



家电周刊

Home Electronics Weekly

总第67期 今日4版 每周四出版
新闻热线 8610-84285566-3165

主编 金朝力 执行主编 孙聪颖

D1-D4

2013.12.26

E2 空调制冷剂行业更新换代

联合国蒙特利尔多边基金资助的全球第一条R290新冷媒示范线落户国内空调企业美的，此举加速了国内空调行业对现有制冷剂的淘汰进程。对企业而言，单品成本压力增大。对空调行业而言，垄断局面加剧。

E3 豪赌背后：商业模式嬗变

董明珠和雷军的10亿赌局迅速扩散到互联网、家电等行业，如果从营销角度来说，这足够被评为年度最佳品牌营销方案了。不过在众多业内人士看来，这个世纪之赌的背后是家电业未来商业模式之赌。

E4 格莱达低端打法被指陷误区

食物垃圾处理器，相比同行动辄三四千元的价格，格莱达却以千元级产品作为市场主力，专家表示食物垃圾处理器行业性质决定产品以品质论英雄，盲目低价本地化不仅难有效果，还可能葬送多年品牌积累。

2013年 盘点

2013年家电业：逆势谋变

纷纷扰扰的2013年马上谢幕，在内外需减少的大环境下，家电企业顶压力而上，进行产品结构渠道调整，创新和变革成为行业的主基调，也为过去的一年增加了一抹亮色。回顾过去，是为了以更广阔的视角展望未来。本刊特从本期推出系列盘点文章，剖析行业繁华与落寞，首篇选定2013年五大新闻事件，解读家电“寒冬年”大小企业的求生策略。

Skyworth 创维

事件一 创始人重新掌权

2013年新年伊始，创维集团经过一段时间的职业经理人管理时代后又重回黄氏掌权时代。原创维集团董事会执行主席张学斌因需要更多时间投入个人和家庭事务而辞职，时任创维数码执行董事林卫平担任创维集团董事会新执行主席，而后者另一个身份就是创维创始人黄宏生的妻子。

2004年黄宏生被拘捕后，时任创维集团总裁、创维数码CEO的张学斌开始全面管理创维，并对创维做“减法”，剥离很多盈利能力差的业务。这使得创维进入了职业经理人时代，不过在业内人士看来，黄宏生从未真正离开过创维。出狱后其对创维的影响力正在变得更强。

黄氏回归，创维的千亿梦再次起航，稳健的创维开始加速。

点睛：无论白猫还是黑猫，能提振企业业绩的就是好猫。

SHARP

事件二 股份遭三星分食

2013年3月初，三星宣布以104亿日元收购夏普3%股份。夏普以定向增发方式，每股290日元的发行价向三星电子日本法人发行3580.4万股股票。夏普拥有全球唯一一条10代线面板生产线，却长期处于供过于求的局面。此外近年来经营状况不佳迫使夏普进行融资，据夏普财报显示，2011财年亏损3761亿日元（约合248亿元人民币），2012年亏损进一步扩大到5250.3亿日元（约合317.97亿元人民币），期间夏普进行了裁员、重组等一系列融资手段。三星收购夏普股权也将使得双方走向竞合关系。

Haier

事件三 启动掌门人轮值

2013年4月、6月，海尔集团创始人之一杨绵绵相继将海尔集团旗下两大上市公司青岛海尔和海尔电器的董事长职位交给青岛海尔董事长梁海山和海尔电器董事会主席周云杰。梁海山和周云杰开始进行海尔集团总裁轮值，47岁的梁海山作为第一任海尔集团轮值总裁，已于4月18日开始工作。

随着第一代创业型领导人杨绵绵的卸任，海尔正式进入“后张瑞敏时代”。作为中国最知名的家电企业，接班人遴选将关系到未来企业的发展。目前海尔集团旗下两大上市公司掌门人分别是梁海山和周云杰。接替杨绵绵作为总裁主持工作，也是为培养海尔集团董事局主席张瑞敏的接班人做准备，这是一轮新的竞争，也是对两个人的历练。

作为国内最早达到千亿级的家电企业，海尔虽然还稳稳地坐在老大的位置上，但相比同行企业销售额和利润增速的放缓却是不争的事实。或许正是因此，张瑞敏希望通过赛马方式让他们各自的潜能得到更大的激发，在不断推动企业发展中彰显各自优势，为海尔找到最合适的接班人。

点睛：皇帝轮流做，不被逼一把就不知自己有多优秀，梁总、周总加油！

Whirlpool

事件四 收购合肥三洋借船出海

2013年8月13日，美国家电巨头惠而浦最终以34亿元获得合肥三洋51%股份，成为后者第一大股东。重

组并购方案包括股权转让和定向增发，惠而浦中国受让三洋电机、三洋中国合计1.57亿股，转让总价14.15亿元，三洋系全身而退，同时合肥三洋以每股8.5元的发行价格向惠而浦中国定向增发2.34亿股，认购总价19.86亿元。

惠而浦希望换一种新打法，选择直接控股一个企业，通过把握主动权尝试用新的合作模式打开通路。合肥三洋有一套完整、成熟的生产线和相对稳定的市场销售体系，这是目前惠而浦在国内所欠缺的，对于惠而浦的发展这是条捷径。对于惠而浦来说，巨资拿下合肥三洋的目的就是为了借船出海，占领中国市场。不过在海尔、美的这些千亿规模的国产白电巨头把控的格局稳固的市场找到生存空间，并不容易。

点睛：借船出海，还要了解地形、风向，本地化并非一蹴而就。

Midea

事件五 集团完成整体上市

2013年9月18日，美的集团最终以换股吸收合并美的电器的方式实现整体上市，美的电器的法人资格注销，美的集团作为存续公司将继承及承接美的电器的全部资产、负债、业务、人员、合同及其他一切权利及义务。美的集团的上市，意味着中国家电制造销售规模最大、品类最多的家电上市企业诞生。

通过整体上市的确可以让美的集团减少组织层级，实现组织扁平化，更好地搭建以市场为导向的高效运营流程体系，组建敏捷型小组织。但是，要实现“一个美的、一个体系、一个标准”的战略目标还需要在产业协同、采购协同、仓储协同、销售协同、财务协同、渠道协同等方面再接再厉。

点睛：整体上市时重新起航，路才刚刚开始！

北京商报记者 孙聪颖 陈维

记者手记

2013年家电业谁主沉浮

又到了一年一度的系列盘点大季，挑出行业内的各种“最”是一件很有趣的事情。就在我和部门同事讨论年内最出风头的企业时，就被企业人士邀请参加一场微博论战。乐视将39英寸电视S40降至1499元，有人说这是哗众取宠的“自杀”，还有人说是彻底抹杀了传统彩电的竞争力，就是“杀人”。这样的说法在并不火爆的微博上迅速引起了围观。企业人士问我怎么看，听到这一问题，我立即和同事说“年度最出风头企业非乐视莫属”。

婉拒了加入论战的邀请但不妨碍继续观战。对于个人或是企业，都希望稳定发展享受安全感。然而2013年乐视等搅局者的杀入，终结了彩电企业“稳稳的幸福”。雷军欲牵手九阳做“台风口的猪”，小家电企业也感觉到了不能承受之重。

五年前，若小米公司这样的“小微企业”老板和巨无霸空调制造企业的铁娘子董明珠立下五年赌局，一定会成为年度最大笑话。可如今相信董明珠也暗暗捏一把汗。也就在一年前，对于宣布进入电视领域的乐视，家电企业并没有意识到后生可畏，只是嗤之以鼻的“呵呵”一笑，不过搅局者之后的高歌猛进让企业难以放松警惕。2013互联网企业以压倒性气场，迫使整个家电业接受新鲜事物并进行调整和变革。

说起来颇有无奈的感觉，变革当然不再是皆大欢喜，而是要重新调整利益格局，在错综复杂的各种利益诉求中突围出来。其实，即便这种变革有自卫反击的意味，但在一定程度上来说，家电企业触网并和互联网企业联手在某种程度上达到了经济学上所说的“帕累托改进”。他山之石，可以攻玉。家电企业可以充分借鉴互联网企业纵横结盟方式以及平台式操作的经验，便捷地提升产品科技感、延伸自身销售渠道，提升服务能力。这样合作是中国传统家电业走向新阶段的契机，

资金如水，逐善而流，行业如太极，在旋转中平衡。我和同事说，传统家电企业默默进行调整，浴火涅槃。尽管低调，但散发出惊人的能量，其实表现得更耀眼，更出风头。所谓“最”反映的只是看问题的角度和媒体的立场，同事说恭喜你摆脱了世界只有一个标准和一个真理的僵化思维。行万里路接地气，读懂行业就是接地气，大抵如此吧。

北京商报记者 孙聪颖