

# 维信诺董事长张德强：卡位关键技术和创新场景

高端访谈

在日前举行的2021世界显示大会现场，维信诺新任董事长张德强在接受中国证券报记者专访时表示：“国内新型显示产业还有很多创新空间，可以做成长板。”

脱胎于清华大学OLED项目组的维信诺，主攻OLED中小尺寸面板，核心专利超过9000项，在OLED领域拥有屏下摄像、高刷新率、折叠屏等创新技术，并供货多家品牌客户。作为OLED显示领域的“老兵”，张德强对产业发展理解深刻，并认为OLED的渗透率会越来越高，技术创新将持续OLED产业增值空间。

● 本报记者 吴科任



维信诺合肥第6代柔性AMOLED生产线总投资440亿元，设计产能为30K片/月。

本报记者 吴科任 摄

## 渗透率不断提升

中国证券报：如何看待显示技术的市场格局？

张德强：不少显示技术已比较成熟，在拼规模，拼成本。但OLED产业并不能简单地拼规模，还有很多创新技术，具备很大的增值空间。比如，柔性技术应用方面，现在折叠手机出来了，未来可能还会有卷曲、伸缩等产品出现。

第三方机构数据显示，预计今年全球OLED产业产值将接近400亿美元，占全球显示面板产值的比例会超过三成。从目前情况看，OLED在手机市场的渗透率越来越高，去年的市场份额已达到三成。同时，智能穿戴产业前景良好。另外，OLED在笔记本电脑市场开始渗透，预计今年会有十几款OLED笔记本电脑产品上市。

OLED的性能好、产品薄。随着良率提升和产能释放，OLED产品的成本快速下降，竞争力提升。OLED消费电子产品的需求、设计变化快，这些因素推动产业增长。

OLED技术在不断升级演化。从技术层面看，国内显示企业的单项指标相比国外差距不大，某些地方我们还要领先，包

括屏下摄像技术、刷新率等。差距主要是产业链没有国外成熟，但差距越来越小。

中国证券报：公司会否考虑新建中小尺寸产品生产线？

张德强：简单地扩张产能没有意义，新建生产线一定要有新的技术突破。我们在研究这件事，要做一定会升级，竞争力要强。要洞察客户需求，判断技术发展趋势。

## 布局车载产品赛道

中国证券报：公司在车载产品市场有哪些布局？

张德强：这是我们的重要布局方向。车载产品的人机交互界面当然需要显示，这些产品大部分有弧度，因此柔性屏具备优势，可以更好地贴合车体，更加美观。另外，还要考虑安全因素，柔性屏不采用玻璃，不易碎，安全性更好。

柔性屏是否为最佳选择现在还不

说，未来可能采用全息技术。但就目前情况而言，柔性屏的优势明显，除了弧度、美观、安全性，OLED是自发光，用户偏离一定角度，屏幕内容也能看得很清晰。

车载屏幕对品质、稳定性以及其他技术参数方面要求极高，在振动、高低温、抗干扰和抗老化等方面需经受严格的考验，因此车载屏幕产品的定价会高一些。当然，产品认证周期相对较长，通常在2-3

年以上。但面板厂商一旦成功导入，产品售卖时间会更长。

2019年，我们供货合资哪吒汽车“透明A柱”产品。这是国产AMOLED屏幕产品首次供货在量产汽车上。今年我们升级了柔性AMOLED“透明A柱”方案，显示性能更优，更贴合车体，在与客户积极推进量产合作。近期汽车“透明A柱”的团体标准发布，车载显示搭载柔性屏将

是发展趋势之一。

合肥国资是公司主要股东，我们在合肥有第六代柔性AMOLED生产线，已经点亮投产。另外，合肥当地有很多新能源车企，这将成为我们布局车载显示市场的重要地缘优势。

我们与很多汽车厂商有合作沟通。从显示面板整个市场看，目前车载产品市场规模还不够大，但还是值得去做。

## 紧盯下一代显示技术

中国证券报：公司还有哪些技术研究和储备？

张德强：我们一直很关注下一代显示技术，目前比较看好Micro LED产业前景。去年我们与成都地方国资成立合资公司，投资12亿元建设了一条中试线，预计今年将点亮。

基于众多优良特性，Micro LED被认为是未来主流显示技术之一，但产业化

目前存在一些难点，如巨量转移问题仍有待解决。我们在这方面积累了几百项专利。技术成熟的领域大家都会做，但我们要做那种更难的事，因为一旦取得突破容易形成高壁垒，这是我们的思路。

新技术发展不容易，从技术研发到出产品，再到产品普及，每个阶段都需要时间。比如Micro LED，即使搞定巨量转移问题，后面还有量产设备、工艺打通等环

节，且初期产品成本会很高。

Micro LED会率先在小型产品上实现商品化，比如手表。然后是更大一点的产品，如十几英寸的车载显示。

选择的技术方向要与公司战略吻合，然后判断是否要往中试方向走，中试之后再考虑量产问题。大尺寸OLED产品技术储备我们一直都有，但目前还没考虑建设产线进行量产。

任何可能成为未来的显示技术，都是我们的研究范围，但投资和选择方向我们会很谨慎。用有限的投入，先对原理和方向作出判断，投入产出比上我们有信心。

在柔性AMOLED显示模组的FPC设计方面，我们大胆进行了创新。传统的方法是采用软硬结合的多层板，而我们采用两层软板。事实证明，新的设计可靠性更高，我们的成本也因此降低了30%。

# 解码城商行转型升级的“湖州样本”

(上接A01版)一旦企业发生环境社会方面的负面事件，这套系统会第一时间发送至湖州银行客户经理，启动实时的贷后检查和管理。截至2020年年底，该系统累计处理约4万笔业务，对234笔项目贷款进行环境效益测算，实现自动上报监管部门相关报表超百次。据记者了解，湖州银行工作效率已大幅优化，数据报送时间至少缩短到了原来的三分之一，报表统计人员劳动节约三分之二。

这项改革尝试，为协助监管部门开展宏观政策研究和促进地方互动及绿色金融的协同发展提供技术方面的创新经验。绿色金融，成了湖州银行在改革发展中“逢山开路、遇水架桥”的金字招牌。

## 深耕本土助力小微企业

“评价一个城商行的好坏，不能单纯看规模和利润，更要看是否能服务本地经济，特别是中小企业。”吴继平说。谈到湖州银行的生存法则，他告诉记者，尽管很多城商行进行了多元化发展布局，但湖州银行一直坚持的是深耕本土、坚守主业的原则，争取“做精”而不是盲目“做大”。

近年来，尽管国家高度重视小微企业融资难、融资贵的问题，但是实际上，信息不对称、小微企业的特殊性及“小额、高频”的融资需求特点，使得传统大型金融机构难以触达更多的小微企业。

这恰恰给湖州银行做深做强“普惠金融”创造了机会。“我们银行的工作人员要深入湖州的每一个村、每一个社区，甚至是每一幢楼、每一个山坳。老百姓需要什么、小微企业最紧急的问题，我们都能第一时间掌握。”吴继平说。这些被第一时间传达到总

部的基层金融需求，也成了湖州银行金融创新的源泉，由此制定出多个符合湖州当地实际情况的非标准化产品，抢占了市场先机，赢得了客户。

位于湖州的诗奈尔家居有限公司，是一家专注做绿色环保户外家具的企业，年销售额近2亿元，产品85%出口北美、欧洲等地。就在几年前，这家公司还是一个刚刚创业的小微企业，由于没有抵押物，贷款申请被多家银行拒绝。创始人方孝荣告诉记者，当时公司生产和经营亟需流动资金支持，湖州银行当时的200万元信用贷款，不仅解了燃眉之急，更是让他有底气抓住市场机会并迅速做大。

他口中的那笔信用贷款，正是湖州银行通过基层调研发现的——当地很多资质良好的小微企业因为缺乏担保无法融资，湖州银行因此打造了“诚信通”产品。

这笔资金，不仅给湖州培育出一家优秀的绿色户外家具企业，也给湖州银行带来了一个长期客户。“企业的业务做大了，也有很多大银行来找我们，有一些条件也很优惠，但我们大部分存款、贷款业务都会优先选择湖州银行，因为这么多年的陪伴，相互之间的了解和信任是其他金融机构不能比拟的。”方孝荣对记者说。

在他看来，银行是“锦上添花易，雪中送炭难”。湖州银行和其他金融机构最大的不同，在于它对企业陪伴式的服务，在企业不同阶段帮助企业解决问题，这也是本地小微企业会选择湖州银行的原因所在。

这仅仅是湖州银行陪伴小微企业成长的一例。记者了解到，仅“诚信通”一项业务，湖州银行十年间累计发放28.9亿元，服务企业1450户。

深耕、下沉、陪伴、帮助……在湖州采访

期间，记者无时无刻不感受这家地方银行“润物细无声”的力量和韧劲。在营业结束后，湖州银行基层网点工作人员“关门不下班”，还会花两个小时走街串巷，目的只有一个，及时了解市民需求。只要客户有金融服务需求，湖州银行的客户经理少则十分钟，最多半小时就能出现在客户面前。2020年一年间，湖州银行客户经理累计走访了7000余户实体企业，新增贷款达81亿元，减费让利约1.5亿元。

这样自上而下不断“深耕”，也让湖州银行构建出“金融助力小微企业”的良性生态圈。尽管湖州银行三年普惠小微贷款余额实现翻番，但不良率持续下降。截至2020年年末，湖州银行不良贷款余额3.7亿元，不良率0.84%，较年初下降0.16个百分点。

“无论市场如何变化，对于湖州银行来说，只要我们把根扎实扎深，就可以做到‘任他风吹雨打，我自岿然不动’。”吴继平说。

## 开放合作开启竞争新征程

竞争，如影随形。浙江作为中国民营经济最活跃的省份之一，更成为各大银行争夺的重点区域。尽管有着忠实的客户，但多位湖州银行有关负责人坦言，随着近几年大型银行业务下沉，中小银行在盈利能力、信用风险等方面的确承受较大压力。数据显示，目前大型银行抵押类普惠贷款年化利率普遍在3.85%至4%之间，甚至低于大多数中小银行的盈亏平衡点，利率价格战导致优质小微企业贷款从中小银行向大型银行“搬家”。

吴继平告诉记者，大行与小行之间既是竞争关系，也不乏合作基础。与大银行相比，包括湖州银行在内的城商行普遍存在资金渠

道欠缺、成本较高、资质牌照不足、智能化水平不高等问题。与此同时，大银行面临着因为不熟悉当地情况，没有良好的客户基础和网点渠道等问题，制约其小微贷款的落地。

“聚焦深耕地方这项优势，湖州银行与大行展开错位竞争的同时，也在通过对内和对外合作方式，共同把小微金融服务蛋糕做大。”吴继平对记者说。

开放合作成为湖州银行发展的重要密码。记者了解到，去年新冠肺炎疫情暴发以来，湖州银行与中国进出口银行浙江省分行签署《深化合作协议》，累计向区域内小微企业发放低利率贷款15亿元，其中“订单+清单”出口企业9亿元。

“大行特别是政策性银行能够解决小微企业‘融资贵’问题，但很难解决‘融资难’问题。城商行恰恰相反，通过与政策性银行合作，我们叠加了政策性银行的资金成本优势和我们地方银行的人缘地缘优势，走出了一条真正能够解决小微企业‘融资难、融资贵’问题的现实路径。”吴继平说。

不仅与政策行合作，湖州银行还与南京银行、杭州银行等城商行合作，通过联合贷款、银团贷款等各种方式解决本地客户的资金难题。

此外，在“一带一路”倡议的背景下，湖州银行加快对外合作步伐。湖州银行目前已与孟加拉国48家本土银行中的42家建立代理行合作关系。湖州银行2015年推出信保项下“福费廷”业务，较好地解决了外贸企业出口孟加拉等国信用证融资难、融资贵的问题，受到外贸企业普遍欢迎。

不久的将来，湖州银行与孟加拉国的合作模式，有望被广泛复制到印度、越南、斯里兰卡、尼泊尔等国。心怀梦想的湖州银行人新一轮开放发展蓝图正徐徐展开……

# 吸收合并华新包装事项获审核通过 更大更强“新冠豪”呼之欲出

● 本报记者 万宇

中国纸业副总经理，冠豪高新、华新包装董事长钟天崎近日接受中国证券报记者采访时表示，冠豪高新和华新包装的合并，协同上可以大做文章，两家公司的整合将产生“1+1>2”的效果。“新冠豪”在经营规模、产品结构等方面都将得到扩大和优化，致力于打造成为中国纸业南方基地。

冠豪高新换股吸收合并华新包装事项近期获中国证监会审核通过。冠豪高新是国内特种纸行业领军企业，吸收合并华新包装之后，公司将剑指市场空间更大的白卡纸产业。

## 整合优质资产

冠豪高新是国内首家大规模生产热敏纸的专业公司，也是拥有先进生产设备及工艺的大型无碳复写纸、不干胶标签材料、热升华转印纸生产基地。公司产品广泛应用于税务、邮政、银行等部门与行业各类单据、票证的制作。凭借领先的研发水平、稳定的产品质量与良好的商业信用，公司与众多客户建立了长期、稳定的合作关系，成为目前国内特种纸品重要供应商。

华新包装以高科技产业为支柱，产品包括高级涂布白纸板及彩色包装印刷等，主导产品高级涂布白纸板年生产能力达60万吨，生产工厂设在佛山、珠海两地，年产量位居国内同行前列。彩色包装印刷业务方面，公司拥有高规格的清洁厂房和先进的工艺技术，处于行业领先地位。

根据冠豪高新去年发布的公告，公司拟以发行A股的方式换股吸收合并华新包装。换股吸收合并完成后，华新包装将终止上市并注销法人资格，冠豪高新将继承及承接华新包装的全部资产、负债、业务、人员、合同及其他一切权利与义务。

今年3月，冠豪高新换股吸收合并华新包装并募集配套资金暨关联交易事项获得中国证监会审核通过。钟天崎介绍，冠豪高新正积极推进换股吸收合并华新包装重组项目，公司将采用市场化方式实现优质资产快速整合，降低管理运行成本，提升企业规模和协同效应，增强核心竞争力和盈利能力。同时，进一步推动资本和产业的深度融合，提升上市公司质量，顺应造纸行业发展趋势。

## 强强联合优势互补

“本次重组是强强联合。”钟天崎认为，“冠豪高新和华新包装的协同效应比较明显，营销、技术、采购以及生产体系方面，都有很多可以做文章的地方。”

钟天崎介绍，冠豪高新处于“小而美”的特种纸市场，客户是专业化的，附加值较高，行业增速较快。2019年，我国特种纸消费量309万吨，同比增长18.38%，远高于行业2.54%的增速，但与普通纸相比，市场容量偏小。



冠豪高新12万吨原纸生产线

公司供图

白卡纸市场容量更大。受益于限塑令和消费升级、富阳白板纸产能关停以及行业集中度提升等因素，白卡纸行业处于高景气周期。吸收合并华新包装后，“新冠豪”将切入体量较大的白卡纸市场。

钟天崎表示，冠豪高新拥有湛江东海岛优质的土地资源以及得天独厚的区域优势，但仍面临寻找新的利润增长点挑战。而华新包装虽拥有白卡纸行业的优质客户和品牌，但面临珠海、佛山对造纸产业扩张的限制，无法解决自产浆问题。

两家公司合并后，存续公司将在湛江东海岛新建白卡纸、特种纸和纸浆生产线。两家公司核心技术协同效应显著，且地理位置较近，生产原料重叠，本次合并有利于双方在采购、研发、生产及物流渠道等方面发挥规模效应和协同效应。

白卡纸业务方面，公司将逐步改变无自备浆、单一基地规模偏小的现状，未来东海岛基地浆纸配套产能建设将解决目前白卡纸业务的短板。特种纸行业格局较为分散，单一产品规模较小。公司未来将以技术创新驱动产品多元化发展，进一步整合资源，提高产业集中度。

## 打造中国纸业南方基地

钟天崎介绍，换股吸收合并完成后，“新冠豪”将形成3地4家工厂的格局，销售网络遍布国内外，总资产规模将达到100亿元左右，净资产在65亿元左右，资产负债率约30%，资产比较健康，盈利能力较强。

钟天崎表示，未来“新冠豪”将坚持做优以高档白卡纸、特种纸为主的存量业务，积极谋划湛江东海岛基地产能扩张，并筹划设立新材料研究机构，完善科技成果转化激励机制，提升自主创新能力，做足增量业务。同时，围绕新材料增量业务进行延伸和拓展，包括可降解材料、可水解材料和纸代塑料材料等环保新材料产品。

值得一提的是，冠豪高新和华新包装同为中国纸业旗下中高端产品业务平台，中国纸业是中国诚通全资子公司。中国诚通作为冠豪高新和华新包装的实控人，将不断推动两家公司优化融合，提升市场核心竞争力，形成“1+1>2”的整合效应。中国诚通未来将支持“新冠豪”的改革，在完善公司治理机制、健全市场化选人用人机制、强化市场化激励约束机制、激发科技创新动能等方面给予冠豪高新充分授权，进一步释放公司的发展动力和活力。

钟天崎表示，未来“新冠豪”将全力打造中国纸业南方基地。作为中国纸业南方基地的载体，公司将充分受益于“粤港澳大湾区建设”等战略。