

# 拥抱康佳的新飞，能否重新插上翅膀？

本报记者 马奕

2018年6月29日，康佳集团以4.55亿元于淘宝竞拍获得新飞三公司，即河南新飞电器有限公司、河南新飞家电有限公司、河南新飞制冷器具有限公司100%股权，价格仅为底价上浮500万元。8月28日，新飞宣布正式复产。

不久前，新飞发布重振目标，提到“在2019年起的三年内，新飞冰箱、冷柜的产销量突破300万台，回到行业第一阵营的地位”，引发业界争论。在外界看来，几经折腾之后，新飞的生产经营虽然已初步驶入正轨，但距离恢复元气尚需时间。

新飞希望借助康佳重回巅峰，康佳则希望通过新飞迅速扩展白电业务，不过在呈现寡头竞争局面，品牌格局已经固化的冰箱行业，实现新飞和康佳期盼中的“双赢”并非一句口号那么简单。



新飞发布重振目标，2019年起三年内，新飞冰箱、冷柜的产销量预计突破300万台，重回行业第一阵营。

## 重新瞄准第一阵营

新飞曾经是一个非常响亮的品牌，与海尔、容声、美菱并称为冰箱界的“四朵金花”，并一度创下辉煌战绩。1994年和2005年，新加坡丰隆集团先后两次收购新飞电器的股份，并控制了新飞90%的股份，令新飞摇身一变成为一家外资企业。新飞与丰隆集团实现合资后，逐渐将

其股权和经营管理权转让给后者，而后者被指经营不善。在外资全面接管新飞的几年间，新飞的业绩急转直下，自2017年11月起，新飞因面临业绩和资金压力，工厂大门紧闭、车间停产、仓库贴封，其品牌价值也逐渐跌落至谷底。

2018年6月28日，新飞旗下三

家公司新飞电器、新飞家电、新飞制冷器具的全部股权开始进行公开拍卖，起拍价为4.5亿元。6月29日，康佳集团以4.55亿元竞拍成功，获得了新飞三家公司全部股权，价格仅为底价上浮500万元。8月28日，新飞宣布正式复产。

11月22日，新飞举办2019全

球客户合作伙伴大会，称其生产经营业务已经步入正轨。根据新飞对外发布的重振目标，2019年起的三年内，新飞冰箱、冷柜的产销量预计突破300万台，回到行业第一阵营的地位，同时开拓空调、洗衣机品牌，从而打造企业经营的多元化竞争力。

康佳和新飞二者有较强的互补性。这种互补性，表现在地域范围、家电品类和经营管理能力等方面。

## 新飞有底气？

奥维云网副总裁郭梅德告诉记者，新飞在市场上还是有一定的“底气”，“新飞在河南及周边省份有较强的渠道网，同时建立了较为强大的用户基础，十年后这批复购的用户仍然是新飞的重要消费群体”。

郭梅德认为，作为国企和上市公司，康佳有一定的实力重启新飞。在资金方面，未来三年内将有超过1个亿的费用用于研发方向的投入；康佳也在组织专业的管理团队，重新招聘管理、研发、销售人员。此外，康佳彩电业务目前的盈

利能力弱于白电产业，康佳也希望借助收购新飞扩展白电业务规模，提升整体盈利能力。

北京中怡康时代市场研究有限公司白电事业部副总经理王宏吉在接受《中国电子报》记者采访时表示：“新飞提出三年内，使冰箱、冷柜业务回到行业第一阵营的地位，是一个中长期战略目标。”

王宏吉认为，康佳和新飞二者有较强的互补性。这种互补性，表现在地域范围、家电生产品类和经营管理能力等方面。“新飞的影响力主

要在三、四级市场，有一定的市场定价权。康佳接手新飞，有利于双方共摊成本，还可以盘活建立起配套体系和上下游供应链体系，形成营销链条中的品类协同和渠道协同。”

新飞公司相关负责人在接受《中国电子报》采访时表示，在产品规划方面，新飞将力求稳健务实，以制冷为圆心扩充品类，2019年将开拓空调、洗衣机品牌，从而打造企业经营的多元化竞争力。未来三年，新飞电器的产品布局将以智能、健康、物联网为发展方向，并计划在产品

研发方面投入1亿元以上，力争通过两年的持续投入，使新飞产品达到国内一流水准，继续深挖核心技术潜力，提升产品技术水准，开创行业空白。

新飞公司董事长张中俊表示，对于未来的新飞，定位已经非常明确，一是保持新飞的相对独立运营，二是实施“康佳白电+新飞电器”的双品牌协同运作策略，三是适时推动新飞的资本化运作，公司已经投入专项市场基金，用于渠道的恢复和开拓两项工作。

在如今冰箱市场格局相对固化，品牌格局呈现寡头化的背景下，新飞想要重新“起飞”将遭遇多重挑战。

## 面临多重挑战

不过在如今冰箱市场格局相对固化，品牌格局呈现寡头化的背景下，新飞想要重新“起飞”的将遭遇多重挑战。

从现有冰箱市场的品牌格局来看，海尔独占鳌头，美的、海信系、西门子紧随其后，行业TOP5品牌集中度高达77.6%，且马太效应逐年加剧。

根据北京中怡康时代市场研究有限公司提供的数据，目前处在冰箱产品第一阵营中的海尔、西门子和美的三大品牌，2017年零售额所占市场份额分别为31.6%、12.8%和

10.3%，新飞仅占1.6%，2018年前11个月，三大品牌的市场份额依次为35.3%、11.5%和10.8%，而遭遇重大变故的新飞仅占0.3%，已经跌出行业前十名。对于如此大的差距，有业内人士指出，新飞短时间“重回第一阵营”的目标显然不切实际。

家电行业分析师刘步尘认为，家电行业分析师刘步尘认为，恢复生产不能等同于恢复市场，如今消费升级和智能化时代已经到来，家电行业竞争日趋激烈，长久处于第一阵营的企业奋力奔跑尚且不能放松，跌倒后已在地球上坐了一会儿的新飞，发力

追赶第一阵营的难度显然不小。这主要有三个方面的原因，一是新飞的品牌力不足，如今的新飞已经没落到第三阵营，不为年轻人所接受；二是技术创新能力不足，多年来在产品研发和技术创新方面停滞不前，这对于家电品牌来说是致命的；三是开拓渠道和注入资金的能力不足，本就不属第一阵营的康佳在接手后，不具备激活新飞的强动能。

郭梅德指出，新飞在重启后将面临双重挑战。从外部来讲，冰箱市场已经不是十年前的局面，当前冰箱市场无论是线上线下的竞争格局、产品

技术的更迭和用户需求的变化都发生了较大的变化；从内部来讲，新飞品牌、渠道、生产制造和产品研发都面临重启，且与康佳双品牌运作的过程中仍需要磨合。“新飞的当务之急是回到消费者的视野里，激活原有的品牌影响力。”他说。

显然，对于新飞而言，虽然康佳收购得以重生，逐步恢复生产，但由于长期落后于行业第一阵营并已停产多时，短时间内恢复产能并非易事。提出发展目标固然重要，但当务之急还是从产品做起，重新赢得市场和消费者认可。

## TCL集团将转型为科技企业

本报讯 在1月3日公司召开的重大资产重组说明会上，TCL集团董事长李东生表示，此次资产出售，TCL集团将从一家家电企业变成科技企业。公司资产结构进一步优化，盈利能力提升。同时，重组将加速公司面板产业发展，通过下一代新型显示技术和材料的开发，提升公司高阶产品的核心竞争力。

TCL集团董秘廖骞在说明会上介绍，截至2018年6月30日，TCL集团资产总计和负债合计分别为1699.16亿元和1122.38亿元。

如果按照重组后计算，截至2018年6月30日，TCL集团资产总计和负债合计则分别为1455.71亿元和904.33亿元。盈利方面，2017年TCL集团归母净利润为26.64亿元；重组后，2017年归母净利润将达到44.22亿元。此次资产重组后，上市公司资产结构进一步优化，盈利能力得以提升。

对于此次资产重组的意义，廖骞指出，一是专注半导体显示及材料业务，通过下一代新型显示技术

和材料的开发，建立起公司高阶产品的核心竞争力，发挥产线区域集

聚的规模优势，并寻求核心业务领域的并购重组机会；二是发挥产融结合协同优势，通过产业链金融为圈内企业提供各项金融服务，利用溢余资本创收增益，平衡半导体显示行业市场周期波动的影响；三是公司回收47.60亿元现金，并置出5万多名员工和150亿元有息负债。主要财务指标得到不同程度的改善，盈利能力和服务回报得以增强；四是华星光电相比竞争对手客户集中度偏高，器件业务与终端业务区隔后，能扫清其他品牌战略客户顾虑，客户均衡度有望得

以改善。

对于市场关注的品牌维护费用的问题，廖骞介绍，重组后，TCL品牌将由上市公司所有，TCL集团和TCL控股共同使用。如标的资产新增使用TCL品牌的产品种类，需得到TCL集团同意。公司此前公告称，本次交易完成后，在TCL控股已对标的资产使用的相关TCL商标的广告投放等事项投入费用的情况下，TCL集团将不会额外对该等与标的资产使用的相关TCL商标维护、推广及管理等事项投入费用。

## DxOMark年度总榜发布 31款智能手机评测结果出炉

本报讯 1月4日，全球权威影像质量评测机构DxOMark发布了《A recap of 2018 and best wishes for the new year!》，对2018年所评测的智能手机作了年度总结。2018年，DxOMark共发布了对31款智能手机的评测，覆盖高中低端产品线。

2018年各大手机厂商推出的智能手机在拍照方面提升非常巨大。DxOMark谈到了首次有设备的评分突破100分，搭载高端摄像头的产品在所有测试子类别中都取得了进步。文章最亮眼的要数DxOMark公布的三个年度排行

榜，包括总评、拍照评分、视频评分三项。

在总评排行榜中，后置徕卡三摄的华为P20 Pro傲视群雄，稳坐榜首。总评榜单前六均为双摄，依次为华为P20 Pro、iPhone XS Max、HTC U12+、三星Note9、小米MIX3以及华为P20，最强大的单摄手机谷歌Pixel3仅排名第7。

在拍照榜单中，排名前三的手机依次为华为P20 Pro、iPhone XS Max、小米MIX3。而在视频榜单中，榜单前三居然有两款都是单摄，谷歌Pixel3荣登榜首，成为最佳视频拍摄手机。

（文 编）

## 华为2018年智能手机出货量突破2亿台

本报讯 华为昨日公布了一份重量级的“2018年华为消费者BG成绩单”，从智能手机、服务、收入、获奖、生态、云服务、品牌七个方面，全方位展现了华为消费者业务在2018年所取得的各项成就，其中最引人瞩目的当属“智能手机”。

2018年，华为智能手机发货量只有300万台，2018年一举突破2亿台，增长约66倍。全球市场份额，平均收入增长超过70%，荣耀品牌海外收入猛增180%。华为P20 Pro正式登陆日本第一大运营商NTT DoCoMo。

（文 编）

## Vuzix发布消费者版本AR眼镜

本报讯 Vuzix AR眼镜继去年发布企业版Blade（一款类似于传统太阳镜的增强现实智能眼镜）之后，Vuzix确认其消费型号的发布日期和定价。消费者版本在以前被称为“Blade General”，Blade的零售版本现已接受预订，售价为1000美元，并在4-6周内发货。

与某些AR耳机竞争对手不同，Blade不是完全独立运营，而是依靠Android手机或iPhone进行数据服务。佩戴者可以通过他们的镜头看到现实世界，增加了矩形波导显示器，可以产生明亮的浮动彩色图像，易于查看。

该屏幕使用户能够查看电子邮件

（文 编）

## Pico推出新款4K VR一体机

本报讯 Pico的新款VR一体机是其去年8月份发布的Goblin 2 VR一体机的4K版本，采用了与Oculus Quest相同的骁龙835芯片组，配备4G内存和32GB存储空间，总重量约278克，支持Pico自己的应用商店以及HTC的Viveport M应用商店。

该款全新VR一体机是一款企业级的设备，拥有3DoF的追踪功能。Pico CEO周宏伟在声明中表示，Pico目前认为VR的企业市场比消费者市场拥有“更多尚未开发的潜力”，“VR和AR的使用案例是无限的，我们的目标

是通过Pico G2以及Pico G2 4K VR一体机来帮助企业实现这一目标”。

Pico G2 4K将主要以企业客户为中心，其包含了Kiosk模式，可以让该款一体机运行单一的应用，以便在CES这样的展会中使用。G2 4K同时加入了无控制器运行的选项，一些适合的应用可以开启这一功能。本周早些时候Oculus Go也宣布将提供类似的功能。

Pico G2 4K的价格尚未公布，在美国的发布日期定于2019年第一季度。

（文 编）

## 2018年11月洗碗机线下市场量额齐涨

本报讯 根据中怡康数据显示，2018年11月洗碗机线下市场量额保持上升，整体市场零售额同比上涨32.7%，零售量同比上涨23.2%，数据上看出目前消费者对洗碗机接受度在逐渐提高。

品牌方面华帝、博世和樱花量额涨幅均大于100%。

零售额方面，市场Top10品牌中，仅德意处于同比下降状态，其降幅高达32.9%。

零售量方面，Top10品牌中美的、海尔和德意处于同比下降状态，降幅分别达到了4.3%、8.5%和25.9%。

从数据上可以看出，目前市场整体向好发展，随着人们生活品质

的提高，洗碗机也成了提升品质的重要电器。

产品结构方面来看，目前主力销售产品为嵌入式洗碗机。

售价方面，目前洗碗机市场整体均价在6000元左右，博世的均价最高，在1万元以上，可以看到整体市场高端化程度很高，未来一段时间还将保持洗碗机市场高端化状态。

品牌份额方面，零售额Top3品牌为西门子、方太和老板，占比分别为48.2%、34.1%和7.0%，合计接近90%；零售量Top3品牌依旧为西门子、方太和美的，占比分别达到49.3%、27.9%和10.7%，合计超过85%。

（文 编）