

壮丽70年 奋斗新时代

莱克电气董事长倪祖根：

坚持创新驱动 新品类蓄势待发

□本报记者 陈澄

从产品代工起家，创立自主品牌莱克，再到成为全球领先的吸尘器制造商，同时主营空气净化器、净水机等绿色智能小家电和园林工具产品。看似顺风顺水的背后，莱克电气有着怎样的成长逻辑，而在当前的市场环境之下，公司又将如何续写发展的篇章？

中国证券报记者来到莱克电气位于苏州新区向阳路的总部大楼，办公室的走廊墙壁上，挂着“设计创造价值”六个大字。在公司董事长倪祖根看来，这六个字，不仅是企业的信条，也是企业成长的基因，更是公司未来持续发展的动力源。

围绕核心科技构建产业链

1994年，倪祖根借款10多万元开始创业。创业之初，倪祖根对“设计创造价值”就情有独钟。“我要用同样的价格卖出德美质量水准的产品，而且我的产品看起来要更有价值、更值钱。”在精心策划与技术钻研之后，倪祖根对吸尘器内部结构进行了巧妙优化，整体成本一下子就下降了10%，并由此吸引北欧、德国的客户都来下单，莱克电气迅速步入正轨。

倪祖根介绍，公司所在的总部全球研发中心大楼，当年总投资约1.5亿元，该资金规模相当于1996年研发的畅销款JC862甲壳虫吸尘器的销售利润。“这款吸尘器在经过我们设计、研发之后，畅销全球15年，累计销量超过300万台，成为行业里现象级‘爆款’，莱克电气‘设计创造价值’的基本理念正是从那时候就被奠定了。”

2005年，在吸尘器产品领域拥有核心竞争力之后，莱克电气开始构建产品生态链，进军园林工具、汽车电机、家电电机等领域，实现相关多元化的战略布局。

坚持“两条腿走路”

在代工领域取得出色业绩之后，2009年莱克电气开始转型做自主品牌，



莱克电气办公大楼

期望实现内外销并举，“两条腿走路”。倪祖根表示，该战略虽然顺理成章，但执行起来并非水到渠成。

对于已经拥有15年外销经验的公司而言，莱克电气在品质和技术方面积累颇丰，但市场给予的回应是：这仍然不够。彼时的国内吸尘器市场，主要有飞利浦、松下、海尔和美的四大品牌，共占据了约80%的市场份额。如何在激烈的竞争中脱颖而出成为关系到企业发展战略是否能够推行的关键所在。

“出口企业做内销，如果不走创新路线是不会成功的。”倪祖根在谈及品牌问题时如是说，“消费者的认知度并不纯粹靠质量和技术，在行业趋于成熟的情况下，质量和一般技术成为品牌的基本要求，同质化的产品已经很难建立起消费者对新品牌的认知”。

此时的倪祖根敏锐地意识到，“必须跟别人不一样，必须创新”，用创新性的技术手段解决用户急需的而未被市场上其它厂商解决的问题，并带来不一样的体

验。他由此总结了莱克电气产品差异化的三个维度：工业设计、技术和价格定位。

“抓消费者痛点”正是莱克电气立足上述三个维度后的研发方向。“美国家庭居住用的地毯比较厚，因此吸尘器吸力要大，噪音大些也没关系；中国家庭主要以地板或瓷砖为主，打扫时不能有太大噪音，地刷在地板上吸灰时，看起来表面灰尘吸掉了，但其实粘在地板上的污垢没有吸掉，还是脏的；欧洲的地刷全部是塑料，还容易刮伤地板。”面对不同市场的不同特点，倪祖根如数家珍，这也直接决定了莱克电气的产品特质。

最终，凭借公司28位工程师耗时良久在2015年开发出全新的吸尘器单品——莱克魔洁手持多功能大吸力无线吸尘器，在当年年底帮助莱克电气坐上了吸尘器全国市场占有率第一的宝座，公司由此成为目前国内吸尘器行业少数可以与国外专业品牌正面竞争的厂商。与此同时，2015年，莱克电气在上交所成功上市，企业发展迈入快车道。

下半年推出6大新品

在立足吸尘器领域之后，莱克电气在其他品类的研发持续发力。公司研发的空气净化器一经面世，就在除甲醛、PM2.5等国人急需的产品指标上领跑全行业；免安装净水机的产品概念和工业设计独树一帜，投放市场后迅速获得了成功。

数据显示，截至目前，公司拥有授权专利超过1200多件，其中发明专利130多件，多项科研成果获得行业颁发的科学技术进步奖。近年来，公司每年的新产品开发数量达100多款、研发投入占到销售额的4%至5%。其中，自主品牌研发投入超过其销售额的10%。

不过没有一成不变的市场，倪祖根坦言要用“不变的创新”来应对新变局。倪祖根透露，2019年下半年，公司将面向市场推出6个全新品类，包括水离子涡轮电吹风、智能厨房类电器产品等。

与此同时，莱克电气在新的消费格局中，建立起更加完善的新品定价体系，力图一直突破目标消费者的预期。倪祖根认为，“公司产品的平均单价之所以能够居于市场前列，是因为我们一直从消费者角度进行多维度考量，首先是产品要物有所值，要具有独特性和领先性。对产业而言，长期低价同质化竞争无法长久，所以莱克电气依然会强调‘设计创造价值’，也会一直坚持与产品竞争力相适应的中高端价格定位。”

倪祖根还对零售行业的“合纵连横”持开放态度。2019年3月14日，华为HiLink生态大会上，莱克智能循环扇作为华为智选生态产品首次亮相，该产品拥有360°超广角循环风、静音节能、支持华为AI音箱语音控制等产品特性，受到了市场的广泛关注。

值得注意的是，莱克电气和华为、小米等厂商的合作，正在进一步加深。为了拓宽在年轻消费群体中的品牌影响力，公司旗下品牌“Jimmy莱克吉米”针对互联网渠道年轻人需求，已经入驻小米有品，并推出多款适合平台用户的“生活神器”。

500余家上市公司披露中报业绩预告

半数预喜

□本报记者 齐金钊

进入7月份，中报行情拉开序幕。Wind数据显示，截至目前A股共有546家上市公司披露了2019年上半年业绩预告。其中，预增、扭亏、续盈的公司为277家，占比约为51%；预减和亏损的公司为207家，占比约为38%。业内人士指出，7月A股走势的重要情绪催化因素之一就在中报行情，建议投资者更加关注上市公司的中报变化，积极把握其中潜在的投资机会，同时要注意甄别“伪增长”股，以免“踩雷”。

277家公司中报预喜

业绩预喜的公司为277家，其中净利润预计同比增长超过50%的公司有146家；业绩预减和亏损的公司为207家，其中预告净利润同比下滑超过50%的公司有59家；业绩变动方向尚不确定的有62家。从业绩预计增速较高的企业行业分布来看，主要集中在化学原料及化学制品、计算机通信、医药制造和电气机械及器材制造业。

从业绩预告的数值来看，目前预计

2019年上半年净利润最高的上市公司为海康威视。海康威视在公告中披露，预计报告期内归属上市公司股东的净利润37.33亿元至45.62亿元，同比变动-10%至10%，当前其所处的电子制造行业平均净利润增长率为6.28%。

中报预告业绩进入“十亿元”阵列的公司还有首开股份、华润三九、比亚迪、通威股份、立讯精密、江苏国信、圣农发展、中兴通讯、大华股份、智飞生物等10家公司，这些公司预计中报净利润的下限均高于10亿元。

从业绩预告的变动幅度来看，目前业绩预增幅度最大的为开尔新材。开尔新材此前在中报预告中表示，2019中报净利润预计增长8559%至9280.86%，净利润增长区间预计在6000万元至6500万元。对于半年报业绩大幅增长的原因，开尔新材表示，2018年下半年以来，公司订单量持续上升，产品产销量增加，主营业务持续呈现较快增长态势。其次，以前年度公司外延式拓展投资效益逐步体现。此外，业绩的大幅增长与去年同期基数小有关系。

也有许多公司提前对业绩下滑进行了预警。统计数据显示，目前业绩预减排行榜的前4名由*ST凯迪、*ST利源、*ST天马、*ST北讯4只ST个股占据，业绩亏损金额预计在1.7亿元至10亿元之间不等。除ST股外，中报预计亏损值最大的上市公司为大港股份，其预计亏损在1.8亿元至2.3亿元之间。

中报行情拉开帷幕

根据沪深交易所的相关规定，上市公司中报要在8月底披露完毕，中报行情也在7月正式拉开序幕。随着越来越多上市公司披露中报业绩预告，许多提前预测业绩大涨的个股受到投资者青睐。

受中报大幅预增影响，华昌化工7月2日开盘不久便拉升涨停。7月1日晚间，华昌化工公告，预计2019年半年度归属于上市公司股东的净利润区间为1.9亿元至2亿元，同比增长139.63%至152.24%。对于预增原因，公司表示原料结构调整项目二期、新成二醇项目等投产，导致生产成本降低，产能增加所致；另外，整体经济形势，投资收益等也对整体经营业绩产生影响。

与华昌化工类似，沪电股份、奥飞数据、海思科等多只个股在预测中报业绩将大幅增长后，其股价均迎来一波明显上涨。

与中报预告行情相比，更具确定性的中报正式公告更值得期待。根据历史盘面表现情况来看，布局中报行情的最佳时段在7月中下旬。从中报预约披露时间表来看，ST岩石将率先于7月10日发布2019年中报，拉开沪市中报披露序幕；银河电子将在7月16日揭开深市中报披露序幕。

2019年中报披露的高峰将出现在8月20日以后，届时将有多达2993家上市公司扎堆发布中报，市场关注度较高的贵州茅台、中国石油、中国石化、工商银行等大蓝筹上市公司，都将在此期间披露上半年经营业绩。

天风证券表示，“七翻身”的重要情绪催化因素之一就在中报行情，建议重点关注业绩预增确定性较强的食品饮料、通讯设备、券商、生物医药。中泰证券则指出，中报行情已经开始启动，市场或将围绕个股中报做文章，尤其是抱团股，部分业绩超预期个股或将维持强者恒强的走势。

蓝星石化拟转让

蓝星化工90.47%股权及4.4亿元债权

□本报记者 张玉洁

北京产权交易所近日公告，蓝星石化有限公司拟挂牌转让蓝星化工有限责任公司（简称“蓝星化工”）90.47%股权及4.4亿元债权，本次转让底价为40593.55万元，挂牌起止日期自2019年7月8日起至2019年8月2日。

标的经营业绩不佳

公告显示，蓝星化工注册地在山西省太原市，成立于2002年，注册资本1.02亿元人民币，目前有267名职工。股东信息方面，五大股东——蓝星石化有限公司、山西省经济建设投资集团有限公司、太原化学工业集团有限公司、山西省旅游投资控股集团有限公司和山西金通投资管理有限公司持股比例分别为90.47%、6.31%、1.31%、0.97%和0.94%。

公司近年来处于亏损状态。经审计的2018年财务数据显示，公司当期实现营业收入约9.1亿元，营业利润和净利润分别亏损3245.1万元和3339.79万元。负债高达4.65亿元，所有者权益为-4.56亿元，处于资不抵债的状态。2019年一季度业绩仍未见明显起色，截至2019年3月31日，公司营业收入、营业利润、净利润和所有者权益分别为6亿元、-977.77万元、-977.70万元和-4.66亿元。

本次项目挂牌价格为40593万元，其中，蓝星化工90.47%股权挂牌价格为1000万元；转让方对标的公司4399亿元债权的挂牌价格为3.96亿元。

曾为上市公司核心子公司

回溯蓝星化工近30年历史，其身处黄金行业业务发展却一直波折重重。

公告显示，蓝星化工是对原太原化学工业集团（简称：太化集团）TDI项目进行资产重组后成立的有限责任公司。TDI（甲苯二异氰酸酯）是常用的多异氰酸酯的一种，是聚氨酯（PU）材料和重要基础原料。从全球范围来看，TDI都是高度垄断的行业。公开资料显示，太原TDI项目曾经很受重视，该项目装置是我国当时从国外引进的3套TDI成套装备之一。太原TDI项目先期投资超过3亿元，1990年开工建设，后续又投入数亿元都未能打通生产流程，1997年被迫终止试车。2000年9月4日，蓝星集团与太化公司在平等自愿原则的基础上签订了意向协议，由蓝星集团重组太化TDI分厂。2002年1月20日，蓝星集团与太化公司在北京签订了资产重组协议，拟共同出资组建蓝星化工有限责任公司，完成甲苯二异氰酸酯(TDI)装置整改项的建设，2002年蓝星化工由此成立。

重组后的蓝星化工一度效益良好，当时作为蓝星清洗（现为兴蓉环境）持股90.47%的控股子公司，曾是上市公司当年重要的盈利板块。蓝星清洗2008年曾公告，其中TDI板块业绩良好是公司业绩同比大幅增长的主要原因。不过受2008年金融危机影响，公司TDI板块业绩大幅下滑，拖累上市公司业绩，蓝星清洗更是由于连续亏损“披星戴帽”，最终与兴蓉环境重组，相关资产与负债后置出上市公司。公告显示，蓝星化工TDI生产装置已经于2011年6月全部停产。