

“产教融合 MPAcc 教学智库实验平台建设”系列成果
“小班 + 案例”教学模式改革系列教材

© 邓彦 张军波 丛书主编

企业价值评估 教学案例

QIYE JIAZHI PINGGU JIAOXUE ANLI

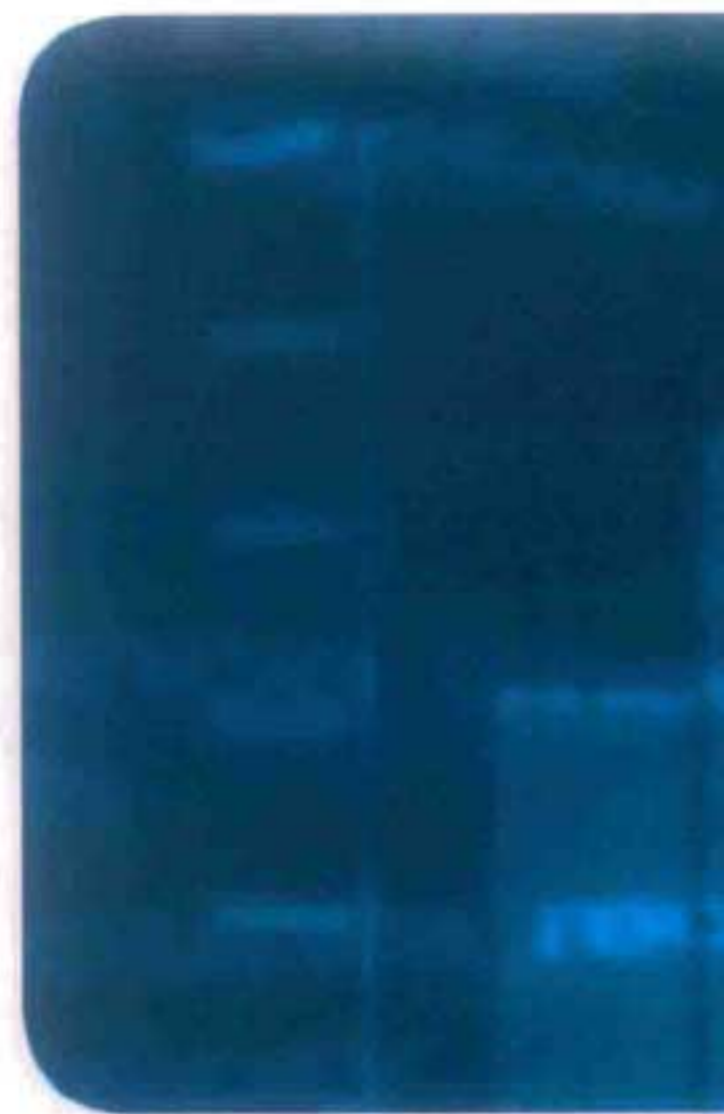
● 刘思 郭建明 彭玫 张卓 编著

非外借



华南理工大学出版社
SOUTH CHINA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

企业价值评估 教学案例



策划编辑：吴兆强
责任编辑：吴兆强
 邓荣任
封面设计：邓传志



华南理工大学出版社
微信公众号：chcn_scut



ISBN 978-7-5623-5962-3



定价：55.00 元

“产教融合 MPAcc 教学智库实验平台建设”系列成果

“小班 + 案例”教学模式改革系列教材

◎ 邓彦 张军波 丛书主编

企业价值评估 教学案例

QIYE JIAZHI PINGGU JIAOXUE ANLI

● 刘思 郭建明 彭玫 张卓 编著



华南理工大学出版社
SOUTH CHINA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

· 广州 ·

内容简介

本系列教材案例均由广东工业大学管理学院案例开发中心开发完成，涵盖财务会计、财务管理、管理会计和审计等专业核心课程，以及高等学校的财税管理、财务报表分析、内部控制与风险管理、资本运营、重组并购等专业课程。适用于 MBA（工商管理硕士）、MPAcc（会计硕士）、工程硕士、全日制研究生以及高年级本科学生案例研讨；可作为理论研究的参考书，供从事财务管理理论研究的专家学者以及企业管理咨询机构使用；同时也是了解中国企业管理实践的必读书，可供企业所有者和管理者参考借鉴。

本系列教材案例为中央财政支持地方高校发展专项资金项目“产教融合 MPAcc 教学智库实验平台建设”（项目编号：400170043）、广东工业大学—广州岭南会计师事务所实践教学（211170153）、广东省研究生示范课程建设项目《成本管理》、广东省哲学社会科学规划项目（GD16XGL53）、广东工业大学本科教学工程项目（211180042）阶段性成果之一。

图书在版编目（CIP）数据

企业价值评估教学案例/刘思等编著. —广州：华南理工大学出版社，2019.5
ISBN 978-7-5623-5962-3

I. ①企… II. ①刘… III. ①企业—价值论—案例 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2019）第 071933 号

企业价值评估教学案例

刘思 郭建明 彭玫 张卓 编著

出版人：卢家明

出版发行：华南理工大学出版社

（广州五山华南理工大学 17 号楼，邮编 510640）

<http://www.scutpress.com.cn> E-mail: scutel3@scut.edu.cn

营销部电话：020-87113487 87111048（传真）

策划编辑：吴兆强

责任编辑：吴兆强 邓荣任

印刷者：虎彩印艺股份有限公司

开本：787mm×1092mm 1/16 印张：18.75 字数：477 千

版次：2019 年 5 月第 1 版 2019 年 5 月第 1 次印刷

定价：55.00 元

版权所有 盗版必究 印装差错 负责调换

“产教融合 MPAcc 教学智库实验平台建设”系列成果
“小班+案例”教学模式改革系列教材

主编委员

邓彦 张军波

副主编委员

黄蓉 许慧 张卓 陈文涓

编委会

蔡植群 曹晗抒 陈沉 陈少杏 陈伟晓 陈文涓
陈忆平 陈越 邓彦 范俊麟 郭菡墨 郭建明
郭铭芝 何冠星 贺晋 黄灿 黄江峡 黄青山
黄蓉 霍茵 金舜 李英贵 李泽平 刘思
刘志渊 罗漫玲 罗薇 罗伟峰 彭玫 彭晓辉
彭镇 丘山 饶静 谭三艳 唐丽 陶璐雅
王永霞 魏姍琳 温宇冬 吴乐 许金花 许梅英
曾琼军 张军波 张绍婉 张源 张卓 郑伟健
肖鑫 陈观康 温韵柔 钟淑萍 鲁祖艳

(编委排名不分先后)

本辑案例开发学生团队

谭少红 肖芷莽 谢杨柏 鲍知星 周佳阅 邓家俊
古智荣 黄浠蕲 吴双 陈静 陈璞 袁桥瑜
叶柳茜 吴家宜 关鹤

序言

广东工业大学管理学院依托广东工业大学的工科优势，扎根我国社会经济转型的热土，以探索管理理论与实践前沿、服务地方社会经济发展为宗旨，持续为广东经济建设提供有力的人才支持、智力支持和决策支持，成为广东地区管理人才的重要培养基地以及广东经济管理的重要研究基地。目前，学院处于快速上升期，正努力建设成为拥有知名学科的高水平学院。

得益于广东省在国家改革开放和转型升级中的前沿地位，学院在学科建设、人才培养的过程中得以接触到大批具有“敢为天下先”精神的优秀企业家，他们在经营管理中遇到的问题颇具代表性、时代性，甚至超前性，他们在这些问题的处理上有宝贵的经验，也有刻骨的教训。他们个人的成长及其企业的发展历程对管理理论形成了很好的诠释、印证。将这些宝贵实践整理提炼形成案例，让更多管理学实践者、教育者和研究者学习、反思，使之发挥更大的作用是我们一直以来的心愿。

在广东省教育厅和学校的高度重视及大力支持下，广东工业大学管理学院一批知名教授和年轻博士组成企业管理案例开发小组，并正式立项撰写本系列教材案例集。项目团队凭借对管理学理论的独到见解和深入管理现场获得的翔实资料，提炼、撰写了100余个会计与财务案例，形成本套财会教学案例系列教材。案例主题既有战略管理、财务管理、财务会计等经典管理话题，又包括创新创业、并购重组、物流与供应链管理中具有时代特色和本土特色的热点话题，从借壳上市、并购重组、资本运营、合并报表、财务分析、税务管理、审计等角度，再现了企业家和管理者在财会实际工作中面临的典型情景、需要解决的典型问题和需要做出的典型决策，有助于读者更好地了解企业所面临的内外部环境的复杂性，认识有效管理者在新时代下所要具备的系统性和前瞻性思维。

本系列教材案例适用领域广泛，用于教学，有助于训练学生对实践的观察，深化其对管理理论、财务管理、财务会计的理解，提高其对问题的分析和解决能力；用于科研，有助于学者们捕捉具有转型期特色的管理现象、提炼管理问题、归纳新的管理规律；用于指导实践，有助于启发管理者思维、扩展视野，获得有借鉴性的管理措施。

德鲁克说：“有效管理者的自我发展，是组织发展的关键所在。”我们谨以此书奉献给有志于成为卓越管理者的商学院学生，对服务企业、服务社会负有责任的学者和教师，以及在管理一线探究有效解决问题途径的实践者。愿广大读者与我们一起推动财务管理理论与实务的发展！

广东工业大学管理学院（执行院长）

张德鹏 教授

2019年2月

为进一步推动案例研究及案例教学的开展，开发出更多、更好、更适用于财会教育的高质量教学案例，提高人才培养质量，由广东工业大学承担的“产教融合 MPAcc 教学智库实验平台建设”项目启动了财会教学案例开发与评选的工作，旨在深化产教融合、校企合作，构建教学智库实验平台，引领学科发展，以学科发展支撑智库建设，促进专业教育决策科学化，为专业教学提供智力支持，培养高素质应用型高端会计人才。

本系列教材案例均由广东工业大学管理学院案例开发中心开发完成，涵盖财务会计、财务管理、管理会计和审计等专业核心课程，以及高等学校会计、银行会计、财税管理、财务报表分析、内部风险控制与管理、资本运营、重组并购等专业课程。项目组成员由具有管理实践经验的企业相关领域的教授、博士以及部分企业高管组成。案例均在团队成员深入企业调研、采编并与企业经营者或员工深度访谈的基础上完成。入选案例必须是没有进入国内外案例库、亦未发表过的原创案例。本次开发的案例同时进入广东工业大学管理学院案例库，也是“产教融合 MPAcc 教学智库实验平台建设”系列成果。

1. 案例开发的背景

中国经济实现了跨越式发展，而今成为世界第二大经济体，这其中蕴含的中国特色管理现象与问题同样吸引了全世界的目光。中国企业对于管理相关理论和方法从模糊到熟悉，并且逐渐在实践中予以应用和创新，为经济建设积累了宝贵的经验。

财会教学案例是对企业真实运作场景与管理活动的再现，展现出具有典型性的中国式情境、问题和经验。案例在管理学科领域的教学研究和人才培养中得到了广泛认可和重视，是将管理理论与实践相结合、培养应用型高级管理人才的有效手段。案例开发是接触中国企业真实情景的有效途径，是“实践—认识—再实践—再认识”的过程；案例的真实性、实战性可以帮助学生充当决策者的角色，提升学生处理问题的能力。案例教学能让学生深刻领会到理论在实践中的生命力，是缩短教学情境与职业工作情景的有效途径。可以说，离开案例，管理教育的目标就很难实现。

2. 案例的内容框架

本系列教材的编写以管理学涉及的主要内容范围为范围和框架，几乎涵盖了企业管理和财务管理的各个学科领域。内容涉及创新创业、企业战略管理、财务管理、成本管理、财务会计、税务管理、审计等方面。案例类型多样，既有描述性案例，又有决策性案例。所选案例客观展现了企业某种经营行为的背景、过程、结果和存在的问题，并不对企业的经营管理做出决策，亦无暗示或说明现有管理行为是否有效。案例后附有启发思考题和案例说明书，在教学中可用于专题或综合性的课堂讨论，为案例教学方法的实施提供了有效素材，加快了教学改革的进程。

3. 案例的鲜明特色

相较于众多的企业管理案例，本次开发的案例具有以下鲜明的特色：

第一，浓厚的本土特色。本书所选案例均来自国内上市公司，代表了依托本土资源、政策和技术特点兴起的不同类型的企业，对本土企业认识、解决管理问题具有直接的参考价值。但这并不影响案例的普适性，而恰恰提示广大管理者在决策时必须关注内外部环境的独特性，对于其他地区企业利用地缘特征、地方特色资源形成竞争优势亦具有借鉴作用。

第二，可靠、充实的信息。本书所有案例均由项目组成员在深入企业调研或认真采编上市公司公开数据，并对企业经营者或员工深度访谈的基础上完成，数据可靠、充实、深入。案例展示的不仅是管理事件的经过，也体现了管理者的思想过程，有利于读者嵌入情境，对管理问题形成更深层次的认知。

第三，新鲜的时代气息。本书对近年来的新兴行业给予了充分关注，包括房地产行业、电商行业、物流行业、旅游地产行业，同时也关注了处于转型升级中的传统企业。这些企业在新时代下面临的新挑战往往不能从既有的管理学理论中找到突破口，需要通过实践案例分析来找到解决方案，这样有利于读者进行开放的、发散的、多视角的思考，系统训练思维能力。

4. 案例的适用性

本系列教材案例可满足高等院校经济管理领域的多种教学与科研需求：适用于MBA（工商管理硕士）、MPAcc（会计硕士）、工程硕士、全日制研究生以及高年级本科学子案例研讨；可作为理论研究的参考书，供从事财务管理理论研究的专家学者以及企业管理咨询机构使用；同时也是了解中国企业管理实践的必读书，可供企业所有者和管理者参考借鉴。

在此，对各企业在案例开发过程中给予的信赖和支持表示衷心的感谢，如果没有各企业的慷慨协作，要顺利完成本次案例开发是不可能的。希望所开发的案例能给企业管理提供帮助，同时引导企业经营者对相关经营行为展开探索。

广东工业大学管理学院案例开发中心负责本案例系列教材的出版工作，在此向参与编辑和出版的所有工作人员表示衷心的感谢。

案例编写过程中参考了诸多学者的研究成果，由于篇幅限制，这里不再一一列出。

广东工业大学管理学院案例开发中心
广东工业大学产教融合MPAcc教学智库实验平台
2019年2月

案例 1 两虎相争，谁略高一筹：格力电器和美的集团投资价值分析	(1)
案例封面	(2)
案例正文	(3)
一、案例背景	(3)
二、格力电器和美的集团价值分析	(6)
三、案例结语	(15)
四、讨论题目	(15)
五、参考资料	(16)
案例说明书	(17)
案例 2 基于 EVA 视角的企业价值评估分析：以 X 地产为例	(23)
案例封面	(24)
案例正文	(25)
一、案例背景	(25)
二、X 集团财务指标分析	(26)
三、基于 EVA 模型计算 X 地产企业价值	(29)
四、X 地产企业 EVA 评估结果分析	(32)
五、案例结语	(33)
六、讨论题目	(34)
七、参考资料	(34)
案例说明书	(36)
案例 3 房地产企业价值评估方法的比较分析：以 X 集团为例	(43)
案例封面	(44)
案例正文	(45)
一、案例背景	(45)
二、X 集团价值分析	(47)
三、案例结语	(58)
四、讨论题目	(58)
五、参考资料	(59)
案例说明书	(60)
案例 4 民生银行企业价值评估	(69)
案例封面	(70)
案例正文	(71)
一、引言	(71)
二、公司价值评估的基本面背景	(71)
三、价值评估模型介绍	(81)
四、将股票价值评估模型应用于民生银行	(83)

五、问题讨论	(88)
案例说明书	(89)
案例5 老板电器估值分析	(93)
案例封面	(94)
案例正文	(95)
一、引言	(95)
二、家电厨卫行业介绍	(95)
三、老板电器基本情况	(96)
四、老板电器的财务状况分析	(99)
五、自由现金流量折现模型在老板电器中的应用	(102)
六、对老板电器的连续价值	(109)
七、结论	(110)
八、参考资料	(110)
九、讨论题目	(110)
案例说明书	(111)
案例6 五粮液企业价值评估	(119)
案例封面	(120)
案例正文	(121)
一、引言	(121)
二、五粮液的基本情况	(121)
三、白酒行业介绍	(122)
四、五粮液的 SWOT 分析	(123)
五、五粮液财务报表分析	(125)
六、自由现金流折现模型在五粮液中的应用	(128)
七、对五粮液的相对价值评估	(139)
八、结论	(140)
九、参考资料	(141)
十、讨论题目	(142)
案例说明书	(143)
案例7 海大集团估值分析	(149)
案例封面	(150)
案例正文	(151)
一、引言	(151)
二、公司价值评估的基本面背景	(151)
三、企业价值估值模型介绍	(158)
四、估值模型的应用	(159)
五、结论	(168)
六、问题讨论	(169)

案例说明书.....	(170)
案例 8 苏宁易购估值研究	(179)
案例封面.....	(180)
案例正文.....	(181)
一、引言.....	(181)
二、苏宁易购公司基本情况介绍.....	(181)
三、零售行业介绍.....	(183)
四、苏宁公司财务状况分析.....	(185)
五、自由现金流折现模型在苏宁的应用.....	(187)
六、对苏宁公司的连续价值评估.....	(192)
七、结论.....	(193)
八、参考资料.....	(193)
九、讨论题目.....	(194)
案例说明书.....	(195)
案例 9 光明乳业企业价值评估	(201)
案例封面.....	(202)
案例正文.....	(203)
一、引言.....	(203)
二、公司基本信息.....	(203)
三、行业分析.....	(204)
四、财务报表分析.....	(205)
五、自由现金流模型估值.....	(212)
六、修正平均市盈率法.....	(222)
七、两次价值评估的比较与分析.....	(223)
八、问题讨论.....	(223)
案例说明书.....	(224)
案例 10 基于企业自由现金流量模型 (FCFF) 的美的集团估值分析	(229)
案例封面.....	(230)
案例正文.....	(231)
一、引言.....	(231)
二、美的集团基本情况介绍.....	(231)
三、家电行业介绍.....	(234)
四、美的集团财务状况分析.....	(236)
五、美的集团估值分析.....	(239)
六、美的集团的连续价值评估.....	(247)
七、结论.....	(247)
八、参考资料.....	(248)
九、讨论题目.....	(248)

十、附录.....	(248)
案例说明书.....	(251)
案例 11 格力电器企业估值案例分析	(257)
案例封面.....	(258)
案例正文.....	(259)
一、宏观分析.....	(259)
二、行业分析.....	(261)
三、企业分析.....	(265)
四、财务分析.....	(267)
五、损益表预测.....	(271)
六、格力电器价值评估分析.....	(276)
七、评价及总结.....	(280)
八、问题讨论.....	(280)
九、参考资料.....	(281)
案例说明书.....	(282)

案例 1

两虎相争，谁略高一筹：格力电器和美的集团投资价值分析*

-
- * 1. 本案例由广东工业大学管理学院的陈沉、谭少红共同撰写，作者拥有著作权中的署名权、修改权、改编权。
 - 2. 本案例授权广东工业大学产教融合 MPAcc 教学智库实验平台使用，广东工业大学产教融合 MPAcc 教学智库实验平台享有复制权、修改权、发表权、发行权、信息网络传播权、改编权、汇编权和翻译权。
 - 3. 由于企业保密的要求，在本案例中对有关名称、数据等做了必要的掩饰性处理。
 - 4. 本案例只供课堂讨论之用，并无意暗示或说明某种管理行为是否有效。

[案例封面]

适用课程：财务管理理论与实务

选用课程：价值评估

编写目的：本案例旨在引导学员进一步理解价值评估的相关知识，拓展了解各种价值评估方法的区别以及在实际中的应用。一方面，学员可以掌握财务管理中公司价值评估的方法，并从报表中挖掘相关数据进行估值分析；另一方面，学员可以思考价值评估在现实中的应用，为现实的投资分析提供方法，比较相似企业的投资价值。

知识点：价值分析

关键词：价值评估；估值分析；格力电器；美的集团；财务状况

中文摘要：随着股权分置改革的进行，中国的证券市场逐渐走向成熟。面对市场，如何进行价值评估，如何选择一家前景比较好的公司，如何配备资源，这些都需要投资者考虑。投资者对企业进行的价值评估对于投资的成功与否起着举足轻重的作用。通过估值分析，投资者可以从相似的企业中选择一家具有潜力的公司进行投资，也可以了解市场是低估还是高估了这个企业的价值。本案例选择了家电行业中两大公司——格力电器和美的集团进行比较分析，希望通过对这两家公司的价值评估分析能够解决以上的问题。本案例站在投资者的角度，就宏观和企业微观两方面对两家公司进行分析对比，运用价值评估分析工具对两家公司进行估值。

[案例正文]

投资人程先生想用手头上的闲置资金进行投资。由于近年来家电行业好消息不断，所以程先生想将资金投向家电行业。在青岛海尔、格力电器和美的集团这三大龙头企业中，程先生看中了格力电器（简称格力）和美的集团（简称美的）。但现在要二者取其一，程先生陷入了两难的境地。在家电行业发展的今天，程先生到底应该怎样对投资公司进行选择呢？对两家龙头企业又应如何做出取舍？那么，就让我们一起走进本次的案例分析吧！

本案例在对格力电器和美的集团两家公司的财务报表信息进行比较分析的基础上，分别对两家公司进行价值评估，得出程先生应该投资格力电器还是美的集团的结论。

一、案例背景

（一）理论背景

1. 公司价值评估的目标

公司价值评估，顾名思义，即是评估公司的真实价值。而价值分为多种，不同使用者进行价值评估的目标不同，所选择衡量的价值指标也不同。

国内外学者经多年的研究基本形成共识：要判断一个公司的真实价值，即是评估公司的内在价值。据陈力农（2012年）所述：“公司的内在价值是指公司在可预见的未来预期可以产生的现金流量的现值。”对于一个理性的投资者而言，他们对公司进行投资的目的在于获得报酬，期望获得未来收益。从这个角度看来，投资者进行价值评估分析的时候应该注重公司的内在价值。

2. 公司价值评估的模型

本案例运用以下两个价值评估模型，分别对格力电器和美的集团进行价值评估。

（1）股利折现模型。股票内在价值可以用股票每年股利收入的现值之和来评价；股利是发行股票的股份公司给予股东的回报，按股东的持股比例进行利润分配，每一股股票所分得的利润就是每股股票的股利。股利贴现模型是研究股票内在价值的重要模型，其基本公式为：

$$P_0 = \sum_{i=1}^n \frac{DPS_i}{(1+r)^i} + \frac{P_n}{(1+r)^n} *$$

股利稳定增长模型的公式如下：

$$P_0 = \frac{D_0(1+g)}{r_s - g} = \frac{D_1}{r_s - g} *$$

股利零增长模型的公式如下：

$$P_0 = \frac{D_0}{K}$$

式中， P_0 为公司价值； D_0 为当期股利； K 为投资者要求的投资回报率。

（2）市盈率估值法。市盈率估值法是国外成熟的证券市场上常用的股票投资价值的评估方法，其计算公式如下：

* 公式参数这里不作介绍，请读者查相关资料。

$$\text{市盈率} = \text{每股市价} / \text{每股盈利}$$

目前，几家大的证券报刊在每日股市行情报表中都附有市盈率指标，其计算方法为：

$$\text{市盈率} = \text{每股收市价格} / \text{上一年每股税后利润}$$

（二）行业背景

1. 行业现状

近10年来，我国空调产业发展迅猛，形成了珠三角、长三角、环渤海经济区三大空调生产基地，行业的工业总产值和销售收入都持续增长。据《中国制冷空调市场调查研究与发展前景预测报告（2016—2021年）》显示，目前我国空调的产量已占到世界总产量的80%以上，销售量的50%，已成为全球空调的生产基地。统计显示，2012年1—12月全国规模以上制冷、空调设备制造行业企业数量为751家，制冷、空调设备制造行业资产合计141 879 699.00千元，同比增加14.17%；实现销售收入199 667 329.00千元，同比增加11.86%；完成利润总额14 439 835.00千元，同比增加20.54%；制冷、空调设备制造行业整体从业人数207 469人，同比增长4.05%。^①

2017年上半年，白电行业^②表现较为突出。受益于2016年去库存为市场补货释放空间、高温天气以及三、四级市场转暖等利好因素，空调市场表现出色。2017年制冷空调产业总体保持稳定增长的势头。从细分行业来看，无论是内销还是出口，家用空调、商用冷柜、空气源热泵、多联机等产品产销将保持较高的增速，其中，空调产销将上升到1.2亿台以上的新台阶。我国2013—2017年家用空调的产销数据如表1-1所示，同期三大空调品牌的份额数据见表1-2。

表1-1 2013—2017年中国家用空调各指标数据

单位：万台

年份	2013	2014	2015	2016	2017
生产	10 912.21	11 742.81	10 361.13	11 152.14	14 349.97
销售	11 111.82	11 606.47	10 635.81	10 817.3	14 170.16
内销	6 235.2	7 016.52	6 268.54	6 045.56	8 875.45
出口	4 876.62	4 589.96	4 367.27	4 771.74	5 294.71

数据来源：产业在线。

表1-2 2013—2017年空调重要品牌份额

单位：%

年份	2013	2014	2015	2016	2017
格力	44	43.3	43.4	42.7	38.6
美的	23	24.1	24.4	18	22.4
海尔	9.5	9.8	9.3	9.4	9.9

数据来源：产业在线。

① 数据来源：国家统计局官网2012。

② 一般家电界把传统家电分为三类：黑色家电、白色家电、小家电。黑色家电主要包括电视机、录像机、音响、VCD、DVD等，是可提供娱乐的；白色家电则以空调、电冰箱、洗衣机为主；小家电指的是电磁炉、电热水壶、风扇等家电产品。因为早期像电视机、录像机等外壳都是黑色的，洗衣机、空调等外壳是白色，所以才有白黑之分。

由表 1-1 和表 1-2 可以看出, 2017 年, 空调累计销量为 14 170.16 万台, 同比增长 31%; 累计内销量为 8 875.45 万台, 同比增长 46.8%; 累计出口量为 5 294.71 万台, 同比增长 11%, 空调产业创下新的增长纪录, 格力、美的、海尔是空调业的三巨头, 2017 年共分割了空调市场 70.90% 的份额, 分别占据 38.6%、22.4% 和 9.9% 的市场份额。

2. 行业发展前景分析

随着城市化率、中产阶级数量的增加, 居民消费能力的增强, 人们消费观念的改变, 我国的家电市场日益趋向智能化、绿色化、环保化; 农村市场升温较快; “互联网+” 占领份额日益增加。

(1) 家电日益智能化、绿色化、环保化。在节能环保全球化的趋势下, 家用电器的高效节能和环保已成为家电制造商关注的重要指标, 高效节能家电的市场份额不断攀升。家用电器的节能环保不仅仅体现在使用时节电节水和减少排放, 还体现在设计、制造、使用、报废及回收的整个生命周期。随着世界各国对家用电器能效标准的不断升级, 以及我国对节能环保要求的不断提高, 节能环保家用电器的市场前景广阔。

(2) 城镇化进程加快, 乡镇市场进一步扩大。在国家政策的积极引导下, 在城镇化、家电下乡、京津冀一体化的市场背景下, 家电行业在乡镇将进一步普及。城镇化逐渐改变了消费者的生活方式, 新兴城市拥有快速发展的经济环境, 新城市人对生活的态度将发生较大改变, 对家电的需求将增大。

(3) “互联网+家电” 模式的出现, 家电市场份额日益增加。随着我国电子商务的飞速发展, 人们消费观念的改变, 网上购物的大折扣力度以及促销活动、售后服务的完善等, 使网上购物成为现代人们购物的首选。自“互联网+” 概念进入家电行业以来, 家电行业在互联网上的销售额有了飞跃式的增长, 预计未来市场份额将会继续增加。

(三) 公司简介

1. 格力电器股份有限公司简介

格力电器股份有限公司是珠海市人民政府国有资产监督管理委员会管理旗下的一家大型国有控股股份制企业, 1989 年 12 月 13 日成立, 是全球最大的集研发、生产、销售、服务于一体化的专业化空调企业, 拥有格力、TOSOT、晶弘三大品牌, 主营家用空调、中央空调、空气能热水器、手机、生活电器、冰箱等产品。2009 年销售收入 426.37 亿元, 连续 9 年上榜美国《财富》杂志“中国上市公司 100 强”。格力电器旗下的“格力”品牌空调是中国空调业唯一的“世界名牌”产品, 业务遍及全球 100 多个国家和地区。

2005 年至今, 格力电器产销量连续 12 年领跑全国, 2006 年荣获“世界名牌”称号, 在全球空调业处于领头羊的位置, 珠海格力电器股份有限公司在“2017 中国企业 500 强”中排名第 154 位。

2. 美的集团股份有限公司简介

美的集团股份有限公司的前身是 1968 年创办的一家乡镇企业。1980 年进入家电行业, 1981 年正式注册使用“美的”商标, 1993 年成立美的集团。2013 年在深交所上市(000333), 旗下拥有小天鹅、威灵控股两家上市公司, 跻身全球白色家电制造商前五名, 并拥有 200 家子公司和 9 个战略业务单元。在全球有 21 个生产基地, 有 160 个物流仓库在运行。集团在国内有 15 个生产基地, 国外在巴西、阿根廷、印度等国有 6 个生产基