

索尼出售资产 扭亏还是粉饰财报?



总第226期
主持人:朱汀华

新闻背景

2013年12月24日,索尼公司宣布以1.7亿美元将持有的Gracenote 股权出售给Tribune Co,交易内容包括Gracenote的内容识别技术和1.8亿条音视频作品的元数据,今年3月底完成。

这已经不是索尼第一次自救了。从2009年出现首度亏损之后,索尼业绩一直不佳,为此索尼近年加大整合力度,2011年宣布收回爱立信公司所持有的索尼爱立信50%股份,2012年全球裁员1万人,2012年6月索尼以580亿日元的价格将旗下索尼化学和信息设备集团(SCID)出售给日本发展银行,2013年先后以11亿美元、1110亿日元的价格将位于纽约的美国总部大楼及东京一座办公大楼出售。

索尼如此自救,是想扭亏谋求转型,还是想让财报好看一些?对此,资深家电行业分析师梁振鹏指出,从战略层面讲,索尼近两年一直在以出售资产等方式获得资金回笼,这也是索尼现在取得利润的一个方式。但这样做的目的,其实只是粉饰索尼的财务报表,并不能从根本上解决亏损问题。



嘉宾:中国消费电子行业分析师梁振鹏

索尼业绩不佳是主因

主持人:数据显示,受电视运营业务的拖累,索尼2013年第二财季净亏损193亿日元,其中电视部门净亏损93亿日元。各位如何看待索尼这种财务现状?

梁振鹏:由于索尼2013年第二财季重新陷入亏损,索尼不得不“故伎重施”,再次通过售卖边缘资产来进一步重

索尼产品号召力消失

主持人:尽管新任索尼全球CEO平井一夫在媒体面前不断重复“复兴索尼”计划,但已经连续4年亏损及2013财年第二季度再度报亏又给平井一夫蒙上了阴影。索尼该如何重返消费电子的巅峰?

梁振鹏:20年前,索尼产品可以凭借精美的设计和强大的功能所向披靡;而今,索尼就如



嘉宾:中国网资深家电评论员乔红康

组业务、降低成本。其实索尼的产品注重外观,不重内在,因此索尼最应该做的就是提升产品的创新性。

乔红康:近年索尼业绩不佳,经营遇到了严峻挑战,改善财务状况是索尼的当务之急。因为过去的一年中,中国电视企业掀起一轮又一轮的价格战,电视售价迅速

下降,希望索尼在产品上多下工夫。

陆刃波:索尼正在通过出售资产等方式转变经营模式,目前,索尼的电视产品所占有的市场份额比较低,索尼所采取的各种扭亏方式对企业应该是有帮助的,但是对提升市场份额是否有效还有待观察。



嘉宾:中国电子商会副秘书长陆刃波

自身的“硬伤”,作出艰难而痛苦的调整。

陆刃波:索尼目前面临的真正问题是:还是以技术为导向来设计产品。而对于用户需求的考量,落后于韩国甚至中国的企业。但在互联网时代,如何做好用户体验,才是从市场中脱颖而出的关键力量。

■朱言辣语

事件:微信电视将推出

日前,创维与腾讯联合推出微信电视。

点评:微信电视全面融合了互联网电视作为家庭娱乐智能终端与微信作为移动互联网时代个人娱乐智能终端的双重优势,其将全面变革电视的交互体验方式,创造互联网电视的融合创新体验。

■每周声音

彩电要建新商业模式

传统电子制造商如何在互联网、云计算的技术上构建新的竞争力,最大的挑战是企业的基因要改变,因为现在要建立一种新的商业模式。

——TCL集团董事长李东生

互联网对制造业很重要

大数据时代,互联网对企业的管理、技术开发、市场营销等方面都起着非常重要的作用,电商只是一个方面而已。但小米想在5年内超越格力不可能。

——格力电器董事长董明珠

■行业聚集

市场格局相对集中 韩系洗衣机关注度下降

日前,奥维咨询公布的2013年12月洗衣机数据显示,滚筒洗衣机销量环比上升,目前市场份额为32.2%。在品牌格局上,洗衣机市场仍是国产、欧美、韩系和日系形成的四大格局。

第一阵营格局保持不变

在国内洗衣机市场,海尔、海信科龙、小天鹅受关注的程度仍是最高。奥维数据显示,去年12月它们的关注总占比为61.1%,关注度进一步集中,这表明国内洗衣机市场的第一阵营格局保持不变。

从未来的市场来看,大容量滚筒洗衣机会迎来更大的市场空间,尤其是受到洗衣机新能效标准的影响,目前消费者对于价格的敏感度已经降低,比较关注的是节能和容量问题。

韩系品牌关注度降低

除第一阵营的几个品牌外,记者发现,韩系品牌的关注处于下降趋势。其中,三星的关注度从去年10月的6.0%降至5.2%。

奥维咨询12月洗衣机销量排行前十名中,也未有韩系品牌上榜,这可能与韩系品牌的价格有关,因为目前市场上韩系洗衣机的价格普遍高于国产品牌。

节能、大容量将成重点

随着人们生活水平的提高,大容量的滚筒洗衣机成为消费者青睐的对象,7公斤的大容量洗衣机的销量比例在不断提高。可以预测的是,未来大容量滚筒会进一步普及,同时价格也会有所下降。

除了大容量以外,节能化趋势也更加明显,新能效标准的实施提高了技术门槛,各个品牌之间的差距将要加大。
郑州晚报记者 朱江华

海尔深腔变频吸油烟机 获“十大创新产品”奖



行业首款深腔变频吸油烟机获“十大创新产品”奖

2013年12月11日,在“2013中国消费电子产业高峰论坛暨年度评选颁奖典礼”上,海尔深腔变频吸油烟机及冰箱、洗衣机、空调共4款产品获“十大创新产品”奖项。

据了解,2013年该评选主题是“智慧驱动梦想 创新引领时代”。为体现奖项的权威性,所有获奖企业、产品都经过企业申报、网友投票、专家考评等多个环节,评选出的创新产品也代表了行业最先进水平。评选中获得年度“十大创新产品奖”的海尔深腔变频吸油烟机,除了打破多项行业性难题,其创新技术更为用户带来更加智慧的厨房生活。

据现场专家介绍,由于海尔深腔变频吸油烟机首次采用深腔式设计和倒置油网,彻底改变了传统烟机构

造,借鉴漏斗效应,瞬间提高气流上升速度,能彻底解决多数用户反映的厨房油烟大的难题,拒绝厨房PM2.5污染,给用户带来“零油烟”的厨房环境。另外,省电25%和22分贝的最低静音也大大提升了用户的体验效果。因此,该款产品最终被评选为年度“十大创新产品”。

专家表示,从此次的年度“十大创新产品”奖名单中不难看出,在新一轮改革号角指引下,越来越多的企业会从消费者需求出发,研发新技术、新产品,这在带给消费者便捷的同时,也提升了中国制造水平。而海尔厨房电器的创新模式,不仅满足了用户碎片化的消费需求,还带来了一种健康智慧的厨房生活理念。
郑州晚报记者 朱江华 文/图