

# 并购LG偏光片,再造一个新杉杉

记者 王心怡

## 核心提示

4月16日,杉杉股份宣布通过增资方式收购LG化学旗下偏光片及相关资产70%的股权,并成立偏光片供应商杉金光电,实现高端偏光片国产化。

这并不是杉杉第一次跨界转型了,被杉杉控股董事局主席郑永刚激动地称为“60岁以后的又一次重大创业”。他也为此在淡出13年后重新出山。

郑永刚表示,要以持续投入、持久耐心再造一个新杉杉。

## 海外并购始末

何为偏光片?偏光片是制造液晶面板最重要的材料之一,占液晶面板成本的15%左右。

有关数据显示,全球偏光片市场规模保持稳定,约百亿美元。近年来,国内偏光片产能依然存在缺口,偏光片生产企业主要为日本、韩国企业,产能前3的企业分别是日东、LG化学、住友。

在最初与LG化学洽谈收购偏光片业务时,郑永刚脱口而出:“这么好的东西,这么好的技术,为什么要卖掉?”

LG化学方面对此的解释是,首先,京东方等国产企业对日韩龙头企业形成巨大竞争压力。早在2019年,受下游大尺寸LCD产能过剩影响,大尺寸LCD偏光片业务曾出现急剧下滑,LG化学便曾试图将LCD业务剥离;其次,LG化学在战略层面进行全面调整,未来将重点布局锂电池产业。

但这样的回答,并没有完全打消郑永刚的疑虑。他进而问出第二个问题:“为什么要卖给我们杉杉?”

郑永刚收获了一句特别有中国人情味的话:“嫁女儿要嫁个好人家,LG不但希望偏光片业务能卖个好价钱,更希望看到这个产业在未来能得到发展。”

在LG化学眼中,杉杉便是这样一个好人家。杉杉是LG化学的正极材料供应商,双方多年来在锂电池领域有着深度合作,并且建立了良好互信。同时,杉杉又是中国不可多得的具有国际化视野的民营企业。

在大多数人没有品牌意识的情况下,1989年,思维活跃的郑永刚创立了“杉杉”这个品牌,并凭借其高品质、时尚精致的制作,在短时间内快速成长。“杉杉牌西服,不要太潇洒”,1990年,郑永刚借了3万元去央视做广告,凭借这样一句广告语,杉杉西服在国内一炮而红。

而在中国服装产业最火、杉杉品牌最辉煌的时候,郑永刚毅然开启杉杉股份转型之路。作为国内首批进入锂离子电池材料市场的企业,从负极材料起步,并先后进入锂离子电池正极材料和电解液领域,杉杉股份在锂离子电池材料领域做到了世界领先。

郑永刚曾说,任何产业都有周期性规律,行业好的时候,我已经在准备下一个产业了。当旧产业衰退时,新产业已起来了。

偏光片业务或许便是杉杉继锂电池之后的下一个新产业。

作为电子信息产业的重要组成部分,中国新型显示产业在区域集群协同发展之下,已成为全球产业规模第一。但目前全产业链的安全仍没有保障,显示产业核心材料、关键装备国产化率非常低,很容易被“卡脖子”,尤其易被上游材料与装备限制。

行业数据显示,仅在面板上游的材料产业,包括偏光片、玻璃基板、靶材、光掩模版、光刻胶等,近年来国产化率均不足20%。

“上市公司的核心功能是打开资本通道,通过并购突破‘卡脖子’技术,实现从0到1的创新。”深思熟虑后,郑永刚拍板进军偏光片领域。



杉金光电启动仪式

## “新杉杉”如何造?

做下决定后,这场并购的时间线是紧锣密鼓的

2020年6月,杉杉股份斥资11亿美元,开始收购LG化学偏光片业务;今年2月1日完成资产交割,全球四大生产基地和1700多项专利全部交付,原经营和技术团队保持不变,53名中高级管理干部、38名韩国籍技术专家全部留任;4月16日,杉金光电启动仪式暨战略发布会在北京召开,宣告杉杉股份的这家子公司正式运营。预计中国企业在偏光片的市场份额,将从不到10%提升到45%以上。

杉杉已经尝到偏光片带来的甜头。财报显示,2020年,杉杉股份实现营业收入82.16亿元,同比下降5.35%;归母净利润1.38亿元,同比下降48.85%。但2021年一季报预告显示,预计今年一季度实现归母净利润2.5亿元至2.8亿元,去年一季度亏损8370万元。

杉杉股份称,新增偏光片业务并表带来较大业绩贡献,预计其实现归母净利润1.6亿元至1.8亿元。此外,正极材料和负极材料的盈利能力提升。

对于偏光片业务,郑永刚信心十足:“要做就做第一,做行业老大。”

怎么做?郑永刚定下三大战略:

一是,迅速扩大产能。未来2年内,杉金光电将在苏州等地新建4条超宽幅和宽幅产线,共计拥有南京4条、广州4条、苏州2条等10条全球领先的生产线。同时,强化宽幅产品优势,以性能更优、品类更全、竞争力更强的产品,满足智能化时代的市场需求。郑永刚说:“站在山坡上永远战胜不了山顶上的敌人,规模是关键中的关键。”

二是,立足自主创新,制定行业标准。建立全球研究院,进一步提升自主研发创新能力,参与全球显示材料技术角逐,持续跟进下一代显示技术的研发,全面夯实产业领导地位。

三是,协同发展,建立产业联盟。杉金光电将引导上游日本、韩国材料厂商在国内建厂,完善国内产业布局。同时,贴近下游客户,推动上下游产业融合,共同建设“显示强国”。

杉杉蝶变的经历似乎在讲述一个道理:能够推动企业长久发展的基础,永远是科技创新这种硬实力。这也是浙商、甬商在打造“百年企业”中应该牢牢把握的方向。

