

# 建材与装饰 MATERIALS & DECORATION

CONSTRUCTION TIMES

责任编辑:张高青  
电话:021-63212799-211  
E-mail:mo-jun@163.com

2020年12月21日

## 资本化能否让陶卫企业走出困境?

### ——东鹏再次上市带来的启示

2016年从港股退市后,广东东鹏控股股份有限公司(下简称东鹏)经过四年的努力,终于在9月28日成功登陆A股,欢呼声未落,招股书披露的数据已经让人不免为陶卫企业的生存唏嘘。渠道单一、利润率低、增长乏力、环保高压……

曾经在港股遭遇投资者的质疑,并没有因为四年的时间有所改变,这些或许也是其漫长A股路的重要原因。如果没有根本性方案解决这些问题,或许东鹏很难与投资者达成和解,上市也不能成为发展良药。

#### 上市之路举步维艰

这不是东鹏第一次登陆资本市场,2013年,东鹏曾在港交所上市,成为第一家在港上市的内地民营陶卫企业。

由于东鹏从事的陶瓷产业被投资者视为“夕阳”产业,认购时不得不削减近3成认购价才闯关成功,上市首日还是以跌破开盘价8.163%的价格黯然收市。上市难并没有终止东鹏在港的波折,此后由于股价一度遇冷,在资本市场上的表现十分被动,东鹏仅挂牌了不到三年时间,就在2016年以2亿的代价恢复私有化,退市港股,彼时东鹏已经有了回归A股的计划。

历经艰难,东鹏登陆A股成为家居行业“十一”期间的一个大事件,然而从资本市场的反馈来看却并不喜人。数据显示,东鹏首次公开发行股票的情况不理想,网上投资者放弃认购数量:197,217股,金额2,238,412.95元;网下投资者放弃认购数量:7,042股,金额79,926.70元。

不被投资者看好的原因或许与东鹏披露的业绩有关。数据显示,2014-2019的五年间,东鹏的营收和净利润水平没有显著增长,对瓷砖、洁具等传统业务的依赖度过高,营收贡献率逾9成,缺乏创新增长点。尽管东鹏近几年在不断开拓新的业务线,软装、基材、整体卫浴方面都有涉足,但营收贡献率不过百分之二三,在未来规划上也没有放置到重要高度。

据招股说明书显示,东鹏本次募集资金主要用于公司主营业务的发展,包括开展年产315万平方米新型环保生态石材改造项目,扩建4条陶瓷生产线,年产260万件节水型卫生洁具、100万件五金龙头建设项目,东鹏信息化设备及系

统升级改造等项目。

#### 陶卫企业的挣扎

陶瓷卫浴类上市公司业绩表现一直比较平稳,2020上半年陶瓷卫浴板块的几家上市公司也都因疫情受到了不同程度的影响。产能过剩、地产调控、环保问题堪称是陶卫企业发展的三只“拦路虎”。

近20年来,我国陶瓷卫浴行业随着城市化进程的逐步快速发展,经历过高速增长后期,当下也跟随楼市遇冷及市场需求的变化而走向饱和。2015年起,不断有陶瓷卫浴企业破产倒闭。数据显示,2020上半年,全国共有270家陶企被列为失信企业。

上游房地产市场增速的放缓给陶卫企业带来一记重击,同样,环保的高压政策也让企业生产成本不断提高。环保是陶瓷企业的梦魇,因为这顶“高污染”的帽子,陶瓷行业成为了环保风暴里的重灾区。

东鹏产业类型过度集中,因此同样面临着环保政策影响企业发展的困境。尽管引进了先进的节能窑炉系统、干法制粉设备、无尘化抛光设备、废水循环系统、污水处理系统、废气成分监测系统、废气排放治理系统等一系列节能减排设施,实现主要污染物超低排放。但招股说明书依然显示,公司控股子公司东鹏洁具因工业废水排放超标,被佛山市禅城区环境保护局张榜分罚罚款18457.30元。

市场对陶瓷卫浴行业提出了全新的要求,上市之后,公司的所有问题更是被曝于阳光之下。只有丢掉传统、落后的帽子,东鹏才能够在A股重写港股的故事。

#### 掌声之外,东鹏真正需要的是

在今天的市场环境下,上市远远谈不上胜利。能够好好运用上市公司的优势来加速自身发展,谋求更长远的目标才是东鹏这类企业当前最该思考的问题。



七年前东鹏曾在香港主板挂牌上市

破壁,走多品牌运营道路。东鹏的品牌定位一直偏中低端,不论是在卫浴产业还是陶瓷方面都不算头部品牌,低品牌溢价带来的问题就是低利润。尽管东鹏国际现在代理了REX、CERIM等国际瓷砖大牌,但与自有品牌仍有一定差异,此外消费端对于卫浴洁具产品更有品牌意识。上市以后,通过募集市场化资金,东鹏较同行拥有了更多的资金优势,因此更应该加快品牌建设。品牌的消费者认知更新对于东鹏来说并不是一个好的选择。二十年来的沉淀,其定位、价格已经形成了固有认知,很难通过形象更新来进行迭代,因此新品牌打造、知名品牌收购等方式更适合东鹏这类企业。美妆巨头欧莱雅或许是一个很好的参考,欧莱雅自身品牌定位并不高端,但旗下却有赫莲娜、兰蔻、阿玛尼等顶级品牌。东鹏上市后应结合自身供应链和生产优势,加速品牌差异化运营,通过

收割不同定位的人群,获得更多溢价空间。

拓宽思路,拥抱新渠道。新品牌的运作要脱离传统渠道思路,当前的新兴消费人群力量不可小觑,新渠道的建设同样不能忽视。东鹏控股总裁龚志云在今年2月参加一个线上分享活动时曾提到:“传统经销商渠道现在的生存举步维艰,原有的低效率渠道运营成为历史,渠道变革是唯一出路。”可见东鹏已经将新渠道建设提到了一把手高度,但传统企业的渠道创新往往容易陷入有而不优的怪圈之中。打开小红书、抖音、快手等平台不难发现,大部分的家居企业都是有账号无运营的状态。习惯了高铁站、广告牌等硬广走天下的家居企业,在好好运营新渠道这件事上,要补的课还很多,东鹏也不例外。

重仓智能洁具。陶瓷卫浴行业一直被视作是夕阳产业,重要原因在于产品科技含量低、环境污染严重。东鹏作为A股“萌新”,想要摆脱夕阳产业的枷锁,增加高科技类产品权重是不二选择。当前卫浴产品的消费升级趋势明显,东鹏也已经有了智能洁具的研发和生产,但占比不高,且东鹏品牌自身与智能产品的定位缺乏匹配度,用新品牌切入新赛道或许是更好的选择。

整体空间解决方案提升客单价。进军整体卫浴似乎是当前所有卫浴龙头企业共同的选择,东鹏也不例外。东鹏与整体卫浴企业合力合资成立了鹏美绿家,专攻整体卫浴市场。比起创新企业,东鹏在资本上更具优势,但上市公司也未必得天独厚,整体卫浴在我国是一个新行业,但也不乏经营多年的公司。从单品到整体空间,东鹏要走的路还很长,整体卫浴这件事,仍需抱有敬畏之心。如果能够加大投入力度,而不是依靠现有产品和东鹏现有渠道,鹏美绿家或许有着比较广阔的想象空间。

继2017年定制企业集体IPO后,2020似乎也成为了家居企业上市年的牛年。这对于全行业来说绝对是件好事,用更规范的经营接受市场的评判,至少是一个好的开端,也会让更多的关注和资本投向家居行业。但上市也是一面镜子,照亮未来的同时,也会映射出更多细微的问题。所以它不应是权宜之计,而应当作为帮助企业实现更远大目标的助力。如果没有更完善的长远计划,上市未必是好的选择。(主页观察)

12月8日-10日,第二十五届中国国际涂料展在广州举办。在疫情防控常态化背景下,全球知名的聚合物生产商科思创聚合物(中国)有限公司在本届涂料展上首次采用线上虚拟展厅结合实体会场的方式,展示科思创在家居生活、交通运输、基础设施、运动休闲四个核心领域的最新产品及解决方案,为参展商和观众提供全新体验。其中,科思创推出的应用于建筑领域的水性聚氨酯分散体(PUD)新品以其突出的环保性和高性能,引起广泛关注。

近年来,随着“新基建”浪潮以及5G时代的到来,数字经济快速发展,新市场与新业态层出不穷,为中国经济增长注入了新的动力。与此同时,各领域对可持续发展的需求也在不断提升。为此,科思创推出了一系列创新水性聚氨酯涂料解决方案,涉及建筑、汽车、消费电子和纺织品等行业,这些在多个应用领域的成功案例在本次科思创线上展厅中都进行了展示。其中,在建筑领域,针对防水涂料市场亟需高性能水性产品的需求,科思创推出了一系列水性聚氨酯分散体(PUD)原料产品。据介绍,最新研制的Bayhydrol®UH2895充分结合了环保性和高性能,基于该产品研制的防水涂料方案具有小于5%的超低吸水率,可有效抵抗渗漏;大于80%的高回弹性在面对建筑物基层微裂纹时具有优秀的裂缝架桥作用;当漆膜长期浸泡在水中时,也可保持优异的力学性能;此外,该新方案具有优异的低温柔韧性,在负35摄氏度的低温下漆膜对折不开裂,在极低气温下仍能为建筑保驾护航。

12月7日,科思创在广州召开媒体见面会,科思创涂料、粘合剂及特殊化学品业务部亚太区高级副总裁钟小斌、大中华区副总裁陆伟国、技术应用开发亚太区副总裁李金旗等高层出席,在介绍科思创在本届展会上亮点内容的同时,透露了科思创在开拓中国市场、研发新品方面的情况。

钟小斌在媒体见面会上表示,中国是科思创全球最大的市场之一,公司非常重视中国市场。目前,科思创在大中华区共拥有7大生产基地、1个亚太区创新中心、7个办公点、3100多名员工。截至2019年底,科思创在中国的投资总额已超过36亿欧元。科思创认为,以“两新一重”(新型基础设施建设、新型城镇化建设、交通、水利等重大工程建设)为特点的中国建筑市场面临许多机遇,比如到2030年,中国城镇化率将达70%;到2035年,全国铁路网将达20万公里左右;同时,消费升级及疫情将推动家居行业进入新阶段……科思创将紧紧抓住这些机遇,进一步加强研发及创新能力,推进本土化进程,致力于通过开发安全环保的替代性原材料,逐步在生产中使用可再生能源,开发创新回收技术,助推中国建筑业的高质量发展,为中国循环经济及可持续发展提供助力。(记者 张高青)



科思创涂料、粘合剂及特殊化学品业务部高层与媒体互动交流

## 科思创携线上展厅亮相2020中国国际涂料展

应用于建筑领域的水性聚氨酯分散体(PUD)新品引关注

## “光伏建筑一体化”为建筑业绿色发展注入新动能

### ——访隆基新能源副总经理李峰

□记者 王铭辉 何梦吉



分布式光伏项目超过1.5吉瓦,拥有丰富的分布式光伏项目建设经验。此外,我们还联合落基山研究所、SGS等专业智库机构,共同为全球政企客户提供企业碳排放、绿电及碳交易咨询、碳足迹认证、清洁能源转型方案规划等服务。

截至目前,隆基新能源已经为阿里巴巴、腾讯、京东、普洛斯、宁德时代、康师傅、日产汽车、路易达孚等众多优秀企业提供了分布式光伏项目开发及咨询服务。

记者:隆基作为光伏行业的领军企业,如今进军绿色建材领域是基于什么样的契机?

李峰:在绿色建筑领域,光伏建筑一体化产品将是极具发展潜力和前景的绿色建材,我们希望将自身在光伏方面积累的经验向建筑赋能,为推动绿色建筑行业的发展贡献力量。

从大的发展逻辑来看,不论是中国还是世界各国,都将降低建筑能耗,推动绿色建筑发展作为未来一个阶段的发展重点,各国纷纷推出了相关的支持措施和针对性政策,为建筑光伏一体化发展提供了有利条件。因此,我们判定绿色建筑和绿色建材将是未来一个阶段建筑领域的重要发展方向。

从我们自身的筹备来说,隆基为推出这款BIPV(光伏建筑一体化)产品开展了长期的技术积累和准备。隆基新能源于2019年之前便投身BIPV产品的研发工作中,经过一年多的产品研发和实证项目建设,并针对建筑领域开展了大量的市场调研,针对市场普遍反馈的产品痛点进行了针对性解决。因此我们也是在进行了长期且充分的准备后,才选择在明年将这款优秀的BIPV产品推向市场,正式进军绿色建材领域。

记者:我们看到您刚才多次提到

BIPV的市场前景,请问您对BIPV市场的规模预估是怎样的呢?

李峰:首先,我们必须看到分布式光伏发电作为需求侧供能的一种重要方式,目前已经越来越多地被市场所接受,而建筑屋顶作为分布式光伏发电的主要应用场景,具有相当大的潜力。根据权威数字统计,中国每年的建筑竣工面积约40亿立方米,如果将5%的屋顶安装光伏发电就是接近20GW的装机量,接近一个三峡工程的装机量。当然我所说的数据只是一个很保守的预估量,根据目前国内外主流能源政策研究机构给出的研究数据来看,BIPV市场的前景将是远超过这个规模的。

记者:光伏建筑一体化并不是一个新概念,市场上也出现过很多相关产品,请问您如何看待现今的BIPV产品和市场现状?如何看待现今市面上的BIPV产品?

李峰:BIPV概念早在20世纪90年代便被正式提出,然而国内直到21世纪初才出现在大众视野,在起步上落后了十年左右。BIPV应用及发展在我国经历了从大众认知到形成推进政策;从技术研发到建立示范工程;从单纯的光伏发电到与建筑有机结合的发展变化过程。

BIPV产品作为光伏产品与建筑材料相结合,产品的工程设计与设备选型的难度更高,且作为新兴行业,相关标准、资质和服务水平等仍然处于朦胧状态。因此,至今尚未呈现爆发式的增长。正如我们之前的分析,我认为随着各方面条件的成熟,BIPV将很快开启一个全新的发展阶段。

国内目前的市售产品均面临不具备核心光伏技术,防水、防火、抗风揭能力差,维护难度大,产品散热差,品牌可靠度较弱等方面的普遍性问题。因

此,市场和终端用户都在期待一款能够真正解决这些产品痛点,为客户带来更高价值的成熟BIPV产品。而与传统BIPV产品相比,隆基新能源推出的隆顶产品则是升级进化、集大成者,建材和发电等性能细节均得到极大提升。

记者:您提到了隆顶产品,那么和传统的建筑屋顶相比,和传统的BIPV产品相比,隆基新能源BIPV产品竞争力主要体现在哪些方面?

李峰:和传统建筑屋顶相比,隆顶产品可以称得上是“超级屋顶”或者“智能屋顶”,不仅具备优质的屋顶建材性能,同时更具备太阳能发电性能,物有所值,更物超所值。与传统BIPV产品相比,隆基新能源推出的隆顶产品集采众长、升级进化,是一款真正的升级产品、可靠产品。

隆顶产品的产品竞争力体现在四个方面:

第一是优异的建材性能:防水性能更好,360度直立锁边、防水简单可靠,丁基密封胶填充锁边间隙,通长版型和竖向无搭接缝,可滑移系统实现动态密封;防火性能更佳,配置自动关闭设备,表面2.00毫米钢化玻璃,底部不可燃镀锌钢板,整体构件A级不燃;抗风揭能力更强,可耐受最大风压为0.85千牛/平方米,通过2400帕的风载荷载实验。

第二是良好的光伏发电能力:隆基单晶硅技术加持,全面采用全球转换效率最高的隆基HI-MO单晶发电技术,组件转换效率高达20.57%,比其他BIPV产品发电效能更高。自然散热特性,采用专利互型设计,组件与钢板之间设有通风散热通道,这保证组件的工作温度比其他BIPV产品低10摄氏度左右,可增加发电4%,同时也能降低室内的空调能耗。0边框,采取无边框设计,灰尘不易在

组件边缘堆积,能减少积灰引起的发电量损失,同时减缓组件老化,降低组件功率衰减。可踩踏,安装面积更大,隆顶产品承载力更强,可踩踏,无需设置运维通道,大大提高了屋顶利用率,经测算,隆顶整体可增加10%左右的装机容量。

第三是品质耐用:采用一体化设计,所有构件寿命设计,最长可使用30年。通过优化设计和各部件间的集成优势,隆顶所有部件均做到了和组件寿命同样的30年,相较于普通彩钢屋顶延长了10-15年的使用寿命,为业主避免了中途更换屋顶的困扰。30年线性功率输出质保,10年产品质量质保也让隆顶的使用更为省心。

第四就是BIM系统的引入。隆基新能源专为隆顶产品系统开发了专属的BIM一体化智能建造系统,该BIM系统集成了项目管理、物料管理、施工监控等功能,可实现精细化管理,让每一个隆顶屋顶都成为精品工程。每一个构件在BIM系统中都有专属记录轨迹,都可以追溯溯源从而实现精细化维护。

记者:BIPV作为建筑与光伏两者的“跨界”产业,您认为未来BIPV产品应如何本身特性更好地融合到一起?隆基推出的“隆顶”等BIPV产品是如何实现建筑与光伏的融合?

李峰:在我们开始BIPV产品研发时,我们的团队就形成了一种共识——建筑光伏一体化产品的第一属性是建材,这是一种具有发电功能的建筑材料,这也是我们对待这款产品的态度。此前的BIPV产业一直是以光伏的技术思维为主导,总想用光伏组件去代替建材,这种思维主导下的BIPV就是在“打补丁”。因此,“隆顶”在研发过程开始就充

分实现了建筑与光伏两个领域的相互尊重与融合,这种变化是基于设计理念的根本性变化。在我们的研发团队中,成员来自建筑、建材、电气、钢结构、光伏等多个领域,他们在各自领域也都拥有丰富的研发经验和技能积累。也正是在这些不同领域人才的通力配合下,我们才看到了这款具备业界先进性能的BIPV产品,这是一款真正从建筑角度出发设计、生产的功能性建材产品,也可以说是目前这个领域最为成功的产品之一。

“隆顶”的开发思路也充分顺应了装配式建筑、绿色建筑的发展趋势,是未来建筑所需要的。

记者:在我国对绿色建筑支持力度不断加大的推动下,有声音认为BIPV迎来了发展契机,但事实上目前国内BIPV行业规模仍较为有限。您认为BIPV行业未来发展仍面临哪些制约因素?行业应如何克服?您认为BIPV产业距离走向成熟还有多远?

李峰:我认为制约国内BIPV行业发展的因素是多方面的,包括行业集中度不高,市场成熟度较低,光电建筑应用较少,缺乏统一的行业标准,产品力不足等。此外,BIPV产品作为光伏产品与建筑材料的结合,产品的工程设计与设备选型的难度更高,市面上的BIPV产品类型显得较为单薄,缺乏具有影响力的主流产品。

BIPV发展的关键因素是市场对绿色建材需求的不断增长和BIPV技术的不断提升。随着我国“新基建”发展的全面提速,未来相当长一段时间内,新建建筑将继续保持高速增长,同时,我国对城镇新建建筑的能效水平要求不断提升,绿色建材应用占比也将大幅提升。这都是BIPV的发展提供了充足的市场空间。

此外,可喜的是随着隆基等行业头部企业大举进军BIPV产业,带来了行业相关标准的完善,同时随着绿色建筑、近零能耗理念的普及和重视程度的提升,国家也在酝酿出台相关政策,政策和行业标准的问题将逐步得到解决。随着各方面条件的成熟,和真正具备硬实力的优质厂商进入市场,带来更多性能优异、一体化程度高、稳健可靠的产品,BIPV将很快开启一个全新的发展阶段。

分实现了建筑与光伏两个领域的相互尊重与融合,这种变化是基于设计理念的根本性变化。在我们的研发团队中,成员来自建筑、建材、电气、钢结构、光伏等多个领域,他们在各自领域也都拥有丰富的研发经验和技能积累。也正是在这些不同领域人才的通力配合下,我们才看到了这款具备业界先进性能的BIPV产品,这是一款真正从建筑角度出发设计、生产的功能性建材产品,也可以说是目前这个领域最为成功的产品之一。

“隆顶”的开发思路也充分顺应了装配式建筑、绿色建筑的发展趋势,是未来建筑所需要的。

记者:在我国对绿色建筑支持力度不断加大的推动下,有声音认为BIPV迎来了发展契机,但事实上目前国内BIPV行业规模仍较为有限。您认为BIPV行业未来发展仍面临哪些制约因素?行业应如何克服?您认为BIPV产业距离走向成熟还有多远?

李峰:我认为制约国内BIPV行业发展的因素是多方面的,包括行业集中度不高,市场成熟度较低,光电建筑应用较少,缺乏统一的行业标准,产品力不足等。此外,BIPV产品作为光伏产品与建筑材料的结合,产品的工程设计与设备选型的难度更高,市面上的BIPV产品类型显得较为单薄,缺乏具有影响力的主流产品。

BIPV发展的关键因素是市场对绿色建材需求的不断增长和BIPV技术的不断提升。随着我国“新基建”发展的全面提速,未来相当长一段时间内,新建建筑将继续保持高速增长,同时,我国对城镇新建建筑的能效水平要求不断提升,绿色建材应用占比也将大幅提升。这都是BIPV的发展提供了充足的市场空间。

此外,可喜的是随着隆基等行业头部企业大举进军BIPV产业,带来了行业相关标准的完善,同时随着绿色建筑、近零能耗理念的普及和重视程度的提升,国家也在酝酿出台相关政策,政策和行业标准的问题将逐步得到解决。随着各方面条件的成熟,和真正具备硬实力的优质厂商进入市场,带来更多性能优异、一体化程度高、稳健可靠的产品,BIPV将很快开启一个全新的发展阶段。