



追加投资,升级产能,科莱恩亚洲首座无卤阻燃新材料生产基地投产

# 广东“引力”十足 国际化工巨头加码“重仓”

文/图 羊城晚报记者 孙绮曼

“全球化是利好消费者、利好员工、利好业务的发展方向。面对去全球化和逆全球化的动向,我们应该努力寻找合适的解决道路。对于科莱恩来说,中国是我们重要的战略市场,并将继续保持着重要的战略意义。”在惠州大亚湾,科莱恩首席执行官康睿德(Conrad Keijzer)向记者坚定地说。

不久前,瑞士化工巨头科莱恩集团在惠州大亚湾新建的先进无卤阻燃剂生产基地正式投产,这是科莱恩在亚洲建设的首座无卤阻燃新材料生产基地。

据了解,该工厂第一条阻燃剂生产线总投资6000万瑞士法郎(折合约6680万美元),产品可以广泛应用于电动汽车、基础设施、5G通信、能源运输等领域。目前,该工厂的第二条生产线也在建设中,预计将于2024年投产,投资达4000万瑞士法郎(折合约4450万美元),两条生产线总投资达到1亿瑞士法郎(折合约1.11亿美元)。



2020年以来,科莱恩在中国的投资已超过3.2亿美元

在凉爽的秋日来到大亚湾,美丽的景色让康睿德印象深刻。而更重要的是,潜藏在各行各业中的市场机遇,让康睿德开始和伙伴们复盘公司的业务发展战略,希望能进一步增加在中国的本土生产比例。实际上,科莱恩与大亚湾

早在2009年便已结缘,在大亚湾投资建设了当时其在亚太地区投资最大、技术领先的首座环氧乙烷衍生物生产基地。十多年来,科莱恩持续在中国追加投资、升级扩产,2020年以来,科莱恩在中国的投资已超过3.2亿美元,其投

对于化工行业而言,2023年是艰难的一年。在需求走弱和产能过剩背景下,许多外资化工企业纷纷将目光转向中国,“押宝”中国市场并将其视为未来业务的支撑点。

巴斯夫就是其中的一个例子。近年来,其大幅追加中国市场投资,并加速与中国企业合作。在广东湛江,巴斯夫湛江一体化基地是其迄今为止最大的海外投资项目,建成后将成为巴斯夫亚洲最大、全球第三大一体化生产基地,投资总额预计达100亿美元。

公开数据显示,中国目前是世界第一大化学品市场,占据全

球化学品销售额的40%,预计至2030年占比将接近一半。

纵观当下全球化学品行业的发展格局,中国在全球化学品行业的占比超过了美国和欧洲,远远领先全球其他市场。所以,中国对于全球化学品行业来说是非常重要的一部分。”对此,康睿德分析,在接下来的3-5年,全球化学品市场超过一半的增长都会来自于中国市场。

2021年12月底,位于大亚湾石化区科莱恩的Exolit OP阻燃剂工厂第一条生产线正式动工,这是其在亚洲的首座无卤阻燃新材料生产基地,历时

18个月顺利竣工。从2023年开始,大亚湾工厂为客户提供高端工艺和光稳定剂等产品,更好地满足客户电动车发展方案的需求。目前,该工厂的第二条生产线也在建设中,预计将于2024年投产。

与此同时,该生产基地也是科莱恩护理化学品乙氧基化工厂的所在地,乙氧基工厂目前正在投资8000万瑞士法郎(折合约8910万美元)的扩建,新增产能主要用于制药、个人和家居护理以及工业等领域,并将成为新的科莱恩全球健康护理业务枢纽,为健康护理类药物快速供应优质原料。

## “中国一直是我们增长最快的地区之一”

“中国一直是科莱恩增长最快的地区之一,新工厂是扩大区域影响力并继续巩固科莱恩在本地市场地位、更好地满足中国和亚洲其他市场的快速增长需求的又一重要举措。”康睿德补充道,到2025年,科莱恩的目标是将中国在销售总额中的占比将从当前的11%提升至14%,并进一步提高本土化生产比例。

近年来,随着“双碳”进程的推进,化工企业纷纷瞄准新能源、新材料等绿色低碳领域,传统化工品的生产工艺也不断向更加绿色低碳的方向演变。

“随着5G技术、新能源汽车、智慧城市的兴起,以及全球对于可持续的交通方式、清洁能源和储能需求的推动。我们可以看到,中国和亚太地区需要更多的创新解决方案,来推

动细分产业的发展。”科莱恩吸附剂和添加剂业务单元以及欧洲、中东和非洲地区总裁安凯薇(Angela Cackovich)向羊城晚报记者表示。

康睿德也指出,中国在快速增长的新能源汽车行业扮演着全球领先者的角色。去年,中国新能源车的产量几乎翻了一番。新能源汽车的兴起,让外资企业们看到了中国实力,也让众多上下游企业看到了市场的转换。

“中国新能源车的主机厂和车商,他们现在的成功程度远远超过了来自欧洲和美国的主机厂,主要原因是中国的车企在技术方面确实是站稳了龙头的角色。”康睿德以比亚迪举例说,“它的诸多电动汽车技术实现了全球领先,在硬件、

软件、驾驶体验和电池技术方面,都能够实现全球领先。”

对此,安凯薇补充道,目前,中国在电动汽车和电池制造领域的产能居全球之首。随着电动车的持续发展,促进高压连接器、电池组和部件的安全保护至关重要。科莱恩聚焦的解决方案正是在扩大轻质工程塑料在交通运输领域的应用中发挥了举足轻重的作用。

“这座世界一流工厂生产出来的产品,可以广泛应用于电动汽车、基础设施、5G通信、能源运输等领域。”据安凯薇介绍,随着原始设备制造商和工程塑料对应用性能和可持续的要求不断提高,科莱恩位于大亚湾的世界级工厂扩大了科莱恩吸附剂与添加剂业务单元对电子电气设备行业的支持和覆盖范围。

## 1.95亿美元“重仓”大亚湾

资主要集中在广东惠州大亚湾,总投资达1.95亿美元,占比超过60%。

投资不断加码与优越的营商环境密不可分。

“一直以来,广东都为我们提供了产业扶持的政策。与此同时,惠州大亚湾经济技

术开发区也是中国全国范围内数一数二的国家新型工业化产业五星级示范基地之一。”康睿德充满信心地说,“广东省在全国的产业发展、技术发展方面都扮演着引领角色,因此,对我们来说,广东是一个非常好的选择。”

康睿德进一步指出,大亚湾开发程度较高,经济活力强,是企业发展和投资的热土,石化区从园区环境到产业配套设施都处于顶级水平,且有大量的乙烯配套生产,“这些都与我们业务发展的需求非常吻合。”

## 广交会“透露”家电出海之变 告别一款产品“打通关” 从卖产品到卖品牌



消费者体验已成为家电品牌出海中最关键的因素

“以前纯粹是卖产品,客户上来就问价格,现在卖的是品牌,更多的客户会

‘点名’要采购我们品牌的产品,甚至想成为我们的海外分销商。”日前,在第134届中国进出口商品交易会(以下简称“广交会”)现场,海信国际营销空调销售部副总经理陈媛媛在洽谈间隙,讲述起她记忆中家电出口的今昔之变。在美的品牌展位上,来自德国的客商被引导到一款能过滤微塑料的环保洗衣机前。

“一款产品卖全球的时代已经过去了。”深耕行业10年的美的洗衣机产品经理张忠智回忆,以前的产品设计更多是由内而外的,设计师按照他心目中家电的理想状态来设计产品;现在会有密集的市场调研计划,了解需求变化和产品动态。

数十年来,中国家电产业从凭借贴牌生产迅速成长,到如今占据大量海外市场份,可谓“轻舟已过万重山”。羊城晚报记者在与多位广交会家电销售员的沟通中发现,无论是产品开发、售后服务还是供应链布局,消费者体验都成为家电品牌出海中最关键的因素。

投入海外市场要花8-12个月。

例如,在进行实地调研后,美的产品研发团队了解到,东南亚用户习惯于投放更多的柔顺剂来为衣物增加香味,他们便围绕洗衣机产品开发了增香功能。

从用户使用习惯出发,也让家电企业的技术创新更加脚踏实地。

### 告别“靠广告砸名气” 以售后树形象

以体育营销撬动海外知名度、不断扩大自有品牌出口份额,成为近年来家电企业出海的重要特征。记者从广交会上了解到,家电企业对于品牌出海的理解,已不止步于“靠广告砸出名气”的层面,而是要以优化消费体验、完善售后服务为手段,全方位提升品牌价值。

今年9月1日,海信在德国柏林举办的IFA展上,宣布成为2024年德国欧洲杯的官方合作伙伴。陈媛媛表示,体育营销不是空口无凭地把名气“吹”上去,要建立在销售达到一定规模之后,才会事半功倍,“在海外推广自主品牌,最难的是被渠道和客

户认可。要树立起品牌形象,必须要有完善的服务体系”。

在号称“三分产品七分安装”的空调销售中,售后服务的重要性显而易见。陈媛媛向记者回忆,2006年以前,海信在海外做的大部分是OEM业务,售后业务也交给当地品牌代理管理;而现在海信十分重视海外售后服务体系的管理。

“我们要保证消费者有很好的体验感,遇到问题也有人帮忙解决。售后不仅要知道产品如何生产、销售,还要了解消费者对产品的想法和意见,我们每年会根据售后服务反馈回来的意见,对产品进行持续改进。正是有了这些支撑,消费者才会认为海信是个靠谱的品牌。”陈媛媛表示。全面的品牌建设支撑了海外营收的增长,2022年海信家电产品的海外收入占比为53%,海外营收超过国内。

与海信类似,许多家电企业在海外品牌运营上已形成了成熟的经验和模式。

例如,海尔自2002年进入泰国市场以来,在当地市场已成为市场份额领先的品牌。其中关键的一步是,在泰国市场绝大多数

数品牌仅保修1年的情况下,海尔在2010年推出5年免费保修的承诺,让消费者看到海尔对产品品质的信心,同时也倒逼行业整体提升了保修的年限。

格力也实施差异化海外市战略,积极发展自主品牌。在2022年先后中标阿曼教育部、迪拜Emaar别墅群、巴西BAND电视台、卡塔尔世界杯等多个大型海外样板工程项目。当年海外业务实现营业收入232.7亿元,销售额同比增长近20%;其中,自主品牌销售额占比已达57%。

### 海外拓展至新时期 本土化产销研成新重点

全球化的另一面是本土化。经过多年积累,中国家电龙头企业已初步完成了全球化产业链供应链布局,海外拓展进入本地化融入的新时期。本土化研发、制造和运营能力建设,正在受到普遍重视。

TCL实业拉美营销本部总经理蔡亿斤负责TCL智能终端在拉美市场的业务拓展,他告诉记者:“自2004年在拉美开展业务起,我们便通过经营的本土

化、生产和供应链的全球化和品牌营销等方式,不断提升本土化经营能力,目前已在拉美多国建立分公司和代表处。”

本土化设计、生产、运营,有利于对当地消费习惯作深入洞察。TCL在巴西售卖的电视音响品质好,音量也更大,这是因为巴西人喜欢热闹,对声音的要求不同于国内。基于高端大屏电视让足球比赛观感更佳的本地化考虑,TCL上市了全巴西市场最大的98英寸大屏电视机,销售也很好。

同样的,以“大头在海外”为国际化战略的海信,已经在北美、欧洲、南美、日本等地,建立了具备独立研发、制造、销售能力的区域中心,并在去年成立了东盟区总部,发力东南亚这一新兴市场。

在陈媛媛看来,本土化重在产品思维的转换和融入,并不是一味追求制造的本土化,“不同的海外市场在关税和运输费用上有差异,我们为客户提供产品时,也要结合不同家电品类和市场的特征,为他们找到最佳的供应链方案,才能让产品拥有更加广泛的市场接受度”。



## “低至1元”当银行股东? 想多了

羊城晚报记者 黄颖琳

10月17日20时50分,广东深圳农村商业银行50000股自然人股(含权益卡)在阿里资产交易拍卖平台“上架”,起拍价竟低至1元,吸引超1800次围观。有投资者疑惑:难道只花1元就能当银行股东?股权拍卖门槛怎么变低了?

业内人士分析,1元起拍不等于1元成交,含有营销“噱头”成分,竞拍者低价“捡漏”的可能性并不大。此外,多家中小银行股权频频登上法拍平台又屡次流拍,与意向投资者有门槛、自身盈利增长和资产质量不确定等因素有关。

### “1元起拍”银行股权多为自然人持股

日前,羊城晚报记者在多个拍平台发现,部分中小银行股权拍卖的起拍价竟低至1元。以阿里拍卖平台为例,仅10月份就有19笔以1元起拍“上架”的银行股权竞拍信息,涉及的多是农村商业银行。其中,广东地区1元起拍的银行股权就包括深圳农商银行、珠海农商银行、顺德农商银行、东莞农商银行、梅州农商银行、吴川农商银行、韶关始兴农商银行7家银行。

具体来看,1元起拍的银行股权多为自然人持股,份额多在1万股至5万股,最多为兰州农商银行,股权拍卖规模高达10万股。但平台页面显示,即便起拍价降至“白菜价”,围观者亦不少,参与报名的竞拍者寥寥。

例如,近期一笔标的物为

“广东深圳农村商业银行50000股自然人股(含权益卡)”的1元拍吸引了1837次围观,但直到快拍前才有2人报名。顺德农商行、东莞农商行等1元拍也难觅买家。记者以投资者的身份联系了负责股权委托拍卖项目的凌经理(化名)。他告诉记者:“这些股权都来自于自然人股东,不存在质押或抵押的问题,而且深圳农商行采取的是司法调解过户,是靠谱没有风险的。”

一位不愿具名的业内人士则表示,对于中小银行股权而言,尤其是自然人股权的拍卖,因无人竞买而流拍是常事。1元起拍的中小银行股权,含有营销“噱头”成分,更多是拍卖交易机构为了吸引眼球的定价策略,而且多数标明“特价银行股”此前已经历过一次及以上的流拍。

### 低价“捡漏”可能性不大

“噱头”之下,也不禁让投资者疑惑:难道只花1元就能当银行股东?

以10月16日晚刚结束的一场拍卖为例。10万股兰州农村商业银行自然人原始股权(含2023分红),评估价为18.4万元,起拍价1元,竞价周期为1天。在二次拍卖中经过24轮出价,最终以66001元价格拍出,与市场价对比相当于打了一个“三五折”。

另外,1元起拍的“1000股珠海农村商业银行自然人原始股权”标的也吸引了众多投资者围观,于10月19日20:30开拍,市场价为5万元。一位长期接受各地农商银行股权委托拍卖的项目经理温先生(化名)告诉记者:“按照经验来

看,这1000股(成交价)一般4万元左右,因为股权账户就价值3.5万元。”

而前述提到的深圳农村商业银行50000股拍卖,页面详情虽未提及评估价,但凌经理透露:“每股的成交价一般在5.8元-6元。”如此看来,竞拍者不少。

记者留意到,除成交价款外,参与者需支付一定保证金方可出价竞拍,额度最低约3000元,最高约40000元。竞价成功后,还需另付综合服务费和软件服务费,收费标准分别为成交价的1%—5%、成交价的0.5%—1%。如果再算上每次“举牌”竞拍所设定的加价幅度,拍得银行股权的成本其实并不低。

### 法人所持股权受让方有门槛

除上述自然人股权拍卖“遇冷”外,今年以来,还有多家中小银行法人所持股权也被挂牌拍卖,也曾有“无人问津”的遭遇。10月1日,中原银行约2.77亿股股份登上阿里拍卖平台,起拍价约349亿元,最终因无人出价而流拍。据不完全统计,该行目前已超过10笔股权登上法拍平台,却难以吸引意向投资者报名。

招联首席研究员董希淼向记者表示,近期中小银行股权拍卖吸引力不大,一方面,因为部分中小银行经营状况欠佳,或者被认为银行经营和分红情况不明朗,所以有股东会主动选择转让股权;另一方面,也可能有部分股东持有的股权被质押,为偿还借款被迫进行司法拍卖。

“影响银行股权拍卖或转让结果的因素有很多,不能一概而论。”在董希淼看来,部分中小银行盈利增长和资产质量存在不

确定因素,会影响企业参与银行股权拍卖的积极性。中小银行因历史沿革等原因,股权分散也会影响投资人预期,进而影响股权转让。另外,银行体量较大,购买银行股权对资金要求较高,很多企业短时间内拿不出大量资金。

值得注意的是,根据《商业银行股权管理暂行办法》规定,同一投资人及其关联方、一致行动人作为主要股东参股商业银行的数量不得超过2家,或控股商业银行的数量不得超过1家;商业银行主要股东自取得股权之日起五年内不得转让所持有的股权。这意味着,中小银行股权的受让方具有一定门槛。

如何缓解部分中小银行股权拍卖的尴尬?他建议,中小银行自身应不断完善公司治理,深化数字化转型,增强持续发展与风险防控的内生能力,从根本上增强股权的市场价值和吸引力。

### 景顺长城基金:四季度策略报告发布

今年下半年以来,A股持续磨底,高分红与顺周期抗跌性凸显。进入2023年“收官季”,A股市场机会有哪些?日前,景顺长城基金发布《2023年四季度经济展望及投资策略报告》表示,展望四季度,根据当前的估

值和风险溢价情况、政策落地力度以及经济修复预期来看,对未来走势持较乐观态度,指数大幅下行空间相对较小,积极关注结构性机会,中期关注科技、高分红、医药、长期布局高质量发展、安全、民生等领域。(杨广)

### 广发基金广泛深入开展 “金融消费者权益保护教育宣传月”活动

9月15日至10月15日期间,国家金融监督管理总局、中国人民银行、中国证监会、国家网信办联合开展以“汇聚金融力量 共创美好生活”为主题的2023年“金融消费者权益保护教育宣传月”活动。广发基金积极响应号召,持

续推进金融知识“五进人”等系列投教活动,打造丰富多彩的特色投教作品,线上线下相结合,面向广大消费者普及金融基础知识、提示金融风险、引导树立科学投资观念,助力营造和谐健康金融环境。(杨广)