

欲淡出电子业

松下陷入质量泥潭难以脱身

松下业绩大幅下滑

5月24日,本报在《第一家电》刊发的“使用半年松下冰箱门生锈”的新闻点评,引起业界对松下家电产品质量的质疑。《新华科技》评论员凌纪伟指出加之今年年初,松下洗衣机又被质检部门查出严重质量问题,类似事件一再频发,消费者不禁要问,松下家电为何陷入质量泥潭难以脱身?

郑州晚报记者
朱江华

日前,松下2012财年财报显示,松下2012财年总收入为7.303万亿日元,同比下降6.9%;净亏损7543亿日元,面对业绩不断下滑,松下社长津贺一宏曾称,松下的基本方针是降低对电视等消费类产品的依赖。

按照松下发布的中期业务计划,公司将扩大汽车和房地产开发业务,并抽身消费电子业务,松下的基本方针是继续降低对电视等消费类产品的依赖,剥离利润

松下投诉居高不下

《新华科技》评论员凌纪伟在接受记者采访时表示,一方面是生产环节质量把关不严,导致问题产品增多;另一方面,松下在售后服务环节的力量薄弱,无法满足用户特别是三四线城市消费者的需求。

据了解,自今年以来,涉及松下家电产品的质量投诉报道近10起。近3年来,松下家电产品连续多次被国家质检总局、卫生部、上海市质监局等部门列入质检不合格名单。

特别是今年2月份,上海市质监

低、竞争优势弱的“包袱”产业。

目前,松下家电产品市场占有率跌得非常厉害,很多业务只是在维持经营,松下已经没有精力,也不再重视家电业务。全国消费电子渠道商联盟秘书长吴咸建表示,此前其并购三洋仍留下了一些后遗症,而新能源业务暂未对松下的整个经营贡献达到预期。松下尚处于“甩包袱”阶段。值得注意的是,松下正欲从迅速萎缩的消

部门专项抽查结果显示,松下某款全自动洗衣机“洗净性能、耗电量和能效等级”三个项目均检测不合格,全国消费电子渠道商联盟秘书长吴咸建认为,事实上,松下家电业务边缘化迹象和由此引发的后遗症早就显现。松下对合作和外包生产制造环节的质量把控不严,存在管理上的漏洞,这是导致产品质量问题不断的重要原因。与此同时,随着“去家电”浪潮的逼近,松下针对售后服务环节的支持力度无法持续加强,导致消费投

费电子行业淡出。在不久前的松下中期计划说明会上,松下社长津贺一宏称,松下的基本方针是降低对电视等消费类产品的依赖,并将扩大汽车与房地产开发业务范围,希望借此能够挽回公司部分亏损。

在吴咸建看来,由于消费类电子产品的前景与技术不断创新有关,这对目前的松下而言,是不小的压力,此番举措并不奇怪。

销量居高不下。

今年4月松下重点拓展领域将放在汽车和住宅开发业务,并寻求外部向其健康医疗业务投资,不过松下第三次改革方向并不坚定,产业规划路线不够清晰。

对此,奥维咨询总经理喻亮星认为,日资企业转型意味很明显,但未来各企业发展方向并未有太多成熟的路线。日资企业在底层元器件方面有非常好的技术积累,上游业务又不想放弃,这让他们进退两难。



家电维修热线:67655517

天天都是“3·15”,“第一家电”常年开通热线电话、书信、电子信箱、微博等爆料渠道,与您全方位互动。

说出您所遭遇的真实故事,踊跃提供案例事件,我们将以最热忱的关注,力寻解决之道。

夏普、三星等上黑榜

空气净化器市场乱象需“净化”

夏普、三星空气净化器涉嫌不合格

5月22日,上海消保委发布了22个品牌空气净化器的部分产品比较试验报告,涵盖1500元到9000元以上的市场主流机型。

标称远大空品科技有限公司生产的“远大”牌,型号为TA400,价格为5880元的空气净化器产品甲醛净化效率仅为9%;标称由上海乐扣乐扣贸易有限公司生产(或进口经销)、品牌为LOCK&LOCK,型号为ELA-230C,价格为1580元的空气净化器产品该指标仅为8%。不足20%的产品还有,伊莱克斯Electrolux Z9123,福玛特 FMART APL100,

HONEYWELL 18400, LG PH-U450WN,尚朋堂YS-360ACC等。

另外,高价格的夏普空气净化器(KJF420AA)甲醛净化效率仅61%、大金(MC70KMV2-R)实测值仅56%、三星(AC-347HPAWQ)与格力(KJG155A)实测值都仅为50%。

此次检测的其他三项主要指标包括PM2.5净化效率、能效等级和洁净空气量。记者了解到,虽然所有样品的PM2.5净化效率普遍在78%以上,但只有两台真正达到了宣传所称的“大于99%”。

报告显示,大部分所谓的“99%去除率”广告宣传词并不靠谱,消费者更应该注重净化器的洁净空气量(CADR)及与其对应的适用面积。但目前市场上的产品可供消费者参考的重要数据往往漏标、虚标,价格也与性能不成正比。

对此,陆刃波指出,目前,我国仍然没有针对空气净化器的强制性国家标准,这意味着没有空气净化器的强制性检测方法和检测条件,在不同的检测方法和检测条件下,检测同一个型号的空气净化器的PM2.5去除率会得出不同的检测结果。

净化器市场鱼龙混杂

“PM2.5去除率99.99%”、“甲醛净化率99%”……随着雾霾天气在京沪等地成为常态,众多电器商家牢牢抓住了这个机会为自己的产品大做广告,诸如“去除率99%”等字样似乎已经成为了每台空气净化器的宣传标配。不过,与冰箱电视等一眼即可见分晓的产品不同,普通市民难以验证净化器是否靠谱。

5月26日,记者在郑州家电市场采访时发现,不少品牌的机身上,贴满了功效水平。莱克的一款售价3000元的“智净星”产品上,贴着“杀菌99.5%、净味

98%、除甲醛98.5%、去PM2.5率99.9%”,夏普“净离子群空气消毒机”,宣传单上甲醛去除率、现场除菌性能、PM2.5去除率均达到99%。不少净化器为突出功能,甚至增添了甲苯效率、有机化合物去除率等。

在某卖场一家专柜看到夏普一系列的空气净化器,机身贴上“通过了国家检验检疫部门的认证”、“6层分解构造”等字样,记者不解,向导购员索要相关的认证和检测文件,对方表示没有,只是口头描述了这款机器的功能,“甲醛去除率最高达99%”。

“空气净化器市场虽快速崛起,却并不成熟,那么如何规范和‘净化’目前混乱的局面。”据陆刃波透露,海内外市场对于空气净化器的规范基本都停留在安全监测上,我国2008年推出的标准也同样存在着许多疏漏,需要进一步完善。

“硬性国标只有两个,一个是安全指标,一个是除菌抗菌指标,这些都与使用者安全健康有关,但其余的项目目前就只是推荐性标准。”陆刃波表示,在这种情况下商家更需要自律。

专家支招选购空气净化器

市场混乱,没有统一的行业标准,花样百出的厂家,给消费者的购买带来诸多问题。陆刃波表示,可以从以下几个方面考虑:空气净化器的滤网是否具有清除室内空气中细小悬浮颗粒、花粉、尘螨以及宠物皮屑、滤网的清洁和更换、静音效果、空气流量、空气净化器拆洗是否便利、售后服务等方面,了解了这些,才能买到放心使用的好产品。

5月22日,上海市消费者权益保护委员会公布的一项《空气净化器比较试验结果通报》显示,夏普、大金、三星等空气净化器产品涉嫌不合格。中国电子商会副秘书长陆刃波指出:目前,我国仍然没有针对空气净化器的强制性国家标准,商家存在过分夸大产品功效的嫌疑。

郑州晚报记者
朱江华