

预亏超11亿仍豪掷9亿购“芯”

木林森逆势加码厦门普瑞光电

导报讯(记者 吴强)在预计去年巨亏超11亿元的背景下,LED行业龙头企业木林森(002745)完成了一笔备受瞩目的收购——该公司昨日发布公告,公司以9亿元竞得普瑞光电(厦门)股份有限公司34.7849%股权,并于1月29日完成工商变更登记。

9亿加码上游产业链

这不是木林森第一次“看上”普瑞光电。早在2015年9月,当时刚上市的木林森就以

投资1.8亿元投资参股普瑞光电,并通过增资扩股方式获取普瑞光电10.91%股权。2025年7月,木林森又通过子公司收购普瑞光电近19%股份。加上此次交易,木林森对这家厦门企业的总持股比例提升至67.894%,后者正式成为其控股子公司,纳入合并报表范围。

这家让行业巨头愿意掏出9亿元真金白银的厦门企业,到底什么来头?

公开资料显示,普瑞光电于2011年落户厦门火炬高新

区,主要产品涵盖LED外延芯片、封装(SMD、COB)、荧光粉、功率器件、照明模组等产品的研发、制造和销售。作为全球领先的LED芯片和灯珠供应商,普瑞光电拥有国际领先的倒装芯片技术和大功率COB封装技术。

巨亏之下的拯救之举?

木林森是一家覆盖LED封装、LED应用产品的全球化科技企业,其产品线覆盖家居照明、商业照明、工业照明及户

外照明等多领域。

这次大手笔竞购,被业内人士认为是这家LED行业巨头木林森的“放手一搏”。

1月27日,木林森披露2025年年度业绩预告,预计2025年归属于上市公司股东的净利润为-15亿元至-11亿元,上年同期为37378.71万元;扣除非经常性损益后的净利润为-14.5亿元至-10.8亿元。木林森表示,“欧洲市场需求疲软、订单下滑”是首要冲击,这对于海外收入占比高的

公司影响显著。

这份预亏公告,意味着木林森将迎来自2015年上市以来的首个年度亏损,面临上市以来最严峻的考验,木林森大手笔加码厦门普瑞光电就不失为一次自我拯救之举。

木林森在公告中明确表示,本次参与竞买摘牌旨在实现公司自主掌握LED芯片设计与制造环节,打造LED芯片到封装、照明应用的全产业链垂直整合,构建自主可控的全球化供应链体系。

“深耕品质+场景创新”跳出低价内卷

厦门年宵花今年不拼价格拼价值

随着马年春节的临近,厦门年宵花市场已进入销售旺季。导报记者近日走访发现,与以往不同,今年的厦门花卉市场呈现明显升级态势,产业正从传统的“卖产品”转向“卖体验、卖文化、卖品质”,以硬核技术支撑软性年味,推动消费从“买得到”向“买得好、体验佳”升级。

导报记者 刘彦玫 文/图



蝴蝶兰依旧站“C位” 艺术款年花大受欢迎

今年,蝴蝶兰依旧占据厦门年宵花市场“C位”,销售旺季比往年提前一周启动。大展宏图、中国红、玫瑰水晶等品种深受厦门市民欢迎,传统基础款年花逐渐让位于更具设计感与寓意感的产品。

在厦门品诚源花卉科技有限公司的种植基地,工作人员正通过直播展示一款艺术造型蝴蝶兰:“大家看这盆采用铝线雕刻的树形盆景蝴蝶兰,春节摆在家中,氛围感十足。”公司负责人朱丽芹告诉导报记者,这款工艺复杂的艺术款蝴蝶兰,可是今年爆款,价格在500—900元区间仍供不应求。

“消费者不再满足于普通盆栽,而是追求具有设计感和寓意的产品。”朱丽芹表示,公司今年蝴蝶兰产量达28万株,较去年翻倍,其中艺术款占比显著提升。通过短视频和直播展示,基地平均每日吸引上百人次到访,成交率超过80%。

在棠潮园艺科技(厦门)有限公司举办的首届“年花节”上,“鸿运涨”“粉红佳人”等组合盆栽同样热销。公司副总经理王佳梁介绍:“我们将蝴蝶兰与彩掌、海棠等搭配,每种组合都蕴含美好寓

意,满足消费者对春节仪式感的追求。”

从“买一盆花”到“选一份有格调的年礼”,消费者的需求升级,倒逼企业在产品创新上持续发力,而这背后,更离不开消费场景的革新与支撑。

单一卖花变多元融合 多平台直播吸引客源

如果说产品创新是满足需求,那么场景升级则是创造需求。厦门花卉企业跳出“花市卖花”的传统框架,将购花与文旅、社交、家庭体验深度绑定,让年宵花消费从“一次性交易”变成“沉浸式体验”。

棠潮园艺的“年花节”将4000平方米温室大棚打造成集购花、赏花、打卡于一体的新春景点。王佳梁表示:“我们不只是卖花,更是提供春节家庭活动的场所。”公司通过多平台直播吸引客源,周末线下销售额近万元,日均线上订单超百单。

正在挑选年花的市民林女士说:“从岛内开车40多分钟过来,这里不仅能挑到‘一手货’,还能带家人感受春天气息。”这种从“买花”到“享春”的转变,正成为年宵花消费的新趋势。

品诚源也通过短视频展示生产基地场景,吸引消费者实地到访。朱丽芹指出:“大型艺术款蝴蝶兰主要在线下销售,消费者需要现场品鉴。我们通过线上展示真实场景,建立信任感,再引导线下体验和购买。”

场景化体验不仅破解了线上销售的信任难题,更拓展了年宵花的消费边界。而这种体验升级能够落地,核心在于企业拒绝低价内卷,以技术实力守住了品质底线。

拒绝低价“内卷” 产业升级走出新赛道

当线上低价走量成为行业风潮,不少厦门花卉企业没有陷入同质化竞争,而是将目光聚焦于产业最核心的“种苗”环节,以技术创新构建差异化竞争壁垒,让“高品质”成为厦门年宵花的核心标签。

如今直播间内,100多元的蝴蝶兰盆栽、二三十元一盆的北美冬青与水仙花等热门年宵花随处可见。“线上花价确实便宜,小盆栽、鲜切花我常网购,但大型蝴蝶兰可不敢下单,既怕低价品质没保障,更担心长途物流造成磕碰损伤。”花友张女士的这番话,精

准戳中当下线上购年宵花的普遍痛点。

作为全国重要蝴蝶兰种苗供应基地,厦门雨鸣花卉科技有限公司拥有20余项自主品种权,年供应种苗超3300万株。

和鸣花卉技术负责人刘亚军介绍:“我们通过分子标记辅助育种等现代生物技术,培育花色更艳、花期更长的新品种。这些自主研发品种成为市场差异化竞争的关键。”

品诚源则依托20余年种植经验,在栽培技术上不断创新。“我们从种苗阶段实施精细化管理,确保每株蝴蝶兰都能在春节期间高品质开放。”朱丽芹表示,这种技术积累让企业能够稳定供应大规模、高品质年花。

棠潮园艺建有亚洲独家育种中心,正推进国家级草花种质库建设。王佳梁说:“种苗,就是花的‘芯片’。种子捏在自己手里,心里才踏实。我们与国际机构合作,选育适合本土市场的新品种。技术创新让我们能够持续推出受市场欢迎的产品。”

正是这份对核“芯”技术的坚守,让厦门年宵花在低价内卷中站稳脚跟,而区域产业的协同发力,更让这份竞争力得到了进一步放大。

欣贺股份预告业绩 去年成功扭亏为盈

导报讯(记者 吴强)厦门上市公司欣贺股份昨日发布业绩预告,预计2025年实现归属于上市公司股东的净利润为1550万元至2000万元,比上年同期增长123.00%至129.68%,同比扭亏为盈。

欣贺股份在公告中表示,2025年作为公司战略落地措施在经营方面取得成效的第一年,公司围绕品牌定位升级、渠道布局优化、会员体系深化及营销创新等重点方向持续推进变革,各项举措均取得积极进展,带动整体业绩回暖,净利润实现正向增长。展望未来,公司将继续坚持战略聚焦,深耕核心业务,积极开拓市场;通过持续提升品牌影响力、强化产品竞争力、深化渠道渗透力,并优化资源配置效率,致力于实现业绩持续、健康增长。

万里石预计2025年 亏损超4500万元

导报讯(记者 吴强)昨晚,厦门上市公司万里石(002785)发布业绩预告,预计2025年继续亏损,归属于上市公司股东的净利润为-7500.00万至-4500.00万,净利润同比下降37.76%至增长17.34%,预计基本每股收益为-0.33至-0.2元。

业绩变动主要原因是,公司石材业务板块竞争较为激烈,同时受限于传统制造业固定成本较高,导致公司石材业务板块整体毛利率不高,盈利水平有限。房地产市场仍处于结构性调整阶段,公司受下游地产客户资金状况影响,应收款项结算周期变长,预期信用损失增加。同时公司对具有减值迹象的存货、工抵房等资产,按照账面价值与可变现净值孰低原则计提相应减值准备。