

新飞 100%股权拍卖 昔日冰箱巨头时代结束

■ 蒋佩芳 汪建君

在那个时代，新飞公司也算得上是独角兽。

曾经，“新飞广告做得好，不如新飞冰箱好！”这句朗朗上口的广告词让“新飞”这个名字红遍祖国大江南北，成为家喻户晓的家电品牌。如今，经典广告词已成绝唱，而曾是冰箱行业“四朵金花”之一的新飞家电也正通过司法拍卖寻求新的买家，一代人的记忆恐将随之终结。

近日，阿里拍卖上已经挂出了新飞公司100%股权的拍卖信息。根据拍卖信息显示，本次拍卖标的为河南新飞电器有限公司、河南新飞家电有限公司以及河南新飞制冷器具有限公司的100%股权，公开拍卖活动将于6月28日10时-29日10时进行，起拍价为4.5亿元，保证金1亿元，每次拍卖的加价幅度不低于500万元。同时，新飞公司名下部分土地、房产及建筑也将于7月5日开始拍卖，起拍价1.15亿元。

随后，竞拍者信息也被媒体曝出，国美、康佳，万宝等均被指“有意竞购”。《国际金融报》记者向三家企业进行求证，国美方面回复“暂不知情”；康佳方面则回应“目前在积极参与，希望通过新飞完善白电业务布局，加速康佳的白电业务发展”；而万宝截至记者发稿，未能给予任何回复。

“从目前拍卖价格分析，有关机构给出的挂牌起拍价是4.5亿元，外加部分土地1.15亿元。对于4.5亿的核算价格是否合理，包括品牌、厂房、设备、技术、专利，甚至渠道价值在内，无论谁来竞拍，价格问题是必须要重新评估和考量的。”著名家电产业观察家、评论家秋实认为，1.15亿元的土地价值比4.5亿元的品牌资产或许更加有市场吸引力。他同时表示，对于任何一项购买事项，必须从长远价值期望与中短期投资风险相结合，既要考虑债权，更要考虑债务；既要看到价值，更要评估风险。

策略、产品、渠道问题

新飞以5.65亿打包拍卖的消息在网上“一石激起千层浪”，在微博等社交平台，网友纷纷感慨：“河南又少了一个大企业”、“三十年河东，三十年河西，当年穿着新飞的工作装来相亲都加分，就像现在脖子上挂着阿里腾讯的工作牌一样”、“那些年，一打开收音机就是‘新飞广告做得好，不如新飞冰箱好’，可惜了”。

在国产冰箱的发展历史上，新飞曾与海尔、美菱、容声一起并誉为冰箱行业的“四朵金花”，极盛之时，风头甚至盖过三星和西门子等国外品牌。

“在四五十岁人的心中，新飞代表了一个时代的记忆，那时候，到处都是新飞的广告，电视台、大街上，广告铺天盖地。”上海一名家电行业人士对记者表示：“新飞的主要市场在北方，南方弱一点，近几年广告少了，几乎看不到。”

公开信息显示，新飞的前身是一家创建于1958的小型地方军工企业——新乡市无线电设备厂。1983年，新飞选择上马白电项目，正式开启转型之路。随后的20年，新飞进入了快速发展期，一跃成为国内公认的名牌产品，2002年，新飞冰箱的国内市场占有率高达18.88%以上。

2005年，被认为是新飞的转折年。这一年，新乡市政府将新飞集团在合资公司新飞电器中所持有的39%国有股权转让给新加坡丰隆集团，丰隆持股比例由此达到90%，成为新飞公司的实际控制人。

在资深产业观察家梁振鹏看来，这是新飞公司由盛而衰的主因，“新加坡丰隆集团是一个以做房地产、旅游、金融投资为主的公司，在家电行业没有任何技术经验，也缺乏专利、人才，对新飞冰箱给予不了实质性支持。与此同时，新加坡丰隆集团对中国的本土化运作不熟悉，致使新飞原有的高管和技术骨干大量离职，这对新飞来说是一个重创。另一



方面，冰箱市场竞争激烈，近年愈发饱和，也对新飞冰箱造成了不利影响，最终导致新飞冰箱破产重组的局面”。

在杭州萧山做家电生意的陈伟（化名）也切实感受到了新飞本土化运营的乏力。“2014年以后，国产家电开始盛行全品类概念，海尔、美的都在大力朝这方面挺进，除了研发大家电，还推出小家电，但新飞的产品结构除了冰箱和冷柜，几乎没有其他产品”。

陈伟从2014年开始做新飞冰箱的生意，第一年进了30万的货量，但销售并不理想，2015年便骤减至一半，2016年份额继续降低，到去年就完全不做。

“新飞冰箱的质量其实不错，但它的外观设计跟不上时代的节奏，而且产品迭代比较缓慢，这在互联网时代必然处于不利地位。”陈伟介绍说，“现在年轻人都讲究个性化、设计感，冰箱也出现了四门、多门的品类，但这些年新飞都没有，它在年轻人心中的认可度比较低。”

杭州萧山的另一名经销商李辰（化名）则告诉《国际金融报》记者，新飞的渠道维护和售后服务也做得不到位，“除了新飞，海尔、容声、美的我都做，其他几家公司经常有人和我们保持联络，但新飞没人维护和我们的关系”。

另据李辰透露，新飞的售后也有待提升，“有一次，一名消费者反映冰箱的门存在问题，结果一个月才给人弄好，用户意见很大”。

家电行业分析师洪仕斌认为，“卖身”丰隆集团确实是新飞的一个决策失误，企业在寻求资本时，往往面临着三类资本：战略资本、产业资本和财务资本。对于传统制造业来说，最好是选择产业资本，因为拥有产业互补性；战略资本也能使企业在生态之中承载战略性使命，从而助益企业发展；而财务资本比较单向，仅仅就是给钱，它在制造业必需的上下游环节很难给予支撑帮助，这对企业的后续发展成长并不利，而丰隆集团对于新飞公司来说就属于最后的一种。

员工被买断工龄

根据《国际金融报》记者独家获取的信息，新飞公司员工已经签署买断工龄的协议，而不少员工早在去年11月就处于待岗状态，只拿基本工资2000元。

对于新飞破产拍卖的结果，李淳风（化名）并不感到意外，他是新飞电器浙江绍兴地区的一名业务人员，“但我当时没想到公司会通知大家签署买断工龄的协议。”他对《国际金融报》记者表示。

签署买断工龄的协议从5月29日开始，一直到6月1日结束。李淳风告诉记者，虽然这半年以来新飞风波不断，但员工心里始终认为能挺过难关，不料买断工龄的通知在5月下旬突然下发，这让他感到十分惊讶。“我们都被解聘了，离职了，拍卖也就是顺理成章的事。”李淳风带着一丝苦笑。

李淳风是新飞的一名老员工，2009年末开始进入新飞绍兴区域分公司做一名业务员，那时候新飞的业内知名度还很广，他在新飞工作不仅觉得体面，而且收入也较为可观。“在行情还较好的时候，一年能拿到七八万元。”李淳风说，“新飞大多是老员工，工作

十几年的很常见，我们对公司都有很强的归属感。”

一名接近新飞的家电行业人士告诉记者，“七八万元在绍兴算是正常收入水平，新飞的工资主要是起点较高，上世纪90年代月薪就有1700-1800元，所以今天人们会觉得它的工资涨幅不大。”

李淳风经历过2012年和2013年的两次停产风波，2012年，新飞的业绩开始处于下滑趋势，经营亏损较大，无奈宣布停产，后来在新乡市政府的帮助下，公司恢复生产。半年多后，2013年新飞再次陷入停产风波，宣布部分生产线停产，同时辞退了部分员工。李淳风也感受到了这种风波对工作的影响。“外界关于新飞不行了的传言那时候已经开始流行起来。”但新飞最终挺过了，李淳风也一直留了下来并正常工作。

2017年11月，新飞电器第三次陷入风波，在其发布的重整声明中，新飞称由于面临市场竞争和收入下滑，新飞电器在过去几年出现持续亏损，虽然外方股东给予大量的资金和支持，还是无法彻底扭转局面，迫于资金链压力，惟有停止生产活动。

这一次，李淳风未能幸免，受停产风波影响，他被公司划为“待岗状态”，每月只拿基本工资2000元。“和我同期处于待岗状态的同事有很多，都只拿到基本收入，有些还只有1500-1600元。”李淳风说。

当时他们也想过辞职，但考虑到十几年都在一家公司、一个行业，“与其去其他公司做同样的事，还不如留在新飞。”李淳风告诉记者，除了这一点，最大的原因还是他们相信，“新飞会挺过去”。

今年的2月8日，新飞电器大股东新加坡丰隆集团宣布计划向新飞注资10亿-20亿元，用于既有生产线改造、产品研发、市场营销推广等，新飞公司一度宣布复工，这让李淳风和同事们相信自己的判断和选择没有错。

始料未及的是，事情很快又转了风向。4月13日，丰隆集团发布公告表示从新飞撤资，“因新飞公司自2011年以来一直在亏损，鉴于中国冰箱、冷柜类家电行业整体产能过剩及竞争加剧，近年来其业绩也一再恶化，致使新飞公司财务表现受到不利影响。”其后一个多月，李淳风接到买断工龄的通知，签署公司为广州红海人力资源集团股份有限公司，他对《国际金融报》记者表示，“事情发展到这一步，真是不愿看到，这笔钱我也不做什么指望了。”

多家企业或竞购

在阿里拍卖网上，截至6月14日上午，新飞公司的两项拍卖标的已被围观共计2.6万次，但报名人数依旧为0。据《新飞电器、新飞家电、新飞制冷器重整计划(草案)》显示，新飞目前处于资不抵债状态。根据审计机构出具的审计报告，截至审计基准日，净资产为-11.29亿元，而经新乡中院审查并确认的债权人共计840家，债权金额高达22.95亿元。也就是说，参与竞拍者，除了要支付5.65亿元的拍卖款，还要承担高达几十亿元的资产负债和欠款。

这无疑是一笔不小的负债，而这种情况

在新飞财务情况中早已露出端倪，2016年和2017年，新飞分别出现了1.207亿新加坡元（约合人民币5.76亿元）和1.285亿新加坡元（约合人民币6.14亿元）税后净亏损。

这在销售市场领域也可见一斑，和陈伟一样，经销商李辰的销售规模也呈现逐年缩小的趋势。李辰告诉《国际金融报》记者，2012年初，他开始经手新飞冰箱，一年大约能做70多万元销售额，接近全年总额的20%，但从2014年起，局面开始改变，新飞的销量越来越少，营业额越来越低，到2016年，他完全放弃了新飞的业务。

从市场的萎缩到债务的扩大，新飞在“坠落”的轨道上一路向前，“丰隆集团也给不了那么多钱来支撑，所以最终放弃了。”李淳风向记者感慨，在新飞工作近十年，最终以这样的方式离场，有些遗憾，他并不对买断工龄的费用抱有期望，“但我还是很乐观，生活总要继续。”李淳风对记者说。

“早破总比晚破好。对新飞公司及员工和家属来讲，或许这是最好的结果。无意义的煎熬是无效的。”秋实指出，一般人，一提起破产，总认为是不好的事情，是坏事情。其实，对于长期资不抵债的公司，适时启动破产保护措施是合法的，也是明智的。通过破产清算程序，起码可以做到：员工将得到补偿或安置、债权人权益得到保护、股东利益得到兑现等。否则，一旦错失最佳破产时机，一味地煎熬下去，公司“资产”不断缩水，蒸发，到头来，公司将慢慢地被耗干，到那时也许只剩下空壳。

尽管已被外界界定为“破产清算”之举，但新飞公司在其官方微博公开回应时仍坚称：“公司并没有破产清算，目前正在有序推进重整程序。”

值得注意的是，随着新飞公司“重整程序”的推进，有意竞购新飞的企业也悄然浮出水面。近日就有媒体报道称，老牌家电零售企业国美、知名黑电企业康佳集团以及老牌制冷家电企业万宝正在展开一轮角逐，争夺新飞电器的控股权，从而希望接手这家老牌冰箱企业的品牌、渠道等资产，与自身主营业务实现融合。

媒体报道中还提到，除了国美、康佳、万宝这三家之外，来自浙江宁波的韩电集团的相关负责人也曾多次前往新飞电器总部，就取得这家公司的新飞商标权展开接洽。但大股东新加坡丰隆集团因为亏损太多，导致要价过高，最终不得不放弃。

按照洪仕斌的分析，国美、康佳、万宝都存在收购的可能性。对国美而言，新飞可以帮助它实现从零售商向上游制造商的布局，并生产其他一些相关联的产品，最终实现产业互补；对万宝而言，新飞的品牌底蕴和知名度，有助于其提升自己的品牌价值；对康佳来说，则有可能作为开拓白电市场的新尝试。

但洪仕斌同时强调，“比较而言，新飞卖给国美是最合适的，因为无论从资本还是从产业的角度，国美的背书对新飞的推动作用都会最大。”

“对新飞而言，从专业角度分析，竞购方看重的应该是新飞品牌，或者是以新飞曾经的辉煌和市场沉淀作为出发点来分析的，可以给出种种竞购理由。至于对新飞的技术、厂房、设备、专利、渠道、客户资源等资产的价值认定，则需要竞购企业自己做足功课，进行评估。”秋实对此表示。

据秋实所述，从目前披露的破产重整方案中可以看出，新飞将清退所有员工，预计补偿约1.58亿元，而测算所得的债权申报总额超过25亿元，也就是负债达25亿元，而新飞账面总资产测算不到11亿元，二者的差额约为14亿元，当然，这是测算的理论值。如果进入拍卖流程后，最终拍卖价格大于14亿元的话，员工补偿额1.58亿元将得以足额保障，如果不足的话，员工补偿一项将无法顺利完成。不过，从目前司法实践来看，无论拍卖结果如何，员工补偿一项都会妥善解决，这是基本的原则。

在秋实看来，最终谁会竞得其实并不重要，关键是要看竞得后能否将新飞复活。（据国际金融报）

瞬间售罄 习酒狗年生肖酒遭疯抢

这个夜晚，不止有火热的世界杯，还有习酒窖藏狗年生肖纪念酒的火热预售。

6月16日零点，习酒窖藏狗年生肖纪念酒在茅台商城、天猫旗舰店以及京东旗舰店三个平台准点开始预售，抢购价格为1399元/瓶，支付定金并在7月5日后支付尾款，产品将于7月9日正式发货。

早早守候在三大平台并加入购物车的网友发现，零点一过，预售权放开，购买通道开始拥挤，瞬间被秒完，三个页面在前后10分钟时间就显示“商品已经卖光”或者“下架了”。

秒杀的速度有多快？以天猫平台为例，仅仅在12秒后就全部抢光；而京东也在20秒内售罄！甚至有消费者在后台留言，愿意出2000元回购别人手中的一瓶！

记者了解到，这不是习酒公司第一次推出生肖酒，早在2017年，习酒便已经推出了窖藏鸡年生肖纪念酒，限量发行导致供不应求，除极少部分经销商得到订单外，还未来得及对外销售，便已经被定完。相关人士早在习酒发布预售消息后就有预言：以目前习酒的品牌力、品质保证，再加上这款酒的收藏、馈赠、宴饮三大价值，生逢盛世的窖藏狗年生肖纪念酒必定会掀起一波“疯抢”行情。

此次习酒窖藏狗年生肖纪念酒的新品上市发布，并没有选择传统的线下“上市发布会”，而是选择几大电商平台。与以往不同，本次推出的习酒狗年生肖酒仅在电商渠道进行发售，消费者可直接购买，区别于以往纪念产品要通过经销商才能到达消费者手中的方式，习酒更加重视消费者的权益和体验。然而，抢购习酒窖藏狗年生肖纪念酒的场面还是如同抢春运火车票一样火爆。

同时，记者还了解到，通过天猫与京东的大数据分析，习酒的电商发展在行业内排名前列，2017年双11期间，习酒增速在4倍以上，行业排名第7名，是白酒行业最大的黑马。最不容小觑的是，习酒目前的品牌知名度达到了前所未有的高度，行业专家认为：习酒的各项指标表明，它正是行业发展最亮的一颗星。

习酒的窖藏生肖酒(狗年)，你抢到了吗？

(本报记者 樊瑛 张建忠 组稿)



▶▶▶ [上接 P1]

统计局数据显示，5月份，服务业生产指数同比增长8.1%，已连续5个月保持在8%以上。从主要行业看，信息传输、软件和信息技术服务业增速高达30%以上，成为服务业快速发展的最主要动力。

“5月份，以互联网和相关服务为代表的现代新兴服务业对服务业生产增长的贡献率达到56.8%，高于上月0.2个百分点，高于上年同期17.9个百分点，拉动服务业生产指数增长4.6个百分点。”国家统计局服务业司司长许剑毅说。

许剑毅介绍，当前我国已进入消费结构加快升级的新阶段，不断升级的消费需求有力地拉动了服务业增长，服务业发展前景看好。如5月份，航空运输、邮政快递、电信、互联网软件等与消费密切相关的行业商务活动指数持续位于60.0%以上的高位景气区间，扩张势头强劲。随着服务需求进一步增强，服务业发展将继续保持平稳较快发展态势。

市场规模持续扩大 新兴消费较快增长

端午节假期，不少影城人气爆满，多部国内外新影片的上映继续拉升红火的电影消费市场。统计局数据显示，今年前5个月，全国电影票房收入达到284.5亿元，同比增长22.4%。

国家统计局贸易外经司高级统计师卢山说，尽管5月份消费品市场增速出现短期波动，但整体上看，我国消费市场较快增长，市场规模继续扩大。

今年1至5月份，全国网上零售额32691亿元，增长30.7%。其中，实物商品零售额24819亿元，增长30.0%，增速比社会消费品零售总额高20.5个百分点，占社会消费品零售总额比重达到16.6%。

卢山介绍，随着居民收入稳定增长和有效供给不断增加，部分消费升级类商品增速加快。

数据显示，5月份，限额以上单位通讯器材、家用电器类商品同比分别增长12.2%和7.6%，增速分别比上月加快1.4和0.9个百分点；化妆品类商品保持10%以上较快增长。

而随着旅游市场消费环境日趋改善和旅游产品多样性不断提高，假日旅游市场持续活跃。据中国旅游研究院综合测算，此前“五一”假日期间，全国接待国内游客超过1.4亿人次，同比增长9.3%，实现国内旅游收入871.6亿元，同比增长10.2%。

业内人士表示，上半年最后一个小长假端午节恰逢父亲节，加上高考结束，游客出行热情高涨。粽叶飘香，龙舟竞渡，国内旅游消费将再迎小高峰。

鲜易网冻品业务石家庄站正式启动

本报讯（记者 李代广）6月13日，鲜易网冻品业务石家庄站正式启动，鲜易网的服务市场进一步扩大，线下服务网络进一步完善，快速响应客户“一单接入、全网联动”的服务模式更具竞争力。

石家庄冻品消费旺盛且发展十分迅速，但同时也存在着行业集中度低，流通环节较多，交易成本高、信息不对称，经营复杂等难题，所以在互联网转型升级以及持续发展方面也有着更大的需求。

鲜易网作为全国领先的肉类B2B电商平台，依托鲜易控股食品产业链二十多年的行业沉淀，以及世界肉类协会金牌会员、中国肉类协会副会长单位、中国肉类进出口商会副会长单位的国内外资源，和全国温控供应链实力标杆的物流保障，集成生鲜食品交易能力、集采能力、食品安全保障能力和配送服务能力，利用互联网平台持续为生鲜产业链上下游用户创造价值提供产业服务及解决方案。

鲜易网冻品业务石家庄站的启动，将打通石家庄及华北区域生鲜产业上下游的全产业链格局，为产业链上下游客户带来全新的互联网交易交付服务体验。

目前，数千家港口贸易商及国外厂商、大中原区冻批市场80%的供应商成为了鲜易网的产业联盟合作伙伴。接下来鲜易网将加速提升石家庄及华北区域冻品市场的交易、交付服务能力，加速华北区域冻品资源整合，进一步重塑行业流通模式。

未来，鲜易网将持续聚焦产业互联网，链接上下游及产销两端，提升产业效率，推动行业变革，通过供应链金融、大数据分析、食品安全监测等增值服务实现生鲜冻品全场景的管理与交易的闭环，打通生鲜产业链的商流、物流、信息流与资金流，持续为产业联盟合作伙伴创造价值。同时通过线上与线下、产品与服务、国内与国外、硬件与软件、综合科学技术与管理技术等创新融合，重新定义产品和



服务，重新解构结构，配置链条资源要素，同产业联盟合作伙伴共同构建智慧生鲜供应链生态圈。共同为行业发展、社会进步做贡献，

实现企业价值、社会价值和生态价值的同步提升。