

转型之痛

日系电子巨头正在被韩系与国产超越

江山代有人才出,弹指30年,换了人间。

改革开放初期,家家户户以拥有一台日本电器为荣的日子,正在人们的记忆中渐行渐远,随风而去。索尼、松下、夏普、日立、东芝,这些曾经风光无限的日系家电企业,要么陷入了巨亏的泥潭,要么正在被边缘化。《华尔街日报》这样评论索尼新任CEO为应对亏损宣布的裁员万人举措:“在经过连续四年的亏损后,索尼在财政上的困境已经不允许该公司像苹果和三星一样进行大规模的新技术投资。”对于崇尚“终身雇佣制”的日本企业来说,大规模裁员无疑表明企业真的是到了生死存亡的关头。

与曾经的辉煌相比,在包括韩系企业、中国国产企业奋力直追的同时,日系家电企业却再也没有了曾经的创新力,对技术部门的忽略让日系家电逐渐沦为了老爷车:说起来结实耐用,但感受度总不如豪华的小轿车好看。以电视产品为例,近两年来包括韩国的三星,中国的国产电视六大品牌都在致力于智能电视的开发上,国产电视更是在去年下半年提出了云电视的概念。日系电视呢?索尼曾经是较早推出3D电视的企业,但由于之后的疏于管理、推广,3D电视的霸主已然被韩系占据,索尼电视则以庸庸无为的



姿态在亏损的路上越走越远。松下也曾经是全球电视产业的大户,之后由于松下一意孤行地固守等离子战略,而等离子电视在与液晶电视的交战中早已落得下风,松下早早地便退出了全球电视产业实质性的竞争,几年来电视产品更是谈不上推陈出新。而在移动互联网时代,日本制造业已经明显开始没落。在个人电脑领域,东芝、索尼等日本电脑品牌被挤出全球前四名。手机方面,苹果改写了家庭娱乐终端的时代,

谷歌、微软、HTC、诺基亚、三星、联想等群雄争霸,而日本品牌却毫无建树。如今风水轮流转,中国制造业成本优势也日渐凸显,备受挤压的日系企业在缺乏创新、技术未能跟进的情况下,自然节节后退。

江湖还在,物是人非。对于日系消费电子来说,面临的不仅仅是竞争对手的增多,而且是观念的颠覆。

曾经被看做索尼跟随者和模仿者的三星正在将昔日的标杆甩得越来越远。在全球,三星已经连续六年

占据电视市场份额第一的位置;在中国,46英寸以上大尺寸高端电视销量第一的宝座也被三星把持。2012年一季度,三星电子营业利润达到5.8亿韩元(约合人民币357亿元),同比增长96.6%。

和三星相比,像索尼、松下等日资品牌不缺技术、不缺产品、不缺品牌号召力,曾经也不缺资金,何以同途而殊归?除了日元升值、日本地震等外部不可抗力,根源在于索尼等日企已经失去了曾经拥有的最宝贵的进取激情。

一位关注索尼20多年的分析师说:“从上世纪90年代后半期开始,索尼或如一团残火。”曾陆续推出半导体收音机、可携带黑白电视机、随身听、3.5英寸软盘驱动器等12项划时代技术的索尼,在自上世纪90年代之后的20年里,几乎没推出过让人耳目一新的划时代产品。而索尼只是日本制造业的一个缩影,日本的企业文化曾让世界崇拜不已,但如今保守的作风日益成为阻碍进步的绊脚石。曾经被誉为日本经济明珠的电子产业,正逐渐失去昔日的荣光。

与之形成鲜明对照的是三星的进取与扩张。和改革开放之初即进入中国市场的日本企业相比,三星迟到了十年,但后来居上的势头足以令任何一家日本企业汗颜。从显

示器、手机,到打印机、笔记本电脑,再到电视、冰箱,三星用十余年的时间在中国市场上不遗余力地织网、布局。

对此,有营销专家也表示,商品满足消费者的需要只是基础层面,其代表的符号价值往往更值得关注。随着信息技术的加速发展,电子产品、汽车制造过程中已出现智能化、傻瓜化趋势,在产品上跟进、模仿并不难,而从精神层面来塑造品牌才见真功夫。整个日本的电子企业都面临着类似的问题,从电视到显示器,从平板电脑到智能手机,几乎每一个主要领域都未能持续创新,并推出引领行业先锋的产品。而难以突破的创新,成为了日企没落的真实硬伤。

另一方面,对日系消费电子企业冲击最大的将是韩企,而非中国本土企业。韩国的产业水平比一般新兴国家要高,且抓住了当地市场的实际需求,敢于创新,具有市场活力,无论是电脑、手机、电视等领域,均有品牌能与欧美一较高下。不过,中国企业也有自己的特点。中国等新兴国家经济增长比较快,在科研投入上相对较多,一定程度上弥补了此前与日本技术的差距。而且,中国在开拓本土市场上具有先天优势,加之本地劳动力成本相对低廉,也拥有一定的市场占有率。 光耀

五月促销季 实惠新品大搜罗



精明消费

家电卖场的五一促销大战刚过,家电厂商们即刻接过接力棒,纷纷推出自己的热卖新品,以实惠的价格、丰富的活动回馈用户们。

超值明星笔记本带回家

宏碁 Acer 作为2012年伦敦奥运会全球合作伙伴,在火热的五月推出盛大的送礼促销活动,为广大消费者送上多款限量版精品好礼。Acer 宏碁旗下的多款明星笔记本参与了此次的促销活动,包括宏碁蜂鸟 S3-951、V3 系列及 M3 系列等。此次促销礼品分为金奖、银奖、铜奖三大类。金奖为限量版的奥运双肩电脑背包,银奖为动感的奥运T恤,铜奖为奥运运动帽、高品质音箱及精美购物袋。

叱咤风云的超极本 Acer 蜂鸟 S3-951 自然是本次宏碁促销中最受关注的核心机型之一。蜂鸟 S3 厚度仅为13毫米左右,重量也仅1.35千克。它领先的瞬间唤醒技术从睡眠状态重新开启笔记本电脑仅需1.5秒,即使是在深度睡眠状态下,整个笔记本电脑的开启时间也仅需6秒。独有的即刻网络连接技术,2.5

秒可实现Wifi连接,节约时间高达75%。蜂鸟 S3 的电池可以达到6小时以上的续航能力,以及50天的超长待机,可以免去开关机的麻烦。i5 处理器,配合4G内存,可带来快速迅速的多任务处理体验。

五月真享欧洲品质生活

源自欧洲瑞典的贴心设计电器专家伊莱克斯,以创新作为品牌百年发展的动力,并始终秉持“想你所想”的品牌理念,考虑消费者的使用需求,从每个细节入手,为消费者带来人性化的产品设计与贴心的服务,从而使每个中国消费者能从实际生活中体会到欧洲人高指数的幸福感。正值五月,伊莱克斯为中国消费者推出多款套餐系列,真情回馈消费者对于伊莱克斯长期以来的关注。即日起至5月13日,伊莱克斯“尊享套餐”与“精品套餐”从烤箱、冰箱到洗碗机一应俱全,能让家的每一个角落都渗透欧洲的气息。另外,为了让消费者的品质生活更添一份保障,伊莱克斯还在上海、北京、成都、重庆、广州五大区域特别推出“重磅延保活动”。只要在活动期间购买伊莱克斯厨房电器产品(冰箱除外),凭此延保卡整机保修年限可延长一定年数,延保达到的

年数将在行业内刷新最高保修标准。据悉,这是伊莱克斯在庆品牌“百年创新”之际真情回馈消费者最直接有力的方式。

波轮洗衣机巧攻白电市场

随着消费者在商品选择上的日趋理智,外观、价格等选择因素日渐退位,技术逐渐成为消费的首选因素。在黑电技术升级呈现出IT化趋势的当下,白电行业的竞争升级则相对缓慢,以今年为例,变频仍然是各洗衣机生产企业的必争之地。

作为合肥三洋全新打造的高端品牌帝度,得益于变频、电解水、NF全模糊、变频、变频洗等一系列独有的技术,在省时、省力、省电的同时,更能创造出洁净、健康、周到的洗衣体验。为庆祝帝度冰箱的上市,时下合肥三洋正在进行大规模的促销活动,凡购买三洋指定型号洗衣机及帝度指定型号冰箱,均将获赠三洋高端微波炉;购买三洋指定型号微波炉,将获赠品牌数码相机。购买三洋帝度的洗衣机、冰箱、微波炉产品任意两件,均有机会获得挂烫机、空气净化器、Mini洗衣机等礼品,如购买指定三件组合,更将享受套购疯狂底价。

禾页

促销旺季来补课 新冰箱切勿马上通电



家电贴士

家里新添了一件大件家电,很多消费者都想马上接通电源看看是否好用,但是售后服务人员经常告诉我们,冰箱不能马上通电,一定要放置一到两个小时以后才能通电,这是为什么呢?

专家告诉我们,冰箱压缩机的运行是需要润滑剂保护的,因

此厂商在生产过程中向制冷系统里面充灌了一定量的专用润滑油,冰箱制作完成以后润滑油和制冷剂就被完全封闭在制冷系统里面。冰箱在被搬运到家之前,早已经过了个把小时的颠簸、移动甚至倾斜,这时候冰箱里的润滑油就会顺着管路流入换热器的管道中;少量润滑油还会在颠簸、震动的作用下灌入压缩机的压缩腔,这样冰箱开机后就容易导致冰箱制冷系统瘫痪,所以为了保险起见,冰箱放置一到两个小时后通电是正确的。

同时,为了保证使用的卫生和安,压缩机和冷凝器也要定期清扫。在使用一段时间后,把冰箱内的食物拿出来进行一次卫生大清扫,目前一些冰箱具备除臭和杀菌功能,冰箱内的空气会相对清洁干净一些。

同样,冰箱在保养过程中也要注意一些事项。首先每年至少两次对冰箱进行清洁,清洁冰箱时先切断电源,用软布蘸上清水或食具洗洁精,轻轻擦洗,然后蘸清水将洗洁精拭去;其次,为防止损害箱外涂覆层和箱内塑料零件,请勿用洗衣粉、去污粉、滑石粉、碱性洗涤剂、开水、油类、刷子等清洗冰箱;再次,箱内附件肮脏积垢时,应拆下用清水或洗洁精清洗,电气零件表面应用干布擦拭,清洁完毕后,将电源插头牢牢插好,检查温度控制器是否设定在正确位置;最后,冰箱长时间不使用时,应拔下电源插头,将箱内擦拭干净,待箱内充分干燥后,将箱门关好。 明强

上海交电电商业行业协会
便民项目“家电报修一线通”

报修范围:彩电、冰箱、洗衣机、
空调、电脑、厨卫电器、小家电等

报修热线

5228 5151

本版与上海交电电商业行业协会特别合作