

3C周刊

飞利浦拟 30 亿美元出售家电业务
想卖出并不容易

荷兰皇家飞利浦公司正通过剥离相关非核心业务不断“瘦身”,从而专注于医疗保健设备制造。剥离家电业务是该计划的一部分。近期,飞利浦宣布出售家电业务,拟转让挂烫机/电熨斗、吸尘器、咖啡机/空气炸锅等为代表的厨房小家电系列以及空气净化器等产品业务,但未包含剃须刀、电动牙刷等明星产品线。飞利浦选择高盛集团和摩根大通来负责交易,价格可能超过 30 亿美元,预计将需要 12 到 18 个月的时间完成交易。

■新快报记者 陈学东

未含剃须刀、电动牙刷
等明星产品线

剥离家电业务是飞利浦专注于医疗保健设备制造这一计划的一部分。“家用电器业务近年来表现显著改善,但和飞利浦作为健康科技领导者的战略不匹配,因此考虑为这块业务寻找一个好的归宿。”飞利浦 CEO Frans van Houten 表示。

继 2011 年将在华电视业务出让给冠捷科技有限公司后,飞利浦进一步剥离其家电业务。

近期,飞利浦官方宣布拟转让其饮品电器、厨房电器、熨烫和清洁电器,以及空气处理电器等家用电器业务。其中,饮品电器包括咖啡机、电水壶、榨汁机;厨房电器包括电饭锅、空气炸锅、搅拌机、面条机、面包机、压力锅等;熨烫和清洁电器包括电熨斗、挂烫机、吸尘器;空气处理电器包括空气净化器、空气加湿器、空调扇、空调等。

据知情人士透露,飞利浦已经选择高盛集团和摩根大通来负责出售其家电业务的交易,价格可能超过 30 亿美元(约合人民币 209 亿元),出售事宜定于 2020 年中左右开始。目前,包括中国家电制造商在内的亚洲买家以及私募股权公司、欧洲企业对于此笔业务出售有意向。

而对于飞利浦而言,出售家电业务,与其多年来进行的战略转型——聚焦医疗保健核心业务有直接关系。当前,医疗保健业务是其发展重心。根据 2019 财年一季报,其医疗保健业务营收占总营收的比例为 66%。

从财报数据看,2019 年,家电业务贡献飞利浦营业收入比重为 11.8%。飞利浦家电业务 2015~2019 财年的营业收入分别为 23 亿、24 亿、23 亿、22 亿、23 亿欧元,收入规模未出现明显增长。根据欧睿国际(Euromonitor)数据,2019 年飞利浦食品加工机、小型烹饪电器、吸尘器、空气炸锅、电熨斗在全球市场的零售额分别为 5%、3%、4%、13%、16%。

值得注意的是,飞利浦此次出售的家用电器业务未包含剃须刀、电动牙刷等明星产品线。公开资料显示,目前,飞利浦旗下有四大业务板块,部分家电业务隶属于健康个护(个人护理)业务板块,该板块包括口腔护理、母婴护理、剃须美容业务。



VCG 供图

中国品牌接手可能性大

飞利浦此次计划出售的业务包括厨房电器、咖啡机、衣物护理电器和家居生活电器等业务。从目前的销售趋势来看,这些业务在全球市场的竞争都很激烈,且并不是蓝海市场。因此,想出售上述业务并非易事。据彭博预计,飞利浦家用电器业务的出售价格可能在 23~33 亿欧元(约合人民币 180 亿~260 亿元)。

想要收购飞利浦家电业务,要具备充足的资金。目前来看,在小家电领域中具备这样资金能力的外资品牌并不多。在小家电领域中,美国的惠而浦,欧洲的伊莱克斯、SEB 集团以及日本的松下在资金方面或具备收购飞利浦家电业务的能力。但有业内人士表示,上述外资品牌自身大多在减少家电业务投入,收购几率并不大。

华泰证券在研报中分析表示,考虑到飞利浦品牌的全球影响力,以及中国家电企业充足的资金储备和优秀的并购整合能力,不排除由中国家电企业并购飞利浦家电业务的可能。国内家电巨头美的或拟接手飞利浦家电业务。对于这一消息,美的集团董秘办公室相关负责人表示“不清楚”,飞利浦中国公关负责人未对这一问题予以回应。

近几年,美的集团在谋求做大做强生活电器业务,同时也将全球化布局作为重要的发展战略之一,其频频出手,发起多项跨国并购。美的集团近日发债 200 亿元的举动更引人遐思。对此,美的集团称,募集的资金将用于满足公司生产经营需要,包括不限于偿还债务、调整债务结构、补充流动资金、项目投资或重要支付等符合国家相关法律法规及政策要求的企业生产经营活动。值得注意的是,其发债规模与飞利浦将出售的家电业务价格相当。由此,包括投资者及业内人士猜测,美的集团融资 200 亿元或为收购飞利浦家电业务储备资金。

光大证券发布研报认为,飞利浦最大的价值在于其全球布局的品牌和渠道,收购飞利浦家电业务是壮大小家电业务规模,成为全球小家电市场主要参与者的捷径。

但与此同时,其认为,飞利浦家电业务要想找到合适的买家恐怕不会太容易。“作为厨房和家居电器全品类覆盖,全球市场布局的品牌,飞利浦家电业务 23 亿欧元的收入体量并不大,核心原因是飞利浦家电业务全球份额并非数一数二,竞争力一般。”

中国大陆面板厂商上月出货量占全球近六成

新快报讯 记者陈学东报道 根据 CINNO Research 月度 LCD TV 液晶电视面板出货报告显示,2020 年 2 月,全球 LCD TV 面板出货量 1964 万片,较 2020 年 1 月环比下降 5.1%,较 2019 年 2 月同比下降 5.6%。由 COVID-19 新冠肺炎疫情导致的物流资源紧张、供应链运行不畅等问题是 2 月 LCD TV 出货下降的主要原因之一。

2019 年底开始,LCD TV 面板价格逐渐止跌并开始反弹。由于新冠肺炎疫情对中韩两国供应链的冲击,短期内进一步加剧了面板供应的紧张,对面板价格回升起到了推波助澜的作用。但另一方面,随着国际疫情扩散持续恶化,致使原本被认为对电视销量至关重要的体育赛事如欧冠、欧洲杯、NBA、E3 2020 等被相继取消或推迟,东京奥运会也面临严重的延期风险,为 2020

年平添了许多变数,需求减少预期或难以支持面板价格后续持续上涨。

随着韩企逐渐退出 LCD TV 市场,以及中国大陆厂商新建产能爬坡逐渐取得成效,根据 CINNO Research 月度 LCD TV 液晶电视面板出货报告显示,以出货量计,2020 年 2 月中国大陆面板厂商已占到总出货量的 59.4%,接近 6 成。华星光电 CSOT 以 18.8%的份额首次成为全球第一大液晶电视面板供应商,京东方 BOE 以 17.4%市场份额排名第二,而惠科 HKC 出货量也增长迅猛,以 13.4%份额位居第三,群创光电 Innolux、三星显示 SDC 以 12.3%、10.5%分列第 4~5 名。

根据 CINNO Research 月度 LCD TV 液晶电视面板出货报告显示,以出货面积计,中国大陆面板厂商占总出货面积占比 56.6%。华星光电 CSOT 同样以

全球Top5液晶电视面板厂商出货量排名

No.	2020.2	Share	2020.1	Share	2019.2	Share
1	CSOT	18.8%	BOE	18.9%	BOE	21.9%
2	BOE	17.4%	CSOT	17.9%	CSOT	14.4%
3	HKC	13.4%	Innolux	14.3%	SDC	13.8%
4	Innolux	12.3%	CEC	10.5%	LGD	13.7%
5	SDC	10.5%	SDC	9.8%	Innolux	13.5%

19.6%的份额夺得第一,京东方 BOE、三星显示 SDC、中电 CEC(含熊猫、彩虹)、乐金显示 LGD 分别以 18.7%、12.6%、10.8%和 10.2%位列第 2~5 位。