



总第293期
主持人:朱江华

下调彩电销量,实行新一轮大裁员 断臂自救,夏普彩电能否翻身?

■ 新闻背景

5月14日,日本夏普公司对外发布的2014财年(截至2015年3月)财报显示,该财年的最终净亏损为2223.5亿日元(约合人民币116亿元)。6月4日,日媒报道称,夏普今年预计还将出现约1800亿日元的净亏损(约89亿元人民币),但遭到夏普否认。家电网总编李韬指出,金援加裁员,重新编制公司架构,还是当年用过的减亏手段,没有新的盈利支撑业务,未来可能比现在还要糟糕。



关注“郑州晚报家电”
获得权威家电信息

夏普彩电或退出中国?

主持人:继夏普发布2014财年净亏损为2223.5亿日元,又有媒体报道夏普(SHARP)今年预计还将出现约1800亿日元的净亏损(约89亿元人民币)。这是否意味着夏普业绩的严峻程度日益增加?

李韬:若2015财年夏普依然无法扭转巨亏,不仅

将再度连续两年巨亏,过去5年将累计录得净亏损13236亿日元(约合660亿元人民币)。从目前看,夏普的液晶电视产品、主要白色家电产品、大型液晶面板厂及产品、中小型液晶面板厂及产品都没有经营复苏的迹象。

张大海:脱离不了液晶

和彩电业务,夏普就很难摆脱困境,将造成产品在库亏损;如果降低库存量,减少彩电和面板的生产量,又会造成上游面板厂和电视组装厂的设备减损。而中国和韩国企业在全电视价格竞争已经让夏普彩电没有了翻身的机会,退出国际战场只是时间问题。

左延鹊:近4年中3年出现巨额亏损的夏普,似乎已经没有多少选择的余地了。从夏普年报数据看,2015年1~3月份,夏普液晶面板成品的库存损失达到295亿日元,而夏普液晶和电子产品工厂的生产设备减损处理更达到995亿日元。这些也是夏普巨亏的主要来源。

夏普彩电断臂求存

主持人:除2014财年净亏损外,实施新一轮大裁员也将走上日程。据夏普发表公告称,将从今年7月份日本裁员约3500人,其他地区裁员约2500人。同时出售大阪市的总部,期待结构改革来重振昔日辉煌。

李韬:除大裁员外,目

前夏普也主动下调2015年彩电销量,这显示该公司对今年彩电销售信心不足,加上日系彩电品牌整体处于下滑状态,客观上影响国内消费者的选购意愿,往后的电视机业务经营可能越加困难。

张大海:夏普的亏损不

是第一回,全球裁员也不止一次,但是作为一家员工终身制的日企,开始裁员说明企业真的已经到了“危急关头”。但是,若不改变企业的管理制度,在家电创新技术上加紧脚步,寻找新的增长点,其他的改革方式,都可以说是于事无补。

左延鹊:值得一提的是,在夏普的改革之路中,与其他对手纷纷选择放弃液晶,开拓多元化业务不同,夏普依旧选择在亏损的液晶面板上做文章。因此夏普一系列“断臂自救”的改革并不能将其从亏损的泥潭中解救出来。



家电网总编 李韬



家电网中国总编 张大海



中怡康品牌总经理 左延鹊



行业观察

冰箱行业景气度回升 结构升级创造新机遇

日前,在2015中国冰箱行业高峰论坛上,国家信息中心信息资源开发部等发布了《2014~2015年中国电冰箱市场研究报告》(简称《报告》)显示,1~4月份国内重点城市市场冰箱销售规模为697.8万台,同比增长0.95%,销售额241.8亿元,上涨2.1%。国家信息中心信息资源开发部副主任蔡莹认为,未来三四线城市,特别是四级城市将是冰箱市场增量的主体。郑州晚报记者 朱江华

市场企稳回升 四级市场最耀眼

2014年,受宏观经济形势和产业环境影响,国内冰箱市场销售量、销售额较上年均略有下降。进入2015年,冰箱行业景气度回升,市场呈现企稳向好迹象。“2015年电冰箱行业开局不错。”中国家用电器协会理事长姜风对我国冰箱行业在2015年开局取得的成绩予以肯定。冰箱行业在今年前4个月能够取得上述成绩,四级市场功不可没。《报

告》显示,1~4月在四个级别城市中,只有四级城市保持同比增长态势,销售量、额同比增长均超过三成。国家信息中心信息资源开发部副主任蔡莹认为,未来三四线城市,特别是四级城市将是冰箱市场增量的主体。

虽然冰箱行业在2015年开局转暖,但姜风还是希望行业保持警醒:“未来不确定因素还有很多,不能过度乐观,最好做到稳中取胜。”

能效标准升级 加剧市场竞争

据了解,新版GB 12021.2《家用电器电冰箱耗电量限定值及能源效率等级》目前已完成定稿,并已递交国家标准化委员会报批。

据参与标准修订的有关人士介绍,较之旧版本,新版电冰箱能效标准1级能效要求冰箱耗电量大幅下降,新1级比老1级耗电量需下降40%左右。新版标准的耗电量测试方法也出现了较大变更,按照新版能效标准测试方法,冰箱综合耗电量更加接近用户实际使用耗电量,因此产品在实际使用中的节能能力更加重要。

新能效标准实施后,产品差距将被拉开。据悉,目前市场上1级能效冰箱产品占比超过85%,全部产品不低于2级。标准切换后,新1级产品占比在5%左右,新2级产品占比10%~20%。能效标准的大幅提升,也将加剧市场竞争,在多重压力下,一些不具竞争优势的品牌或将加速出局。“新修订能效标准对企业来说,既是挑战,也是机遇。”中国家电协会秘书长徐东生表示,“企业应加大对节能技术的研发和应用,并做好产品线切换准备,以保证符合标准要求。”



市场分析

销量涨幅明显 大容量成洗衣机市场力量

日前,奥维云网(AVC)公布的数据显示,2015年1~4月,8.1kg+洗衣机零售量份额达到6.5%,零售额份额达到8.9%,销售额同比增长率为105%,涨幅远高于其他容量段。奥维咨询研究院院长张彦斌表示,大容量洗衣机既满足市场消费需求,又迎合品牌的长期发展战略,其战略地位日益凸显。郑州晚报记者 朱江华

8.1kg~9.0kg 容量段销量抢眼

8.1kg+洗衣机细分市场中,8.1kg~9.0kg容量段为主销,零售量占比达84%,品牌竞争十分激烈,各品牌投放机型数量也最多。海尔、西门子和小天鹅占据市场三强地位,零售量份额分别为31.3%、18.0%和11.3%,表现十分抢眼。另外,从内外资品牌来看,该容量段内,内资品牌在TOP 10品牌中仅占3个席位,但是零售量份额达到43.4%,实力不容小觑。

9.1kg+容量段成蓝海

相对于8.1kg~9.0kg容量段,9.1kg~10.0kg容量段的品牌集中度更高, TOP 3 品牌中,海尔零售量占比34.5%,松下和LG占比分别为34.2%和14.1%。10kg+超大容量段市场中,品牌和机型数量相对较少,三星和LG领先市场,两者零售量市场份额已经达到94.3%,集中度非常高。然而,内资领先品牌也在加快布局,例如卡萨帝推出的双子云裳洗衣机。此外,小天鹅也推出了首款15Kg的滚筒新品。



卖场活动

河南苏宁联合沁园净水 举行大型公益捐赠活动

6月6日,以“净享生活,引领健康”为主题的河南苏宁联合沁园净水器大型公益捐赠走进棉东社区。棉东社区相关负责人,河南苏宁营销总监贺小斌,沁园净水器郑州区域经理卢改红及棉东社区9家幼儿园园长出席了此次公益

捐赠活动。河南苏宁营销总监贺小斌表示,苏宁是一家有责任心和爱心的企业,沁园也是这样的企业,此次活动只是开始,苏宁将联合更多企业一起来传承和延续这样的活动,让更多企业参与到各种各样的公益活动中来,传递

社会正能量。据悉,河南苏宁联合沁园净水器将捐赠15台净水器,总价值近5万元,来改善棉东社区9家幼儿园的儿童饮用水健康,为炎炎夏日的儿童送上一阵清凉,传递正能量。樊无敌