

PHILIPS

荷兰皇家飞利浦公司是一家“健康舒适、优质生活”领域的多元化公司，致力于用有意义的创新改善人们的生活。飞利浦在心脏监护、紧急护理和家庭医疗保健、以及口腔护理产品等领域均居于世界领先地位。



飞利浦红外线治疗仪

市场描述

在中国，飞利浦凭借在健康科技领域全球领先的技术平台，强大的本土创新实力和对本土客户和消费者需求的深刻洞察，通过有意义的创新，帮助中国社会应对老龄化、城市化进程中的各种挑战，并改善人们的生活品质。

当今世界人口日益老龄化，慢性病不断增加，城市化不断推，医疗系统面临越来越大的压力，需要针对健康关怀全程创建新的护理模式，提供更加有效且可负担的关怀和服务；与此同时，消费者也越来越主动监测和管理自己的健康，专业医疗保健和消费终端市场的融合趋势明显。飞利浦已经在很多健康科技业务领域占据了领导地位，例如，口腔保健、医疗信息系统、超声诊断、心脏监护、家庭医疗保健等。飞利浦在帮助重塑和优化健康生活管理方面拥有独特优势，我们将利用互联网技术和大数据，为人们提供更加全面有效的健康关怀。

荣誉之路

2011-2015 连续五年被全球独立品牌研究与评判机构 Superbrands 评为“中国人喜爱的品牌”。

2014 年被世界领先的科普杂志《科学美国人》中文版（《环球科学》）评为“2014 年度十大科技创新跨国企业”。

2013 年被权威财经媒体《经济观察报》和《环球企业家》评选为“年度最创新公司”

2011 年被《环球企业家》评选为中国“十大最创新公司”。

2006-2010 年，飞利浦中国研究院连续五年被《环球企业家》评选为“最佳企业研究院”。

品牌历史

飞利浦于 1891 年诞生于荷兰埃因霍温，至今已有 120 年历史。早在上个世纪 20 年代，飞利浦产品就已经进入中国。

1985 年，飞利浦在中国成立了第一家合资企业。

1999 年，飞利浦（中国）投资有限公司成立。

2004 年，飞利浦发布了“精于心·简于形”的品牌宣言，致力于为消费者提供“为您设计、轻松体验、创新先进”的产品和解决方案。

2008 年，公司精简组织架构，将原来庞大而复杂的业务整合为三大事业部：医疗保健、照明和优质生活。

2010 年，飞利浦把中国定义为像荷兰一样的“本土市场”，中国在飞利浦全球市场中的地位进一步提升。

2013 年 11 月，飞利浦发布了“创新



飞利浦 Sonicare 钻石亮白型声波震动牙刷



飞利浦超声系统 EPIQ

为你”的品牌宣言，这一品牌宣言的发布是飞利浦品牌历史上的里程碑，它指引整个公司倾听客户和消费者最真实的心声，用有意义的创新改善人们的生活，有助于令飞利浦成为消费者心中最喜爱的品牌。

2014 年 9 月，飞利浦宣布战略性精准聚焦健康科技和照明解决方案领域，建立两家市场领先的公司。

产品介绍

飞利浦红外线治疗仪是最新的“减少慢性疼痛，促进积极生活”从而帮助人们改善生活的创新产品。创新红外线卤素灯结合三重红外光学技术，确保热力均匀分布于照射部位，层层深入渗透至皮肤达到理想缓解疼痛的效果。

飞利浦 Sonicare 钻石亮白型声波震动牙刷，独创流动洁力技术，每分钟 31000 次震动，可深入齿间，全面清洁，带给消费者健康洁净的牙齿。5 大洁牙模式，人性化双重充电系统，更从细节展现飞利浦 Sonicare 对质感的坚持。

作为飞利浦最新研发的旗舰超声系统，EPIQ 具备精确成像的 nSIGHT 平台和高效便捷的超声解剖智能技术，不仅提高了超声对于困难病人的诊断能力，同时使诊断更加的快捷、准确，减少了医生个体差异对结果的影响，为医生带来了全面的临床的解决方案。

飞利浦伟康 System One 60 系列呼吸机，该系列拥有 6 款适合不同严重程度睡眠呼吸暂停综合征患者选购的睡眠呼吸机。以 5 大智能技术，为患者“私人定制”智能解决方案。



飞利浦伟康 System One 60 系列呼吸机

营销推广

通过几年的品牌宣传，飞利浦“创新为你”的品牌理念已被消费者熟知。在公司转型为健康科技领域领先企业的进程中，我们需要进一步细化并强化我们的品牌理念，提升我们的品牌价值。我们进行了大量市场研究来了解消费者健康的洞察，发现健康本身不是目的，健康的真正价值在于带给人们更美好的生活。

基于此，飞利浦全面展开了一系列以《健康科技，美好生活》为主题的品牌宣传活动。品牌宣传片展现了一家人生活中一个个令人感同身受、触动颇深的重要时刻，飞利浦的创新产品和解决方案提供更先进和专业的护理，默默守护家人一路上的健康与幸福，为他们带来更美好的生活。在社交媒体上，围绕着“百味人生，健康价值”这一主题，我们和消费者开展一系列的探讨，并根据消费者的声音逐个发展出六个不同的纪实影片，展现每个人都有属于自己独特的人生，和独特的人生价值。而无论哪种生活价值，健康是基础。此外，我们也与国内顶尖新闻媒体新华网和商务媒体如第一财经周刊、经济观察报、中国经营报等合作，设立专栏，邀请专家分析讨论医疗行业热点话题。与一线电视台纪实频道合作专题片，医疗从业人员亲述“医道”——面对病患对专业的执着，面对生死对健康的解读。

近期战略

2014 年 9 月，飞利浦宣布战略性精准聚焦健康科技和照明解决方案领域，建立两家市场领先的公司。其中，专注于健康科技领域的公司将充分利用专业医疗保健和消费终端市场的融合趋势，旨在提供全

方位的健康关怀服务，即：从健康生活方式及预防到诊断、治疗和家庭护理。在中国，飞利浦凭借全球领先的技术平台、强大的本土创新实力和对本地客户和消费者需求的深刻洞察，通过有意义的创新，帮助中国社会应对老龄化、城市化进程中的各种挑战，并改善人们的生活品质。

品牌价值

在飞利浦，我们相信每个人都想要拥有健康，向往美好生活，渴望享受人生。作为一家科技公司，我们更关心和在乎我们的科技与创新是否能想你所想，为你所用。我们乐于倾听，不断探索，用于挑战，带给你真正有意义的创新。飞利浦始终致力于此品牌愿景，不断创新，为人们带来更好的生活。

鲜为人知的……

飞利浦在中国积极履行企业社会责任，并把重点放在医疗、环境和教育三大领域。迄今为止，飞利浦在中国持续开展社会公益活动 18 年，惠及贫困人口超过 22.5 万人，其中贫困儿童 85,500 多名，已投资 3,752 万人民币在中国建立了 17 所希望小学，359 间图书馆，资助了 555 名教师的培训，并帮助 850 位贫困儿童重返课堂。此外，飞利浦还在震区设立 23 个飞利浦未来空间，在全国范围内建立了 12 所乡间卫生站。