

读懂一座城，
从读懂企业家开始……

8

2021年8月18日
星期三

企业家

第二十四期



写在前面的话

隋晓：
青松的投资逻辑是“双向赋能”

成立7年，青松资本借青岛打造全球创投风投中心之势，在资本市场中“乘风破浪”，迎来收获“大年”——管理基金48只，管理基金规模近100亿元，投资项目40余个，近20家被投企业已上市、排队IPO或辅导备案。

“预计2021年所投企业将有10余家申报IPO，其中青岛本地7家，未来3年内志在冲击50家企业IPO报会。”青岛青松创业投资集团有限公司董事长隋晓透露。

成绩的背后，是青松资本在投资实践中形成的一套以赋能企业为核心的投资逻辑。早年体制内历练，美国访问学者经历，加之对青岛本地产业的深刻洞察和认知，这使得隋晓对政策把握、市场判断、项目选择有着非同寻常的眼光，带领青松资本形成了一套独特的“打法”。“越难投的投资越容易成功、越容易的投资越难以成功。”他这句对于投资逻辑的总结，颇得圈内人认可。

纵观青松资本的投资版图，项目多是细分行业龙头企业，这也契合了青松资本一直奉行的“投资成熟期”的策略。今年2月份登陆科创板的海泰新光，是国际领先的医用内窥镜研发及制造企业，也是青岛启动“高企上市”行动以来的第9家上市高企，上市后股价已较发行价格上涨了近3倍，成为继青岛啤酒、海尔生物之后第三家股价突破百元的青岛企业；今年6月份辅导备案的青岛以萨技术是国内领先的“人工智能+数据智能+产业智能”解决方案提供商，更是“独角兽”级别的技术型企业。

近日公布的全省重点上市后备企业名单中，青岛共101家企业上榜，其中青松资本已投企业多达10家，这些细分行业内的“隐形冠军”加快拥抱资本市场，将进一步成长为青岛资本市场生态圈中的“参天大树”。

以资本之力助推企业快速成长的同时，青松资本也开启了“加速跑”，成长为青岛创投行业的领军企业，位列“山东省现代金融服务业之私募股权投资基金民营企业家十强”榜首。今年6月19日，在有着“青岛经济界奥斯卡”之美誉的青岛年度经济成就典礼上，隋晓荣获“2020青岛年度经济人物”，成为全市唯一一个获此殊荣的创投行业企业家。7月21日，在青岛2021年第二季民营经济创意会上，评审专家一致指出，“青松资本近年来业绩增长非常迅速，从投资回报率、收获IPO数量、项目储备梯队效应来看，已成为山东省创投行业龙头企业。”

在位于崂山区永新国际金融中心11楼的办公室，业务繁忙的隋晓在采访中接了十几个电话，原定1个小时的专访时间延长至近2个小时。随着话题的展开，思路清晰、言语犀利的他也越聊越开，彰显出投资人的成熟头脑，以及将青松资本成长与全市发展大局紧密融合的广阔视野和格局。

成立于2014年的青松资本，是本土成长起来的一家“深耕青岛、面向全国”的创投机构，重点聚焦技术领先企业和细分行业龙头企业，深耕医药健康、信息科技、节能环保、新能源、新材料、智能制造等战略新兴产业，持续不断为企业服务，助推企业加速上市，赋能城市资本招商，推动青岛产业升级。

基于赋能企业、赋能政府这一逻辑，青松资本形成了一套行之有效的双向赋能“青松模式”。一方面，在全国范围内投资优秀企业，助推企业上市；另一方面，致力于把青岛以外的优秀企业上市募投项目、新建产能、全球总部、高管持股平台等落地青岛，为城市插上腾飞的“资本翅膀”。

不追风口：所投企业九成是技术型

科技含量高、创新能力强、成长性好的“四新”企业是青松资本一向偏好的赛道。青松资本瞄准的都是年净利润5000万元以上的技术领先企业和细分行业龙头企业；在投资阶段上，70%投向Pre-IPO项目，30%投向有核心技术的中早期项目。特别是近几年随着注册制、科创板等相关新规出台，青松资本投资的高新技术企业越来越多，技术出身的创始人占比越来越大。

目前，青松资本所投资的企业大约90%是技术型企业，比如投资的中加特、盘古智能、三力本诺等，都属于细分领域的“隐形冠军”。多年来，它们持续进行技术创新，在国际市场与西门子、ABB、美国林肯、德国贝克等国际行业巨头同台竞争，逐步实现了进口替代。

这些优质的项目往往不缺资金，一般机构很难投进去，甚至全国顶级VC/PE都在竞争。对创投机构来讲，如何才能投进去难得的好项目？关键在于长期跟踪服务、全方位赋能。

帮助企业就是创造投资机会。和企业家交朋友，积极帮助企业，打动企业家，通过这种有效扎实的赋能，从而创造了投资机会。一旦企业在上市之前有股权转让的机会，或者有补充流动资金的机会，就是投资机会。

赋能企业不仅仅是资金的支持，更多是能量的加持。青松资本主要通过“四个赋能”为被投企业提供大量增值服务。一是资本赋能，发挥标杆领投作用。二是政策赋能，协调政府资源，助推企业上市募投项目和新建产能落地。比如，有些技术型企业不太善于和政府及相关部门打交道，尤其是遇到问题时，不知怎么解决。我们的优势是帮助他们去衔接政府、推动政策落实，从而解决企业发展中遇到的各种问题。三是市场赋能，对一些企业从业务端衔接市场客户，解决生产经营中的难题。四是平台赋能，我们和国内大量的优秀券商、会所、律所等都建立了良好的合作关系，可以向企业推荐优质上市中介机构，帮助企业加速上市进程。

青松资本正在以超越资本的力量赋能企业进行价值创造，充分发挥对资源、产业以及政策熟悉的优势，联合政府等多方搭建企业服务新平台，汇聚形成促进企业发展的资本。



■ 青岛青松创业投资集团有限公司董事长 隋晓

合力，为企业提供全周期服务，赋能本地企业高速发展。2020年，青松资本实现逆势增长，新增投资项目17个，新增投资额超过8.4亿元，新增基金规模38亿元。

双向赋能：衍生出“资本招商”机会

青松资本一直践行“市场的逻辑谋事、资本的力量干事”理念。市场逻辑是通过挖掘优秀企业，投资好的项目，助推企业上市；而资本的力量，更多意义上是指把青岛以外的优秀项目吸引到青岛落地。

龙头企业价值巨大，能够衍生出好的“资本招商”机会，在赋能企业基础上，资本招商是水到渠成的。今年7月份，青松资本主导并联合城阳区区政府、省市区引导基金等共同设立100亿元“青岛市碳中和产业股权投资基金”，聚焦细分行业成熟期拟上市企业，加快投资培育一批绿色低碳先进产业项目，促进青岛双碳产业集聚，赋能经济高质量发展。

晨非食品是我国奶茶行业的“隐形冠军”企业，青松资本作为首轮唯一投资方，在第二轮融资中领投光大控股、华熙生物、日辰食品等机构和上市公司。成为企业股东后，青松资本积极引导晨非食品将生产基地落户青岛，创造出“资本招商”机会。

除此之外，青松资本与威高集团在青岛共同发起设立了一支20亿元的医疗产业基金，布局了总投资50亿元、占地500亩的青岛威高国际医疗产业园；主导推动了乡村振

兴样板企业山东七河生物将总投资6.2亿元、占地700亩的上市募投项目落户青岛，目前已完工投产。

总部经济具有税收贡献效应、产业乘数效应、区域辐射效应，是城市提升竞争力的重要抓手。青松资本积极对接引进国际头部企业和全球总部落户青岛，助力青岛提升城市国际影响力。目前，已投资并主导推动总投资40亿元的美国瑞奈国际医疗产业园、总投资38亿元的美国瑞利国际医药产业园落户青岛。2020年，与美国优星合作，在青岛设立了青岛优星新材料科技有限公司，并通过基金投资的方式，将其位于宁夏的生产基地和美国销售公司进行整合并购，将青岛优星新材料科技有限公司打造为全球总部，运行三年后在国内上市。

以资本赋能，带动项目招商；通过放大资本杠杆效应，进一步赋能青岛产业升级。从今年投资的项目中也可见一斑：主导推动了国内智能骑行领军企业迈金科技将上市总部及智能装备生产基地落户青岛；主导推动了西安昱昌、北京浦然科技、河南泛锐辉煌等近20家企业在青岛设立高管持股平台，打造“全国拟上市企业高管会客厅”；正在主导推动中国高铁粉末冶金制动闸片国产化核心制造商北京浦然科技将生产基地落户青岛。

截至目前，青松资本已招引落地项目签约投资额累计超150亿元，2021年预计新增投资额超20亿元，新增基金规模180亿元，新增招引落地项目投资额50亿元。可以说，青松资本以资本的力量，为青岛经济高质量发展注入了澎湃的动能。

(青岛日报/观海新闻记者 周晓峰 整理)



青岛大牧人机械股份有限公司
总裁田满昌：

用长期主义
穿越养殖周期

养殖业是一个周期性行业，市场行情不好时，投资就会放缓，并向上下游迅速传导。当前养殖装备行业不再像过去两年那样高速发展，这也符合行业的发展规律。

过去近20年，大牧人至少经历了5个周期。长远来看，无论是从市场消费需求还是中国规模化养殖发展的进程，养殖装备都有着广阔的发展前景，这种短期的周期性波动并不会影响行业长期发展。

消费需求方面，我国城市化进程还在加速推进，人们的生活水平不断提高，对鸡肉、猪肉、鸡蛋的消费需求也将不断增加，现在的禽畜养殖量并不能满足三五年之后人们对肉蛋的需求量。

规模化进程方面，中国的规模化养殖发展程度仍未能与欧美发达国家比肩，虽然肉鸡的规模化养殖比例相对较高，但是生猪和蛋鸡的规模化养殖比例仍然很低，大量散户依然存在，而且欧美的养殖业发展经验表明，只有规模化养殖才能解决食品安全、环保处理、生物防控等问题。

行情周期性波动是每个行业发展中都会面临的现实，越是在行业低迷、大浪淘沙时，我们越要做好充足的准备，将更多的精力投入到产品研发和创新上。

在战略上，要坚持长期主义，不能抱有“赌行情”的侥幸心理，练好内功，继续加强人才储备和研发投入。首先要坚持初心，把产品做好，解决客户的需求痛点，实现更好的养殖效果。第二，即使在市场低迷时期，并非所有养殖企业都会取消既定的项目建设，他们只是根据行情冷暖暂时放缓投资速度。只要我们确保最优产品性价比，精准解决客户的痛点，还是有客户计划进行投资的。第三，做好售后服务及设备维护、保养，利用这段时机加强对售后人员的培养，将产品口碑和企业品牌做好，增强和客户的黏性。当行情回暖时，客户没有理由不选择一家和他携手渡过难关的企业。

在战术上，要坚持技术引领。与美国、澳大利亚、加拿大等国相比，我国人口多，单位面积土地的产出要求更高。欧洲传统规模化养殖更多的是占用几百亩甚至是上千亩地的平养模式，国内除了东北、内蒙古等地区外，均不具备这样的条件。另外，中国人口集中在东南沿海，养殖需求最大的区域往往土地也最为稀缺。特别是疫情以来，生猪的跨省调运受到限制，原来不搞大规模养殖的沿海地区又有了很强的保供需求。为了解决人畜争地矛盾，大牧人率先优化并推广肉禽笼养技术，也是国内最早研发楼房养猪的企业之一。实践表明，这种立体养殖模式在养殖效率、生物防疫防控和环保方面都有突出优势。

随着养殖场离城市更近，废气和废水处理也是行业亟须解决的两大难题。对此，大牧人都有高性价比的解决方案。早在2018年，大牧人就推出了废气处理系统，除氨效率可达90%以上，其他臭气成分去除率达70%以上，达到明显的除臭降氨效果。这套系统开启之后，养猪场周边基本闻不到臭味。在应用过程中，我们还发现除臭工艺对水的需求量特别大，统计数据显示万头母猪的养殖场一天需要500多吨除臭用水，无论是资金成本还是水的供应压力都很大。我们联合浙江大学研发中水回用技术，直接将经过净化处理的养殖废水用于除臭。经测算，长江以南地区养猪场春、夏、秋、季产生的废水用于除臭完全可以被消耗，从而实现废水零排放。

(青岛日报/观海新闻记者 周晓峰 整理)

我爱青岛·我有不满·我要说话
企业家“吐槽”青岛

热线电话：12345 82863300 82933327

邮箱：qdrbyljdb@163.com

青岛日报社观海新闻客户端与市12345政务服务便民热线联动

优惠政策不要“半途而废”

前几年我们被青岛的招商引资政策吸引过来，2017年正式落地运营。我们与相关政府部门签订了一份十年的协议，承诺给我们相关的人才优惠和产业补贴政策，但在实施过程中，这些政策并没有完全兑现。我认为，政府到各地招商引资都花了大力气，对于成功招引落地的企业应该用心扶持、培育，不能让优惠政策“半途而废”。

公司选择落地青岛，就是想在青岛好好发展。集团总公司在青岛落地了北方区域总部，就是看好了青岛的区位优势、产业优势等，想要立足青岛，辐射北方市场。我们本身对青岛的期望很高，我自己包括很多员工都把家搬到了青岛，就是想在此成就一番事业，事实也证明，我们近几年的政策势头很不错。对企业而言，重要的不是多少补贴资金、有没有人才政策，而是政府产业政策一以贯之的态度及对企业的尊重。我们希望相关政府

部门能够保持政策的连贯性，兑现给企业的承诺，给企业安心发展的信心，让招引企业与城市产业相互成就、共同进步。

——某机器人公司北方区域总部负责人

“够不着”的补贴

青岛是一座制造业底蕴丰厚的城市，也是踏在新兴产业风口的城市，在政策制定上也往往紧跟前沿行业发展步伐，但也会出现部分新兴产业政策看起来美好、实施起来却难以落地的情况。

在氢能这一未来产业，由于当前储氢、运氢技术不成熟，目前的氢能源汽车运营必须依赖加氢站加注的方式。对于加氢站的建设，青岛有区市出台了相应政策，提出根据年度调控价格给予加氢站经营单位不同标准的加氢运营补贴。其中，2020年度，销售价格40元/千克及以下，补贴20元/千克；2021年度，销售价格35元/千克及以下，补贴14元/千克。政策的本意是鼓励

加氢站运营企业寻找性价比更优的氢气来源，促进服务能力的提升。然而，目前符合要求的高纯度燃料电池氢依然是稀缺资源，以青岛及周边的燃料电池氢供给情况，运营企业无法将运营成本降低到符合补贴的标准。成本高昂是氢能源汽车难以普及和推广的原因之一。期待青岛在制定相关政策时充分考虑实际情况，不要好政策成为一纸空文。

——青岛某新能源企业相关负责人

企业引才要能“借”上城市的东风

青岛的人才市场环境亟待改善。我们公司70%以上员工是研发人员，前几年落地青岛的时候我全权负责组建研发团队，本来以为在青岛招聘算法工程师等人才不是难事，但在招聘过程中却发现，挑选合适的高端研发人才不容易。经过几年努力，现在公司已有200名员工，但在留人方面我们又遇到门槛，这几年跳槽的越来越多，不少

人才辞职去了杭州等南方城市。

作为行业内的中小企业，我们固然要在引进人才、留住人才方面多想办法，但是我们 also 希望能够借城市的大势，一座产业环境和人才环境更优化的城市，显然对我们这些中小企业吸引人才会推力良多。希望青岛能够吸引更多人才，给他们更多发展空间，从而不断提高、优化城市整体的人才素质、层次。

——某机器人制造企业负责人

城市购物节要找个好头头

现在很多城市每年都会举办购物节活动，但是大多数效果不佳，“存在感”不强。

这种购物节大多是由城市的商务主管部门给出一个主题，然后各大商超分别围绕这个主题各自推出相应的促消费活动。这些活动甚至可能是各大商超原本就计划在相应节点推出的，并且通常都是以打折促销的形式出现。对见惯

了节日促销套路的消费者而言太过“常规”，没有吸引力。

要打破这种局面，可以借鉴日本仙台每年一度的爵士音乐节。音乐节期间，世界各地的很多爵士乐表演者都会被吸引过来，在城市各个角落演出。市民游客不论在城市的什么位置，都可以享受一场别具风情的爵士乐表演。这期间，当地很多酒吧还会推出平时所没有的“限量款”鸡尾酒，以更好地加深大家对音乐节的印象，很多人甚至专门为了这杯鸡尾酒而奔向仙台。

我认为，打造城市购物节也需要一个“诱饵”。这个“诱饵”显然不单单是指对消费品的那些满减、买赠等活动，而应该是由商务主管部门和青岛各大商超代表共同策划，推出的一系列具有话题性、能够引起市民游客广泛共鸣，且可以实现全城联动的主题性活动。

理想状态下，城市购物节应该是一场整个城市的大联欢。

——青岛某一大型外资超负责人