

加速智能化转型 中国家电抢滩全球市场

本报记者 向炎涛 北京报道

中国家电企业正在掀起新一轮的全球竞争。3月7日,一年一度的2018 AWE(中国家电及消费电子博

全球化竞争打响

刘步尘表示,中国家电企业这几年在海外市场营销比前几年有明显的进步,这折射出的是中国企业的国际化程度在不断提升,这几年中国企业的国际化取得不少成绩。

在3月7日举行的海尔家电第二届全球品牌峰会上,海尔展示了旗下六大品牌集群——海尔、美国GE Appliances(以下简称“GEA”)、新西兰Fisher & Paykel(斐雪派克)、日本AQUA、卡萨帝、统帅全球化战略实施一年来的成果。

一年前,海尔同样在AWE的舞台上首次发布六大品牌全球化战略,从单一品牌覆盖全球每一个本土市场,全面展开全球化布局。彼时,海尔刚刚收购完美国GEA不到一年。此前,海尔在2012年收购了新西兰最大的家电制造商Fisher & Paykel,同年还收购了日本三洋电机的白电业务与AQUA品牌。而海尔旗下子品牌卡萨帝则主要定位高端市场,统帅定位年轻时尚市场。

一年过去,海尔旗下六大品牌全球化布局效果已经显现。据介绍,在北美市场,GEA保持第一厨电地位的同时,海尔+GEA以27.2%的空调份额超过伊莱克斯旗下品牌Frigidaire位居第一。

“海尔与Fisher & Paykel在新西兰的市场份额已经占到42%居第一,且高于上一年。”斐雪派克营销副总裁Mr. Greg Shepherd透露。据了解,AQUA在日本商用社区洗衣机领域更是占有高达75%市场份额。

引领智能时代

在家电观察人士洪仕斌看来,中国家电品牌参与全球竞争捕捉到了从产品端到应用端的转型。这个节点正是中国家电企业崛起最有利的一个方面。

值得注意的是,智能化正在成为中国家电企业转型升级的一大方向。海尔在当天的发布会上展示了智慧家庭战略的最新成果——全场景定制化智慧成套方案,并正式将“智慧家庭”作为平台品牌开始在全球落地。

海尔指出,通过4大物理空间以及7大全屋解决方案,加上N个定制智慧生活场景,通过“4+7+N”的业务模式实现智慧家庭全新体验。

而美的则宣布全面转型,大规

模局工业互联网,进入“人机新世代”。美的表示,智能制造最重要的本质是基于大数据的分析和打通,让所有业务互联互通,打通研发、供应链、生产、物流、销售及售后。在历经近3年的生产标准化、数字化的改造后,美的目前已经基本实现“一个美的、一个体系、一个标准”的全球协同生产平台,研发出支撑全价值链卓越运营的软件。

美的集团CIO张小懿在发布会上表示,真正的工业互联网,必须打通研发端、生产设备端、供应链

额,成为当地最受欢迎的高端品牌之一。青岛海尔(600690.SH)2017年第三季度报告显示,2017年1~9月海外整体收入507.4亿元,占比43%,近100%为自有品牌收入。其中GEA贡献收入342亿元,贡献归属母公司净利润18.8亿元,原有海外业务(不含GEA)收入增长20%,其中南亚市场增长49%、欧洲市场增长29%、中东非市场增长29%、澳洲市场增长19%。

事实上,在国内家电市场增速放缓背景之下,海外市场已经成为各大家电企业新的增速来源。美的集团(000333.SZ)除了在2016年收购了德国机器人巨头库卡,加速机器人领域的布局,还先后收购了东芝白电业务、意大利中央空调企业Clivet、以色列运动控制系统解决方案提供商Servotronics公司、北美吸尘器品牌Eureka等。美的集团2017年半年报显示,2017年上半年,国外市场营业收入554亿元,占总营收44.5%,国外市场营销比上年同期增长77.05%。

“近几年来,跨国收购是中国家电企业进行国际化的重要道路,通过收购能够实现跨越式的国际化发展,缩短企业的时间成本。比

如GEA本身在美国市场有较高的市场占有率、完善的销售渠道和现成的工厂。但企业同时也应该注意到收购之后的整合问题,使被收购企业真正成为自身的一部分。”刘步尘对本报记者表示,中国家电企业这几年在海外市场营销比前几年有明显的进步,这折射出的是中

国企业的国际化程度在不断提升,这几年中国企业的国际化取得不少成绩。韩国电子信息通信产业振兴会在2017年10月发布的《家电产业现状和展望报告书》提到,2017年主要家电产品的全球生产量为75284万台,预计同比去年增加

1.7%。从国别看,中国制造的产品多达42318万台,占总体的56.2%。海关总署最新的数据也显示,我国空调、冰箱、彩电出口量也在持续增加。今年1月,空调出口618万台,同比增长27.2%;冰箱出口365万台,同比增长2.6%;彩电出口641万台,同比增长18.2%。

美的也在同一天发布收购库卡之后的全新战略:以数字化和人工智能为驱动,打造“美的版”工业互联网。

国家海关总署最新数据显示,



国内家电市场增速放缓背景之下,海外市场已经成为各大家电企业新的增速来源,而智能化正在成为巨头们转型升级的一大方向。

国企业的国际化程度在不断提升,这几年中国企业的国际化取得不少成绩。韩国电子信息通信产业振兴会在2017年10月发布的《家电产业现状和展望报告书》提到,2017年主要家电产品的全球生产量为75284万台,预计同比去年增加

1.7%。从国别看,中国制造的产品多达42318万台,占总体的56.2%。海关总署最新的数据也显示,我国空调、冰箱、彩电出口量也在持续增加。今年1月,空调出口618万台,同比增长27.2%;冰箱出口365万台,同比增长2.6%;彩电出口641万台,同比增长18.2%。

问题,而是技术上的创新,目前与欧美或日韩企业在基础性的核心部件上仍有差距,但是在应用层面的创新正在引领中国创造。

刘步尘则表示,目前,海尔、美的等本土企业在国际市场上已经具备一定的品牌号召力,但是需要清醒地认识到,中国家电企业还没有真正的国际化大品牌。目前在重大技术变革产品方面仍然缺乏,重大创新仍然偏少,品牌力偏弱,技术实力还不够强,这是未来需要着力解决的问题。

TCL集团“瘦身”重组计划:主营业务剔除房地产

本报记者 高瑜静 董海华 北京报道

股权激励、持股计划、高管换帅,正推进业务重组的TCL集团股份有限公司(000100.SZ,以下简称“TCL集团”)近段时间动作频频。

3月初,TCL集团公布了面向董事长李东生等9名高管和691名骨干员工启动“全球合伙人持股计划”,以及面向1585名中基层管

渐退房地产业务

实际上,TCL集团早在2013年就开始从房地产领域逐步退出。

2013年12月,TCL集团曾将旗下从事房地产开发的惠州TCL房地产开发有限公司,转让给香港房地产开发企业花样年控股集团有限公司(01777.HK,以下简称“花样年集团”)。彼时,包括TCL集团及全资子公司TCL实业控股(香港)有限公司,还有深圳市海谷州置业发展有限公司(以下简称“海谷州置业”)与花样年集团签订《惠州TCL房地产开发有限公司股权及债权转让协议》。TCL集团在协议中表示,将惠州TCL房地产开发有限公司的股权和债权转让给花样年集团,将有利于公司更专注于主营业务。

2013年年报中,TCL集团在年报的主营业务中还单列了“房

理、专业员工的2018年限制性股票激励计划。两份“金手铐”计划一出,就此将TCL集团2285名核心骨干及重点员工的利益与公司业绩绑定。

实际上,薪酬激励体系的完善只是TCL集团近年实施战略转型的一个剪影。自推进“智能+互联网”战略转型及建立“产品+服务”商业模式的“双+”转型战略以来,TCL集团初现端倪。2017年,

地产”。转让惠州TCL房地产公司70%股权后,TCL集团的主营业务只剩下TCL多媒体、TCL通讯、华星光电、家电集团通力电子、部品及材料、销售及物流六块业务。

不过,TCL集团仍保留了旗下的深圳TCL房地产公司及其子公司。深圳TCL房地产公司的经营范围为“在合法取得的土地上进行房地产开发经营”,主要负责经营TCL自用工业地产项目及持有少数股权的在建地产项目。

与此同时,TCL集团合并报表中的投资性房地产在总资产中的占比也逐年下降,由2012年末时的0.85%下降至2016年年底的0.39%。此外,TCL集团的投资性房地产中的土地使用权净值由2012年的1400万元逐年下降,到

TCL集团发行股份增持深圳市华星光电技术有限公司(以下简称“华星光电”)的股权至85.7%,A股公司转变为华星光电的融资平台。公司总股本也由122.13亿股增至135.15亿股。

公司总股本变动后,TCL集团在2018年3月就其《公司章程》中的股本变化情况进行了修订。值得注意的是,除股本变化外,TCL集团对包括高管职位设置、经营范

2016年年底时,其土地使用权净值仅剩213万元。

此外,TCL集团旗下的房地产业务管理结构也在发生变化。记者通过查询国家企业信用信息公示系统发现,深圳TCL房地产公司目前由TCL集团全资子公司TCL科技产业园有限公司持股70%,海谷州置业持股30%。恰恰在2018年1月12日时,TCL集团才将其持有的深圳TCL房地产公司70%股权,转入TCL科技产业园有限公司旗下。而TCL科技产业园有限公司系2017年10月12日由TCL集团出资30亿元注册成立的公司,其经营范围包括:受让地块内的土地开发与土地使用权经营、园区基础设施建设与管理及各类信息咨询等。

换言之,TCL集团将深圳

围等6项条款进行了修订。另外,在此次修订中,TCL将《公司章程》规定的经营范围中“在合法取得的土地上进行房地产开发经营”一项去除了。

就经营范围做此调整的原因,TCL集团证券事务部的一名负责人告诉《中国经营报》记者,此次《公司章程》修订中经营范围的调整主要与公司当前的发展战略和方向有关。

TCL房地产公司由直接控股的子公司变为间接控股的孙公司。

值得注意的是,TCL集团董事长、CEO李东生曾公开宣称,“2017年我们做了一些减法,我们承诺过2018年底集团直接管理的二级机构将从2016年底的50多家减到不到30家,我们会逐步剥离重组一些非核心业务。”

如此看来,在TCL集团这轮剥离重组计划中,其房地产业务成为其“试金石”。而在新修订的《公司章程》,经营范围剔除“在合法取得的土地上进行房地产开发经营”一项,也成为其业务剥离动作的最后一项。

上述TCL集团证券事务部负责人在接受记者采访时也表示,“公司在逐渐剥离非核心业务,所以房地产也从公司的主营业务里剔除掉了。”

房地产并无想象中的美?

事实上,除TCL集团外,家电企业对房地产业务的触及由来已久,包括青岛海尔股份有限公司(600690.SH,以下简称“海尔集团”)、美的集团股份有限公司(000333.SZ,以下简称“美的集团”)、四川长虹电器股份有限公司(600839.SH,以下简称“四川长虹”)等家电企业此前早有布局。

公开资料显示,海尔集团早在2002年就成立了海尔地产,并在2009年更名为“青岛海尔地产集团有限公司”,专业从事房地产投资、开发和经营。海尔地产集团最初投资开发的地产项目主要集中于青岛,后将业务拓展至济南、太原、重庆、合肥、南京等十几座大中型城市。据克而瑞地产研究发布的“2017年度中国房地产企业销售TOP200排行榜”数据显示,2017年海尔地产的销售面积为130.3万方,销售金额达到198.1亿元。

相比海尔集团在房地产领域的先发优势,成立于2005年的美的地产集团可谓是后起之秀。背靠美的集团,美的地产凭借品牌优势和信用优势,2010年便走出总部区域广东省,业务拓展至江苏、湖南、贵州、辽宁、河北、浙江、江西、云南等九大区域。

据克而瑞统计,美的地产2017年销售额为450.1亿元,行业排名为41名。而在2015年,美的地产的销售额仅仅是115.4亿元,排在87名。实际上,近年来美的地产的业绩增长迅速。美的地产在2017年12月29

大佬热议 AWE

中国轻工业联合会会长 张崇和

当前中国家电行业在成本、质量、研发方面领先国际同行,优势明显,也存在潜在的风险。新一轮技术革命蓬勃发展,人工智能、大数据、云计算、物联网广泛应用,对家电未来发展产生深远的影响,提出巨大的挑战。

中国家电延续优势难度加大,必须居安思危、突破自我、创新求变,以更大的产业竞争力在世界家电业潮头站稳脚跟。

中国家用电器协会理事长 姜凤

没有创新,无法引领未来,中国家电业必须勇于突破固有的边界,以更加开放的理念,更加包容的胸怀,更加进取的精神,实现思维、意识和方法上的多维度跨界。

著名财经学者、作家 吴晓波

制造业和服务业之间的界限已经被彻底打破,所谓的硬件生产和软件的界限已经变得非常地模糊。让利润跟成本脱钩只有两条路径,一是让产品长得更好看,提高颜值,二是让你的硬件产生溢价能力。

2018年中国地区的创业热会降温。因为互联网工具运用的创新浪潮已经结束了,2018年开始所有的创业会回到商品本身,回到制造业本身。在大规模的中国制造基础上很可能衍生出很多小的创业者,跟大规模的制造工厂形成结构性的关系。

未来几年内中国制造的主体市场很可能是中欧地区和北欧地区,再过三五年是西欧地区和美国地区。未来整个中国制造的全球化不再是制造能力,而是品牌能力和营销能力的比拼。

本报记者向炎涛整理

日公布的数据显示,公司2017年业绩突破500亿元,同比增长139%。在飘红的业绩推动下,美的地产也开始筹备上市计划。美的地产总裁赫利乐此前在接受媒体采访时称,美的地产的香港上市计划已经列入计划表。

不同于上述为发展房地产业务专门在上市公司体系外成立子公司的家电企业,四川长虹在2005年成立长虹置业有限公司(以下简称“长虹置业”)时,就将其纳入了上市公司四川长虹之中。长虹置业以其大本营四川绵阳为起点,旗下拥有6家子公司。据四川长虹2017年半年报数据显示,2017年上半年,四川长虹的房地产业务实现营收3亿元,受商业项目结算时点的影响,房地产业务利润同比减少2.02亿元。

对于家电企业纷纷布局房地产业的偏好,家电行业观察人士洪仕斌分析认为,主要基于两个原因。第一,房地产一度属于热门行业,因此其他行业的闲余资金也会进入到地产板块。其次,家电与房地产属于密切关联的上下游业务链,所以家电企业对房地产的价值链也更为了解。

尽管家电企业相对对外行更熟悉房地产业务,但进军房地产之路并非坦途。

在洪仕斌看来,“TCL现在开始在剥离房地产业务,与家电行业现在的竞争态势有关,家电企业需要斩断一些非关联的非核心业务,主攻核心业务。此外,房地产业的调控收紧的政策环境也有一定的影响。”