

民爆光电董事长谢祖华：

打造具备全球竞争力中高端LED照明品牌

近日，民爆光电取得证监会批文拟在创业板上市。民爆光电成立于2010年，是一家专注于绿色照明的高新技术企业，主要采取ODM模式为客户贴牌提供LED商业照明及工业照明产品。经过十余年发展，公司已成为国家级专精特新“小巨人”企业，2022年营收达14.65亿元，净利润达2.45亿元。

“站在新的起点，公司未来发展目标很明确。”民爆光电董事长谢祖华在接受中国证券报记者专访时表示，公司将发力自主品牌，打造具备全球竞争力的中国中高端LED照明品牌，进一步扩大营收规模，为实现“双碳”目标作出积极贡献。

● 本报记者 黄灵灵



民爆光电数控产线

公司供图

深耕“坡长雪厚”赛道

谈及创业初衷，谢祖华称，2008年看到一则新闻，提及绿色低碳将是未来十年最具潜力的新兴产业之一，于是决定跟随朋友到深圳考察LED照明行业，从此在深圳扎下了根。

“当时正处在LED灯爆发式发展前夜。”谢祖华说，选这个赛道，一方面是看中绿色环保趋势——当时照明产品多是白炽灯等耗电量的传统灯具，被绿色环保的LED灯替代是大势所趋；另一方面则是因为LED灯是生活必备的易耗品，市场空间足够大。

事实上，LED照明行业确实是一条“坡长雪厚”赛道。Frost&Sullivan数据显示，预计未来LED照明市场将以3.49%的速度增长，从2020年的667.67亿美元增长到2026年的820.42亿美元。

当时，进入这个市场的企业不在少数，为什么民爆光电能够取得亮眼成绩？谢祖华认为，这与公司最初的愿景有关。“创业之初，我们就想做有价值的中国绿色照明产品，在此后面临重大选择时，我们始终坚持走正确的道路。”

公司产品以外销为主。在谢祖华刚入行时，LED灯外销的规范化程度较低，很多企业选择通过香港出货，避开内地产品出口所需

的质量检测等程序。但谢祖华坚持通过内地正规渠道报关出口。“产品符合标准才能出口，倒逼公司提高技术研发水平。”谢祖华说，民爆光电研发部门于2010年成立，为保障公司在竞争中立于不败之地的核心优势。

经过多年积累，民爆光电在灯具系统热量管理、光学设计、散热设计、调光调色等领域开发了多项核心技术，拥有各类专利技术超过600项，是国家高新技术企业、国家级专精特新“小巨人”企业。

民爆光电注重技术研发，在行业竞争中构筑“护城河”。2019年，民爆光电在中国LED灯具出口企业中排在第四位。从经营业绩看，2020年-2022年，民爆光电分别实现营业收入10.59亿元、14.97亿元、14.65亿元，复合增长率为17.64%；归母净利润分别为1.77亿元、1.70亿元、2.45亿元。

守住利润率“生命线”

民爆光电能在激烈的行业竞争中脱颖而出，另一关键之处在于公司选择了ODM商业模式。ODM是指企业根据客户的需求自主设计、开发、制造，产品交由客户进行销售。

在谢祖华看来，ODM模式订单量大，服务好主要大客户即可，但利润率较低。采取ODM模式，既要争取品牌授权，还要把控量产过程，

可以助力公司健全完善研发和销售体系。

为绑定核心销售人员，民爆光电在筹划设立之初就制定了外贸部优才计划，并通过股权激励方式对销售骨干和创业伙伴进行激励。“优才计划帮助公司稳定了核心销售团队，奠定公司稳定发展的基础。”谢祖华说。

谢祖华介绍，公司已组建超过200人的专业销售团队，多年来通过各种渠道获取客户超过40000家，近三年与公司发生交易的客户超过4000家。

同时，民爆光电努力将ODM模式的优势发挥到极致。谢祖华表示，公司将利润率作为甄选订单和考核销售人员标准，销售人员的提成比例与订单产品利润率挂钩。从成效上看，近三年公司毛利率均超28%。

积极助力“双碳”战略

绿色低碳浪潮扑面而来，LED头部企业或持续受益。相比传统灯具，LED照明产品具有节能环保、光效高、寿命长等优势。根据CSA Research数据，2019年LED通用照明产品实现节能3069亿度，碳排放减少2.4亿吨。

经过多年发展，民爆光电在LED绿色照明赛道已具备领跑优势。谢祖华认为，未来随着行业规范化程度提升，国内LED照明行业将迎来洗牌，市场份额将向头部企业集中，规

范程度较低的企业可能出局。

从全球范围看，目前全球LED照明产业已形成以美国、亚洲、欧洲三大区域为主导的竞争格局，昕诺飞、欧司朗等国际巨头在高端产品市场占据较大份额，而国内具备国际竞争力的LED照明企业较少。

谢祖华说，未来民爆光电将发力自主品牌，扩大品牌影响力，打造具备全球竞争力的中国中高端LED照明品牌，进一步扩大营收规模，为实现“双碳”目标作出积极贡献。

民爆光电将以海外ODM业务为核心，国内自主品牌为补充，进一步提升公司在照明行业的地位和竞争力。在产品开发方面，积极布局LED照明技术与智能硬件、互联网、物联网的深度融合，推动智能照明发展；同时，推动LED照明技术与农业、安全等领域深度融合发展。

在产能扩充方面，未来三年公司将在现有生产布局基础上，通过自有资金、银行融资、公开发行股票等方式筹集资金，建设位于广东省惠州市仲恺区的LED照明灯具产品生产基地，并实现生产线技术升级及设备自动化改造，提升生产效率。

同时，公司将围绕核心业务，设立专门机构、组建专业团队、拓展资金渠道，循序渐进开展以价值型为主、增长型为辅的境内外兼并收购，扩充产品系列，提高市场占有率，延长产业链，进一步扩大公司规模效益，实现业务升级。

深交所向秀强股份下发关注函

要求公司核查总经理涉嫌操纵股价事项

● 本报记者 段芳媛

7月16日，深交所向秀强股份下发关注函，要求核查并说明公司原实际控制人、时任董事长卢秀强，时任董事会秘书张小伟是否与相关人员签署协议，协议内容是否属实，上述人员在2016年11月6日至2017年3月13日期间是否存在参加或者实施操纵公司股价的行为。

中国证券报日前刊发《神秘协议意外流出 秀强股份总经理涉嫌操纵股价》一文，记者调查发现，秀强股份时任董秘张小伟与操盘方吴伟签署了协议，而操盘方涉嫌按照协议约定操纵公司股价。

深交所下发关注函

7月16日，深交所对秀强股份下发关注函称：有媒体报道称，你公司时任董事会秘书张小伟（甲方）于2016年11月6日与操盘方吴伟（乙方）签署合作协议，约定甲方出资2亿元，由乙方拉升公司股价，疑似助公司原实际控制人、时任

董事长、现任总经理卢秀强高位减持股份。

对此，深交所要求秀强股份针对媒体报道事项，核查并说明公司原实际控制人、时任董事长卢秀强，时任董事会秘书张小伟是否与相关人员签署协议，协议内容是否属实，上述人员在2016年11月6日至2017年3月13日期间是否存在参加或者实施操纵公司股价的行为。

同时，深交所要求秀强股份核查《2016年度业绩预告》《2016年度业绩快报》内幕信息知情人在2016年11月6日至2017年3月13日期间交易公司股票的情况，并说明公司在此期间是否存在利用相关公告配合原实际控制人、时任董事长卢秀强及上述协议相关人员等操纵股价的情况，是否存在应披露未披露的重大事项。

另外，深交所还要求秀强股份核查2016年11月6日至2017年3月13日期间，公司控股股东、持股5%以上股东、董监高及其近亲属等是否有买卖公司股票的行为，是否存在违规买卖公司股票的情况。

深交所提醒秀强股份，上市公司必须按照

国家法律、法规和《创业板股票上市规则》，认真及时地履行信息披露义务，保证信息披露内容真实、准确、完整。

涉嫌操纵公司股价

根据中国证券报记者调查，2016年11月6日，秀强股份时任董秘张小伟与操盘方吴伟签署协议。协议约定，张小伟（甲方）将持有的3383.83万股秀强股份股票通过大宗交易转让给吴伟（乙方），乙方确保减持均价不低于15.5元/股，超过均价部分的收益归乙方所有。合作期限为半年。

协议显示，上述3383.83万股股票分别是江苏炎昊投资管理有限公司—秀强炎昊专项投资基金5号1808万股、江苏炎昊投资管理有限公司—秀强炎昊专项投资基金3号1575.83万股。这与协议签署10日后秀强股份实控人卢秀强、陆秀珍、卢相杞宣布拟减持的股份数量和管理基金完全一致。其中，卢秀强为秀强股

份时任董事长、现任总经理。

在协议签署时，秀强股份股价为10.59元/股。双方约定，甲方投资2亿元供乙方“操盘”。

中国证券报记者调查发现，操盘方涉嫌按照协议约定操纵公司股价。2016年11月15日，在基本面没有显著变化的情况下，秀强股份开盘后迅速拉升至涨停。

当年11月16日，秀强股份再次大涨6.06%，收于14.18元/股。当日晚间，秀强股份实控人卢秀强、陆秀珍、卢相杞抛出减持计划。受此影响，2016年11月17日，秀强股份大跌4.94%，收于13.48元/股。但秀强股份很快重拾涨势，11月22日大涨4.91%，收于14.32元/股，创出阶段新高。

不过，这次“操盘”最终草草收场，协议中约定的减持均价15.5元/股并没有兑现。

根据秀强股份2017年3月13日晚间公告，卢秀强分别于2017年3月6日、3月9日、3月13日以大宗交易、集中竞价方式减持2988.79万股，占公司总股本的5%，减持均价为13.5元/股。以此计算，卢秀强套现约4.03亿元。

央企控股上市公司2022年度分红总额逾万亿元

● 本报记者 张冉

分红是上市公司经营质量与价值创造能力的重要体现，并与央企“一利五率”考核目标契合。据统计，2022年度，央企控股上市公司分红总额超过1万亿元，占全市场的比重高达56%，平均股息率在3%至3.5%之间。

近日，“我是股东 走进上市公司专项投关活动——价值与投资”专场活动在上海证券交易所北方基地举办。在中国公募基金行业发展25周年的背景下，与会的公募基金等机构投资者、上市公司高管和券商分析师，围绕国企改革进行了交流。

分红与增持并举

“近期，公司控股股东中远海运集团实施了增持，彰显中远海运集团助力资本市场健康

发展和推动资本市场价值发现的央企担当。”中远海控证券事务部总经理助理董代表表示，尽管公司上半年业绩出现一定程度回落，但凭借自身的稳健经营，中远海控展现出较好的经营韧性和抗风险能力。

2022年以来，中远海控在原有的海运业务基础上，拓展内陆服务，围绕以集装箱航运为核心的全球数字化供应链运营和投资平台这一定位，迈入深化改革新阶段。数字化转型和低碳发展按下快进键，中远海控为全球客户提供便捷、高效、低碳的全程物流服务。2022年，中远海控创出历史最好业绩，实现营业收入3911亿元，归属于上市公司股东的净利润为1096亿元。2022年，中远海控合计派发现金红利约548亿元，约占2022年归母净利润的50%。

董代表表示，为提升股东长期回报的确定性，中远海控制定了2022年至2024年三年股东回报规划，计划年度分配的现金红利总额占

公司当年合并口径归母净利润的30%至50%。

实施战略性重组

中盐化工打造了涵盖盐、盐化工、精细化工、高分子材料、生物制药为一体的循环经济产业链。2018年至2022年，中盐化工资产总额从67.63亿元增长到199.14亿元；营业收入由37.81亿元增长到181.63亿元；利润总额由6.14亿元增长到31.56亿元。

对于业绩增长的原因，中盐化工董事会秘书陈云泉表示，得益于利用资本市场进行战略性重组，2019年中盐化工通过非公开发募募集资金，完成了对实际控制人中盐集团4个优质盐化工标的资产重组，实现在金属钠、氯酸钠、精细化工产业基础上的纵向发展，增加了氯碱产业。

2022年，中盐化工收购发投碱业的非公开

发行A股股票顺利完成，公司成为国内第一大纯碱企业。

陈云泉说：“通过资本运作，公司的股权结构更为丰富，既有国有资本，也有国内头部私募资金。高质量发展为投资者回报提供了坚实基础。在兼顾股东合理投资回报和公司中长期发展规划基础上，近三年累计分红总额13.2亿元，平均股息率达到5.6%，每年分红率在30%-50%之间。”

冠豪高新是中国诚通集团控股的三级央企，是唯一一家央企控股的特种纸企业。2021年，冠豪高新完成了对粤华包的吸收合并，由此冠豪高新规模、经营业绩及管理取得较大突破。冠豪高新2022年度分红占归母净利润的119%。对此，冠豪高新证券事务代表孔祥呈表示：“近年来，公司分红比例一直保持在30%以上，重组以后，分红比例增加，主要是基于对公司未来前景的看好，加大了对股东的投资回报。”

预期走高

电影暑期档票房持续攀升

● 本报记者 段芳媛 见习记者 杨梓岩

截至7月16日18时，2023年暑期档电影票房已突破87亿元。作为电影市场重要档期，历年暑期档约占全年票房的三成。今年以来，电影市场复苏明显，暑期档票房有望超越2019年峰值。从业绩方面看，电影行业上市公司半年报预喜比例居前，同时相关上市公司看好后市，积极布局。

有望超越2019年峰值

电影暑期档一般统计每年6月1日至8月31日票房。无论是排片数量，还是观影人次，暑期档在全年均占有相当高的比重。从票房方面看，根据灯塔专业版数据，除2020年、2021年以外，近十年来暑期档占当年总票房的比重均在27%以上。

2013年至2019年，暑期档票房从58.36亿元提升至177.78亿元，年均复合增长率达20%。同时，暑期档上映了一批业绩与口碑俱佳的经典之作。

2020年至2022年，受疫情影响因素影响，全国电影市场低迷。灯塔专业版数据显示，2021年、2022年暑期档票房分别为73.81亿元、91.35亿元。今年暑期档尚未过半，票房已近90亿。已有114部影片安排在今年暑期档上映，而2022年暑期档仅上映91部。

“今年暑假档，影片数量多、种类多，观众更多。”北京朝阳大悦城金逸影城工作人员向记者介绍，今年暑期观影人数明显增多，上座率很高。记者了解到，已经上映一段时间的影片如《消失的她》《八角笼中》热度不减。另外，《封神第一部》将于7月下旬上映，该片市场预期较高，将为暑期档进一步贡献票房。

数据显示，目前暑期档电影总票房（含预售）已超过2019年同期水平。业内人士表示，今年暑期档总票房有望超过2019年的177.78亿元峰值。

多因素促暑期档火爆

政策利好、影片释放、路演宣发等因素合力打出“组合拳”，推动暑期档票房持续攀升。

5月23日，财政部、国家电影局联合发布公告，为支持电影行业发展，自2023年5月1日至2023年10月31日免征国家电影事业发展专项资金。据了解，该利好政策一方面可降低制片方回本难度，增加盈利概率。另一方面，可直接增加影院分账收入，缓解影院经营压力。值得关注的是，该政策覆盖暑期档、国庆档等重点档期。

业内人士表示，更多新片会选择在免征期内上映，过去几年积压的存量影片也将集中释放。今年暑期档，影片供给充足、题材丰富，将推动暑期档票房持续攀升。

路演宣发是促进电影市场火爆的另一个重要因素。今年一季度，《流浪地球2》《中国乒乓》等影片开启全国高校巡回路演模式，取得良好效果。《消失的她》在暑期档之初就在武汉、上海等8个城市开启巡回路演。《长安三万里》更是走“定点”路线，结合影片特点和文化特质，前往江油、武汉、商丘等地进行了十余场路演宣发。

上市公司频频报喜

国家电影局发布的数据显示，截至6月30日，2023年电影总票房为262.71亿元，较2022年同期增长52.91%。其中，国产片票房199.44亿元，占全国票房总额的75.92%；全国观影总人次6.04亿，较2022年同期增长51.76%。

从业绩方面看，电影行业上市公司频频报喜。7月13日，中国电影发布的2023年半年度业绩预告显示，公司预计归属于上市公司股东的净利润为2.8亿元至3.8亿元，同比增长1287.12%至1782.52%。今年上半年，中国电影主导或参与出品的影片共20部，累计实现票房146.71亿元，占同期国产影片票房总额的73.56%。

万达电影预计扭亏为盈。公司预计上半年实现营业收入同比增长至69.7亿元，较上年同期增长35.6%至39.7%；预计净利润约为3.8亿至4.2亿元。万达电影表示，2023年上半年，中国电影市场全面回暖，公司各业务板块稳健恢复。上半年，公司新开业影院35家，其中直营影院6家、轻资产影院29家。截至2023年6月30日，公司在国内拥有已开业影院857家、7203块银幕。此外，上海电影、横店影视、金逸影视均扭亏为盈，助推传媒板块持续走高。

根据普华永道《2023至2027年全球娱乐及媒体行业展望》报告，预计2024年中国票房收入将恢复至疫情前水平。中国电影市场将于2024年至2025年超越美国，2027年票房收入预计占全球总收入的27%，高于美国的23%，成为全球最大电影市场。