农行济南分行举办巾帼先模事迹报告会

商报济南消息 为大力宣传女先模、女工匠先进事迹,进一步激发农行广大职工的劳动热情和创新创造活力,展现巾帼能手“高质量发展排头兵”的精气神,农行济南分行近日举办了“学习二十大·先模展风采·建功新时代”巾帼先模事迹报告会。会议在农行济南和平支行设主会场,在各支行设视频分会场,全行1300余名女职工参加了会议。

农行济南分行工会主席发表致辞指出,巾帼先模是农行济南分行的宝贵财富,是农行事业改革发展过程中的中坚力量。学习巾帼先模就是学习她们对农行事业的坚定信念,常怀报行之心,恪守兴行之责。学习巾帼先模就是学习她们忠于职守、无私奉献的职业情怀。工作中求真务实、笃行不怠,职场之外肩负“女儿、儿媳、妻子、母亲”之责。“女本柔弱,为母则刚”。学习巾帼先模就是学习她们执着专注、追求卓越的钻研精神。

此次会议中,原农行济南分行党委委员、副行长,现任农行山东分行特约讲师张宜霞、农行历城支行党委委员、副行长李娇娇、农行济南自贸区支行营销副主任王海英、农行平阴支行公司业务部副经理翟倩倩、农行济南和平支行个人金融部客户经理张慧聪等五位先进模范分别作了报告。

据了解,近年来,农行济南分行以服务女职工为出发点,以助力成长为目标,引导女职工服务大局、建功立业,在巾帼建功、权益维护、和谐发展等方面取得丰硕的成果。下一步,济南分行广大女员工以巾帼先模为榜样,以大作为创造新业绩、以新成就展示新风采,踔厉奋发,勇毅前行,不断开创家庭生活和事业发展新局面,为打造“全国省会城市行高质量发展排头兵”战略目标作出新的更大贡献。

◎山东商报·速豹新闻网记者 逄增凤

1元产品中有4毛是销售费

汤臣倍健2022年报仍旧“轻研发”

2022年,汤臣倍健(300146.SZ)投入31.69亿元用于销售,销售费用率同比增长仅7个百分点至40.31%,而研发费用率仍旧维持在2%左右的水平,研发费用仅为1.58亿元,不到销售费用的5%。

◎山东商报·速豹新闻网记者 冯云云 张月

2022年汤臣倍健研发费用不足销售费用的5%(资料图)

>>>

三大主力产品销量下滑 经销商少了100多个

3月18日,汤臣倍健发布2022年年报,显示过去一年实现营业收入78.61亿元,同比增长5.79%,但净利润同比下滑20.99%至13.85亿元,经营活动产生的现金流量净额同比下降24.19%至13.78亿元。

财报显示,汤臣倍健产品主要分为片剂、粉剂、胶囊、其他等4大类,过去一年片剂和粉剂收入同比分别下降了3.14%和15.33%,胶囊和其他分别增长20.45%和20.63%。

而从销量来看,汤臣倍健主力产品都出现了大幅下降,其中片剂、粉剂2022年分别销售50.68亿片和414.77千克,销售量同比分别下降了12.55%和35.90%,胶囊销售量也下降了8.85%,全年卖了24.59亿粒。

对此汤臣倍健解释称,片剂、粉剂和胶囊产品产销及库存量均同比有所减少,主要系公司加强赠品管理以及调整库存战略推进柔性生产,促进经营质量提升所致。而粉剂产品产销量同比减少较多,主要系蛋白粉罐装产品及乳清蛋白产品销售减少所致。

此外年报中还显示,作为汤臣倍健销售主力的经销商群体,2022年数量从1070个减少至936个,一年少了134个,但从目前看,这134个经销商的消失对汤臣倍健去年收入影响较为有限。

1元钱的产品中有4毛钱是销售费用

分析汤臣倍健期间费用可见,公司2022年对成本控制做了一定的努力,如管理费用全年只增长了0.79%,研发费用虽然同比增长5.45%,但研发人员全年却减少了31个,研发人员总量同比下降9.78%。

但即便如此,汤臣倍健仍旧陷入了增收不增利的尴尬境地,这主要是由于2022年销售费用骤增。

2022年,汤臣倍健销售费用同比增长27.87%至31.69亿元,全年销售费用率为40.31%,相比2021年的33.35%,同比增长了6.96个百分点,也就意味着汤臣倍健每1元钱的产品中,有4毛钱是销售费用。

分析销售费用构成可见,汤臣倍健2022年投放的市场推广费、平台费用、广告费分别为7.35亿元、7.3亿元、9.66亿元,同比分别增长53.91%、40.58%、27.93%。

在国内39家保健品概念上市公司中,汤臣倍健销售费用率一直名列前茅,去年仅次于益盛药业、寿仙谷、江中药业位列第四,如果从主业占比来看,实际上已经是保健品行业销售费用率最高的上市公司。

“销售费用增长,反映出企业必须在销售端投入更多费用才能把产品卖出去,这也意味着产品市场竞争力出现了下降,而作为头部企业仍旧大幅增加销售费用,一般意味着企业面对的市场出现了较大的变化。”有业内人士告诉记者。

上述人士介绍,与安利、康宝莱等企业不同,汤臣倍健是国内第一家把保健食品引入OTC药房渠道的厂家,通过过去十多年的耕耘牢牢把握住了线下以药店为主的线下消费渠道,但随着市场环境的变化,这种模式也出现了各种问题。

“过去很长一段时间,保健品消费群体中的中老年人习惯线下消费,但如今各年龄段都已经转向线上,这不但削弱了汤臣倍健的线下优势,而线下和线上售价差距大,反过来也成为影响汤臣倍健线下销售无法回避的麻烦。”该人士分析。

去年18亿元买理财 研发费用率远低于同行

其间汤臣倍健还走过一些弯路,如2015年跨界收购基因测序企业上海凡迪生物科技有限公司,就在外界还没看明白收购逻辑时,该公司2018年被曝出经营困难,去年10月汤臣倍健彻底退出。

此外2019年,汤臣倍健还斥资5.5亿元收购了澳洲益生菌品牌LSG,当时收购溢价高达34倍,由此形成了21.66亿元的商誉和14.14亿元的无形资产,但因业绩未达预期,2019年计提商誉减值10.08亿元,直接导致汤臣倍健2019年亏损3.56亿元。

2022年,除了大量资金投入销售外,汤臣倍健还买入了大量理财产品,财报显示,2022年汤臣倍健交易性金融资产总额达18.3亿元,同比增长662.5%,主要是理财产品增加所致。

种种投资之下,汤臣倍健对研发投入却显得十分“吝啬”。

2019年至2022年,汤臣倍健研发费用投入分别只有1.26亿元、1.4亿元、1.5亿元、1.58亿元,研发费用率常年维持在2%左右的水平,而处于同一赛道的上市公司健康源、嘉必优、较大昂立,2021年研发费用率分别达11.63%、8.81%、4.31%。

2022年前三季度,汤臣倍健研发费用率只有1.69%,在39家保健品概念股中排在26位,同期健康源、嘉必优、较大昂立为9.47%、9.64%、4.44%。

山东供销智能仓配和应急保障基地项目运营方公开招募公告

一、招募单位:山东供销供应链管理集团有限公司

二、项目名称:山东供销智能仓配和应急保障基地项目

三、项目简介:项目位于章丘区清照大街与福康路交叉口,拟于2023年开工建设,建设期两年,计划总投资13.2亿元,占地约120亩,总建筑面积156,000平方米,为2023年山东省重大实施类项目。项目一期将建设省级区域性粮食安全保障基地、智慧冷链、展销交易中心及配套设施,二期将建设总部基地。项目建成运营后,将大大提高省会城市群都市圈、济南地区应对突发重大公共卫生事件、重大自然灾害的物资保供能力,带动就业5000余人。

四、招募内容:为提升项目资产统筹运营能力,保证公有资产保值增值,提高运营效率,切实担负起应急保供职能,按照竞争择优的原则,山东供销供应链管理集团有限公司对项目运营方进行公开招募。合作内容包括项目下全部资产的招商、运营、维修保养等,按照平战结合、市场化运作的思路,将项目打造成集农贸加工、生鲜交易到供应服务的综合型市场。

五、招募响应方条件

1、一般性要求(1)具有独立承担民事责任的能力;(2)具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度;(3)有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录;(4)参加招募活动前三年内,在经营活动中没有重大违法记录;(5)法律、行政法规规定的其他条件;(6)未被“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)、中华人民共和国最高人民法院网站(http://www.court.gov.cn)等渠道列入信用记录失信被执行人。

2、专业性要求(1)招募响应方具有合作所必需的人员、设备和专业技术能力;(2)招募响应方具有良好的农贸市场招商、运营管理能力;(3)招募响应方具有2个以上成熟的农贸市场运营经验,且经营业绩良好;(4)招募响应方具有一定资金实力,净资产不低于5000万元。

六、资格审查材料

招募响应方应提供以下材料:1、招募响应方法定代表人身份证明书及法定代表人身份证复印件;2、招募响应方法定代表人授权委托书及委托代理人身份证复印件(如有授权);3、招募响应方法人营业执照营业(复印件加盖公章);4、招募响应方提供所在地社保机构出具的由企业为委托代理人缴纳的2022年1月至2022年12月的养老保险缴费证明;(法定代表人参加招募活动无需提供养老保险缴费证明);5、招募响应方具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度证明材料(提供2022年度由会计师事务所出具的财务审计报告或提供响应人基本开户银行出具银行资信证明扫描件);6、参加招募活动前三年内,在经营活动中没有重大违法记录;未被“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)、中华人民共和国最高人民法院网站(http://www.court.gov.cn)等渠道列入信用记录失信被执行人(提供网站截图);7、招募响应方具有相关业务管理及经营经验的证明材料;8、其他相关材料。

七、报名及材料递交方式

报名截止时间:2023年3月28日前

报名地点:济南市历下区历山路157号天鹅大厦

联系人:丰硕

联系电话:0531-82915909