

公司零距离·新经济 新动能

“味精大王”如何“蝶变”？

■本报记者 肖艳青

在河南东部平原这片沃土上，1983年，诞生了一家县办小厂——周口地区味精厂，这便是如今A股上市公司莲花控股股份有限公司(以下简称“莲花控股”)的前身。

经过42年的风雨历程，莲花控股的发展历程可谓波澜壮阔：从最初的小型创业公司，逐步发展成为调味品行业中首家在A股上市的企业，并一度荣登世界“味精大王”的宝座。然而，随后公司遭遇经营困境，不得不进行破产重整。如今，公司正大步迈向转型升级，使其传统食品业务焕发新生，同时算力新业务也在迅速崛起。

近日，莲花控股发布2024年业绩预告显示，公司预计去年实现归属于上市公司股东的净利润2亿元至2.3亿元，同比增长53.93%至77.02%，有望创下历史新高。

自2020年完成重组以来，莲花控股在四年的时间里实现了经营业绩的迅猛增长，成为司法重组企业中一个典范。在辉煌成就与挑战、转型与再发展的过程中，莲花控股是如何完成其“蝶变”的呢？为了揭开这家企业重生的秘密，《证券日报》记者来到了莲花控股的总部——河南省周口市项城市。

魄力重整 重塑发展活力

“莲花味精，颗颗香浓。”这句广告语在20世纪90年代响彻大江南北。莲花味精成为了每个家庭厨房中的必需品，也是河南省的“四大工业名片”之一。1997年，莲花控股的单厂味精产量达到世界首位，1998年在上海证券交易所成功挂牌上市，到了2001年，莲花控股已发展成为中国最大的味精生产和出口基地。

然而，莲花控股的发展并非一帆风顺。从2003年公司首次出现亏损之后，经营状况逐步下降，2019年，公司来到破产退市边缘，被迫进行破产重整。2020年，在多方努力下，公司通过土地置换、资金注入、转增股票等一系列举措，解决了约20亿元的债务问题，妥善安置万余名职工，卸下沉重的负担和人员包袱。

然而，司法重整结束并不意味着

着公司的发展迎来转折。莲花控股面临着如何重新发展、实现持续盈利等一系列问题。

在发展战略上，莲花控股结合实际情况，顺应时代的发展趋势，确立了实施莲花品牌复兴战略，旨在打造调味品及食品板块的新发展高地；同时，公司明确了向科技转型，发展算力新领域的战略方向。以大消费和大科技为“双轮驱动”，确立了公司的发展目标。

“从司法重整到经营业绩再创辉煌，中间经历了重重困难。”莲花控股公司副董事长李斌坦言，公司经过重整后，将文化管理融入公司，实行统一的垂直管理，这需要极强的运营管理能力。

为了确保发展战略的顺利实施，莲花控股进行了深化的运营管理体系改革。公司打造了“产供销储运”协同管理机制，将财务、法务和政务统一起来无条件为业务发展服务，并制定了“线上和线下营销相结合、国际国内市场、研发销售相结合”的发展策略等，提高了运营管控能力。

此外，为了提升盈利能力，莲花控股积极推进市场营销体制的改革，强调市场导向，重点在引进新人才、拓展新业务、研发新产品、构建新的销售平台等方面持续深化改革，以不断增强公司的核心竞争力。同时，公司还积极推进用人和分配体制的改革，坚持“能上能下、能进能出、用成绩说话”的用人原则，并对高管和业务骨干实施了股权激励，旨在调动企业员工的工作积极性和创造力。

数据显示，莲花控股在2020年完成重组后，当年便实现了从亏损到盈利的转变。2021年至2023年，公司实现归属于上市公司股东净利润分别为4436.44万元、4619.47万元、1.3亿元。

国货老品牌复兴 食品主业迎来新生

味精作为一种增鲜调味品，其应用历史已逾百年，至今仍在中国调味品市场占据着举足轻重的地位。作为国内家庭消费的首选品牌，“莲花”不仅享有较高的品牌价值，更是莲花控股不可或缺的无形资产。

“莲花”是一个拥有42年历史的民族品牌，尽管经历了20年的低



图①莲花控股的全景鸟瞰图 图②莲花控股工厂内，机械手臂正在忙碌地进行作业
图③莲花控股生产线上的货物正在沿着运输带流转 图④莲花控股的办公大楼 公司供图

迷期，其品牌影响力正逐渐减弱。”李斌表示，“2022年，我们启动了品牌复兴战略，通过多渠道宣传，包括线上和线下，普及味精的正确使用知识、莲花产品的特点以及健康食品的相关知识，以此提升品牌的影响力。”

公司顺应新型消费需求，坚持绿色天然、“三低”(低脂、低糖、低钠)的产品开发理念，持续推出创新产品。目前，莲花控股已构建起一个多元化的产品体系，其展厅内陈列着琳琅满目的产品，包括味精、鸡精、松茸鲜、胡椒粉、火锅底料、天然苏打水等。

特别是战略新品莲花松茸鲜系列，在2024年已成为公司的核心大单品，无论在线上还是线下市场都取得了显著的成绩，并荣获“2024年度调味品行业消费者喜爱产品”“SEE全球美味奖”等多项殊荣。

在销售渠道方面，莲花控股不断深化线下渠道的开发，积极拓展线上，也在全面布局线上新零售，建立新零售团队，利用大数据和人工智能技术推动线上业务的快速增长。2023年，莲花控股借助“国货

热”趋势，实现了业务的大幅增长。到了2024年前三季度，公司线上收入突破1亿元，同比增长158.91%，线上收入占总营收的比例进一步提升至5.71%。

开辟第二增长曲线 进军算力等创新领域

在做强主业的基础上，莲花控股积极寻找新的利润增长点。2023年6月份，莲花控股成立了全资子公司杭州莲花科技创新有限公司，专注于人工智能、信息技术、云计算等科技创新业务。

莲花控股董事长李厚文曾表示：“为了积极回应国家和地方政府的号召，把握科技时代的巨大机遇，公司开辟了第二增长曲线，进军智能算力、AI等科技创新领域。这不仅基于公司长期战略规划的战略新业务，也是推动数字经济与公司发展深度融合、促进高质量发展‘新莲花’的重大战略举措。”

据悉，莲花控股的控股孙公司浙江莲花紫星算力科技有限公司目前已获得9项计算机软件著作权登

记证书，其技术能力广泛覆盖云计算、算法算力底座等多个关键领域，并在全国建立了七个智算中心。这为公司算力业务的拓展奠定了坚实的基础。

随着大模型等人工智能产业和应用的迅速发展，我国对智能算力资源的需求愈发旺盛。在此背景下，莲花控股的算力业务快速发展。2024年前三季度，其算力服务业务收入已达5570.71万元；2024年第四季度，公司累计签订的算力服务合同金额为7.44亿元；2025年首月，公司又签订了5.72亿元的算力服务大单。

展望未来，莲花控股将深入推进“消费+科技”双轮驱动的发展战略。自去年以来，新“国九条”“科创板八条”“并购六条”等政策纷纷出台，为上市公司并购重组提供了有力的政策支持。对此，李斌向《证券日报》记者表示，未来，在外延式发展方面，莲花控股还将围绕调味品、健康食品和算力上下游产业链加大并购重组力度，促进公司做优做强，推动公司进一步高质量发展。

“AI语料”迎来风口 上市公司争相布局

AI语料作为训练人工智能算法和模型的核心资源，其重要性随着技术发展与行业渗透持续提升

■本报记者 郭霁霞

作为人工智能产业链上游的关键基础资源，“AI语料”正迅速成为资本市场新的焦点。A股上市公司也纷纷加快布局，力求在人工智能产业链上游抢占战略制高点。

市场前景广阔

所谓AI语料，是指用于训练人工智能算法和模型的文本、语音、图像或其他形式的数据集合。AI语料作为训练人工智能算法和模型的核心资源，其重要性随着技术发展与行业渗透持续提升。求思咨询数据显示，2023年我国AI语料市场规模达68.7亿元，预计到2025年将突破100亿元大关，增长至109亿元，年复合增长率超过25%。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛向《证券日报》记者表示：“随着AI技术在各行各业的渗透日益深入，AI语料市场有望持续扩容。尤其是在医疗、金融、教育等对数据质量和安全性要求极高的行业，定制化、高质量的AI语料将拥有极为广阔的市场空间。而且，随着技术的不断进步，语料的收集、整理、标注和应用效率也会不断提升，这无疑将进一步推动AI语料市场的发展。”

政策层面的支持也为行业发展注入强劲动能。2024年12月份，国家发展改革委等六部门联合印发《关于促进数据产业高质量发展的指导意见》，明确提出支持企业面向人工智能应用创新，开发高质量数据集，大力发展“数据即服务”“知识即服务”“模型即服务”等新业态。2025年2月19日，国家数据局召开高质量数据集建设工作启动会，明确指出来要扎实做好高质量数据集建设工作，加快推进形成一批标志性成果，以此赋能行业高质量发展。

中国数实融合50人论坛智库专家洪在接受《证券日报》记者采访时表示：“在政策红利与市场需求的推动下，AI语料的价值正经历全面重估。优质语料库不仅是AI模型训练的基础材料，更成为企业构建差异化竞争优势的核心资产。其价值将通过市场估值提升、商业合作拓展、技术创新突破等多维度得以体现。”

相关行业龙头抢滩

面对如此广阔的市场前景，众多上市公司积极投身AI语料领域。

在文本语料领域，中文在线集团股份有限公司依托20余年文化数字产业积累，构建起涵盖文学、教育、科技等多类型的高质量语料库；中国科技出版传媒股份有限公司、中国出版传媒股份有限公司等出版龙头则将专业学术资源转化为AI语料，服务于科研、教育等领域的AI应用。

视频语料赛道呈现多元化布局态势。浙江华策影视股份有限公司凭借影视剧制作优势积累海量原始素材库，为AI在视频领域的应用提供了丰富资源；中广天择传媒股份有限公司的“淘淘淘”平台汇聚了优质电视剧版权，并出售大模型客户，为大模型训练提供深度数据支持。

视觉(中国)文化发展股份有限公司在图片语料领域优势突出。作为全球领先的视觉内容数字版权供应商，其拥有近5亿专业级图文对、80万小时视频音乐素材，还具备完善的结构化元数据，为AI视觉应用提供了海量图像和视频语料。

除文化传媒行业外，其他行业巨头也纷纷布局AI语料领域。浙江核新同花顺网络信息股份有限公司、上海钢联电子商务股份有限公司等公司在金融和大宗商品领域的语料库建设，推动金融科技的发展。北京值得买科技股份有限公司、汇纳科技股份有限公司等公司则通过消费语料库，助力AI更好地理解消费者需求。中远海运科技股份有限公司在航运领域的语料库布局，将有助于提高航运效率和安全性。而成都市贝瑞和康基因技术股份有限公司在医疗语料库方面的深耕，有望为医疗AI的发展提供有力支持。

此外，多家上市公司通过投资者互动平台披露了其布局动态。比如，杭州当虹科技股份有限公司于2月11日回应称，公司目前已针对多个行业场景建设对应的语料库；居然新零售集团股份有限公司于2月7日回复称，截至2024年12月底，公司拥有设计模型超1600万，空间设计案例超3900万，这些模型及设计方案可作为AI学习的语料库，公司针对这类数据资产已建立户型库、模型库、素材库和优质方案库等对应数据库。

深度科技研究院院长张孝荣对《证券日报》记者表示：“AI语料市场作为AI产业的关键支撑，正迎来黄金发展期。相关上市公司积极布局，有望在这一领域构建起强大的竞争优势。但企业也需清醒认识到，要在激烈的市场竞争中脱颖而出，不仅要在技术创新、资源整合上持续发力，还需高度重视数据安全和隐私保护。同时，政府和行业协会也应加强引导与规范，推动行业标准化建设，共同促进AI语料行业健康、可持续发展。”

老牌国货正焕发新生

■肖艳青

近年来，国货品牌紧跟时代潮流，融入时尚元素，成功吸引了年轻一代消费者。从化妆品、服装、食品到电子产品、家电以及汽车等领域，国货风潮席卷而来，不仅影响了国内消费者的购物选择，也为国货品牌带来了前所未有的发展新机遇。

而在国货品牌中，老牌国货往往更具底蕴和口碑，也普遍具有稳定的供应链和丰富的线下渠道。然而，也有不少老牌国货由于缺乏创新，未能跟上时代发展的步伐。

笔者认为，老牌国货要焕发新生，需要顺应时代发展趋势，从品牌、产品、创新、销售体制和管理机制等方面进行改革创新。

首先，产品竞争力是企业发展的核心，老牌国货要守正创新，在守住原有品牌和特色等根本的同时，顺应时代发展趋势，围绕市场需求，加大新产品研发生产力度，丰富产品矩阵，提高产品竞争力。

其次，从企业经营方面看，深化改革、提高运营管控力是老牌国货重振雄风的关键。部分老牌国货有

必要进行从上到下、从内到外的全面改革，核心是要让“产供销储运”实现联动，形成支持业务发展的合力。

事实上，我国已形成了支持老牌国货创新发展的良好氛围。特别是“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出，开展中国品牌创建行动，保护发展中华老字号，提升自主

品牌影响力和竞争力，率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。这为老牌国货焕发新生提供了强大的支持。

笔者认为，老牌国货应紧抓历史机遇，通过深化改革、积极创新，追求勇立潮头。而市场也必将给予焕发新生的老牌国货积极反馈，助力民族品牌迎来新的辉煌。

年内272家A股公司完成股份回购计划

■本报记者 刘欢

上市公司正在以积极兑现回购承诺。2月25日，福莱特玻璃集团股份有限公司发布公告称，公司已完成股份回购计划，累计回购股份1330.84万股，回购总金额为3亿元。同日，元利化学集团股份有限公司、安徽元琛环保科技有限公司、浙江健盛集团股份有限公司、广东芳源新材料集团股份有限公司纷纷就“已完成股份回购计划”发布公告，根据公告，四家公司累计回购金额分别达4624.91万元、3200万元、1.6亿元、5999万元。

Wind资讯数据显示，以集中竞价方式作为回购口径，今年以来截至2月25日，已有272家上市公司完成了此前披露的股份回购计划，回购金额总计234.72亿元。

上市公司回购股票通常被视为向市场传递一个信号，即公司管理层认为回购价格低于公司的实际价值，

表明当前的股价被低估。这种行为有助于增强投资者的信心，起到稳定股价的作用。”信达证券策略首席分析师樊继拓如是说。

积极兑现承诺

在完成回购计划的272家公司中，天津九安医疗电子股份有限公司回购总金额居首位。公告显示，公司累计回购股份数达2922.63万股，占总股本的5.93%，支付总金额为11.8亿元。

排在第二位和第三位的分别是京东方科技集团股份有限公司、凯莱英医药集团(天津)股份有限公司，各回购股份2.29亿股、1230.07万股，回购总金额均为10亿元。

Wind资讯数据显示，在完成回购计划的上市公司中，有65家回购金额超亿元。

《证券日报》记者梳理发现，员工股权激励和注销股份成为上市公司

回购的主要目的。

“员工股权激励方面，通过给予员工股权激励，将员工利益与公司利益深度绑定，激发员工积极性与创造力，提升员工归属感与忠诚度，吸引和留住核心人才，为公司长期发展注入动力。注销股份则直接减少公司股本，在盈利不变情况下，增厚每股收益，提升股东权益，优化财务指标，增强公司在资本市场吸引力，也避免未来股价上升后公司减持套利行为，维护市场公平与稳定。”中国商业经济学会副会长宋向清在接受《证券日报》记者采访时表示。

队伍不断壮大

2024年以来，国家不断出台鼓励上市公司加大回购力度的支持政策。2024年4月份发布的新“国九条”提出推动优质上市公司积极开展股份回购，引导更多公司回购注销，增强稳市效果。去年11月份发布的

《上市公司监管指引第10号——市值管理》明确股份回购是提升上市公司投资价值的重要手段。

在政策引导和鼓励下，2024年A股市场的回购创下历史新高，上市公司实施回购1476亿元。进入2025年，政策持续加码。1月份，中央金融办、中国证监会等部门联合印发的《关于推动中长期资金入市工作的实施方案》提出，推动上市公司加大股份回购增持再贷款工具的运用。

2025年以来，得益于政策支持，A股回购队伍不断壮大。Wind资讯数据显示，今年以来截至2月25日，以预案发布日为统计口径，A股共有119家上市公司披露股份回购计划，其中67家上市公司发布的回购计划获得金融机构股票回购专项贷款资金支持，占比为56.3%。

中国城市专家智库委员会常务副秘书长林先平向《证券日报》记者表示：“对于上市公司来说，股票回购增持再贷款政策的实施，可以降低回

购成本，提高回购效率，从而更好地实现公司价值管理以及优化治理的目的。同时也有助于提升公司的财务状况、信用评级，进一步增强投资者及市场的信心。”

值得一提的是，上述披露回购计划的119家上市公司实施回购的速度也在加快。Wind资讯数据显示，119家上市公司中有61股实施了回购计划，其中更有14家上市公司已完成实施，回购总金额达8.53亿元。

“2025年，随着政策持续落实与经济复苏向好，上市公司回购活动有望保持活跃态势。政策上，证监会将继续加强鼓励引导，为回购提供更完善制度保障与支持；经济层面，复苏带来企业盈利改善、现金流充裕，使其有更多资金用于回购；市场角度，投资者对回购公司认可度提升，形成正向反馈，激励更多企业参与。”宋向清表示，企业也需理性看待，结合自身实际，权衡利弊，确保回购对公司和股东真正有益。