

董事长面对面

专访依依股份董事长高福忠：

“铲屎官”产出新机遇 宠物消费市场成投资新宠

■本报记者 张敏

继儿童消费、女性消费之后，宠物消费成为风口上的投资“新宠”。

艾媒咨询数据显示，2020年全国城镇犬猫数量超1亿只，支撑起了2065亿元的消费市场，较2019年的规模增长2%。在A股市场，有一家上市公司凭借宠物消费的“东风”，自今年5月18日上市后，在短短8个交易日实现股价翻倍，这就是“宠物卫生护理概念第一股”依依股份。

从2003年开始生产第一款宠物垫，产品出口至美国、日本等几十个国家和地区，依依股份在该领域已深耕近20年。面对国内日渐崛起的宠物消费，依依股份对行业发展的判断是什么？随着竞争日渐激烈，玩家日渐增多，宠物卫生护理赛道未来发展的关键是什么？

“当你以家人身份对待宠物时，你对它的共情心理，尤其是消费心理也会发生变化。”依依股份董事长高福忠近日接受《证券日报》记者专访时表示，宠物消费市场规模一定与经济基础密切相关。欧美、日本等国宠物消费市场已经较为成熟。随着中国经济的不断发展，人们的生活水平和收入水平不断提升，宠物消费市场也在快速崛起。当下，宠物的角色已由看家护院变成了情感陪伴。

高福忠将当下国内宠物消费市场规模比作春秋战国时期，尚未有一家企业占据绝对优势和市场份额。“宠物卫生护理也面临日渐增多的玩家，在这个时候上市将树立公司在资本、品牌等领域的绝对优势。未来行业竞争的关键是供应链管理、产品创新、品牌塑造以及智能化生产水平。”

“铲屎官”的大机遇

二十世纪七十年代末，是我国大力发展乡镇企业之际，高福忠被当时的村干部、乡镇干部推荐成为依依股份前身的厂长。

依依股份起初主要是做化工产品，1998年实施产业转型，转向妇女卫生护理用品生产领域，这为公司后来转向宠物卫生护理赛道奠定了一定的产业基础。刚开始转型时，依依股份的产品在北方市场做出了一定的知名度。但是，随着成人护理市场竞争的加剧，公司管理团队就开始反思和探讨，能否打造出一种全新品类，开拓一个全新的消费领域。

高福忠向《证券日报》记者介绍称：“通过多次拜访日本客户，我们发现了宠物卫生护理产品市场的巨大商机。当时宠物卫生护理产品在国内外处于一个相对空白的状态，我们相信这个产品，尤其是在国外市场，可能很快就会迎来市场红利。”

回国后，高福忠果断在依依股份上线宠物护理垫的生产设备，经过反复的测试、产品分析、打样、检测以及客户需求对接，公司的产品在2004年正式打入国际市场，获得了日本客户的青睐。

“在日本市场的成功突破，让我赢



依依股份董事长高福忠接受《证券日报》记者专访 胡艳萍/摄

得了信心。”谈及开拓日本市场，高福忠谈及一个细节：“当时双方还没有达成协议和意向时，我就把生产设备定下了。对方也感到比较突然，因为当时设备价格很贵。而这也让对方看到了我们的诚意。”在高福忠看来，如果对方把订单信息确定了再去买设备，那就意味着订单交付时间也将会延后，损失的可能就是交易机会。

2007年，依依股份凭借稳扎稳打，实现了美国市场“零的突破”。由于美国和日本的行业准入门槛和供应商名单标准极高，依依股份因此在国际市场的知名度迅速打开，2008年的销售规模正式突破亿元。

依依股份的发展可谓站到了欧美、日本宠物消费市场高速发展的风口。据媒体报道，1994年美国宠物消费支出总额为170亿美元，2020年美国宠物消费市场规模已达1036亿美元。

宠物卫生护理市场大有可为

以海外市场需求为出口导向的发展模式下，国内宠物消费生产厂商均是长期与国外商超、宠物用品品牌商和电商平台合作，多以ODM/OEM生产模式为主。近年来，伴随消费升级以及独居人群对宠物市场需求的增加，国内宠物品牌运营开始布局宠物产业，生产厂商亦逐步从ODM/OEM模式，转变为以ODM/OEM为主并兼顾自主品牌的发展。

目前依依股份已经在开拓国内销售渠道，抢占国内市场份额。“近几年，中国的经济发展有了很大变化。”高福忠介绍，老年人和中青年对宠物陪伴的需求明显加大，宠物的角色开始由“看家护院”向“情感陪伴”进行转变，宠物主人对宠物消费支出金额的认可度也在明显提升。“我们相信，宠物卫生护理用品赛道会实现从初步认知、大众接受、消费普及，最终走向定制

化、多层次化的全面消费升级。”

除了宠物卫生赛道外，依依股份还有个人卫生护理用品的产业配备。“我们关注到第七次全国人口普查数据，我国60岁及以上人口已高达2.64亿，老龄化将是我国今后较长一段时期的基本国情。”高福忠表示，随着国内老龄化人口的不断加深，与“银发浪潮”相适应的产业配套是未来产业结构转型的必然要求。公司个人卫生护理用品这块业务的主要战略方向就是面向老人卫生护理消费经济，目前主要推广护理垫、老人尿裤等产品。

无纺布是卫生护理材料的重要原材料。依依股份的主营业务之一还包括无纺布的生产。“一方面，可以和我们现有产品形成生产闭环，有效地帮助我们优化生产成本，提升市场抗风险能力；另一方面，随着近几年卫生护理用品市场消费规模的持续增长，我们对这个消费赛道的市场空间也十分看好。”高福忠介绍称。

“登陆资本市场是我们多年的奋斗目标，上市是依依股份历史发展的一个里程碑。”高福忠介绍，现在我们会时刻关注监管层面的变化要求，严格按照上市公司标准，高度重视履行信息披露义务，全面提高合规经营和风险防范意识。我们也希望，可以在法律法规框架内，借助资本市场做大做强，切实提升公司价值，努力为我国实体经济的发展贡献力量。

智能化生产强化领先优势

不知不觉中，宠物消费已经成为市场的风口。然而，面临行业集中度较低、品牌优势尚未建立的现状，如何在竞争日渐激烈的宠物卫生护理市场保持领先优势，也是依依股份上市后所面临的一大挑战。

“市场普遍认为这个行业门槛较低，买几条设备就可以进入这个市场

了。但我们在这个行业已奋斗了二十多年，我们知道这个行业其实并不简单。”高福忠认为，宠物消费目前在国内还处于培育期，这与我国的经济水平、人口结构、国民消费习惯、法律法规配套等社会大背景都息息相关。

“我们的产品可以成功进入众多国际知名企业的合格供应商名单，这是非常不容易的。这么多客户，首先对供货量是有要求的，我们需要有规模化的产能保证和极端情况下可以稳定供货的抗风险能力。在去年疫情爆发的时候，我们具备的极强抗风险能力就凸显出来了。”高福忠不无感慨地表示。

突发疫情，导致作为口罩原材料的无纺布价格暴涨，依依股份的供应链优势得以彰显。“在宠物卫生护理产业，无纺布是重要的原材料之一。但去年，公司生产的无纺布只有一部分对外销售，更多的无纺布用来保证公司主营产品生产和供应。”高福忠介绍，不能因为眼前利益，失去长期客户。

“不同客户有不同的产品标准要求，在不同规格、不同型号的产品间精准切换，同时要保证高标准的产品品质，这个难度也是很大的。国外客户不光对产品有要求，对制造商也有要求，他们会定期安排验厂、验厂标准非常广泛，消防以及社会责任等全都是他们考核供应商的硬性指标，对制造商综合能力的要求非常高。”依依股份董秘周丽娟向记者介绍。

依靠智能化生产，依依股份拉开了与竞争对手的距离。“依依股份上市所募集的资金，很大一部分用于产品的智能化生产，有望降低50%以上的人工成本。”高福忠介绍称。

“作为‘宠物卫生护理行业第一股’，依依股份具备了先发优势。所在行业是蓝海还是红海，与公司自身发展存在密切关系。如果与行业竞争对手拉开较大距离，即使行业是红海，公司也具备足够的竞争力。”高福忠认为。

违规买卖股票是“操作失误”？ 盛屯矿业控股股东收监管警示

■本报记者 李婷

控股股东买卖股票连续“操作失误”，令市场一片哗然。

7月14日晚间，盛屯矿业发布公告称，公司控股股东盛屯集团因减持特定股份未按规定进行披露，被上交所予以监管警示。此前，盛屯矿业一度因“操作失误”致盛屯集团出现短线交易。

值得一提的是，近年来盛屯矿业频繁再融资也备受市场关注。近期，公司又对外抛出2021年定增预案，计划募资22.5亿元。此次受到上交所监管警示，是否会定增计划造成影响？

针对《证券日报》记者的询问，盛屯矿业相关负责人回复称，未造成实质性影响。

控股股东买卖股票 “悄悄地进行”

据公告披露，截至4月30日，盛屯集团通过三个账户持有盛屯矿业5.29亿股股份，占公司总股本的19.65%。5月6日，盛屯集团在减持其二级市场取得的股份过程中，从其中B880302278账户减持了224.81万股，占公司总股本的0.08%。上述减持股份系通过盛屯矿业非公开发行及初始购买取得，属于特定股份。对此，盛屯集团未按规定履行减持披露义务。为此，上交所对盛屯集团实施监管警示措施。盛屯矿业发布的公告还显示，因工作人员操作失误，致使盛屯集团出现短线交易。5月6日，公司先是通过竞价方式卖出136.43万股，后又买入5.5万股，成交均价均为7.7元/股。

上海协力（厦门）律师事务所高级合伙人曾振球律师对《证券日报》记者表示，根据相关规定，上市公司控股股东通过证券交易所集中竞价交易减持股份的，应当在首次卖出的15个交易日前向证券交易所报告并预先披露减持计划，由证券交易所予以备案。任意连续90个自然日通过集中竞价交易减持股份的总数，不得超过公司股份总数的1%。

曾振球律师认为，短线交易是必须严守的“红线”。按照规定，董监高以及持有上市公司5%以上股份的股东，将其持有的上市公司股票在买入后6个月内卖出，或者在卖出后6个月内买入的，由此所得收益归上市公司所有，上市公司董事会应当收回其所得收益，并及时披露相关情况。

对于控股股东买卖自家股票出现的连续“操作失误”，引发了不少投资者的质疑。在股吧内，甚至有网友质疑公司，是否在利用信息不对称“出货”。

但上市公司并不这样认为，称“失

误并未造成实质收益，也不造成实质影响”。

三年定增募资38.59亿元 累计每股分红只有6分钱

今年6月初，盛屯矿业对外发布2021年度定增预案称，公司拟发行不超过8.02亿股股份，募资22.5亿元。其中，16亿元用于卡隆威铜钴矿项目，6.5亿元用于补充流动资金。

资料显示，卡隆威铜钴矿拥有矿石量1346万吨，储量包括：铜金属量30.2万吨，平均品位2.7%；钴金属量4.27万吨，平均品位0.62%。盛屯矿业方面认为，锂电池产业扩容将带动金属钴的需求。

定增方案一出，市场广泛质疑称，近年来公司持续高投入，为何引发“增收不增利”的现象？统计数据显示，2018年至2020年，盛屯矿业分别实现营业收入327亿元、359亿元、392亿元，实现归母净利润分别为4.88亿元、3亿元、0.59亿元，业绩呈逐年下降趋势。但盛屯矿业最新发布的2021年半年度业绩预告显示，公司预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润6.67亿元至7.57亿元，同比大幅增长。

另据东方财富统计数据，2018年至2020年，盛屯矿业仅通过增发，就累计募资38.59亿元。但同期的分红却少得可怜，三年累计实施现金分红1.66亿元。其中，2018年度每10股派0.23元（含税），2019年度每10股派0.42元（含税），2020年每10股派0.1元（含税）。如果按“个人股东按照应得红利的20%缴纳个人所得税”计算，盛屯矿业的个人投资者在这三年获得的每股税后现金分红只有6分钱。

公开资料显示，盛屯矿业从事有色金属深加工采选贸易等业务，聚焦钴、镍、铜、锌等新能源资源品种。财务数据显示，2020年公司实现营业收入392.36亿元。其中，有色金属贸易及其他收入为321.59亿元，但毛利率仅0.46%；金属冶炼深加工收入和采选业务收入分别为65.5亿元、3.17亿元。分产品看，公司的钴产品实现收入11.25亿元，占营收比重约2.9%。

一位匿名业内人士对《证券日报》记者分析称，对比同行的回报情况，盛屯矿业明显偏低。从收入构成看，虽然公司持续大手笔布局矿山，但目前80%的收入来自低毛利率的有色金属贸易业务。对比同行中的热点龙头企业，公司的核心品种钴产品的营业收入占比比较低。与之相比，华友钴业的钴产品收入占营收比重超过20%；寒锐钴业的钴产品收入占比则高达50%。

天翔环境面临退市 2.33万户股东何去何从？

■本报记者 舒娅璐
见习记者 蒙婷婷

7月16日晚间，天翔环境发布公告称，公司收到深交所《股票终止上市复核决定书》，维持对公司作出的股票终止上市决定，本决定为终局决定。至此，天翔环境将成为四川省内A股上市公司中第12家退市企业。

据悉，因2019年末经审计的净资产为负值，且2018年、2019年的财务会计报告均被注册会计师出具“无法表示意见”的审计报告，天翔环境于2020年5月13日起被实施暂停上市。进入2021年以来，天翔环境积极通过各种方式谋求恢复上市，在向深交所提出恢复上市申请“但不受理”后，又继续提出复核申请。但最终，天翔环境依旧难逃退市命运。

公告称，天翔环境股票将于2021年7月19日进入退市整理期。退市整理期交易期限为30个交易日，整理期首日开盘参考价为1.49元/股，涨跌幅限制为20%，预计最后交易日期为2021年8月27日，退市整理期间股票全天停牌的不计入退市整理期。

东方财富Choice数据显示，截至目前，天翔环境的股东户数约2.33万户。在未来30个交易日期间，这2.33万户股东何去何从？

“天翔环境这类退市原因的上市公司，大多存在持续经营能力不足、公司治理缺陷等方面的问题，未来重新上市的几率微乎其微。即便将来能够重新上市，也需要等待漫长的时间，5年或10年，甚至更久。”第三方研究机

构透镜公司创始人况玉清在接受《证券日报》记者采访时表示，投资者应尽可能地规避这类公司股票，若不幸踩中，也应及时止损。

经济学者王赤坤在接受《证券日报》记者采访时表示：“已配置这类面临退市风险企业的投资人，应清醒地认识到，随着退市制度的不断完善，退市将实现市场化、法治化和常态化。投资者不要有侥幸心理，应远离这些危险的标的。”

在此之前，四川省内A股上市公司中已有11家退市企业，分别是ST银山、*ST中川、*ST托普、东方锅炉、长城股份、*ST创智、*ST二重（已重新上市）、华泽退、印纪退、神城A退、金亚退。具体退市原因包括：因要约收购致使公司股权结构不符合上市条件、因吸收合并不再具有独立主体资格并被注销、因公司股票连续二十个交易日每日收盘价均低于股票面值（1元）、连续三年亏损等，其中因连续三年亏损原因退市的企业数量最多，占比达63.64%。

王赤坤分析称，退市后的上市公司，要想重新恢复上市资格，应符合《股票上市规则》等相关规定。除符合《股票上市规则》等相关规定的其他条件外，企业实现三年连续盈利再重新上市相对会比较容易。但在实际过程中，重新上市面临的困难会更多。记者在梳理后发现，自ST银山在2002年8月份成为首家退市川企以来，到2020年8月份金亚退的退市，18年共有11家川企退市，但实现重新上市的川企数量只有1家，占比不到10%。

洋河股份首期10亿元股权激励计划出炉 5100名核心骨干有望升级为“事业合伙人”

■本报记者 曹卫新

洋河股份酝酿已久的股权激励计划正式亮相。7月16日，洋河股份对外披露的《第一期核心骨干持股计划（草案）》显示，该计划持股规模不超过966万股股份，拟筹集资金总额上限为10.02亿元，股票来源为公司回购专用账户回购的A股普通股股票，参加本持股计划的人员合计不超过5100人。截至2020年末，洋河股份在职员工总数达1.58万人，此次持股计划参与人数占员工总数的比例为32.22%。

对于这份股权激励计划，多位业内专家在接受《证券日报》记者采访时认为，股权激励可以有效地将员工利益和企业利益绑定，激发企业发展的活力。

上市12年首推股权激励计划

成立于1949年的洋河股份是全国大型白酒生产企业，拥有洋河、双沟两大中国名酒、两个中华老字号、六枚中国驰名商标。公司主导产品梦之蓝、天之蓝、海之蓝、苏酒、珍宝坊、洋河大曲、双沟大曲等系列白酒，在市场上享有较高的品牌知名度和美誉度。

《证券日报》记者注意到，此次股权激励计划是公司自2009年上市以来推出的首个股权激励计划。依据方案，参加持股计划的人员范围包括公司董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员，以及公司及全资子公司经董事会认定的对公司整体业绩和中长期发展具有重要作用的中层及以上人员和核心骨干。

从持股比例来看，公司新任董事长张联东、副董事长兼总裁钟雨、董事兼执行总裁刘化霜拟持有份额均为1000万份，各占持股计划总额的1%；董事兼副总裁、总工程师周新虎、监事会主席陈太清等9人拟持有份额均为500万份；总裁助理张学谦、宋志敏拟持有份额为300万份；董事会秘书陆红珍拟持有份额为200万份。上述15位高管持股比例合计占比8.28%，剩余不超过5085名其他核心骨干持股比例为91.72%。每份份额为1.00元，持股计划份数上限为10.02亿份，资金总额不超过10.02亿元。

该持股计划回购回购股份的价格为公司回购股份均价103.73元/股。公告显示，2019年至2020年，公司通过回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份966.13万股，占公司总股本的0.64%，最高成交价为131.99元/股，最低成交价为80.37元/股，成交金额为10.02亿元（含交易费用）。

谈及本次股权激励计划，中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林在接受《证券日报》记者采访时称，“通过股权激励将上市公司骨干和上市公司经营进行绑定，发挥激励作用，可以助力上市公司未来数年的业绩达成，对企业发展有利，可以短期激发企业活力。洋河股份近几年利润波动不大，是一家成熟企业，建议在具体实施过程中可以分段实施股权激励，将阶段盈利目标更加细化。”

绑定15%业绩增长目标

公告显示，该持股计划的存续期为36个月，所获标的股票的锁定期为24个月。锁定期届满后，本持股计划所持股票权益将根据公司业绩目标考核结果进行处置。对于参与持股的员工来说，要想获得持股后的权益，需要先过“业绩关”。

依据方案设计，本次持股计划设有业绩考核要求：2021年公司营业收入较2020年增长不低于15%，且2022年营业收入较2021年增长不低于15%。

“洋河股份拟推出第一期核心骨干持股计划，其意在用股权激励的方式，构建共享共赢的创业机制，让员工与企业形成利益共同体，促进二者共同成长。”在中国食品产业分析师朱丹蓬看来，“若业绩考核指标未达成，本持股计划持有的全部标的股票权益由管理委员会收回。这一目标，是洋河股份对自我的一次挑战，更是其‘二次创业’精神的一种体现。”

朱丹蓬认为：“白酒行业将迎来拐点，各大酒企必须在产品结构、经营机制、人才管理等各个方面进行突破，洋河股份有着挑战自我的勇气。”

如何有效地激发员工积极性、完成业绩考核目标？盘古智库高级研究员江瀚在接受记者采访时建议，“洋河股份要完成业绩考核，最核心的做法应该是在原先比较优势的市场继续保持优势之外，进一步加强其他方面的多元化市场发展，通过多元市场的竞争来推动整个市场的竞争力。”

“一方面，可以在非传统优势市场之外开拓新的市场和领域；另一方面，在研发上面下功夫。可以尝试开发一些比较受年轻人欢迎的一些特殊的新品牌，或者新产品，考虑进一步改变原先的方式，提高生产效率。”江瀚补充称。