



4月“三洋”退市?

如果三洋品牌不存在,使用“三洋”的企业何去何从

随着松下将三洋白电业务售予中国海尔,日前,松下与三洋的重组和整合工作也开始了,从4月起三洋品牌将不复存在,统一使用 Panasonic 标示。

晚报记者 朱江华



随着松下将三洋白电业务售予中国海尔,三洋品牌在中国的东来充满变数(资料图片)

定局 三洋品牌退市?

日前,松下宣布,从今年1月开始,松下与三洋将开展重组和整合工作,同时将三洋产品的标志逐渐统一为 Panasonic。三洋品牌在中国的存废开始引起外界关注。

目前,在中国市场上,受三洋品牌退市影响的企业,主要有以洗衣机和微波炉为主的合肥三洋、以空调为主的沈阳三洋及以电视为主的东莞三洋。就市场业绩来看,沈阳三洋的空调业务本处在退市边缘,东莞三洋的电视业务今年则刚成为国美电器独家经营的品牌。值

得关注的是,一旦三洋品牌退市,受冲击最大的当属合肥三洋。

据了解,“三洋”这个品牌是合肥三洋租赁日本三洋的,2013年合约将到期。而日前,松下收购三洋,随即宣布将从2012年4月起停止运营三洋品牌。因此,合肥三洋能否继续使用“三洋”品牌成了一个未知数。一旦不能续约,合肥三洋就面临无品牌可用的窘境。

家电产业观察家梁振鹏在接受记者采访时表示,其实松下在收购三洋以后就从未停

止过肢解、出售三洋的动作。当2011年7月28日,海尔集团和三洋电机就海尔意向收购三洋电机在日本、印度尼西亚、马来西亚、菲律宾和越南的洗衣机、冰箱和其他家用电器业务签署了备忘录。松下对出售三洋迈出实质性步伐。

梁振鹏直言,当松下与三洋的新能源和电池等核心业务整合完成以后,三洋对于松下来说,在中国市场已经如同鸡肋,走向消亡可以说是板上钉钉的事情。

变局 推新品牌的尴尬

随着三洋品牌将在公众视线中新行渐远的消息不断扩大,合肥三洋何去何从也变得扑朔迷离,一方面向市场推出了新品牌“帝度”,做自己的品牌。另一方面借合肥市政府之手将同城品牌荣事达从美的手中收回来,给本地企业使用。

早在2004年11月,美的集团收购荣事达50.05%股份,成为该公司控股方。美的通过收购荣事达、小天鹅迅速进入了洗衣机产业。而荣事达品牌租赁给美的2013年3月到期。

但在美的集团要与荣事达续约表态看来,显然合肥三洋此路有点走不通。

据了解,合肥三洋目前使用的“三洋”品牌是向日本企业租赁的,赁期2013年到期但是否续约未知,因此推“帝度”新品牌的原因,“被逼无奈”是重要的因素。

但与海尔、容声、新飞品牌相比,“帝度”品牌缺乏知名度、渠道建设也较为薄弱。如果想尽快打开国内市场,还充满着变数。

家电专家刘步尘表示,合肥三洋在这个

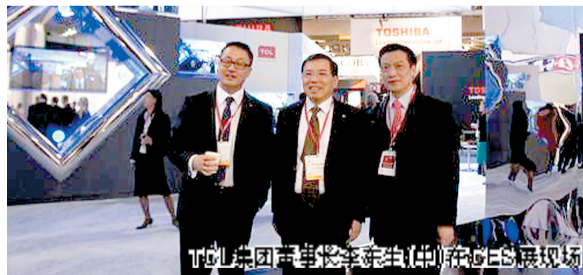
时候推出新品牌显得有点晚。从短期来看,合肥三洋的日子恐怕是很艰难的,因为一个品牌的培育时间需要四五年,两年时间还显得太仓促。

家电产业观察家梁振鹏则表示,合肥三洋未来将会遇到极大的经营困难,一方面三洋品牌能否使用将是未知数,如果对方提高专利技术的使用费,将会对成本带来很大影响;另一方面做自有品牌又将会面对海尔、美的和海信等成熟品牌的绞杀。

2012 国际消费电子展

TCL 首获智能云计算电视创新奖

1月10日,全球IT年度盛会——第45届国际消费电子展(CES)在美国拉斯韦加斯盛大开幕,TCL捧得今年CES最重量级的创新技术单项大奖——“年度智能云计算电视”奖。除此之外,TCL还蝉联全球消费电子TOP50和全球电视品牌第六名,并连续第四年入选“中国消费电子领先品牌TOP10”。在CES展舞台上,TCL、联想等不断强大和睿智的中国力量,正在国际化浪潮中抒写着新的辉煌。 朱江华



在本次展会上,智能云电视技术成为最新技术主流之一。TCL的最新科技成果——超级智能云电视技术更是震撼现场,吸引了众多参观者的目光。以云博V8200为例,通过全球同步升级之后,V8200具备了“中文语音识别界Sin”技术,被称为小智语音管家,它采用语音云识别,能够通过智能语音识别与逻辑判断完成对用户整句语音指令含义的判断,让现场参展人员大为赞叹。

主办方首次评选的“年度智能云计算电视奖”,正是基于TCL在4C融合与智能化服务方面所取得的卓越成果而颁发的,TCL通过深入布局构建起的“云生活生态圈”已深受业界认可。TCL集团董事长兼CEO李东生表示:“革命性的

云计算时代已经到来,TCL未来将更加关注于这一新兴领域,为中国和全球用户提供最先进的智能化家庭数字解决方案。”2010年,TCL正式启动“云生活”战略,为用户提供无限扩展的超级智能云服务。TCL云电视系列产品融合最先进的云计算和云存储技术,基于双核CPU和Android+智能平台,将“快捷、共享、海量、立体”的全新“云生活”率先呈现。通过TCL云电视终端,用户既可以进行社交和游戏,也能轻松分享资源或实现远程控制,并不断向更多应用领域延伸。

从2010在CES大放异彩的TCL互联网电视,到2011TCL掀起的3D电视热潮,再到今年全新的云战略,TCL始终紧跟全球电视行业创新步伐,并在2011年筹建了硅谷R&D中心,与

美国斯坦福研究院(SRI)展开合作,与麻省理工学院(MIT)建立人才培养计划,以高质量的智力输入不断挖掘企业的创新动力。

作为全球最具影响力的行业盛会之一,CES始终代表着消费电子领域的最前沿。在本届展会上,3D、智能依然成为未来彩电业的主流技术趋势,具有广阔的市场发展前景。华兴万邦管理咨询有限公司总经理刘朝晖表示,随着2012年元旦我国首个3D电视频道的开播,中国将迎来3D智能电视市场发展的井喷期。TCL在3D、智能云技术的积累和国际化成果正在逐步释放出巨大的潜能,奠定了其在行业内的领先地位。以TCL为代表的中国消费电子企业,将在竞争日趋激烈的国际市场中不断实现新的跨越。

朱吉 辣语

事件:周厚健炮轰能效虚标

1月11日,海信集团董事长周厚健在接受记者采访时称“白电行业是个烂透的行业,说假话比说真话还滋润”。引发了业界一片哗然。

点评:周厚健毕竟也是代表一个白电品牌的掌门人嘛,这种表达方式确实让人感觉意外。但有一点是中国白电做得很苦的,利润很薄,现在都在过冬,因此只有在反思中,中国白电才能成长。

事件:苏泊尔电饭锅被检不合格

据《中国质检网》报道,陕西省质量技术监督局公布2011年第4季度对电饭锅进行抽查显示,浙江苏泊尔股份有限公司生产的两批次“苏泊尔”电饭锅被检不合格,规格型号分别是:CFXB16YA3P-36、CFXB30YA4A-50。

点评:“不锈钢门”事件刚有定论,“苏泊尔”电饭锅又被质检检出质量不合格。随着经济的发展,家电业发展迅速以致良莠不齐,制造商为追求最大的利润空间,不惜铤而走险,混水摸鱼。希望消费者们擦亮眼睛,慎重选择,切不可盲目轻信品牌。

事件:七成消费者看好3D电视前景

近日,互联网消费调研中心调查显示,高达72.3%的被调查者对3D电视的前景充满信心。

点评:目前最为人人知的3D产品无疑是3D电视,无论在液晶电视领域还是在等离子电视领域,3D都是目前最热门的关键词之一。同时,尽管目前3D电视领域中主动式和偏光式两大技术阵营的竞争如火如荼,但仍不妨碍3D电视市场的迅速扩张。

每周声音



消费新政将覆盖家电领域

商务部已经起草提案,在未来数年继续推行消费刺激政策,但形式有所改变,将覆盖汽车和与住房相关的家电领域。

——商务部原部长助理 黄海

企业不能形成政策依赖

此前的扶持政策已经严重透支了市场,接下来如果消费者仍缺乏信心,新措施的最终效果将很难判断。因此,企业不能形成对政策的依赖,要利用政策出台的机会,把已有的短板补齐。

——中国家电营销委员会副理事长 洪仕斌

空调业迎来整合浪潮

现在国内的空调和压缩机的年产能已经超过1亿台,几乎相当于全球的市场需求量,产能过剩已经出现,这就会导致各大空调企业大打价格战,行业调整带来的整合浪潮已经来临。

——奥维咨询研究院院长 张彦斌

家电新政围绕节能和以旧换新

围绕以旧换新以及支持节能产品都是可能的方向,而现在有的提出希望减税,有的希望促进环保节能,有的希望刺激消费,协会是希望政策最终能刺激产业转型和结构升级,这样更有利于行业的长期健康发展。

——中国家电协会秘书长 徐东生