新京报
2012年2月9日 星期四

日系电子企业今年翻身难

日系电子企业集体巨亏。业内有分析称，经济形势不理想加上日本地震，还有韩国企业的竞争都是导致日系电子企业亏损的“罪魁祸首”。2012年，日系家电企业能否东山再起？

2011年第三财季，日系电子企业集体亏损。其中，索尼亏损了1590亿日元(约合21亿美元)，松下亏损了1976亿日元(约合25.9亿美元)，夏普和东芝分别亏损1736亿日元(约合23亿美元)和106亿日元(约合1.39亿美元)。索尼、松下、夏普更是预计在截至今年3月31日的整个2011财年也将亏损，亏损额分别达2200亿日元(约合29亿美元)、7800亿日元(约合120亿美元)和2900亿日元(约合38亿美元)。

与中国、韩国、欧洲三个板块的家电企业相比，日本电子企业2011财年显得尤其不理想。一方面，欧美经济尚未完全从经济危机中恢复，欧债危机和日元升值致使家电企业出口压力陡增。另一方面，日本大地震也使得本身不景气的日系家电行业雪上加霜。索尼、松下、夏普等都因为地震海啸关闭了部分生产厂。松下电器总裁大坪文雄曾预计，地震导致公司第一财季营收减少数百亿日元。

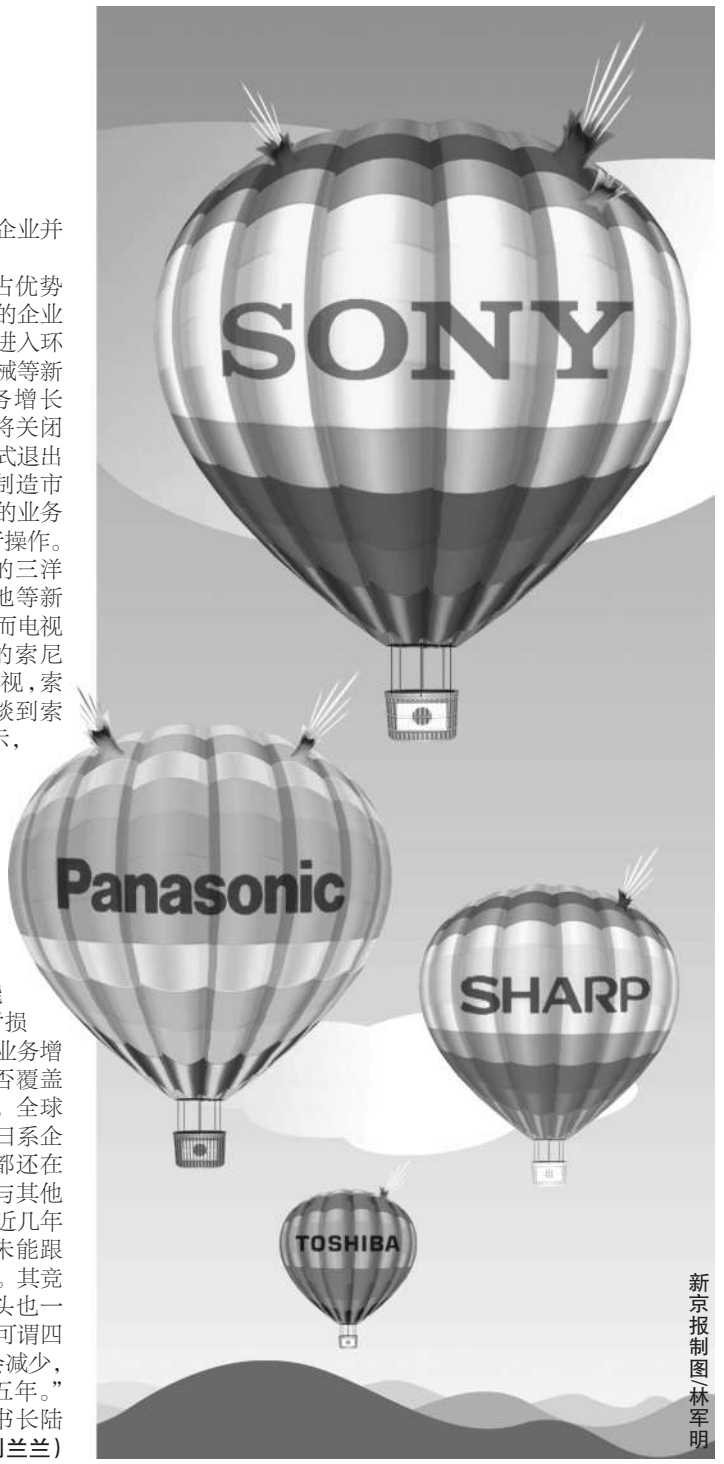
此外，韩国和中国企业的竞争也使得日系家电企业逐渐失去优势。如今风水轮流转，日系电子企业的辉煌有点黯淡。韩国两大巨头三星、LG优势不断显现，高歌猛进。中国制造业成本优势也凸显，备受挤压的日系企业在缺乏创新、技术未能跟进的情况下，自然节节后退。

不过，瘦死的骆驼比马大，亏损的日系电子企业并未山穷水尽。

在传统家电不占优势的情况下，越来越多的企业选择放弃传统家电，进入环境和新能源、医疗机械等新领域，寻求新的业务增长点。日立此前宣布将关闭剩下的电视工厂，正式退出LCD和等离子电视制造市场，今后电视机方面的业务将转为外包形式进行操作。

松下日前收购的三洋电机则是太阳能电池等新能源领域的领跑者，而电视业务连续8年亏损的索尼也或将放弃液晶电视，索尼新帅平井一夫在谈到索尼复兴计划时也表示，应放弃液晶电视业务，专注于OLED电视。

即便这样，日系电子企业要想在2012年打一场翻身仗也依然困难，巨大的亏损额度非一时半会就能弥补。原有的业务亏损态势是否会止住，新业务增长点带来的利润能否覆盖亏损漏洞都很难说。全球经济形势持续低迷，日系企业本身的内部因素都还在影响其盈利状况。与其他企业相比，日系企业近几年来在技术和创新上未能跟进，尤其是电视领域。其竞争对手强劲发展势头也一直未消减，日系企业可谓四面楚歌。“亏损额度会减少，但要翻身至少要三五年。”中国电子商会副秘书长陆刃波表示。 (刘兰兰)



新京报制图/林军明

■ 卖场信息

大中情人节促销“大声说爱”

情人节即将到来。数码和家电产品也成为情人们挑选礼物时的热门选择。对此，北京大中电器负责人表示，将于下周开展情人节促销活动。

据悉，北京大中电器情人节“大声说爱，大有豪礼”活动将在2月14日当天正式开始，消费者在大中新活馆、马甸店、洋桥店、立水桥南店购物后，可找到以上门店组织人员，参加活动。每对情侣每人有一次机会参加真情表白活动，奖品按不同“通关”档次最高可获得4999元的旅游卡。

据大中市场部负责人杨海惠先生透露，每年情人节虽然都是3C品类和生活小家电品类的销售占比有大份额的提高，但传统家电也随着节日的到来，促销力度逐步加大。在2月3日到2月14日情人节当天为止的促销活动中，除个别型号不参加外，购买冰箱、洗衣机、彩电、空调品类的商品，满足国家节能补贴相关规定的消费者在大中将会享受到双倍的节能补贴。北京大中电器负责人还表示，大中销售的IPhone 4S裸机货源充足，将是情人节礼物的热门选择。 (刘兰兰)

北京国美百余顾客中奖

随着元宵节的结束，京城家电零售市场年前声势浩大的促销活动也落下帷幕。北京国美负责人表示，共有110名消费者在活动中抽中大奖。

据悉，2012年春节，国美推出了“新春家电喜福会”大型促销活动，其中“幸运抽奖购物免单”等抽奖活动，成为促销的亮点。据了解，此活动预计将会为100名消费者免单近50万元，10名顾客则无须购物即可获得克拉钻戒。

在接下来的10个工作日内，北京国美将逐一通知中奖者进行奖品兑换。中奖者需要提供身份证原件、购物发票原件、抽奖券原件等资料。

北京国美总经理宋林林称，“免费抽奖做好了能获得消费者的忠诚度，做不好则不仅导致客户的流失，更会对企业品牌造成很大伤害。国美常年会有各种方式的抽奖活动，随着实践经验的积累，我们在这方面有一套相当完善的机制，来保证每次抽奖活动都是客观公正的。” (刘兰兰)

苏宁发起春季促销第一波

北京3C连锁卖场巨头苏宁电器即将在本周隆重推出集情人节促销、3C寒促让利、节能补贴优惠为一体的超值优惠盛宴，掀起春节后第一轮电器消费热潮。

记者获悉，针对情人节，苏宁电器特地推出了情侣专供系列超值活动和产品。例如参加情人节积分十倍翻活动，即可在苏宁各店购彩电、冰洗、空调、厨卫、生活电器享受积分十倍飙升的巨大优惠。购物满额还有机会获赠笔记本电脑、32英寸液晶、小冰箱等超级大礼。

苏宁电器特地推出具有“一生一世”、“爱我久久”等象征含义的特价机型，其中就包括999元、1314元、2599元和3344元超值特惠机型供情侣们挑选。

不仅如此，针对苹果迷们，苏宁电器还隆重推出“热吻一分钟”活动，情人节当天凡情侣在苏宁富丽广场店、刘家窑店、四季青店、安贞桥东店、北太店、广外店指定地点热吻一分钟，即可以9折购买现场任意型号苹果电脑产品及IPOD产品，或以9.5折购苹果iPad及iphone产品(每人限购1台)，同时附赠现场热吻照片作为纪念。 (林其玲)

3C融合大战 智能手机拔得头筹

从2010年以来，3C融合话题日益升温。3C融合中所归纳的PC厂商、通信厂商以及消费类电子厂商，都将各自的产品研发与3C融合的方向紧密相连，并通过各种途径抢滩3C融合制高点，竞争正向深层发展。

3C终端融合是IT产业发展的大趋势，从电子书、上网本，到平板电脑等，演变的趋势是各类终端不再有明显的界限，各类产品长得越来越像。

手机的屏幕越来越大，功能越来越像电脑，而电脑则越来越迷你便携。相关厂商还热衷于研发介于这两者之间的过渡品类。此外，电视厂商也不甘示弱，将电脑、手机的智能应用推广到电视界面。

但所谓融合并非三种终端简单地融为一体，如何从用户体验入手，引导消费者使用融合产品是个门槛。从目前的形式来看，这场比赛中，智能手机胜出的概率最大。

据市场研究公司Canalys发布的数据显示，去年全球智能手机发货量首次超过客户端PC。

去年第四季度智能手机发货量为1.585亿部，比上年同期的1.012亿部增长57%。去年全年智能手机发货量比2010年的2.997亿部增长63%至4.877亿部。而去年包括平板电脑在内客户端PC，发货量仅增长15%至4.146亿部。

与智能手机迅猛增长对应的是，PC阵营的传统品类增长缓慢。其中，上网本负增长25.3%，笔记本增长7.5%，台式机增长2.3%。好在新品类平板电脑的增速迅猛，2011年全球平板电脑发货量增长274%，占到客户端PC发货量的15%。

另外，从3C厂商的产品战略也能看出智能手机的潜力。过去几年，越来越多的PC厂商开始生产智能手机，如苹果、惠普、戴尔、宏碁、华硕、联想等，而手机厂商介入PC领域的案例却很少有。

与此同时，老牌PC厂商如惠普、戴尔，也纷纷步IBM后尘，去PC化，向IT解决方案提供商转型。因为经过多年竞争，PC产业不仅市场饱和，没有太大增长空间，而且利润率也仅为个位数，食之无味，已成鸡肋。

不过智能手机厂商也不必过于高兴。Canalys预计，今年智能手机市场增长将会放缓；其次，IT产业日新月异，新品类的出现会对原有品类带来猛烈冲击，平板电脑对PC产业的冲击就是前车之鉴；其三，PC厂商的加入，使得智能手机行业处在战国时代，领先的厂商还不能高兴太早，毕竟比赛才刚刚开始。 (林其玲)

精致于内 便捷为您
——“自己动手”便可丰衣足食

为给客户带来更方便的业务体验，中国移动北京公司提供了网上营业厅、掌上营业厅等多种电子化服务渠道，足不出户让你轻松办业务。

电子化渠道除了让客户享受便捷外，客户主观能动性也有了更广阔的发挥空间。

如果你到移动营业厅，即可完全通过自助式终端办理业务，既省去排队的辛苦，又节约时间。目前，北京大多数营业主厅都设置了自助式终端，可办理大部分业务。

对于有购机和入网需求的客户，网上商城是最佳选择。在商城，客户既可查阅近期热门机型，更可享受优惠购机；选号方面，仅需选号、填订单便可完成。此外，中国移动北京公司还专门提供了号码“网选厅写”服务：网上选号，到营业厅办理。

10086的小e机器人自动应答服务功能更能陪你聊天。只要编辑短信发送到10086，10086便能以人工智能的方式回复客户。客户与小e机器人的互动，既可咨询业务，也可闲聊，该业务也应用在飞信上。

对于积累了一定积分的客户，中国移动北京公司与积分特约商户推出分享积惠专区，客户只需付出很少积分或M值就能获得优惠信息，发送相应代码到10086或从网站下载即可收到二维码优惠券，可在有效期内前往相应商户消费。

相信随着中国移动北京公司电子化渠道服务的不断推广，更优质的服务将为我们的信息化生活增色更多。 广告

责编 徐超 图编 李冬 美编 王璇 责校 李铭