

# 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润之外,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的瓶盖或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媒体运营。

国家葡萄酒技术委员会委员、国家一级品酒师吉吉认为,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

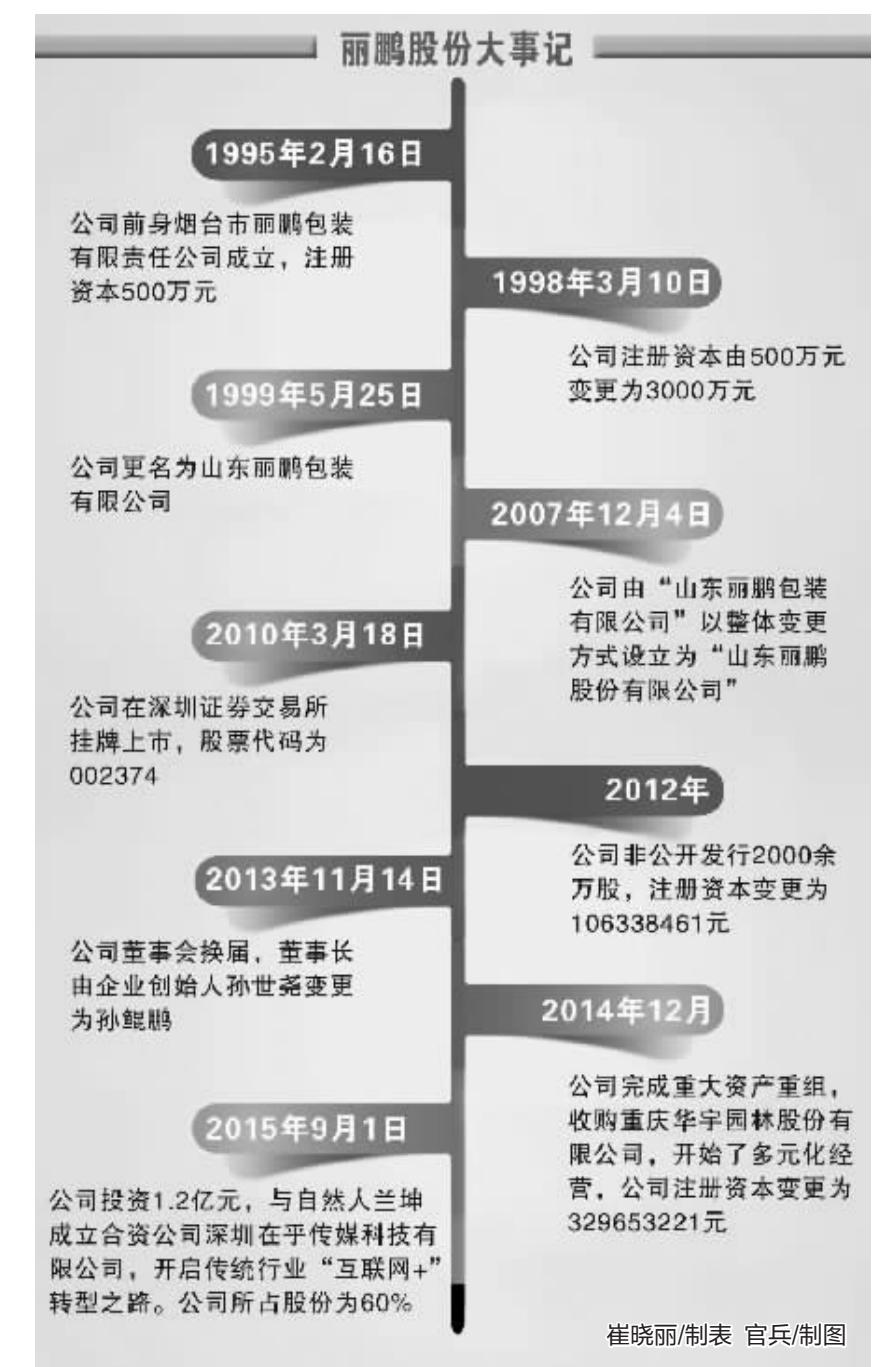
构建酒行业的互联网生态圈,是丽鹏股份的最终目标。孙鲲鹏告诉证券时报·莲花财经记者,构建酒行业互联网生态圈,是丽鹏股份的最终目标。孙鲲鹏告诉证券时报·莲花财经记者,构建酒行业互联网生态圈,是丽鹏股份的最终目标。

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、共享行业的消费者的数字数据,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,为同行业及酒企业提供“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。



崔晓丽/制表 官兵/制图

# 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:家族企业的传承接班,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,接班儿这件事很正常,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,他知道怎么干呢?

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里面,我从小是在厂区长大的,所以我有“瓶盖情结”。后来,大学一毕业就被我爹安排到工厂,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,慢慢地我爹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,我爹年纪大了,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

长大了。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,跟从前相比压力大吗?

孙鲲鹏:接完班以后,确实压力大多了,累不说,每次融资项目上会都得扒层皮,要接受会里的审核,需要我背材料,200多页,然后去给会里讲,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去了。

证券时报记者:做了二维码,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,所以我们短期内是要先“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,让更多酒厂用上这个东西,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:我们公司的人人都比较注重亲情。其实我们家里人,把家庭看得都比较重,我和我爹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,我爹不允许。

我和我娘两个人从来不吵架,两个人感情非常好。直到现在,我爹只要出远门就必须带上我娘,有些单位组织的那些出国的活动,要求不能带家属的,我爹就不参加了。

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,给他投资资金,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。



崔晓丽/供图

