



### 多元化走麦城 出售75%股权

# 帅康掉队厨电第一阵营

从激进的多元化大跃进,到退守厨电主业,帅康一直在寻求自身业务突破,但市场却没有给犯错的帅康重新来过的机会。12月4日,日出东方发布公告称,拟以不超过7.5亿元现金收购帅康电气75%股权,虽然收购最终能否达成尚存在不确定性,但沦落至寻求买主的地步,也说明了帅康的艰难。面对未来的收购,帅康能否重新激发活力重返一线阵营,业内则普遍持不乐观态度。

### 出售75%股权给日出东方

日出东方公告宣布,公司于2016年12月2日与帅康集团有限公司(以下简称“帅康集团”)以及帅康集团实际控制人邹国营及其他股东签署《股权转让之意向书》(以下简称“意向书”),公司拟以不超过人民币7.5亿元的现金收购浙江帅康电气股份有限公司(以下简称“帅康电气”)75%的股权。

据悉,帅康电气主营业务主要包括燃气用具、吸油烟机、空调、家用电器的制造。直接持有帅康热水器及帅康营销100%股权,2015年度净资产1.48亿元,营收7.26亿元,净利润1158.11万元。

产业观察家洪仕斌认为,企业市场份额不断下降、经营不善是帅康出售股份的主要原因。相比曾经的同行,不管是方太、老板还是万和、华帝等,如今年营收已突破四五十亿元,而帅康却不足10亿元,已经在发展中彻底掉队。

收购方日出东方是国内太阳能热水器领域的龙头企业,拥有太阳雨和四季沐歌两大品牌。事实上,随着太阳能热水器市场下滑,日出东方近年来也一直在寻求新业务发展,此前四季沐歌便向净水器、厨电、空气净化器等多品类的业务转型扩张,解决经营业务单一的问题。四季沐歌公司负责人也曾多次向媒体透露,有意通过收购优质厨电企业,全面进军厨电产业并将其做大的想法。

业内人士分析指出,一直以来,太阳能热水器主战场在农村,使得日出东方旗下品牌知名度不高,这也导致了日出东方的多元化推进并不顺利。而收购一个知名度高的老牌企业则能够弥补这一缺陷。

据了解,日出东方和帅康集团已签署意向书,但是这并不意味着该收购就一定会达成。日出东方表示,“这只是一个意向性的投资,因为方案尚存在一些不确定性,后续确定了我们会公告出相关的事项”。



### 帅康发展大事记

- 1984年 帅康集团前身余姚市调谐器配件厂成立
- 1996年 帅康吸油烟机市场份额全国第一
- 2003年 帅康宣布进军空调产业
- 2005年 帅康退出空调市场
- 2008年 帅康布局光伏和太阳能,建立太阳能热水器事业部
- 2009年 帅康上马净水器项目
- 2013年 帅康8.5亿元建设厨卫电器制造基地
- 2016年 日出东方拟7.5亿元购帅康电气75%股权

### 多元化后遗症

而此次收购意向的传出,在业内人士看来,则是中国厨电行业“方老师”(方太、老板、帅康)时代的彻底完结。

作为我国老牌厨电巨头的帅康,曾一度是中国吸油烟机行业的佼佼者。资料显示,帅康吸油烟机从1996年起,连续数年都是市场综合占有率、市场销售份额、市场覆盖面三项指标全国第一,帅康商标也成为中国驰名商标。

然而十几年过去之后,帅康却已经被远远甩开。据中怡康数据显示,从今年上半年油烟机零售量份额来看,排在前五名的分别是老板、方太、美的、华帝和万和,市场占比分别为16.61%、15.4%、11.31%、8.85%和4.41%。零售额占比排名前五的分别是老板、方太、美的、华帝和西门子。燃气灶零售量排名前五的分别是老板、方太、美的、华帝和万和,市场占比分别为14.97%、14.63%、11.27%、10.08%和5.3%。

帅康早期在吸油烟机市场领先的情

况下急于多元化,被业界看做是帅康跌下神坛的主要原因。“企业的多元化一定要建立在专业化的基础上。”家电分析师梁振鹏表示,帅康的跨领域多元化本身就以保证其专业化,这将对整个公司、品牌的运营造成负面影响。

早在2003年帅康即斥资超亿元进军竞争激烈的空调市场,随后在2005年面对空调全行业亏损的状况,邹国营表示,“该放手时要放手”,退出刚刚涉足两年的空调行业。也正是这两年的时间里,方太、老板等企业快速崛起,与帅康形成“方老师”格局,帅康在吸油烟机市场的一家独大局面远去。

而跨界进军空调的失败并没有让帅康高层有所警觉,随后又先后涉足房地产、净水器、太阳能光伏、光热新能源等领域,但在这些领域中,帅康却并没有取得很好的突破。

洪仕斌指出,家电企业开展多元化发展策略本身没有错误。但问题是,当时吸油烟机市场仍处于一个高速发展阶段,帅康只是暂时领先,市场格局远未成型,这

种形势下分散精力,拖累了帅康主业发展。再加上新业务的发展受阻,导致了掉队,如今在主流一二线市场更是沦为边缘化小品牌。

北京商报记者登录京东商城发现,在销量排名前20名的吸油烟机中,方太占据5个名额,老板占据10个名额,海尔、美的各占2个名额,华帝1个名额,未见帅康身影。

### 难返一线阵营

在多元化策略频频受阻之后,帅康也曾做出改变,试图通过重新聚焦核心厨电业务重现昔日辉煌。2013年,帅康斥资8.5亿元建设当时号称国内规模最大的厨卫电器制造基地,涵盖吸油烟机、燃气灶、热水器、微波炉等整个厨电领域,并提出新厂投产后五年内年销售规模达50亿元的目标。

然而三年过去了,帅康没能等到新工厂的投产,反而是寻求买家。谈及帅康厨电未来的发展,业内专家也普遍持不看好态度。

“品牌老化、产品技术缺乏亮点。”洪仕斌直言,这正是当下帅康的最大难题所在,在过去多年中,方太和老板通过专注厨电业务,不仅让高端品牌形象深入人心,同时大吸力、四面八方不跑烟、时尚美观等产品特性也深受消费者的喜爱。如方太的云魔方、风魔方系列。

比达咨询分析师陈彪也表示,不管是日出东方收购,还是其他企业,帅康都很难再重返市场一线阵营。厨卫市场的竞争态势早已不同以往,行业里不仅有老板、方太、万和、华帝等厨电巨头,同时海尔、美的等白电巨头也在不断发力厨电市场,帅康在过去竞争环境较好的情况下都没能保证稳步增长,凭什么在竞争环境更恶劣的情况下来抢占市场?

就在今年7月,海尔家电产业集团副总裁孙京岩更是宣布发力厨电市场,并表示将美国的GE家电、新西兰的斐雪派克资源整合,为中国消费者提供中西结合的高品质产品。

日出东方报告中披露的帅康承诺业绩显示,帅康电气2016年、2017年、2018年,利润补偿期合计扣除非经常性损益净利润(利润承诺所指的净利润均为扣除非经常性损益净利润)不低于30940.15万元,其中2016年、2017年、2018年净利润分别不低于8500.04万元、10200.05万元、12240.06万元。而对比之下,仅2016年上半年,老板电器净利润为4.23亿元,万和电气净利润为2.3亿元,华帝净利润为1.54亿元,已经将帅康远远甩在身后。

在洪仕斌看来,帅康如今最应该考虑的是如何卖一个好价钱,因为过去的已经过去,已经证明,帅康现有的团队没有办法让帅康起死回生,继续经营只会是慢性死亡。而转交给新公司,或许还有一线生机。

北京商报记者 陈维