

抵御海外市场需求下滑,积极布局“出口转内销”——

# 兆驰股份逆势增长的“门道”

经济日报·中国经济网记者 杨阳腾

## 慧眼观企

在新冠肺炎疫情影响下,全球液晶电视需求疲软。作为该领域的佼佼者,兆驰股份有限公司根据市场走向,在持续优化全球软件解决方案的基础上,努力调整策略,坚持加大科技研发投入,积极做强国内市场,持续完善全产业链建设,于危机中育新机,有效抵消了海外市场需求不振造成的不利影响,实现了业绩逆势增长。

“今年上半年,公司营业收入达74.64亿元,同比增长超过25%。在新冠肺炎疫情以及订单一度锐减影响下,我们对业绩也是心里没底,但好在公司还是实现了逆势增长。”深圳市兆驰股份有限公司副总裁兼财务总监严志荣告诉记者。

事实上,兆驰股份逆势增长并非是因为运气好。作为消费电子领域生产数码产品的高科技企业,兆驰股份在坚持已有产品生产研发策略的基础上,及时调整市场方向,坚持内销和出口“两手抓”,最终将危机变成了发展契机。

### “我们不做纯代工”

兆驰股份成立于2005年,现位于深圳市龙岗区兆驰创新产业园。这个占地面积14.8万平方米、总建筑面积约70万平方米的园区,是兆驰股份集互联网电视、机顶盒、天猫、LED部件等产品自主研发、设计、生产到销售的基地。

记者近日来到园区,只见大货车来来往往,原材料运进、成品运出,一派热闹景象。



一角。因为深圳市兆驰股份有限公司生产车间  
沈伟心摄(中经视觉)

在不远处的厂房里,隐约传来生产线紧张运行的声音。

“公司成立时,DVD市场已经开始下滑,为寻突破,我们将视线放在了产品创新和整合上。”深圳市兆驰股份有限公司董事长顾伟告诉记者,该公司创业初期依靠把DVD模具改成机顶盒模具实现了快速增长,多功能结合的差异化产品带来了良好的业绩。此后的发展过程中,兆驰股份始终坚持自主研发,注重建立研发体系,在多媒体视听终端、通信产品、LED产品等制造领域掌握并储备多项核心技术,加上先进的产品设计理念 and 强大的产品整合能力,兆驰股份设计出的产品差异化特色突出,并在价格、功能、外观等方面形成综合竞争优势。

不过,提到兆驰股份,市场上总会把它与“代工”这个标签联系起来。“我们不做纯代工生产(OEM)。目前,产品从设计到生产都是自行完成,在产品成型后直接对外销售。”顾伟表示,兆驰股份希望能够在竞

争激烈的消费电子行业长远稳健地发展,因而要积累自身技术实力,从研发到设计都必须自己做。

研发优势在顾伟看来尤为关键。“降低研发费用的确可以降低成本,但是长此以往就会‘牙掉了只能嚼粥’。所以,我们愿意花费重金培养研发队伍开发产品,沉淀技术优势。”严志荣表示,凭借丰富的技术积累和过硬的产品,兆驰股份已获得众多国内外知名品牌的青睐,成为全球消费类电子品牌和硬件厂商长期合作伙伴。

### 下功夫开拓内销市场

受疫情影响,全球液晶电视近期需求疲软,但兆驰股份依然取得较大突破,全球影响力快速提升。数据显示,今年上半年全球TV出货量9970万台,同比下滑12.6%,但兆驰股份液晶电视ODM(原始设计制造)业务的出货量较去年同期增长了29.5%,跻身全球前三位。

深圳市兆驰股份有限公司TV事业部总经理何胜斌说出了逆势增长的“门道”,那就是“出口转内销”。

何胜斌介绍,疫情暴发之初,公司及时调整今年产品销售结构,增加了国内销售份额。今年一季度,兆驰股份内销收入同比增长超过110%,出口转内销货值达3500多万美元,有效抵消了海外市场需求不振造成的不利影响。截至目前,兆驰股份内销收入占营业收入比例达到52%,内销收入比去年增长20%。

事实上,兆驰股份早就在开拓内销市场上下了功夫。2015年其推出自有互联网电视品牌“风行电视”,作为开拓国内市场的拳头产品之一。互联网电视既保留电视形象直观、生动灵活的表现特点,又具有互联网按需获取内容的交互特征,综合两种传播媒介优势形成新的电视形态,已经成为各大品牌占领客厅视听领域的重要工具。兆驰股份在互联网电视销售渠道方面已经形成自建经销商体系,并借助京东、天猫、风行商城等电商平台,在内销市场保持稳步增长势头。

2019年7月,兆驰股份与电商平台拼多

多签署全面战略合作协议。目前,风行电视产品在拼多多平台销售业绩良好,出现多款爆款。顾伟表示,兆驰股份还向拼多多全面开放了包括设计研发、产品结构等在内的生产信息,拼多多则在需求端收集并转化海量数据,经专业团队处理后反馈给兆驰股份,双方联手探索一条以需定制、按需定产的内销道路。

在内销市场上,深圳市佳视百科技有限责任公司也取得了不小成绩。作为兆驰股份子公司,佳视百科技致力于电视机以及机顶盒相关软件研发,今年上半年,佳视百科技实现营业收入1.3亿元,同比增长32.2%。该公司99%的产品内销,为增强兆驰股份主营产品国内市场竞争起到了巨大作用。

### 持续完善全产业链

布局产业链在企业发展中至关重要。兆驰股份自成立以来着眼于全产业链目标,持续完善产品体系,2017年布局LED外延及芯片,后来获得日本著名电子品牌JVC在中国的独家授权,在全球范围内开展联合销售等多元化合作。目前,兆驰股份已形成LED全产业链、智慧家庭组网、家庭娱乐三大生态,提前布局产业链的前瞻性,使企业在市场竞争中占据优势。

兆驰股份近日发布的2020年半年度报告显示,LED全产业链板块上半年实现营收13.66亿元,同比增长59.74%,占总营收的18.33%。此外,整合家庭娱乐生态、智慧家庭组网的多媒体视听产品及运营服务板块上半年实现营收为58.39亿元,同比增长17.77%。

此外,兆驰股份的全产业发展 and 科研投入也受益于政策的大力支持。去年,兆驰股份研发费用增加扣除近1.57亿元,汇算清缴后退税4300多万元。“减税降费政策让我们有更多资金投入核心技术研发,充足的资金成为了‘活水’,保证了企业持续不断向高质量发展的动力。”严志荣介绍,今年上半年,兆驰股份收到出口退税共2.98亿元,同时还有6300多万元软件获得即征即退退税,这让企业对未来的发展充满信心。

度的同时,琅琊台集团加快了智能化改造进程。小球藻生产设备升级使优品率率进一步提升,产品持续增值。胶原蛋白肽新设备的上马让整体产能扩大到原先的10倍,今年对胶原蛋白肽原料生产车间前端设备的改良改造又让产能提升了70%。

“质量更稳定,成本更低,前端生产人员减少了一半,让更多人尝试其他工作。”赵咏伟说,从技术到规模,该集团健康产业优势不断夯实。产能增加、质量提升则进一步促进了市场开发,在巩固原料产品的同时,该集团也在不断通过新模式扩大终端产品的占比。

“依托企业雄厚的科技实力和过硬的品质,产品除了在海内外市场畅销,胶原蛋白肽面膜等一系列产品在本地也打开了市场。”赵咏伟表示,该公司今年健康产业销售占比将由50%提升至60%。

## 企谈快论

□ 梁睿

# 对大股东占款需下猛药

近日,舍得酒业股份有限公司(以下简称“ST舍得”)发布公告称,该公司从四川省射洪市公安局获悉,公司董事长刘力、总裁李强、董事张绍平、公司财务负责人李富全因涉嫌背信损害上市公司利益罪被公安机关刑事立案调查。

“ST舍得”高管悉数被立案调查,主要原因在于“ST舍得”间接控股股东天洋控股集团与关联方存在通过四川省蓬溪县蓬山酒业有限公司非经营性占用公司资金的问题。从相关公告内容来看,“ST舍得”间接控股股东天洋控股及其关联方未在承诺期限内归还4.75亿元的非经营性占用资金。

被大股东占款不还的上市公司并非只有“ST舍得”一家。自上世纪末以来,大股东占款便是A股市场久治难愈的痼疾,其表现形式有关联交易、垫付费用、拆借资金、提供担保等。2006年,证监会联合公安部、人民银行、国资委等8部门对清理大股东占用资金作出明确要求:大股东占款必须限期偿还。虽然此后情况有所好转,但随着时间推移,以及受融资环境变化、市场竞争加剧等因素影响,大股东占款情况又有所抬头。据证监会披露,今年上半年被该会立案调查的未按规定披露大股东和实际控制人资金占用、违规担保类案件共24起,部分案件还涉及恶性利益输送。

对于上市公司而言,大股东占款将会抽走上市公司资金,使上市公司财务风险扩大,对生产经营造成不利影响,部分上市公司将因此被推至退市乃至破产的边缘。比如,河南科迪乳业股份有限公司因控股股东科迪食品集团股份有限公司非经营性占用公司资金余额达18.65亿元以及违规担保等陷入恶性循环;被称为“史上最穷上市公司”的“\*ST华泽”因为大股东及关联方占款高达近18亿元,结果走上了退市之路。此外,大股东占款还直接损害了中小股东合法权益,影响了资本市场功能的有效发挥。

大股东占款之所以痼疾难除,根本原因在于上市公司控股股东通常都是“一股独大”,上市公司事务基本上由控股股东说了算,包括上市公司人、财、物方面的安排。因此,对于上市公司的资金,大股东挪用起来很方便。同时,由于外部监督缺失以及法治环境不完善,在占款带来的巨大非法利益和极低的违规成本面前,某些上市公司实控人选择了铤而走险。

近年来,因占款问题而被采取强制措施的上市公司实控人寥寥无几,被定罪而锒铛入狱的更是少见。“ST舍得”被占用资金一案之所以能引发舆论关注,原因在于作为其第二大持股方的射洪市政府积极维权。很明显,这种占款肆无忌惮,地方政府不管不问就会进一步纵容占款方胡作非为,损害国有资产利益,中小股东权益也得不到有效维护。

要根除大股东占款痼疾,要出重拳、下猛药。对于久占不还的大股东或实控人,可采取冻结其在上市公司权利,甚至采取资本市场禁入、限制担任上市公司高管、强制变卖名下股票还债等措施使其失去对上市公司的控制权而不能兴风作浪。同时,对于违规占用资金行为要给予严厉惩处,该法办法办,该追究刑责追究刑责,充分发挥法律法规对违规行为的威慑作用和惩治作用才能惩前毖后,以儆效尤。

## 企事录

满足用户多样化需求

# 苏宁家乐福五店同开

本报记者 王晋

9月30日,家乐福5家店同日开门迎客:成都新都店、淮安金湖店、沈阳苏宁屯店;北京八里庄店重装开业;位于上海的社区生鲜店则是家乐福首创业态。

受新冠肺炎疫情影响,许多企业放慢了拓展步伐,家乐福开店速度却并未放缓。9月30日,距离家乐福加入苏宁生态刚一年多,一年来,家乐福重整旗鼓,积极探索实践,其商业定位从“一站式购齐”向“满足用户多样化需求的一站式购齐”转变,围绕商品、店面、供应链和到家业务开展了“四大升级”。

家乐福中国CEO田睿表示,“未来家乐福的门店业态规划是1+2+1。1是社区生活中心,即大卖场的迭代版,2是指标准超市和精选店,最后一个1代表社区生鲜店”。

在家乐福的规划中,“1+2+1”排兵布阵的背后逻辑其实是用户消费场景的“远中近场”和商圈布局。远场社区生活中心辐射半径3到5公里,中场的社区标超和精选店分别匹配社区和商圈,辐射半径1到2公里,近场的社区生鲜店,立足于用户的家门口,辐射半径0.5到1公里。

3公里内多业态模型门店覆盖,10公里内“一小时达、同城半日达”多种配送模式触达。家乐福规划构建的服务网络,也正好印证了田睿所说,“用户在哪里,家乐福就去到哪里”。

其中,精选店作为家乐福的全新业态,今年4月在重庆开了第一家店,目前已发展至10家。9月30日开业的沈阳苏宁屯店以及重装开业的北京八里庄店均为精选店,面积4000平方米左右,主打进口、网红商品,为年轻客群营造充满活力的潮流生活消费场景。

此外,家乐福还基于数据分析对经营品种进行汰换,淘汰低效商品,引入新品。田睿表示,“今年家乐福引入2000个网红商品,在门店销售情况非常不错,为精品超市提供了新鲜的‘时尚血液’”。

本版编辑 李景

# 青岛琅琊台深耕生物健康产品

本报记者 刘成 通讯员 李杰

近日,在位于青岛西海岸新区的青岛琅琊台集团股份有限公司胶原蛋白肽原料生产车间,成批的胶原蛋白肽系列产品正在加快生产,即将发往美国。“这已经是第三批了,预计今年总体销量会同比翻番。”对于海外市场,青岛琅琊台集团股份有限公司总裁赵咏伟信心十足。

琅琊台是一家以白酒为基础发展起来的大型现代化企业集团,在新冠肺炎疫情期间,酒水市场普遍处于疲软状态,但琅琊台的健康产业却持续发展。“这得益于产业互补、多元一体的布局。”赵咏伟告诉记者,面对白酒市场的激烈竞争,公司跳出白酒行业,深耕微生物发酵技术,立足大健康理念,发展海洋微生物健康产业。该公司先后上马了海洋微藻DHA、小球藻、壳寡糖等项目,并于2018年底发展胶原蛋白肽项目,构建起以微生物发酵技术为核心,白酒、果酒

果醋、啤酒、海洋生物健康、有机酸、有机饲料、有机肥、胶原蛋白肽等多元化产业格局,成为世界最大的衣康酸研发产销基地和国内最大的海洋微藻、功能糖、胶原蛋白肽研发生产基地。

依托衣康酸国际市场,胶原蛋白肽一上市就打开了日本、韩国等海外市场。今年疫情期间,经过多次实地考察,美国一家全球护肤品和彩妆品直销企业将该公司纳入原料供货商。同时,小球藻的欧美市场需求也大幅增长,公司销量翻番,DHA藻油的销量也同比增长了40%至50%。

“像酒水这类相对传统的产品是我们找市场,而对于健康产品来讲,很多是市场找我们。”赵咏伟称,健康产品的客户大多是慕名而来,即使产品价格高于竞争对手,依然不影响与国际高端品牌的合作。“这一切,得益于基于科研技术的质量保证。”赵咏伟表

示,多年来,琅琊台集团不断加大微生物发酵技术研究,与江南大学、北京工商大学、中科院青岛生物能源与过程研究所等国内知名高校、科研院所开展产学研合作,培养出酶制剂、海洋微藻、生物工程等青年创新团队,先后承担国家863计划、国家火炬计划、国家星火计划等重点项目,取得43项发明专利,获得国家科技进步二等奖、省级科技进步一等奖等重要奖项,主持完成了工业用衣康酸、生物发酵法有机酸分类、异麦芽酮糖、胶原蛋白肽等多项国家标准,产学研合作成果显著。

今年,中国水产科学研究院黄海水产研究所培育的小球藻新菌种成功落地,让小球藻产能提高了30%。“原来菌种在发酵罐里要生长60小时,现在40小时就能完成。”赵咏伟说。

随着市场需求不断提升,在加大科研力