱读书,据张庆义的叔叔讲,他小时候跟别的孩子不一样,别的孩子只知道玩,他来到家里就四处翻箱倒柜地找书看,记得当时从柜子底下翻出一本《石头记》来,他如获至宝,找一个小板凳坐在那里,读得津津有味,废寝忘食。

张庆义是个有心计的孩子,别人的业余时间去看电影,而他却是看书。到了机脚后去机脚厂,刚入厂时,张庆义每月工资为十八元,自己留用三、四元,其他都交给了家里,也就是这自留的三、四元也大多用在了购买书籍上。据他的好友李国强师傅和张乐义师傅讲,他们当时都是文学、文艺爱好者,他们一起看过《钢铁是怎样炼成的》,被保尔的精神感动并崇拜;一起去写作,痴迷着诗歌与小说;一起组织过乐队,《喜洋洋》和《步步高》是他们的主打曲目(这些曲目是河套酒业的润景园里年节播放的重点曲目),张庆义拉得一手好二胡,节庆时到陕坝镇的中山堂去表演。在 1964 年时张庆义和李国强一起还为厂里办了厂报《红色接班人》。

张庆义说:“我没有什么特别爱好,从小爱看书爱学习,少年时爱读中国名著,后来读世界名著,参加工作后就只读企业管理类的图书。”

张庆义爱读书,经常是卷不离手,成功人士的背后往往是书。作家杨绛在谈到读书的感受时说:“我觉得读书好比串门儿——‘隐身’的串门儿。要参见钦佩的老师或拜谒有名的学者,不必事前打招呼求见,也不怕搅扰主人。翻开书面就闯进大门,翻过几页就跨堂入室,而且可以经常去,时刻去,如果不得要领,还可以不辞而别,或者干脆另找高明,和他对质。不问我们要拜见的主人住在国内国外,不问 he 属于现代古代,不问 he 什么专业,不问 he 讲正经大道理还是聊天说笑,都可以接近前去听个足够。”

有好的阅读,才有好的品位。张庆义年轻时最快的时候是一天读一本书,即使现在公司事务那样繁忙,也坚持一周至少读一本书。他虽身居小镇却有世界眼光,虽苦寒出身设计起美酒品牌却高贵典雅,可能与读书这种“隐身串门儿”的习惯有关系。

经常有人抱怨,网络时代信息过剩,图书市场鱼龙混杂,在信息过剩的当下,这不是一个拥有的时代,而是一个选择的时代。而在张庆义的书架里,我们还是能看到大量的经典图书,这些图书分类明确,从这些图书的分类中,我们可以看到张庆义思维的清晰性和秩序感。

河套酒业重视学习方式的变革,对于在线学习,张庆义也是带头参与,他坚持在网上学习“哈佛商业评论”等课程,然后开展讨论。而就一热点财经图书展开企业上上下下的学习讨论更是常事。

做事情要做到专业水平

从机械厂开始,张庆义认识到做事情要做到专业水平,这要经过专业的历练。正是由于在机械厂的历练,同样面对酿酒机械化,有些人觉得太复杂了,而张庆义觉得并不复杂。

张庆义喜欢接受新事物,他永远像睁着好奇的眼睛,观察着外面的世界,只要有利于提高专业性的事情,他都愿意去尝试。

当年,很多人对电脑认识水平仅仅停留在这是一台打字机上,有家软件公司抱着试试看的角度,想看看河套酒业是不是一个敢吃螃蟹的企业。来到河套酒业给张庆义推介 ERP 财务办公软件。张庆义很忙,这位年轻人还在怀疑一个西部小镇上的企业是否能听懂,听懂了是否能接受,没有想下一次“厂”里开会时,张庆义对 ERP 财务办公软件已经很有感悟,立刻决定推行财务办公软件了。

玉柴重工组合重拳应对市场效果初显

玉柴重工积极应对工程机械行业市场寒冬,为提升公司运营效率打出一记瘦身重拳——“组织机构调整,人员结构优化”获得了职工的理解和支持。日前,在玉柴重工职工代表大会上,玉林、天津、常州基地共计 60 多名职工代表郑重进行了表决,一致通过人员优化实施方案。

在此次职工代表大会上,代表们普遍认为,该方案是当前公司主动积极应对工程机械行业寒冬,确保公司持续健康发展,同时兼顾员工利益的良策。

“企业的发展有起有落,2011 年以前工程机械行业井喷式发展,而从下半年开始高台跳水,急转直下,我公司主动应对形势,实行战略收缩、精简优化分流的做法是可以理解的;况且,优化分流人员可以输送到玉柴集团旗下子公司,让热爱玉柴的员工在集团内部流动,保证人才不流失,是对员工更负责任的做法,同时也体现了玉柴集团大家庭的温暖。”职工代表杨丽芳会后感慨地说。

总部位于广西玉林市的玉柴重工,专业从事工程机械产品的研发、生产与销售,是我国小型挖掘机的主要生产和出口基地,是国内挖掘机产品型谱最完备的制造商。旗下拥有位于天津、江苏常州、四川泸州等地的 4 家子公司。玉柴重工所属的工程机械板块是玉柴集团两条重要产品链之一,更是玉柴集团实现“十二五”千亿目标的重要支柱,因此玉柴集团高度关注玉柴重工的未来发展。玉柴集团公司董事局主席晏平表示,玉柴重工承载着玉柴集团的重要使命,眼光要长远,实现企业永续经营,不能在短期的困难面前放弃长期战略发展。除加强对玉柴重工的指

导外,玉柴集团公司总裁古堂生更是明确地表示,举全集团之力维护和扶持玉柴重工,确保玉柴重工健康发展。

近年来,玉柴重工积极主动应对行业市场寒冬,苦练内功,在新产品开发、市场开发、产品质量提升、服务质量提升、厂商联盟、战略合作等方面打出了组合重拳,走出了一条内涵式增长的路子,效果初显。

在新产品开发方面,玉柴重工加快了步伐。2012 年玉柴重工的新品开发项目为 58 项,2013 年截止至今已组织开展的新品开发项目为 44 项。近年来,玉柴重工获得了国家高新技术企业、国家火炬计划重点高新技术企业的认定,YC60/YC230/YC35SR 系列液压挖掘机项目列入国家重点新产品计划项目。目前,玉柴液压挖掘机拥有 0.8—220 吨 40 多个系列 160 个品种。有专家认为,目前玉柴重工业产品型谱齐全、技术成熟、品质可靠,一旦市场启动需求,玉柴重工将会较快地走出困境。

在产品质量方面,“品无疆,质无限”,为每一位客户提供高标准、高水平、高质量的工程机械产品是玉柴重工永不停息的追求。2012 年,玉柴重工产品品质提升项目为 34 项,2013 年截止至今品质提升项目达 11 项。专利申报成绩再创历史新高,2012 年完成申报专利 143 项,其中发明专利 47 项、实用新型专利 96 项,共获得授权 104 项。目前,玉柴重工已经拥有专利 213 项。玉柴重工的挖掘机在挖掘力、效率和稳定性方面的优势突出并得到了用户的充分认可。2012 年,玉柴重工荣获“玉林市市长质量奖”,这是玉林市对实施卓越绩效管理模式的企業所授予

的最高荣誉,也是对玉柴重工的管理模式、质量稳定受控的肯定。

在市场开发上,玉柴重工积极拓展海内外业务,重点开发海外市场,效果比较明显。其中 YC230LC-8 挖掘机出口南美市场单批就有 46 台;2 吨以下的玉柴微型挖掘机 2012 年销量同比增长 18.3%。而 YC08—YC230 共 15 个系列液压挖掘机及 YCH08 滑移装载机也通过了全球著名的噪音认证机构英国 AVT 公司的噪音年审,取得了 CE 噪音认证证书,继续拥有进入各欧盟成员国销售的通行证;YC15—8 等 10 个系列液压挖掘机顺利获得了俄罗斯联邦计量署授权签发的 TR 证书,取得了打开俄罗斯市场的通行证。

在服务质量提升方面,近年来,玉柴重工开展了“彩蝶计划”、“感恩之旅”等服务用户的活动,实施了“千店形象”工程项目,完成了玉林、常州、天津三地标准化配件仓库建设和 10 多家经销商标准化仓库建设,2013 年年初还启动了“贴心回访,上门服务”送温暖活动。2012 年,玉柴重工还建成了领先行业水平的 DMS 代理商管理系统,实现了实时更新显示销售、服务数据功能,并通过呼叫中心每天回访大量客户,及时对问题进行处理反馈。经过努力,玉柴重工的产品品质和服务水平实现了升级,服务满意度得到了提升。3 家经销商——广西嘉力机电有限责任公司、贵州三龙机电设备有限公司、济南穿山甲工程机械有限公司荣获“2012 中国工程机械服务 50 强”的称号。

玉柴重工还加强了与供应商、代理商联盟,与他们共享资源,携手并进;积极开发战

略合作伙伴,加强与外商合作。玉柴重工在 2012 全球工程机械制造商 50 强排名,从 2011 年的第 43 位跃升至第 38 位。2012 年,玉柴重工全机型市场份额在中国挖掘机行业自主品牌中位列前三甲。

2013 年中央经济工作会议明确的 2013 年经济工作六项主要任务中的“积极的财政政策和稳健的货币政策”、“稳妥推进城镇化”等关键词,使中国工程机械行业在宏观经济展望时增强了信心。伴随着铁路及水利投资增加、大量保障房新建、城市化进程加快、公路网建设量递增等利好因素,玉柴重工积极应对市场寒冬的组合重拳将在 2013 年及未来几年进一步凸显成效。

(李春梅 唐宁)

国药准字 H46020636

快克

复方氨酚烷胺胶囊

适用于缓解普通感冒或流行感冒引起的发热、头痛、四肢酸痛、打喷嚏、流鼻涕、鼻塞、咽痛等症状,也可用于流行感冒的预防和治疗。

请在医生的指导下购买和使用

海南亚洲制药生产

海南快克药业总经销