

青岛啤酒：盈利能力行业第一

量利齐增约两成 一季度业绩增速高企

全国啤酒行业今年一季度产量 1097 万千升,同比增长 8.29%。青岛啤酒增速继续超越行业。青岛啤酒一季度报告显示,报告期内,公司共完成啤酒销量 218 万千升,同比增长 19.3%,超过一季度行业 8.29%的增速,进一步提升市场份额;公司营业收入 74.08 亿元,增长 17.36%;归属于上市公司股东的净利润 5.86 亿元,同比增长 20.02%;基本每股收益 0.434 元,同比增长 20.02%。其中,高端产品增长进一步加速,主品牌“青岛啤酒”实现销量 117 万千升,同比增长 11.7%。

一季度公司毛利率维持在 40%以上,管理费用率下降至 3.94%,同比下降 0.85 个百分点。相较于去年首季盈利增长 8.3%,以及去年全年的 12%,青岛啤酒经营情况稳中有升,持续向好。

总体而言,一季度青岛啤酒收入、销量的增长,毛利率、费用率的变动情况基本稳定,保持了稳健增长的态势。

品牌发力高端产品赢未来

齐鲁证券日前发布的一份研报认为,啤酒行业竞争正在从中低端份额争夺向中高端利润的争夺升级,从而竞争焦点从渠道的比拼渐渐转变成为品牌的比拼和消费者满意度的比拼。

这意味着未来的啤酒竞争,价格战不再是主导,品牌、品质、管理能力将会是竞争焦点。青岛啤酒一直是国内高端品牌的代表,在

日前,青岛啤酒公司发布 2014 年一季度报告。在啤酒行业增长 8.29%的大背景下,公司实现了销量、收入、利润的持续增长,啤酒销量增长 19.3%、营业收入增长 17.36%、归属于上市公司股东的净利润增长 20.02%、基本每股收益同比增长 20.02%,增长速度继续大幅度超越行业。在马年一季度首现“开门红”,领跑业绩优良、增长持续稳定的“白马”股。



啤酒迎来差异化品牌化竞争阶段,青岛啤酒的品牌优势将给发展赢得更多机会。

要适合未来的发展,不断推出中高端的新产品,以适应消费升级,这是中国啤酒行业当务之急。

中高端路线是青岛啤酒的定位和优势。近年来,青岛啤酒一直在充分发挥品牌优势,积极调整产品结构,巩固并扩大在国内中高端市场的优势地位。代表欧洲经典的奥古特、针对高端消费者清爽型的逸品纯生、无酒精

啤酒风味饮料青岛 0.00,以及在行业率先推出“鸿运当头”铝瓶装等,不断迎合消费升级新机会,进一步提升品牌高度,从而提升青岛啤酒的市场地位。

按照 2013 年的经营数据,公司 52%的销量来自于中高端的主品牌“青岛啤酒”,尤其听装、小瓶、纯生、奥古特等高附加值啤酒销量同比增长了近 13%,成为提升市场份额和利润率的主要力量。2014 年一季度,高端产品增长进一步加速,主品牌“青岛啤酒”实现

销量 117 万千升,同比增长 11.7%,而听装、小瓶等高端产品销量增长超过 20%。

齐鲁证券研究指出,从 2014 年一季度最新跟踪的情况来看:青岛啤酒经过过去 2-3 年品牌、渠道的战略调整,在部分基地市场已经显现出了较好的效果。此外,青岛啤酒的“青岛”高端化得到了更加有力的执行,“青岛”主品牌的产品结构和盈利都有大幅度提升,同时,也给副品牌的成长和升级留下了成长的空间。

(李晓明)

开拓创新 以企业民主管理助推羚锐做强做大

——记“全国优秀工会积极分子”、河南羚锐制药股份有限公司副总经理熊伟

他,天资聪颖,刻苦勤奋,在高等学府和出国留学的教育与熏陶下,造就了他儒雅的风格。他,才思敏捷,精明能干,知识渊博,曾任上市公司销售业务负责人和国外大企业代表,青春的履历中处处都闪耀着干练、智慧的光芒;他,踏实坚毅,内心充满着憧憬和希望,让企业快速发展和自己的员工人生出彩,是他人生的追求和梦想……

他,就是 2013 年“全国优秀工会积极分子”、河南省信阳市“五一劳动奖章获得者”、年仅 30 岁的羚锐制药副总经理兼贴膏剂事业部总经理熊伟。

地处豫南大别山腹地的河南省新县,物华天宝,人杰地灵,革命战争年代,曾经养育了 43 位共和国开国将军和 50 多位省部级领导干部。新的历史时期,其独有的红色资源与厚重的文化,又培育了羚锐制药等知名企业,造就了一位位优秀企业家。熊伟,就是其中的一位杰出企业家,就是一位从大山深处走出来的企业界翘楚精英。

几年来,熊伟围绕做精做实医药产业、做强做大羚锐品牌这一中心,立足岗位,锐意进取,积极落实企业基层民主管理工作,为维护员工合法权益和推动企业科学发展作出突出贡献,也赢得了企业广大职工的爱戴和拥护。

羚锐制药始创于 1992 年 6 月,现已发展壮大成为全国最大的贴膏剂药品生产企业和上市公司。公司现有职工近 2000 人,其中有很大一部分人员在营销一线,长期驻外工作。组织、开展工会活动,落实基层工会工作,难度较大。在实际工作中,作为企业高层管理者和工会委员,熊伟同志思想敏捷、思路灵活、富有开拓意识。

为适应企业发展需要,公司全面进行了多元化股份制改革,严格按照现代企业制度建立健全了法人治理结构。在企业产权结构发生根本变化,经营体制不同于国有企业、企业又面临着生存发展的严峻形势下,部分人对“职工主人翁地位”和“依靠职工办企业”的原则产生了动摇。针对这一情况,熊伟同志和企业高管人员,通过学习党的政策理论,组织基层企业管理者、企业经理人学习有关文件,回顾企业发展史,最终坚定了依靠职工办企业的信念。由于熊伟同志的积极努力和企业经营管理团队的支持,羚锐制药制定并进一步完善了《羚锐公司厂务公开实施细则》、《党风廉政建设责任制报告制度》、《民主考核干部制度》等相关规定,确定了重大决策、企改方案、劳动用工、绩效考核与评先及评优工作、生产原辅材料采购等为重点的公开内容,并公开执行情况,从而使厂务公开的内容较好地适应了现代企业制度的要求。

公司定期召开党委、经营班子和工会联席会议,听取民主治厂工作汇报,进一步完善了职工代表大会制度;公司还成立了由公司



党领导组成的厂务公开领导小组,并依托职代会,以厂务公开栏、黑板报、企业内部资料《羚锐人》、《羚锐》、公司局域网为载体,落实了厂务公开的具体形式,使企业厂务公开工作有章可循、有规可依,从而把职工对生产经营和经济目标的知情权,对重大决策的审议权,对涉及职工切身利益的重大改革方案的表决权,对各级领导和管理人员的评议监督权落到了实处。目前,羚锐制药的厂务公开内容已由企业重大决策、重大事项、干部考评、财务管理、劳动用工、物资采购延伸到了工资升级、福利分配、计生工作、职工奖惩等方面,从从严治厂与民主治厂工作的透明度大大提高。

熊伟热心工会工作,特别讲究工作方法和工作实效。财务收支一直是职工最关心的热点问题,也是一个最敏感的问题。根据公司职工意愿,他积极协助公司工会领导,并得到公司经营班子的支持,促成企业建立健全财务公开制度,强化了公司财务管理。目前,羚锐制药十分重视财务公开和职代会制度的贯彻落实。公司对单位业务招待费、企业经理人或管理人员交通、通讯工具等有关企业管理人员勤政廉洁方面的问题,除严格执行规定外,还采取定期向职工公开的办法,接受职工监督,定期请法定审计机构对企业财务管理进行审计,及时向职工公开;公司定期将企业的经营目标、年度计划、发展规划、重大投资项目等重大问题提交职代会讨论、审议,广泛听取职工意见和建议,凡是未被职代会批准的,绝不擅自实施;凡是被职代会否决的绝不硬性推行。公司还通过“董事长信箱”、“总经理信箱”、“监事会信箱”、“羚锐人”及《羚锐》

信箱”、“羚锐论坛在线沟通”、公司 QQ 群、微信群以及领导网上邮箱,广泛收集职工意见,并将职工反映的问题认真调查,妥当解决,从而保护了职工民主管理企业的热情。

熊伟注重企业管理,讲究工作制度化、流程化和程序化。2013 年,是全面贯彻落实党的“十八大”精神和实施《中原经济区规划》的开局之年,是实施“十二五”规划承前启后的关键之年,也是羚锐制药贴膏剂事业部组建的第一年,更是羚锐制药提速发展、力求在贴膏剂药品生产经营上实现业绩新突破和新跨越的一年。事业部组建后,熊伟经常深入生产车间和营销区域市场,督察、指导工作,并直接关注和协调了事业部生产、质量技术和科研、营销等方方面面的管理工作。他特别强调管理工作要强化执行力,管理制度要进一步固化,进而规范化、流程化、程序化。由于他的积极参与和指导,有力维护了广大职工的合法权益,也起到了凝聚人心,激发职工工作热情的作用。羚锐制药顺利成功上市,成为鄂豫皖革命老区 and 国内贴膏剂药业中首家上市企业,并先后被荣获“河南省五一劳动奖状”、“河南省厂务公开工作先进单位”、“河南省推进集体合同劳动合作工作先进单位”、“全国医药优秀企业”、“中国中药行业‘AAA 级信用企业’”、“全国精神文明建设工作先进单位”,同时被认定为“河南省百高企业”、“河南省百户重点工业企业”、“国家火炬计划重点高新技术企业”;公司党委被命名表彰“全国先进基层党组织”;公司已由大别山深山区一个科技扶贫企业发展成为在北京、郑州、常州、信阳等地控股、参股十余家企业的国家高新技术企业和公众上市公司。熊伟本人也先后荣获“信阳市五一劳动奖章”和“全国优秀工会积极分子”称号。

党的“十八大”报告强调:在新的历史条件下夺取中国特色社会主义新胜利,必须坚持人民主体地位,必须坚持推进改革开放,走共同富裕道路,必须坚持促进社会和谐。作为国家扶贫龙头企业,羚锐制药志在做强做大企业,带动区域经济发展,造福一方百姓,推动老区小康和谐社会建设。相信有熊伟这样的企业家的带领,羚锐人一定会实现做实做精产业链条,做强做大企业品牌,进而为区域经济社会发展做出更大的贡献!

(汤兴)

业园区建设迅速,内服药生产基地实现了异地建设、搬迁;科技创新工作再迈新台阶,羚锐小羚羊退热贴、羚锐驱蚊贴顺利投放市场,化学药贴剂叫味美辛贴剂、晕车贴、戒烟贴等产品的工艺研发及材料申报备案得以推进;公司还获准设立河南省羚锐经皮给药院士工作站。不仅如此,公司控股企业羚锐生物药业、羚锐正山堂养生茶、绿达山茶油等大健康产业均取得积极进展,显示了良好而强劲的发展势头。

熊伟敏于思、善于学,注重切实强化党建、工会相关理论和企业现代管理知识的学习,并在实际工作中,重视理论与实际相结合,为推动企业持续发展和工会工作发挥了促进作用。在他和公司高管人员的积极倡议与组织中,公司及时设立“职工互助基金”,为每位职工建立医疗、养老、失业、工伤保险和住房公积金,规范了劳动合同制度。同时,还在河南省建立了首家以企业为主体的慈善机构——河南省羚锐老区扶贫帮困基金会。

熊伟工作作风民主,注重密切联系群众,经常深入生产、营销和科研一线考察、调研。仅 2013 年,他就出差在外 300 余天,有时在车上、有时在乡镇卫生院,有时在医药公司或医药连锁店,他总是与一线营销人在一起,来往于繁华都市、出入城乡医药市场,跑市场、进社区、走乡村,为羚锐营销人解决工作和生活中的许多困难。不仅如此,他还在百忙中身体力行,主导并积极组建了羚锐制药营销人未来星俱乐部、羚锐营销人终端商学院,并亲自为大家辅导讲授企业管理、医药营销等知识,为促进企业持续、健康发展打下了良好的人才基础。

由于熊伟的积极工作,羚锐制药的厂务公开工作确保了职工民主监督、民主管理的权利,反映职工愿望,从制度上落实了职工当家作主的权利,有力地维护了广大职工的合法权益,也起到了凝聚人心,激发职工工作热情的作用。羚锐制药顺利成功上市,成为鄂豫皖革命老区 and 国内贴膏剂药业中首家上市企业,并先后被荣获“河南省五一劳动奖状”、“河南省厂务公开工作先进单位”、“河南省推进集体合同劳动合作工作先进单位”、“全国医药优秀企业”、“中国中药行业‘AAA 级信用企业’”、“全国精神文明建设工作先进单位”,同时被认定为“河南省百高企业”、“河南省百户重点工业企业”、“国家火炬计划重点高新技术企业”;公司党委被命名表彰“全国先进基层党组织”;公司已由大别山深山区一个科技扶贫企业发展成为在北京、郑州、常州、信阳等地控股、参股十余家企业的国家高新技术企业和公众上市公司。熊伟本人也先后荣获“信阳市五一劳动奖章”和“全国优秀工会积极分子”称号。

党的“十八大”报告强调:在新的历史条件下夺取中国特色社会主义新胜利,必须坚持人民主体地位,必须坚持推进改革开放,走共同富裕道路,必须坚持促进社会和谐。作为国家扶贫龙头企业,羚锐制药志在做强做大企业,带动区域经济发展,造福一方百姓,推动老区小康和谐社会建设。相信有熊伟这样的企业家的带领,羚锐人一定会实现做实做精产业链条,做强做大企业品牌,进而为区域经济社会发展做出更大的贡献!

新闻集装箱

●据国家发展和改革委员会 7 日介绍,今年 3 月政府首次启动冻猪肉收储后,生猪价格逐渐止跌企稳,结束了连续 19 周下跌,但生猪养殖依然亏损较多。为此,国家将于近期启动第二批中央储备冻猪肉收储,以促进生猪价格合理回升,维护养殖户利益,稳定生猪生产,缓解生猪市场价格的周期性波动。截至 4 月 30 日,全国平均生猪出场价格为每公斤 11.14 元,结束连续 19 周下跌,比上周末小幅回升 0.85%;猪粮比价为 4.64:1,结束连续 16 周回落,比上周末小幅回升 0.04 个点。天津、河北、上海、浙江、安徽、福建、山东等地回升幅度较大。

●大型超市是不少市民经常购物的场所,但超市销售食品的质量也并非全部过关。近日,北京市食药监局通报,在位于昌平南环路的花润万家生活超市检出了 2 款不合格商品,其中一款不合格的铁观音稀土元素超标近 3 倍。本次通报有“瑞林斋”牌多味酥等 4 种不合格食品。其中,“小美梅”牌陈皮梅软糖测出了甜蜜素和糖精钠的成分。这两类物质均是甜味剂,消费者如果经常食用甜蜜素含量超标的食品,会对人体的肝脏和神经系统造成危害,特别是对代谢排毒能力较弱的老人、孕妇、小孩危害更明显。

●据 BBC 报道,由于网上请愿行动的压力,世界最大的饮料生产厂家可口可乐,计划在年底前去除旗下一些品牌中有争议的饮料成分溴化植物油(英文简称 BVO),而中国所有的饮料中未添加该种成分。据悉,BVO 的反对行动由是一位名叫萨拉卡瓦纳(Sarah Kavanagh)的少女开始的。她质问为什么 BVO 被用于以健康和运动为目标人群的饮料。已经有上千人在她的去除 BVO 请愿书上签名。溴化植物油是果味和运动饮料中使用的添加剂,发挥稳定剂的作用,其使用获得美国食品和药物管理局的批准。但在欧洲和日本某些领域该物质是被禁用的。可口可乐中国方面负责人接受中国记者采访时表示,中国场所销售的所有饮料,均没有添加 BVO,因此此次行动不涉及中国市场。

●随着《舌尖上的中国 2》的开播,吃货们又开始蠢蠢欲动。美食爱好者刘玉在微博吐槽,“懒人”越来越多,现在连油条都开始速冻了,就是不知道安全性如何?武汉轻工大学食品科学与工程学院副教授胡秋林表示,速冻食品采用的是低温储存的工艺,这种工艺已经很成熟很安全。他说,-18℃是速冻食品的平均温度,除非是原料问题,一般都很安全。据称,目前我国速冻食品的工艺已与国际比肩。他提醒消费者,购买速冻食品后,不要反复冻藏,否则会滋生大量细菌。资料显示,美国疾病预防控制中心的国家健康与营养调查项目在 2003-2010 年间进行了一项名为“美国人吃什么”的调查,结果显示,吃冷冻食品的人比起吃快餐的人平均少摄取 253 卡路里,也就是说,冷冻食物比快餐店的食物更健康。

●日前有读者反映,在澳大利亚和中国均有销售的贝拉米“婴儿辅助食品”系列产品包装上,赫然印有“本产品不含任何来自中国的原料”的字样。人民网在得知此事后,与贝拉米方面取得联系,询问将这一涉嫌歧视意味的字样印在产品包装上的原因。在收到询问后约 48 小时,贝拉米市场部做出回应。在其回复的邮件中,贝拉米市场部负责人本·拉维特对人民网表示,该企业会定期更新和评估其产品包装,并在这一过程中考虑其收到的反馈意见。至于印刷上述语句的原因,贝拉米方面给出的解释是:“我们能够理解家长们对婴儿食品的原料越来越感到关心。我们认为有责任告知那些对此感兴趣的家长,我们的产品并不含有来自中国的原料。尤其是对来自中国的消费者,他们信赖贝拉米的产品是全部进口的。”

●记者从北京市农业局植保站获悉:一套严格的监督、退出机制正在京郊各蔬菜基地推行,去年以来评出的 20 家蔬菜全程绿色防控示范基地率先纳入考核。所有示范基地将采取严格的管理措施,保证蔬菜绿色防控技术使用率、覆盖率及产品农药残留检测合格率达到“三个 100%”。一旦有了问题,这些基地会被公开曝光、摘牌。”北京市植保站站长周春江告诉记者,目前具体的监督、退出机制已经制定出来。

●从本月起,北京市人大常委会将启动《北京市市容环境卫生条例》实施情况的检查工作,通过明察暗访、全面检查与专项检查相结合等方法,对城乡接合部、背街小巷等区域的市容环境卫生等进行执法检查。如一些道路上的早餐车已从经营时段上路经营变到全日全时段占路经营,报刊亭变到亭外经营、经营食品等,占地越来越大等问题。该负责人表示,将组织开展城市道路公共服务设施全面清理的专项工作,改变设施脏乱、随意设置的面貌。运用经济调节手段,按设施占用的道路公共空间,建立阶梯补偿价格机制,减少经营性设施无序占用公共空间,限制大体量设施上路。

(综合)