

F2 互联网电视自建平台梦破

近期以来,内容服务商和硬件厂商不断试探进入互联网电视市场。不过在广电部门严厉的监管政策之下,小米的机顶盒上线还不到10天就被叫停服务,而要绕过广电总局自建平台,则需要付出昂贵的代价。

F3 美的ECO节能科技获国际领先认证

我国空调行业开始逐步进入到能效比拼的新阶段。对于龙头企业来说,有责任扛起节能大旗。日前,美的推出的ECO节能科技产品一度电技术获得权威认证,对空调行业的节能推广起到示范作用。

F4 部分挂烫机沦为鸡肋产品

记者日前收到消费者投诉,称其使用的超人挂烫机不仅质量有问题,售后服务也不到位。记者深入采访发现,挂烫机存在使用复杂、售后网点少、维修成本高等问题,已成为很多消费者心目中的鸡肋产品。

份额不断下降 负面消息频出

飞利浦贴牌战略隐忧凸显

商报记者 陈维

负面缠身 单双声道遭质疑

日前,一位家住北京西三旗的消费者在帮朋友选购一台电视机后遭遇了麻烦。在选购电视机的时候,因为飞利浦一款型号为42PFL5528/T3的宣传是“超宽环绕立体音”,所以便花费4599元购买了这台价格不菲的电视。让他苦恼的是,朋友回到家中使用时却发现是高音单声道,而且声音格外的刺耳,与宣传完全不符。

无奈之下,该消费者选择联系飞利浦客服,试图退货。不过飞利浦客服却以“音质不是质量问题”为由拒绝为消费者退货。对于飞利浦的行为,北京市力珉律师事务所律师麻增伟表示,飞利浦此举涉嫌虚假宣传欺骗消费者,侵害了消费者的合法权益。

对此记者试图联系飞利浦电视市场部相关负责人,不过截至发稿前飞利浦总机一直为繁忙状态。

不过记者就飞利浦电视机声音问题咨询飞利浦客服时对方却表示:“所有飞利浦电视机均是双声道,不存在单声道,包括上述型号电视也一样。”让人费解的是,飞利浦客服曾表示“音质不是质量问题”,这样一来双声道和单声道之说便没有任何意义。

事实上,近三个月来,不断被曝光的飞利浦电饭煲产地信息造假也凸显出飞利浦内部存在一些问题。

对于飞利浦将单声道或者是双声道宣传为“超宽环绕立体音”,中投顾问家电行业研究员任敏琪表示,这样做的原因是欲通过虚假宣传夸大产品性能,以吸引更多的消费者购买此产品。一些家电巨头长期在行业中形成的品牌形象,消费者对其信赖度较高,企业利用消费者的信任大肆进行虚假宣传,但这种行为其实也是“引火自焚”。

家电分析师梁振鹏也表示,飞利浦整个企业内部存在诚信缺失问题。拿小家电产地信息造假来说,抛开企业自律,国内法律有明确的规定需要如实填写生产地址。而作为一个有诚信、有社会责任的企业,是不可能做出这种产地信息造假的事的。

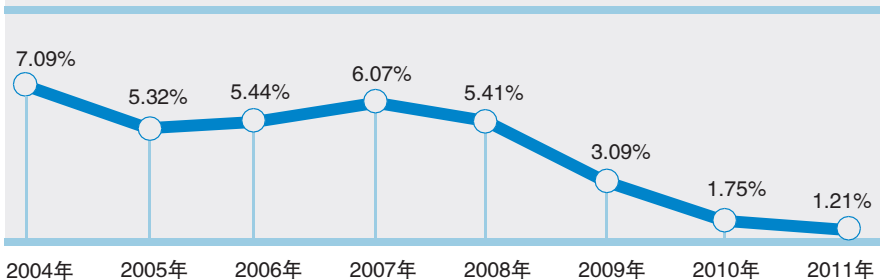
冠捷运营 飞利浦电视名存实亡

记者了解到,飞利浦电视机其实早在两年前就“死亡”了。早在2010年11月,冠捷科技披露公告,称公司及全资附属公司艾德蒙控股以123万欧元收购飞利浦股份。冠捷将接管飞利浦电视在内地的采购、分销、市场和销售。该协议期限5年,按

近期以来被负面消息所困扰的飞利浦日前再发事端。有消费者投诉,称飞利浦电视机在音效上涉嫌虚假宣传。面对不断下滑的市场份额,飞利浦在管理上面的漏洞也在逐渐显现。有关专家认为,如果飞利浦再不重视国内消费者,适时对自己的服务做出调整,那么其被市场淘汰只是时间的问题。



飞利浦2004-2011年平板电视市场份额



照协议,冠捷将在中国内地独家使用飞利浦商标开展电视业务。

如此看来,飞利浦电视机存在质量问题就不难理解了。梁振鹏表示,“飞利浦没有自己的电视生产工厂,自己也无法监控生产和管理质量,那必然容易出现质量问题”。对于目前负责整个飞利浦电视运营、销售的冠捷科技来说,显然也无法支撑整个飞利浦电视的运营。

据了解,冠捷科技最早是中国台湾的一个代工企业,后来被长城收购。相比TCL、长虹、三星等国内外彩电企业来说,不管是质量管理、产品研发还是核心技术都存在较大的差距。

对于飞利浦电视机在目前市场上的地位,家电产业研究专家陆刃波在接受记者采访时表示:“市场地位极低,从全球范围来看,在欧美地区还有一定的市场份

额,在中国市场上则可以忽略不计。”

值得关注的是,飞利浦电视机曾经也辉煌过。早在10年前,飞利浦电视机在中国市场也是一方巨头。不过后来因多方面原因衰退了下去,专家分析称,很大一部分原因在于飞利浦的经营方式。

梁振鹏认为,飞利浦电视机的衰退一方面源于大环境影响,欧美地区的劳动力成本较高,提升了整个生产成本,而随着彩电的竞争加剧,利润越来越低,导致飞利浦利润下滑出现亏损,成了包袱业务。而另一方面则与飞利浦这种不注重消费者感受有关。

市场萎缩 存在高层集体下岗可能

飞利浦多年以前就开始逐渐退出以电视为代表的消费者电子领域,挣扎在小

家电领域板块。不过,以飞利浦目前对消费者的态度来说,恐怕包括医疗、照明、小家电等领域都将难以为继。

对于小家电产地信息和电视宣传造假方面,飞利浦一直都没有任何官方回应的做法。陆刃波表示,飞利浦的未来可能会因为这种不重视消费者的态度而被市场淘汰。从近年来发展看也是如此,飞利浦不管是在中国,还是全球范围内,包括医疗照明等领域,市场份额、业绩都不是很理想。

不过,面对飞利浦近期质量问题频发是否与中国区管理层有关、总部是否会更更换高层的疑问,业内专家普遍认为可能性不大。梁振鹏表示,拿飞利浦电视机来说,出现上述事件虽然对飞利浦品牌形象会造成很大的影响,但事实上问题主要还在冠捷方面,这个与飞利浦中国区管理层关系不大,而因为小家电产地信息造假撤换高层的话,可能性也不大,最多涉及的也只是负责小家电板块的领导。

陆刃波表示,对于飞利浦来说,不存在更换管理层一说,因为飞利浦不做出改变的话,那么就会被市场淘汰,企业都没了,也就没有更换管理层一说。

针对质量问题频发,官方却迟迟没有回应。陆刃波认为,主要存在两个原因,一方面是飞利浦作为一个欧洲企业,有着欧洲企业的傲慢。另一方面则是飞利浦内部程序非常复杂,发表一个声明、道歉都需要很长时间,而且很麻烦。对于一些内容来说,飞利浦在国内的部门或者领导是没有资格直接发布声明或者道歉的。

任敏琪对此则表示了不同的看法,认为类似这样产地信息错误、夸大宣传与企业的管理和战略计划有重要关系。一方面,飞利浦家电实行贴牌生产战略,例如飞利浦HD3050电饭煲是由奔腾贴牌代工生产,这不利于飞利浦对其产品的统一管理,易造成产地信息错误,同时也为飞利浦产品的质量埋下较大隐患;另一方面,夸大宣传与企业管理者的决策有直接关系。

对于飞利浦未来的发展,任敏琪认为飞利浦在国内家电市场中有一定的地位,近期进入了数码音响领域。今后将会有三大发展趋势,首先是将多元化发展战略进行到底,会继续试水新的电子领域。其次将积极扩展销售渠道,目前飞利浦处于大规模扩张阶段,开拓销售渠道是当务之急。最后便是加强对质量的监控,这是企业能够长远发展的核心。