

美的整合旗下白电 与海尔、海信科龙形成“三分天下”

5月21日，证监会上市公司并购重组审核委员会2010年第16次会议，无锡小天鹅股份有限公司非公开发行及重大资产重组申请获有条件通过。这是继2009年12月1日，青岛海尔资产重组以及2010年3月26日海信科龙收购海信空调旗下冰箱、空调、模具等白色家电资产后，白电行业版图也愈加清晰，至此，美的白电系、海信科龙系、海尔系，白电行业三大寡头格局初现。

本报记者 朱江华

解决同行业之间竞争

一向竞争激烈的中国白电市场，在2010年上半年出现“地震”。3月26日海信科龙发布公告称，已收到中国证监会正式批复，核准收购对方旗下冰箱、空调和模具等白色家电资产，以解决与海信集团之间的同业竞争问题。至此，海信科龙拥有“海信”、“容声”及“科龙”三个空调冰箱品牌。

5月19日，美的电器小天鹅同时发布公告称，中国证监会上市公司并购重组审核委员会将于5月21日审核公司重大资产重组事项。

审核通过后荣事达将成为小天鹅的控股子公司，小天鹅将拥有“小天鹅”、“荣事达”及“美的”三个洗衣机品牌，形成“高中低”端产品齐全的业务线，并可以有效地解决同业竞争问题。

而在之前，2009年12月1日，海尔集团A股上市公司青岛海尔和H股上市公司海尔电器同时发布公告称，青岛海尔已就受让海尔集团所持海尔电器31.93%的股份达成初步一致性意见。如完成本次交易，青岛海尔将持有海尔电器51.31%的股份。

据记者了解，以前因为存在同业竞争，海信科龙系、美的系内各白电板块间存在一套独立的财务系统，双方在原材料采购、生产制造、市场推广等方面也是分开操作，尤其是涉及关联交易的时候，需要经过层层审批才能开展工作，

这些因素极大地增加了公司的运营成本，也制约了运营效率的提升。

海信科龙总裁周小天指出，此次海信科龙成功收购海信白电资产，有助于在新的统一平台上发力，除上述问题会得到彻底解决外，还将产生1+1>2的聚合效应。

想抢第几把交椅？

2010年，随着美的、海尔、海信科龙等白电巨头整合力度不断加大，这些家电巨头均已告别了原来单一产品线的布局，正在加速构建以空调、冰箱、洗衣机为主体的大型白电产业集团。

按照海信科龙总裁周小天整合后的发展战略规划，三五年之后，其冰箱市场份额要达到国内第一、全球两强；空调要确保行业前三的位置，成为我国乃至全球白电行业的领军者。

公开资料显示，目前排名行业第二和第三的小天鹅、荣事达再加上美的，整个“美的系”在国内洗衣机市场的总体份额已接近20%，对市场多年来的洗衣机“老大”已形成了实质性挑战。小天鹅股份有限公司总经理柴新建在接受记者采访时表示，规划三个品牌的洗衣机业务规模今年将突破1000万台，力争在三年时间内重拾行业第一的地位。

长久以来，中国白电市场一直由海尔、容声、海信、美菱等国内品牌分食天下，鲜见外资及国际巨头西门子、夏普等的身影。海尔是中

国最早的白电企业，中国500强企业之一，在全球多个国家拥有自己的企业，其产品远销世界120多个国家，海尔冰箱、海尔洗衣机分别以10.4%与8.4%的全球市场占有率，在行业中均排名第一。中国电子商会副秘书长陆刃波断言，“中国白电市场即将重新洗牌”。

“未来的趋势将是‘三分天下’。”谈到中国白电市场的未来之路，陆刃波预测，未来还有更多的家电品牌会从市场上消失，这可能就是那些做单一产品的企业。原来一对一的产品对抗演变为多对一的产业对抗，白电集团可以用整个集团的优势与单品类企业进行竞争，这样集团军作战的规模效应就会显现。这意味着国内家电企业的寡头时代将真正来临。

“三分天下”能否打破？

2010年，中国白电市场已从“群雄逐鹿”过渡到“三分天下”，从最新的中怡康调查数字显示，海尔系、美的系、海信科龙系，这三家厂商，总共占据了70%以上的国内市场，成了名副其实的“三大寡头”。在三强中，海尔系作为老牌白电企业，技术纯熟精湛、经验丰富。美的系则善于用进攻营销的理念做市场，不仅拥有最前沿的白电技术，其永久营销策略，也迷倒了无数消费者。海信科龙系作为国内老牌的白电厂商，研发能力出众，产品体验性好。深受国内用户喜爱。那么从评测角度来看，三大寡头谁更出众呢？

海尔通过合并，增强青岛海尔盈利能力，并将其市值放大至接近400亿元。青岛海尔下一步则有可能再装入海尔集团其他优质白电资产（如中央空调业务），而海尔电器这个资源则极有可能用作他用（将其他业务包装上市）。从而让“青岛海尔成为海尔集团的白电旗舰”这一战略终于变成现实。

目前荣事达洗衣机拥有800万台波轮洗衣机的生产能力，小天鹅与荣事达的业务整合，小天鹅的洗衣机生产能力将获得大幅提升，合并后市场占有率为18%，显著拉开与其他品牌的差距。

重组后的海信科龙的空调年产量规模将超过350万套，冰箱产销规模达到600万台。然而海信科龙在在整合后的苦心经营，已见成效。如今，中国重点城市，海信科龙的产品已达到市场第一或第二的优势地位，海信科龙品牌认知度已高达70%以上，市场上的科龙空调容声冰箱、海信空调和冰箱产品覆盖了从高档到主流的各个档次和细分。

周小天对记者说：“经过努力，在中国白电市场，‘海信科龙’已经开遍每个角落，创造了在中国市场的销售神话！”

对于新一轮的白电市场商战，中国电子商会副秘书长陆刃波认为，对于家电这种竞争性行业而言，此消彼长是一种常态，难分伯仲，很难断定最后的赢家是谁。

近日，中国彩电巨头创维集团分别与央视国际网络有限公司、上海文广子公司百视通网络及浙江华数传媒网络有限公司达成战略合作协议，成为有合法资质的互联网电视(IPTV)商业模式运营商，也是创维酷开LED互联网解决方案的再次升级，使其内容服务支持模式再次进行海量扩张和丰富。同时，创维最近热销的酷开高清一体机，不用机顶盒，直接看高清频道，成为众多球迷爱好者的首选。

晚报记者 朱江华

创维与IPTV运营商战略合作

用酷开高清一体机直接看世界杯

IPTV运营商看好创维酷开LED

去年8月广电总局曾下发禁令，使互联网电视一度陷入停滞。今年3月，央视国际、上海文广以及华数传媒首批获颁互联网电视集成业务牌照。按照相关规定，为了保证提供给用户合法视频，我国互联网电视制造商必须与拥有互联网电视集成业务牌照商进行合作。

央视国际网络有限公司(CNTV)、上海文广子公司百视通网络及浙江华数传媒网络有限公司等三家IPTV运营商是负责互联网和新媒体运营的机构，各种运营资质最完善的新媒体运营机构，拥有极为丰富的视音频节目资源，拥有免费新闻资讯、影视剧视听业务等主

要业务内容和世博、世界杯和NBA等特色内容资源，能通过创维酷开LED的庞大用户群，激活超过百万以上的用户数。

在互联网内容服务方面，创维酷开多媒体娱乐电视的内容服务表现其实一直都相当出色，其优先的用户认知度和用户数量为IPTV运营商增强了业务合作开发的信心。创维从2007年起筹建了电视门户网-酷开娱乐网，通过购买版权、与迅雷看看等视频网站进行战略合作等形式，为创维酷开产品用户一直源源不断的提供海量的音视频资源，已经拥有近1000万的酷开用户。

酷开LED内容服务再升级，直接看高清世界杯

按照国家广电总部的要求，创维酷开网络电视率先成为有合法资质的互联网电视(IPTV)商业模式运营商。创维集团产品管理部叶文鑫先生表示，新一代创维酷开LED多媒体娱乐电视将在国家相关法规的指导下，充分运用IPTV运营商的海量内容资源，不断优化和进一步完善创维酷开娱乐系统，争取为用户带来增加优越的互联网多媒体内容增值服务。

创维酷开LED多媒体娱乐电视为创维旗下最核心的产品，该系列产品又细分为酷开高清一体机、酷开网络电视、酷开3D电视等产品类别，主要基于本地酷开和网络酷开两大平台

构建了丰富的电视应用服务功能，集合了电视网、互联网、流媒体等多媒体娱乐解决方案，能让用户轻松实现视频聊天、在线看电影、在家K歌等多种数字娱乐。

随着世界杯的临近，人们对电视的关注也迅速升温，一台高清的LED电视是享受世界杯的首选。创维最近主推的酷开高清一体机，内置单芯片，是国内率先应用ALL-HD系统全高清的LED电视，用户只需要插入各地相匹配的CA卡，不用机顶盒，就可以直接看高清频道。酷开LED是目前国内唯一单芯片、多地广电授权的LED电视。今年世界杯抱一台酷开高清一体机回家直接看高清频道，是个顶级享受！

Skyworth 创维 健康美妙生活

酷开LED 多媒体娱乐电视

买大LED 看大赛事

选创维酷开LED 周杰伦邀您共赏高清世界杯



酷开网络电视 LED10系列

酷开网络电视 E60系列

酷开高清一体机 E80系列

酷开E80/LED10/E60

46英寸酷开LED

7999元

购买酷开E80/LED10指定型号赠送“周杰伦亲笔签名”CD

活动时间：5月29日-30日

咨询电话：66613503 活动地点：市区各大家电卖场创维专柜

本活动最终解释权归创维公司所有