

美的 Midea

美的电器与资本市场共成长 贺中国资本市场成立二十周年

美的的财富数字

美的财富数字的背后是民族品牌中国资本市场共同成长的一个典型。

1990年末至1992年正是中国资本市场的朦胧发展阶段，十八年前，美的电器尚带着中国资本市场证监会批准的第一家乡镇企业上市公司的标签踏入A股市场，十八年后的今天，美的电器便已脱胎换骨为一家国际化的家电龙头企业。资本市场20年，美的电器就是其中成就的最好个案之一。

依据市场公开数据对美的电器上市18年的业绩进行的一次盘点：上市18年来，产融结合成就了企业发展的良性循环。销售收入由1993年的9亿元增长至2010年的572亿；利润由1.5亿增长至27亿元（截至三季报）。上市18年来，三次配股、一次公开增发，包括IPO在内共募集资金40.45亿元。1992-2009年，实现年年分红，其中派发现金红利总额达21亿元。上市时以IPO发行价与发行后总股本乘积而计算的市值为8亿元，近期市值约600亿元。如果以一投资者参与美的电器IPO认购了100股为例计算，并参与了三次配股，则截至目前，其所投入的资金量为2,578元，而其所获得的历年现金分红3,488元，其持股的股票数量为4,329股，按近期价格计算，其持有市值可达8万元，获利倍数达31倍。

美的的成长业绩无疑是辉煌的，有人说这得益于美的的不断求变的变革，得益于科技推动，得益于国际化推动，得益于资本市场的数次成功运作。然而所有这一切，我们更愿意把它归结为美的企业家团队的前瞻性的战略思维和眼光。这种战略性的思维和眼光在美的的构筑产业链和产业布局中体现得尤为充分。正如美的电器董事局主席方洪波所说，美的电器一直对自己的战略很清楚，我们始终知道自己需要什么，如何做，并力争将想法变成现实，这是我们多年来保持成长的关键因素。

现在，美的又要开始踏上新的征程了。金秋十月时，美的集团曾在顺德举行了美的总部大楼落成仪式，嘉宾云集，盛况空前。充满时代感的具地标性的美的总部大楼昭示着美的今日的成就，也宣告着美的人新时期、新形象、新起点的豪迈。集团董事局主席何享健宣布，截至今年10月，美的集团销售收入首次突破1000亿元。他同时提出“十二五”目标，到2015年美的实现销售收入2000亿元，再造一个美的。到2015年实现白电行业全球前三，进入世界五百强。作为美的集团白色家电最主要资产的美的电器，任重道远。

以美的过往的业绩和目前所拥有的在行业内的体量，估计没有多少人会怀疑这一目标实现的可能性。总部大楼落成庆典媒体见面会上，面对全国数百家媒体，美的日用家电集团CEO黄健一句表态或许更能表达美的人自己的自信，他说，美的下一个千亿比前一个千亿的实现要容易，因为中国家电业的比价优势已经建立。

事实上，美的目前围绕十二五发展规划确定了六大核心工作：继续坚持规模领先；推动结构的调整，包括产品、市场、区域等；加强技术创新能力，从低端往高端，从低附加往高附加发展；积极推进国际化战略，增强全球竞争力；完善区域布局，提升产业竞争力。在优化国内布局的基础上，将有可能进一步完善西南、西北、东北等现在还未覆盖的地方，美的还要在全球范围内，进行全球的制造布局和营运布局；完善现代化治理结构，加快人才战略布局。

可以预想到的是，在未来的日子，美的电器业已风生水起的资本运作将更为精彩。不久前方洪波曾明确表达，美的的战略很清晰，所有的白电我们都要进入，至于收购兼并还是自主发展，不同阶段有不同的选择。那么，有谁会怀疑，已借力资本市场获得良好发展的美的电器，不会继续长袖善舞呢！

20th

