

二季度净亏13.4亿欧元

飞利浦电视面临进退两难选择

7月19日,飞利浦发布的2011年二季报显示,受经济衰退复苏速度不及公司预期以及资产减损的影响,飞利浦第二季度净亏损达到13.4亿欧元,同时,在中国彩电市场,从2004年市场占有率的7.09%,连续下跌,直至2011年的前4个月,市场份额已经萎缩至1.21%。

晚报记者 朱江华



网络图片

13.4亿欧元

飞利浦陷入亏损困局

7月19日,飞利浦发布该公司2011年二季报显示,受经济衰退复苏速度不及公司预期以及资产减损的影响,飞利浦第二季度净亏损达到13.4亿欧元,创近10年以来季度亏损纪录。去年同期飞利浦仍实现净利润2.59亿欧元。与此同时,该公司计划再削减5亿欧元的支出。

据悉,在截至6月30日的第二季度,飞利浦净亏损为13.4亿欧元,该公司上年同期的净利润为2.59亿欧元。第二季度,受飞利浦医疗部门美国业务表现不佳,飞利浦医疗部门资产减损达到8.3亿欧元;受增速减缓的影响,飞利浦照明部门资产减损5.3亿欧元。飞利浦第二季度营收从上年同期的53.5亿欧元下滑至52.1亿欧元。不按美国通用会计准则,飞利浦第二季度净利润为3.70亿欧元,创两年来的新低。

在欧债危机背景下,高额收购将对公司业绩造成重创。帕勒咨询资深公司首席董事罗清启分析认为,目前,由于欧洲主权债务危机仍在持续,欧元作为衡量欧洲价值的标尺已经发生了变化,这必然会导致飞利浦收购的资产价格不稳定。

平板电视时代到来,让飞利浦这家拥有悠久历史的消费电子巨头的步伐有些跟不上了,目前面临着电视品牌将退出中国的窘境。

日前,中怡康发布了“2004~2011年中国平板电视市场概况”数据显示,飞利浦从2004年市场占有率的7.09%,连续下跌,直至今年的1~4月份,市场份额已经萎缩至1.21%。

而今年1~5月中怡康的统计显示,飞利浦在中国液晶电视市场的排名第11位。这一业绩与海信、TCL等国产品牌自然相差甚远,甚至于还远远落后于其他外资品牌。

更为外界所关注的是飞利浦在彩电业务上的进展情况。这一业务已连续5年出现亏损,今年上半年,飞利浦更是把电视业务转变成一家由香港冠捷科技控股70%的公司,从而效仿西门子等工业巨头,减少在消费电子领域的投入。

一个国际消费电子巨头,在彩电有这多年耕耘并一度辉煌的品

牌,在中国彩电市场败北,以至于不得不退出中国市场,不得不让人唏嘘。

帕勒咨询资深公司首席董事罗清启指出,行业上缺乏成本优势、产品缺乏亮点,更新速度缓慢,似乎飞利浦的离去也并不是那么可惜!

1.21%

飞利浦欲退出中国市场?

附:2011年3~4月平板电视销售额排名

3月	4月	品牌	均价	3月份额	4月份额
1	1	海信	4649	12.77%	13.11%
2	2	三星	8190	11.60%	12.00%
3	3	创维	4381	11.04%	10.67%
4	4	夏普	7681	10.20%	10.65%
5	5	索尼	6869	9.64%	9.59%
6	6	TCL	4152	8.87%	8.44%
7	7	长虹	4145	7.53%	7.24%
8	8	康佳	4098	6.97%	7.13%
9	9	LG	6123	5.77%	6.16%
10	10	海尔	4472	4.50%	4.46%

数据来源:中国市场调查研究中心月度零售监测数据库

力促3D普及占上风

创维酷开3D电视迎来快速增长

据奥维资讯统计数据显示,5~7月这3个月时间,3D电视市场渗透率为10.8%,其中国产品牌3D产品市场份额超过外资品牌,达到65.1%。业内人士预测,中国彩电厂商在3D电视市场的优势,将极其有利于中国电视品牌的整体优势。借着对3D电视普及的拉动,目前国内家电市场对3D电视的需求量继续上扬。3D电视销售迎来一个爆炸性增长期。

晚报记者 朱江华

差异化策略使创维巩固了市场地位

记者从创维集团了解到,创维在国内首发3D电视后,又推出行业首款智能3D Android版,融合最新“不闪的3D”与最受关注的电视智能化“Android系统”双重最高端技术,掀起一股3D追捧热潮。据奥维咨询(AVC)的调查数据显示,创维3D电视在7月前两周的零售市场占有率分别高达18.1%和18.8%,呈现出一个爆炸性的增长态势。

创维的差异化领先策略为创维巩固了坚定的市场地位,与其他彩电厂商将3D电视作为高端产品进行局部布局的战略不同,创维对智能3D产品布局覆盖了高中低所有档次,其中中高端产品包括E91、E96等Android版酷开智能3D电视,中端产品则包括E92、E82等不闪式3D电视,相对低端则是基于CCFL背光的3D电视K08。值得注

意的是,创维的产品结构相对竞争对手来说更加合理,其高端的E91、E96两大系列酷开智能3D电视,基于智能3D引擎和“不闪的3D”科技,全球创先搭载Android操作系统,拥有支持各种网页视频播放的全网浏览器,可自由安装、卸载第三方程序,并实现与手机、电脑等智能产品完美互联操控的全方位家庭智能中心。

7月前半月创维销售总额比去年同期增加37%

在刚刚过去的5月、6月,创维3D电视在零售市场的占有率持续上扬,到7月,其市场占有率已经位居业界第一,迎来一个爆炸性增长。与此同时,创维数码在7月16日发布公告称,创维今年7月电视机销售总量同样比去年同期增加25%,销售总额比去年同期增加37%,公告显示,今年4月份,创维彩电在中国内地液晶电视

市场销售量及市场销售额的占有率位居第一。专家指出,近年来,创维围绕平板显示产业链的上下游开展了大规模的产业投资活动,形成了贯穿平板显示产业链上下游的业务集群,牢牢抓住彩电行业向LED电视、智能3D普及的契机,在上游产业链布局、技术、产品、渠道、服务上全面转型,进一步提高产品

品质、市场地位和竞争力,使创维成为国内平板电视行业的领导品牌。创维在经济规模快速扩大、自主创新能力显著增强的同时,坚持做到比竞争对手快半步,依靠产品、营销、售后等优势,创维在彩电市场佳绩频传,技术和产品转型走在行业的前列,不断推动彩电行业加速向前发展。

欲突破600万

3D电视迎来一轮价格博弈

2011年,无论是国产品牌还是合资品牌均推出了数量不等的3D电视型号,18日,记者在家电卖场发现,随处可见3D电视影子,少数品牌甚至在终端卖场展出了裸眼3D电视,不难看出,彩电厂商对3D电视市场前景的重视程度。据中国电子商会副秘书长陆刃波预测,十一黄金周销售旺季,3D电视或将迎来一轮品牌间的价格博弈。

晚报记者 朱江华

产能增长近两成

据中国电子商会消费电子产品调查办公室《2011年1~6月份中国平板电视城市消费者需求状况调研报告》数据显示:得益于3D电视价格迅速下降,今年3D电视消费超预期增长,全年有望突破600万台。另外,今年3月各大彩电品牌开始大力推广的智能电视,今年也将达到400万台的消费需求。

中国电子商会副秘书长陆刃波表示,经过连续数年的快速增长,国内平板电视消费市场已经步入成熟期。现阶段,一二级城市的平板电视销量增长基本停滞,依靠三四级城市市场需求的增长,平板电视整体消费保持了低速平稳增长。《报告》数据显示,2011年1~6月份,中国市场平板电视消费需求1500万台,预计全年需求将达到3800万台。2011年上半年在全部的平板电视需求中,有43%为智能、互联网电视。

陆刃波指出,随着三网融合的发展,预计IPTV、互动数字电视、智能互联网电视业务的用户数量将在几年内都达到千万级规模。

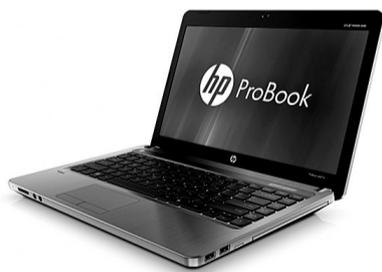
价格进一步平民化

据群创光电透露,他们所生产的显示器的控电板已经有五分之一是3D的。友达光电也表示将有10%的控电板会支持3D。而三星电子、乐金显示等知名品牌的粗略估计也差不多。

在技术进步的同时,3D电视的价格也开始逐渐接近消费者的需求。在郑州各家电大卖场中,低于万元的国产品牌3D电视型号已不鲜见,3D电视规模化普及已经近在眼前。

中国电子商会副秘书长陆刃波预测,不久的金九银十销售旺季,3D电视或将迎来一轮品牌间的价格博弈。

惠普掀起清凉夏日商务风



惠普商务笔记本为不同需求的商务人士提供了全方位商务解决方案,让夏天里的繁忙工作变得轻松快捷。

备受瞩目的惠普14英寸旗舰级商务笔记本HP EliteBook 8460p,为高端商务人士实现了强大配置与创新技术完美结合!外观采用惠普独有的“锻造-FORGE”设计语言,使整体充满典雅气息;镁铝合金锻造外壳、增强型HP DuraCase全金属架构、全尺寸防溅键盘,以及3D DriveGuard硬盘数据保护系统,由内而外全面保护笔记本电脑。凭借两个USB3.0端口,大幅度加速了数据传输;Connection Manager 4.0和HP QuickWeb的运用,让网络连接管理和快速上网功能一同并进。现在10999元起的付出就能让尊贵商务体验来到身边。

针对中小企业用户群体推出的HP ProBook 4431s主流商务笔记本,拥有简洁金属外观,配备了1GB GDDR5专业级缓存的AMD Radeon HD 6490M独立显卡,最大可支持8GB内存,足以应对多方任务。此外,还拥有经典HP QuickWeb快速上网功能,并全面支持SD3.0高速存储转换,大幅简化繁琐工作。现在5299元起就有机会随HP ProBook 4431s进入迅捷沟通商务时代。

朱江华