

# 蓝思科技成为创业板第一股 一个打工妹成功创业的启示

3月份发行的首只新股——蓝思科技(300433),本周三首批上市,该公司创下了创业板营收和利润新纪录,同时,公司创始人也演绎了一个从“打工妹”到富豪的成功创业故事。

## 营收利润创业板第一

总部位于湖南浏阳的蓝思科技本次发行6736万股新股,发行价格为22.99元/股。公司主营视窗防护玻璃的研发、生产和销售。公司市场占有率非常高,2012年和2013年,蓝思科技的手机和平板电脑防护玻璃的出货量,在全球市场的占有率分别达到20.27%和23.37%。苹果、三星、LG和富士康,均位于蓝思科技2013年的前五大客户之列。最近三年来,苹果公司则一直是蓝思科技最大的客户。2014年,蓝思科技对苹果的销售收入为68.8亿元,占营收的比重为47.44%。

值得一提的是2014年,蓝思科技的营业收入为144.97亿元,净利润达到11.7亿元。这两项关键的财务数据,蓝思科技都排在422家创业板公司的首位,以营业收入看,创业板第二高的公司,营业收入不足蓝思科技一半。

净利润方面,蓝思科技是首家净利润过10亿元的公司,2014年归属于母公司股东的净利润为11.7亿元,而这还是业绩大幅下降后的数据,公司2013年的净利润高达24.4亿元。

因此,从营业收入和净利润来看,蓝思科技是目前创业板第一股。

## 从打工妹到董事长

更值得一说的还有公司董事长周群飞,公司由她和丈夫绝对控股。上市后蓝思科技总股本67336亿股,其中,蓝思科技(香港)有限公司持股54666万股,持股比例为81.18%;长沙群欣投资咨询股份有限公司持股5334万股,持股比例为7.92%。这两家是公司的控股股东,而这两家公司均由周群飞及丈夫郑俊龙控股,香港蓝思属周群飞全资持股;周群飞和郑俊龙,分别持有群欣公司85%和14.7%的股份。

因此,周群飞及丈夫郑俊龙是蓝思科技的实际控制人。周群飞实际上持有蓝思科技5.92亿股,夫妇俩合计持有蓝思科技5.998亿股,占目前公司股份89%。

招股书显示,周群飞出生于1970年,郑俊龙则比周群飞小两岁。目前,周群飞为香港居民。而身份证信息显示,郑俊龙是湖南宁远人。目前,外界关于这位成功的女商人的报道并不多见。一份政府发布的资料显示,周群飞担任着湖南省工商联和长沙市工商联的副主席。

上述资料称,周群飞于上世纪80年代,“随南下淘金人潮赴深圳打工”。有报道称,周群飞的打工地点是在深圳的伯恩光学。

目前,伯恩光学和蓝思科技,互视对方为最大竞争对手。去年11月,双方之间还爆发过“窃取商业机密”的事件。

“今天你迈过这个小坎,明天你就会迈过一个坎。”去年3月,周群飞在湖南一个活动演讲时透露,她在20多年的创业过程中,经历了多次坎坷,“两次把房子卖掉,给员工发工资”。

周群飞说,她最初从手表玻璃起家,相继创办了11家公司,“经历过日工夜读、白手创业的艰辛,体会过金融危机的剧痛,尝到过产业转型的压力和激烈竞争的残酷。”

从“打工妹”到如今的富豪,周群飞的创业历程具有很大的“励志”作用。

## 身家冲击内地女首富

以蓝思科技昨天收盘价36.42元收盘价计算,周群飞持股市值为215亿元,而这并不是股价的终点站,以公司良好的业绩和正宗“苹果”概念股,上市初期股价持续涨停是可以预期的,无非就是多少个涨停板。

一些乐观的预测,认为蓝思科技股价会在60元-70元,也就是总市值在400亿元至471亿元。目前创业板总市值最高的是乐视网,总市值接近800亿元。如果真的股价上涨到这个位置,周群飞的身家有望达到400亿元左右,或可以冲击国内女首富的位置,根据胡润研究院发布的《女富豪榜》,2014年内地女首富为碧桂园的杨惠妍,其身家为440亿元。

蓝思科技也存在“主要客户高度集中”的风险,不过,为苹果等大公司“代工”,其实还是一个不错的行业,大家都知道在苹果的产业链中,中国代工企业利润很少,但即使很少,蓝思科技净利润还能够超过10亿元,远远好于一股的企业,还是很赚钱的。同时,这类企业对就业帮助很大,截至2014年底,蓝思科技员工人数已经达到8.24万人,对社会的贡献还是很大的。

所以,新兴产业的配套企业还是很适合中国的,从这个起步,未来如果能够开发自己的产品,不完全依赖于苹果等大企业,那么,无疑将得到新的发展。本报记者 连建明

本周前三个交易日上证指数分别上涨2.26%、1.55%、2.13%,形成了明显的放量攻击形态,并且两市成交量再次破万亿。放量上涨,折射的是各类投资者做多A股市场的信心。政府在“两会”期间透露出“托底经济”的积极政策信号,是各路资金全面做多A股的核心逻辑。针对目前大盘的上涨行情,虽然仍有分歧,但笔者认为股谚有云“行情在绝望中产生,在犹豫中上涨,在欢乐中结束”,目前的行情还处于在犹豫中上涨的阶段,中期继续震荡走高是大概率事件。操作策略上,可以持股为主,继续逢低布局仍是主流。

不过,在主板市场的蓝筹股和创业板代表的成长股哪个机会更大,分歧明显。短期

# 顺势而为看“一带一路”

看,宏观政策分析可能会有利于投资者做出正确的判断。央行最近发布的数据显示,2月新增人民币贷款1.02万亿元,大幅超出7000亿元左右的市场预期,M2增速也较1月份的10.8%回升1.7个百分点至12.5%。除了对宽松货币政策的一致预期外,机构对“两会”后的财政政策抱有较高的预期。此外,3月底将公布的一带一路“总体战略方案,将包括一份详细的重大项目清单,规划未来几年将要签约、开工的项目,涉及铁路、公路、能源、信息、产业园区等总计几百项重大工程。

在流动性宽松与积极财政政策扶持下,市场普涨值得期待,但考虑到经历连续两个月快速上涨的成长股,累积了巨大的获利盘,而蓝筹股则调整了两个多月,已经具有一定的安全边际。因此,从估值和增量资金的角度考虑,未来一段时间,蓝筹股的表现有望阶段性强于成长股。低价蓝筹股机会更大一些。

确定好大方向后,可以重点关注“一带一路”相关主题机会。统计显示,在年初的地方两会中,一带一路成了各地政府工作报告的“标配”,31个省均针对一带一路的建设进行了

破题。一带一路受益公司主要从区域和行业属性两个维度来寻找。首先处于一带一路战略节点地域的上市公司将直接受益,如边境地区的新疆、云南、广西等。其次从行业属性上看,一带一路沿线国家大部分为欠发达国家,基础设施较为落后,城镇化程度较低,基建需求最为明显,因此大基建行业(建筑施工、工程机械、电力设备、钢铁建材)最先受益,同时战略推行离不开金融支持,基础货物往来离不开港口铁路交通运输,后期实现互联互通后的工业制造输出也就成为常态。投资者可以参考这一思路,构建自己的投资组合,提高盈利的概率,也可以参考新东风网公布的最新统计结果,其中有10家公司值得关注。毛羽 柯昌武

梅林的注册商标,外形是一块金色的盾牌,其涵义不言自明——做牢不可破的盾牌。几十年前,梅林像盾牌那样,将洋货抵挡在国门之外。几十年后,梅林依旧像盾牌那样,抵挡着当今食品行业的种种乱象,誓做中国最优秀、最安全的食品品牌。

民以食为天,食以安为先。如何满足国人对食品安全的迫切需求?民族品牌,如何伴随着体制改革走向海外?在85年的风雨中,梅林屹立不倒,交出了一份漂亮的答卷,努力攀登新的高峰。

## 打造“舌尖上的安全”

外媒曾有一篇报道,说当地挖出一个二战时期的食品罐头,几十年后重新打开,居然一点没腐坏,引为奇谈。

而在梅林人看来,这事不足为奇。很多人以为,罐头能够长时间保存而不腐烂,是因为里面添加了防腐剂,其实不然。罐头的制造基本原理是“真空、密封和高温杀菌”,因此只要不漏气、不“胖听”(膨胀)、不生菌种,就不会腐坏。

以梅林传统的“四大金刚”午餐肉罐头为例,这是上世纪50年代末公司专门聘请捷克专家开发的,经过特殊工艺制成。由于工艺精湛,其他午餐肉罐头最多只能切23片,梅林午餐肉却能切出27片,而且长时间炖煮也不容易烂。因此,梅林的午餐肉罐头很受火锅店、东北炖菜馆及香港许多餐厅的青睐。

作为中国罐头十强企业的榜首,梅林对产品实施全程质量控制,确保质量安全。企业

还曾多次受国家轻工业部、轻工总会以及罐头工业协会委托,参与制订罐头行业的国家标准,并在同行业中,率先通过了ISO9000质量管理体系和HACCP危害分析和关键控制点认证。

严格的质量管控,使梅林得以打入欧洲市场。众所周知,欧盟对肉类制品的标准要求严格,是中国众多肉制品企业无法逾越的“堡垒”。而2005年,梅林却在捷克建立了生产基地,就地采购、就地生产、就地销售,生产的罐头产品刚一上市,就受到了欧洲多国的青睐。

## 实现肉产品外延并购

要打造“舌尖上的安全”,必须掌控全产业链,控制核心资源。梅林以“上控资源、下达渠道、中间协同”为业务定位,通过内生性增长和老企业的技术改造等战略,力争达到“三年翻一番”的目标。

如今,企业已完成对“苏食”的收购,将梅林、大白兔、冠生园、华佗、佛手、爱森、苏食等品牌纳入旗下,而每个品牌都在各自的细分市场上排名前三,甚至稳坐头把交椅。

在“十二五”规划的收官之年,梅林准备实现“三步走”中的第三步——肉类产品的外延并购。肉制品是一个体量巨大却很分散的行业,中国每年宰杀近7亿头猪,若按每头1500元算,是除粮食、石油之外的第三个万亿产业。然而,肉类行业集中度又非常低,行业前三名加起来的市场份额只有8%,至今未出现大型垄断企业。因此,行业前景相当广阔,充满着机遇。

而让梅林自豪的是,上海去年居民用肉消耗的猪数量为400万头,其中梅林供应了100万头,也就是说四斤肉中有一斤是梅林供

给的。老百姓走进大卖场,品牌肉不外乎爱森、苏食、金锣、双汇、上食五丰等,其中2个就属于梅林。

因此,实现外延并购,是梅林跻身中国肉类行业前列的重要之举。据透露,今年企业将对外延并购工作实现重点突破,在储备较多的并购资源基础上,遴选出1-2个符合公司战略、有协同效应、价格合理、团队优秀、风险可控的肉制品加工和分销的境内外企业,且是业内的竞争对手、有品牌影响力的企业,作为并购对象。

## 梅林人书写新的篇章

在梅林85年的发展史上,有冲劲有智慧又识大局肯牺牲的梅林人,值得一提。

在上世纪八九十年代,罐头行业陷入危机,唯有改革才能渡过难关。1991年,梅林毅然实行工厂改制,剥离核心资产,创办沪港合资经营的有限公司。然而,为了轻装上阵,企业也必须大幅裁员。

这时,大批党员干部主动带头回家,共2000名职工离开了岗位,靠最低工资度日。退休职工每月30多元的补贴,也被暂停了。面对这些举措,梅林人却毫无怨言,令领导层大为感动。后来,企业改革成功,退休职工的补贴被恢复。

1997年,梅林深化改革,上市成为“中国食品第一股”。企业再次整合,职工又出现了富余。这一次,员工仍然接受了公司的安排,在诸如“梅林食屋”“梅苑酒楼”等新开设的岗位上,继续做着贡献。

而如今,梅林人更是坚持品质、贴心服务,始终坚持供应“安全、方便、美味”的产品,以保障民生为首要任务。以“光明里”“爱森优

# 85年的风雨中,梅林屹立不倒 金色盾牌打造“舌尖上的安全”

选”为代表的食品专营连锁店,销售以生鲜食品为主的产品,方便百姓。而针对白领生活节奏加快的现状,梅林还研发了一系列中式菜肴罐头,比如红烧猪肉、东坡肘子、宫保肉丁等。下班回家,只要花上半小时,就能用半成品做出三菜一汤的佳肴,令年轻人欣喜不已。

正因为这种如梅花般不畏雨雪冰霜的坚毅品格,以及悉心呵护品牌的奉献精神,如今,梅林人品尝到了“梅花香自苦寒来”的果实。一次次的突破自我,改革创新,让梅林这块金色盾牌越来越闪亮,成为中国民族品牌中的佼佼者。据称,国内外的同行业一直在模仿梅林的罐头生产技术,却始终望其项背。原国家总理温家宝也曾提起,梅林是他所知的唯一一个被外国公司模仿侵权的品牌。

“立足上海、领先长三角、面向全国、走向世界”,这是梅林的核心战略。要成为一家处于行业领先地位的综合食品制造与提供商,努力与机遇缺一不可。从石库门中的一罐番茄沙司,到多产业经营的“航空母舰”,梅林一路走来,步伐坚定。今后,梅林将站在前人的肩上,追随时代的脚步,书写新的篇章。

本报记者 金旻旻 通讯员 许喆群

