从空调市场“掐”到资本市场

格力美的砸近三百亿 争夺A股“回购王”

文/羊城晚报记者 王丹阳 黄婷

图/视觉中国

格力和美的这两大家电巨头争战的硝烟，从空调市场弥漫到了资本战场。5月26日晚间，格力电器发出公告，称公司拟以75亿-150亿元回购股份。这是格力电器自2020年初“混改”完成以来的第三期回购。而这一回购规模，超过今年2月由另一家电巨头美的集团启动上限高达140亿元的股票回购计划的金额，或将刷新A股史上最大单次回购金额纪录。两大巨头以合计近300亿元的单次回购规模争夺“回购王”，也惊呆了股民。

A 格力曾推两期总额120亿元回购计划

根据公告，格力电器拟使用自有资金以集中竞价交易方式回购公司股份，资金总额不低于75亿元（含）且不超过150亿元（含），回购股份价格不超过70元/股，按本次回购资金最高150亿元测算，预计可回购股份数量约为2.14亿股，约占公司目前总股本的3.56%；按本次回购资金最低75亿元测算，预计可回购股份数量约为1.07亿股，约占公司目前总股本的1.78%。回购期限自公司董事会审议通过本次回购方案之日起不超过12个月。

羊城晚报记者梳理发现，2020年“混改”完成后，格力电器曾推出两期总额120亿元的回购计划，用于实施公司股权激励/员工持股计划，截至今年4月30日，已实施的回购总金额约104亿元。

5月17日，格力电器公告称，公司第二期回购股份完成。公司本次回购累计通过回购专用证券账户以集中竞价方式买入公司股份1.01亿股，成交总金额为60.00亿元（不含交易费用）。

此次，格力抛出的第三期回购的总金额如果达到上限150亿元，将相当于其2020年全年净利润的约三分之二。年报显示，2020年，格力电器营收和净利润分别为1681.99亿和221.75亿元，同比下降15.12%和10.21%。截至今年一季度末，格力电器现金及现金等价物余额约为258.68亿元。

B 美的除了回购 何享健还亲自增持

同样频繁回购的还有家电巨头美的集团。数据显示，自2019年以来，美的集团已累计回购198.76亿元股份。今年2月，美的集团启动上限高达140亿元的股票回购计划，当时被称为“A股史上最大的回购”，目前已完成一轮总金额约为86.64亿元的回购。并在5月10日推出第二轮不超过50亿元的回购计划。

除了频繁回购，美的创始人何享健还亲自增持。5月21日晚间，美的集团公告称，公司控股股东美的控股一致行动人何享健计划在6个月内，以自有资金不低于8亿元通过集中竞价交易系统增持公司A股股份。

Wind数据则显示，以公告日为准，今年以来至少有超470家A股公司实施回购，合计已回购超过70亿股，回购参考金额超过700亿元。

其中，家电巨头是“回购潮”的主力军。今年3月初，股价经历短期震荡之际，与格力、美的同处家电第一梯队的海尔智家也曾推出不超过40亿元且不低于20亿元的A股回购计划，用于股权激励或员工持股计划。

C 家电巨头成为回购主力军

为何家电巨头频繁且大手笔的回购？有市场观点认为，家电巨头回购与股价走势有关，尤其在股价低迷之时，希望通过回购、增持等进行市值管理。

截至5月27日收盘，格力电器涨3.29%，报58.04元/股。三大白色家电巨头格力电器、美的集团、海尔智家的市值分别约为3491亿、5912亿和2931亿。其中，海尔智家股价今年以来累计上涨6.75%，格力电器和美的集团股价累计分别下跌6.30%、14.77%。格力电器在去年12月创出阶段高点后，呈现盘整下跌态势，更在5月25日逆势创下阶段新低54.7元/股。

D 变革渠道和寻找“第二增长曲线”

业内人士分析，家电巨头股价表现乏力，与近期空调销售市场未达预期有关。2021年1-4月中国空调市场全渠道推总数据显示，国内空调零售额为359亿元，比2020年同期增长23.6%，但比2019年同期减少36.7%。

长江证券研报表示，受制旺季前半程凉爽天气，以及同期外销基数回升，4月份空调出货表现总体较为一般，叠加原材料价格快速上行，市场对板块后续经营有所担忧。

除了整个空调市场的量价变化，美的、格力在市场份额上的暗自“较劲”也颇受关注。2020年，格力全年空调营收落后于美的，丢掉保持了24年的“国内空调行业老大”席位。奥维罗盘数据显示，格力在线上渠道明显受到美的压制。

“如果明年我退休，我也相信格力会走得更好。”5月24日下午，格力电器举办2020年业绩说明会，董事长兼总裁董明珠首提“退休”话题，也不忘强调投资者最关注的新零售变革。未来，格力想做的是“类京东模式”。

与格力相比，除了暖通空调，美的在洗衣机和电饭煲等领域具有更稳定的市场份额。这也给格力在寻找“第二增长曲线”上带来不小的紧迫感。

在业绩说明会上，董明珠表示，公司产品已经从单一品类发展至多品类，当前已经涵盖消费品和工业品两大领域。其中，空调主业从家用空调拓展至商用空调及特殊工况空调，后续还将向冷藏冷运、军方国防、医疗健康等领域拓展。

与此同时，美的也正在经历转型阵痛，布局了工业机器人、新能源汽车技术、工业控制器、3C电子和电梯等，利润前景仍有待考证。

随着格力和美的新业务重合度的升高，双方未来的较量或将进一步搬到空调以外的业务赛道上。

羊城晚报财经评论员 戚耀琪 财经辣评

延伸荔枝文化价值 仍需企业创新发力

5月26日中午，随着红色布幕揭下，两列车厢内有荔枝装饰、车身上印着广东荔枝logo和标语的列车从广州南站缓缓驶出，开往江西井冈山和陕西延安，将红色果实的甜蜜和祝福分享到红色革命老区。关于广东荔枝如何在文化上增强竞争力，也持续成为业界关心的话题。

广东省委省政府高度重视广东荔枝产业发展，通过着力推进广东省农产品“12221”市场体系建设，促进广东荔枝销售开放。此前，广东通过“苹果南下，荔枝北上”等活动与陕西延安农业部门结下良好友谊，此次又将友谊拓展到了江西井冈山。

荔枝作为广东优秀水果的代表，既有明显的经济价值、民生价值，同时也有深远的文化价值。这个文化价值在历史上已经成为唐诗典故，如今更是要继续延展，赋予新的内涵。

比如，以荔为媒，让广东荔枝亮相加拿大温哥华、阿联酋迪拜等10个城市的地标大屏，让“广东喊全球吃荔枝”口号在全球同屏共振。这些活动既是对“讲好中国故事”的落实，也是对广东风物文化在全世界传播的践行。

除了在宏观上进行高大上的政府推动的宣传，从微观上进行沟通，也是需要龙头企业们商业化推进的。不要以为“荔枝不用做广告，好品种不用做广告”。在茅台都要持续发声的年代，优质荔枝要长期征服市场，始终要走品牌传播的立体道路。

作为产品，它蕴含的文化首先是目标明确的企业理念和品牌个性。那么要强化品牌认知，就得靠各自地理区域、企业形象来加强故事性和独立性的彰显。

正如一支酱油要打文化牌，往往是从它的品牌渊源和受众理解开始起步，使用适合现代人的表达方式。这些渠道可能是大众传播，可能是博物馆，可能是公益活动，可能是时尚舞台剧，也可能是高端消费场所。无论什么通路，最终都不是为了热闹或者迎合谁谁谁，而是真为提升商业品位，实现更高价值铺路的。

建信旗下多只基金获权威“五星”认证

A股市场进入宽幅震荡节奏，这时引入基金评级体系，从投资业绩、净值波动、风险控制、基金经理管理能力等多个维度对基金进行综合评价，就显得尤为必要。

以建信基金为例，根据权威评级机构最新评级数据显示，截至一季度末，建信基金旗下建信恒久价值等8只基金获得了上海证券三年综合能力五星级基金，建信健康民生混合、建信大安全股票两只基金则因优异的长期业绩获得了海通证券、银河证券、上海证券的“全五星”评级。（杨广）

景顺长城董晗：兼顾高成长与控回撤

年后消费、科技等热门赛道的回撤，让投资者赚取“确定性”收益的难度不断加大。面对变幻的市场，景顺长城基金经理董晗认为，投资中不仅要注重为投资者追求长期的高收益，同时要对基金回撤、风险进行有效控制，在让投资者获取经济转型、国家产业升级带来的长期Alpha时，不要经历大的波动，提升投资者的持基体验。日前，由董晗拟任基金经理的景顺长城景气成长混合正在发行中，看好“消费+科技”双景气成长行业，追求投资“性价比”的投资者不妨关注。（杨广）

长盛养老健康产业基金净值再创新高

近日，A股三大指数集体上攻，市场告别盘整迎来久违行情。消费、医药等板块续写强势，带动消费、医药类主题基金净值水涨船高，其中，长盛养老健康产业基金受益于两大赛道优质个股合力加持，单日大涨逾3%，净值亦率先创下新高。

长盛养老健康产业5月25日净值上涨3.26%，累计净值达到2.9480，创出历史新高。事实上，该基金覆盖了养老的“居、养、乐、医”四个维度，除了自带医药属性，还自带消费属性，依托于布局“黄金赛道”优质个股，该基金表现同样可圈可点。（杨广）

震荡市持续创造超额收益 建信基金看好结构性机会

基金一季报显示，截至一季度末，建信基金旗下有18只基金过去6个月的收益超过了20%（不同份额分开计算）。将时间纬度拉长，建信基金旗下已经打造出37只业绩“翻倍基”，其中16只基金净值增长超过200%，展现出卓越的投研实力与主动管理能力。从一季报来看，基金经理们对今年市场的持续震荡有所共识，但认为在国内大循环为主体、国内国际双循环的战略指引下，优质龙头企业依然拥有穿越牛熊的力量，应该保持乐观。（杨广）

经济新动能 民企新力量
创二代来啦！

总策划：刘海陵 林海利
总统筹：孙 璇 吴 江
执行：孙晶 李卉 赵燕华

拒绝接班 他创业后收购了父亲的公司

文/羊城晚报记者 莫谨榕 孙晶 李志文 实习生 苏璇
图/羊城晚报记者 李志文

在2019胡润百富榜上，在教育行业，除了广为人知的新东方俞敏洪、好未来张邦鑫外，还有一位来自广东深圳的85后企业家——心里程集团创始人、董事长彭国远。

这个生于精密制造家族企业的年轻人，原应子承父业，却另辟蹊径要做“创一代”。在新行业白手起家，短短十余年将企业做到百亿产值，还反过来收购了父亲的公司，让父亲成为了自己的下属。在彭国远的身上，传承有了超出普通接班的色彩。“尽管我独立创业，但父亲艰苦奋斗的创业精神仍深深感染和影响我，这也是另一种意义上的‘接班’。”彭国远在接受羊城晚报记者采访时这样说道。

拒绝接班 瞒着父亲另起炉灶

拒绝接班、独立创业、收购父亲公司……年仅35岁，彭国远的创业故事就颇具“传奇色彩”。在彭国远的印象里，自己与做生意是从小结的缘。“小时候大家在同学录里面写自己的梦想，很多人可能写科学家、宇航员，而我却写的是‘做老板’。”彭国远笑着回忆道。

对“做老板”的“情有独钟”可能源自彭家的家庭氛围。彭国远出生在广东汕尾市，他的父亲彭锦环原本是一名教师，后来下海经商，做过装潢、精密制造等行业，最终在深圳做起了精密注塑模具企业，彭国远亲眼见证了父亲白手起家的过程。

尽管家境优渥，但父亲对彭国远并不溺爱。高中毕业后，彭国远远赴英国读书，彭锦环为了磨炼儿子，特意让他半工半读。当时，20来岁的彭国远利用课余时间进入福特汽车公司做业务员，发传单、跑市场、接洽客户，他瞄准了从亚洲尤其是中国来的留学生群体，逐步开拓客户群体，组建团队，做到了整个地区销售第一名，并用3年时间坐到销售总监的位置。

这段经历不仅让彭国远开阔了眼界，更为他积累了第一笔创业资金25万元。2006年，彭国远毕业回国，没有像大多数“企二代”一样选择在外历练、回家接班，而是瞒着父亲在上海另起炉灶。

“我和朋友凑钱在上海创办了一家贸易公司，主要销售GPS导航仪。当时国内GPS导航仪还比较少见，但英国汽车已经普遍使用了，我觉得这是一个巨大的商机。”新公司成立一年多，业务从产品贸易到代工再到自主品牌产销，规模越做越大，但彭国远一直偷偷瞒着父亲。“当时也有一点私心，觉得事情做成了，那就是自己的事业，要做失败了，亏的是自己的钱，也没人知道，就乖乖回家接班。”彭国远说道。

独立创业 成功后收购父亲公司

也许连彭国远自己都没想到，这次创业只是他白手起家的第一步，从此他就在独立创业的路上越走越远。

等公司初具规模后，彭国远给父亲买了一张机票，邀请他到上海来看看。当父亲看到彭国远的创业成绩后倍感欣慰，但因为初创企业规模不大，他仍希望着儿子创业“玩一玩”之后，能回到自己的企业接班。

随后几年，彭国远将业务重心逐渐从GPS导航仪转向上网本、平板电脑等其他电子硬件产品。2009年，电子硬件产品市场已成红海，彭国远分析，单纯的硬件制造业企业核心竞争力弱、利润稀薄，他开始思考将自己的电子硬件优势与大热的互联网相结合。这一年，彭国远注册“心里程”公司，将主要业务转向软硬件结合的教育信息化产业，主要产品是综合性教育信息化解决方案，这个名为“智慧云校”的系统通过终端将教师、学生、家长、政府等相连，学生可以利用终端产品学习、上课、做题。

在彭国远创业早期，彭锦环仍希望儿子可以子承父业，“父亲甚至曾因这件事跟我吵过架、拍过桌子”。彭国远回忆，“我有自己的计划，我认为父亲企业所在的传统注塑和模具企业利润率低、竞争较大，前景远不如教育行业宽广。”随着心里程越做越大，彭锦环对彭国远另起炉灶从不支持到理解认可。“父亲逐渐意识到，心里程的增长速度比原来的制造业快得多，无论是行业前景还是政策支持力度都远大于原来的行业，开始认可我的选择。”

2013年，心里程集团成立，彭国远出任董事长，也就是在这一年，彭国远收购了父亲彭锦环的公司，彭锦环进入心里程集团任CEO，成为了儿子彭国远的属下。在彭国远的印象里，父亲的企业曾帮多个国际品牌进行精密代工，父亲擅长精细化管理，对产品的质量管控近乎苛刻，恰好和自己的性格形成互补，而当时心里程业务迅速扩张，规模已经达到约20亿元，也需要一个有能力、值得信任的CEO，在这种背景下，彭国远向父亲抛出了橄榄枝，彭锦环也欣然接受。

彭国远

精神传承 父子携手打造百亿企业

“收购父亲的公司”成了彭国远创业路上一个独特的标签。“父子刚开始共事，肯定也有一些摩擦。”彭国远坦言，无论是过十年二十年，在父亲眼中孩子总是孩子，父亲对孩子免不了关心和担忧，但初心都是为了企业发展好，因此矛盾并不大。

彭国远告诉记者，他和父亲有一项约定。“在公司我是董事长，他是CEO，回家之后他是爸爸，我是儿子，我们不谈公事。在一些工作场合，我会坐在主位，但是回到家里，家族有家族的传统。我的老家在汕尾，我们家有四代人，一回到家里，我连主桌都坐不上，只能在旁边吃饭。”

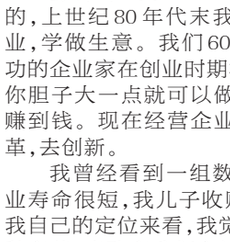
如今，这对“父子档”配合越来越默契，企业也越做越大。心里程已经发展成一家涵盖电子数码、精密制造、移动互联网信息化教育等产业的多元化科技集团，旗下拥有4家子集团公司，52家控股参股公司的大型集团，并荣获“广东法治文化建设示范企业”“深圳民营经济突出贡献企业”“深圳市市长挂点服务企业”等称号。在2019年中国民营企业500强榜上位居303位，营收达到305.49亿元。

尽管彭国远没有接过父亲的衣钵，但他认为，“传承不只是继承父辈的产业或企业，传承创业精神也是一种传承。”彭国远说，他从小就看着父亲白手起家，父亲坚韧不拔、永不服输、艰苦奋斗的创业精神早已深深烙印在他的记忆里。“这种创业精神的传承是‘花不完’的，而一个公司、一笔财富是可以花掉的。”

对话

我用三天三夜，接受了儿子收购我公司的事实

现在我给儿子打工 为自己学会放权而骄傲


彭锦环

羊城晚报记者 孙晶 莫谨榕

儿子收购父亲的公司，创业成功的父亲却成为儿子最得力的助手，这位父亲坦言，自己也曾考虑了三天三夜，现在最开心的，是能为“后浪”尽力做好很多事。心里程控股集团有限公司CEO彭锦环用他的人生智慧来分享不一样的传承和创新理念。

羊城晚报：你曾经做过老师，后来下海成为创一代的企业家，在子女教育方面是否有一些与众不同的方式？

彭锦环：我的教育方式现在总结来看，是一种“懒爸爸”教育模式，就是不要用我的思想去教育他。因为如果他向我看齐的话，我觉得他最多可能实现我95%，而我希望他超越我，所以不是以我为标准，不是以我为榜样。

羊城晚报：可能就基于这种教育，儿子彭国远的创业显得与众不同，当他要收购你的公司时，你是否有过矛盾？

彭锦环：我思想上是比较开放型的，上世纪80年代末我就来到深圳创业，学做生意。我们60年代出生的成功的企业家在创业时期机会很多，只要你胆子大一点就可以做到生意就可以赚到钱。现在经营企业则更需要去改革，去创新。

我曾经看到一组数据说中国的企业寿命很短，我儿子收购我的公司，从我自己的定位来看，我觉得这无疑是一种变革，来改变我们家族企业的一种方式，延长它的企业寿命。

当然，刚被他收购时，我从董事长从法人代表变成CEO的时候，心里肯定不舒服，我觉得改革是要经历一种痛苦和痛心。说实话，我郁闷了三天三夜。

后来我想通了，我改变了思维，很开心很快乐，为什么？因为青出于蓝而胜于蓝，长江后浪推前浪，把老爹推到沙滩上。

我们父子俩现在工作很顺利，也很开心，因为很难得跟自己的亲人在一起工作，但是我们非常强调公司治理一定是制度化、规范化、流程化。在心里程非常强调这一点，就不是像过去那种家长制度管理。

羊城晚报：你们这么特殊的公司治理关系，也让我们很好奇，在你心里如何看待传承？你给彭国远的创业打多少分？

彭锦环：我觉得从传承这个词来理解，企业精神，企业的文化要传承是要靠人，企业的员工靠从管理的模式开始传承这种精神。但是家庭下一代子女的传承，我觉得是靠一种责任。对家庭、家族、企业、社会和国家的责任，这种责任感是非常重要的品格。

在我心目中，假设彭国远不是我儿子的话，我会给他很高的分。但他是我的儿子，我对他的期望会更高，我觉得他还需要努力。对年轻人来说，追求是永无止境的。企业家时时刻刻要保持理性。

百步青年实验室
BRAVO YOUTH LAB
创意活动|知识干货|大咖观点|青年社群
拒绝躺赢并且会玩的年轻人，都在关注这个号
长按识别关注
独家特约