

美的是一家什么公司？如果你说是小家电公司，美的一定不会满意，如今，他把自己定位在一家科技集团。当然，这是在美的斥巨资收购了德国库卡之后，才有底气给出这样的定位。库卡是全球机器人领域的“四大家族”之一，有意思的是，这家企业在几年前，估值还只有50亿人民币，为什么美的要花300亿？这笔账合算吗？美的是如何面对各方强烈的反对的声音？



为了未来的成长空间 美的花300亿购买德国机器人

A 为什么是库卡 这笔钱值吗？

在全球范围内，机器人行业主要由“四大家族”垄断：ABB、发那科、安川电机和库卡。

ABB和发那科，市值规模较大，收购可行性较低；日本的安川电机，早在2015年就与美的合资设立了两家子公司，分别面向工业机器人和服务机器人。包括广东安川美的工业机器人有限公司（美的股权占49%）、广东美的安川服务机器人有限公司（美的占60%股份）。

当然，有合资公司并不等于不能收购，对此，美的副总裁顾炎民的原话是：日本企业虽然产权清晰，但是对股东的投资、回报这方面，有欠缺。

所以，只剩下库卡了。库卡颜值高（全球领先）、家底厚（40多年）、出得厅堂（设计大奖）、入得厨房（盈利能力强），那么，就他了！

但问题随之而来，库卡值300亿吗？要知道，两年前，他的估值只有50亿左右啊。美的的账是这样算的：理由一：2012年的库卡和如今的库卡，完全不一样。从只做机器人到物流、大工业！看看财务报表：2009年其营收9.02亿欧元，到了2015年的时候，增长到了29.66亿欧元；净利润也从亏损7574万欧元，到盈利8680万欧元。去年，库卡的订单金额更是同比增长20.6%，突破30亿欧元大关。理由二：收购价格体现了未来的成长空间。今天你觉得贵，3年5年10年以后，你就觉得便宜了。况且，如果没有好的价格，他们为什么卖给你？这个是很现实的问题。

B 库卡们能带来什么？

历时8个月，今年1月份对库卡的收购才划上了句号；2月份，美的又收购了以色列的机器人公司高创。在国际市场不断攻城拔寨，库卡们能给美的带来什么呢？

战略意图很清晰：美的已经不再满足于我们先前认知的一家小家电公司，而是要成为“一家全球领先的消费电器，暖通空调，机器人及工业自动化系统的科技集团”。

美的转型的渴望，来自于其单一的家电业务模式。在充分竞争的家电行业，红利期已经逐渐消逝。以空调为例，2016年上半年，全国整个市场的销量减少15%；而人工成本上升，也在困扰企业。公开数据显示，美的集团最多的时候有20万人，现在大概是11万人不到，美的集团股份有限公司董事长兼总裁方洪波曾多次提到，珠三角人力成本持续攀升，机器换人浪潮袭来。

2015年上半年，美的集团的员工薪酬和福利支出已达61亿元，同期公司净利润为89亿元，人力资本的投入已超过

净利润的2/3，这还是员工大幅减少近一半后的人力成本支出。

而收购，是其进入机器人和工业自动化领域的标志。不仅能够提高自身的自动化生产水平，还能把机器人、自动化生产、自动化物流等整合成“智能制造解决方案”，向B端用户输出。

美的提供的数据显示，从之前投入机器人生产的情况来看，目前美的的市场维修率减少了30%，订单交付周期缩短50%。此前，美的集团曾表示，公司已经使用了800台机器人，未来两年，预计每年会有500台新增机器人投入使用，两年后保有量计划为1800台。

一方面，传统制造业正在遭受巨大冲击，家电产业发展进入了瓶颈，几乎所有的企业都在寻求产品的智能化升级；另一方面，以机器人为代表的“智能制造”，蓬勃而起。国际机器人联合会的数据显示，2015年，我国每万名工人有36台机器人，到2020年，这个数字将升至150台。机器人及自动化行业前景广阔。也就是说，收购，让美的拥有了第二条跑道。



C 重金买下的未来

不仅是家电行业，海外收购是中国企业走到今天必然会做出的选择。过去十多年，中国企业积累了一大笔财富。看，美的的账上，躺着现金近150亿元。

手握这么多的现金，为什么不站到巨人的肩膀上谋求更大的发展呢？国外巨头公司有着近百年的试错经验和沉淀，这不是中国企业短时间内可以赶超的。不过，就在结束本文的时候，记者忽然想到了以前采访到的一个故事：一家收购了某德国企业的上海企业告诉我，收购过程中，对方提出的要求有时候让中方觉得匪夷所思。比如，德方要求他们，每天的下班时间不能晚于某一个时候。理由是：工厂附近有一条河，河里的鱼也该休息了。开工，会影响它们。

美的也讲述了收购过程中遇到的很多文化、理念、观念上的碰撞。而这些，不是钱就能解决的。需要坦率、真诚以及相互的理解。

祝愿每一家走出的企业，都能得偿所愿。

■来源：究竟VIDEO



关注三湘都市报
微信看E报