

# 中国家电企业“走出去”步伐加快

## 家电品牌已基本脱离单纯的代工时代

记者 石飞月

近日,海信电器发布公告称,海信集团有限公司在斯洛文尼亚家电企业 Gorenje 的竞购中取胜,这也意味着中国家电企业的出海之路再进一步。如今国内家电市场趋于饱和,为了寻求新的增长点,企业必须加快全球化的进程,但同时,中国家电企业的综合实力还需进一步提升,且需时时提防反倾销等不利因素,才能彻底改变家电格局。

工时代,自主设计开发成为行业主流。同时,在“一带一路”倡议带来的机遇下,中国家电品牌进一步将海外市场作为布局重心,并提升自己的本地化运营能力。如今,中国在全球市场已经稳居家电大国地位。

### 海外收购再下一城

有报道称,海信、海尔、合肥美菱之前同时竞标一家斯洛文尼亚的家电厂商 Gorenje,在激烈的竞争过后,海信以约 2.93 亿欧元的最高报价取胜,将在 15 天内宣布收购 Gorenje。海信 2.93 亿欧元的报价,是在海信收购 Gorenje 股份至少 50% 的条件下提供的。Gorenje 的最大股东包括占股 11.8% 的国际金融公司和 10.7% 的日本松下电器公司。

随后海信电器确认了收购的消息,不过,参与约束性竞购报价的主体是该公司的控股股东海信集团有限公司,并非海信电器。

资料显示,Gorenje 于 1950 年成立,是斯洛文尼亚最大的出口商之一,市值约 1.54 亿欧元(约合 1.82 亿美元)。该公司在去年曾表示,正在寻求一个战略合作伙伴来提高成本效率,扩大品牌知名度。

产业观察家洪仕斌指出,借助 Gorenje,可以打通海信向欧洲其他国家的渗透渠道。自 Gorenje 成立以来,该公司不断通过多品牌和多渠道的方式向其他国家扩张。截至目前,Gorenje 旗下共有 Gorenje、Mora、Atag、Pelgrim、Etna、Krting 和 Sidex 七个品牌。在渠道扩张方面,Gorenje 集团目前包括 83 家公司,其中 59 家位于斯洛文尼亚境外,产品遍布 70

多个国家。

### 自主设计取代贴牌

近几年,中国家电企业加大了在海外市场的渗透,收购外企就是其中一种重要方式。2015 年,创维收购了德国电视制造厂商美兹的 TV 业务,海信收购了夏普在墨西哥的生产线;2016 年,海尔以 55 亿美元的价格收购了世界顶级家电企业通用电气,之后美的进行了 3 项对外收购。

家电企业加大海外渗透,一方面是因为全球化的趋势,另一方面则是由于国内市场趋于饱和。根据中怡康发布的 2018 年前两个月的国内彩电市场销量情况,今年前两个月彩电市场规模和利润双双下降,在销量方面前两个月下滑 3.1%,销售额方面也下滑 1.4%。

在出海这条路上,中国家电企业经历了从贴牌代工到自主品牌的转变过程。在 20 世纪 90 年代,很多国际著名的家电跨国公司将生产转移到中国,使得中国成为全球家电生产的“大车间”。通过贴牌生产,中国家电业的经营规模得到了迅速扩大,中国家电出口年平均增长幅度为 47%。但贴牌生产并不是长久之计,这一方法也曾给中国家电企业带来了沉痛的教训。

近几年来,中国家电品牌已经基本脱离单纯的代

### 综合实力尚需加强

随着中国家电企业的崛起,欧系、美系和日系这些曾经的家电企业开始衰退,尤其是日本家电企业。融合网 CEO 吴纯勇指出,整体来说,世界家电产业格局继续生变,持续东进,欧美日韩中的格局正在悄然变为中韩主导,中国企业不只在本土市场,还在全球市场开启了一轮持续收获期,以海尔、格力、TCL 等为主的中国企业开始主导世界家电产业的发展方向和竞争格局。

不过,在家电产业发展的过程中,中国企业还没有做到极致。洪仕斌指出,当前全球一体化是大趋势,在此背景下,中国家电企业要想征战全球仅仅只拥有“一定的”综合实力还是远远不够的,想走得更远、飞得更高,还需要再进一步加强自身的综合实力,毕竟国外市场与国内市场环境不同、政策不同,所面临的诸多挑战也是未知的,要拥有“非常强大”的综合制造实力、推广能力、产品实力等才能够在世界舞台上发光发热。

“国际市场和国内本土市场有一个很大的差别,国际市场重技术,国内市场重价格。”洪仕斌说。正是因为这种理念的差异,国际化的路线备受挫折。中国家电企业要想走出国外,并站稳脚跟,亟须转变发展理念,走一条自主品牌之路,坚守技术、创新、改革,通过产品本地化研发、服务与制造信息化应用等方式,增强中国家电制造品牌的综合实力。



### 身边的这些美食渝企(十)

## 佳仙味精：“用佳仙 味道鲜”

在重庆,老百姓都知道一句朗朗上口的广告词——“用佳仙,味道鲜”。所谓的“佳仙”指的就是重庆佳仙食品有限公司。做品牌一定要舍得投入,为了使佳仙味精形成品牌效应,重庆佳仙食品有限公司曾坚持在 9 年时间里,用同一句广告词来宣传企业产品,打造自己的知名品牌。

重庆佳仙食品有限公司的前身为重庆佳仙味精厂。自 1998 年成立以来,重庆佳仙味精厂用睿智和汗水书写了辉煌的创业史,留下了坚实的足迹。本着“不断创新、创造卓越”的经营理念,重庆佳仙食品有限公司斥巨资引进国外先进设备,利用国际先进技术,研制新配方,开发出安全、健康的产品,并先后推出了佳仙小米辣、佳仙酸菜鱼调料、佳仙卤料等不同类型的系列调味品。在产品做强的同时,重庆佳仙食品有限公司也不断加强品牌建设,率先将宣传方式转向了电视广告的投放上。

“味精是一个消费忠诚度很高的产品,在这个行业中,品牌就是第一生命力。”重庆佳仙食品有限公司总经理余加义说道。在他的带领下,重庆佳仙食品有限公司成功地走出了一条智慧创业之



图片由受访企业提供

路,从小到大,由弱到强,成为了一个在食品行业领域内多元化发展的综合型企业。如今,它已具备年产值上亿的生产能力,成为了重庆本土最知名的味精品牌之一。(本报综合)



小陈说法

咨询热线:63659839

### 股份有限公司的设立方式有哪几种

问:股份有限公司的设立方式有哪几种?

小陈:股份有限公司设立有两种方式:发起设立和募集设立。发起设立,即设立公司时,公司首次发行的股份由发起人全部认足,而不再向社会公众公开募集。这种设立形式中,全体发起人认购的股本总额,就是公司进行设立登记时的注册资本总额。募集设立,即公司设立时,发起人不认足公司首次发行的股份总数,只认购其中的一部分,其余部分公开向社会公众募集或向特定对象募集。

以发起设立方式设立股份有限公司的,发起人应当书面认足公司章程规定其认购的股份,并按照公司章程规定缴纳出资。以非货币财产出资的,应当依法办理其财产权的转移手续。以募集设立方式设立股份有限公司的,发起人认购的股份不得少于公司股份总数的百分之三十五;但是,法律、行政法规另有规定的,从其规定。此外,需要注意的是设立股份有限公司,应当有二人以上二百人以下为发起人,且其中须有半数以上的发起人在中国境内有住所。