

承接全球彩电战略转移 厦华电子增发前景看好

■ 本报记者 许意强

到底是资本市场的“活雷锋”，还是暗藏巨大商业玄机？

日前，厦华电子(600870)最新公布的一份非公开发行股票预案，与今年7月8日公布的预案相比，增发价从5.17元/股调整为6.30元/股，募集资金总额从3.97亿元大幅提高至9.60亿元。其中，第一大股东中华映管旗下的华映光电以委托贷款3亿元和无息借款2亿元认购股份、华映视讯以委托贷款6000万元认购股份、福建华显以委托贷款1亿元认购股份，第二大股东实际控制人建发集团以无息借款1亿元和现金2亿元认购股份。

这一预案随即在市场上遭遇质疑声音：有投资者指出，认购方拟以债权资产认购股权的行为涉嫌侵犯中小股东的利益；有专家指出，大股东高于法定发行价20%的增发价很有“活雷锋”精神。那么，到底是两大股东甘愿充当资本市场的“活雷锋”，还是增发预案一旦成功，厦华将迎来的爆发式增长会让两大股东与广大中小投资者共赢，赚个“盆满钵满”？带着一系列疑问，《中国企业报》记者展开了一番调查。

打通任督二脉

自2009年报盈利之后，2010年5月14日，暂停上市一年的厦华电子股票恢复交易，《中国企业报》记者获悉，这是迄今为止中国资本市场第一个依靠自身主营业务盈利而恢复上市的案例。国务院总理温家宝2009年在厦华电子视察时即给予了高度肯定。

近年来，尽管厦华资金链在银行以及两大股东的支持下保持正常运转，但由于前期处理历史遗留问题等原因导致2006—2008年产生巨额亏损，截至今年第三季度厦华净资产为-8.8亿元。厦华财务费用与资产负债率高企，卡住了企业进一步发展的脖子，仅2011年前三季度厦华的财务费用是公司净利润的3倍。

对此，厦华电子副总经理孙刚告诉《中国企业报》记者，“一旦定向增发获得通过实现资产负债率转正，相当于打通了厦华未来发展的‘任督二脉’，可以在资金融通和客户拓展等方面获得更大空间。”如按2010年数据计算，本次非公开发行完成后厦华每年可减少财务费用5525万元。更重要的是，公司一下子从净资产为负资产，资信评级大大提升，正常融资能力大幅提高，厦华的接单能力大大增强，有利于争取更多的优质客户和新的商机。同时，在申报政府高科技项目等方面，厦华也将获得更多的机会和更好的政策扶持、优惠待遇。

一位证券分析师指出，“融资额从3.9亿增加到9.6亿元，增发价比法定发行价上浮20%以上，这一预案实现了从量变到质变的提升，可以看出两大股东对厦华的支持力度和发展前景的绝对信心。但是，资本的逐利性决定了任何一家公司都不是‘活雷锋’，其投资行为都需要有回报，当前两大股东的加码投资实际上是期许在未来获得厦华壮大的收益。”

以债权认购股权，并承诺股权锁

记者观察

厦华爆发式增长可期

■ 许意强

“以生产32英寸液晶电视为例，厦华以前一条生产线每小时的产量为60台，而2009年时突破了120台，2010年时达到180台，2011年更是提升到270台以上。”

11月22日，厦华电子董秘高松刚向《中国企业报》记者谈到中华映管进入公司后带来的诸多变化时感慨，双方从磨合到全面融合，最终在厦华电子身上演绎出一个全新的商业模式，将老厦华原有的技术创新实力、海外市场拓展经验，与中华映管在工厂管理与品质管理上的强大优势融合后，开创了大陆国企与台湾上市公司携手合作的成功典范，由此也给只有20多岁的“厦华”注入了全新的DNA。

当天下午，就《中国企业报》记者在厦华工厂采访时，当班的现场管理人员欣喜地表示：“就在这周，我们一条流水线的每小时产量已经突破了320台。”这进一步折射出以王元炎为



展会上的厦华电子人气热络 企通社供图

厦华将高标准的ODM业务与OBM业务协同发展的产业链新体系，让公司在未来5年甚至10年都将有稳定的增长空间。

定3年，则反映了两大股东对于厦华前景的全面看涨。安徽工业大学李德俊教授指出，“大股东持有债权可以随时收回，但变成股权后并锁定三年就不一样了，这直接避免了中小股东担心的募集资金再被大股东占用问题。”

协同产业链崛起

厦华自1986年开创中国彩电批量出口先河以来，长期定位于以外销为主的经营策略并稳居国产彩电出口前茅。目前，厦华近90%的营收贡献来自海外市场，不过与两岸一些大中型彩电代工企业多以“OEM(来料来样组装加工)”不同，厦华在发达国家则是通过ODM(研发型代工)与全球性品牌企业建立了战略联盟，成为其高端产品供应商，在发展中国家，厦华以OBM(自有品牌经营)方式进行差异化布局。

在浙江万里学院客座教授冯洪江看来，“厦华开展ODM业务可避免缺乏自主知识产权的风险，而保持

OBM业务则摆脱了缺失自有品牌的尴尬，同时，在其优势市场发展OBM业务的策略，还可减少对大连锁等渠道的依赖度。”冯洪江指出，“厦华将高标准的ODM业务与OBM业务协同发展的产业链新体系，让公司在未来5年甚至10年都将有稳定的增长空间。”

厦华电子技术中心副总陈庆梅告诉《中国企业报》记者，“目前，我们拥有300多人的技术研发团队，有国家级企业技术中心和博士后科研工作站，具备了面向美国、日本、澳洲等全球不同制式和标准的数字电视产品的研发设计能力，全面覆盖LCD、LED、3D以及IPTV、iTV、智能电视等产品。特别是近年来借助中华映管的协同平台，厦华开创了‘上下游同步研发’模式，产品研发周期由8个月大幅度缩短至3至5个月。”

在厦华ODM业务强势发展、产业链协同体系建立的背后，正是2006年中华映管与中电达成战略合作后，以王元炎董事长为首的华映管理团队入驻厦华，将享誉全球的台湾IT业经验，比如精益管理、信息系统、KPI、产品生命周期管理、源头管理等理念和手段毫无保留地输入厦华。在品质领先性方面，去年第四季度，厦华携手百思买成功将高端平板电视出口至“家电王国”日本。在OBM业务上，厦华自有品牌PRIMA率先成为联合国UNOPS项目采购机构供应商、中标美国军方采购，在南非市场，厦华自有品牌彩电市场占有率一直稳居前三。

中国电子视像行业协会副会长郝亚斌指出，“彩电不是夕阳产业，而是充满机会的朝阳产业。”中国家电营销委员会副理事长洪仕斌也指出，“越是全球经济危机，越是中国企业在全球市场发展的好机会。因为外资企业迫于成本等经营压力纷纷转型为品牌运营商，将产业链上游对外释放。由于台湾彩电代工企业的强项是OEM业务，厦华突出的ODM实力此时趁机巧妙切入，承接了这些外资企业的原创设计制造服务的新角色。”因此，自2008年金融危机以来，厦华

营业务以及触控一条龙显示业务上的跨越式发展，全面体现了大股东对于上市公司未来前景充满信心，且全面看涨。正如家电商深观察家曾高飞所说，“面对彩电这个朝阳的产业，华映是爸、建发是妈，两个大股东都在用心哺育厦华，都愿意放手让厦华在现有的战略布局上大步前行，这是绝无仅有的信心与看好。”

依托“快速服务响应能力”、“高品质保证”、“有竞争力并且含合理利润的成本优势”发展起来的ODM业务，让厦华持续领跑中国平板电视出口，还在今后几年为厦华在全球彩电业新一轮战略转型带来新的机遇。《中国企业报》记者注意到，随着欧美债务危机的逼近、全球经济再度陷入了动荡不安中，索尼、东芝、飞利浦等一大批外资企业迫于生产成本等运营压力，开始对外开放并加大代工业务比例。凭借ODM强势崛起的厦华，无疑将会成为这些外资企业的首选战略合作伙伴，承担他们的设计加工甚至是增值服务，这成为了厦华爆发式增长和

ODM业务迎来了新一轮的扩张契机，与美国、日本等合作伙伴实现了共同壮大。

ODM、OBM的协同发展，不仅让厦华构建了“协同产业链”体系，还以电视的创新设计、制造与整合服务为基础，寻找在新兴产品和市场上的突破。此次，厦华在增发预案公告中表示，计划出资5000万元购买“华映光电”的部分股权，全面跨入触控技术领域，为公司未来规划商用电视、智能电视和网络电视的触控技术进行战略布局。

市场研究机构Display Bank发布的最新调查报告指出，在智能手机及平板电脑的带动下，今年全球触控面板市场将增76%至104.2亿美元，2014年可望进一步增长至156.4亿美元，年平均增长率达46%。奥维咨询平板中心副总经理彭健锋指出，触控是非常重要的交互技术，此前触控技术率先在公共事业单位的中小屏上得到应用，接下来会在教育、媒体、银行、超市、医院、交通、广电、娱乐等商业领域获得大量发展。

陈庆梅透露，“在触控一条龙龙项目上，厦华与华映不是简单的股权关系，而是上下游深度融合的协同发展关系，这将会令厦华在触控显示市场上抢占发展的先机。目前，厦华已经与华映就多个尺寸、用于智能电视的触控技术应用进行研发，接下来还会在应用于各大商业场所的中小尺寸触控显示产品的研发。通过这种‘部件+整机’的一条龙协同平台，大大缩短了触控显示产品的研发周期，及时把握这一市场井喷式增长的机会。”

来自市调机构的数据显示，与普通家用电视相比，采用触控技术的商用电视市场售价同比高出100%—150%左右，净利润则高达5倍左右。《中国企业报》记者注意到，由于触控显示产品首先在商用市场推向销售，这与厦华的主营业务ODM均属于B2B的运营体系，这将实现公司在统一的DMS商业模式下同时发展ODM和OBM业务以及新兴触控商用电视业务，有望实现边际收益的倍增。

持续发展的原动力。

坐拥大股东华映在触控面板技术上“一条龙”优势的厦华电子，已借着全球彩电智能化、3D化、云计算化的背景下，实施触控屏电视的产品和技术布局。目前，厦华根据客户需求定制的高端大尺寸商用电视已陆续向海外买家交货，并正在全面开发用于医院、教育、商场等商用市场的多尺寸多功能触控屏电视。从公共事业单位的小规模试用，到商业场所的大面积推广普及，《中国企业报》记者获悉中国触控屏电视市场正在迎来新一轮井喷式发展。而厦华计划投资5000万元参与拥有触控核心技术的华映光电，则将为厦华提前注入一轮新的成长动力。

ODM业务稳步增长，OBM业务有序推进，新兴商用电视市场一经即发，对于具备自我造血功能、已经踏上主营业务快速发展主通道的厦华而言，定向增发预案一旦成功，无疑将会为公司业绩的爆发式增长插上双翼的翅膀。

业界

智能电视 遭遇安全拷问

■ 本报记者 许意强

从电脑、智能手机到智能电视，产品的防病毒和安全性问题已迫在眉睫。

今年以来，智能电视在市场上的井喷式发展让国内彩电企业获得了规模与利润的双丰收，但是隐藏在电视IT化趋势背后的产品安全性问题随之浮出水面。

日前，中国银联、康佳集团与上海文广集团宣布推出首款具有支付功能的智能电视，届时用户可通过遥控器在电视机上进行付费点播、手机充值、电视购物、支付水电煤账单等功能。这意味着，康佳提前开辟了继互联网支付、手机支付之后的电视支付新渠道，拓宽智能电视的应用新领域。

不过，一彩电企业技术负责人则向《中国企业报》记者指出，“无论是电视支付，还是应用程序商店下载游戏、软件，都无法绕过产品的安全性问题。这个问题解决不好，将限制智能电视的做大做强。”

目前，创维、长虹、海信、三星等企业的智能电视均采用了Android操作系统，TCL的智能电视则是采用Android+Windows双操作系统，海信与康佳是基于Linux分别自主开发的HITV-OS和OMI操作系统。由于Android平台对外完全开放，让应用开发者可以使用它的代码去编写应用，使得黑客也能够了解该平台的基础架构和源代码。

对此，瑞星公司市场部经理唐威告诉《中国企业报》记者，“相对于智能手机每天出现的最高20多万种的病毒样本，智能电视能够监控的病毒样本仅有1000个，并未出现大规模爆发。这主要由于智能电视的普及率较低。”

不过，360安全专家石晓红则指出，“智能电视目前没有统一标准，各家都是自有封闭系统或定制Android、Windows系统。在这种封闭或半封闭系统上，病毒既无传播渠道，也没有传播激励，短期内智能电视的安全性问题并不突出。”

随着电子支付从电脑、手机向电视发展，一些企业不断完善智能电视的应用商店，产品的安全问题已经无法回避。对于康佳推出的电视支付功能，中国银联方面表示，“电视机内植入了银联的安全支付系统，用户支付后会加密传输，并只保存卡号，而银行卡密码无论是在电视机上还是后台服务区都不会保留。最后还有银行密码和手机码的双重保证。”

针对今年以来国内彩电市场上出现的智能化、绿色化、网络化、立体化发展浪潮，在2011中国音视频产业技术与应用趋势论坛上，中国电子视像协会副秘书长郝亚斌就指出，“当前我国彩电企业面临的挑战还很多，其中产业升级矛盾突出，技术发展快但技术创新能力弱、规模化制造与个性化需求的协调。”

不过，郝亚斌还认为，“彩电产业体系趋于完善，具有自主品牌和国际竞争力的骨干企业越来越成熟，最为重要的是，国际金融危机影响还是很深远，中国经济发展速度会持续高于发达国家，城镇化的进程加快，这为我国彩电业的发展提供了强大的后盾支持。”

如何借助中国本土市场的强大需求，以安全可靠的保障体系为智能化转型升级护航，有待国内彩电企业在市场中寻找答案。

三网融合阶段成果： 智慧iTV全球首发

■ 本报记者 安也敬

通过智慧iTV高清互动电视的软件升级，不需要机顶盒就能直接收看iTV电视节目，避免以前收看iTV时电视机和机顶盒两个遥控器交替使用的麻烦，让用户提前感受到国家推动“三网融合”政策的科技型成果。

日前，在“云南电信&TCL集团全产业链合作暨智慧iTV高清互动电视全球首发仪式”上，中国电信与TCL集团宣布云南电信与TCL达成战略合作，推出智慧iTV高清互动电视，填补iTV收视终端的电视一体机形态空白。《中国企业报》记者注意到，这是国内首家消费电子企业与电信运营达成全产业链战略合作，对于推动“三网融合”国家政策和构建彩电业云生活圈，具有借鉴价值和参考意义。

自去年国务院常务会议决定，加快推进电信网、广播电视网和互联网三网融合以来，随着技术条件、网络基础和市场环境的基本成熟，三网融合的进程正在提速。iTV作为三网融合的典型业务，也得到了快速发展。中国电信云南公司副总经理马杉透露，“云南电信与TCL的合作将不只局限于智慧iTV高清互动电视，未来将在内容、服务、产品、销售等领域尝试全面战略合作。”

接下来，《中国企业报》记者获悉，云南电信和TCL将联合开展智慧iTV高清互动电视推广和落地工作，这一产品将进入TCL和云南电信两大销售体系，用户除了可以获得“一大技术突破”外，同步实现了“智能回看、互动点播、真正高清、本地精彩、智能应用”等五大功能创新，享受TCL和云南电信提供的双重服务保障。

业内专家指出，未来彩电将成为三网融合的一个关键终端产品和连接枢纽，随着“三网融合”的逐步深入和云计算、云存储技术在视听产品中的逐步应用，彩电产品云革命已势在必行。

TCL集团高级副总裁史万文表示，“智慧iTV高清互动电视，是云南电信与TCL为云南地区量身打造的全新三网融合智能云终端，代表了彩电业在三网融合方面的新方向和革命性技术突破。”未来，以云南为起点，中国电信与TCL战略合作将迅速在全国展开，有望实现TCL在三网融合和云时代的产业布局中抢占先机。“TCL在超级智能云电视和云生活生态圈上的前瞻性战略布局，与中国电信正在实施的‘智慧城市、智慧家庭、智慧生活’理念一脉相通。”史万文坦言，这直接促成了中国电信与TCL的战略合作。

从1998年开始智能互联网电视的研制，到积极加入三网融合，TCL专注发展了10多年。今年8月，TCL推出了超级智能云电视并全面启动云生活战略，并联手怡康等20家行业机构联合发布了全球首个《云电视行业推荐标准》，全面加速在三网融合时代的产品技术布局和市场战略扩张，以“全产业链”合作模式下将在全国建立一个全新的云生态圈。

业界专家认为，云南电信和TCL的“全产业链”合作模式，不仅有利于三网融合的深化，还将加速产业价值链向全方位延伸，对三网融合和完善彩电业云生态圈具有借鉴价值。