

# 小瓶盖撬动大世界 丽鹏股份构建酒业互联网生态

证券时报记者 崔晓丽

3月23日,丽鹏股份(002374)在2016成都春季糖酒会上举办主题论坛,向外界发布该公司投入重金研发打造的“二维码瓶盖”,这个加了二维码的小小瓶盖,以有效解决困扰酒行业多年的假货、串货等问题。同时,公司在会上还向整个酒行业发出倡议,共同搭建联结整个酒行业的“酒联网”,为行业寻找更大的发展空间。

原国家外经贸部副部长周可仁,商务部内贸专家委员会主任、部长助理黄海,中国包装联合会常务副会长兼秘书长王跃中,中国酒类流通协会副会长兼秘书长刘员,中国酒业协会副秘书长、葡萄酒分会秘书长王祖明,与来自全国的酒行业专家、经销商代表,在论坛上共同探讨了万物互联时代酒行业包装领域的转型与发展。

丽鹏股份公司董事长孙鲲鹏在论坛上表示,“公司计划首先把二维码瓶盖逐步推广到整个酒行业,让更多的酒厂先用上这个东西,给他们解决假货、串货的问题。然后,再考虑广告移植、建立终端商城,以及其他的服务,最终构建整个酒行业的互联网生态圈。”

## 二维码瓶盖开始量产

一个二维码印在一个小瓶盖上,能有什么技术含量?能给丽鹏股份带

来什么样的收益?它真的能解决酒行业的陈年痼疾吗?

近年来,白酒行业步入深度调整期,中高端产品饱受政策之苦,在量、价方面都承受着前所未有的压力。尤其是随着酒类电商的发展,消费者越来越关注白酒、红酒的真伪。但是传统防伪瓶盖还是存在缺陷:容易伪造,制造成本偏高,不能有效防伪防串货,白酒行业对防伪设计的先进性和查询便利性提出了更高的要求。

往瓶盖上喷印二维码并不难,难的是不间断地、大批量地喷印二维码,同时要保证比较高的生产效率和良品率,并控制喷印、包装工艺以确保食品安全。”孙鲲鹏介绍,公司已经解决了上述技术难题,防伪二维码瓶盖已经开始量产,公司也开始陆续收到来自酒企的订单。目前,公司已为成都市施奥梵酒业有限公司、石家庄桥西糖烟酒食品股份有限公司等客户提供200多万只二维码瓶盖。

据悉,二维码瓶盖作为一个信息记录平台,将一瓶酒从生产到销售每一个环节的信息收集在案,拉近了产品和消费者之间的距离,可以有效帮助酒企打假。同时,瓶盖上的二维码自带地域区分,扫描二维码就能看到产品的“归属地”,为解决酒类流通过程中的串货现象提供了依据。

另外,消费者通过扫描瓶盖上的二维码,可参与酒企的促销活

动,其参与频率和消费习惯也都将以数据的形式记录下来,为酒企了解消费者提供了渠道,也为酒企面向消费者的娱乐化营销方式打开了一个新的思路。

孙鲲鹏介绍,二维码瓶盖也将给丽鹏带来收益,除了能够提高公司产品的净利率之外,还将给公司未来的经营打开更广阔的空间。

根据丽鹏股份最新发布的非公开发行A股股票预案,公司将募资不超过9.03亿元,其中6000万元用于瓶盖二维码技术升级改造项目。2015年8月,丽鹏成立控股子公司深圳在乎传媒科技有限公司,开启传统行业向“互联网+”转型之路。基于公司现有主营产品(瓶盖、其他居民日用消费品)上印刷的二维码,专业开展产品防伪打假、产品追溯、广告宣传等信息传递终端的移动互联网媒体运营。”

国家葡萄酒技术委员会委员、国家一级品酒师战吉庆认为,互联网和物联网对用户信息收集能力不断增强,带来的是消费市场的不断细分。包装是酒行业生产、流通的重要环节,新技术与传统的嫁接将是行业发展的未来方向,包装领域要转型,要摆脱以前老成持重的传统方式,加快脚步,向智能化包装演变,丽鹏“二维码瓶盖”在这一方面做出了有益的尝试。

## 构建酒行业互联网生态圈

构建酒行业的互联网生态圈,是丽鹏股份的最终目标。孙鲲鹏告诉证券时

报·莲花财经记者,在互联网时代,任何一项技术,想要做到垄断是不可能的。我们计划在数据安全的基础上,开放、共享行业的消费者数据,最终形成物联网平台上的行业生态圈。”

二维码瓶盖就是要围绕二维码的产生、印刷及运营等环节,为同行业及酒企提供“酒厂+互联网+消费者”的一站式解决方案。同时,还可在生产环节为其他包装厂、各家酒厂的相关生产线改造提供解决方案,并为酒行业提供最贴身最专业的网络安全服务、数据存储运营服务。丽鹏股份子公司深圳在乎传媒总经理兰坤介绍,丽鹏股份总投资达1亿元打造的深圳在乎传媒,脱胎于制造业,扎根在酒行业,是最理解制造业的互联网企业。该公司软件开发工程师和数据分析师团队都来自腾讯、华为等知名公司,建立了酒行业中最大的企业级服务器和数据库。

企业在发展中,要改变过去以产品、渠道为导向,转而以用户需求和服务为决策依据,从单打独斗向合纵连横发展,积极拥抱互联网+。”中国酒类流通协会会长王新国认为,经过两年多深度调整,如今酒业急需借助互联网思维来寻求突围。

中国酒业协会行业报告显示,目前“互联网+酒业”结合度仍然较低,白酒行业仍以传统渠道为主。酒类电商去年收入110亿元,占整个酒业销售收入比例仅1.3%。传统酒企“触网”并不是目的,如何打通线上线下,为消费者提供更多便利条件和服务体验,才是目前酒企走出寒冬的关键。

# 孙鲲鹏:创二代的“互联网+”转型实践

孙鲲鹏,1977年出生,2013年接任丽鹏股份(002374)董事长,之后带领公司通过资本运作,实现双主业,并将公司原有主业瓶盖制造转型为“传统制造业+互联网”。其父孙世尧,是丽鹏股份的创始人、第一任董事长。在记者的眼里,除了长相之外,孙鲲鹏更像一个80后,随性、不拘小节、稳健务实、思路开阔。日前,证券时报·莲花财经记者就接班问题、互联网金融等话题对孙鲲鹏进行了专访。

证券时报记者 崔晓丽

## 接班没什么隔阂

证券时报记者:家族企业的传承换代,比较艰巨,但是丽鹏股份好像很轻松就完成了这个过程,这是何故?

孙鲲鹏:作为家族企业,接班儿这事儿很正常,就看怎么个接法。有的家族企业,儿子长期在国外学习、生活,忽然有一天,老板就跟儿子说:我不干了,你回来接班吧。你说,他刚回来,什么也不懂,他该怎么干呢?

证券时报记者:公司创业的过程,您参与过吗?

孙鲲鹏:基本上参与了。公司是1995年正式成立的,最早发展是在1986年,但是我们家一直在厂区内,我从小是在厂子里长大的,所以我有“瓶盖情结”。后来,大学一毕业就被我爸安排到工厂,从一线工人开始干起。我们公司那时候有三个工厂,瓶盖厂、铝板厂、印刷厂,我每个工厂都干了4个月,对基层了解了以后,慢慢地我爸就让我干了瓶盖厂的副厂长,然后是印刷厂的副经理,一直做了6.7年的副职,我才去分公司干总经理。

后来,我们公司的所有分公司,都是我出去建的,北京、武汉、成都都是我去建好了又走的。再后来,我爸年纪大了,他好多年前就想让我干董事长。2013年,他说他实在是累了,然后我

就接班了。同时,我们公司董监高全换成年轻人,现在这个团队很年轻,基本都是76年的。

这个过程让我具备了一个优势,那就是对公司的中层干部都很熟悉,我们都是一起成长起来的,互相都比较了解,信任度比较大。所以我接班儿之后,跟他们没什么隔阂。

证券时报记者:当了董事长了,跟前相比压力大吗?

孙鲲鹏:接完班以后,确实压力大多了,累不说,每次融资项目上都会得扒层皮,要接受会里的审核,需要我背材料,200多页,然后去给会上讲,我最讨厌背材料。过了发审会还好,一旦没过,压力就大了,要是不过,人家就会说“你看吧,年轻人就是不行”,幸亏公司这两次融资都过会了。

## 长得比较“着急”

证券时报记者:从资料上看,您是70后,在上市公司董事长这个行列里,算是比较年轻的。

孙鲲鹏:我是1977年出生的,但我长得比较“着急”。有一次在加拿大,家里灯坏了,我跟我姐去买灯,人家商场里的外国售货员说:你领着你爸来了?”这句我听懂了,气坏了,我姐比我大6岁。我小时候看着就比别的小孩成熟点儿,我上初中的时候就知道给老师送挂历,要跟老师搞好关系。

证券时报记者:有媒体对您有个评价,大气稳健、敦本务实、头脑灵活,您对此认可不?

孙鲲鹏:我觉得还行吧,搞实体的人基本都是敦厚老实,我们公司的企业文化也是这样的。我们家为什么让我接班呢?首先是我认同公司的企业文化,我1997年开始在公司,从工人一步步干上来的,几乎所有的岗位我都干过。

敦本务实啊什么的,这要归因于我的家庭教育。我爸从来不用话来教我,我犯了错,他会批评我做得不对,但他从来不告诉我应该怎么干,他都是直接给我看,认为身教要重于言教。

## 关于互联网及公司未来

证券时报记者:跟某些公司单纯为了炒作股价而做“互联网+”相比,丽鹏股份的二维码瓶盖把互联网和产业结合得比较紧密,您是怎么考虑的?

孙鲲鹏:我们这种制造业,还是处于产业链的末端,很难跟互联网相结合,我就整天想:怎么能加到互联网上去呢?天天想,脑子都想疼了。现在新生事物越来越多,互联网、云计算、大数据、机器人啊,我爸年纪大了,这些东西他接受起来有些慢,这一点我占优势。

证券时报记者:为什么一定要做互联网呢?

孙鲲鹏:我们最初上市时候的想法就是要让我们原本的瓶盖行业走得更远。刚才也说了,我从小在瓶盖厂大院里长大,我有“瓶盖情结”,这是我们老本行,舍不得丢掉,而且还有这么多员工跟着我们干了这么多年。那么,怎么样能走得远呢?恰好这个时候李克强总理提出“互联网+”。

证券时报记者:做完了二维码,接下来想做什么?

孙鲲鹏:新业务还没有考虑,目前我们二维码是刚开始做,园林这一块儿目前也还在消化期里,所以我们近期内是要先“消化”,保证两大主业稳步发展。园林这一块儿之前有个业绩对赌,我们要保证兑现业绩承诺。二维码瓶盖业务,现在开始有酒厂来找我们下订单了,我们计划先做个样板出来,然后复制,让更多的酒厂先用上这个东西,这是第一步。第二步再慢慢考虑广告的移植,在终端搞一个商城以及其他的服务。

我们想借助资本市场这个平台,将来把防伪瓶盖在规模上做成世界第一。目前,华宇园林在国内园林行业排在前50名,未来,我们计划做到国内前10

名,或者更高。

## 管理企业只管大方向

证券时报记者:企业越做越大,管理方面会不会感觉吃力?

孙鲲鹏:丽鹏现在越做越大,我们也没那么多精力了,就把决策层和管理层分开。我们重组以后是双主业,瓶盖这块儿一个管理团队,园林那块儿还用了被我们收购的华宇的管理团队,我们这些人就负责决策,一旦有新的项目,我们就拼命干上一段时间,然后就休息一段时间。

在管理方面,我把权力都放下去了,作为分管领导,你分管什么你就管到位,好坏都是你的事儿,不用每一件事儿都请示汇报,你是这个厂的厂长,所有问题都是你的问题,不用向我请示汇报,我只管大方向,平常在一起多交流就好。再比如董秘这个岗位,你给他多大权力,他就能干多大事儿,有些公司就只让董秘干点儿发公告的事,太浪费了。

## 股市到5000点就减肥

证券时报记者:曾经有一个企业的董事长跟我说,他的人生除了睡觉、吃饭,全部都是工作,没有业余时间。您的业余爱好是什么?

孙鲲鹏:我也没啥业余爱好,就是喜欢看书,没有我不看的书,啥书都看,历史、言情小说、漫画,什么都看。我到哪儿都拿着书,什么都能少,书不能少。

证券时报记者:喜欢看言情小说的人,基本上都是情感丰富的人,您也是这样吗?

孙鲲鹏:我们公司的人都比较注重亲情。其实我们家里人,把家庭看得比较重,我和我爸在家里从来不谈工作,因为工作中难免会有意见不合,那就会有摩擦争吵,会破坏家庭气氛,我妈不允许。

我爸和我妈两个人从来不吵架,两个人感情非常好。直到现在,我爸只要出远门就必须带上我妈,有些单位组织的那些出国活动,要求不能带家属的,我爸就不参加了。

证券时报记者:除了看书,没有别的爱好?比如运动。

孙鲲鹏:年前我运动了,办公室放了个椭圆机,我膝盖不行,只能做这个运动,再加上晚上不吃晚饭,减了20多斤。然后,过年放了10多天假,一下子又长了20多斤,又回来了。长胖很容易,减肥很难啊。股市要是能到5000点,我就减肥。



# 丽鹏股份的并购准则

证券时报记者 崔晓丽

在经济危机以及国家政策的推动之下,并购重组成为上市公司转型、做大做强的重要法宝,丽鹏股份就是其中一个较为成功的案例。

丽鹏股份董事长孙鲲鹏告诉证券时报·莲花财经记者,并购企业实际上简单,但要考虑并购回来以后怎么办。”这正像资本市场上常说的那句话:并购容易,整合难。

孙鲲鹏说,丽鹏股份在并购华宇园林的前后把握了三个准则,我们当初收购华宇园林时,首先考虑到园林产业是资金推动型的,给他投入资金,他就能赚钱,比较好掌控。我们自己本身是传统制造业,不懂高科技,搞个高科技的企业,我们控制不了人家,人家高管要是拿着股票全跑了,我们也没办法。”

其次,并购完成后,华宇园林的发展不能贪快,其发展规划要符合公司整体的战略部署。孙鲲鹏表示,“不能太冒进,你想着一年做几百个亿,那不行,我们必须保证瓶盖和园林两个主业齐头并进,这样公司业绩才能稳步发展。我们是上市公司,要对股东负责。”孙鲲鹏说。

最后,并购之后,要给华宇园林管理层充分的权力。我们绝对不干涉华宇园林的经营管理。”孙鲲鹏强调。

孙鲲鹏说,由于原则掌握得好,并购完成后,丽鹏股份与华宇园林实现了双赢。有上市公司的信誉与资金实力作为强大后盾,华宇园林拿项目容易多了,而丽鹏股份则通过华宇园林进入了园林环保这一朝阳产业。

随着国务院要求加快推进PPP项目的实施,我国新型城镇化建设将带来巨大的园林绿化市场,加上新《环境保护法》的实施、社会公众环保意识的增强及有力的舆论监督,我国园林绿化行业正处于新的发展机遇期。

2月20日,丽鹏股份发布定增预案,公司计划募集资金总额不超过9.03亿元,其中3.3亿元计划用于巴中市巴州区津桥湖城市基础设施和生态恢复建设PPP项目。经测算,该项目可获得项目总收益将超过1.5亿元。另外,公司拟投入2.9亿元用于安顺市西秀区生态修复综合治理PPP项目。经测算,该项目可获得项目总收益为近1.1亿元。

孙鲲鹏说,我们现在是华宇列出60多个项目,然后我们从中间选择极个别的好项目来融资。这方面我们非常慎重,因为是上市公司,对环评的要求比较高,各种手续也都要齐全。所以,看着是上百个项目,符合融资条件的也就那么几个。”

孙鲲鹏表示,园林这个行业是资金推动型的,项目选择好了,保证现金流和赢利完全没有问题。未来,公司计划将华宇园林发展成国内同行业前10强。



# 小瓶盖撬动大世界 丽鹏股份构建酒业互联网生态

证券时报记者 崔晓丽

3月23日,丽鹏股份(002374)在2016成都春季糖酒会上举办主题论坛,向外界发布该公司投入重金研发打造的“二维码瓶盖”,这个加了二维码的小小瓶盖,以有效解决困扰酒行业多年的假货、串货等问题。同时,公司在会上还向整个酒行业发出倡议,共同搭建联结整个酒行业的“酒联网”,为行业寻找更大的发展空间。

原国家外经贸部副部长周可仁,商务部内贸专家委员会主任、部长助理黄海,中国包装联合会常务副会长兼秘书长王跃中,中国酒类流通协会副会长兼秘书长刘员,中国酒业协会副秘书长、葡萄酒分会秘书长王祖明,与来自全国的酒行业专家、经销商代表,在论坛上共同探讨了万物互联时代酒行业包装领域的转型与发展。

丽鹏股份公司董事长孙鲲鹏在论坛上表示,“公司计划首先把二维码瓶盖逐步推广到整个酒行业,让更多的酒厂先用上这个东西,给他们解决假货、串货的问题。然后,再考虑广告移植、建立终端商城,以及其他的服务,最终构建整个酒行业的互联网生态圈。”

## 二维码瓶盖开始量产

一个二维码印在一个小瓶盖上,能有什么技术含量?能给丽鹏股份带

来什么样的收益?它真的能解决酒行业的陈年痼疾吗?

近年来,白酒行业步入深度调整期,中高端产品饱受政策之苦,在量、价方面都承受着前所未有的压力。尤其是随着酒类电商的发展,消费者越来越关注白酒、红酒的真伪。但是传统防伪瓶盖还是存在缺陷:容易伪造,制造成本偏高,不能有效防伪防串货,白酒行业对防伪设计的先进性和查询便利性提出了更高的要求。

往瓶盖上喷印二维码并不难,难的是不间断地、大批量地喷印二维码,同时要保证比较高的生产效率和良品率,并控制喷印、包装工艺以确保食品安全。”孙鲲鹏介绍,公司已经解决了上述技术难题,防伪二维码瓶盖已经开始量产,公司也开始陆续收到来自酒企的订单。目前,公司已为成都市施奥梵酒业有限公司、石家庄桥西糖烟酒食品股份有限公司等客户提供200多万只二维码瓶盖。

据悉,二维码瓶盖作为一个信息记录平台,将一瓶酒从生产到销售每一个环节的信息收集在案,拉近了产品和消费者之间的距离,可以有效帮助酒企打假。同时,瓶盖上的二维码自带地域区分,扫描二维码就能看到产品的“归属地”,为解决酒类流通过程中的串货现象提供了依据。

另外,消费者通过扫描瓶盖上的二维码,可参与酒企的促销活

动,其参与频率和消费习惯也都将以数据的形式记录下来,为酒企了解消费者提供了渠道,也为酒企面向消费者的娱乐化营销方式打开了一个新的思路。

孙鲲鹏介绍,二维码瓶盖也将给丽鹏带来收益,除了能够提高公司产品的净利率之外,还将给公司未来的经营打开更广阔的空间。

根据丽鹏股份最新发布的非公开发行A股股票预案,公司将募资不超过9.03亿元,其中6000万元用于瓶盖二维码技术升级改造项目。2015年8月,丽鹏成立控股子公司深圳在乎传媒科技有限公司,开启传统行业向“互联网+”转型之路。基于公司现有主营产品(瓶盖、其他居民日用消费品)上印刷的二维码,专业开展产品防伪打假、产品追溯、广告宣传等信息传递终端的移动互联网媒体运营。”

国家葡萄酒技术委员会委员、国家一级品酒师战吉斌认为,互联网和物联网对用户信息收集能力不断增强,带来的是消费市场的不断细分。包装是酒行业生产、流通的重要环节,新技术与传统的嫁接将是行业发展的未来方向,包装领域要转型,要摆脱以前老成持重的传统方式,加快脚步,向智能化包装演变,丽鹏“二维码瓶盖”在这一方面做出了有益的尝试。

## 构建酒行业互联网生态圈

构建酒行业的互联网生态圈,是丽鹏股份的最终目标。孙鲲鹏告诉证券时

报·莲花财经记者,在互联网时代,任何一项技术,想要做到垄断是不可能的。我们计划在数据安全的基础上,开放、共享行业的消费者数据,最终形成物联网平台上的行业生态圈。”

二维码瓶盖就是要围绕二维码的产生、印刷及运营等环节,为同行业及酒企提供“酒厂+互联网+消费者”的一站式解决方案。同时,还可在生产环节为其他包装厂、各家酒厂的相关生产线改造提供解决方案,并为酒行业提供最贴身最专业的网络安全服务、数据存储运营服务。丽鹏股份子公司深圳在乎传媒总经理兰坤介绍,丽鹏股份总投资达1亿元打造的深圳在乎传媒,脱胎于制造业,扎根在酒行业,是最理解制造业的互联网企业。该公司软件开发工程师和数据分析师团队都来自腾讯、华为等知名公司,建立了酒行业中最大的企业级服务器和数据库。

企业在发展中,要改变过去以产品、渠道为导向,转而以用户需求和服务为决策依据,从单打独斗向合纵连横发展,积极拥抱互联网+。”中国酒类流通协会会长王新国认为,经过两年多深度调整,如今酒业急需借助互联网思维来寻求突围。

中国酒业协会行业报告显示,目前“互联网+酒业”结合度仍然较低,白酒行业仍以传统渠道为主。酒类电商去年收入110亿元,占整个酒业销售收入比例仅1.3%。传统酒企“触网”并不是目的,如何打通线上线下,为消费者提供更多便利条件和服务体验,才是目前酒企走出寒冬的关键。

# 孙鲲鹏:创二代的“互联网+”转型实践

孙鲲鹏,1977年出生,2013年接任丽鹏股份(002374)董事长,之后带领公司通过资本运作,实现双主业,并将公司原有主业瓶盖制造转型为“传统制造业+互联网”。其父孙世尧,是丽鹏股份的创始人、第一任董事长。在记者的眼里,除了长相之外,孙鲲鹏更像一个80后,随性、不拘小节、稳健务实、思路开阔。日前,证券时报·莲花财经记者就接班问题、互联网金融等话题对孙鲲鹏进行了专访。

证券时报记者 崔晓丽

## 接班没什么隔阂

证券时报记者:家族企业的传承换代,比较艰巨,但是丽鹏股份好像很轻松就完成了这个过程,这是何故?

孙鲲鹏:作为家族企业,接班儿这事儿很正常,就看怎么个接法。有的家族企业,儿子长期在国外学习、生活,忽然有一天,老板就跟儿子说:我不干了,你回来接班吧。你说,他刚回来,什么也不懂,他该怎么干呢?

证券时报记者:公司创业的过程,您参与过吗?

孙鲲鹏:基本上参与了。公司是1995年正式成立的,最早发展是在1986年,但是我们家一直在厂区内,我从小是在厂子里长大的,所以我有“瓶盖情结”。后来,大学一毕业就被我爸安排到工厂,从一线工人开始干起。我们公司那时候有三个工厂,瓶盖厂、铝板厂、印刷厂,我每个工厂都干了4个月,对基层了解了以后,慢慢地我爸就让我干了瓶盖厂的副厂长,然后是印刷厂的副经理,一直做了6.7年的副职,我才去分公司干总经理。

后来,我们公司的所有分公司,都是我出去建的,北京、武汉、成都都是我去建好了又走的。再后来,我爸年纪大了,他好多年前就想让我干董事长。2013年,他说他实在是累了,然后我

就接班了。同时,我们公司董监高全换成年轻人,现在这个团队很年轻,基本都是76年的。

这个过程让我具备了一个优势,那就是对公司的中层干部都很熟悉,我们都是在一起成长起来的,互相都比较了解,信任度比较大。所以我接班儿之后,跟他们没什么隔阂。

证券时报记者:当了董事长了,跟前相比压力大吗?

孙鲲鹏:接完班以后,确实压力大多了,累不说,每次融资项目上都会得扒层皮,要接受会里的审核,需要我背材料,200多页,然后去给会上讲,我最讨厌背材料。过了发审会还好,一旦没过,压力就大了,要是不过,人家就会说“你看吧,年轻人就是不行”,幸亏公司这两次融资都过会了。

## 长得比较“着急”

证券时报记者:从资料上看,您是70后,在上市公司董事长这个行列里,算是比较年轻的。

孙鲲鹏:我是1977年出生的,但我长得比较“着急”。有一次在加拿大,家里灯坏了,我跟我姐去买灯,人家商场里的外国售货员说:你领着你爸来了?”这句我听懂了,气坏了,我姐比我大6岁。我小时候看着就比别的小孩成熟点儿,我上初中的时候就知道给老师送挂历,要跟老师搞好关系。

证券时报记者:有媒体对您有个评价,大气稳健、敦本务实、头脑灵活,您对此认可不?

孙鲲鹏:我觉得还行吧,搞实体的人基本都是敦厚老实,我们公司的企业文化也是这样的。我们家为什么让我接班呢?首先是我认同公司的企业文化,我1997年就开始在公司,从工人一步步干上来的,几乎所有的岗位我都干过。

敦本务实啊什么的,这要归因于我的家庭教育。我爸从来不用话来教我,我犯了错,他会批评我做得不对,但他从来不告诉我应该怎么样,他都是直接做给我看,认为身教要重于言教。

## 关于互联网及公司未来

证券时报记者:跟某些公司单纯为了炒作股价而做“互联网+”相比,丽鹏股份的二维码瓶盖把互联网和产业结合得比较紧密,您是怎么考虑的?

孙鲲鹏:我们这种制造业,还是处于产业链的末端,很难跟互联网相结合,我就整天想:怎么能加到互联网上去呢?天天想,脑子都想疼了。现在新生事物越来越多,互联网、云计算、大数据、机器人啊,我爸年纪大了,这些东西他接受起来有些慢,这一点我占优势。

证券时报记者:为什么一定要做互联网呢?

孙鲲鹏:我们最初上市时候的想法就是要让我们原本的瓶盖行业走得更远。刚才也说了,我从小在瓶盖厂大院里长大,我有“瓶盖情结”,这是我们老本行,舍不得丢掉,而且还有这么多员工跟着我们干了这么多年。那么,怎么样能走得更高呢?恰好这个时候李克强总理提出“互联网+”。

证券时报记者:做完了二维码,接下来想做什么?

孙鲲鹏:新业务还没有考虑,目前我们二维码是刚开始做,园林这一块儿目前也还在消化期里,所以我们近期内是要先“消化”,保证两大主业稳步发展。园林这一块儿之前有个业绩对赌,我们要保证兑现业绩承诺。二维码瓶盖业务,现在开始有酒厂来找我们下订单了,我们计划先做个样板出来,然后复制,让更多的酒厂先用上这个东西,这是第一步。第二步再慢慢考虑广告的移植,在终端搞一个商城以及其他的服务。

我们想借助资本市场这个平台,将来把防伪瓶盖在规模上做成世界第一。目前,华宇园林在国内园林行业排在前50名,未来,我们计划做到国内前10

名,或者更高。

## 管理企业只管大方向

证券时报记者:企业越做越大,管理方面会不会感觉吃力?

孙鲲鹏:丽鹏现在越做越大,我们也没那么多精力了,就把决策层和管理层分开。我们重组以后是双主业,瓶盖这块儿一个管理团队,园林那块儿还用了被我们收购的华宇的管理团队,我们这些人就负责决策,一旦有新的项目,我们就拼命干上一段时间,然后就休息一段时间。

在管理方面,我把权力都放下去了,作为分管领导,你分管什么你就管到位,好坏都是你的事儿,不用每一件事儿都请示汇报,你是这个厂的厂长,所有问题都是你的问题,不用向我请示汇报,我只管大方向,平常在一起多交流就好。再比如董秘这个岗位,你给他多大权力,他就能干多大事儿,有些公司就只让董秘干点儿发公告的事,太浪费了。

## 股市到5000点就减肥

证券时报记者:曾经有一个企业的董事长跟我说,他的人生除了睡觉、吃饭,全部都是工作,没有业余时间。您的业余爱好是什么?

孙鲲鹏:我也没啥业余爱好,就是喜欢看书,没有我不看的书,啥书都看,历史、言情小说、漫画,什么都看。我到哪儿都拿着书,什么都能少,书不能少。

证券时报记者:喜欢看言情小说的人,基本上都是情感丰富的人,您也是这样吗?

孙鲲鹏:我们公司的人都比较注重亲情。其实我们家里人,把家庭看得比较重,我和我爸在家里从来不谈工作,因为工作中难免会有意见不合,那就会有摩擦争吵,会破坏家庭气氛,我妈不允许。

我爸和我妈两个人从来不吵架,两个人感情非常好。直到现在,我爸只要出远门就必须带上我妈,有些单位组织的那些出国活动,要求不能带家属的,我爸就不参加了。

证券时报记者:除了看书,没有别的爱好?比如运动。

孙鲲鹏:年前我运动了,办公室放了个椭圆机,我膝盖不行,只能做这个运动,再加上晚上不吃晚饭,减了20多斤。然后,过年放了10多天假,一下子又长了20多斤,又回来了。长胖很容易,减肥很难啊。股市要是能到5000点,我就减肥。



# 丽鹏股份的并购准则

证券时报记者 崔晓丽

在经济危机以及国家政策的推动之下,并购重组成为上市公司转型、做大做强的重要法宝,丽鹏股份就是其中一个较为成功的案例。

丽鹏股份董事长孙鲲鹏告诉证券时报·莲花财经记者,并购企业实际上简单,但要考虑并购回来以后怎么办。”这正像资本市场上常说的那句话:并购容易,整合难。

孙鲲鹏说,丽鹏股份在并购华宇园林的前后把握了三个准则,我们当初收购华宇园林时,首先考虑到园林产业是资金推动型的,给他投入资金,他就能赚钱,比较好掌控。我们自己本身是传统制造业,不懂高科技,搞个高科技的企业,我们控制不了人家,人家高管要是拿着股票全跑了,我们也没办法。”

其次,并购完成后,华宇园林的发展不能贪快,其发展规划要符合公司整体的战略部署。孙鲲鹏表示,“不能太冒进,你想着一年做几百个亿,那不行,我们必须保证瓶盖和园林两个主业齐头并进,这样公司业绩才能稳步发展。我们是上市公司,要对股东负责。”孙鲲鹏说。

最后,并购之后,要给华宇园林管理层充分的权力。我们绝对不干涉华宇园林的经营管理。”孙鲲鹏强调。

孙鲲鹏说,由于原则掌握得好,并购完成后,丽鹏股份与华宇园林实现了双赢。有上市公司的信誉与资金实力作为强大后盾,华宇园林拿项目容易多了,而丽鹏股份则通过华宇园林进入了园林环保这一朝阳产业。

随着国务院要求加快推进PPP项目的实施,我国新型城镇化建设将带来巨大的园林绿化市场,加上新《环境保护法》的实施、社会公众环保意识的增强及有力的舆论监督,我国园林绿化行业正处于新的发展机遇期。

2月20日,丽鹏股份发布定增预案,公司计划募集资金总额不超过9.03亿元,其中3.3亿元计划用于巴中市巴州区津桥湖城市基础设施和生态恢复建设PPP项目。经测算,该项目可获得项目总收益将超过1.5亿元。另外,公司拟投入2.9亿元用于安顺市西秀区生态修复综合治理PPP项目。经测算,该项目可获得项目总收益为近1.1亿元。

孙鲲鹏说,我们现在是华宇列出60多个项目,然后我们从中间选择极个别的好项目来融资。这方面我们非常慎重,因为是上市公司,对环评的要求比较高,各种手续也都要齐全。所以,看着是上百个项目,符合融资条件的也就那么几个。”

孙鲲鹏表示,园林这个行业是资金推动型的,项目选择好了,保证现金流和赢利完全没有问题。未来,公司计划将华宇园林发展成国内同行业前10强。