



格力电器拟30亿控股盾安环境

家电巨头纷纷入场新能源汽车

□信息时报记者 袁婵

日前,格力电器公告称,拟通过股份转让、非公开发行股票的方式,以总价30亿元持有盾安环境38.78%股权,盾安环境将成为公司的控股子公司。业内分析称,从盾安环境的主营业务来看,格力电器此举是为了进一步夯实全产业链的工业体系,同时向上游新能源热管理业务进军,带动旗下新能源业务协同发展。

今年3月,海尔、海信相继宣布通过合作或认购方式涉足新能源汽车领域,TCL李东生也称将在新能源车相关产品上发力。至此,国内家电头部企业海尔、美的、格力、长虹、海信、TCL已悉数入场新能源智能汽车产业。

向上游新能源热管理业务进军

今年以来,格力在新能源汽车领域连下两城。

2021年8月,格力电器以18亿元收购银隆新能源,开拓了新能源商用车配套业务,形成从锂电池材料、锂电池、模组/PACK动力总成、新能源整车、储能系统设备到动力电池梯次利用、回收的闭合式循环产业链布局。

2021年11月16日晚间,格力电器公告将以30亿元控股盾安环境,由关键零部件领域切入新能源乘用车热管理赛道,格力的新能源产业布局进一步明晰。

资料显示,盾安环境自2017年起在新能源车热管理配套零部件领域持续发力,设立了盾安汽车热管理科技有限公司,主要为新能源汽车热管理系统打造关键零部件,其涉及产品覆盖冷媒侧及水侧关键零部件,如电子膨胀阀、电磁阀、商用车电池热管理机组等。

据了解,从汽车热管理系统本身来说,新能源汽车热管理系统相较传统汽车热管理系统,对零部件精度、冷媒调节范围、精度等要求更高,需要长期技术沉淀与产品经验才能进入新能源车企的供应商列表。

格力电器在公告中表示,通过此次收购,格力电器获得了新能源乘用车热管理行业的核心技术。未来,格力电器可借助本身在电器暖通设备、工业装备领域积累的强大的工业制造能力,成为品类更全的新能源汽车零部件供应商。格力电器将在高复杂、高精度的新能源

汽车零部件市场抢占更多市场份额,完成供应链重塑,不断获得新增市场机会。

主业放缓掘金新能源

据悉,家电企业之所以热衷“造车”,一方面在于国内庞大的内需市场。虽然新能源汽车在过去几年发展迅猛,但仍然还有很大的发展空间。

据公安部数据,截至2020年底,中国新能源汽车保有量占汽车总量1.75%,但增速极快,比上一年增长近三成。根据国家相关规划,新能源汽车新车销售量,将在2025年达到汽车新车销售总量的20%,高度自动驾驶汽车实现限定区域和特定场景商业化应用。到2035年,纯电动汽车成为新销售车辆的主流。

另一方面,近年来,随着国内家电市场的饱和,家电销售低迷。今年7月27日奥维云网发布的数据显示,2021年上半年中国家电零售市场零售额增速为12.3%,相比2019年上半年下降10.3%,二季度后市场陷于低迷。有关专家认为,家电行业已进入周期性拐点,市场进入了限量阶段,近几年如何破局将成为企业首要考虑的问题。行业利润大幅缩水,家电企业增长和转型压力加大,企业选择开辟“第二战场”,以格力、美的、海尔等为代表的家电企业纷纷加大2B业务的拓展力度。



今年

家电巨头纷纷淘金新能源汽车

近年来,新能源汽车市场就像一个“聚宝盆”,吸引着家电企业来此寻宝淘金。

今年年初,家电头部品牌密集发布了“造车”计划。3月1日晚间,海信家电发布公告称,拟认购日本三电控股株式会社定向增发的普通股股份。本次交易完成后,海信家电将以三电控股为核心公司,拓展汽车空调压缩机、汽车空调产业,实现本公司产业拓展。

3月初,TCL创始人李东生在回答记者提问时表示:“公司会在新能源车相关产品上发力,目前已经组建了新型车载产品部门,这

些业务已经开展起来,我们会搭上新能源汽车的列车,成为新能源汽车关键器件的提供商”。

3月25日,上汽集团和海尔集团签署了进军智能汽车领域的最新协议,其将在智能驾驶和轻量化材料开发等领域合作,并成立一个基金投资智能制造领域。

5月18日,美的旗下的汽车零部件公司威灵汽车零部件在合肥召开发布会。在产品发布会上,威灵汽车宣布三大产品线全线投产,并发布了五款汽车零部件产品,包括驱动电机、电子水泵、电子油泵、电动压缩机和EPS电机。

往年

家电跨界造车并非新鲜事

家电跨界造车也并非新鲜事。早在1991年开始,就有一批家电企业在造车上试水。彼时,成立于1980年的家电企业扬子集团(当时为扬子电气)与香港中银集团合资成立了扬子汽车总厂,欲以皮卡和越野车打开市场,但随后慢慢消失在公众视野。而后春兰集团决定进军汽车市场,斥资7.2亿元收购了当时亏损严重的南京东风汽车,从1997年到2008年,其造车史经历了兴衰后,已将60%的汽车业务卖给徐工而告终。

2003年,美的集团进入以客车为代表的商用汽车领域。2004年至2006年初,美的集团又先后收购云南客车厂、云南航天神州汽车有限公司及湖南省三湘

客车集团有限公司三家企业。然而仅仅过了2年时间,美的汽车就因经营不善陷入停产困境,两大生产基地亦分别被长沙市人民政府以及比亚迪所接手,至此美的首次跨界造车宣告“梦碎”。

据悉,在这期间奥克斯、河南新飞、山东小鸭等一大批家电企业踏入汽车领域,但都没有打开局面。

有业内人士表示,如今家电企业再次“染指”汽车行业,其背景与当年有些相似。新能源智能汽车在政策的引导下,得到了资本和市场前所未有的重视,而随着房地产行业的增速迟滞,家电行业陷入了增长天花板,“造车”自然又成了家电巨头们获得第二增长曲线的最佳领域。

观点

机遇与挑战同在

家电行业专家刘步尘认为,在当下,汽车领域竞争已非常激烈,除了传统汽车企业纷纷转型之外,特斯拉、蔚来、理想、比亚迪等新的势力进入,互联网巨头的布局,都让整个新能源汽车产业的竞争白热化。对于家电企业而言,从零部件、控制器等局部领域入手、试水,也是一种谨慎的表现。

有业内人士分析称,新能源汽

车技术还处于爬坡阶段,动力电池等核心技术还未取得根本性的重大突破,除技术实力强、创新能力强的企业能够占据一席之地外,其他企业进入整车领域风险巨大。以生态链中的一环进入汽车领域,或比进入整车制造更有优势。一方面是因为家电企业在电池、车用空调、视像等方面更有优势;另一方面,家电企业的内容生态与汽车可以相互促

进。

虽然相比跨界造车,生产零部件的成功概率更高,但企业面临的挑战也不会少。新能源汽车行业独立研究者曹广平认为,以车用空调为例,属于车规级的产品,要适应车辆要求,包括研发、试验、标准法规、质量控制等环节。此外,美的需要对新能源汽车行业的政策、市场、技术趋势等情况进行深入了解,并在技

术创新上有一定支撑。

“首先需要培养汽车零部件供应商的思维。家电产品的研发周期和售卖期与汽车有较大差别,因此在项目管理等方面一定要深入研究。”有业内人士称,“新能源汽车行业的竞争格局与传统汽车不一样,国内市场非常关键,竞争也很激烈,因此产品必须有竞争力才能脱颖而出”。