

# Analysis of the Motivation and Impact of Midea's Acquisition of Little Swan

Ruixuan Yang

Lanzhou University of Finance and Economics, Lanzhou, Gansu, 730000, China

## Abstract

With the changes in the smart home market, many companies are gradually adjusting their development strategies. This article takes the acquisition of Wuxi Little Swan by Midea Group as a case study, and deeply explores core issues such as the selection of merger targets and the implementation effect of merger strategies. Through various methods such as financial indicator analysis and event analysis, a detailed study was conducted on the changes in integrated performance after the merger. Combined with Midea Group's own strategic goals, a comprehensive evaluation of the merger effect was carried out. Through the analysis of the typical case of Midea Group's acquisition of Wuxi Little Swan, the aim is to provide reference and inspiration for merger strategies for other enterprises, helping them better understand and cope with various challenges in the merger process.

## Keywords

Midea Group; Horizontal mergers and acquisitions; Little swan; financial analysis

## 美的并购小天鹅的动因及影响分析

杨瑞轩

兰州财经大学, 中国·甘肃 兰州 730000

## 摘要

随着智能家居市场的改变,许多企业逐步调整自己发展战略。本文以美的集团并购无锡小天鹅为案例,深入探讨了合并对象的选择、合并战略的实施效果等核心问题。通过财务指标分析和事件分析法等多种方法,详细研究了合并后的整合绩效变动,并结合美的集团的自身战略目标,对其合并效果进行了全面评价。通过对美的集团并购无锡小天鹅这一典型案例的分析,旨在为其他企业提供合并策略的参考和借鉴,帮助企业更好地理解和应对合并过程中的各种挑战。

## 关键词

美的集团; 横向并购; 小天鹅; 财务分析

## 1 引言

随着当今社会的发展,伴随着居民收入以及消费水平的稳步提升,对于日常生活中的家电人们也从能用逐渐转为好用的向往。在当前的产业背景下,家电行业正面临生产成本攀升和消费者观念、需求转变的双重挑战。因此,行业的转型升级变得尤为迫切。这种转型应以智能化和自动化为核心,深度融入科技元素和个性化定制到家电产品的设计、制造、营销及售后服务中,以精准匹配并满足消费者的多元化需求。随着互联网的普及以及科技的不断进步,人们的生活逐步迈向物联网时代,用互联网将房子家居串联起来,形成万物互联的智能家居新生态。

## 2 并购企业及并购过程概述

### 2.1 美的集团基本情况介绍

美的集团于1968年在广东顺德创立,最初的业务集中在瓶盖和玻璃瓶的生产。随着公司的发展,1980年,美的集团决定进军家电行业,开启了其在家电领域的崭新篇章。多年来,通过一系列战略性的并购、整合以及股权收购,美的集团逐步确立了自己在中国家电行业的领先地位。

2013年9月,美的集团成功实现整体上市,这一里程碑事件不仅提升了其在市场上的影响力,也显著增强了集团的融资能力。如今,经过五十余年的不懈努力,美的集团正全力推动数字化创新业务的发展,积极构建物联网时代下的全新发展蓝图,以期在未来的市场竞争中继续保持领先地位。

### 2.2 小天鹅基本情况介绍

小天鹅集团自1958年创立以来,一直致力于洗衣机技术的研发与创新。1978年,该集团成功推出了全自动洗衣机,这一成就标志着中国洗衣机行业的一大突破。随后,在1997年,无锡小天鹅在深交所成功上市,其旗下包括小天

【作者简介】杨瑞轩(1998-),男,回族,中国甘肃兰州人,硕士,从事成本与管理会计研究。

鹅A和小天鹅B两只股票，主营业务涵盖全品类洗衣机的研发、制造与销售。

### 3 案例分析

#### 3.1 小天鹅优势分析

小天鹅作为洗衣机市场的领军品牌，其优势主要体现在以下几个方面：首先，小天鹅拥有先进的技术实力，尤其在物联网技术与洗衣机的结合方面表现卓越，为用户提供更智能、更便捷的洗涤体验。其次，小天鹅凭借多年的市场积累，品牌知名度和美誉度均较高，赢得了广大消费者的信赖和喜爱。此外，小天鹅的产品线丰富，能够满足不同消费者的需求，同时在售后服务方面也表现出色，为用户提供全方位的保障。综上所述，小天鹅以其技术实力、品牌影响力和完善的产品及服务体系，在洗衣机市场中占据重要地位。

##### 3.1.1 小天鹅技术先进

小天鹅集团作为我国洗衣机行业的先驱，自成立之初便将技术研发视为其核心竞争力。企业长期将大量资金投入研发中，凸显了对技术创新的高度重视。近年来，小天鹅在研发方面的投入始终保持在较高水平，这在合并前的相对指标中明显超越了美的。因此，美的选择小天鹅进行吸收合并，无疑是一个明智之举。此举不仅能帮助美的快速弥补在相关技术领域的短板，还能在当前消费升级和技术迅猛发展的背景下，为美的带来更多竞争优势，推动其在市场中取得更为卓越的表现。

##### 3.1.2 小天鹅是美的渠道整合的突破口

自2011年起，美的重新调整了其业务发展策略，从单纯追求收入转向以提升利润为核心。为了这一目标，美的展开了一系列战略性的并购行动，如投资开利拉公司股份，与小米、安川电机等企业建立深度合作关系。这些举措不仅让美的获得了尖端技术，还显著扩大了其市场份额，并推动了家电产品向高端化和智能化方向转型。2018年，美的宣布收购小天鹅，这一决策背后有着深思熟虑的考量。尽管小天鹅在洗衣机市场拥有高份额和强大的话语权，但其业务过度依赖单一品类产品。

##### 3.1.3 小天鹅合并对价低

在美的与小天鹅的合并过程中，美的凭借其持有的53%股份，在合并前夕已对小天鹅的经营决策和财务政策产生直接影响。在合并前的准备阶段，美的提议并推动小天鹅进行了大额股东分红，每股分红高达4元（总计每10股份40元），这一策略迅速为美的集团回笼了大量资金，有效降低了合并的对价成本。

#### 3.2 美的集团合并小天鹅动机分析

##### 3.2.1 技术融合与品牌价值提升

小天鹅在洗衣机行业拥有全品类的核心技术，并以其卓越的品质和创新能力，成为行业内最具影响力和用户忠诚度的高端品牌之一。此外，美的与小天鹅在洗衣机生产所需的原材料采购渠道上存在诸多重合。合并后，美的迅速整合了双方的采购渠道，借助小天鹅的渠道优势，优化了采购流

程，降低了进货成本。

##### 3.2.2 实现国际化战略布局，提升综合竞争力

美的一直致力于实现国际化战略布局，通过并购小天鹅可以进一步加速其国际化进程。小天鹅作为国际知名的家电品牌，其在海外市场有着广泛的知名度和影响力。通过并购小天鹅，美的可以进一步拓展海外市场，提升在国际市场的竞争力。同时，美的可以借鉴小天鹅在国际市场的营销策略和管理经验，进一步提升自身的国际化运营能力。这种并购有助于美的实现国际化战略布局的目标，提升综合竞争力。

##### 3.2.3 推动智能家居战略的跨越发展

美的与小天鹅在并购后可以实现资源的优化配置和整合，进一步提升运营效率。通过共享研发、生产、销售等资源，双方可以降低生产成本和销售成本，提高盈利能力。同时，美的可以借鉴小天鹅在精益管理、品质控制等方面的经验，进一步提升自身的运营效率和管理水平。这种并购有助于美的实现规模经济效应和协同效应，提高整体运营效率。在洗衣机这一短板上，随着小天鹅被合并后技术的加持，使得美的打破了原有的技术限制，更加进一步实现自己的智能家居战略计划。

##### 3.2.4 优化财务结构，增强经济实力

美的对小天鹅的吸收合并显著增强了其财务基础，特别是带来了显著的现金流增强。在2018年，小天鹅的经营活动现金净流量实现了显著增长，增幅超过一倍，这一成绩在经济低迷的背景下显得尤为突出。此次合并不仅为美的带来了可观的现金流入，而且在其转型的关键时期给予了有力支撑。当前，美的正处于转型升级的关键阶段，需要大量现金流以推动战略转型、构建物联网时代的家电生态以及实现全屋智能化。尽管美的规模庞大，但在现金流稳定性上，小天鹅的表现却更加稳健。通过换股吸收合并的方式，美的成功增加了现金流，为其未来发展和战略实施奠定了坚实的基础。

#### 3.3 美的合并小天鹅时机分析

在选择并购目标公司的时机时，宏观经济形势和行业发展状况是不可或缺的考量因素。在宏观经济背景下，美的与小天鹅的股价均遭受较大冲击，特别是小天鹅，在2018年1月至9月期间，其A、B股跌幅显著，股价较年内最高点下滑近50%，市场对其估值严重偏低。美的正是抓住这一有利时机，以较低的成本收购了小天鹅，这一举措不仅填补了其在业务版图中的重要一环，而且有助于优化资源配置，提高整体运营效率。

### 4 美的合并小天鹅对美的集团财务影响分析

#### 4.1 基于财务指标分析法分析

##### 4.1.1 美的集团短期偿债能力分析

2018年美的成功合并无锡小天鹅后，其财务状况展现出显著的改善。具体而言，流动比率从1.40提升至1.50，速动比率则由1.18上升至1.28，现金流量负债比率由0.21增加到0.27，这些关键指标均显示出集团短期偿债能力的稳步增强。从合并后的整体效果来看，美的集团的短期偿债能

力在合并后的下一年度得到了显著提升。

#### 4.1.2 美的集团长期偿债能力分析

2018年美的在吸收合并小天鹅后,其资产负债率略有降低,从64.94%微降至64.40%,而现金总负债比率则有所上升,从0.16提升至0.20。这些指标的变化表明,合并后美的的资产质量和偿债能力有所增强,尽管改善幅度相对有限。

#### 4.1.3 美的集团营运能力情况分析

2018年美的吸收合并小天鹅后,营运能力指标显著改善。具体来说,应收账款周转天数从41.82天减少至35.83天,存货周转天数虽微降至56.47天,但总资产周转天数却略有上升,从351.9天增加到364.4天。然而,值得注意的是,这些指标在合并后的短期内均有改善,并在随后的2020年和2021年持续展现出积极的趋势,这充分表明美的的合并小天鹅后,其营运能力得到了显著提升。

#### 4.2 获利能力分析

2018年收购无锡小天鹅后,其获利能力在短期内得到了显著提升。营业净利率从8.34%提升至9.09%,净资产收益率由25.66%增长到26.43%,总资产收益率也从8.46%增加到8.94%。然而,需要注意的是,自2020年起,美的的盈利能力出现了波动并有所下降。

#### 4.3 发展能力分析

2018年美的在完成对小天鹅的吸收合并后,总资产增长率显著提升,从6.29%大幅跃升至14.51%。然而,虽然从2018年开始到2019年,美的的营业收入增长率从原先的8.23%微降到6.7%,但是美的的净利润增长率却刻意保持稳定不变,这说明不影响公司的整体战略。

### 5 并购后的整合策略

#### 5.1 品牌整合

保持双品牌策略:美的和小天鹅都是家电行业的知名品牌,各自拥有独特的品牌价值和市场定位。美的可以保持双品牌策略,让小天鹅品牌继续发挥其在洗衣机市场的专业性和影响力。

统一品牌形象:在保持双品牌策略的同时,美的可以统一两个品牌的视觉形象、传播渠道和品牌形象,增强品牌的整体性和一致性。

#### 5.2 技术研发整合

共享研发资源:美的和小天鹅在技术研发方面都有各自的积累和优势。并购后,双方可以共享研发资源,共同投入研发,推动产品技术的创新和进步。

加强技术合作:美的可以加强与小天鹅在技术研发方面的合作,共同开发新技术、新产品,提高产品的竞争力和市场地位。

#### 5.3 生产制造整合

优化生产布局:美的可以根据双方的生产能力和市场需求,优化生产布局,实现生产资源的优化配置。

引入先进技术:美的可以引入先进的生产技术和设备,

提高生产效率和产品质量,降低成本。

#### 5.4 销售渠道整合

拓展销售渠道:美的可以利用自身丰富的销售渠道和营销网络,帮助小天鹅拓展市场,提高市场份额。

共享销售资源:双方可以共享销售资源,包括客户资源、销售渠道、营销人员等,提高销售效率和市场影响力。

#### 5.5 人力资源整合

保留核心团队:美的在并购小天鹅后,应保留小天鹅的核心团队和关键人才,确保企业的稳定运营和持续发展。

加强员工培训:美的可以加强员工培训和职业发展计划,提高员工的技能水平和综合素质,为企业的发展提供有力的人才支持。

### 6 建议

#### 6.1 慎重选择并购目标

随着时代的变迁和理论体系的不断完善,企业合并过程中行业背景分析的重要性日益凸显。企业在选择并购目标时,应以并购战略为核心导向,精准匹配与自身战略契合的目标企业,以提升并购成效。收购往往伴随着高昂的成本,因此,主并方在策划合并时,需全面考虑各种因素,为决策提供坚实支撑。

#### 6.2 加强资源整合与共享

资源整合与共享的重要性:美的并购小天鹅的案例充分展示了资源整合与共享的重要性。通过并购,美的能够充分利用小天鹅在洗衣机领域的研发、生产、销售等方面的优势资源,实现资源共享和互补,进一步提升整体竞争力。这启示我们,在市场竞争日益激烈的环境下,企业需要不断创新和拓展业务范围,同时注重资源的整合与共享,以提高运营效率和市场竞争力。

#### 6.3 制定合适的品牌战略

品牌战略的重要性:美的并购小天鹅后,采取了“双品牌经营”的策略,这一策略不仅保留了小天鹅的品牌影响力和市场地位,也为美的带来了更多的市场机会。这启示我们,在品牌竞争日益激烈的环境下,企业需要注重品牌战略的制定和实施,通过差异化竞争和品牌建设,提高品牌知名度和美誉度,从而赢得更多的市场份额。

#### 参考文献

- [1] 蔡瑞童.企业换股并购协同效应研究:以美的 并购小天鹅为例[J].现代商业,2022(12):98-101.
- [2] 田聪蕊.“美的”并购“小天鹅”的财务绩效 研究[J].投资与创业,2021,32(23):222-225.
- [3] 刘国武,李君华.数字经济发展对产业结构转型升级的影响:基于需求端视角[J].当代经济科学,2024,46(1):104-116.
- [4] 操友根,黄坤耀,杜梅.数字经济背景下中国装备制造业升级路径研究[J].中国科技论坛,2024(2):94-104.
- [5] 王姝楠.数字经济背景下中国制造业转型升级研究[D].北京:中共中央党校,2020.