

莆田首富，不卖鞋也不卖药 (下)

场，他几经辗转找到相关部门，让三棵树漆参加了一系列品质审查，最终成为神舟六号在涂料行业的唯一合作品牌。

紧随神舟六号发射，洪杰又投入300万元营销新的《飞天篇》广告，并组织抽奖活动。这让三棵树当月销量同比增长超过50%。

高举高打的营销策略，持续放大着三棵树的品牌效应。

当然，三棵树不仅有“面子”，能走这么远，“里子”也非常重要。在研发上，三棵树有一定内功。

以业内巨头立邦对比，华泰证券报告显示，2015年-2018年，立邦母公司日涂控股在亚洲地区的研发费用占营收比重保持在2.4%-2.6%之间，而三棵树研发投入的比例比这还略高一点。

如此内外兼修，这家莆田小厂脱颖而出，成为国产涂料龙头企业。

03、油漆桶里的财富还将增长

宏观上看，三棵树的成长顺应了涂料行业整体的发展。

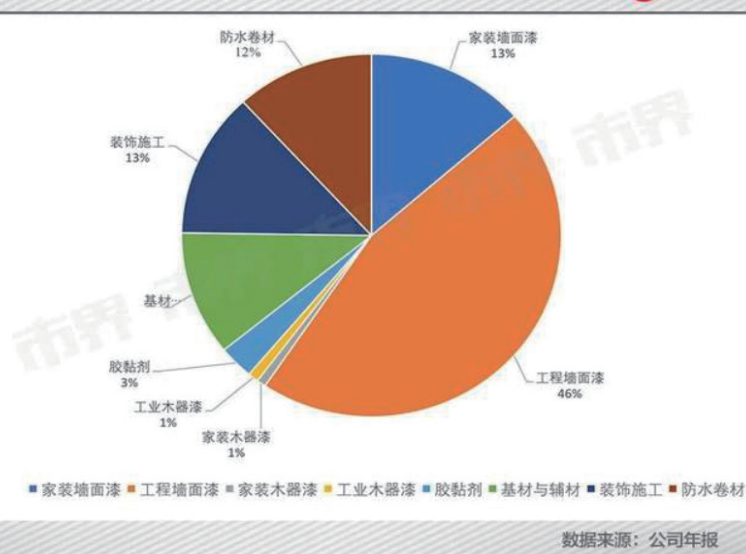
从2002年到2007年，全球涂料工业的产量年增长率约为5%，收入年增长率约7%。之后有过一段疲软再反弹的经历。2012年，全球涂料销量增长约10%。

就中国情况来看，随着城市新建房屋市场的逐年增长，以及各地旧城改造、新农村建设等活动的增加，催生了大量涂料需求。

三棵树早先以家装涂料为主要产品。2010年前后，随着房子精装修趋势的到来，开发商们会给房子刷好漆，而他们用的漆是工程漆，于是，三棵树决定拓展面向B端的工程漆市场。

实际上，行业龙头立邦在2007年便成立工程漆事业部，作为B2B渠道的重点发展方向，为公司发展提供新的动能。

三棵树主营产品营收构成



据垂直媒体《涂界》对工程涂料的统计，在2016年、2018年，立邦工程涂料销售收入分别达到了28.7亿元和30亿元，占当年总收入的16.1%、18.3%，呈上升趋势。据立邦的发展计划，立邦工程预计在2019年将真正实现更多从C端到B端的延伸。

据三棵树最新财报，公司2020年总收入82亿元，同比增长37%。其中，在主营业务中，工程墙面漆收入占比达到46%

更值得关注的一点是，三棵树在今年一季度实现了扭亏为盈。涂料行业具备周期性，往年的一季度一般亏损。而在2021年的第一季度，三棵树营收同比增长241.2%，实现归母净利润800万。

4月29日，三棵树收盘涨停，股价创下新高，公司市值超过620亿元。

这种业绩上的“反常”表现，与2020

年受疫情影响有关，也与当下的建材需求旺盛、公司的渠道拓展等不可分割。

依据中国涂料工业协会总结的“2020世界涂料百强榜”，三棵树在中国涂料品牌中已名列首位。不过在世界范围内比较，也只排第15名。

而在洪杰的设想中，三棵树要进军“全球十大涂料品牌”。百尺竿头，还需更进一步。

华泰证券分析指出，中国建筑涂料市场容量较大，人均产量仍有提升空间。中国涂料工业协会统计，2019年中国建筑涂料人均产量仅为5.0千克/人，显著低于美国的7.9千克/人。

在存量市场方面，中国也还有广阔的市场空间。据其预测，老旧小区改造有望带动的内墙与外墙涂装需求便达400亿元。

这为中国企业赶超国际龙头提供了机会，不过，中国涂料

行业的挑战依然艰巨。

在2021年3月的中国国际涂料大会上，洪杰指出，如芯片领域一样，中国涂料领域的一些关键核心技术也受制于人，比如高端工业装备涂料、高端性能特种树脂等，“这些卡脖子技术不能突破，必然会对中国高端设备和国防产业的发展构成威胁。”

根据他的规划，三棵树要进一步加大研发投入，强化产学研合作，针对涂料和化工领域的卡脖子技术发起冲击。

高端工业涂料将是三棵树未来发力的重点方向，意图打破外资垄断格局。在春天的另一场会议上，他表示，三棵树未来五年研发费用预计达到100亿元，计划全球共建实验室100家。

对这位莆田新首富来说，涂料事业上还有更长远的征途。

主要参考材料：

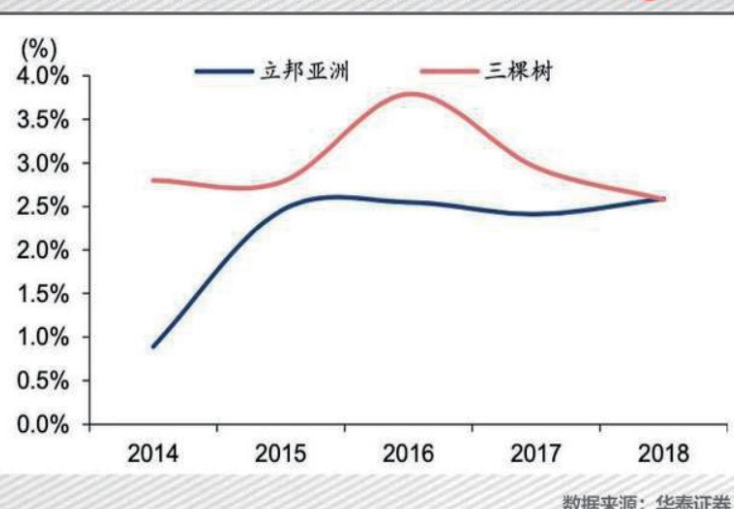
《涂人物 | 让三棵树“疯长”的洪杰》，涂装新视野，马识涂

《三棵树洪杰：三棵树下的修行者》，商界，曹一方、吴嘉雯

《涂料存量市场崛起，大市值公司摇篮》，华泰证券

来源：市界

立邦亚洲区域与三棵树的研发费用率对比



数据来源：华泰证券