



总第218期 主持人:朱江华

新闻背景

自9月以来,全国多地持续雾霾,部分地区雾霾日数连续超过10天。与此同时,一些与室内空气净化相关的健康家电开始一路走俏。据中怡康发布的数据显示,2013年前三季度,国内空气净化器市场零售额同比增长超过95%,预计2013年空气净化器销量同比增幅将达到90%,成为中国家电行业的新宠产品。值得注意的是,尽管雾霾天使很多人对空气净化器格外关注,但许多消费者选择时往往只把关注点放在空气净化器的种类和功能等方面,忽视了空气净化器的二次污染问题。11月4日,为满足市场和消费者需求,三星推出具有独特除菌技术的PAPER等离子空气加湿净化器、JUPITER等离子空气净化器、等离子空气除菌器、等离子车载除菌器等系列产品。对此,中国家电营销委员会执行会长洪仕斌指出,三星此次推出的系列产品,必将全面引领高端空气净化器市场消费趋势的转型与升级。

白电副总经理谢辉
嘉宾:三星电子大中华区



空气净化器 谁更适应未来市场需求

空气净化器市场前景看好

主持人:据《中国空气净化器市场分析调研报告》显示,未来5年,我国空气净化器产业将保持30%的速度高速增长。这是否意味着空气净化器市场将会迎来销售旺季,而这块蛋糕才刚刚开始?

谢辉:空气净化器和白电一

样,带给消费者的是高品质的生活体验,可以让消费者轻松生活,尽情感受。而三星系列新品的推出,恰好符合了消费者这一白电产品的需求,让消费者在快节奏之中享受慢生活。

钱成建:进入10月,连续的

雾霾天气,再度引起消费者对于空气环境及室内环境的担忧。目前空气净化器在河南苏宁的销量是夏季的两倍,同比增长200%。

洪仕斌:目前全球空气净化器年销量超过1000万台,但在

中国家庭普及率极低,只有0.2%。目前全国多地持续雾霾发生,导致与室内空气净化相关的健康家电的销售开始一路走俏。预计今年中国将可能超越日本,成为世界上第二大空气净化器销售市场。

总经理钱成建
嘉宾:河南苏宁云商公司



空气净化器国标或明年出台

主持人:尽管10月雾霾天气带火了空气净化器的销售,但“PM2.5去除率高达99.97%”、“甲醛净化率高达99%”等宣传语的屡见不鲜,让消费者一头雾水。这是否预示着空气净化器国家标准制定迫在眉睫?

谢辉:近年来,随着城市环境空气PM2.5污染的严重加剧,人们开始意识到良好空气质量的重要性。空气净化器作为一

种专业改善和解决室内空气污染的家用电器,备受消费者的关注。然而在市场上,部分空气净化器采用严重的夸大宣传,导致消费者无从选择。而一台净化器的质量可以从很多方面进行考量,比如适用面积、PM2.5洁净空气量、能效评价等。三星等离子空气净化器对H1N1、禽流感、SARS等致命病毒以及大肠菌等常见病菌杀灭

率达行业前列,特别是高效过滤网的设计,能有效将甲醛、苯、过敏源、难闻异味进行过滤,同时保持健康湿度。

钱成建:目前国内空气净化器还算是一个全新的产品,国内居民对空气净化器的净化功能也仍处于一种模糊的概念。因此,国标的制定是对整个市场的规范,同时,消费者也需要进一步加强对于产品技术的了

解,毕竟这些都是与健康息息相关的。

洪仕斌:据全国家用电器标准化技术委员会的消息,针对空气净化器的相关标准最早或在明年年底出台。标准的制定,肯定对于整个市场的规范化管理是有帮助的。届时相信消费者可以依据相对完善的空气净化器标准,来购买和检测自己的空气净化器。

执行会长洪仕斌
嘉宾:中国家电营销委员会



亏损1.96亿美元 疲软季度财报拖累索尼“复兴”

10月31日,索尼公布的2013年第二财季财务报告显示:截至9月30日的财季里净亏损193亿日元(约合1.96亿美元)。对此家电中国网总编张大海预计,受日元升值和电视业务低迷的影响,预计索尼本季度将再次亏损。
郑州晚报记者 朱江华

需求下滑 索尼下调全年预期

10月31日,日本最大电子商索尼公司发布了令整个业界都失望的2013年第二财季,由于电影收入大跌和电视、数码相机需求下滑,公司下调全年利润预期。

同时索尼称,截至9月30日的第二财季净亏损193亿日元,将

2013年电视销售目标由上季度预测的1500万台下调至1400万台。

尽管索尼表示,亏损主要来自与三星电子合资组建的LCD面板工厂,同时收购米高梅电影公司及在Sony BMG音乐公司上的投资也阻碍了利润上

升。但记者了解到,由于消费电子产品价格下跌和中韩电视企业的兴起,近几年索尼电视业一直处于困境之中。

对于像索尼这样的日本出口企业,今年将是十分艰难的一年,日元对美元的升值将继续影

响到公司的业绩。每一次日元升值,索尼的海外营收就会缩水,而索尼70%的营收来自日本以外的其他市场。张大海在接受记者采访时指出,由于价格下滑,市场竞争激烈,索尼的电视业务仍处于水深火热之中。

索尼复兴之路步伐缓慢

去年年初,为重振索尼,新任的CEO平井一夫提出了“三进一退、整合创新”的复兴思路,即大力投资相机、游戏、手机三大业务,减少对已经廉价的电视业务投入,整合调整低附加值业务,在医疗等细分领域创新。但索尼发布的疲软的季度财报并将全年利润预期下调40%,对索尼CEO平井一夫来说是个打击,公司的复

兴策略由此备受争议。

电视业务下滑一直是索尼的心病,外界猜测索尼可能会出售部分电视资产。但索尼CEO平井一夫表示,尽管最近有投资者要求其剥离资产,但他依然不会放弃疲软的电视业务。

据记者了解到,在索尼所有业务中,唯一的亮点是手机业务。该业务销售收入与上年同

期相比增长39.3%,为4186亿日元。亏损9亿日元,与去年同期的亏损222亿日元相比,亏损大幅收窄。

然而,由于来自苹果、三星这两家行业领导者的激烈竞争,索尼智能手机业务的发展前景仍远未可知。张大海指出,尽管在日本和欧洲取得了不错的销售业绩,但索尼的智能手机在美国和中国这两大智能手机市场

的份额还非常小。

京Myojo资产管理公司CEO菊池诚谈到索尼重生时表示,平井一夫多次表示要把主要精力放在手机、相机和游戏产业等消费电子产业,但是从本季度财报来看,只有智能手机业务表现良好。“索尼必须认真重新思考公司战略,至少目前我认为索尼还没有找到自己的方向。”菊池诚说。

每周声音

三星苹果遭媒体批评

并非仅仅针对外商投资企业,希望相关企业以积极、主动、诚恳的态度,认真对待消费者诉求和媒体监督。而相关企业是不是涉嫌违反中国的法律法规,相信相关执法部门会依法做出认定。

——商务部新闻发言人沈丹阳

诚信是一个企业的底线

人无信不立,业无信不兴,国无信不盛。诚信,是做人、立业、兴国的重要根基。诚信是一个人的底线,也是一个企业的底线,更是一个国家和社会的底线。

——格力电器董事长董明珠

传统企业才是“土豪金”

传统企业凭借强大的“产品+技术+渠道+服务+协同+数据”优势,纷纷制定智能家电发展战略,一跃成为智能领域中真正的“土豪金”。

——中国家电营销委员会执行会长洪仕斌

净水市场规模扩大

随着居民消费结构升级,传统饮水机和净水桶的占比将逐步降低,而净水器和直饮机的比重将逐步提高,2010年二者占比不足10%,而2013年将超过20%。

——中怡康白色小家电研究中心总司理施婷