上海洗霸董事长王炜：扎根环保 引领水处理技术创新

世界 500 强企业中，上海洗霸服务过的超过 130 家；中国 500 强企业中，近400家是上海洗霸的客户。内生式发展和外延式扩张将助推公司朝着“引领全球水处理技术，铸就世界级水处理品牌，行业标准制定者”目标迈进。

证券时报记者 梅双

办公室放着行李箱，案头是等待签署的文件，由于临时出差，上海洗霸（603200）董事长王炜接受证券时报记者采访的时间改到了周末。“我在办公室的时间很少，经常一个电话我就得坐飞机飞走了。”年初至今，王炜已经飞了 101 个航程。作为一家水处理企业的掌门人，王炜仍然奔忙在一线，执着于为客户解决不同的技术难题。

创业 25 载，上海洗霸是中国最早一批进入水处理领域的公司之一。登陆资本市场两年来，上海洗霸加速整合市场资源，借助环境保护政策的优势，在江河湖泊环境治理与环境污染第三方治理的浪潮中，成为水处理技术及整体解决方案行业中的领先者。“我们的初心是把环境恢复到我小时候看到的那样山清水秀。”对于公司未来的发展，王炜没有高谈战略，只将一番美好寄愿轻轻吐露。

技术引领 注重研发创新

上世纪 90 年代，就读化学专业的王炜看到了环境污染给生产生活带来的影响，从事治理环境工作的种子在心中萌芽。

1994 年 7 月，研究生毕业的王炜孤身一人来到上海，创立了上海洗霸。“很多企业认为环保是花冤枉钱，当时环境保护主要靠我们环保人来游说。”回忆起企业创立之初，王炜不无感慨。2000 年之后，随着生产高速发展，生产中产生的污染对企业发展有一定阻碍作用，企业的环保意识逐渐觉醒。到了 2015 年，最严《环保法》的出台，让环境治理有法可依，原来的被动环保慢慢变为主动。

“预计到 2025 年前后，全民对于环境保护的意识可能会非常强烈，由原来的不知不觉，变为先知先觉。”王炜认为，环保真正的风口也将在 6 年后到来。事实上，上海洗霸已在环境保护的路上跋涉了 25 年，靠着技术、品牌和服务，王炜带领着上海洗霸一步步成长。

走进上海洗霸的办公楼，能看到墙面上贴满了荣誉证书和专利证书。上海洗霸多年来一直注重研发投入，公司先后被评为上海市高新技术企业、国家火炬计划重点高新技术企业、上海市创新型企业、上海市专利工作培育企业、上海市知识产权优势企业、上海市科技小巨人企业等。

上海洗霸 2018 年年报披露，公司及子公司在水处理化学品和工艺技术领域拥有发明专利、实用新型专利超过 40 项（其中超过 90%为发明专利），另有近 30 项发明专利申请已被国家知识产权局受理。王炜本人也获得 2018 年上海市“劳模年度人物”的殊荣。王炜谦虚地表示：这些荣誉应该归功于我们的团队、客户和供应商。

不忘初心 做行业标准制定者

王炜向记者介绍，目前水处理行业经营模式主要有 4 种：第一种是靠资本做买卖，比如 BOT、BT、PPP 等，但它是重资产，风险较大；第二种是靠资质，比如 EPC，但有些靠低价格，应收账款较大；第三种是靠提供工艺包，业内称之为水处理技术整体解决方案，主要靠技术、服务和口碑；第四种则是引领行业，做行业标准的制定者和水处理运营模式的创新者。

“第三种是上海洗霸 25 年以来主要的盈利模式，对我们来说更重要的是第四种模式，我们还在通过创新模式的建立，争取做行业标准的制定者。”王炜说，这种模式也是基于上海洗霸的客户基本上都是行业中的头部企业。如石化行业的中石油、钢铁领域的宝武钢铁、汽车领域上汽集团、造纸领域金光集团等。

“世界 500 强企业中，上海洗霸服务过的超过 130 家；中国 500 强企业中，近 400 家是上海洗霸的客户。”王炜表示。轻资产运作模式和良好口碑带来稳定客户，自上市以来，上海洗霸负债率一直保持在 8%-25%。财务数据显示，2019 年一季度上海洗霸净利润 1898 万，同比增长 48%。

与此同时，上海洗霸也利用资本市场的平台谋求更好的发展。2018 年 7 月，上海洗霸收购天津蓝天环科环境科技股份有限公司 60%股权，携手天津环科院共同开发水环境、固废市场。近两年来，公司分别投资河南恺舜、江苏康斯派尔等子公司开拓危废处置类业务。

“并购标的选择也是为了我们整体解决方案、服务及标准的制定。”王炜表示，内生式发展和外延式扩张将助推公司朝着“引领全球水处理技术，铸就世界级水处理品牌，行业标准制定者”目标迈进。

王炜期许着，通过上海洗霸“高效、节能、环保”的不懈努力，能够再现“天蓝、地绿、水清”。也正如上海洗霸名字的美好寓意：“上善若水、海纳百川、洗濯尘源、霸业共襄”。

恒林股份董事长王江林：专注椅业20年 10年居出口第一

企业发展是一场马拉松，需要踏踏实实打基础，不能太看重短期利润。在未来三到五年内，公司将在深耕现有主业，开拓办公环境解决方案的市场，通过实施“办公环境解决方案”和“大家居”战略驱动公司发展。

证券时报记者 李小平

十多年前，电影《卧虎藏龙》的热映，让全球亿万观众见识到了浙江安吉。而今，浙江安吉不仅有浩瀚绵延的大竹海，还是“中国椅业之乡”。全国每三把椅子中，就有一把安吉制造，每两把出口椅子中，就有一把来自安吉。

位于安吉的恒林股份（603661），是这个“椅业王国”的龙头企业。公司成立于 1998 年，致力于为客户提供舒适专业的坐具产品，是国内领先的坐具开发商和目前国内最大的办公椅制造商及出口商之一。2008 年以来，公司的办公椅出口额，已连续 10 年稳居同行之首。

不断“施肥” 提升自我

“70 后”王江林，低调、沉稳，这位椅业掌门人向证券时报记者谈起往日创业，语速淡然平稳，故事也不跌宕起伏，更多的是从容与坚定。

恒林股份前身安吉县恒林家具有限公司，从两万元投资的小作坊起步。创立之初的恒林，产品主打国内市场。不过，由于国内椅业市场竞争激烈，回款难度大。所以，初入门的恒林表现平平。

恒林是在怎样的背景下打开局面，走上快车道的呢？“入世！2001 年，中国加入 WTO，对于恒林股份的企业发展至关重要。”王江林如是说。“2002 年，恒林股份通过跑展销会，拿到自己的第一个外贸订单，这个订单来自德国一个贸易商，订单的数量是 5 个货柜，交货期是 3 个月。”虽然时间已经 10 多年，但王江林对公司的首笔外贸订单记忆犹新。

这个来自海外市场的首个订单，对当时的恒林股份却是考验。王江林称，“较国内客户而言，这位德国客户重视产品细节，比如说，化学品含量、甲醛释放量等指标。这对于从未涉足外贸的恒林来说，还是头一次遇到。为了达到客户的要求，同时也是在提高自我的驱使下，经过反复试验和调整，最终完成了交货要求。

据了解，当时坐具市场的竞争较为粗放，对标准几乎没有概念。有了首次海外订单的经历，王江林对椅业发展有了全新认识和了解。为了规范坐具行业的发展，2006 年，恒林股份联合安吉的椅业同行，牵头制定了国家办公椅行业标准。凭借雄厚的技术实力和过硬的产品品质，恒林股份先后通过了欧洲、美国和日本等国家和地区知名采购商的严格认证，与全球知名企业建立了长期稳定的合作关系。恒林股份的市场重心，也从国内市场转向国外。2008 年，在公司成立 10 年之际，就将办公椅出口额做到了同行业第一，并一直保持至今。

“企业的发展，需要不断施肥。”王江林称，恒林股份近十多年来，不断夯实研发和制造实力，参与完成了国家多项坐具行业标准制定，成为“坐文化倡导者”。数据显示，恒林股份近年来的研发投入不断增长，2018 年公司研发投入达到 9779 万元，同比增长 15%。截至 2018 年底，恒林股份合计拥有境内专利 497 项，其中发明专利 13 项、实用新型专利 102 项、外观专利 382 项；境外专利 17 项。

与之对应的是，目前，恒林股份的产品已远销欧美、日韩等全球 80 多个国家，出口总额占总量的 85%左右。公司与宜家、尼达利、欧迪办公、史泰博、麦德龙、亚马逊等零售商建立了长期稳定的合作关系。据财报披露，公司前五大客户一直比较稳定，其中就包括上述的大牌零售商，总额占到了总销售额的一半左右。

上市是企业发展新起点

“企业上市带来的影响包括很多方面，比如说融资、定位、知名度、战略等各方面，特别是对思维的冲击。上市之后，企业发展格局变了，原来考虑的是企业的生产制造，现在需要从战略布局来考虑。”作为恒林股份掌门人，王江林对企业上市后的变化深有感受。

以越南生产基地为例，恒林股份计划总投入 4800 万美元在越南建设制造基地，为加快项目建设进度，旗下全资子公司美家投资（香港）有限公司去年底收购大同越南责任有限公司 100%股权，规避了国际贸易摩擦风险。

“上市是企业发展的新起点，是企业最好的转型升级，而并购重组，是最快的转型升级，企业要善于通过资本市场做‘乘法’，实现做强做优做大做久。”王江林认为，企业成长主要有两条途径：一是内生式增长，二是外延式增长。并购是一个价值需求、发现价值、获取价值、实现价值的过程。企业并购战略内在的思路，是通过兼并的方式达到提升自己在行业内的竞争力、限制竞争对手的扩张、提升自己的品牌形象、进入一个新市场、获得自身稀缺的资源、利用被收购方的营销网络或研发力量等目的。

2018 年以来，恒林股份加速国内外的并购重组步伐，以实现做强做大。比如，收购锐德海绵公司 80%股权，让公司在原料供应方面更加稳定，同时产业链的整合能够有效提升产品品质，进一步提高公司竞争能力；收购新三板挂牌企业永裕竹业 29.8128%股权，对于公司的“定制家居”业务具有较好的补充作用；收购瑞士办公家具行业龙头制造商 lista office100%股权，进军高端制造业，拓展欧洲市场，推动全球化发展布局。

恒林股份频频并购的背后，是家具行业巨大的市场蛋糕。据中国家具协会数据，2018 年我国家具行业规模以上企业约 6300 家，累计完成主营业务收入 7011.88 亿元。

王江林称，企业发展是一场马拉松，需要踏踏实实打基础，不能太看重短期的利润。在未来三到五年内，公司将在深耕现有主业，开拓办公环境解决方案的市场，通过实施“办公环境解决方案”和“大家居”战略驱动公司发展。

本版美编：彭春霞