

退出中国家电市场 三星的取舍

5月6日的三星电子，冰火两重天。当日，公司股价创下历史新高，跻身全球仅13家的万亿美元市值俱乐部，全球企业市值排名升至第11位。亦在同日，三星（中国）投资有限公司发布公告，宣布停止在中国大陆市场销售的所有家电产品，完成坊间早有传闻的战略收缩。这两件大事看似并无关联，但在同日发生的进退与取舍还是不免让外界推演，三星未来业务的重点，是否已经不言自明？



盈利困境

弃牌，通常意味着观望和止损。从行业大盘来看，2025年全球电视市场销量维持在2.1亿台，同比持平，但国内市场仍处调整期，全年销量2763万台，同比下滑10.4%。国金证券研报指出，市场份额正快速向中资品牌集中，海信、TCL、创维等本土品牌凭借产品结构升级与渠道优势，不断挤压外资品牌空间，而韩系品牌在竞争中持续承压。三星、LG电视部门营业利润率(OPM)相继转负，预计2026年份额仍将继续下滑，中资品牌有望在中高端市场拿下更多话语权。

行业下行之外，三星自身家电业务的盈利困境也在显现。机构数据显示，三星电视与家电业务所在的VD&DA部门，盈利水平从2024年起持续下滑：2024年一季度该部门营业利润率(OPM)尚为3.9%，随后震荡回落，到2025年一季度降至2.1%，2025年第三季度更是转负至-0.7%，同比下滑4.3个百分点、环比下滑2.1个百分点。为挽回颓势，2025年第四季度三星加码降价促销，但效果远不及预期，当期营收同比仅微增2.3%，利润却被大幅侵蚀，OPM进一步下探至-4.1%，陷入“以价换量也难挽颓势”的尴尬境地。

奥维云网2026年3月中国彩电新零售渠道监测数据显示，三星彩电销额份额仅为

0.2%、销量份额仅0.1%，参考均价却高达10351元，远高于海信（均价5203元，销额份额38.4%）、TCL（均价4408元，销额份额21.4%）等本土头部品牌的主流价位，高定位与低份额反差强烈；同期冰箱、洗衣机赛道的新零售TOP品牌榜单中，已完全不见三星身影——冰箱市场最低上榜品牌TCL的销额份额仍有0.2%，洗衣机市场则被海尔、小天鹅占据超八成份额，三星的存在感近乎为零，边缘化处境已是不争的事实。

线下渠道的表现同样不容乐观。截至今年4月，三星在国内彩电、冰箱、洗衣机线下渠道的市占率分别仅为3.62%、0.41%和0.38%，排名均跌出主流梯队。

更大的蛋糕

主动收缩中国家电业务的背后，是三星将资源转向景气度更高、盈利空间更大的存储芯片等赛道，瞄准行业风口下更有利可图的业务增量。

爱建证券研报数据显示，2025年电子行业细分领域表现明显分化，印制电路板、集成电路制造、半导体设备板块涨幅领跑，而品牌消费电子板块表现疲软。行业格局变迁之下，存储芯片自2025年四季度开启新一轮涨价周期，与以往单一由手机、PC升级拉动的周期不同，此轮行情由AI服务器需求爆发、智能手机

配置迭代等多重因素共同驱动，景气度持续性更强。

2026年存储芯片涨价浪潮仍在延续。据TrendForce集邦咨询预测，今年第二季度一般型DRAM合约价格环比将上涨58%—63%，NAND Flash合约价格环比涨幅更是达到70%—75%。各大存储原厂纷纷调整产能布局，优先将产能倾斜至HBM、服务器内存、企业级SSD等高毛利产品，PC、普通消费级存储产能被持续挤压。北美云端服务商为保障AI服务器供货，还通过签订长期协议锁定产能，进一步收紧市场供给，进而使得存储价格进一步走高。

机构认为，放眼全球市场，2025年全球半导体市场规模已实现稳步增长，在AI算力渗透、汽车电子普及等因素加持下，2026年行业上行周期还将持续，存储芯片成为电子产业最具增长潜力的核心赛道。

苏商银行特约研究员武泽伟向北京商报记者指出，三星退出中国家电零售市场，是自身终端业务长期竞争压力下后的理性收缩。本土家电品牌依托快速产品迭代、完善渠道布局和高性价比优势筑起市场壁垒，三星难再突围。在此背景下，三星选择主动离场，将资源重新集中到存储芯片、显示面板等自身具备技术和规模优势的上游领域，也是一次清晰且务实的战略聚焦。

北京商报记者就相关问题向三星电子发去采访函，但截至发稿未能得到回复。

北京商报记者 陶凤 王天逸
图片来源：视觉中国

钟薛高破产清算 商标拍卖2110万元

5月7日，钟薛高食品（上海）有限公司（以下简称“钟薛高”）名下508件无形资产被打包拍卖，207万元起拍，经过超600次出价，以2110万元成交。竞拍公告显示，被拍卖商标包含“钟薛高”“钟薛低”“钟薛高的糕”“半巧主义”等。508件无形资产，207万元起拍的定价，与钟薛高巅峰时10亿元营收相比，其残存的品牌价值不可谓不冰冷，但很真实。业内分析人士指出，一个品牌价值的高低，从来不是商标证书的数量，当一个品牌失去消费者的信任，再多的证书也不如品质背书。

成交价2110万元

5月7日下午两点，京东资产交易平台，经过621次拍卖延时，钟薛高名下508件无形资产迎来最终归属，成交价2110万元，比207万元的起拍价高出不少。此次拍卖钟薛高无形资产的执行人，由上海市第三中级人民法院（以下简称“上海三中院”）依法指定上海市光大律师事务所的10人组成。钟薛高被整体打包拍卖的508件无形资产，包含了492项注册商标、8项授权专利以及8项著作权。其中，实用新型专利2项、外观设计专利6项、作品著作权7项和软件著作权1项。

司法拍卖信息显示，这是钟薛高为数不多可以拿出手的资产。根据上海三中院在去年8月公布的《民事裁定书》，上海市杨浦区人民法院（以下简称“杨浦法院”）经执行，发现被执行人钟薛高不能清偿到期债务，并且资产不足以清偿全部债务。经申请执行人上海臻利贸易有限公司申请，杨浦法院中止执行，将被执行人钟薛高的案件移送上海三中院进行破产立案审查。

此前2024年12月，钟薛高的设备曾被两次拍卖，但均以流拍收场。2026年1月14日，上海三中院公告，提及裁定确认钟薛高无争议债权金额合计约1.5亿元，宣告破产。此后，管理人又曾拍卖钟薛高名下1项专利，该专利3次流拍，第4次以201元被拍下。

“雪糕界爱马仕”折戟

从“雪糕界爱马仕”到破产清算，钟薛高只用了四年。2018年，凭借标志性的瓦片造

型和高端定位，钟薛高横空出世。2021年，钟薛高销售额突破10亿元，被誉为“雪糕界爱马仕”。同年，钟薛高完成2亿元由元生资本领投，H Capital、万物资本跟投的A轮融资，成为高端网红品牌的样本，一时间，钟薛高及其创始人林盛站在了聚光灯下。

由于雪糕价格偏高，钟薛高曾一度被称为“雪糕刺客”之称。对此，林盛曾在公开场合回应，钟薛高较贵的雪糕卖到66元一支，成本接近40元。2022年夏天，由于雪糕成分引发争议，钟薛高陷入舆论危机。针对“雪糕火烧不化”事件，林盛在2025年9月1日的直播视频中曾回应称，“这根雪糕里面有40%甚至快50%是干物质的时候，和一根雪糕95%都是水的时候，烧出来的样子是不一样的，干物质其实就是真材实料”。视频显示，林盛标出干物质为牛奶、稀奶油、全脂乳粉、冰蛋黄、干酪等。

林盛屡次出面回应，但钟薛高的经营却愈发艰难。2023年，钟薛高现金流出现紧张，同年顺势推出子品牌“Sa'Saa”，主打3.5元低价雪糕，但市场反响却很冷淡。其与伊利、蒙牛、蒙牛绿色心情等传统品牌相比，在原料、渠道、成本上不占优势，进一步加剧了经营压力。

钟薛高并非没有进行挽救，2024年5月28日，林盛曾直播卖红薯还债，但直播最终未能挽救钟薛高的困境。截至目前，钟薛高及其法定代表人林盛名下有27条限制消费令，涉案总金额超过3488万元；被执行人信息有3条，被执行总金额超过155万元；历史被执行人信息有40条，被执行总金额超过7245万元。此外，还有9条股权冻结信息。

2025年7月16日，上海三中院披露，因钟薛高不能清偿到期债务，并且资产不足以清偿全部债务，经债权人申请，法院中止执行，将钟薛高进行破产立案审查。彼时，钟薛高账面资产约1.86亿元，审计债务7.82亿元，资金缺口接近6个亿，负债率达到420%。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示，“钟薛高的结局在其横空出世时早已注定。钟薛高以高流量为运营模式，这类网红产品不可能有可持续发展的核心竞争力。可以看到，钟薛高的打法就是网红模式，当产品价格和品质不对等时，泡沫破灭就是价格虚高的必然结果”。

溢价与价值错位

从10亿元营收巅峰到2110万元资产拍卖，钟薛高的结局背后，一方面是网红模式的系统性崩塌，另一方面诠释了坚持长期主义的必要性。

北京市社科院副研究员王鹏认为，钟薛高的无形资产拍卖有巨大溢价，本质上是对“国家级品牌记忆”与“现成行业准入权”的最后一次估值确认，而其跌落神坛则是“营销溢价”与“品牌价值”错位的必然结局。

王鹏表示，打包拍卖的数百项商标与专利，构成了完整的知识产权闭环。竞拍者获得的不仅是商标所有权，更是防止竞品低价分流、保护市场份额的排他性权利。“即使口碑跌至谷底，其独特的视觉符号与高端定位的品牌印记依然存在。这种知名度对后来者而言，是省去了漫长品牌建设周期的心智锚点。”

北京京师（成都）律师事务所律师刘诚冬也认为，虽负面缠身，但“钟薛高”仍为高搜索量关键词，自带流量，新品牌可借势快速出圈。在渠道与供应链板块，经销商、商超、冷链渠道仍有合作体系，重启成本低于从零起步。

刘诚冬进一步表示，“品牌价值不等于商标销售数量，不能仅靠炒作，要坚持长期主义、品质与信任。钟薛高坐拥492项商标，因品质失控、信任崩塌，网红模式不可持续，靠噱头与炒作快速起量，终会被消费者理性抛弃”。

北京商报记者 孔文斐

天邦食品预重整一再延期

天邦食品的预重整之路迎来了第四次延期。近日，天邦食品发布公告称，公司因进行重整需要履行有关审批程序等，向宁波中院申请再次延长六个月预重整期间，宁波中院准许了公司的延期申请，公司的预重整期间延长至2026年11月9日。而天邦食品自2024年3月公告拟申请重整至今已逾两年，其间共经历了四次预重整延期。在预重整久拖不决的同时，公司经营基本面持续承压，2025年业绩由盈转亏，2026年一季度继续亏损。天邦食品的预重整能否迎来转机，仍是未知数。

天邦食品的预重整之路始于两年前。2024年3月18日，天邦食品以无法清偿到期债务，且明显缺乏清偿能力但具有重整价值为由，向有管辖权的人民法院申请对公司进行重整和预重整。2024年8月9日，天邦食品获宁波中院决定启动预重整，初始期限为六个月。

但公司的预重整进程并不顺利，2025年2月8日，天邦食品便将预重整期限首次延长至2025年5月9日，随后又再次延长至2025年11月9日。

期间，天邦食品于2025年5月8日、6月25日、7月17日分别与产业投资人及部分财务投资人签署《重整投资协议》，得到了资金上的支持。同时，天邦食品也在推进债务的处置工作和资产的清理工作，包括推进子公司富阳农发进入重整程序等。

但到了2025年11月3日，天邦食品以“预重整各项工作仍在开展过程中”为由，向宁波中院申请再次延长预重整期限六个月至2026年5月9日。

随着期限将至，5月5日，天邦食品发布公告称，宁波中院认为公司确实存在仍需时间完成有关审批程序的情况，为实现天邦食品财产价值最大化、最大程度保护全体债权人及债务人合法权益，确保预重整实现有效效果，决定延长天邦食品的预重整期间至2026年11月9日。至此，天邦食品的预重整进程已经历了四次延期，仍未进入正式重整程序。

盘古智库高级研究员江瀚表示，天邦食品预重整延期理由的表述变化，反映出其重整工作推进进入了更关键的审批环节。前期可能是各项基础工作在推进，如资产梳理、债权债务统计等，而如今进入审批

程序，意味着重整方案等核心内容需得到相关方面的认可，这是一个更为复杂且严谨的过程，也说明其面临着更多合规性、程序性的挑战。

预重整四度延期的同时，公司的业绩也由盈转亏。

财报数据显示，天邦食品2025年实现营收86.89亿元，同比下降9.9%；归母净利润为-13.09亿元，同比由盈转亏。2026年一季度，公司营收为18.7亿元，同比下降23.47%；归母净利润为-7.07亿元。

对于业绩亏损的原因，天邦食品解释称，2025年公司商品猪出栏666.35万头，同比增长11.21%，但由于市场下行，销售价格仅为14.65元/公斤，同比下降17.85%；同时闲置产能产生费用、利息费用、减值准备等，合计影响净利润约16.47亿元。2026年一季度虽然公司的育肥全成本同比下降0.96元/公斤至12.66元/公斤，但商品肥猪均价仅为11.22元/公斤，成本显著高于售价；同时受一季度生猪销售价格持续大幅下跌影响，存货跌价准备导致一季度净利润减少3.61亿元。

江瀚认为，预重整拖了两年多，长期的不确定性，可能会让企业在市场拓展、生产经营决策上趋于保守，不敢轻易投入资源扩大生产或进行战略布局。

值得一提的是，天邦食品的业绩困境并非孤例。2025年以来猪价持续走低，进入2026年，价格仍在进一步探底，在2026年一季度，全国生猪出栏均价已跌破10元/公斤。受此影响，头部生猪养殖企业如牧原股份、温氏股份、新希望等在2025年及2026年一季度均出现了亏损。

江瀚表示，当前生猪养殖行业处于周期低谷，为天邦食品预重整的推进增加了不确定性。猪价持续大幅下跌，销售收入不增反降，企业资金回笼困难，偿债压力增大。但同时，行业低谷也促使企业必须加快重整，以优化资源配置、调整业务结构来适应市场变化，所以也增加了紧迫性。若不能在行业周期反转前完成重整，企业可能面临更严峻的生存危机。

就公司预重整进展等相关问题，北京商报记者向天邦食品发去采访函，但截至发稿未收到回复。

北京商报记者 陶凤 王悦彤