

直击五粮液2022年度股东大会：产品动销旺盛 分红比例逐步提高



五粮液生产线 公司供图

► 五粮液股东大会现场

本报记者 康曦 摄

► 五粮液股东大会现场

本报记者 康曦 摄

5月26日,五粮液召开2022年度股东大会。公司分红规划、产品动销等是与会人士的关注重点。五粮液集团(股份)公司党委书记、董事长曾从钦表示,在公司有较好收益的前提下,会逐步提高分红比例。2022年,五粮液现金分红总额为146.8亿元,再创历史新高。

今年以来,随着消费逐步复苏,五粮液产品动销旺盛。五粮液股份公司副总经理刘洋表示,公司产品动销从今年年初开始持续增长,增速非常快。1月至今,公司26个营销大区第八代五粮液动销实现了两位数的增长,部分大区实现20%以上的增长。“五一”期间,公司线下、线上收入分别是去年同期的1倍、1.5倍。公司产品开瓶率高,库存消化很快。

● 本报记者 康曦

库存消化速度快

第八代五粮液(普五)是五粮液千元价格带的核心大单品。刘洋表示,受多因素影响,今年初“普五”价格有所波动,但目前价格已企稳,逐步回升。

五粮液对未来发展的信心一方面来自于公司产品动销的恢复。刘洋透露:“过去3年,由于消费场景缺失,消费力下降,经销商有一定库存,为了保障经销商的合理利润空间,我们产品没有进行提价。今年1月至今,公司26个营销大区第八代五粮液动销实现了两位数的增长,部分大区实现20%以上的增长。我们的酒卖得好,开瓶率也很高,库存消化很快。”

另一方面,信心来自于公司对高端白酒市场的看好。曾从钦认为,中国白酒已经进入结构性增长的周期,随着中等收入和高品质人群的增加,市场对高端白酒的需求也在增长。整个高端白酒,特别是千元价格带的市场供给还是偏紧。

在曾从钦看来,当前五粮液正处于多重利好的“三期叠加期”,即宏观向好的发展窗口期、政策加码的战略机遇期、行业集中的结构红利期,未来发展值得期待。

当前,我国白酒市场集中度不断提高。2022年前六大白酒上市公

司营业收入、归母净利润在19家白酒上市公司中的占比分别提高了1.87个百分点、1.05个百分点,川酒产量、收入已占全国52%、利润占34%。从政策层面来看,今年四川发布《四川省工业“珠峰攀登”行动方案》,优质白酒入选了全省10大优势产业名单,将培育打造成为世界一流产业;宜宾市委、市政府正在起草新一轮更大力度支持五粮液高质量发展的实施意见。

分红金额再创新高

分红是今年五粮液股东大会上的一个备受关注的关键词。曾从钦表示,在公司有较好收益的前提下,会逐步提高高分红比例。

持续稳定的成长性内投资价值。一直以来的,五粮液都高度重视为投资者创造良好回报。五粮液2022年的利润分配方案是向全体股东每10股派37.82元(含税),现金分红总额为146.8亿元,分红比例为55%,分红金额再创新高。公司系四川唯一一家连续三年现金分红超100亿元的上市公司。近八年来,五粮液分红率维持在50%左右。自

1998年上市至今,公司累计实施了21次现金分红,分红金额共计760亿元,是上市以来募集资金总额的19倍。在深市白酒公司中,五粮液累计现金分红额排名第一。

截至2022年末,五粮液账上货币资金为923.58亿元。对于货币资金的使用规划,五粮液股份公司财务总监谢治平表示:“公司将在保障资金、生产经营安全的前提下,多维度提升资金使用效率。一方面是持续回报股东;另一方面是择优投资。公司正在实施高质量倍增工程,目前新建和续建的重大项目有23个,总投资超百亿元;公司高度关注行业机会,将在合适的时机对优质资源进行整合;同时,合理配置定期存款和理财产品,进一步提升资金的整体收益率。”

系列酒向中高价位聚焦

2023年五粮液的目标是力争营业总收入继续保持两位数的稳健增长。五粮液提出,到“十四五”时期末,公司原酒产能要达到20万吨,基酒存储能力达到100万吨,销售收入突破1000亿元,利润总额达到800亿元。

为了实现战略目标,五粮液2023年的工作重点将聚焦在提升名酒产量、完善产品结构和深化营

销改革等多个方面。

“五粮液将坚持两条腿(加强优质产能建设和提高五粮液名酒产能)走路,确保与高端白酒市场扩容相匹配。持续完善‘1+3’产品矩阵,‘1’为巩固提升第八代五粮液千元价位带核心大单品,‘3’是坚持经典五粮液的核心战略产品地位,针对性推出限量定制版经典系列产品;牢固树立‘王冠上的明珠’501五粮液价值标杆,积极做好申购工作;坚持品质、风味、健康导向,加大高端个性化文化酒产品开发力度,着力提升五粮液·紫气东来、生肖系列酒、陈年五粮液的影响力。”曾从钦表示。

系列酒方面,五粮液旗下浓香酒系列酒将聚焦五粮春、五粮醇、五粮特头曲、尖庄全国性战略大单品打造,持续清理低质低效产品品牌,持续向中高价位、自营品牌、优势品牌聚焦。

在市场营销上,五粮液将深入实施“总部抓总、大区主战”策略,着力实现主战区更加高效、费用投入更加优化、营销团队更加有为。在持续优化传统经销商结构的同时,公司今年将加大推进直营渠道建设。专卖店方面,要完成第五代店推广建设,加快推进智慧门店建设,持续加大空白市场布局,新增300家专卖店。

宝武集团董事长陈德荣：“十四五”期末集团上市公司数量将增至20家

● 本报记者 李梦扬

深化国资国企改革,积极打造高质量上市公司是国资央企坚定不移做强做优做大国有资本和国有企业、为国民经济稳致远提供有力支撑的“关键一招”。在日前宝武集团举办的下属上市公司投资者统一见面会上,宝武集团党委书记、董事长陈德荣表示,要加强上市公司价值管理,提升上市公司质量。为此,宝武集团搭建了上市公司价值管理体系。同时他提出,宝武集团目标是“十四五”期末,上市公司数量增加到20家,形成在产品市场具有竞争力、在资本市场具有影响力的“宝武系”上市集群。

推动上市公司开展股权激励

为进一步增进央企上市公司市场认同和价值实现,强化投资者关系管理,近日,宝武集团举办下属上市公司投资者统一见面会。本次投资者统一见面会参与单位包括宝武集团总部相关部门、13家下属上市公司,同时超过100家机构投资者受邀到场。

陈德荣介绍,2022年,宝武集团营业收入首次破万亿,达到1.16万亿

元,在《财富》世界500强排名中首次跻身前50,排名第44位。宝武集团2035年远景目标是“亿万千十,五四三二一”,其中“亿万千十”指向规模和效益,“五四三二一”突出能力和效率。

围绕上市公司价值管理和高质量发展,陈德荣在致辞中重点强调了三点:一是要高度重视上市的重要意义,不断提升上市公司规模。宝武集团高度重视上市工作,把推进子公司上市,作为优化国有资本布局、提高治理水平、增强经营活力、促进做大做强的重要手段。宝武集团目标是“十四五”期末,上市公司数量增加到20家,形成在产品市场具有竞争力、在资本市场具有影响力的“宝武系”上市集群。

二是要大力实施机制创新,积极推动上市公司开展股权激励。宝武集团鼓励上市公司进行机制创新、推行股权激励。为确保股权激励的效果,建立了上市钢企“同台PK”机制,按照相同的“节奏、规则、指标”同步实施钢企股权激励,起到了较为明显的激励作用。

三是要加强上市公司价值管理,提升上市公司质量。宝武集团围绕

“价值创造、价值营销、价值实现”三个核心环节,搭建了全面、客观、系统的上市公司价值管理体系。

针对宝武集团上市公司价值管理体系,宝武集团产业金融发展中心主任、资本运营部总经理路巧玲介绍,目前设定的可量化的指标体系包括3个一级指标,15个二级指标,21个三级指标。从今年集团开展的首次评价情况来看,2019年至2021年,13家上市公司价值管理评价分数逐年提高,上市公司在价值创造、价值营销等环节多措并举,成效显著。

重视回报股东

估值高低直接体现市场对上市公司的认可程度。国有上市公司估值方面,宝武集团表示,一方面要“练好内功”,围绕建设现代化产业体系,加强专业化战略性整合,提升核心竞争力;另一方面,要进一步强化公众意识,主动加强与投资者关系管理,让市场更好地认识企业内在价值。

近期,“中特估”概念备受市场投资者关注。高质量发展的大背景下,央企龙头有望成为相关产业链“链长”,促进其资产价值持续性提升。

作为宝武集团13家下属上市公司之一,宝钢股份亦参加了此次投资者统一见面会。宝钢股份总经理吴小弟在接受投资者调研时表示,作为中国钢铁行业的龙头企业,宝钢股份具备中特估底色。未来钢铁行业集中度提升,处于竞争格局逐步优化的上升通道,宝钢股份是一家下有绝对收益安全垫,上有并购整合、低碳冶金、海外布局成长性的优秀上市公司,值得大家关注。

从资本市场角度看,中国银行上海市分行公司金融部总经理王孟颖接受记者采访时表示,央企上市公司在资本市场当中发挥着重要作用。资本市场和央企上市公司两者相互赋能,优质的央企上市公司为资本市场的发展壮大贡献力量,同时央企上市公司进入资本市场亦促进了其自身融资。

从回报股东看,路巧玲表示,目前宝武集团重视股东回报,实施股利分配政策的子公司家数不断增多。2022年9家上市公司制定并实施了股利分配方案,较2019年增加2家,并对持续分红或最低分红比例作出了积极承诺,其中5家子公司分红金额同比有所增长。

专家建议 提升数据质量 完善数字政府体系框架

● 本报记者 张冉

5月26日,2023中国国际大数据产业博览会在贵州省贵阳市开幕。与会嘉宾表示,高质量推进数字政府建设要加强改革创新,不断完善数字政府体系框架;在探索数字金融创新发展模式的同时,要加强数字金融的监管和风险防控,确保数字金融业务的稳健运营。

助力政府职能转变

作为2023数博会的活动之一,多位专家、学者在5月25日举办的“数字政府”论坛中以“激发数据要素价值赋能数字政府建设”为主题,共同探讨数字政府在服务国家重大战略、促进经济社会高质量发展等方面的特殊使命。

中国信息协会副会长侯林玲认为,加强数字政府,服务是根本,数据是关键,制度是保障,安全是底线。在服务方面,加快政府数字化转型,全面提升政府履职效能。统筹推进各行业、各领域政务应用系统集约建设、互联互通、协同联动,充分发挥数字化在政府履行经济调节、市场监管、社会管理、公共服务、生态环境保护等方面的职能和重要支撑作用,构建协同高效的政府数字化履职能力体系。在数据管理方面,需要提高数据共享开发利用水平,加快推进公共数据资源开发利用,探索建立制度规则,规范开发利用行为,充分发挥数据的赋能作用,激活市场活力。

“高质量的数据资源是建设起来,不是搜集起来的。搜集起来的是政府数据,但不等于政府的高质量数据。所以我们要提升存量,规范增量。”工业和信息化部原副部长、北京大学兼职教授杨学山认为,提高数字质量,从采集到解释、到体系、到应用,要有完整的标准。要在建立标准、制度、工具方面下功夫,不断提高数字质量。

中央党校电子政务专家研究中心主任、国家电子政务专家委员会副主任王益民认为,数字政府建设仍面临一系列重要挑战。区域发展不平衡、法律法规不完善、信息资源共享难、专业人

亚华电子：紧抓行业风口 做优做强智慧病房

● 本报记者 张鹏飞

5月26日,山东亚华电子股份有限公司(简称“亚华电子”)在深交所创业板敲钟上市,成为国内医院智能通讯交互行业第一股。亚华电子董事长耿玉泉在上市仪式上表示,公司成功登陆创业板,将为公司发展注入更强劲的动力,助力亚华开辟更广阔的发展空间。未来,亚华电子将初心不改,深耕医疗、养老行业,继续向着做百年企业、做良心亚华的美好愿景努力前行,用业绩回报股东、回报社会。

据介绍,亚华电子本次发行拟募集资金约3.19亿元。其中,拟投资1.53亿元在淄博市高新区新建智慧医疗信息平台升级及产业化项目,投资建设期为3年。拟投资7867.29万元用于研发中心建设,进行5G远程会诊系统、手术室协同系统、室内定位系统等课题的研发,从而提升公司的研发水平。同时,拟投资4735.07万元进行营销网络项目建设,在国内各省会城市或核心城市增设13个营销网点,各网点辐射范围为所在省域。

公司实控人、董事耿斌表示,此次IPO将进一步增强公司实力和竞争力,进一步促进公司长期稳定发展。同时,公司将时刻牢记以股东利益最大化为基本的经营方针,通过技术进步、管理创新、成本控制等措施,提高竞争实力,保持持续增长,向股东提供合理的投资回报。

作为A股医院智能通讯交互第一股,亚华电子是国内最早从事医院智能通讯交互系统研发的企业之一,具备行业优良的品牌口碑,能够通过丰富的客户经验促进产品优化迭代,并在创新研发进程中不断总结行业需求与痛点。据介绍,亚华电子产品用户遍布全国,已累计服务包括北京协和医院、中国人民解放军总医院、四川大学华西医院、山东大学齐鲁医院等知名医疗机构。在“复旦版中国医院排行榜”前百家大医院中,亚华电子服务了其中75家。

深耕医养场景

招股书显示,公司拥有成熟专业的研发团队、运转高效的研发体系、健全的研发管理制度,在北京、深圳、青岛、济南多地设立了研发中心。公司自成立以来,不断深耕医院智能通讯交互领域,通过自主研发创新形成了组件化医护通讯控制台技术、mangoRTC音视频通讯平台技术等多项自主核心技术。同时,凭借长期的技术、经验积累及高效的研发体系,已经形成了多层次、多场景的智能化产品体系,实现了新旧产业的快速过渡转型。

耿斌在上市仪式上表示,亚华电子一路走来,执着于“科技守护医养文明”的使命,怀揣着“做百年企业、做良心亚华”的初心。“此次公司登陆资本市场,是一个新的开始。未来的路,亚华电子愿与更多的合作伙伴携手向前,为医养大健康行业创造更大的价值。”

专家认为,我国医院正在向智慧医院快速转型,医院信息化、智能化建设需求快速攀升,各地积极推动的新医院、大型医学中心建设以及存量医院的升级改造也迅速增加,智慧医院的“风口”已来。

数据显示,随着我国医疗卫生机构数量的不断增加以及原有医疗机构病区的改扩建,我国的医疗卫生机构

才匮乏等问题还大量存在,政府治理数字化水平与现代化发展的要求相比仍有较大差距。王益民表示,高质量推进数字政府建设要加强改革创新,不断完善数字政府体系框架,推进整体协同、敏捷高效、智能精准、开放透明、公平普惠的数字政府建设进程。

优化监管政策

5月26日,在2023数博会“数字金融推动‘科技-产业-金融’良性循环”论坛上,国家发展和改革委员会副秘书长周晓飞表示,在探索数字金融创新发展模式的同时,也要加强数字金融的监管和风险防控,确保数字金融业务的稳健运营。主管部门要发挥好监管作用,创新监管方式,打造数字金融的监管体系,确保数字金融的良性发展。

周晓飞认为,在数字金融的创新发展中,数据是最核心的资源,也是数字金融最重要的基础设施。发展数字金融,需要加强数据安全保护,推进数据跨部门、跨行业的开放共享,促进数据的流动和应用,支持数据资产的价值挖掘和创新利用。

中国互联网金融协会会长、会长单强认为,我国数字供应链金融经过一段时间的发展已取得较好的发展成效,但是也面临着核心企业自身数字化基础弱和供应链管理能力不足,供应链上下游众多中小企业数字化程度还比较低,数字化供应链金融业务开展依然面临“数字鸿沟”等多方面的挑战。

面对数字供应链金融领域的重要机遇和现实挑战,单强表示,要不断优化监管政策,进一步加强金融、商贸、数据、司法等领域的政策协同,研究制定数字供应链金融专项政策,做好相关业务顶层设计和全生命周期指导。要持续深化业务机制,进一步加强金融机构、核心企业、仓储物流企业、科技公司的深度合作,通过联合建设数字基础设施、合作成立平台运营机构、研发数字化转型共性解决方案等有效的方式,建立健全“横向协同、纵向协作、激励相容”的业务推进机制,着力形成多方参与、共创共赢的数字供应链金融生态体系。