



中商情报网  
www.askci.com

# 中国陶瓷行业IPO上市策略指导分析

IPO全国咨询服务热线:400-788-9689 (<http://ipo.askci.com>)

## 一、陶瓷行业发展概况

陶瓷行业泛指陶瓷制品的研发、生产和销售行业，根据国家统计局《国民经济行业分类》国家标准（GB/T4754-2011）陶瓷制品制造行业分类标准并结合陶瓷行业的习惯分类，陶瓷行业主要分为如下五个细分行业：建筑陶瓷、日用陶瓷、卫生陶瓷、艺术陶瓷和特种陶瓷。从历史上看，陶瓷行业是我国的传统制造行业，陶瓷制品生产在中国历史悠久，陶瓷文化基础深厚，经过长期的发展，陶瓷制造工艺得到不断发展。特别是近二十年来，陶瓷制品结构的合理调整，迎合了国内外消费者的消费需求，并随着社会的发展和生活水平的提高，在生活中的应用范围越来越广。同时，我国陶瓷产品出口贸易总额正在全力提升。日用陶瓷、建筑陶瓷、卫生陶瓷以及艺术陶瓷产品的出口，呈现全面飘红的喜人景象。

另外，全球陶瓷行业稳步发展，经过数十年的积累，全球陶瓷产业分工比较明确，陶瓷生产企业根据自己的核心能力和优势资源，从事陶瓷产业的某一个环节或者工序，形成了诸多知名陶瓷品牌。我国虽然是一个陶瓷生产大国和出口大国，但我国陶瓷产业还大部分处于生产制造和 OEM 环节，很少能进入欧美等高端市场，在国际高端市场缺乏竞争力。国际知名陶瓷企业具有很强

技术研发实力，占据着陶瓷原料的配方、陶瓷生产机械、制釉、上釉和高端陶瓷品牌等环节。目前我国陶瓷产业分布不集中，陶瓷企业规模相对较小而数量众多，中低端产品具有较强的竞争力，出口数量巨大；品牌企业较少，尤其是国际知名品牌很少，高端陶瓷市场被国外企业垄断。因此，在目前的技术和市场占有率基础上，加大研发和宣传力度，向中高端陶瓷产品市场进一步拓展，建立自主的知名国际品牌是我国陶瓷企业发展壮大的必由之路。

## 二、为何要上市

上市对企业来说有两大基本作用：筹集资金和品牌宣传。很多行业人士都认为我国的陶瓷企业并不缺乏资金，尤其是各个大企业都拥有雄厚的资金实力。但面对日益残酷的竞争环境以及在国际市场建立自主品牌的渴望，上市这样一种短时间内募集大量资金的方法无疑成为一个吸引企业的方式。尤其对于大品牌来说，在国内市场日益成熟之后，对国际舞台的渴望越来越强烈，然而由于在欧美等发达地区，经销商代理制与国内并不相同，大经销商们只会注重宣传自己的品牌而弱化生产企业品牌，这样一来，要建立专卖店形成能与欧美国际知名品牌等相比肩的品牌，直营模式成为较为可行的方法。而这势必需要大量资金的投入。

而对于很多沿海城市比如瓷都潮州，其大量的陶瓷企业是出口导向性企业，内销份额严重不足，出于多年的出口经验积累和技术支撑，他们对自己的产品很有信心，对国内市场雄心勃勃。但是由于各种原因，他们在外销的历史中并未很好的建立起自身

的品牌优势，目前欧美债务危机影响下，国际经济前景尚不明朗，开拓国内市场、扩大国内知名度从而建立自主品牌成为这类企业营销战略的主要方向。因此，出于国内投资和营销的长远考虑，选择在国内上市的此类陶瓷企业不在少数。

除树立品牌之外，筹集资金可以说是最为重要的一环。现金流做为一个企业的血脉是企业生存发展之本，企业上市融入的资金具有永久性，无需归还，可以大幅度降低企业财务成本，免受国家收缩银根等金融政策的影响，且募集资金数量大、方便自由支配。通过多渠道募集资金可以使企业降低单个资金链断裂后难以以为继的困境，这从之前一些企业资金链断裂导致破产的事例中可见一斑。

### 三、陶瓷企业 IPO 中需注意的问题

国内的陶瓷企业众多，但大规模的知名上市公司相对较少。各个上市公司往往专注于不同的细分市场，比如工艺陶瓷方向的长城集团；日用陶瓷方向的冠福家用、高淳陶瓷；建筑陶瓷方向的鹰牌陶瓷、斯米克；卫生陶瓷的四维控股等等。陶瓷制品企业属于传统制造业，在激烈的竞争环境下，尤其是国外高端陶瓷大举进入国内市场，我国的陶瓷企业面临现代陶瓷生产技术的进一步革新和工艺设计的不断更新换代的问题，满足消费者的人性化和个性化要求，维持我国陶瓷产业的可持续发展。陶瓷企业股票首次发行上市需要注意一些行业个性问题：

## 1、财务问题

陶瓷生产行业是我国民间的一个古老的行业，在我国很多陶瓷企业都是从小作坊开始的，由于销售情况还可以，规模连年扩大，发展了很多年之后成为了较有实力的制造商，其中有不少还是家族企业，在缺乏有效监督的情况下，为了避税等原因，这些企业在财务上往往有很多历史问题，比如财务基础薄弱、账目不清问题、收入确认问题、成本划分不明确的问题、关联交易问题等等，这些问题在申报 IPO 之前都要厘清，务必做到交易合理合法、账务确认清晰以及报表真实反映。对于财务相对混乱的传统企业来说，辅导期财务问题的解决需要花费较多的人力和财力。这是会计师财务审计较头疼的一块。

## 2、募集资金投向

一般来说，陶瓷生产需要消耗大量的能源和黏土等原材料，陶瓷制品需经高温煅烧而成，陶瓷企业的成本很大一部分是来自于能源的消耗，正是这样大规模的能源消耗，与国家的节能减排政策背道而驰，导致了传统陶瓷企业的 IPO 并不被看好，另外建材行业被环保部归为 13 个重点污染行业之一，在上市之前需要通过省环保厅的核查。所以，陶瓷企业的 IPO 除了解决财务问题之外，节能环保问题更需重点关注。在募集资金投向问题上，陶瓷企业需要找准方向，募投项目不但要有盈利前景，更要符合节能环保的大趋势。这里面可以从类似于以下两点角度去考虑：第一，

一方面比如募投项目生产的是轻质化、薄型化陶瓷，耗能耗材均较低；另一方面对于废弃陶瓷的综合利用，也是节省材料提高资源利用效率的有效方法。第二，陶瓷产品尤其是卫生陶瓷对于节水节能的功能开发，典型的是节水马桶的研究设计。

由此看来，节能减排的趋势有可能成为陶瓷企业上市的助推器，最近成功上市的案例当属 2010 年新晋的长城集团，在《长城集团：首次公开发行股票并在创业板上市招股意向书》上可以清楚看到，承销商将长城集团的优势集中在“文化创意、科技创新”的理念上，不断强调长城集团尽管属于陶瓷行业，但其对原料以及能源的消耗在同行业中是很低的，并且作为从事艺术陶瓷生产的企业，其产品的附加值非常高，同样的产值，长城集团不但耗能少，而且所获取的利润也远高于同等价值的其他陶瓷产品，是行业中节能减排方面最为成功的企业。在募集资金投向方面，正是这样一个贯穿始终的概念，令长城集团拿到了难得的一个席位。

### **3、经营业绩对税收优惠存在依赖**

中国是陶瓷生产及出口大国，在筹划 IPO 之前有些企业主要专注于海外市场，出口退税形成了陶瓷出口企业利润的相当一部分，加上其他的税收优惠，有部分企业对税收优惠确实存在依赖，而上市企业是需要有核心竞争力和持续盈利能力的，对税收的依赖构成了 IPO 的实质性障碍，证监会对此也有清晰认识和严格要

求，所以在筹备上市的过程中，陶瓷企业需要突出本企业的持续盈利能力，募投项目分析更要体现出产品的优势以及对市场需求的信心，在收益率的预测方面也要有体现，毛利率最好略高于历史水平和同行业水平。

由于我国经济实力的持续增长，中国市场已然成为“兵家必争之地”，是国内外陶瓷厂家营销的战略重点地区，加上国际经济前景尚不明朗，对于出口企业，募投项目难免涉及开拓国内市场，甚至把扩大内销作为主要募投资金投放点，那么申报资料中要体现的是，即使没有任何的税收优惠，因为企业产品的市场需求旺盛，企业持续盈利能力依然很强，企业有做大做强的动力和实力。毕竟，真正有前途的企业依靠的是企业自身的研发生产以及销售能力，投资者的投资才有实质上的意义。

#### **4、社保环评问题**

陶瓷行业属于建材行业的一个子行业，而建材行业被环保部归为 13 个重点污染行业之一，在上市之前需要就公司环境评估通过省环保厅的核查验收，所以社保环评环节同样是陶瓷企业 IPO 申请材料递交前的必经程序。陶瓷生产需要消耗大量的能源和黏土等原材料，陶瓷成品需经高温煅烧而成，并且陶瓷生产还会产生大量的固体废弃物和废气。这样大规模的能源耗费和资源利用，与国家的节能减排政策背道而驰，导致传统陶瓷企业的能耗问题特别受到关注。

实际上，陶瓷企业不管是否上市，在目前的产业发展进程中，

以及政府不断强调整能减排和公众越来越强的环保意识的情况下，生产节能环保的现代陶瓷产品是行业的趋势，是陶瓷企业的可持续发展的必经之路。当然这对于期望进入资本市场并发展壮大的企业来说尤其如此。陶瓷企业 IPO 中可以从两个角度去审视，一方面企业以前是否有环境保护指标不达标的问题，是否有被环保部门责令整改的情况，这方面的问题需尽快解决，才能完成环评验收。另一方面，如果没有环保方面的问题，企业在生产排放和废物回收等节能减排方面在同行业中是否更具优势，如果在这方面具有独特的优势和全新概念，那么陶瓷企业备受关注的环境治理问题将不存在，并且在 IPO 进程中不会因为建材行业是重污染行业而使得本企业在这方面产生太多的障碍。在这方面，已经成功上市的陶瓷企业长城集团是成功的典范。

尽管存在这些问题，但是对资本的追逐和企业发展壮大的理想不断驱使着陶瓷企业奔赴上市的道路，行业和企业都在积极响应着国家节能减排的号召，企业不断创新意识和力争上游的心态，加上中国拥有广大的市场需求，陶瓷企业们还是有理由自信地迈出这一步，上市前行的路上，将阻碍变为动力，前途终将更加美好。