

春兰空调：霸主凋零？

本报记者 刘媛媛 上海报道

近年来，春兰集团悉心培育的多元化之花不但没能绽放，还加速了空调主业的凋零。

“2017 年前三季度营业收入 4.39 亿元，同比增加 190.38%；归属上市公司股东的净利润 5370.79 万元，同比增加 46.82%。”这是不久前春兰集团旗下主营空调业务的上市公司——江苏春兰制冷设备股份有

限公司（以下简称“春兰股份”，600854.SH）交出的成绩单。

这份看似进步可观的成绩单，实际上是建立在公司上一年业绩糟糕的基础之上。作为昔日空调行业的霸主，春兰品牌的市场占有率在上世纪 90 年代后期一度高达 40%，让彼时的格力、美的望尘莫及。然而盲目的多元化扩张之后，春兰却沦为了中国家电企业衰落的典型。春兰股份发布的公告中一直把

企业经营不善归结于严峻的市场环境、销售渠道的开拓和维护等方面。但在业内人士看来，陶建幸和他的春兰集团即使到了今天，仍然挣扎在多元化的泥淖中，“起死回生”的戏码或难以上演。

在《中国经营报》记者的采访过程中，春兰股份证券事务部相关负责人不愿多谈，仅表示近期公司并无新动作，其他有关内容均已对外公告。



实际上，春兰空调也曾一度风光无限。

本报资料室 / 图

行业掉队者

戏剧的是，上世纪 90 年代，春兰曾被格力奉为“偶像”。

梳理财报发现，春兰股份的三季报看上去可观，实际上并不乐观，是因为根据 2016 年年报，公司去年营业收入仅录得 1.86 亿元，同比减少 27.94%，其中空调实现销售 1.02 亿元，同比减少 35.71%。

净利润方面，虽然 2016 年公司实现归属于母公司所有者的净利润 1208.92 万元，同比增长 8.02%，但归属于上市公司股东的扣非净利润为 -2855.28 万元。有业内人士表示，一般在观察上市公司业绩时，扣非后的归属净利润表现更具价值。很多公司其实主业不济，更多的是依靠政府补助、出卖资产等来实现所谓的业绩增长或者盈利。

记者查询年报发现，2016 年，春兰股份不仅获得泰州市政府发放的 312.94 万元补助，还从投资的泰州电厂和龙源泰州公司处分别获得投资收益 8457.58 万元、742.81 万元，同时子公司处置了部分投资性房地产获得收入。

相较于去年的低迷，今年前三季度春兰股份业绩有所好转，但放眼整个空调行业，格力电器（000651.SZ）今年前三季度营业收入已达到 1108.75 亿元，同比增长 34.51%，归属于上市公司股东的净利润 154.61 亿元，同比增长 37.68%。美的集团（000333.SZ）前三季度实现营业收入 1869.49 亿元，同比增长 60.64%，

归属于上市公司股东净利润为 149.98 亿元，同比增长 17.10%。不难看出，春兰股份凭借 4 亿多元的营收早已失去了竞争资格。

家电行业资深观察家刘步尘在接受本报记者采访时表示：“春兰股份三个季度营收才 4 亿多元这在家电行业不值一提，格力、美的早已破千亿，虽然营收和净利润有所增加，但绝对值还是太小了。”

戏剧的是，上世纪 90 年代，春兰曾被格力奉为“偶像”，格力的一位高管早年接受媒体采访时直言，当时春兰空调在国内市场如日中天，作为春兰的粉丝，格力一直在模仿春兰。时过境迁，春兰如今的境况令人唏嘘。

昔日霸主

1990 年的春兰总产值已达到 1.2 亿元，成为全国同行业的翘楚，并在随后的 4 年时间里稳居市场占有率第一。

实际上，春兰空调也曾一度风光无限。

时间推到 32 年前，那时的春兰集团的还叫“江苏泰州冷气设备厂”，一个濒临破产的国有小厂。曾做过技术员的陶建幸临危受命，接下了厂长的重任并开始对公司进行大刀阔斧的改革。1989 年，江苏春兰制冷设备有限公司正式成立，陶建幸任董事长兼总经理。在他的带领下，春兰集团迎来了高速发展期，公司所生产的“春兰”牌空调市场占有率不断攀升。

1989 年，春兰空调有句广告词深入人心：“春兰空调，高层次的追求”。正是在高层次人群的追求下，数据显示，1990 年的春兰总

多元化得与失

然而多元化扩张战略过快最终还是出现了顾此失彼的问题，新业务还未能完全成熟起来，曾经的支柱产业空调业务则不断下滑。

1994 年上市当年，春兰集团走上了轰轰烈烈的多元化转型之路，先是介入了家电业内的冰箱、电视、洗衣机等项目，随后又“杀人”风马牛不相及的摩托车、卡车、新能源等行业。

在春兰集团的官网上，记者注意到以下简介：春兰集团是集制造、科研、投资、贸易于一体的多元化、高科技、国际化大型现代公司，拥有海内外数十家独立子公司，是中国最大的企业集团之一。春兰产业涵盖机械、空调、新能源、房地产、酒店业、商贸、金融与投资等，主导产品包括家用空调器、商用空调器、压缩机、高能动力电池及电源管理系统、电站系统、机械加工及动力产品、住宅与商业地产等。

把鸡蛋放到多个篮子里未尝不可，但篮子越多，管理篮子的精力、财力就会被分散，对现有篮子的维护也会造成影响。春兰集团就是个活生生的例子。

在多元化之初，摩托车和卡车项目也曾让陶建幸尝到了甜头。公司推出的摩托车系列在 1997 年上半年就实现了 6 万台的销量，销售收入近 10 亿元；2001 年，春兰卡车领域一年给集团贡献了 2 亿

产值已达到 1.2 亿元，成为全国同行业的翘楚，并在随后的 4 年时间里稳居市场占有率第一。

乘着这股东发展势头，1994 年 3 月，江苏春兰制冷设备、泰州春兰特种空调器厂、泰州春兰制冷设备销售公司共同出资成立了春兰股份，并于次年顺利登陆二级市场。

根据上市首年春兰股份公布的年报，1994 年公司实现主营业务收入 15.55 亿元，净利润 1.96 亿元。无论是收入还是净利润都比如今高出数倍。

当时的春兰风光无两，在 1995 年 8 月举办的第 50 届国际统计大会上，大会组委会命名了一批企业为某类产品的大王。其中，春兰集团被

授予“中国空调大王”的荣誉称号。

1996 年，在中国轻工总会信息中心给出的产销量排行榜中，春兰以 108 万台的成绩位列第一，格力则以 89 万台排名第二，美的、海尔分列五六位；1997 年，国家统计局所属的中国技术进步信息发布中心在“全国销量第一推广活动”中，根据国家统计局的市场统计结果，春兰空调连续 8 年（1990 年~1997 年）全国产销量第一，累计销量超 1000 万台，荣获“中国空调第一品牌”称号。同年，作为领导人的陶建幸当选为中共第十五届中央候补委员。

在稳坐“空调一哥”的位置后，陶建幸的野心一路膨胀，多元化扩张自此开始。

的老大，但由于此后多元化转型跨度太大，能力无法跟上野心，导致一步步衰落至今。“企业最好进行相关的多元化项目，而春兰直接做了汽车，汽车行业不管是资金、技术还是人员，门槛都非常高。除此之外，还涉及了新能源、房地产等，可以说春兰就是被它的盲目多元化所拖垮的。”

值得注意的是，与格力、美的不同，春兰集团至今未完成 MBO。2000 年，公司曾试图进行 MBO 股改和全员持股，最后因为种种原因未能实施。缺少了股权激励，春兰相当于失去了发展的内动力。

“四五年前，春兰一度想东山再起，跻身中国空调三强。整体判断，市场不会再给春兰机会，即使是奥克斯、志高这些没有问题的企业也很难和格力、美的相比，更别说春兰这种问题较大的企业，市场就是这么残酷，一旦犯了错就不会给你修正的机会。”刘步尘说。

梁振鹏指出，20 年前空调市场是供不应求，现在空调市场是供需平衡或者供过于求。当整个行业产能已经过剩，春兰空调重塑辉煌的可能性微乎其微。

陶建幸还能带领春兰走多远？

德普新飞尚朋堂被质监局点名 触能效管理“暗礁”

特约撰稿 苏静茵

本报记者 赵毅 北京报道

日前，上海市质量技术监督局一

德普、新飞、尚朋堂等上黑榜

日前，上海市质量技术监督局对上海市生产、销售的微波炉、嵌入式电磁灶、便携式电磁灶产品质量进行了抽查。

其中，抽查了 20 批次微波炉产品，不合格 1 批次，涉及产品为北京德普凯信商贸有限公司生产的德普牌微波炉，其不合格项目为能效等级。

政府严查能效不达标

不难发现，上述产品所涉及的不合格项目均为“能效等级”。

对此，刘步尘表示，这也折射出过去几年能效管理不够规范、甚至已经到了相对严重地步的问题。

就在近日，内江市质监局组织开展了家用电器能效效率专项执法检查。此次检查以在售空调、电视机、洗衣机等家用电器为主，重点检查产品是否标注能效标识、是否符合强制性能效标准、是否符合标注

连发布了 3 个质检公告。公告显示，在本次抽查的微波炉、便携式电磁灶、嵌入式电磁灶中，标称为德普、新飞、尚朋堂等产品被检验为不合格，其所涉

对此，北京德普凯信商贸有限公司相关负责人表示在接受记者采访时表示，该质检结果显示的产品质量问题在于检测机构，而不在于产品本身。“我们已经提起了申诉，相关产品也正在北京质监局进行检测。”

此外，本次抽查共发现 2 批次嵌入式电磁灶产品不合格，两者均由上

能效等级等情况。

2017 年 9 月，云南省开展了 2017 年“能效标识”专项检查。重点检查用能产品是否应当标注而未标注“能效标识”、用能产品“能效标识”标注不符合规定，以及是否存在伪造、冒用“能效标识”或利用“能效标识”进行虚假宣传等违法行为。

事实上，除了加强监管，政府对于家电产品能效的标准也日趋提高。据了解，最早的中国能效标识

及的不合格项目均为能效等级。

对此，家电行业观察家刘步尘表示，“这也折射出过去几年能效管理不够规范、甚至已经到了相对严重的

海元山电器工业有限公司生产的尚朋堂牌电磁炉；6 批次便携式电磁灶产品不合格，尚朋堂、新飞等品牌均在列。值得注意的是，上述产品涉及的不合格项目均为能效等级。

新飞电器相关负责人表示，此次上榜的电磁炉并非由河南新飞电器有限公司所生产，但她本人并不

从 2005 年 3 月 1 日开始执行。当时，所涉及的产品只有冰箱和空调，后来又陆续加入了洗衣机、电热水器、电磁炉、电饭锅、平板电脑和微波炉等产品。

以冰箱为例，近年来，为配合国家节能减排事业，作为耗电量大大家电产品，冰箱进行了多次能效标准的升级。2016 年 10 月 1 日，新版冰箱能效标准开始实施。其中，1 级能效要求电量比老 1 级下降约

能升级标准的企业将会被市场所淘汰。”

在刘步尘看来，企业要积极主动淘汰高能耗、低能效产品，同时尽到应有的责任。“中国家电企业必须严格遵守国家相关法规，不要滋生钻空子、浑水摸鱼心态。”

地步。”如今政府有意通过加强监管净化市场，对不符合能效标准及有故意实施能效造假行为予以打击。未来，越节能的产品将越受消费者喜爱。

清楚其具体出处，“现在有一些企业可能会利用新飞的牌子去生产其他品类的产品，造成侵权。”

记者曾就此联系了尚朋堂国内营销中心的市场部负责人廖女士，就为何出现产品质量问题以及后续处理措施等疑问进行采访，然而截至发稿对方并未给出回应。

40%，这导致老标准下的 1 级能耗变成了 2~3 级。有数据称，降级产品的比例将在 80% 左右。

中怡康品牌中心总经理左延鹏认为，标准提高的目的是推动家电行业向节能环保方向进行升级，也帮助消费者通过高效的产品来降低家用耗电量。“能效升级是产业升级和推动消费者节能消费的必然结果，将会给行业带来重大的机遇和挑战。”

产业观察家洪仕斌则认为，国家要加强监管、加大处罚力度，尽可能禁止能效不达标产品流入市场。“因为如果违法成本低于市场销售价值，一些小品牌、杂牌的企业很可能会愿意冒险，以假充真。”

上接 B15

多次因质量问题被点名

今年以来，多喜爱遭遇转型危机，主业拓展难达预期，然而不容忽视的是，企业产品又相继登上了济南工商局、北京工商局等质检部门的黑名单。

其中，8 月 9 日，北京市工商局发布流通领域家具类商品质量抽检结果公示，其中由东莞市恒大美森美实业有限公司生产的多喜爱品牌上下床，不合格项目为上层床安全栏板。

对此，北京市工商局表示，已对不合格商品的销售者依据《产品质量法》的相关规定进行处罚，同时督促全市销售者做好相同生产者相同型号不合格商品的退市工作，对于拒不履行退市的销售者，将依法予以查处。

随之而来的 9 月，济南市工商局委托山东省出入境检验检疫局检验检疫技术中心，对该市流通领域经销的儿童家具类商品进行了法定抽查检验。

经检验，3 个批次儿童家具质量被判定为不合格，不合格项目均为孔及间隙。孔及间隙项目不合格主要是产品本身带有容易导致儿童受伤的圆孔，刚性材料由于没有弹性，如果儿童误将手指插入导致手指不能拔出，造成血液不流通等危害。其中，广东省东莞市恒实木业有限公司生产的多喜爱品牌大小凳子名列其中。

济南市工商局办公室相关负责人表示在接受记者采访时提出，目前济南市工商局已依法对本次抽查检验中发现的 3 家经销不合格儿童玩具类商品的销售者进行了

立案调查，并责令销售此次不合格商品的经营者按照国家相关法律法规的规定，立即采取警示、召回等措施。同时，对向该市流通领域提供不合格商品的生产企业，市工商局也已通过《通报函》的形式通报给生产企业所在地质量技术监督部门。“一般情况下，我们抽检的商品都是交由专门机构进行检测，发现不合格产品后会对销售企业进行处罚，他们后续可能向生产企业索赔。”

在质量管理方面，多喜爱回应记者称：“自公司成立以来，公司为形成对加工质量的有效控制，一直实行严格的标准化管理。在流程上，公司以产品质量为核心，建立了一系列标准和流程并严格执行，确保公司产品的高质量。公司根据产品所处的生产阶段，分别制定了对成品、半成品、来料的检验标准；根据不同类型产品的特性，分别制定了大套件、小套件、芯类产品的检验流程。公司从产品工序、工艺、用料等多个方面对产品生产活动进行过程管理，并委派跟单员进行全程跟踪监控，以确保产品质量符合公司标准。在与外协加工商的加工合同中，严格清晰地规定加工用品的技术指标、遵循的标准、包装的尺寸、储存的条件等来确保公司产品品质。”

据董秘办相关负责人介绍，目前多喜爱长沙产业园生产基地已投入生产，随着产业园区自有产能的日益发展成熟，公司自有产能的比率将会逐步提升，将对公司产品质量的稳定性提供更有力的保障。