

探访透明工厂 投资者亲密接触汤臣倍健

证券时报记者 张珈 叶峰

在日本北海道，建筑大师安藤忠雄的经典作品水之教堂令不少参观者叹为观止。而在A股创业板公司汤臣倍健，公司斥资超过2亿元打造的透明工厂也令投资者开了眼界。同样是凭借充满透明感的玻璃帷幕，汤臣倍健试图通过透明工厂传递其“坦诚相见”的讯息。

据证券时报记者了解，此次深交所的“走进创业板，理性合规投资”活动共邀请了来自7家证券公司的84名个人投资者。他们通过与汤臣倍健高管团队的交流、参观公司的生产基地，对上市公司的了解从雾里看花般的公告解读，延伸到“看得见摸得着”的亲密接触。

投资者关注风险管理

我1996年开始炒股，个人财富也随着证券市场的发展逐步丰富，能近距离接触上市公司对中小投资者而言非常有价值，希望以后可以参与更多类似的活动。”一位年近六旬的投资者向记者表示。

记者了解到，此次参与活动的投资者既有已买入汤臣倍健股票的投资者，也包括仍在观望中的潜在投资者。一位来自珠海的投资者告诉记者，虽然参与资本市场多年，但是还没有投资过创业板公司，希望可以寻求到成长性确定的投资标的。此次参加汤臣倍健的投资者活动，也是希望了解公司的业务布局和发展前景，再作出进一步判断。

汤臣倍健上市以来保持了业绩大幅度增长的态势，2010年、2011年连续两年实施10转10派10(含税)的分红方案。在高增长、高分红的背后，公司又将面临怎样的市场风险与隐忧？这成为投资者普遍关注的问题。

从公开资料来看，汤臣倍健在2011年年报中重点强调了产品质量和食品安全风险、原材料采购对主要品种销售和推广的风险、以及销售规模迅速扩张后带来的渠道管控风险等风险因素，同时公司还强调，综合管理水平亟待提高，“上市后资产规模发生了重大变化，公司在机制建立、战略规划、组织设计、运营管理、资金管理和内部控制等方面管理水平将面临更大的挑战。”

对此，不少投资者提出自己的担忧：“企业的经营风险影响到股价波动，现在汤臣倍健主要存在哪些风险？”“公司如何规避风险，维护投资者利益？”“在通货膨胀的情况下，原材料是否存在成本上升的风险？”

面对投资者提出的问题，汤臣倍健以董事长梁允超、董秘梁水生、财务总监付恩平为代表的高管团队一一

上周五由深交所投资者教育中心有关负责人带队，80多名投资者走进创业板公司汤臣倍健(300146)，亲身体验了公司的全新透明工厂生产车间，并针对汤臣倍健经营现状、竞争对策、发展目标、风险管控等问题与公司高管团队进行了深入交流，这种“看得见、摸得着”的零距离体验让投资者耳目一新。

作答。梁允超表示：“风险是公司天天都在考虑的问题，如履薄冰。公司产品品种较多，原材料涉及面广，客观上存在各种各样的风险，但从成本来讲由于单一品种占比不高，风险相对分散。”

三期工厂的透明效应

汤臣倍健是走进创业板上市公司活动的第二站，在膳食营养补充剂这个快速成长型行业中，公司是其中的佼佼者。截至2011年底，公司销售终端数量达到2.1万个，较2010年年底增加了8000多个，公司产品进入了85家全国百强连锁药店和13家全国百强商业超市，在同行业中零售终端规模处于领先地位。

记者了解到，此次活动吸引了不少投资者的踊跃报名，最后名单比原定的60名投资者多出近一半。与此同时，上市公司方面也十分重视此次交流活动，热情接待细致安排。

汤臣倍健董秘梁水生向记者透露，此次交流活动公司特地安排在三期生产基地，以便投资者参观还处在试生产状态的透明工厂车间，零距离了解公司的生产经营状况。记者了解到，由于参与的投资者太多，原定场地容纳不下，最后用于投资者交流的活动室是公司方面连夜布置，直到活动开始前个小时，最后一张墙纸才正式完工。

不少前来参加活动的投资者都告诉记者，对汤臣倍健的透明工厂印象深刻，“可惜参观时间太短了，真想多了解一些！”对此，梁允超介绍，目前三期工厂还在建设过程中，今后将成为主要的生产基地，未来汤臣倍健将通过网站直播实时生产情况，从原料投入到生产过程、成品产出都可以实现清晰的追溯，让消费者对汤臣倍健的产品质量放心。比如说，未来每一个成品都可以追溯到每一个原材料的产地、批次等相关信息；每一份原材料，都可以追溯到制成了哪些批次的成品，以方便质量的全程、双向监测。

记者现场体验了一把三期工厂的透明效应，在光洁崭新的生产车间里，物流与人行通道严格分开，工人全身上下紧密武装只露出双眼，各项操作一丝不苟。据介绍，在车间的洁净区域，连送进来的空气都需要严格控制，公司是按照制药企业的标准来生产保健品，车间对空气质量要求非常高，经历了三重过滤器，0.5微米以上的颗粒被完全过滤，车间温度严格控制在温度22度到23度，湿度则控制在50~55%之间，在保证工作人员舒适活动的同时，也控制微生物的滋生。公司的原材料、成品仓库都配有空调保证在合适的温度范围，这是很多企业难以做到的。”

梁允超表示：“目前汤臣倍健是国内唯一以膳食营养补充剂为主业的上市公司，属于消费品领域，这就意味着汤臣倍健的消费者、投资者可能互相转化，因此公司非常注重与投资者、资本市场的坦诚相见。”

从现场交流的情况来看，投资者的提问涉及保健品管理政策变更、大小非减持、业绩修正、财务状况、发展战略、行业竞争等不同类型，提问者准备充分、有理有据，涵盖了市场关注的多个热点话题。对此，一位汤臣倍健高管表示，投资者提问的思路非常清晰，体现了较高的专业水准，这样的交流活动对上市公司而言也十分有意义。”



透明工厂中正在操作的工人



董事长梁允超回答投资者提问
投资者踊跃提问

汤臣倍健珠海生产基地总经理蔡良平向投资者介绍透明工厂情况

郑昱/摄 吴比较/制图

■公司观察 Company Watch

从透明工厂到透明公司

证券时报记者 张珈

出乎记者意料，在上周五汤臣倍健与投资者交流过程中，公司董事长梁允超多次提及螺旋藻事件。作为膳食营养补充剂这一朝阳行业非直销领域的领头羊之一，汤臣倍健无论是业绩增长还是扩张规模都可圈可点。但梁允超为何频频提及曾引起质疑的螺旋藻事件？

3月28日，部分媒体刊登了关于汤臣倍健的报道《部分螺旋藻产品涉嫌铅含量超标仍获审批认证》，主要内容是：汤臣倍健等螺旋藻蓝帽产品，涉嫌重金属铅含量超标，危害人身健康。针对质疑，汤臣倍健发布公告澄清，表示公司螺旋藻片产品属于以藻类为唯一原料辅以少量辅料组方的产品，实际生产的螺旋藻片产品相关含量及公司实施的产品内控标准均符合或高于国家标准。

在上周五的交流过程中，梁允超丝毫不避讳谈到曾引发质疑声音的螺旋藻事件，并表示诚信是公司的立

足之本，螺旋藻事件是对公司内外包括投资者、消费者一次很好的教育，更坚定了我们把汤臣倍健的三期工厂做成透明工厂的决心”，他同样不避讳的是螺旋藻事件对公司的影响，“螺旋藻事件短期内对公司品牌及业务有所影响，但不会改变我们原有的经营目标及计划。”

扬长避短很容易，但正视潜在风险与质疑非议却知易行难。对于普通人而言，面对挑战的时候首先要正视与接受，这样才能把自己所擅长之处发挥到极致，把挑战化为成绩。而对一家公众公司而言，能否正视曾经的问题和不足更是生死攸关的话题。梁允超打了个比方，麦当劳和可口可乐发生了100次质量问题还是有市场，但是对汤臣倍健目前局限于渠道性品牌的阶段而言，机会可能只有3次。”梁允超说。

发挥到极致，把挑战化为成绩。而对一家公众公司而言，能否正视曾经的问题和不足更是生死攸关的话题。梁允超打了个比方，麦当劳和可口可乐发生了100次质量问题还是有市场，但是对汤臣倍健目前局限于渠道性品牌的阶段而言，机会可能只有3次。”

在记者看来，上市公司不推诿的态度值得叫好。即便是再优秀的公司，其经营和管理过程也能暴露出很多问题，错漏不可怕，关键是对待问题的态度。在经济形势下行、行业遭遇周期性问题的背景下，很多公司一旦有风吹草动，往往强调外因和市场恶劣，而不去挖掘自身的不足。

相比之下，正视目前存在的问题和隐患，才能转危为机，谋求更广阔的发展空间。在上周五与交流过程中，有投资者质疑现在很多消费者并不认可保健品，梁允超表示，“膳食营养补充剂一不能治病，二不能当饭吃，但是能够给有需要的人提供额外的营养补充。与国外成熟市场对保健品的认可度相比，我们还相差很远，还有很多工作需要去做。”结合过往案例来看，或许在一片蓝海中挖掘的商机，能够创造出人意料的价值。

汤臣倍健高管与投资者零距离交流

证券时报记者 郑昱

关于外资竞争

投资者：我们最大的担心是国外品牌进入中国，他们的产能扩张和销售渠道的扩张是否会冲击公司的市场份额？

梁允超：一个市场不可能是一家独占的，一定是几家同时去扩展的，逐渐形成品牌力量。汤臣倍健目前考虑得最多的不是外资冲击，而是整个行业怎么保持一个持续健康的发展态势。与此同时，我们也一直在关注竞争问题。汤臣倍健更愿意把重心放在质量上，我们坚持用最好的原料。此外，我们目前的批文持有和储备在行业内遥遥领先，经销商八成以上都是专营专销，这在客观上建立了一些竞争壁垒，何况膳食补充剂的品牌培养并非一朝一夕能够实现。当然，我们也非常愿意看到其他领先企业的共同发展与进步，企业整体的良性发展与竞争，对行业规则的制定、健康发展大有裨益。

投资者：在国内食品危机频出的背景下，消费者最关注的是食品安全，请问汤臣倍健如何保障食品安全，你们的原材料采购有没有优势？

关于收入与现金流配比

投资者：第一季度净利润增长了160%，超过公司营业收入的增长，净利润增加了，而筹资活动产生的现金流是负的，为什么不匹配？

财务总监：2012年第一季度营业收入与净利润增长不匹配主要是因为第一季度品牌推广费投入占6.1%，较去年同期下降了8.31%，下降的主要原因

是考虑到今年春节较早的因素，部分品牌推广相应提前到去年底，公司预计2012年全年度品牌推广费将维持在10%左右，公司正在筹备拍新的品牌推广广告片，并将在今年下半年择机进行新一轮品牌宣传，届时品牌推广费比例将提高。

关于公司2012第一季度筹资活动产生的现金流量净额为负，主要是公司今年3月份实施了2011年度权益分派方案，每10股派发10元现金，同时增资10股。

关于企业风险

投资者：任何企业都存在经营风险，你认为汤臣倍健存在哪些风险？

梁允超：公司是膳食营养补充剂行业。在这个行业，企业最大的风险是食品安全。任何一次食品安全事件如螺旋藻事件、毒胶囊事件等等，都会引起对行业的质疑，所以我们一直追求诚信，用透明工厂的理念。公司希望在原材料采购、生产、质量检测等方面建立高于行业标准的内控标准。

其次，公司的销售模式是非直销模式。近两年公司业务迅速扩张，可能带来渠道管控风险。我们的计划是今年要放慢脚步，对市场精耕细作，实施精细化管理，使汤臣倍健能够持续、健康、快速成长。

深交所 走进创业板上市公司活动