

德豪润达

“进军”美日 发力拓展境外 LED 灯市场

□高超

德豪润达公司董秘邓飞表示，公司致力于成为全球 LED 灯具的重要供应商，日前在美国和日本市场的业务拓展，为公司产品进入国际主流销售渠道打下了良好的基础。

LED 灯卖进美国沃尔玛

德豪润达公告称，公司已与美国沃尔玛公司就德豪润达 LED 照明产品在美国市场销售的事宜进行了协商，并就 2012 年 6 月至 2013 年 12 月的 18 个月期间的产品销售计划进行了确认。为此，公司通过全资子公司德豪润达国际（香港）有限公司与美国 Shining Image 国际公司签署了代理采购协议。

据悉，本协议为年度采购协议，具体 LED 照明产品的型号、规格和数量和销

售价格，可能因其代理客户美国沃尔玛年度销售情况的改变而做变更。公司将在后续定期报告中持续披露合同的履行情况。

公告显示，Shining Image 国际公司于 2005 年在美国纽约州成立，是一间从中国大陆进口产品，在美国市场销售的批发及零售公司。Shining Image 国际公司与德豪润达不存在关联关系，协议签订后，Shining Image 将成为德豪润达向美国沃尔玛提供照明产品的独家代理。

协议约定，从 2012 年 6 月起的 18 个月内向德豪润达采购的最低金额不低于 4500 万美元（约 283 亿元人民币，约占公司 2011 年度未经审计营业收入 923%）。付款条件：见提单日 45 天后付款。合同在双方签署之后即生效，2013 年 12 月 31 日合同到期。



携手日本双鸟 拓展日本市场

德豪润达与日本双鸟公司签署合作文件，协议约定，2012 年德豪润达计划与双鸟公司的合作业务量增长 30%-40%，未来三年（含 2012 年）达到 4500 万美元（约合人民币 283 亿元，约占公司 2011

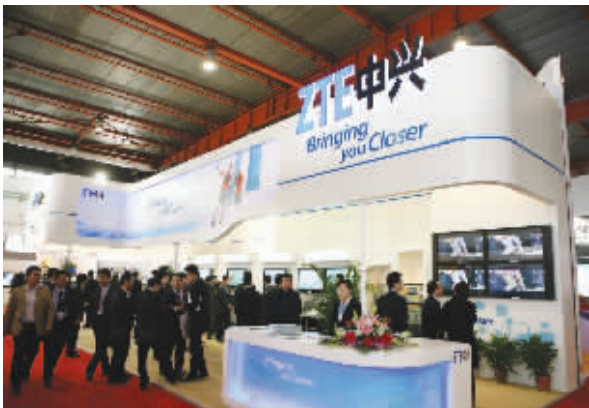
年度未经审计营业收入 923%）。德豪润达将致力于支持双鸟公司在住宅和商业领域的 LED 照明业务。拓展生产线，除了 LED 台灯，还包括球泡灯，吸顶灯，吊灯和灯管。

此外，两家公司正合力研发一个新系列的 LED 照明产品。

德豪润达认为，随着公司 LED 照明系列产品的研发成型及产能的逐步释放，公司正在积极开拓国际市场的销售渠道。由于对节能高效的照明灯具的巨大需求，LED 灯具和球泡灯行业正以世界上最快的速度在日本增长，作为日本的主导消费品牌，双鸟公司现有的 LED 灯具零售渠道让其成为公司进入日本市场的一个很好的切入点。本次与双鸟公司签署的商业合作计划，将有利于公司 LED 照明产品在日本市场的推广，对公司未来三年的营业收入和营业利润带来积极的影响。



中兴通讯财务 共享服务价值日益凸显



财务共享服务的成功实施对中兴通讯的整体财务核算和财务管理水平起到了巨大的推进作用。

运作成本显著降低。在资源、业务集中之前，虽然员工的工作量很有可能不饱和，但是也必须为每个单位或地区都要设置相同的岗位、人员；而将资源、业务集中到共享服务中心处理后，不必为每个地区、单位设置岗位、人员，一个人员可以处理几个单位或地区的相同岗位的业务，从而导致业务量不变的前提下业务人员的减少或者是业务量增加而人员不变；实施共享服务后，对业务流程、规则进行标准化管理，同时流程优化消除了多余的协调、重复的、非增值的一些作业，这些都会大大提高效率，分配到每一作业的时间就会减少，这也间接地降低了成本；业务操作得到

标准化和简化，对人员的学历、技能等要求会有所降低，在很大程度上降低了运作成本。

服务质量及运作效率提升。在成本降低的同时，中兴通讯财务共享服务中心的服务质量和运作效率也同步得到提升。以费用报销流程为例，实施共享服务前，由于缺乏统一标准，各地执行尺度不一，这种情况下，业务单位常常对财务的客观公正提出质疑，频繁的冲突和沟通使服务质量难以得到保障，运作效率低下。

实施共享服务后，标准化的单据审核形成了一致的结果，财务呼叫中心的建立，以统一的接口和界面面对员工提出的各类问题，服务质量和员工满意度得到提升。

业务效率由 7 天的财务处理效率提高到 72 小时，平均业务处理能力也提高了 1 倍。

实现财务业务一体化集团战略推进得到落实。中兴通讯财务共享服务的实施推动了财务业务一体化的进程。通过集中整合后，基础财务业务从分散的各地财务组

织集中到财务共享服务中心。各地财务组织中释放的编制用于补充高端财务管理人员，他们直接从财务共享服务中心获得数据产品，并深入业务提供决策支持。

在财务共享服务得到成功实施后，中兴通讯形成了一套包括营销财务、产品财务、研发财务、海外财务、子公司财务在内的完整的业务财务体系。这些财务人员对自己所提供支持的业务领域有着深入的了解，并协助各位的业务，从而导致业务量不变的传递至业务单位的核心决策层，为集团一体化的战略推进做出了巨大的贡献。

此外，财务共享服务中心以其高度的执行力和标准的财务流程对于基础财务业务的要求，推动了集团战略的落实。

实现集团范围的财务监控。中兴通讯财务共享服务的实施在实现集团范围财务监控的过程中也起到了积极的作用。在分散式财务管理模式下，集团各基层单位的财务情况无法高效准确地到达集团总部，由于缺少监管，潜在的舞弊也难以及时发现。

实施共享服务后，财务人员和业务人员可能的联络被彻底切断。基于流程和业务分工的财务作业模式使单据随机分配到每个业务处理人员手中。业务人员面对的不再是固定的财务人员，而是经过封装的财务共享服务中心，串通舞弊的可能大大降低。此外，所有的业务处理对于集团彻底透明，任何一笔业务均可以通过财务共享服务中心进行查阅，这最终为及时发现问

题提供了有力支持。

在中兴通讯，财务共享服务实施的价值不仅局限于此，潜在的获益还在逐步显现，事实在不断地证明中兴通讯所选择的变革路径是正确的。

（中会）

凤凰股份文化搭台地产唱戏 发展模式独树一帜

持续的宏观调控让房地产行业进入阶段性低迷期。在此背景下，作为一家房地产开发销售公司，凤凰股份却逆势扩张，推行“文化地产”发展模式，引起了市场关注。

2009 年末，凤凰集团与耀华集团签订股权收购协议，将当时还名为耀华玻璃的上市公司置于旗下，通过借壳实现上市。随后公司主营业务由玻璃生产转为当时火热的房地产投资。

不过就在借壳一年之后，房地产行业即进入了冬天。在“限购、限贷、限外、限价”为特点的房地产宏观调控背景下，凤凰股份另辟蹊径，借助特有的文化优势，大力推行文化地产的建设。根据资料显示，截至 2011 年末，凤凰股份拥有文化地产项目 3 个，合计建筑面积约 30 万平方米，约占总储备建筑面积的 35%。

目前涉及的城市主要包括南京、苏州和南通，在 2011 年 11 月，凤凰股份在盐城以 237 亿元的价格拿下

下一块土地用来开发发展大型文化 MALL（文化综合体）。据了解，凤凰股份将继续向扬州、无锡等重点城市持续扩张。

2011 年 11 月末，凤凰集团旗下另一家控股公司，凤凰股份兄弟公司凤凰传媒 IPO 登陆 A 股上市。

“凤凰传媒是大股东的主要资产，也是主业。它的上市对于我们来说有着一定的利好。它在资本力量与文化

产业实力扩张的同时，将为凤凰股份的文化地产跨区域发展提供协同效应。”凤凰股份总经理齐世洁说，“文化 MALL 作为大股东的既定战略，会贯穿在整个经营活动中。凤凰传媒作为主要经营者，其在文化项目拓展的同时，一些配套的地产项目公司会跟进。而公司在一些文化地产建设的同时，凤凰传媒也会

落户一些文化项目，如国际书城等。”

浙商证券行业分析师戴方在研究报告中指出：“文化地产业务在跨区域发展中仍将享受‘相对低价拿地’、‘住宅依托文化 MALL 提升综合品质与价格’以及‘跨区域发展中得文化地产品牌建立与开拓’等优势，进而促进公司相对有保障的扩张。”

（王朋）

西部首选

雄厚资金寻优质项目，免抵押，可风险投资，手续简捷，个人、企业项目不限、地域不限。

电 话：028-68000128

募投项目陆续投产 东材科技再添盈利新引擎

东材科技主营绝缘材料、功能高分子材料和相关精细化工产品的研发、制造和销售，是国内绝缘材料品种配套最为齐全的制造商。公司绝缘材料产品在国内市场占有率高居前列，而功能高分子材料和精细化工材料领域合成技术领先。

东材科技不久前发布的业绩快报显示，2011 年公司实现营业收入 126 亿元，同比增长 2369%；净利润 221 亿元，同比增长 2111%。虽然与上半年迅猛的增长态势相比，公司下半年业绩增速明显下滑，但在 2010 年较高的业绩基数比起来，全年能实现如此快的增长也难怪可贵。

据了解，去年下半年业绩增速下滑与产品价格走弱不无关系。受宏观经济影响，在下游需求走弱和上游原材料价格降低的情况下，东材科技下调了部分产品价格，并对产品结构进行了调整，产品毛利

率下滑比较明显。占主营收入半壁江山的聚酯薄膜综合毛利率从 40%以上下降到 30%左右。其中，作为聚酯薄膜收入和利润主要来源的太阳能背板用聚酯薄膜，受光伏行业景气度下滑影响，产品价格出现较大幅度下滑，从每公斤从 30 元以上降到 20 多元。近几年来，公司该项业务迅猛发展，从 2009 年的几百吨迅速发展发展到 2010 年销售了 3900 多吨，2011 年继续增长到 8000 吨左右。

公司相关人士表示，今年以来行业景气度已有所回升，他们将密切关注国家宏观政策调控的方向。目前他们对太阳能背板用聚酯薄膜的预测偏乐观，今年的产能预计在去年的 8000 吨左右的基础上还将有一定程度的上调。

近日公布的新材料十二五规划显示，“十二五”期间，我国要建成太阳能电站

1000 万千瓦以上，需要高性能树脂材料 90 万吨。

公司方面认为，除了光伏行业有望触底回暖外，该产品在进口替代市场仍有较大的空间。

除了密切关注聚酯薄膜，尤其是毛利率高企的太阳能背板用聚酯薄膜外，募投产能的释放也是东材科技未来的一大看点。记者了解到，募投项目中的 3500 吨 / 年柔软复合绝缘材料，4000 吨 / 年无卤阻燃绝缘材料以及 7000 吨 / 年层（模）压材料目前已处于试生产状态，超募资金中的 3 万吨 / 年无卤阻燃聚酯切片也将于今年 9 月份投放，而更大规模的产能投放将在 2013 年到来，其中就包括 15000 吨特种聚酯薄膜技改项目。

（宋元东）

猪饲料供不应求 大北农斥资 6 亿全国扩产

大北农日前公布了斥资逾 6 亿元布局全国的投资扩产计划，其中 3.18 亿元用于在辽宁沈阳、黑龙江佳木斯、重庆、江西宜春、内蒙古赤峰 5 市收购及新、扩建饲料生产线，3 亿元用于建设生物医药产业基地。

根据计划，辽宁大北农牧业科技有限责任公司拟收购能够直接生产的饲料企业——沈阳英大科技有限公司。该公司目前拥有年产 6 万吨饲料生产线，收购金额为 3800 万元，收购后拟再投资扩建成年

产 24 万吨猪配合料生产线，预计加收购资金后的总投资为 9378 万元。

此外，哈尔滨大北农牧业科技有限公司拟在佳木斯市新建年产 12 万吨猪饲料生产厂项目，预计总投资 5393 万元。重庆大北农饲料科技有限责任公司拟在梁平县设立全资子公司，投资建设年产 18 万吨猪饲料车间，预计总投资 6566 万元。大北农拟在江西宜春市建年产 12 万吨猪全价配合饲料车间项目，拟在内蒙古赤峰市建年产 12 万吨饲料项目，预计 2013 年上

半年建成投产。

大北农表示，实施上述一系列扩产的原因是日前公司产品供不应求，产能已严重制约了公司的进一步发展。

同时，大北农全资子公司北京科牧丰生物技术有限公司拟在北京大兴区中关村科技园建设生物医药产业基地项目，总投资 3 亿元。项目共 10 条生产线，预计 2014 年建成投产。大北农表示，该项目所生产的产品，主要针对目前发病率高、传播速度快、严重危害我国养猪养殖业发展，且市场急需的 14 个多联苗多价苗、1 个基因工程疫苗和 2 个活载体疫苗等新型疫苗，其中有 10 个品种是自主研发和合作研发的产品。

（证券时报）

运城建行不以企“小”而不为 为小企业新增发贷款 1.18 亿元

“建行的贷款年初就到了我们账上，像一场及时雨，我们立即组织扩大生产，极好地抓住春季农民朋友用缓释肥的良好时机，以前像我们这样的小企业在建行贷款是不敢想的……”这是运城市一农用肥生产企业老总的话。今年以来，建行运城分行为 15 户类似的小企业新增发放贷款 1.18 亿元，受到当地政府和客户的一致好评。

据介绍，建行运城分行在客户筛选上，坚持“优中选优”，重点支持了为大中型企业提供配套服务的上下游中小企业客户，并通过优质客户介绍推荐的方式发展新客户。他们依托基层网点在市辖区县组织了小企业产品推介会，有针对性地筛选出一批优质小企业。依靠政府平台产业集群平台批量营销，并根据企业特点设计不同的服务方案，推进业务发展，在盐湖

工业园批量营销客户 7 户，空港工业园发展客户 5 户，钢材市场拓展客户 4 户。针对小企业担保难的问题，他们通过加强与担保公司的合作，有效缓解了小企业担保难的困境，同时也借助担保公司平台扩大优质客户推荐渠道。他们在发展传统业务的同时，积极拓展新产品。根据客户需求成功办理了全省首笔小企业 1000 万元保理业务；动产质押业务 700 万元也已获审批正在办理。目前他们正在积极有序地准备小贷通互助通等小企业特色产品，真正以客户为中心，根据产品特点寻找适合客户“对号入座”，将产品和客户真正对接起来。

（王蕾 刘晓霞 潘颖）

山推股份“十二五”重点拓展海外市场

3 月 2 日，山推股份第 5 万台推土机下线。而在 2003 年到 2011 年间，中国工程机械行业推土机市场保有量为 8 万台，在此领域，山推股份已经成为中国的标杆企业。

从 1980 年引进日本小松推土机技术，到 2002 年突破 1000 台，山推股份用了整整 12 年的时间；2002 年以后，公司进入快速发展期，在 2005 年、2007 年、2008 年和 2009 年，分别实现年产 2100 台、3800 台、4600 台

和 5074 台的突破；2010 年，山推推土机年产过万台，成为山推发展史上的里程碑。

在立足于机械工程这个主业的基础上，山推股份正在谋划产品多元化的国际化拓展之路。公司计划“十二五”末，海外销售收入占到公司销售收入的 50%以上，并逐步成为国际化的企业。

据山推股份信息化总监郑鸿亮介绍，山推股份在国际化拓展方面，

优势非常明显。

首先是山推的品牌优势。“山推的推土机，从 2008 年开始，在产量上做到了全球第一位。我在卡特工作过，卡特推土机的首席竞争对手，是山推，而不是小松。”郑鸿亮说。

其次是海外渠道优势。山推的产品虽然还没有进入欧美国家，但是目前在第二、第三世界国家已经全面开花，产品已经覆盖全球 133 个国家和地区。

第三，山推的产品有非常好的性价比，并有很强的零部件、传动部件技术优势。

2011 年，山推股份的海外销售收入同比实现翻番，是山东重工集团的一个亮点。公司已经在阿联酋、南非、巴西、俄罗斯、我国香港等地建立子公司，山推产品已遍布世界五大洲 133 个国家和地区。目前，公司全液压 SDIOYE 推土机打入欧洲市场，大机型产品占比逐渐增加至 60%。道机及混



凝土机械产品已开始全球营销布局，国际市场产品销量稳步提升，多元化新兴产品销售实现突破。

（崔晓娟）