

资本市场助力新梦想

# 新三板公司董事长畅谈发展新战略

[编者按]随着全国股份转让系统规模迅速扩大、企业质量提升,其市场影响力和覆盖面显著扩大。对于成功登陆新三板的企业而言,同样意义重大。借助这个平台,相关企业可以提升治理水平,拓宽融资渠道,规范信息披露。同时,其品牌影响力也得到不断提升,迎来战略发展机遇。

## 嘉达早教董事长陈树佳： 打造中国早教科技领航品牌



嘉达早教董事长陈树佳

□本报记者 游沙

随着二胎政策的放开以及消费逐步升级,国内早教产业将迎来快速发展期。嘉达早教采用“早教理论应用研究+早教产品开发+早教服务”的“三位一体”商业模式,成为行业的龙头企业。借助智能终端、互联网技术,公司未来将提升产品的智能化和人性化,重点发展不同年龄层的产品和早教培训机构。这些也是公司登陆新三板以及未来上市着力要实现的目标。嘉达早教董事长陈树佳表示,将借助登陆新三板的战略发展机遇,通过公司治理、品牌效应的提升,拓宽融资渠道,规范信息披露,将企业打造成国内早教产品第一品牌。

### 内容+科技双轮驱动

欧美等发达国家对早期教育的认识较早,已经形成了较为完善的理论,并结合早教理论研究成果形成了成熟的早教培训和早教产品市场。随着新兴经济体国家经济快速发展,其在文化、教育等方面也与发达国家迅速接轨,早教市场逐步向新兴经济体国家转移,并呈现快速增长的态势,形成了朝阳产业。有数据显示,2009年中国城镇家庭在早期教育方面的总支出为1665.1亿元,其中早教服务、早教产品支出规模分别为720.36亿元、944.74亿元,到2015年中国城镇家庭在早期教育方面的总支出可达3476.1亿元。

陈树佳表示,公司采用“早教理论应用研究+早教产品开发+早教服务”的“三位一体”商业模式。具体而言,公司以早教理论应用研究为基础,依托早教研究的最新成果,将早教基础理论转化为早教产品的内容大纲和实施标准,在此基础上实施具体的早教内容开发,并将早教内容进行数字化、体系化,通过学习机、宝贝电脑、点读笔等早教电子终端产品,向学龄前儿童或其家长提供早教内容;另一方面,以早教理论为指导形成系统性的早教培训课程,通过早教机构向市场提供早教培训和早教咨询服务。

公司在经历了两次重大转型后,从玩具制造企业转型为专业的早教产品开发者。

2011年是公司转型最重要的一年。在2011年,公司战略性地联手著名高校组建了全国颇具影响力的校企合作学前教育研究院——河北师范大学嘉达学前教育研究院。该研究院由我国著名学前教育专家、华南师范大学博士生导师袁爱玲教授领衔,同年还成立成都嘉达软件开发公司。公司是国家高新技术企业、广东省民营科技企业,掌握了先进的基于嵌入式系统的跨平台图形引擎与构架技术、独特的模具结构设计技术、先进的微电子技术等,技术开发领先于同行业水平。

对于公司的核心竞争力,陈树

佳认为,早教产品的竞争关键在于内容。公司对产品内容开发十分重视,加大了对产品内容研发的人员和资金投入,相继组建了成都嘉达及嘉达学前教育研究院,建立了先发优势。

目前市场上许多同行业企业基本上是从市场上购买早教内容,这种模式存在一定的缺陷:一方面,购买的早教内容质量不可控;另一方面,由于早教内容不是自主开发,从而在产品研发和市场开拓方面容易受制于人。公司产品的内容均为自主开发,从而增强了产品 and 市场开发的自主性,提升了市场反应的速度。公司还携手国内著名早教专家成立广州益乐童教育投资发展有限公司,在珠海等地开设亲子教育中心,作为公司开发早教内容的延伸服务。

### 打造早教科技第一品牌

公司所从事的行业为具有巨大市场潜力的朝阳产业。陈树佳表示,将借助登陆新三板的战略发展机遇,提升公司治理水平、品牌效应,拓宽融资渠道,规范信息披露,将企业打造成国内早教产品第一品牌。未来嘉达早教将借助智能终端、互联网技术,提升产品的智能化和人性化。

“公司早在2008年变更为股份公司后,就立志要走进资本市场。”陈树佳表示,登陆新三板对于嘉达早教意义重大。通过这个平台上,公司可以提升管理水平,提升公司品牌价值,并按照上市公司的治理要求,规范信息披露,做到公司治理公开透明。未来公司主要有三大发展方向:首先,目前公司产品主要定位于0-6岁的儿童,未来将通过收购目标企业等方式,将产品的适用人群扩展至7岁以上儿童;其次,在有资金支持的情况下,公司将进一步扩大早教培训机构的经营范围;此外,公司将采用移动互联及人工智能等技术,开发更加智能、人性化的产品。目前公司主要还是在销售载体(即早教产品),未来将进一步延伸至销售软件和内容。

嘉达秉承“创造价值,奉献社会”的宗旨、“为家长想得很多,为孩子做得更多”的经营理念,优质的产品与服务深受社会各界的认可。嘉达先后荣获“高新技术企业”、“创品牌企业”、“文明经营企业”、“广东省著名商标”、“广东省名牌产品”、“广东省自主创新产品”、“广东省守合同重信用企业”、“广东省民营科技企业”、“汕头市民营科技企业”等荣誉。

陈树佳表示,早教行业兼具经济效益和社会效益双重意义,受惠于国家二胎政策以及国内消费的逐渐升级,早教行业未来发展空间巨大。嘉达早教将以登陆新三板为契机,以“服务家庭,奉献社会”为己任,努力开发更好的早教产品,提供更好的早教服务。

□本报记者 黄莹颖

“让世界知道我们都是伯朗特人。”这是伯朗特董事长尹荣造写的一首歌曲的歌词。他说,伯朗特一直有一个梦,成为中国领先的智能装备系统企业。

随着人口红利的持续减少,中国市场对工业机器人的需求正在迅速增加。然而,相对于中国在全球的制造业地位而言,工业机器人的出货量明显不对称,广东伯朗特智能装备股份有限公司正是瞄准这一潜力巨大的市场。而登陆新三板,在资本的助力下,伯朗特之梦实现的会更快。中国制造的突围将由“中国制造”转变为“中国智造”。

### 4S店模式占领终端

广东伯朗特智能装备股份有限公司位于制造业名城广东省东莞市。公司成立于2008年5月,投资金额为1000万元,占地面积约7200平方米,建筑面积约6000平方米。公司专业从事线性机械手及工业机器人生产,同时也是全国第一家非国家高新园区企业中办理股份初始登记的新三板挂牌企业。

公司有近十年的机械手销售经营管理经验,秉承德意志技术生产理念,制造高质量、高精度、高速度的自动化机械手臂及周边自动化设备,应用行业十分广泛,涉及电子通讯产业、光电产业、汽车产业、医疗等领域。目前公司产品主要在珠三角、长三角地区销售。

自成立伊始,公司始终坚持“以质量求生存,以效益求发展”的宗旨,致力于产品质量和品牌建设,严格按照国际质量标准体系进行品质监控,力求生产制造出最优秀的产品。公司采用先进的龙门加工、大型复合加工中心、数控折弯机、剪板机、CNC车床、铣床、平面磨床等高精度设备,确保加工工件的精准与品质。目前公司在国内同行业内率先通过了



伯朗特厂区

ISO9001认证、CE认证以及TUV认证。

在销售渠道模式上,尹荣造表示,“公司采取直销制与分销并存的模式。生产企业直接面对终端客户,在技术需求上我们更能了解客户的实际需求,由于省去了中间差价,所以价格更低。在售后服务方面跟进也更为及时,保障工作做得更好。长期来讲,直销模式会帮助企业对国外同行业形成竞争优势,在目前以服务为王的市场竞争中,伯朗特公司的销售渠道、销售模式更具竞争力。”

值得注意的是,尹荣造表示,“未来公司将采用汽车4S店模式建设伯朗特的42家4S智能装备店(通过分公司和经销商两条渠道)。”根据地区、行业、国内重点企业划分销售渠道,最大限度地发挥各渠道、各种资源的销售潜力。公司将通过品牌提升推广策略、服务推广策略、价格策略、销售网络以及服务策略进行市场开发。

### 市场潜力巨大

数据显示,2005至2012年中国工

业机器人市场销量由4461台增长到2.3万台,年复合增长率达到25%。不过相对于中国制造业在全球市场的地位,目前国内机器人的产业规模明显不对称。在工业机器人存量上,IFR估计,截至2013年末,中国存量工业机器人数量为12.1万台,低于日本、德国、北美、韩国位列全球第五位。有研究机构预测,到2015年,中国机器人市场需求总量将达36000台,占全球比重18.0%,成为规模最大的市场。制造业转型升级将保证未来三年机器人行业20%以上的增速。

正是看到这一趋势,伯朗特近些年加大了投入,以抓住这一历史发展机遇。尹荣造认为,以工业机器人为代表的智能装备,将逐步扩展到多个应用领域。而随着制造业的逐步升级,未来智能装备行业将成为促进中国制造业转型的重要助力。“智能装备会像中国高铁业一样为国人争光,中国制造的突围将由‘中国制造’转变为‘中国智造’。”

在制造业智能化的趋势下,伯朗特

作为专业生产智能装备的公司,业务得以快速发展,目前已量产的有注塑机械手,试产的有压铸机械手,规划的有焊接机械手、CNC机械手、冲压机械手、水平机器人。尹荣造坦言,“目前工业机器人由世界四大家族所把控,而伯朗特人所理解的智能装备为20%工业机器人+80%线性机械手构成整个智能装备系统。”

事实上,目前伯朗特已经投入了大量的人力物力,建立了完备的研发团队。尹荣造介绍,目前公司专业开发工程师人员约30人,大专以上学历占比30%左右。此外公司通过内部训练,外部脱产学习等提高职员的技术和能力,并与湖南常德技术学院及广东轻工技师学院建立了产学研合作关系,举办了三个“伯朗特智能装备大专班”进行人才培养和技术研发。目前公司已先后取得实用新型、专利证书几十项。

展望未来,尹荣造表示,很多有梦想的企业都想上新三板,而登陆新三板意味着伯朗特的梦想正式起航……

## 麟龙科技董事长朱荣晖：

# 构造“云端”金融信息综合服务商



麟龙股份办公楼

司规模还是主营收入都实现了高速发展。据朱荣晖介绍,2010年以来,麟龙股份主营业务收入年复合增长超过50%。

总结逆市扩张的经验,朱荣晖认为,自主研发的创新能力、合理的产品市场定位以及强大的销售团队是麟龙股份能够做到“自我富足”而非“看天吃饭”的关键所在。麟龙股份的核心产品设计人邱一平,曾设计出证券业内享负盛名且经久不衰的“钱龙”软件,在投资工具与金融终端设计领域有二十多年的丰富经验。公司产品主要立足于高端投资者市场,行业竞争者相对较少。这些资金量比较大的用户能够借助公司提供的金融信息服务,提升自身的投资业绩,与公司达到相辅相成的良性互动。公司还构建了一支几乎都是专业领域出身的精英销售队伍,创建了有别于行业、具备自身管理特色的销售流程,实现了销售收入高速增长。

### 开辟“云端”金融服务

作为知识密集型行业的“生力

军”,朱荣晖表示,将借助登陆新三板的战略发展机遇,提升公司治理水平、扩大品牌影响力,拓宽融资渠道,全面提升公司的核心竞争力。目前,麟龙股份已完成对新产品的部署,下一步将结合云计算与互联网金融技术,全方位提升金融信息服务水平。

“事实上,公司从2007年的‘寒冬’熬过来之后,就立志要走进资本市场。”朱荣晖说。而今成功登陆新三板,对于麟龙股份意义重大。一方面,麟龙股份可以在这个平台上不断提升管理水平,借助资本市场不断提升公司品牌影响力;另一方面,公司未来想开发的互联网、云计算产品,需要投入大量研发人员和增购服务器,这些离不开资金的支持。登陆新三板将帮助公司引入战略投资者,对公司下一步的发展意义非凡。朱荣晖介绍说,麟龙股份的经营一直比较透明,通过新三板的平台,能够让更多的投资者看到麟龙股份经营业绩的增长,公司对投资者关系管理也很有信心。

作为知识密集型企业,朱荣晖非常重视并爱惜人才。在麟龙科技园落成的公司庆典上,朱荣晖向全体员工许下了“盈利多、薪水高、福利好”的承诺。据了解,目前公司的骨干精英均拥有一定股份。在2014年,朱荣晖希望能够实现三年工龄以上员工的全部参与持股,未来则实现400多名员工全员持股的激励计划,把优秀人才牢牢留在麟龙股份。

“金融信息服务行业的发展空间非常巨大。”通过与美国、英国等资本市场发达的同类型公司交流,朱荣晖发现,目前国内金融信息服务产业与发达国家同行仍有着很大的差距,国内金融信息行业发展空间巨大。朱荣晖认为,这个行业服务的关键还在定位上,仅仅提供看盘下单层面的服务远远不够,而要通过先进的技术实现海量数据的瞬时计算,给客户提供一个全面、动态的决策分析系统。未来,朱荣晖的目标已放眼于云计算、移动互联网等领域,力争实现国内领先的互联网金融信息综合服务提供商的发展愿景。