

直击五粮液股东大会：

第八代五粮液价格稳定 优化投放节奏

6月28日，五粮液召开2023年度股东大会。由于报名参会的股东人数超出预期，五粮液临时将股东大会现场会议地点调整为上市公司多功能厅。会上，五粮液集团（股份）公司党委书记、董事长曾从钦表示，近期白酒价格波动较大，但在公司有效的管理下，第八代五粮液价格比较稳定地处于千元价位段。今年，第八代五粮液将遵循量价平衡原则持续优化投放节奏和商家结构，不盲目求增，新增计划投放量将向其他主销产品倾斜。

● 本报记者 康曦



五粮液股东大会现场

本报记者 康曦 摄

第八代五粮液库存合理

今年的五粮液股东大会，公司计划参会人数为400人，实际参会人数超过1000人，私募大佬、深圳林园投资有限公司董事长林园也现身股东大会现场。在高端白酒价格调整的背景下，股东和机构对于五粮液产品的价格以及社会库存等话题十分关注。

五粮液股份副总经理蒋佳表示，今年以来，第八代五粮液的动销和回款进度都符合公司预期，社会库存也比较合理。第八代五粮液的价格比较稳定地处于千元价位段，全年有望保持稳中有升的态势。

之所以能在白酒行业调整的背景下取得上述成绩，在蒋佳看来，得益于公司对市场节奏的科学把握以及一系列市场活动的开展：“在第八代五粮液的产品投放上，我们让市场合理投放，保持一定的产品稀缺性。同时，积极开展市场动销活动，在刚过去的端午节假期，第八代五粮液的动销保持了两位数的同比增长。公司目前正在总结今年端午动销活动亮点，积极谋划中秋国庆的营销战略。此外，我们积极通过回厂游、高端品鉴等活动，不断提高消费者的粘性。”

“从市场角度看，五粮液在千元价位段领先优势明显，具有‘三高一低’的特点，即市场占有率高、复购率高、开瓶率高、社会库存低，这是我们可持续

高质量发展的最大优势和底气。”曾从钦表示，“下一步，我们将持续遵循经济规律、尊重市场规则，做到三个‘坚定不移’。”

公司将坚定不移统筹好价格与价值的关系，加快推进产品价格向品牌价值的合理回归；坚定不移统筹好量价关系，始终坚持“有价才有市、有市才有量”的量价逻辑，努力推动市场实现良性增长；坚定不移处理好厂商关系，坚持共商共建共享，持续支持商家、赋能商家、助力商家，共同高质量做好渠道建设。

今年五粮液提出要更加贴近市场需求，持续完善产品结构，着力做深做透系列酒、做强年份酒系列、做精文化酒系列、做大浓香酒系列。曾从钦强调，39度五粮液、五粮液1618将开展深度打造，加快打造新的增长点。45度、68度五粮液则会积极做好商家布局和市场运营工作，加大空白市场、潜力市场的拓展力度。

提升渠道利润

在今年股东大会上，五粮液明确表示要更加贴近商家实际，着力提升渠道利润。

“我们将坚持向市场要效益、向管理要效率，积极引导商家顺价出货，增厚价差收益，提高盈利水平。”曾从钦表示，公司将在市场投放、市场管理、渠道管理、团队建设四个方面下力气。

“在主品牌上，公司会强化商家分级分类管理，根据商家实际客户资源、销售能力、动销质量等，全国一盘棋动态调整分配计划量；充分考虑商家经营痛点，不盲目压款、压货，让商家无后顾之忧。”曾从钦表示，“对浓香酒系列，强化市场分类分级打造，在去年的基础上集中力量再打造一批重点样板市场、战略高地市场，优化全国市场投放。”

曾从钦表示，对不同渠道，五粮液主推的产品不同。公司将加强渠道管理，着力解决渠道冲突问题，持续提升商家盈利能力。对运营商渠道，公司更加聚焦第八代五粮液、1618五粮液、39度五粮液等主销产品，加强终端建设和维护，提高市场运营水平；对专卖店渠道，逐步减少对主销产品的依赖，增加附加值高的非标品，提升专属产品销售占比；对电商渠道，加强对违约跨渠道销售的客户及平台进行管理，加大与诚信经营、诚心合作的头部电商平台的长期性、战略性合作；对团购渠道，强化团购体系专属产品研发，减少标品投放，加大专属产品投放。

为提升渠道利润，今年，五粮液还将下力气加大市场管理，加大对厂商契约关系的保障；加大发挥联谊会、专卖店、第三方线上线下活动的共治理作用；加大对宴席、品鉴等市场活动的有效稽核和优化；加大对无官方授权、销售假冒伪劣产品的电商平台及商铺的打击力度，进一步净化市场秩序，保障高质量销售。

调整经营思路

在过去的2023年，五粮液销售收入突破800亿元，归母净利润突破300亿元，双双创下历史新高，连续8年实现销售收入、利润总额保持两位数的增长。今年公司计划营业总收入持续保持两位数的稳健增长。

五粮液能否顺利实现这一经营目标，是市场的关注重点。曾从钦表示，“现在五粮液仍然处于稳健发展的态势中。”五粮液股份公司党委副书记、副董事长、总经理蒋文锋进一步表示：“今年我们提出了‘抓动销、稳价格、提能效、转作风’的营销策略，来全力实现全年的经营目标任务。”

曾从钦表示，当前白酒行业面临着较大的挑战，五粮液也积极调整经营思路。追求收入高速增长的时代已经过去，以后公司要稳健发展，更加重视对投资者的回报，继续稳步提升现金分红。

五粮液上市至今已累计现金分红760亿元，是募集资金总额的20倍，已连续8年分红率超50%，近三年现金分红每年均超100亿元。2023年拟现金分红181亿元，分红率达60%，创历史新高。

“当前，白酒行业竞争态势愈发激烈。”曾从钦表示，“越是特殊时期，越是要保持战略定力，既要算‘眼前账’，更要算‘长远账’。五粮液将始终坚定信心、保持定力，主动作为、加压奋进，以企业长期稳健的发展和实实在在的更好业绩回报投资者的信任和支持。”

东北制药：优势品种打头阵 竞帆出海锻造新优势

● 本报记者 宋维东

东北制药相关负责人日前在接受中国证券报记者采访时表示，一直以来，公司都高度重视海外市场布局，传统优势品种不仅在国内市场占据重要地位，在国际市场同样具有重要影响力。在发展过程中，公司将目光投向全球，以优势品种为主力，积极拓展国际市场，持续打响品牌。下一步，将继续发挥研发优势和资源优势，推动更多品种走向国际市场，打造竞争新优势，将海外业务培育成新的效益增长点。

再获海外新订单

作为全球维生素C原料药主要供应商，维生素C一直以来都是东北制药的优势品种，也是公司拓展国际市场的主打品种之一。

日前，东北制药维生素C系列产品斩获中亚地区新订单。这一重要客户也是东北制药在中亚地区新拓展的客户。“东北制药维生素C系列产品工艺水平行业领先，首次合作就满足我们的要求。”东北制药该中亚新客户相关负责人说。

东北制药原料销售公司维生素国际事业部总经理余颖介绍，根据新客户与公司签订的维生素C系列产品订单，公司下属分厂已经完成所有订单产品的生产入库工作，目前正在陆续发货中。

“与中亚地区这个新客户达成合作意向是在2023年。当时，公司维生素C系列产品满足国际市场上大多数客户需求，但新客户对使用我们产品生产的制剂溶出度又提出了更高要求。”余颖说，“这是公司与该客户合作的第一个项目，如果问题得不到解决，未来所有的合作都将付诸东流。产品技术升级就成了合作关键点。”

为此，东北制药积极沟通，向客户介绍公司丰富的维生素C产品生产经验及一流的工艺研发团队，保证公司有满足客户的更高要求。与此同时，东北制药工艺部、研究院、201生产分厂等单位紧密配合，与客户质量团队深入对接，更好地了解客户在产品技术方面的要求。东北制药工艺部还与研究院共同研究试验方案，最终制定了8种产品工艺调整方案。

“研究院接到任务后，立即对产品原制备工艺进行分析，设计并开展平行对比试验。通过分析不同制备工艺产品的溶出现象，我们最终确定了工艺提升方向并提出了具体解决方案。”东北制药研究院制剂中心主任宋林说。

“为提高工作效率，工艺部同时从预胶化淀粉选型、持续调整生产工艺两方面切入，深度分析生产工艺，摸索物料配比，优化工艺参数。”东北制药工艺部部长张海宏说，“试验过程中，某种辅料的工艺状态和配比是个难题，同样浓度，冷热比例不同，浆液的粘度存在着天壤之别。”

为达到预期效果，工艺部反复调整工艺配比，考察粒粒效果，再结合研究院实施的片崩解测试结果，最终有3批样品得到客户认可，并在现场复原3批样品供客户进一步筛选，确定生产工艺方案。随即，客户提出了紧急生产3吨提升工艺后的维生素C系列产品需求。

“面对新挑战，公司将产品转至分厂生产。与实验室相比，每批投料量将扩大200倍。工艺部立即制定现场试验方案，与分厂共同完成紧急生产任务。”张海宏说。

在公司各方共同努力下，东北制药最终与该客户成功签订了产品大额订单，有力提升了公司维生素C系列产品出口规模。“此次新订单的签订，后续也将带动公司与该客户在其他产品上的深度合作。”余颖说。

推动国际高端认证

东北制药日前发布公告，公司收到欧洲药品质量管理局签发的原料药欧洲药典适用性证书（简称“CEP证书”）。值得一提的是，东北制药是国内维生素C原料药生产企业中第三家获得CEP证书的企业。公司目前拥有全球较大的单条万吨级维生素C生产线，年产量和年出口量均位居全球前列。

本次CEP注册的通过，也意味着东北制药维生素C原料药正式通过欧盟高端注册，被允许在欧盟高端医药市场进行销售，为公司进一步拓展国际市场提供了竞争新优势，对提升该产品在国际上的地位也将起到推动作用。

在拓展国际市场过程中，获得国际权威的高端认证意义重大。以CEP证书为例，CEP证书是药品进入欧盟市场的通行证。其不仅被所有欧盟成员国承认，也被其他签订了双边协定的国家认可。“获得CEP证书，意味着东北制药在国际高端市场打开了新的市场空间。”东北制药原料销售公司总经理李立说。

就在今年1月，东北制药原料药产品左卡尼汀取得了CEP证书。东北制药也成为国内左卡尼汀原料药生产企业中第二家获得CEP证书的企业，公司获得国际高端认证的产品进一步丰富。

在李立看来，相关产品通过CEP认证，不仅是对东北制药产品质量的有力证明，更是对公司工艺研发实力、生产管理水平、国际市场竞争力的充分肯定。这将进一步提升公司产品的市场价值和国际知名度。

东北制药原料药产品覆盖抗感染类、维生素类、消化系统类等多领域。值得一提的是，近些年来，主导产品维生素C系列、磷霉素系列、左卡尼汀系列等质量符合GMP、USP、JP、BP等最新质量标准，通过了多个国家和地区的注册和质量审计；同时，还有多个产品先后通过了EDQM、FDA、BRC等国际高端认证，在国际供应市场占据重要地位。

“当前，全球原料药竞争日益加剧。公司将借助品牌、质量和服务优势，大力开发客户，不断提高产品市场占有率。”余颖说。

“海外一直都是东北制药十分看重的市场，公司主导产品更是销往一百多个国家和地区。”李立表示，国际市场为公司提供了更广阔的平台和更多资源。海外业务有力提升了公司参与全球市场竞争的能力，也将推动公司不断加大研发投入，巩固并提升优势品种竞争力，为拓展更大国际市场提供保障，也为公司长远发展培育新的业绩增长点。

新奥股份：

聚焦天然气主业 深入推进ESG工作

● 本报记者 刘杨

6月27日，中国证券报记者来到浙江舟山参加新奥股份召开的2023年度股东大会。现场参会股东和代理人共计35位，新奥股份副董事长于建潮、公司总裁张宇迎、联席CEO蒋承宏等高管出席了本次股东大会，并与多位投资者展开交流。

在股东大会现场，针对市场关切的天然气“顺价”问题，公司高管表示，“顺价”机制意味着天然气的价格能够通过市场机制进行有效的传递，市场化是确保天然气行业稳定健康发展的重要前提。公司将持续聚焦天然气主业，并深入推进ESG（环境、社会和公司治理）工作。

看好天然气产业前景

于建潮表示，2023年，新奥股份出售了所持有的新能矿业100%的股权，新能矿业主要从事煤炭生产和销售。“本次股权转让，有助于公司进一步有效聚焦天然气主业，优化资产结构，符合公司成为天然气产业智能平台运营商的发展战略。”于建潮说。

对于2024年，于建潮指出，公司将结合市场环境，在稳健经营的同时，坚定贯彻低碳发展，在经营过程中最大限度降低对能源的耗资，助力公司的可持续发展。

“天然气产业未来仍会有长足的发展。”蒋承宏表示，“双碳”背景下，无论是国内还是国际客户，基于清洁、经济等因

素考虑，天然气还是其最现实的能源选择。2022年开始，天然气价格出现大幅度上涨，2023年下半年后，天然气价格逐渐回归到常态，这有利于国际国内客户对天然气的消费，也有利于资源商对天然气的采购。

“为了满足客户持续稳定的低成本天然气需求，今年上半年，公司管理层在开发长期合同方面加大了力度，预计自2025年四季度开始长期协议会有大幅度增长，当客户稳定的需求逐渐被满足，公司与客户之间的关系也会更加牢固。”蒋承宏说。

在股东大会现场，针对市场关切的天然气“顺价”问题，张宇迎表示，市场化是当前中国天然气产业发展的关键方向之一。“顺价”机制意味着天然气价格能够通过市场机制进行有效的传递和调整，以适应市场供需变化。“目前，各地政府根据当地实际情况，分阶段推进市场化改革，大约55%的地区已经实现了天然气价格市场化。随着政府持续推动，预计未来将有更多地区完成市场化改革。通过相关改革，可以提高资源配置效率，促进天然气行业健康发展，满足不同地区和用户的需求。”张宇迎称。

海内外资源池灵活多元

2023年，新奥股份实现营业收入1437.54亿元，同比下降6.68%；归属于上市公司股东的净利润70.91亿元，同比增长21.34%。

今年一季度，新奥股份实现营收342.09亿元，同比下降0.41%；归属于上市公司股东的净利润10.81亿元，同比下降25.80%；经营活动产生的现金流量净额同比下降101.37%。在解释一季度业绩变动原因时，新奥股份表示，主要是商品衍生品金融工具合约的收款期缩短导致报告期结算回款较上年同期减少，以及报告期部分船货暂未销售所致。

在这次股东大会上，蒋承宏指出，2023年，新奥股份基于在国内近400亿方的客户池规模，构建了自主可控、灵活多元的海内外资源池。目前，公司运营259个城市燃气项目，服务近3000万家庭和超过24万企业客户。同时，公司平台交易气业务表现亮眼，报告期内，平台交易气量实现50.50亿方，同比大幅增长44%。

在国际资源获取方面，2023年新增长协资源280万吨，累计海外长协签署量超1000万吨/年；在国内资源领域，公司加强与中石油等生态伙伴的战略合作，扩大资源基础，进一步巩固市场优势。目前，新奥舟山接收站三期项目新增的四座22万立方米储罐全部完成气顶压作业，投用后实际处理能力累计可超1000万吨/年，为长三角地区天然气稳定供应提供了有力支撑。

完善ESG管治架构

“ESG是新奥股份持续发展的驱动力。”张宇迎在本次股东大会上表示，为了

支撑ESG工作落地，公司搭建了完善的ESG管治架构。其中，高管薪酬绩效的40%与ESG工作成果挂钩，旨在激励高管团队对ESG工作的重视和投入；业务和运营指标中，有50%至60%与ESG工作相关联，确保公司各项业务和运营活动与ESG目标保持一致。此外，新奥股份与在香港上市的新奥能源实现了组织和工作的协同，以确保ESG工作在整体层面上得到有效推进。

在当日的股东大会上，新奥股份正式发布了“WISE”可持续发展理念。“W—驱利他，打造多元和谐生态；I—卓越治理，实现长期价值创造；S—安全保供，构筑社会发展基石；E—绿色发展，共创智能低碳格局。”张宇迎指出，新奥股份还将通过智能手段提供安全清洁能源，以数据驱动决策，实现精细化管理，提升管理效率。

新奥股份监事会主席李岚在股东大会上表示，新奥股份注重股东回报，持续且积极地提升股东回报水平。2023年度，新奥股份实际发放现金红利15.77亿元。同时，为提升股东回报，审议并推出未来三年（2023—2025年）股东分红回报规划，要求2023—2025年分配现金红利每年增加额不低于0.15元/股（含税），且现金分红比例不低于上市公司股东核心利润的30%。

“与此同时，公司还审议并推出未来三年股东特别派息规划，将新能矿业出售交易取得的投资收益进行特别派息，2023—2025年特别派息的每股现金分红分别为0.25元（含税）、0.22元（含税）、0.18元（含税）。”李岚强调。