

西麦食品：一颗燕麦“链”出健康食品大产业

萌芽，抽穗，成熟……在张北坝上草原，一颗颗有机燕麦要经过120天阳光雨露的洗礼，才能走上人们的餐桌；创业，上市，前行……发轫于岭南奇山秀水之地，西麦食品用30年时间打通了燕麦健康食品全产业链，在全球燕麦品牌中脱颖而出。

“坚持做强燕麦产业链，不赚快钱。”在公司成立30周年之际，西麦食品创始人、董事长谢庆奎在接受中国证券报记者专访时表示，作为中国燕麦行业唯一一家全产业链A股上市公司，西麦食品从燕麦育种和种植开始介入，全程参与从田间到餐桌的各个环节，在研发、生产、销售等环节均拥有较强掌控力。未来，公司将继续扩大和延伸产品线，进一步扩大海外市场。

● 本报记者 齐金钊



西麦食品生产车间

公司供图

30年前，凭借敏锐、独到的眼光，谢庆奎在食品领域开启创业历程。彼时，中国保健食品行业正处蓝海，公司凭借珍珠燕窝等爆款产品，很快做到3000万元的年销售额。然而，野蛮生长的保健品市场很快就遭遇信任危机，这让谢庆奎刚有起色的事业一下子陷入谷底。

在这个关键时刻，谢庆奎找到了燕麦

这颗“金种子”。彼时，有食品专家建议他做燕麦食品，因为燕麦食品健康、营养价值高，且价格合适。经过一番调研后，谢庆奎决定，要用燕麦这个新产品帮助企业走出困境。就此，西麦食品开启了长达30年的健康产业链之路。

“30年来我们始终围绕燕麦健康产业开展研究与经营，集团成为中国燕麦

行业唯一一家全产业链上市企业。”谢庆奎介绍，公司从燕麦育种和种植开始介入，全程参与从田间到餐桌的各个环节。如今，西麦食品成立了燕麦“全产业链育种栽培”国际研究中心，与燕麦科学家团队深入合作，形成了“产学研”模式。

“我们优选燕麦育种专家培育的专属

品种，从源头构建高端燕麦产品，实现质量与品牌价值增值。”谢庆奎介绍，如今公司燕麦原料均出自全球公认的燕麦黄金种植产地，拥有澳洲绿色燕麦原料基地、张北有机燕麦原料基地、呼伦贝尔海拉尔绿色燕麦原料基地。未来，公司将加大国内黄金燕麦产区基地拓展，助力中国燕麦产业发展。

谈及经营理念，谢庆奎提到最多的关键词是“专注”和“不赚快钱”。在西麦食品发展壮大过程中，曾经有国外燕麦食品巨头向其抛出“橄榄枝”想收购公司。

“一家美国餐饮巨头，想出资2亿元收购西麦食品。另一家全球食品巨头提出以9亿元参股，我都拒绝了。”谢庆奎说，做强燕麦食品是长期事业，自己想一直经营下

去，因此控制权不能交到别人手上。

谢庆奎的执着促成西麦食品在激烈的市场竞争中不断发展壮大，并为其在A股上市打下坚实基础。

2019年，西麦食品在深交所敲钟上市。此后，借助资本市场助力，西麦食品的业绩和市场份额稳步攀升。

2023年前三季度，西麦食品实现营业总

收入11.33亿元，同比增17.64%；其中，第三季度实现营收4.32亿元，同比增长30.57%，收入增速创上市以来新高。同时，公司主营业务盈利能力持续增强，前三季度扣非净利润约8374万元，同比增长44.01%。

从市场份额看，根据权威市场调研公司欧睿国际数据，在中国燕麦谷物品牌中，西麦食品连续4年排名第一。2022年，中国

内地燕麦谷物零售市场规模约110亿元，其中西麦食品的市场份额约20.5%。

西麦食品积极回馈资本市场。中国证券报记者注意到，自上市以来，西麦食品积极实施利润分配政策，在保证业务持续发展的同时持续提高股东回报。2019年上市至今，公司每年均实施现金分红，累计现金分红3.08亿元，占公司期间净利润的61.29%。

面向未来，谢庆奎表示，2024年是西麦食品成立30周年，也是新的起点。过去三十年，西麦食品已经实现初步目标；未来三十年，公司希望进一步做大国际市场。

“成本优势是西麦食品的‘护城河’，这是我们长期打磨的结果。”谢庆奎

说，公司掌控终端的能力较强，未来将继续围绕渠道、品类进行拓展，提升产品市占率。

在渠道建设方面，西麦食品紧跟时代发展潮流，已经在淘宝、京东等线上渠道进行布局。在产品拓展方面，谢庆奎称，公司将继续加大研发投入，不断创新产品和技

术，提升品牌影响力和市场竞争力。

除了重视渠道的创新拓展，西麦食品的产品创新研发能力是持续获得市场的另一大核心竞争力。2022年，公司燕麦新品带来的销售增量超亿元。2023年，西麦食品持续加大产品研发投入，前三季度研发投入同比增长32%。

“前30年，公司打造产品主要通过物理混合。未来30年，公司计划通过生物技术，推出功能性产品。”谢庆奎表示，2023年，公司的燕麦产品已经向十余个国家和地区出口。2024年，公司将进一步扩大海外市场，让更多的人享受到健康美味的燕麦食品。

A股公司频推员工持股计划 完善利益共享机制

● 本报记者 康曦

A股公司频频推出员工持股计划。据中国证券报记者不完全统计，今年以来已有近70家公司推出员工持股计划或者相关草案，更多公司正筹划推出员工持股计划。相关上市公司表示，推出员工持股计划的目的是留住核心人才，调动员工积极性，激励公司长期业绩达成，促进可持续发展。

科方得智库研究负责人张新原在接受中国证券报记者采访时表示，员工持股计划是上市公司吸引和留住人才的重要手段，同时有利于提升公司形象。

龙头公司频现

多家行业龙头公司推出了员工持股计划，希望通过员工持股计划，建立和完善员工、股东利益共享机制，进一步提升公司治理水平。

3月28日，泰恩康和天味食品发布2024年员工持股计划（草案）。其中，天味食品推出的员工持股计划拟募集资金总额不超过3761.28万元，参与对象不超过120人，包括公司董事、高级管理人员、中高层管理人员、核心业务（技术）骨干及董事会认为需要激励的其他人员。

2023年，火锅底料龙头天味食品实现归属于上市公司股东的净利润4.57亿元，同比增长33.65%。

全国教育考试信息化行业引领者佳发教育3月27日发布2024年员工持股计划（草案），参加对象为公司董事、高级管理人员、监事、中层管理人员及核心骨干，总人数不超过86人。

作为国内按摩椅市场的龙头及全球按摩

椅重要生产企业，荣泰健康在行业内具有优势地位。荣泰健康推出了2024年员工持股计划，参加对象包括公司董事、监事、高级管理人员、中层管理人员及核心骨干员工等，初始设立时总人数预计不超过120人，拟筹集资金总额上限为3200万元。

经过二十多年发展，李子园已成为布局全国市场的知名含乳饮料企业。李子园推出的2024年员工持股计划显示，参与对象为公司董事、监事、高级管理人员、中高层管理人员、核心业务（技术）骨干及董事会认为需要激励的其他人员，首次受让部分的参与人数为不超过379人，拟募集资金总额不超过6375万元。

华铁应急自设立以来主要从事设备租赁业务，现形成高空作业平台租赁服务、建筑支护设备租赁服务和地下维修维护服务三大业务板块布局。经过长期发展，公司已成为国内头部设备租赁企业。华铁应急在1月6日推出了第二期员工持股计划，参与人员为公司董事、监事、高级管理人员和核心骨干人员，初始设立时总人数不超过30人，拟筹集资金总额上限为2578.72万元。值得注意的是，为提高员工参与本次持股计划的积极性，公司实际控制人胡丹锋将向参与员工提供保底承诺。

资金来源多样

大部分员工持股计划的资金来源为员工合法薪酬、自筹资金以及法律法规允许的其他方式，部分公司推出的员工持股计划资金来源涉及大股东有偿借款、专项金融产品等。

作为中国第三方检测与认证服务的开拓者和领先者，华测检测2月22日推出了2024

年第一期员工持股计划（草案），参加对象为公司管理骨干、业务骨干，总人数不超过400人，拟筹集资金总额上限为3000万元。资金来源为员工自筹资金与大股东提供有偿借款，借款期限为员工持股计划的存续期。

三诺生物1月4日推出的第三期员工持股计划（草案）显示，参与对象为公司高级管理人员和其他员工，总人数不超过18人，拟筹集资金总额上限为7707万元。该员工持股计划的资金来源除了员工合法薪酬、自筹资金，还包括控股股东及实际控制人李少波向员工提供的借款。

天宇股份2024年员工持股计划的资金来源为员工自有资金（包括合法薪酬及自筹资金）以及公司提取的2024年至2026年专项激励基金以及法律法规允许的其他方式。该员工持股计划资金总额上限为4315万元。其中，员工自有资金不超过1915万元，公司计提的激励基金不超过2400万元。

万凯新材是全球领先的聚酯材料研发、生产、销售企业之一。公司第一期员工持股计划拟筹集资金总额不低于9000万元，且不超过1.1亿元。该员工持股计划拟通过专项金融产品取得并持有股票，并拟通过融资融券等法律法规允许的方式实现融资金与自筹资金的比例不超过1:1。

皓元医药2024年员工持股计划拟筹集资金总额不超过7500万元，拟通过专项金融产品取得并持有股票，并拟通过融资融券等法律法规允许的方式实现融资金与自筹资金的比例不超过1:1。

提高团队凝聚力

A股公司推出员工持股计划，主要是为了增强员工的归属感，提高团队凝聚力，以期

在激烈的市场竞争中取得优势。

和邦生物2月20日推出第三期员工持股计划，公司全体员工自愿参与，总人数不超过7211人。其中，参与员工持股计划的董事、监事、高级管理人员共计10人，拟筹集资金总额1.6亿元。公司称，本次制订员工持股计划的目的在于建立和完善劳动者与所有者的利益共享机制；进一步完善公司治理结构，倡导公司与个人共同持续发展的理念，有效调动管理者和公司员工的积极性；吸引和保留优秀管理人才和业务骨干，兼顾公司长期利益和近期利益，更灵活地吸引各种人才。

全联并购公会信用管理委员会专家安光勇表示，员工持股计划通过使员工成为公司股东，增强了他们与公司利益的紧密关系，促使员工更积极地参与企业决策，提升绩效。

三诺生物表示，实施员工持股计划目的是留住核心人才，调动员工积极性，为更好地保障本次持股计划激励与约束的有效性，建立了严格的个人绩效考核，有利于鼓励核心员工长期服务，激励公司长期业绩达成，促进公司可持续发展；同时，激励对象的收益取决于未来业绩考核达成及市值增长情况，有效地将公司、股东与员工利益保持一致，且实现长期深度绑定。

北大纵横管理咨询集团高级副总裁孙连才提醒，员工持股计划可以激励员工积极地为公司创造价值，提高企业经营绩效。同时，增强员工的归属感，留住优秀人才，有利于增强公司的稳定性和抵御风险能力，提高公司市场竞争力。但在设置员工持股计划方案时，上市公司需考虑市场环境、行业竞争情况以及公司的发展阶段、财务状况等。

815家公司披露2023年年报

669家公司计划现金分红

● 本报记者 董添

Wind数据显示，截至3月28日22时，A股共有815家上市公司披露了2023年年报。其中，669家公司计划现金分红，占比约为82.09%。现金分红成为上市公司发布年度利润分配方案的“标配”，龙头公司成为现金分红“主力军”。

业内人士表示，在政策的推动下，上市公司现金分红力度加大，有助于引导投资者进行长期投资，实现企业和股东共赢。

部分公司分红力度较大

从分红比例看，计划每10股现金分红超过10元的上市公司有51家。

石头科技3月28日晚间披露2023年年报，公司共实现营业收入约86.54亿元，同比增长30.55%；实现归母净利润20.51亿元，同比增长73.32%。石头科技分红预案显示，公司拟向全体股东每股派发现金红利4.68元（含税），拟以资本公积向全体股东每10股转增4股。

部分行业头部公司计划大手笔现金分红。以比亚迪为例，2023年，公司共实现营业收入6023.15亿元，同比增长42.04%；净利润为300.41亿元，同比增长80.72%。公司拟每10股派发现金红利30.96元（含税）。

另外，中国移动董事会建议，2023年向全体股东派发年度末期股息为每股2.4港元，连同已派发的中期股息，2023年全年股息合计每股4.83港元。合并计算，2023年全年，中国移动拟派息总额将达到1032.78亿港元。

部分公司持续多年进行高比例分红。盐津铺子近日披露2023年年报。公司2023年实现营业收入41.15亿元，同比增长42.22%；实现归属于上市公司股东的净利润5.06亿元，同比增长67.76%；基本每股收益为2.64元。分红预案显示，公司拟向全体股东每10股派发现金红利15元（含税），不送红股，拟以资本公积金向全体股东每10股转增4股。

据了解，自上市以来，盐津铺子积极回报投资者，持续较高比例现金分红。年报显示，2016年度至2022年度，现金分红（含股份回购）分别占当期归属于母公司净利润的28.95%、37.73%、35.17%、50.09%、114.62%、152.16%、100.24%。自2017年2月上市至今，公司累计现金分红9.47亿元，其中包括股份回购视同现金分红3.59亿元。

业内人士表示，上市公司加大分红力度，有助于引导投资者进行长期投资。投资者在选择投资标的时，可以关注企业的盈利能力和分红情况，分红比例较高的公司一定程度反映企业在经营过程中，兼顾了股东利益，有利于实现企业和股东共赢。

28家公司一季度业绩预喜

截至目前，共有31家上市公司披露了2024年一季度业绩预告，28家公司预喜，其中略增7家，扭亏3家，续盈2家，预增16家。已披露一季度业绩预告的上市公司整体业绩良好。

国光电器2024年一季度业绩预告显示，公司预计实现归母净利润为2600万元至2980万元，同比增长263.6%至316.74%。对于业绩变动的原因，公司表示，报告期内，公司产品销量增加，且高毛利产品占比增加，提高了公司毛利率。同时，公司持续贯彻各项降本增效措施，提升了公司整体盈利能力。

从行业角度看，医药生物、汽车、电子等行业2024年一季度预喜上市公司数量居前。

从汽车行业看，乘联会最新数据显示，乘用车市场方面，今年以来累计零售417万辆，同比增长16%。新能源车市场累计零售155万辆，同比增长38%。业内人士表示，乘用车销量实现增长提振了产业链相关上市公司业绩。

从上市公司方面看，松原股份预计，2024年一季度归属于上市公司股东的净利润为5200万元至5800万元，同比增长60.11%至78.59%；扣除非经常性损益后的净利润为5075万元至5675万元，同比增长73.26%至93.74%。2024年以来，乘用车市场保持平稳，公司延续快速发展态势；作为公司主营业务第二增长曲线的气囊，方向盘总成产品贡献度趋稳。

对于汽车行业后续发展，国海证券研报显示，国内整车厂进入海外扩张期，国内优质零部件海外基地2024年将逐步进入收获期。

从生物医药产业看，花园生物、佐力药业、片仔癀、圣诺生物等上市公司预计2024年一季度实现净利润同比增长。

其中，花园生物预计，2024年一季度归属于上市公司股东的净利润为8700万元至10200万元，同比增长67.76%至96.69%；扣除非经常性损益后的净利润为5700万元至7200万元，同比增长31.96%至66.69%。报告期内，公司销售市场推广服务费支出同比下降；非经常性损益对净利润的影响预计约为3000万元，主要在于子公司下沙生物完成搬迁工作，本期确认了相关搬迁收益。



视觉中国图片