

资本运作的深度点评
冲刺创业板的最佳参考

徐晋
◎
主编

私募基金 经典案例大全

SIMU JIJIN JINGDIAN ANLI DAQUAN

全文遵循哈佛大学案例规范 汇集正反各方观点 全面审视私募经典案例

下 册

陕西出版集团
陕西科学技术出版社

013046537

F830.45

37

V2

全文遵循哈佛大学案例规范，汇集正反各方观点，全L，
资本运作的深度点评，冲刺创业板的最佳参考。

私募基金经典案例大全

(下)

徐 晋 主 编



陕西出版集团
陕西科学技术出版社



北航

C1653085

F830.45

37

1/2

图书在版编目(CIP)数据

私募基金经典案例大全/徐晋主编. —西安:
陕西科学技术出版社, 2012. 11
ISBN 978 - 7 - 5369 - 5603 - 2

I. ①私… II. ①徐… III. ①投资基金 - 案例
IV. ①F830. 59

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 237379 号

出 版 者 陕西出版集团 陕西科学技术出版社
西安北大街 131 号 邮编 710003
电话 (029)87211894 传真 (029) 87218236
<http://www.snstp.com>

发 行 者 陕西出版集团 陕西科学技术出版社
电话 (029)87212206 87260001

印 刷 陕西瑞升印务公司印刷
规 格 787mm × 1092mm 16 开本
印 张 61.5
字 数 1100 千字
版 次 2013 年 1 月第 1 版
2013 年 1 月第 1 次印刷
定 价 186.00 元(上、下册)

版权所有 翻印必究

目录

第四十一章	同洲电子:创投之果	(483)
第四十二章	无锡尚德:高盛英联助推上市纽交所	(493)
第四十三章	希尔顿	(506)
第四十四章	橡果国际	(512)
第四十五章	携程:风险投资巨资注入旅行网	(522)
第四十六章	新浪	(535)
第四十七章	新世界中国地产	(548)
第四十八章	阿里巴巴与雅虎:谁收购了谁	(555)
第四十九章	雅虎	(566)
第五十章	药明康德	(577)
第五十一章	伊利牛奶	(586)
第五十二章	银泰百货:私募功夫在事外	(595)
第五十三章	永乐电器	(617)
第五十四章	雨润	(629)
第五十五章	云海金属	(637)
第五十六章	中国玻璃	(648)
第五十七章	中国动向	(656)
第五十八章	中科智:陈义红借私募成就百亿身价	(669)
第五十九章	中石油:缔造股市 IPO 传奇	(680)
第六十章	京东商城:私募助其从“中关村小店”变为“网店大鳄”	(695)
第六十一章	鸿锐集团	(715)
第六十二章	VANCL——超越 PPG,创造非凡	(725)
第六十三章	安信地板获得凯雷集团私募投资	(746)
第六十四章	石家庄工大设备公司获旷世开融 2500 万美元投资	(756)

第六十五章	百年栗园:私募融资与产业链营销的完美结合	(764)
第六十六章	比亚迪电动车:全球金融风暴后获得股神巴菲特逆市 私募投资	(781)
第六十七章	博信资本注资蓝特光学	(789)
第六十八章	福建匹克集团有限公司:PE 改写服装业竞争格局	(795)
第六十九章	高盛入股泰康人寿	(805)
第七十章	国美——助其走出困境的 PIPE	(821)
第七十一章	海尔电器获凯雷注资	(832)
第七十二章	惠州雷士光电科技有限公司	(842)
第七十三章	拉手网:IPO 未果,团购行业的冬天还是春天	(852)
第七十四章	联想投资注入资金 3000 多万美元投向立华畜禽 ...	(870)
第七十五章	麦考林——私募投资机构间的击鼓传花	(877)
第七十六章	满座网——“章千里逢迎,高朋满座”	(893)
第七十七章	网上鞋城乐淘	(904)
第七十八章	污水处理企业安洁士获经纬等 1000 万美元融资 ...	(917)
第七十九章	小米科技	(923)
第八十章	软银赛富 1500 万美元投资中国羊乳企业美可高特	(943)
第八十一章	自然美:家族管理辉煌已去,凯雷“三个火枪手”借力	(947)
第八十二章	结束语:私募的政府管制与规避	(963)

第四十一章 同洲电子：创投之果

一、案情介绍

(一)同洲电子简介

深圳市同洲电子股份有限公司是我国数字视讯龙头企业,致力于数字电视机顶盒、IPTV 机顶盒、交互数字电视系统、关键前端设备、核心软件、卫星通讯、移动视讯、汽车电子、安防电子等数字视讯产品的研制、生产、销售。1994 年,公司成立。2001 年,在企业负重爬坡的关键时刻,同洲选择了风险投资。本着互惠互利、共同发展的思路,同时从选择互补型、能够为企业从资金、管理、市场、融资渠道、政府支持与社会资源提供帮助,促进企业长久快速发展的角度出发,选择了高新投等国内四家著名的风险投资商作为战略投资者,并于同年 4 月成功进行公司改制设立深圳市同洲电子股份有限公司。2006 年,公司作为国内专业性从事数字电视第一股在深圳证券交易所成功上市,股票代码为 002052。

公司位于深圳的数字视讯生产基地已拥有通过 ISO9001、ISO14000、FCC、CE、CCC、UL 等多项认证,年总产能 1000 万台,为亚洲最大。14 年前,同洲电子只是一家注册资本仅 60 万元的小企业,而根据同洲电子发布的 2008 年年报,2008 年,公司实现营业收入 21.01 亿元,比上年同期增长了 14.96%;实现净利润 1.08 亿元,比上年同期增长 8.7%;每股收益为 0.37 元;净资产收益率为 13.77%,成为在深交所挂牌上市的中国最大的数字电视机顶盒制造企业。目前,同洲电子不但确立了国内数字电视机顶盒的龙头地位,而且卫星接收机的出货量占到全球市场约 10% 份额。

公司在国内除少数不发达地区外,都建立了办事处和售后服务机构,在北京成立了分公司。公司产品在国内大量销售,同洲数字电视机顶盒在整体平移市场占有率第一,已进入深圳、北京歌华、重庆、湖南、武汉、南海、杭州、广州、长沙、江西省网、珠海、新疆、东莞、南通、厦门、遵义、淄博、扬州、合肥等 30 多个省市的 80 多个运营商,促使我国数字电视机顶盒整体平移市场告别了洋品牌,在国家村村通工程、远程教育市场占有率 60% 以上,成为首选品牌。





在海外市场,公司在印度、印尼、中东、欧洲和北美等地区设立了办事处和分支机构,发展了完善的代理商和经销商网络,产品大量出口到欧洲、中东、北美、澳大利亚、东南亚、北非等地区,逐步取代发达国家产品成为主流,连续七年全国同行出口第一。“COSHIP”已跻身国际数字视讯领域的知名品牌行列。

2008年,公司围绕数字视讯核心,打造数字视讯超级航母的“蓝海战略”已初具雏形。公司将抓住数字电视转换、直播卫星、北京奥运等契机,以多媒体核心技术平台、运营支撑平台、业务内容平台作为公司三大核心平台,为全球客户提供一流的数字视讯端到端解决方案。力争早日成为年产值过百亿的世界性数字视讯超级航母。

(二)同洲电子发展沿革

第一阶段,选取四家风险投资公司并完成股份制改造。

2000年初,一些风险投资公司开始与同洲电子进行接触。同洲电子主要产品是数字电视机顶盒,当时数字电视的市场刚刚起步,同洲电子在行业内处于第2位。但在当时,同洲电子每年的产值只有6,000万元,利润也只有500万~600万。在考察了半年多以后,决定进行投资。2000年12月28日,经同洲有限公司股东会决议通过,由达晨创投为同洲电子投入了960万元的资金,其中93万作为注册资本,867万元作为资本公积金;由创新投资向同洲有限公司投入资金384万元,其中37万元作为注册资本,347万元作为资本公积金。

四家创投公司事先形成战略投资联盟,对同洲电子进行联合投资,由达晨创投主导,同进同退,同股同价。由于形成了投资联盟,就提高了议价能力,降低了投资成本,防止了内部哄抬价格,恶性竞争。同样由于联合投资,我们创投方提高了在企业的话语权,加强了创投方对企业的影响力,为以后对企业的监管和提供增值服务打下了基础。

2001年2月7日,股东袁明、袁华等与创新投资、深港产学研、高新投资三家签订了《股权转让协议》。至此,达晨创投向同洲电子投资960万元人民币,共持有4,326,427股,持股比例为10%;创新投则投资768万元,持股比例8%;产学研480万元人民币,持股比例为5%;高新投192万元人民币,持股比例为2%,四家同投资2,000多万元。包括股权投资的2,000万,通过担保贷款等形式,4家创投机构为同洲电子融资超过8,000万。4家创投公司还协助其进行股份制改造,建立规范化管理框架等,同年4月,同洲电子成功改制为股份制企业。

第二阶段，同洲电子获得资金后快速发展，并最终达到上市要求。

这四家投资公司不仅为同洲电子带来了资金，还为其提供了其他几个方面的增值服务——第一，体现在市场开拓方面，发挥电广传媒在广电行业的影响力，推广其产品。第二，争取优惠政策。创新投和高新投争取当地政府的政策扶持资金，每年有1千万的政府资金支持。第三，提供多融资渠道。虽然有2千万的投入，但对于同洲电子的长远发展来讲，资金还远远不够。先是由高新投为其提供担保1千万，然后由四家公司另投的剑桥通讯公司及其互保，又解决了1千万，而若以同洲电子原有的规模，信贷额度只有3百万。有了投资方的支持，同洲电子得到了快速的发展。

2003年，同洲电子拿下央视的订单，销售收入逆市激增至3.5亿元，利润3,300万元，同洲电子经过近三年的快速发展，产值由2001年的不足1亿元增长到5亿多元，利润也由不足1,000万增长到3,300多万元。2004年，同洲电子通过了证监会发审委员会的审核，当年实现产值7亿元，利润5,000多万元。2005年，同洲电子实现产值近9亿元，利润6,000多万元。

2006年，中国重开IPO，同洲电子作为第一批全流通发行上市的公司，于2006年6月27日在深圳中小板ETF成功上市，其IPO发行价为16元，上市首日最高到44元，收盘价为35.63元。它的前十大股东，除了创始人和部分个人以外，机构股东都是深圳的本土创业投资公司，达晨创投就是其中投资比重最大的本土创投公司，占有同洲电子10%的股份。在这前后将近6年的时间里，四家创业投资公司和同洲电子一起，经历了诸多的风风雨雨，包括有几次险被外资收购的危机，但由于项目负责人的坚持和努力，终于渡过了难关，走到今天。

第三阶段，逐步退出，获得丰厚回报阶段。

行情持续向好，四家创投公司则开始考虑减持同洲电子的股份。2007年6月，达晨创投卖出2.3万股，成交价格区间为23.40元~23.60元；7月卖出81,900股，成交价格区间为23.00元~24.00元；9月卖出2,006,976股，成交价格区间为19.30元~22.50元；10月卖出1,051,188股，成交价格区间为14.18元~20.50元；11月卖出1,092,804股，成交价格区间为14.20元~16.40元；12月卖出1,344,998股，成交价格区间为14.65元~16.99元。

2008年9月30号的同洲电子最新公告数据显示，达晨创投已减持至3,076,600股，产学研减持至2,962,100股，高新投与创新投分别于同年6月30日和9月30日前相继退出。在经过2003年和2006年的10送3股，2007年5月的10转增10股后，截至2007年6月26日的限售股上市日，达晨创投曾持有





同洲电子 16,873,066 股。以此类推,产学研、高新投、创新投曾持有的同洲电子股份,每股价格也摊薄到 1 元多人民币。而达晨创投仅在此投资项目上就赚了 40 倍,可谓是达晨创投的第一桶金,产学研、高新投、创新投等同样从中获利丰厚。

截至 2008 年 12 月 30 日,高新投、创新投和达晨创投相继完全退出,四大风险投资公司只有深港产学研继续持有 1.01% 的股份。

二、各方评述汇集

(一)深交所(2006 年 5 月):超越技术视角,整合资源实现企业跨越式成长

技术型企业企业家往往会把相当多的精力专注于产品的技术研发更新,关注于产品技术的发展趋势,但技术的变动趋势如果不与市场有效结合,有可能会带来倾覆性的危险,这就像生孩子,能够生孩子只是第一步,转型成为好的妈妈,对企业的发展壮大来说,是极为重要的。在现实中,常见的是技术型创始人在完成产品开发后,并没有能够随着企业的成长而当一个好的职业妈妈,他们不少是在企业跨越式成长的阶段中或是转型中将“孩子”引入了歧途,有的甚至夭折了。袁明的成功证明了,他能够很好地把技术与市场结合起来创造企业利润;另一方面,小企业在发展过程中还要面临如何做大的问题。在这一点上,袁总的观点是鲜明而现实的,他认为企业要先求做强,再争取做大,大而不强是极端危险的,这种认识是值得很多企业家深思的。

小企业在发展过程中必然会遇到管理瓶颈,人无完人,我们不能期望创业家既是技术能手又是商业奇才,还是管理大师。一般而言,做到前两点,就已经是业界佼佼者了,如微软的比尔·盖茨和华为的任正非,而更多的杰出人士也只能做到其中一项,如联想的柳传志、倪光南。企业管理包含多个细分领域,即使是管理人才,也不可能样样皆能。而企业做大,对于管理的需求是非常强烈和高标准的,对于一个创业型企业,它的条件往往还不能够吸引和容纳足够多的管理英才,因此创业企业就要有效控制管理瓶颈的到来时间和降低其对经营的负面影响。寻求先做强,即是顺应时势的无奈,也是明智的选择。“做强”往往可以让企业家先定位在某些局部而重要的方面,如研发、生产,或者市场先行突破,然后腾出精力再解决其他关联性问题或相对次要的方面。袁明对于职业经理人的认识也是这样,他肯放手,把管理性工作委托给合适的经理人去做,逐

步放手,现在他已经建立了一支管理团队,而自己则有更多的时间考虑最擅长的技术和市场方面,并筹划公司整体的发展战略了。创业者最难做到的是放手,而很多人又难以控制企业扩张的速度,因此,经常碰到发展与能力不协调问题,最后搞得自己焦头烂额,首尾难顾。

同洲的另一个成功来自于资本的助力,这是创业的另一个外生的重要因素。企业发展需要大量资金,不能只靠第一桶金能够解决,企业的跳跃式发展不能只靠自身现金流和利润的积累,引进何种外部资本,在哪个阶段引入,都是考验企业家的棘手问题。

因为是技术型企业,同洲的创始人很早就通过科技局接触到一些风险投资者,并逐渐有意识地加深对这种新型投资方式的了解。不少创业投资公司看好同洲这个“靓女”,袁明在选择投资人方面也有深层考虑,最后选择的几家投资机构,是因为它们分别能给企业带来本地政府的支持、大客户关系和银行贷款。在这四家企业中,达晨创投隶属于湖南广电集团,具有湖南广电集团、电广传媒上市公司的丰厚行业背景和广电系统的丰富资源,有利于同洲行业知名度的提高,有利于广电市场的开拓。而且湖南本身就是个大市场。深圳高新投是专业性创新担保机构,为同洲提供了多项担保和后续资金支持。深圳市深港产学研具有北京大学等雄厚的高校资源,为同洲公司在管理、与高校合作开发等方面提供了丰富资源;而深圳市高新投具有政府背景,可以为同洲争取多项政策支持。通过这一轮融资,同洲获得了2,000万股权投资和6,000万银行贷款,企业立刻获得了快速发展的动力。在谈到风险投资对企业的帮助时,袁明充分肯定了其积极作用,正是风险投资,在爬坡的关键时刻补充了企业的“燃料”,还帮助企业规范和健全了管理,尽心尽力地帮助同洲发展新的业务关系,争取政府优惠政策和专项资金支持,风险投资对企业的帮助是全方位和双赢的,这次“联姻”被视为一次创业企业家与创业资本的美满结合的典范。

同洲的创业者的成功不能简单地归结为技术或者市场,更不是单凭运气,而是能够立足自身优势的基础上,向外延伸触角,利用人才、资本等各种外部资源,打造坚实的企业经营平台并不断稳健成长起来的。技术、市场、人和资本形成了无缝衔接,在风险投资和科学管理制度护航下实现了腾飞。

(二)《中国证券报》(2006年7月):创投业探寻同洲电子成功之道

在同洲电子上市引来风险投资一片欢呼的同时,国内创投业也开始冷静总





结其间的经验。在上周六举行的同洲电子上市座谈会上,有两点经验被与会者反复提及,那就是:本土上市与联合投资。运用这些经验,国内创投企业正在寻找下一个同洲电子。

本土上市。对于同洲的上市,Zero2IPO 清科公司总裁倪正东将其评价为“本土创投的‘里程碑’,堪比当年盛大、携程在海外的上市。”正是由于同洲的示范效应,有不少原准备赴境外上市的科技企业开始转向国内。据达晨创投副总裁肖冰介绍,其中的一个重要原因,是本土市场定价明显高于离岸市场。以同洲为例,高达近 25 倍的发行市盈率是放在任何一个其他市场都难以想象的。同时,中国证券市场也在一步步改变,变得更加市场化、更具效率。“既然如此,企业何必舍近求远,去异地挂牌呢?”

深圳市创新投董事长靳海涛则详细比较了中国企业选择中国 A 股市场与国际市场上市的利弊。A 股市场具有本土化、发行费用低、发行市盈率高等优势。国际市场虽具有融资额度大、二次融资容易、发行时间较短等优点,但同时也具有发行费用高、公司结构复杂、投资者关注程度低等缺点。

联合投资。同洲电子董事长袁明总结同洲的经验时说,选择风险投资资金的关键是其资金间的互补性,要从创投企业能够带来的资金、市场、管理、政府和社会资源等方面综合考虑。对同洲进行联合投资的四家创投就具有这种互补性,“达晨创投”拥有湖南广电集团的行业背景、市场资源;“创新投”背靠深圳市政府,可争取政策支持;“高新投”是专业的担保公司,可提供担保、后续资金支持;“深港产学研”拥有北大等高校资源、管理资源和科研力量。

深圳市高新技术投资担保公司董事长陈虹强调,联合是趋势。联合投资能够风险共担,优势互补。不仅是本土的创投应该进行合作,本土与国际创投、与台湾地区创投,都存在着合作的必要性和广阔的前景。

(三) 水木清华(2006 年):同洲电子:创投培育的丰硕之果

由于同洲电子上市成功的示范效应,使不少原来准备赴境外上市的内地企业开始转向国内,其中的一个重要原因,是本土市场定价明显高于海外市场,如同洲电子高达近 25 倍的发行市盈率对拟上市企业就是一个很大的激励。国际市场虽具有融资额度大、二次融资容易、发行时间较短等优点,但同时也具有发行费用高、公司结构复杂、投资者关注程度低等缺点。具体而言,与海外上市相比较,经过股权分置改革、两法修订等一系列重大变革后,本土上市具有更多的优势。

(1) 发行市盈率。

“发行市盈率”一般被当做市场融资效率的重要指标,发行市盈率越高,表明市场投资者对企业越认同,愿意用更高的价钱买企业的股票。发行市盈率的高低,直接影响到企业筹资额的多少。A股发行市盈率几乎相当于境外市场的2倍。如同洲电子为24.32倍,IPO募集资金超过3个亿。据统计,全流通前发行的50家中小板企业的平均发行市盈率为19.93倍,而统计显示,2004~2005年,内地企业到香港主板上市的平均市盈率为10.49倍,香港创业板为8倍左右。2005年到英国AIM市场发行的中国企业平均市盈率为12倍。因此,相比较而言,企业发行同样数量的股票,在A股市场能筹到的资金几乎比海外市场多一倍。

(2) 发行费用。

上市公司的成本费用包括两个方面:一是首发上市时的成本,主要由中介机构的费用组成;二是上市的维持费用。根据上市公司的公开资料统计,在上市各项成本与筹资额的比例上:香港主板市场为15%~20%;香港创业板为10%~20%;纽约交易所为15%~25%;纳斯达克为15%~25%,英国AIM市场为15%~20%;而深市中小企业板为4%~8%。在上市的维持费用的常规开支上,香港创业板在130万~300万港元左右,纽约交易所、纳斯达克,都在1,500万人民币左右,深圳中小板约60万~100万元人民币。从费用上看,无论是上市费用还是上市后的维持费用,境内都比境外交易所要低得多。

(3) 上市程序上。

最吸引内地企业的,是海外上市的市场化程度高,发行上市时间短,程序便捷,可预期性强。另外,海外上市的法律环境完善,监管严格,整个市场形成了一个良好的监管体系,有利于上市公司建立完善的治理结构和内控机制,使公司成为运作规范的公众公司。

但随着股权分置改革的推进、“两法”的修订、全流通的实现,阻碍企业上市的重大制度性障碍的全部扫除。深交所上市推广部副总监邹雄认为,中小企业板有很多本土市场优势:首先,是本土市场在企业的信息半径之内,具有较高的认知度;其次,是有利于资本市场和产品市场的互动发展;第三,发行成本相对较低;第四,是同一法律环境的优势。对于产品主要针对国内市场、企业高速发展中的创业企业来说,深圳中小板毫无疑问是其上市首选之地。

另外,今年5月开始实施的《上市公司证券发行管理办法》使国内企业在本土上市更为容易,如取消了IPO辅导期一年,可由券商投行根据企业情况决定,





最短可在3个月左右;取消了筹资额不得超过净资产两倍的规定;财务指标的要求降低为三年累计净利润不低于3,000万即可。如果不是融资需求量特别大的大型企业或主要业务均在海外市场的少数企业,对于一般企业而言,本土上市才是更好的选择。

(4)企业上市再融资。

海外市场的再融资政策一般比较宽松,市场化程度高。只要市场认可,企业随时都可以进行再融资。从再融资政策上讲,海外市场明显占优。但是,作为企业再融资的一个重要前提条件,在对内地企业的市场认同度上,内地股市却大大优于海外市场。从反映市场投资者对企业认知度的二级市场市盈率指标来看,深圳中小企业板是36倍,明显高于其他市场。从反映投资者对企业的关注度、投资热情的日均换手率指标来看,中小板仍是遥遥领先,达到4.68%;国内主板为1.6%,纳斯达克为2%,香港主板为0.5%。

本土创投的优势在于:

一是网络优势,项目来源众多。本土创投可以在全国范围内建立项目资源的网络,积极寻求合适的项目进行投资,在项目资源、网络渠道、人脉关系和操作成本等方面,更能具备一定的竞争优势。深圳创新投在深圳、上海、西安、成都、武汉等地设有总部和分支机构,合作伙伴遍及全国,已形成全国性的投资网络,这就使得创新投能最广泛地接触到优秀的项目,可以涉及各个行业,获得第一手的最佳信息和个案,这些都大大促进深创投在国内创投业建立自身的竞争优势。

二是资源优势,将政府资源与优质企业充分结合,实现资源配置效率最大化。深圳创新投的主要管理人员具有长期的政府工作经验和丰富的政府资源,与政府有关部门建立和保持密切的良好关系,可以有效地整合社会政府资源,帮助所投资企业的快速发展。在同洲电子的投资中,深圳创新投就背靠深圳市政府,为同洲电子的发展争取到政策支持。

三是文化优势,熟悉内地投资环境,熟悉中国的经济环境,尤其是中小企业的环境,能更快捷掌握中小企业的资本需求。本土文化在投资过程中处于很重要的位置,防范投资的最大风险,就在于和投资企业的文化沟通和理念沟通、建立信任,所以文化的优势对本土创投来讲,是一个非常重要的优势、谁拥有文化优势,谁就拥有竞争优势,效益优势和发展优势。

四是经验优势,熟悉本土企业的商务模式。投资的经验积累,是靠案例不断地积累带来的,本土的投资案例多了,就会积累丰富的企业经营管理经验,在

理解公司和行业方面就会具有较强的经验优势,投资能力就会增强,会提高投资的成功率。深圳创新投成立7年以来,投资了近百个项目,创造了同洲电子等为数众多的人民币投资以及外币投资成功案例,在境内外投资机构之间、财经界、项目企业中积累了一定的经验优势和广泛人脉资源。

五是对本地细分市场的深刻了解。和外资创投相比,本土创投在这个细分市场上应该更有能力去把握更好的市场机会和投资机会,立足国内资本市场,来提升自身的价值理念和竞争能力,在服务广大中小企业的同时实现自己的回报。国内资本市场的不断改善,也给予中国本土创投一个独特而非常广阔的细分市场空间。

(四)《深圳特区报》(2008年10月):十年高交会让同洲成长为“小巨人”

“至今在全球参展了十多个科技展会,没有一个像高交会这样对企业有至关重要的影响力。”十年高交会,9年参展。从一个小科技企业,演变成一个产值近20亿的大企业。高交会参展“老字号”——同洲电子总裁袁明接受媒体采访时感叹:高交会成就了同洲的梦想。没有高交会,就没有同洲的今天。“我们欣喜地看到,企业在成长,高交会也在迅速长大。通过十年的发展,高交会已经成为国际一流的科技盛会。”

高交会助力企业融资发展。第二届高交会,同洲电子第一次参展。“第一次参展,我们产值也就区区上千万元左右。企业急速发展,极需资金的扶持。”袁明回忆,没想到首次参展就收获颇丰。当时,同洲卫星接收机在国内刚刚打开局面,公司发展亟须大量资金。高交会为公司和创投公司充当了信息沟通的窗口。就在第二届高交会上,多家创投公司相中同洲电子,纷纷表示了投资意向。不久,2001年2月,达晨创投、创新投资、深港产学研、高新投资等4家风险投资机构正式入股同洲电子,为同洲电子飞速发展提供了充足的资金支撑,促成同洲电子改制为规范管理的股份制企业,并为公司日后上市奠定了基础。

高交会帮助拓展国际市场。随着同洲电子迅速地发展壮大,生产能力成为公司新的瓶颈。“这一问题在2003年的第四届高交会上得以解决。”袁明说,高交会上同洲电子获批位于深圳市龙岗宝龙工业区的4.5万平方米建筑用地,此地用于兴建年产500万台机顶盒的生产和研发基地,现基地已经正式投产,为公司规模化经营提供了有利条件。





由于国内数字电视整体转换启动较晚,同洲电子早在 1999 年就将国际市场作为寻求突破的目标,但成立之初的公司实力弱小,国际市场开拓困难重重。从 2000 年开始的几届高交会,纷至沓来的海外客商带来的订单可谓雪中送炭。

“每年高交会,总有一大批海外客商,为公司带来众多机遇,同洲产品大量出口到欧洲、中东、北美、澳大利亚、东南亚、北非等地区。”袁明强调,同洲电子的海外市场一直占据公司营业收入的 50% 左右,并连续七年列全国同行出口第一,这个成绩,高交会功不可没。

高交会成全球重要科技展会。在高交会十周岁之际,同洲电子带来了高清电视、车载卫星导航仪等家庭消费类产品参展,展示同洲领先的数字视讯技术。

袁明介绍,奥运前夕,同洲电子与天威视讯合作,启动了深圳高清电视市场。同洲向导神系列 GPS 车载导航仪也已经跻身国产十大 GPS 品牌行列。袁明说,近几年,同洲电子均在全球顶级科技展会中亮相,如 CES(美国消费类电子展)、NAB(世界电视、广播技术暨电子设备展)、IFA(柏林消费类电子展)、IBC(欧洲国际广播电视博览会)等。近段时间,受全球金融海啸影响,国外科技展会规模在缩水,而高交会却逆势壮大,全球业界都在关注中国企业和中国市场,高交会顺势一跃成为全球顶级科技展会之一。“在我们参展的全球众多科技展中,高交会凭借展览规模大、科技含量高、本土举办等特点,一直是对公司帮助最大的展会,也是最成功的展会。我们祝愿高交会越办越好!”

本书点评

一家没有特色的小企业,在数字电视产业和大企业之间跳舞,有核心技术吗?还是靠政策吃饭,我看了该企业近两年财务报表,经营现金流都是负的,说明它在和地方电视台的合作中没有收回货款,这就是在大企业和国营电视台之间跳舞的结果,但不至于倒闭。

第四十二章 无锡尚德：高盛英联助推上市纽交所

一、案情简介

(一)“无锡尚德”简介

尚德太阳能电力有限公司,是一家全球领先的专业从事晶体硅太阳能电池、组件,硅薄膜太阳能电池和光伏发电系统的研发、制造与销售的国际化高科技企业。2001年,施正荣博士带着他在澳大利亚积累了14年的光伏专利技术和产业经验回到祖国,以世界一流的速度和水准创建了尚德公司。2002年9月,尚德公司第一条10兆瓦太阳电池生产线正式投产,产能相当于此前四年全国太阳能电池产量的总和,一举将我国与国际光伏产业的差距缩短了15年。2005年12月14日,尚德公司在美国纽约证券交易所上市,成为中国内地首家在纽交所上市的非国有高科技企业。2007年,尚德公司总产能将超过500兆瓦,产量超过300兆瓦,销售收入超过100亿元,名列世界光伏行业第二。净利润从2005年3,060万美元增长到2007年1.71亿美元,年复合增长率136.5%。2007年,施正荣宣称,尚德(SUNTECH)已超越夏普(SHARP)成为全球最大的太阳能电池板生产商。近期光伏产品价格持续下跌,加之欧元兑美元持续贬值和原材料价格持续增长,据2008年四季度财报报告,2008年第四季度该公司营收总额约为3.45亿~3.6亿美元,与2008年第三季度的5.944亿美元相比大幅下滑40%左右。尚德预期2009年一季度其毛利率约为12%~15%。尚德官方表示,从今年二季度起,尚德的毛利率有望恢复到2008年四季度前的水平,即20%以上,原因是尚德已拿到的2009年太阳能电池订单近720兆瓦,预计全年可完成产销800兆瓦的目标。

通过不断的技术创新,尚德公司技术已经处于国际光伏行业领先水平。“Suntech”已成为国际光伏行业的著名品牌。尚德公司是中国首家获得TUV、IEC、CE和UL等国际质量认证证书的光伏企业,产品在世界各地深受青睐,其中在欧美、中东、非洲和东南亚地区市场占有重要份额。无锡尚德(SUNTECH)电力控股有限公司董事长兼首席执行官施正荣,2008年两度受到英国《卫报》





的关注。今年1月5日,该报将其列为拯救地球的50人之一;7月25日,该报刊载了记者乔纳森·瓦兹(Jonathan Watts)对施正荣的专访报道,后者表示:“我们相信10年后,尚德(SUNTECH)将成为诸如BP和壳牌之类的能源巨人。”

中国市场已经广泛应用到通信、广电、交通、海事、照明、军事等领域。凭借卓越的产品性能和品质,尚德产品被中国商务部选定为政府对外援助项目指定产品。2006年4月,尚德签约2008北京奥运会主体育馆国家体育场“鸟巢”工程,确定在“鸟巢”的12个主通道安装太阳能光伏发电系统。对尚德来说,这是进入国内光伏主流市场的一次机遇。2007年5月9日,总投资3亿美元的电池基地正式落户上海。据悉,这也是全球首个硅薄膜电池基地。尚德公司的发展受到了中央、省、市等各级政府的亲切关怀和大力支持,国务院总理温家宝同志于2004年3月亲临尚德公司视察,全国政协主席贾庆林同志也于2006年4月23日视察尚德公司,给尚德公司和光伏产业以极大的肯定和鼓励。

(二)无锡尚德发展沿革

1. 第一阶段,在无锡市政府的支持下,中澳合资的“无锡尚德”成立

2001年1月“无锡尚德”成立时,得到了无锡市政府的支持。在当地政府的动员下,江苏小天鹅集团、无锡国联信托投资公司、无锡高新技术投资公司、无锡水星集团、无锡市创业投资公司、无锡山禾集团等企业共出资600万美元,与施正荣共同组建了中澳合资的“无锡尚德”,并占75%的股权。施正荣则以40万美元现金和160万美元的技术入股,占25%的股权,施正荣名下股份通过他个人全资拥有的澳大利亚公司PSS(Power Solar System Pty. Ltd.)间接持有。根据“尚德控股”《招股说明书》的披露,到2004年10月,PSS又从其他股东手中购买了6.389%的股份,施正荣控制的股份上升到31.389%。

由于股东资金不到位等原因,直到2002年9月才开始投产。等到产品出来以后,尚德并没有急于市场推广,而是根据自己明确的定位继续做铺垫,启动一系列的产品论证,取得市场的准入资格。直到2003年初尚德参加了国内外各种大型的展览会,一举成名。2003年5月开始投资扩建第二条生产线,与第一条生产线建设相隔只不过半年。施正荣说“如果说第一条线是当初带回来的洋枪洋炮,第二条线就是充分利用了国内的优势产物——地处中国,如何把高新技术与中国的低价劳动力紧密结合起来,降低投资成本,更有竞争优势。”又是半年以后,2004年初,尚德开始建设第三条生产线,逐步转向链态产业经营。