

海尔全球首推“免清洗”洗衣机

□ 欣 闻

目前,百度上仍然有1500万条针对洗衣机内桶如何清洗的问题词条。面对用户对洗衣机使用的痛点,海尔近日推出了全球首个免清洗洗衣机。

据海尔洗衣机研发总监杨林透露,这是海尔经过6年研发后的结果。“我们颠覆了过去自我体系研发为主的模式,利用全球和跨界的资源来进行研发。通过与美国3M、联合利华等公司,以及科研院校的合作,最终找到免清洗技术解决方案。”

从事30年洗衣机研究的海尔日本研发团队负责人井俊次表示,洗衣机藏污纳垢问题一直没有得到解决,此前厂商们只关注产品,并未更多考虑用户在使用中的实际需求。

洗衣机长时间使用后,内桶容易形成污垢,需要专业清洗液来清理。但有些用户将洗衣机内桶拆卸后进行独立清洗时发现,洗衣机内外桶的夹缝中间存有大量残留污垢,并依附在衣物和内桶之间,最终形成二次污染源,大量污垢依附在衣物上。因此,即使是使用洗衣机内桶清洗剂,也不能根本解决

问题,去除残留污渍效果很差。

发布会现场海尔将使用十年的洗衣机内桶与新推出的免清洗洗衣机内桶进行替换后,老的洗衣机内桶在10分钟内光亮如新。

据海尔工作人员介绍,海尔免清洗技术源于海尔的智慧球清洁系统。在洗衣机内桶和外桶之间的智慧球采用抗菌高分子材料做成的特殊柔性清洗物质,在洗衣机洗衣服过程中,随着水位的升降,它可以对洗衣机内外桶进行全方位的清洗,从而保证污垢不附着,从根本上杜绝了桶脏的问题产生。海尔保证十年时间里,内筒可保持光亮如新。

洗衣机一直是海尔核心产品。据欧睿国际市场研究机构数据显示,2013年,海尔洗衣机以16.1%的市场份额占据全球销量第一。

“免清洗”或成元赢家

“洗衣机不用添加清洗剂也能给自己洗澡,而且是够环保的纯物理方式,看来我家

的洗衣机该换啦。”7月30日,一位“海粉”这样评价海尔“免清洗”洗衣机。

针对今年一再引起热议的这款洗衣机新品,家电产业问题专家罗清启评价称。它不仅代表一款颠覆产业发展的新产品问世,更展现了海尔洗衣机在行业中扮演的元赢家角色。

据了解,元赢家是互联网时代逐渐兴起的一个新名词。所谓元赢家,就是生态系统的规则制定者,别人没法再和他竞争,只能跟着他走。在互联网时代,有的是互联网时代平台上的原住民,有的是移民,但是不管你是原住民还是移民,最后都会产生一个元赢家。通俗来讲,在新产品出现或者是催生新品类后,市场开拓者都会扮演着市场教育者的角色,启蒙用户对产品认知,同时丰富整个行业生态。

以手机为例,从最初的通话工具到如今多功能智能终端,这期间更多企业以其技术创新不断推动行业升级,但是真正能称为行业元赢家的会是谁呢?对,是乔布斯的苹果,它的全触控操作方式、屏幕支持多点触

控技术直接开启了触屏的智能手机时代。当全世界都在用板砖样的按键功能机的时候,苹果站到用户需求角度上的创新颠覆了人们对手机的认知,确立了其行业的元赢家地位。

洗衣机行业同样如此。从1858年美国入汉密尔顿·史密斯制成世界第一台洗衣机到比尔·布莱克斯发明木制手摇洗衣机,再到第一台蒸汽洗衣机、电动洗衣机以及波轮、滚筒洗衣机,在这150多年的时间里,洗衣机行业也在不断追求功能上的创新突破。

在持续的变革过程中,就洗衣机产品来讲,其在洗干净、静音、节能等层面实现了不断升级。而海尔洗衣机在全面交互用户需求的基础上,针对还未引起行业警觉的“二次污染”问题迅速做出反应,创新推出超前解决方案——“免清洗”,在洗衣机领域开辟出新的蓝海。

海尔“免清洗”洗衣机运用物理方式,通过全新的洗涤结构和智能洗涤技术,在洗涤和漂洗时都能对内外桶壁进行清洁。换句话说,在每次洗衣服的同时都能为自己“洗一次澡”,从根本上解决污垢堆积难题。这不仅让用户告别脏污暗藏的烦恼,还让用户对洗衣机的认知从“洗干净”发展到“干净洗”的高度,是功能创新,更是为用户创新,这才是元赢家的本质所在。

据最新消息,海尔洗衣机未来将把“免清洗”技术运用到其他系列的产品上面,力求每一款洗衣机都能成为免清洗的产品,让尽可能多的用户享受到免清洗的解决方案。

老用户的两次震撼

“真是没想到,一台洗衣机两次把我给震撼住了。第一次是自家洗衣机被拆开的那一刻,我真的没有想到会那么脏;第二次是在今天的活动现场,原来那么脏的内桶竟然被洗干净了,真让人难以置信。”在发布会现场,海尔老用户王女士在见证了免清洗技术“脱脏”自家洗衣机的过程后,禁不住表达了自己的感想。

“一开始海尔的人联系我时,我还以为是朋友闹着玩呢。”王女士在现场向其他粉丝分享了自己与“免清洗”洗衣



机结缘的经历。原来,海尔通过自己的大数据平台分析了10年以上的海尔洗衣机用户分布情况,最终选定上海的王女士作为体验者。

虽说有些疑虑,王女士还是答应了海尔洗衣机免费提供的上门深度保养服务。“当洗衣机打开的时候,真是把我惊呆了。”王女士表示,一直以来,她都会定期清洗洗衣机,对自家的洗衣机很有自信,但是真的没有想到实际情况是那么脏。

当王女士家的洗衣机内桶被摆放到现场的时候,现场其他粉丝也沸腾了,“所有的洗衣机都会存在这种问题吗?‘桶脏’有多大的危害?’……在现场,海尔洗衣机的专家一一对这些问题进行了解答,并对洗衣机的定期保养提出了建议:每3个月用桶清洗剂清洗一次,每半年拆机清洗一次。

接下来的体验让王女士和现场的粉丝又吃了一惊。原来,这台被搬到现场的脏桶30分钟换了“容颜”:海尔的工作人员现场用“免清洗”技术对其进行了清洁,“原来那

么脏的桶居然这么快就变干净了,好神奇!”共同见证了这一过程的王女士与众多海粉纷纷称赞。

“就连洗衣机清洁剂清洗也没洗下来的污垢,免清洗洗衣机是如何让它变干净的呢?”现场粉丝的提问引来了众人的关注。工作人员解释道,免清洗技术源于海尔的智慧球清洁系统。在洗衣机内桶和外桶之间的智慧球是采用抗菌高分子材料做成的特殊柔性清洗物质,在洗衣机洗衣服的过程中,随着水位的升降,它可以对洗衣机内外桶进行全方位的清洗,从而保证污垢不附着,从根本上杜绝了桶脏问题的产生。

对用户来说,海尔“免清洗”洗衣机不仅可以破解用户对洗衣机“脏”的困扰,更免除了定期清洗的麻烦,是对用户体验的又一次升级。业内人士表示,“免清洗”洗衣机是海尔率先根据用户需求做出快速反应的创新产品,在洗衣机领域实属首创,或将引领洗衣机行业新的发展方向。



十年未清洗的内桶



用了十年的洗衣机内桶在海尔“免清洗”洗衣机里洗干净啦

创维OLED有机电视被评“创新产品”

中国信息家电大数据联盟成立

大数据已经成为全社会热点词汇,各行各业对于大数据的关注程度与日俱增,尤其是今年3月份的政府工作报告中首次出现“大数据”,显示出大数据对于社会和行业的价值所在,大数据研究和应用已成为趋势。在这样的背景下,为推动中国信息家电行业的大数据研究和应用,中国电子视像行业协会成立了中国信息家电大数据联盟。

中国信息家电大数据联盟,是家电行业中首个致力于大数据研究和开发、配合我国大数据战略、规范人才培养和体系建设、加强技术与标准研讨、构建有利舆论环境的互动沟通平台,是连接大数据、电器行业以及用户在生产、流通、消费、行业管理等方面的桥梁和纽带。

大数据联盟成立以后,将逐步推进行业健康发展,构建和谐公平的产业环境,积极推动行业规范,加强大数据在电器行业的研究和应用,促进组织相关企业加强合作与协同,加大大数据的价值推广,倡导理性消费和公正舆论,创造有利的产业生态环境。(何文)

苏宁易购发动最后一公里“竞速战”

两年前的818,作为东道主的苏宁易购就曾遭遇过电商史上最惨烈的价格大战,可以说,真正打起价格战来的苏宁易购绝对是热门熟路。但今年的818和那次电商大战不同的是,苏宁易购已经积累了两年的内功,2014年6月份,苏宁用户体验优化项目带来的物流妥投率就已经超过99%,客户满意度超过95%的数据,让苏宁易购毫不迟疑地把服务纳入了百日会战和818的主力阵容。

据悉,这次818苏宁易购将大张旗鼓地打响电商竞速战,三大主力服务“半日达”、“急速达”和“一日三送”均将在8月份全面实施。届时苏宁易购的半日达将实现对除了乌鲁木齐、拉萨等少数城市以外所有省会城市的全覆盖,承诺用户上午11点前下单,当日送达,晚上23:00前下单次日上午送达。而首次亮相的“急速达”更是惊人,依托业已打通的门店仓和订单分配系统,苏宁易购将对用户选购商品和配送地址进行智能匹配,优先从门店仓直接进入“最后一公里”的配送,平均送达时间控制在1小时内,这种苏宁独有的O2O模式优势使电商配送时效纪录得以大幅度刷新,这项服务将在8月份在北京、广州、上海、深圳、天津、成都、南京、杭州、沈阳、西安、武汉、重庆12个城市的门店覆盖的区域。(欣闻)

由中国电子视像行业协会和奥维咨询(AVC)联合举办的“2014年第二季度中国电子信息产业经济运行暨彩电行业发布会”,创维OLED有机电视E980S和全色域4KE900U获“中国彩电行业2014年创新产品”奖。

显示与应用技术是推动彩电终端结构升级的双动力。2014年,超高清、高色域、曲面、4色4K、OLED技术和相关产品的快速发展点燃了彩电市场。其中,4K电视在高中端市场的发力,高色域技术则成为大尺寸产品标配,继窄边框后再一次由工艺提升发力高端市场。市场释放的积极信号表明,2014年彩电行业的发展路线将再次回归到本质上来。以创维为代表的国产品牌积极研发OLED有机电视,并实现量产入市,作为国内OLED先发产品,E980S获“2014年创新产品”奖。

2014年下半年,超高清、智能、大尺寸彩电产品继续高速增长,彩电产品将进一步加快智能高端化路线的发展方向。据奥维咨询(AVC)预测,今年下半年彩电产品的高端化趋势将继续持续,预计下半年4K产品渗透率为24%,总量为597万

台;大尺寸(50+)产品渗透率为26%,总量为650万台;智能电视渗透率为70%,总量1759万台。

除此4K电视之外,对于OLED市场的未来,刘棠枝表示比较看好。他认为,目前OLED相对于LED拥有着在工业设计、画质、行业需求方面有着很大的优势。

以创维率先推出OLED有机电视产品55E980S为例,该产品拥有1mm极窄边框,7mm超薄工业设计,比iPhone5S还薄0.6mm,0.001ms极速响应时间,超越了人眼极限20倍,可精准捕捉瞬间之美。

创维集团副总裁、彩电事业部本部总裁刘棠枝提到,作为下一代显示器件,这种技术已经是成熟的。OLED切割的良率,去年年初只有1%至2%,到今天已经超过70%,预计到明年OLED的切割良率已经非常接近现在的LCD。而在解决了切割良率的情况下,市场对OLED的需求会溢出。

对此,刘棠枝预测称,由于良率的提高,OLED价格会大幅度下降,会带来真正的消费者对于新技术和新产品的消费。在未来的两三

年,OLED将会在行业里掀起一波创新的浪潮,届时,更新换代的市场便会来临。

据奥维咨询(AVC)数据显示,2014年上半年中国彩电内销市场总量为2093万台,同比下降9%;销售额696亿元,同比下降15%。虽然与2013年上半年同期相比,出现了较大的降幅,但2014年上半年是国家刺激政策退出后的阵痛期,目前,中国彩电市场呈现“回归正轨”的发展态势。

自2014年1月份以来,“高大智”产品引领产品结构变革。上半年4K产品的渗透率已达10%,总销量207万台;50英寸以上大尺寸产品渗透率已达24%,总销量496万台;智能产品渗透率已达55%,总销量1161万台。预计下半年“高大智”产品的渗透率将进一步提升,4K产品将成为各厂商竞争的焦点,也是各大厂商摆脱负增长,增加企业利润的利器。据了解,创维是国内首家主推4K电视的彩电厂商,并于今年4月份推出4色4K应用,主打超极配置、操作快的系统和丰富的应用感受,获得了积极的市场反馈和消费者青睐。

废旧小家电渴望被回收

科技进步让小家电一代代更新升级,根本停不下来!作为引导性消费的产品,小家电不像烟灶热等产品受地产等因素影响大,小家电厂商不断创新的概念驱动是小家电前进的原动力,例如:美的推出涡轮增压IH智能煲,苏泊尔推出“会呼吸的”电压力锅,九阳推出One cup重新定义了豆浆机,西摩在AWE2014上推出的“小智”电水壶等等。而在2013年,韩国品牌惠人炒火的“原汁机”更是给食品加工行业打了一针鸡血。

消费者层面,85、90后逐渐成为消费主体,根据奥维咨询(AVC)用户研究事业部《85/90后消费者互联网生活形态研究》,当代消费者个性化十足,喜欢创新,对新事物的接受度非常之高。越来越多新的好玩的产品出现,诱惑消费者去试试用,更加速消费者将旧的小家电更新换代。从渠道方面来看,电商经过近几年的蓬勃发展,已经发展成年轻消费者的主要消费途径。而小家电更是线上消费者的主力军,奥维咨询(AVC)线上监测数据显示:小家电线上占比远高于大家电,占比

超30%,其中原汁机、电饭煲、电烤箱这三类小家电2014年上半年线上销售增速均超过100%,渠道的升级进一步刺激了小家电更新换代,刺激快速增长。

在小家电快速更新换代之际,废旧小家电的处理势必成为消费者最为头疼的问题。因为缺少健全的回收处理体系,消费者面对这些小家电倍感无奈。外面骑着三轮回收家电的商贩只喊着“回收冰箱、彩电、空调、洗衣机”等大家电,对小家电一直都是兴趣不高。面对成堆的废旧小家电,消费者对回收政策的呼声越来越大。在已经过去的家电政策中,不管是“以旧换新”还是“家电下乡”,都没有把小家电纳入补贴行列。长期以来,大家电夺去大部分关注点,而销量更大的小家电却一直被忽视。对比大家电和小家电,小家电缺乏标准规范,很多劣质低价的非3C认证产品充斥市场,这些问题小家电更容易报废,而且体量庞大,最后纷纷沦为废旧小家电。

废旧小家电的处理光靠市场机制是没办法得到解决的,从商贩角度看回收小家电

回报几乎没有,而从事废旧家电回收处理的企业更不愿处理废旧小家电,因为小家电基本是拆一台亏一台,没有政策的干预,废旧家电市场处于放任状态。因为没有合理处理废旧小家电的办法,大多消费者只好选择扔掉,这不仅造成资源浪费,更是对环境的潜在威胁。

与之形成对比的是,日本从2013年4月1日开始执行针对废旧小型家庭电器回收的法律。根据日本环境省的估算,从小家电中可以回收金、银、铜、锌、稀土等多种资源,一年内废旧的小家电可以分解回收28.4万吨金属,价值高达874亿日元。

从消费者角度来看,除了希望国家能够出台相关补贴政策,也希望厂商能够承担起这份社会责任。消费者在购买小家电时,对品牌的认可起着重要作用,如果品牌商能够对自己的废旧小家电做出回收对策,这样同时解决了消费者处理废旧小家电的烦恼,也增加了消费者二次购买的动机,更提高了消费者的品牌忠诚度。(刘国斌)

怡口十年专注水处理领域创新

“10年之前,您选择了我,从此结缘!10年之后,我在这里期待与您再次相遇,您在哪儿?”美国怡口答谢10年用户,现针对北京地区使用怡口产品10年及以上用户进行招募。

届时用户可以参加落地抽奖活动,此次抽奖活动美国怡口特设多重健康好礼选择,一等奖20名,享受产品等流量免费换新或5000元现金券;二等奖30名,享受5折产品等流量换新或3000元现金券,以上兑换机型如升级型号,可享受差价8折优惠,所有现金券均可在居然之家、红星美凯龙购买怡口产品使用。

这10年之间,美国怡口始终坚持对至高“水”准的追求,专注于家用水处理领域的创新性研发,特别针对中国城市用水环境、气候条件及水处理现状,研发更多适应中国水质特点的产品,满足中国消费者对日益提高的用水品质需求。近日,国内净水事件频发,不可逆健康损害严重,美国怡口第二代全屋净化概念应运而生。从前置过滤器(全屋净水第一关)、MetSorb除铅系列中央净水机、“软水始祖”中央软水机到第二代直饮水产品,净化全面升级,全方位呵护全家每一滴水,带你领略超五星的净水舒适体验。此外,美国怡口更将净化触角延伸至空气领域,专为成功人士提供专业性净化空气产品,净化力量全面覆盖。

美国怡口是Marmon Water/Berkshire Hathaway下属企业,2014年位居《财富》美国500强排行榜第4位。成立于1925年的怡口,总部位于美国明尼苏达州首府St. Paul(圣保罗)市。秉承89年品质,精益求精,领先专业科技、高标准产品和精密质量管理,使怡口在世界各地广受认可,成为家庭生活品质的品质软水享受。(向阳)

Maxwell以前瞻性技术服务中国市场

近日,Maxwell首席技术官Michael A.Everett分享了公司的核心技术优势、国内外成功应用,以及在中国市场的发展策略等。

Maxwell于2014年6月推出的2.85V/3400F超级电容器单体再一次创造了行业新标准,同时,最新的技术成果DuraBlue解决了防冲击、抗震动、防过充等技术特性,防冲击和抗震动水平分别提高3倍和4倍,更加适应公交车等道路运输车辆的应用。

Maxwell首席技术官Michael A.Everett表示:“2.85V/3400F超级电容器单体,进一步壮大了Maxwell K2系列超级电容器单体阵营,同时扩展了业界最高容量圆柱形‘K2’系列超级电容器的功率和储能范围。这种非常环保的工艺,也使我们进一步刷新了行业的最新标准。”

对于媒体所关心的“超容是否会摧毁锂电市场”这一话题,Maxwell科技公司中国区总经理陈宇表示,超容与锂电池的结合与互补才是这一领域的发展方向。国家政府对新能源汽车和新能源客车以及轨道交通的支持,是为了达到几个目的,减少排放,减少污染和节约能源,而这几个角度都需要超级电容和电池组合应用来达到。“电池与超级电容的组合将会更大幅度地发挥超级电容的效率,减少单体电池数量,降低电池体积和重量。电池与超级电容不是互相替代的技术,而是互相补充的技术。”(陈杰)