

学校编码: 10384

学 号: 17920101150953



分类号 \_\_\_\_\_ 密级 \_\_\_\_\_

UDC \_\_\_\_\_

# 廈門大學

## 碩 士 學 位 論 文

### 成霖股份和海鷗卫浴的财务业绩评估与分析

A financial performance evaluation and analysis of

Globe Union and Seagull

許 本 浩

指导教师姓名: 吴晓晖 教授

专业名称: 工商管理 (MBA)

论文提交日期: 2013 年 4 月

论文答辩时间: 2013 年 6 月

学位授予日期: 2013 年 月

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评 阅 人: \_\_\_\_\_

2013 年 4 月

## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

## 摘要

作为第一个国内上市的台资卫浴企业成霖股份,近几年亏损连连、举步为艰。如何进行有效的财务业绩评估与决策,成为中国的卫浴公司面临的重要问题。本文研究及分析了成霖股份与海鸥卫浴从 2007 年至 2011 年的财务报表,从三维分析、盈利能力分析、资产运营效率分析、负债管理能力分析、现金创造能力分析、成长能力分析、风险分析、创值能力分析等 8 个方面来探讨影响成霖股份和海鸥卫浴的财务业绩的因素与指标,为卫浴企业调整负债政策、股利政策、营运资本管理政策、和投资政策,提供了借鉴作用。

本文首先介绍了卫浴行业目前的市场格局以及行业发展趋势,同时介绍了成霖股份与海鸥卫浴的发展历程、经营模式以及股权结构。

然后,以成霖股份与海鸥卫浴两家上市公司 2007 年—2011 年的财务报表作为分析对象,对三张财务报表(资产负债表、利润表、现金流量表)进行三维分析(趋势分析、同行比较分析、结构分析)。

接下来,从盈利能力、资产运营效率、负债管理能力、现金创造能力、成长能力、风险状况、创值能力 7 个方面,对成霖股份与海鸥卫浴的财务能力进行分析。

最后,根据对成霖股份与海鸥卫浴的财务分析结果,对这两家上市公司的负债政策(资本结构、负债结构、流动负债结构、流动比率)、股利政策(现金股利、股票股利等)、营运资本管理政策(传统 WCR、现代 WCR)、和投资政策(直接投资、间接投资)进行评价,得出了结论:“从盈利、现金创造、创值、风险、成长五个方面,海鸥卫浴的整体财务状况好于成霖股份。”同时,给这两家公司的负债政策、股利政策、营运资本管理政策和投资政策提出了财务建设。

**关键词:** 卫浴行业; 财务分析; 上市公司; 财务业绩

## ABSTRACT

The first domestic Taiwan-funded plumbing enterprises Globe Union, in recent years, has severe continued loss, are struggling with the profit. How to carry on the financial performance evaluation and decision-making effectively, become the forthcoming important problem of the plumbing corporation in China. the paper has analyzed and researched the financial statements of Globe Union and Seagull from 2007 to 2011, through three-dimensional analysis of the financial statement、 analysis of Profitability、 analysis of Assets Operating Efficiency、 analysis of Debt management、 analysis of Cash Generation Capacity、 analysis of Growth Capacity、 analysis of Operating risk and Financial risk、 analysis of Capacity of Value-added, to discuss main factors and main index to influence the financial performance of Globe Union and Seagull, give the plumbing enterprises some financial reference on improving the Debt policy(capital structure, debt structure, fluid debt structure, fluid rate), the Dividends policy( cash dividends, stock dividends), the Operational capital management policy (traditional WCR, modern WCR), and the investment policy ( direct investment, indirect investment).

The paper firstly introduces the market status and industry development trend, also introduces the company history ,operation model and ownership structure of both Globe Union and Seagull.

Secondly, According to the financial statements of Globe Union and Seagull from 2007 to 2011, make three-dimensional analysis(trend analysis, industrial comparison analysis, structure analysis)of balance sheet, income statement, cash flow statement.

Thirdly, From Profitability, Assets Operating Efficiency,Debt management,Cash Generation Capacity,Growth Capacity, Operating risk and Financial risk,Capacity of Value-added, analyze the financial status of Globe Union and Seagull.

At last, according to the financial analysis result of Globe Union and Seagull, evaluate the Debt policy(capital structure, debt structure, fluid debt structure, fluid

rate), the Dividends policy( cash dividends, stock dividends), the Operational capital management policy (traditional WCR, modern WCR), and the investment policy ( direct investment, indirect investment) of these two public companies, make a conclusion” the totally financial status of Seagull are better than Globe Union on profit, cash creation, value-added, risk, growth”, and give these two public companies some financial comments on the Debt policy(capital structure, debt structure, fluid debt structure, fluid rate), the Dividends policy( cash dividends, stock dividends), the Operational capital management policy (traditional WCR, modern WCR), and the investment policy ( direct investment, indirect investment).

**Keyword:** Plumbing industry; Financial analysis; public corporation; financial performance

# 目 录

第一章 卫浴行业及公司概况	1
第一节 卫浴行业概述	1
第二节 市场竞争格局及行业发展趋势	2
第三节 成霖股份概况	4
第四节 海鸥卫浴概况	7
第五节 成霖股份和海鸥卫浴的财务数据	9
第二章 财务报表的三维分析	13
第一节 资产负债表的三维分析	13
第二节 利润表的三维分析	17
第三节 现金流量表的三维分析	23
第三章 成霖股份与海鸥卫浴的财务能力分析	27
第一节 盈利能力分析	27
第二节 资产使用效率分析	36
第三节 负债管理能力分析	42
第四节 现金创造能力分析	47
第五节 成长能力分析	51
第六节 经营风险和财务风险分析	58
第七节 创值能力分析	61
第四章 主要结论与财务政策建议	65
第一节 财务政策评价	65
第二节 财务矩阵分析	67
第三节 主要结论及不足之处	69
第四节 财务政策建议	70
参考文献	73
致 谢	75

# CONTENTS

<b>Chapter 1 Plumbing industry and Company introduction</b> .....	<b>1</b>
Section 1 Plumbing industry introduction .....	1
Section 2 Market status .....	2
Section 3 Introduction of Globe union .....	4
Section 4 Introduction of Seagull .....	7
Section 5 Finance information of Globe union and Seagull .....	9
<b>Chapter 2 Three-dimensional analysis of the financial statement</b> .....	<b>13</b>
Section 1 Three-dimensional analysis of balance sheet .....	13
Section 2 Three-dimensional analysis of income statement .....	17
Section 3 Three-dimensional analysis of cash flow statement .....	23
<b>Chapter 3 Analysis of Financial capacity of Globe Union and Seagull</b> .....	<b>27</b>
Section 1 Analysis of Profitability .....	27
Section 2 Analysis of Assets Operating Efficiency .....	36
Section 3 Analysis of Debt management .....	42
Section 4 Analysis of Cash Generation Capacity .....	47
Section 5 Analysis of Growth Capacity .....	51
Section 6 Analysis of Operating risk and Financial risk .....	58
Section 7 Analysis of Capacity of Value-added .....	61
<b>Chapter 4 Main conclusion and Suggestion of financial policy</b> .....	<b>65</b>
Section 1 Analysis and evaluation of financial policy .....	65
Section 2 Analysis of financial Matrix .....	67
Section 3 Main conclusion and outlook .....	69
Section 4 Suggestion of financial policy .....	70
<b>Reference</b> .....	<b>73</b>
<b>Postscript</b> .....	<b>75</b>



## 第一章 卫浴行业及公司概况

### 第一节 卫浴行业概述

卫浴行业属于建材行业的一个分支,卫浴产品分为卫浴设备和卫浴配件两大类,其中卫浴设备是指淋浴房、马桶、浴缸、水槽及其它设备;卫浴配件是指水龙头、花洒、挂衣架、毛巾架等用于连接卫浴设备或控制水的流动;卫浴产品广泛用于居民住宅、商业写字楼、酒店旅馆、商业中心等房屋建筑物中。

成霖股份和主要生产及销售水龙头、花洒和卫浴挂件等,海鸥卫浴主要生产高档水龙头零组件、排水器、温控阀及浴室配件等,两家公司都属于卫浴行业中的卫浴配件子行业。

我国的卫浴配件市场发展从 20 世纪 80 年代中后期开始起步,90 年代随着房地产的蓬勃发展及外资企业的进入,水龙头等卫浴配件的市场需求迅速增长,水龙头等卫浴配件生产企业也得到了迅猛发展。目前,我国生产水龙头的厂家约 1,500 家,与国际品牌商相比,我国厂家生产规模相对较小,产业品牌知名度较低,整体研发制造能力有限,全球水龙头及其它卫浴配件产品的国际市场主要由世界卫浴五金行业排名前 10 位品牌商占领,占 60%以上的市场份额;我国生产的水龙头等产品也主要满足于中低档消费市场,而高档产品市场则几乎被国外知名品牌所垄断。

2011 年卫浴配件产品的出口额约 14 亿美元,美国作为全球最大的卫浴配件市场之一,约占出口额的 25%,<sup>①</sup>近年来,虽然美国饱受 2008 年金融海啸的影响,新房屋的开工率低下,房地产市场出现持续低迷等,但是美国卫浴产品需求预计将以每年 5.0% 的速度增长。<sup>②</sup>

随着经济全球化及日益深化的国际分工体系到来,卫浴行业作为劳动力密集型的传统制造产业,在上世纪 80 年代至 90 年代,国际水龙头的制造基地从美国、德国和意大利转移到中国大陆等发展中国家。全球卫浴行业排名前 10 位品牌商为美国 5 家(摩恩、得而达、科勒、美标、PP)、德国 2 家(高仪及汉斯格雅)、西班牙

---

<sup>①</sup>环球市场, 2011 年卫浴洁具国际市场分析报告, 2012,P5

<sup>②</sup>The Freedonia Group,Inc. 市场调查报告: 卫浴设备与配件;2012

牙1家（乐家）、瑞士1家（吉博力）、日本1家（东陶）全球顶级品牌商保留了市场调研、新产品设计以及品牌运营，将产品制造、装配开发等低附加环节向发展中国家转移，这些全球顶级品牌商占据全球水龙头及浴室配件产品大部分的市场份额。

成霖股份主要经营浴室用水龙头、厨房用水龙头、无接触式水龙头、花洒、浴室挂件等，主要为国外大型家用五金连锁店 Home Depot（家得宝）及 Lowe's（劳氏）贴牌生产整组龙头，并推出自有品牌 Danze 及 Gobo，于 2004 年购买美国 Gerber 公司，以此品牌在美国销售产品，仍以贴牌生产为主。

海鸥卫浴的主要客户为美国摩恩、得而达、科勒、美标、西班牙乐家、德国高仪、汉斯格雅等世界卫浴行业顶级品牌商，为其提供整组龙头的 OEM 代工服务。

## 第二节 市场竞争格局及行业发展趋势

### 1. 市场竞争格局

#### 1.1. 卫浴行业的国际化分工

随着全球化分工的不断深入，各个厂商将集中资源于各自的具有核心竞争力领域，卫浴行业作为传统的劳动密集型行业，欧美著名品牌商受劳动力成本昂贵、产业政策等因素的影响，其竞争优势逐渐集中于市场调研、产品研发设计、品牌营销，形成包括美国摩恩、得而达、科勒、美标、西班牙乐家、德国高仪、汉斯格雅、日本东陶等世界卫浴顶级品牌商，而卫浴产品的开发、生产制造、装配、物流等业务链逐渐向位于发展中国家的中国等区域转移，形成了中国制造的世界工厂。

#### 1.2. 竞争本质是“成本、品质、服务”

对于国内卫浴行业的企业来说，各厂家之间的竞争本质是“成本、品质、服务”，从这三个因素展开竞争：一是通过中国廉价劳动力、成熟的技术工人以及规模生产等提供最低的产品价格，二是通过严格的品质保证体系、先进技术设备等提供稳定的品质；三凭借“快速的新产品开发速度、准时的交货能力和柔性制造能力”为客户提供全方位的制造服务。

#### 1.3. 贴牌生产的两种类型

**品牌代工** 目前，做为全球最大的卫浴产品的消费市场的美国，生产卫浴设备和卫浴配件的厂商约在 300 家左右，规模罗大的厂家约有 40 家，其中规模最大的前 5 家厂商摩恩、得而达、科勒、美标、PP 的产量约占整个市场产量的 50%，这些大型厂商既生产卫浴设备又生产卫浴配件等产品。这些大型厂商拥有很高知名度的产品品牌、强大的产品研发能力，把握着消费市场的运行趋势、引领着市场的消费源流。海鸥卫浴主要为这些欧美品牌商代工生产水龙头等卫浴产品。

**零售商代工** 目前，美国有大型专业建材零售商 HOEMDEPOT(家得宝)、Lowe's (劳氏)、COSTCO(好市多)、BBB 等，也有大型综合零售商沃尔玛等，这些零售商经营自己的品牌，并委托专业生产厂商进行贴牌生产。由于这些零售商拥有强大的终端销售网络、销售着价廉质优的产品、掌握最新的市场需求信息，大型零售商的品牌在竞争中也占有较强的优势。成霖股份生产的水龙头产品通过贸易商，间接进入这些大型零售商。

## **2. 卫浴行业发展趋势**

### **2.1. 国内市场**

水龙头等卫浴配件产品作为生活必需品，与居民住宅、商业地产等产业的发展有着非常紧密的关系。目前，中国的经济作为世界经济发展的发动机，仍然处于高速发展的时期，随着近年来，中国城镇化建设的加速、商业地产的迅速发展，房地产市场的需求依旧旺盛，这些为水龙头等卫浴产品提供了不断增长的消费需求。

随着中国经济的不断增长，居民的收入不断增加，对卫浴产品的功能、时尚、安全等方面要求不断提高，越来越看重卫浴产品的品牌。

据相关数据统计，国内卫浴水暖市场高速增长，潜力巨大，2011 年中国的水龙头终端消费市场销售估计在 250 亿元左右，每年以 20% 以上的速度增长。一些卫浴生产厂商开始进行自主品牌建设。

### **2.2. 国际市场**

在国际市场上，美国作为全球最大的卫浴产品市场，消费者的生活水平很高，对产品时尚、环保、安全等方面的要求很高，产品更新速度较快，产品使用周期缩短，虽然受到 2008 年金融海啸的影响，但是卫浴市场的消费能力依旧十分强劲。

中国卫浴洁具出口第一大市场为美国，占出口量的 25%，其次为英国 6%，韩

国和加拿大 5%，加拿大和澳大利亚占 4%，日本 3 %等。从区域分布来看，中国卫浴洁具主要出口市场在全球范围内主要分布在北美洲、欧洲和亚洲（中东和南亚、东南亚、日韩和港澳台），此类区域市场占据总体出口份额的 64%。<sup>③</sup>

美国卫浴产品市场的 80%依赖进口，中国等国家作为美国卫浴产品的主要进口国，其中中国卫浴产品的进口额约美国卫浴产品的 40%~50%。另外，美国卫浴产品的市场需求预计将以每年 5.0%的速度增长。

在金砖四国的巴西、印度等新兴市场，卫浴配件的市场需求增长迅速，前景十分看好，预计每年 20%的速度增长。

### 第三节 成霖股份概况

#### 1. 公司发展历程

深圳成霖洁具股份有限公司（以下简称“成霖股份”）前身是深圳华纺水暖器材有限公司，1990 年成立于深圳宝安县，1994 年 8 月迁至宝安区观澜镇，更名为成霖洁具（深圳）有限公司，2001 年 12 月 31 日更名为深圳成霖洁具股份有限公司，2005 年 5 月 31 日在深圳证券交易所上市，是深圳交易所上市的首家台资企业。2009 年公司迁至宝安区福永镇，公司目前有员工约 4000 人，占地面积约 41285 平方米。2011 年总资产约 12 亿元，年销售额近 14 亿元，主要客户为国际知名的大型高级家用五金连锁店，成霖股份旗下的 GOBO 与 DANZE 两大自主品牌远销世界各地，并成为美国最大进口水龙头的品牌，连续多年获得世界最大的建材零售批发商 HOME DEPOT 颁发的最佳供货商奖。成霖股份现已成为亚洲最大的水龙头制造商和出口商之一。

1990 年，台湾成霖企业股份有限公司在深圳投资成立深圳华纺水暖器材有限公司（成霖股份前身），主要生产水龙头零配件。

1994 年 8 月，华纺水暖器材有限公司迁至观澜，更名为成霖洁具(深圳)有限公司，扩大规模从事水龙头及零件制造；同年自有品牌 DANZE 在加拿大最主要通路 CTC 成功热卖。

1995 年 5 月，于广州成立成霖洁具中国业务部，统一负责大陆 GOBO 品牌水龙头的行销、推广及全方位服务，并先后在北京、上海、武汉、天津、重庆等地

<sup>③</sup>环球市场，2011 年卫浴洁具国际市场分析报告，2012,P7

设立市场部。

2001年10月，成霖洁具有限公司全面进行股份制改制。

2001年12月，成霖洁具有限公司整体变更为股份公司，完成股份制改制，同时确认向深交所申请上市。

2002年3月，成霖洁具股份有限公司耗资1.3亿元历时一年多，在中国投资设立的又一家工厂深圳成霖实业有限公司全面建成投产，实现了在亚洲建立最大的水龙头生产基地的梦想。同时，成霖投资数千万的ERP成功上线，标志着成霖正式进入企业E化时代。

2004年5月，深圳成霖洁具股份有限公司通过中国证监会发审委审核通过，拟于中国大陆上市发行A股。

2005年5月31日，深圳成霖洁具股份有限公司在深圳证券交易所A股挂牌上市，成为广东第一家上市的台资企业，也是第一家在海峡两岸都先后上市的台资企业。

2006年，并购知名卫浴、厨房用品通路商“丽舍生活国际股份有限公司”。

2007年，并购英国厨卫知名品牌通路商“PJH”，主要销售产品包括卫浴产品、厨房产品、与厨房家电产品三大类。

投资设立“青岛霖弘精密工业有限公司”，主要生产水龙头、莲蓬头与卫浴配件相关零件。制程包括电镀、铜锻造、锌压铸、抛光、焊接、成形加工、重力铸造等。

投资设立“青岛成霖科技工业有限公司”，主要生产水龙头、莲蓬头与卫浴配件相关零件。制程包含模具、电镀、成形加工、铜锻造等。

2011年，成霖集团整合全球化卫浴制造优势，在中国市场启用全新品牌标识—GOBO 成霖卫浴。<sup>④</sup>

## 2. 公司主营业务和市场布局

**关联交易：**成霖股份主要生产和销售水龙头、卫浴挂具和花洒，因而属于卫浴行业中的卫浴配件子行业，目前为中国最大的水龙头制造商和出口商之一。成霖股份采取了台资企业常见用的经营模式——“台湾接单、大陆生产、海外销售”，即该公司生产的水龙头等产品，所需原材料通过Globe Union Industrial Corp.

<sup>④</sup>资料来源：成霖股份官方网站 <http://www.szcl.com.cn>

及其关联公司代理采购，产品又通过 Globe Union Industrial Corp. 的关联公司向海外销售。所以，在生产经营过程中与关联方存在着很大的关联交易。其中销售额的 30%以上通过关联交易。

**ODM 贴牌制造：**成霖股份的主要经营模式为 ODM 贴牌制造，也就是自主设计、接单生产，主要客户都是欧美地区的五金建材零售业者，如家得宝、宜家建材零售业巨头等，面对此类零售业巨头，成霖股份的议价能力极低，为了保有现有的市场份额，面对不断上涨的成本，对于现有的客户及在销的产品，根本无法调高产品价格，只有推出新产品时也有机会调整价格，但是面对持续低迷的欧美市场，需求萎缩、终端市场的消费不足，新产品的推出状况极为不佳。

**积极拓展内销业务：**2011 年外销份额约占成霖股份总销售额的 88%，内销份额仅 12%。面对国内推出严苛限房限购令的房地产形势和同行业间的激烈竞争的现状，成霖依然加大了内销业务的投入，重新定位 GOBO 品牌的形象，加强建设各种销售渠道，推出全新的产品线、更新销售门店形象及提高销售网络质量。

### 3. 公司股权结构

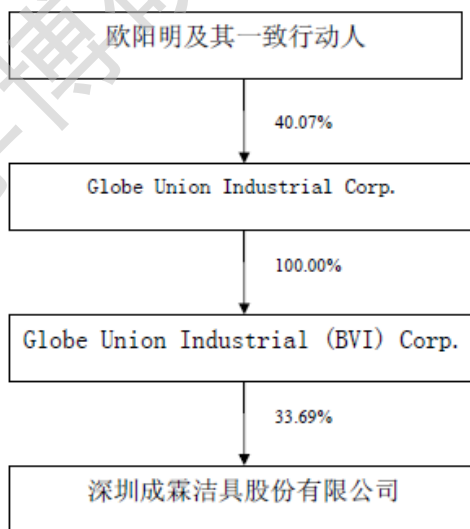


图 1-1 成霖股份股权结构图

欧阳明及其亲属为成霖股份的实际控制人。

## 第四节 海鸥卫浴概况

### 1. 公司发展历程

广州海鸥卫浴用品股份有限公司（以下简称“海鸥卫浴”）发源于 1958 年的一家公私合营企业市桥五金机械厂。1998 年，公司与香港中馥投资有限公司合资成立番禺海鸥卫浴用品有限公司。2003 年 8 月，海鸥整体改制，正式更名为广州海鸥卫浴用品股份有限公司，并于 2006 年 11 月 24 日在深圳证券交易所挂牌上市。

海鸥卫浴主营业务包括：设计、开发和制造水龙头、排水器、暖通控制产品、卫浴配件及水龙头零组件，销售遍布欧洲、美洲和亚洲市场，主要客户包括摩恩、得而达、高仪、科勒、汉斯格雅、乐家等全球前十大品牌商，年销售额逾 17 亿人民币（2.6 亿美元）。目前有番禺厂区、珠海厂区、齐齐哈尔厂区三大生产基地，员工总计 3,000 多名。产品制造包括了从模具设计及制造、重力铸造、低压铸造、液压成型、精密锻造、数控 CNC 加工、自动机器人打磨抛光、多镀种电镀、PVD（真空离子镀膜）、激光打字到精益生产组装线。为客户所提供的卫浴产品，以高效率的供应链管理系统和丰富齐全的产品系列而著称

### 2. 公司主营业务和市场布局

**卫浴品牌代工** 海鸥卫浴从创立至今，一直以生产、销售高档水龙头零组件、排水器、温控阀及浴室配件等卫浴五金产品为主营业务。在该公司上市之前的 2003 年、2004 年和 2005 年三年，排名前 5 名客户的销售额占海鸥卫浴营业总收入的比例，分别是 93.51%、79.42%和 74.89%，其中，大客户美国摩恩公司占其营业总收入的比例分别为 55.27%、44.77%和 43.66%。大客户的高度集中、替国际顶级卫浴品牌商代工生产水龙头是海鸥卫浴的经营方式，类似于富士康替苹果、惠普等国际顶级电子产品品牌商代工电子产品一样。据 2011 年海鸥卫浴财务报表，排名前 5 名客户的销售额占海鸥卫浴营业总收入的比例，仍然高达 58.09%。

**严重依赖国外市场** 2005 年海鸥卫浴对北美市场的销售额约占公司销售总额的 63%；对德国、英国等欧洲国家的销售额约占销售总额的 16%，共计 79%以上的销售额依赖国外市场，2011 年，海鸥卫浴的国外销售额约占公司销售总额的 86%，属于出口外销为主的企业。美国持续低迷的经济环境及萎缩不振的房地

产市场、以及人民币兑美元的汇率不断升值，加之国际有色金属价格的不断上涨、中国国内劳动力成本不断上升等因素，对海鸥卫浴的产品出口、保持良好的利润率有着巨大的影响。

**“卫浴制造服务”业务模式** 海鸥卫浴采用“卫浴制造服务”（TMS，Taps Manufacturing Service）的业务模式，即在 OEM 和 ODM 的基础上，向前延伸为客户进行市场研究和产品设计开发，向后延伸为客户提供装配、物流和售后服务。公司根据品牌商的需求，以“快速的研发能力、及时稳定的量产能力、良好的弹性生产能力、全面的服务能力”为欧美顶级品牌策略供应商提供产品、服务等。相对于简单的 OEM 代工，为客户提供市场调研、产品设计等前端服务，也为客户提供物流配送、售后服务等，不仅仅只是代工制造水龙头等产品。

### 3. 公司股权结构

海鸥卫浴的股权结构为：唐台英（持股约15.90%）、戎启平（持股约15.91%）、叶焯（持股约13.80%）、林峰（持股约10.40%）、李培基（持股约12.80%）。这 5 人为海鸥卫浴的实际控制人，股权结构图如图1-2所示。

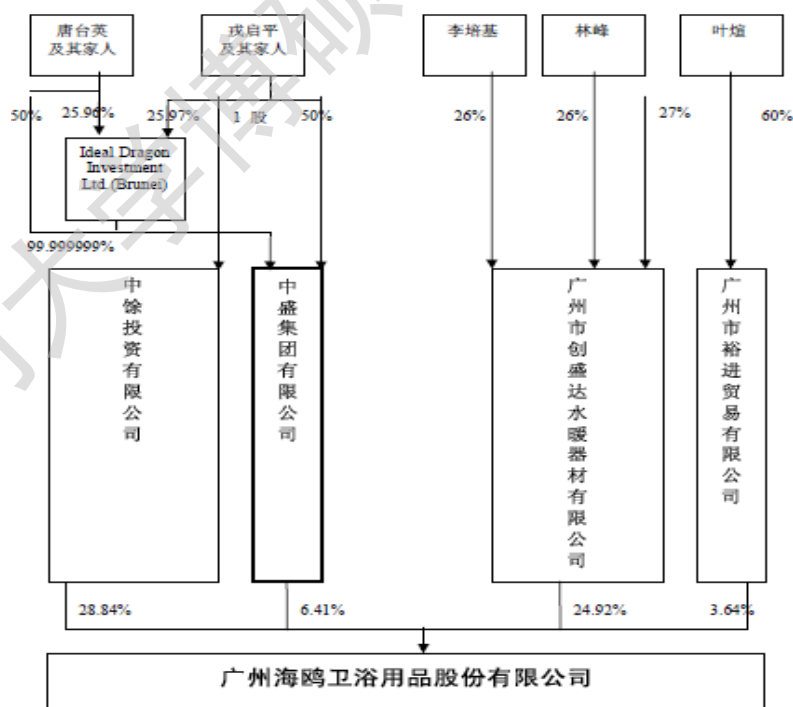


图1-2 海鸥卫浴股权结构图



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士学位论文摘要库