

海尔开启12城绿智能体验之旅

近年来,我国的空气问题倍受重视。政府和企业都各施其招,试图通过各种方式来改善我们的环境。对于家电企业来说,无论是空气净化器、空调产品,都在开发如何除去空气中的PM2.5功能。

最近,从事空气净化功能研发的专家表示,目前空气中的PM2.5对人体的伤害最大,我们应该最先考虑的是将PM2.5污染物去除。作为家电行业老大海尔,至少2年前就意识到这个问题,成功研发并早早推出除去PM2.5污染物的空调,除PM2.5污染物效果非常明显。自除PM2.5污染物空调推出后,消费者一推即崇。健康、智能家电势在必行。

为了让更多的消费者早日受益健康、智能家电。海尔集团在业内率先开启12城市绿智能智慧之旅活动,旨在让消费者更快速、更直接的体验到好产品,通过最有效的方式了解并购买产品。

绿智能热动京城

6月1日,海尔绿智能智慧之旅来到京城,不少消费者闻讯而来。北京是海尔绿智能智慧之旅的第二站。此次智慧之旅,旨在通过开展生动有趣的互动体验活动,让消费者切实感受海尔绿智能家电带来的人、科技、自然三者之间和谐平衡发展,让每个人享受到世界级科技所带来的品质生活和健康、智能、环保的生活体验。特别是针对北京居民最关心的空气质量问题,海尔空调此次推出的除PM2.5、除甲醛等空气质量解决方案,将真正为北京消费者打造安全、健康呼吸的室内空气环境。

闻讯而来体验海尔空调的北京市民王女士兴奋地说:“今天真是来对了!这款空调外形美观,而且能每隔5分钟自动清除PM2.5污染物,让室内空气健康清新,在现在空气污染环境严重的北京使用,非常合适。”

说起现在的北京,很多人的第一反应就是严重的雾霾天气,北京越来越不适合人居住。近年来,北京成为国内遭受PM2.5污染最严重的城市之一。口罩成为北京市民出门必备物品,但实际上,PM2.5并不是室外环境的“专利”,据海尔帝樽空调室内PM2.5免费检测公益行检测数据显示,约7成消费者家中存在PM2.5隐患,空气中的PM2.5严重超标。

“家里的PM2.5一点也不比户外少,我们家当时超标21.8倍,这次我们就特意过来看看帝樽空调的。”在海尔绿智能产品展区,一位帝樽空调室内PM2.5免费检测公益行的受益用户这样说。这位受益者王女士家住新城东里小区,前段时间报名参加了帝樽空调室内PM2.5免费检测公益行活动,经过入户检测后,室内PM2.5超标21.8倍,比室外空气质量还差,让夫妻俩大为震惊。

王女士听说海尔要在北京开展智慧之旅活动,她们特意开车过来参加,到现场才发现,海尔除了生产PM2.5空调外,海尔的帝樽空调还能“人机”互动。在体验现场,王女士对准空调上方的摄像头,以握拳、挥手、向左挥动、向右挥动等简单动作,兴高采烈的体验着帝樽空调的智能模式。显然,王女士的新奇体验也吸引了前来参观的众多消费者,可以看到,在海尔智慧之旅绿智能馆,这款能与人直接“沟通”的帝樽空调前已经排起了长长的体验队伍。

健康智能新体验

作为“智慧家庭”的重要构成,海尔绿智能智慧之旅展出的智能家电,为家庭生活方式升级带来实质性推动。参展观众在海尔U-Home中央控制台可以通过PAD、手机和电脑实现对家电的控制。

出差在外,忽然想起家里的家电还在运行,只要打开手机就能进行远程操控;想吃美食,自己不会做,父母又不在身边,冰箱变身健康厨师,每天给出健康菜谱同时,对于食物的新鲜程度也可以时时监控,提醒食材的保质期;在外运动回到家累的不想动,只要动动嘴下达口令,空调就能自动送来舒适的凉风。另外,实时汇报天气的洗衣机,随时将PAD中视频转换带自身平台的智能电视……让人们感受到前所未有的



用户体验海尔帝樽空调手势识别功能

的家电使用体验。“只要手里拿着PAD或者智能手机,就能随时掌握家电的动态,PAD中的电影甚至可以转到51英寸的液晶电视上,享受影院级的观影体验。”用户张先生在观看海尔U-Home中上演的家庭情景剧之后表示。

有关专家表示,在当前市场环境下,消费者越来越重视智能家电带来的绿色舒适生活方式。此次海尔在全国12个城市开展的绿智能虚实互动体验之旅,将产品智能与用户的生活环境相结合,让不同地区的用户切身感受到了海尔智能产品为生活带来的健康和便利。

在各大家电厂商的大力推广下,消费者的健康意识逐日增强,越来越多的消费者在关注智能、健康的家电,智能和健康趋势非常明显。像海尔帝樽这样的健康空调将越来越受到消费推崇。

有专家预计,未来两年内将会有更多健康功能的家电产品推出,消费者或将健康功能作为家电产品的首选功能。对于空调产品而言,节能功能后肯定是健康功能。专家表示,海尔的此次活动非常有意义,建议海尔可以将活动的范围不断扩大,让更多的消费者快速体验到健康、智能的产品,加快我国节能、智能、健康家电的普及。(何丹桦)

视点

主持人
何丹桦

家电市场将迎来深度调整

6月1日起,为期一年的国家节能惠民补贴政策结束。

节能惠民工程已经达到了预期拉动市场销售增长的既定目标,完成了它的光荣使命。节能产品以其“使用性能佳、使用寿命长”的优势越来越受顾客的青睐,但中国家电产业终究要靠自身来创造良性循环的发展机制,不应该让政策更多的干扰行业发展,否则难以长久持续。

节能惠民工程在过去一年所表现出的成果应当给予充分的肯定,几大家电品类高效产品市场份额得到持续提升,目前在实施政策范围内的大家电产品均已基本达到普及水平。

根据中怡康监测数据显示,截至2013年4月,平板电视中节能中标产品零售量市场占有率从去年6月的32.10%增长至88.53%,领跑家电类产品;空调中节能中标产品零售量市场占有率从去年6月的15.62%增长至65.69%;冰箱中节能中标产品零售量占有率从去年6月的9.91%增长至68.78%;洗衣机中节能中标产品市场占有率从去年6月的19.47%增长至56.05%;燃气热水器中节能中标产品市场占有率从去年6月的4.83%增长至15.24%。

中怡康总裁连四清表示,进入2013年以来,节能惠民政策效应更加突显,节能中标产品销售与日俱增,加上5月份政策结束前的“疯狂抢购”,2013年上半年政策对于市场规模的刺激增长远远高于2012年下半年。

根据中怡康测算数据显示:2012年6月—2013年5月,节能产品拉动内需节能惠民工程实施一年来,拉动彩电、冰箱、洗衣机、空调和燃气热水器五个产品实现2423个亿的销售关联。

政府已经通过“有形的手”将家电产业扶持到正确的轨道上来,接下来,市场应尽快摆脱政策依赖,通过自身“无形的手”调整产业结构,加强技术创新,从企业良性竞争中优胜劣汰、需求高速发展道路。公平竞争才是发挥企业主观能动性,加速转型升级的“良机”。

2013年下半年市场将处于深度调整期,第三季度可能再现低谷,从第四季度开始将逐渐回稳,中怡康预计2013年家电市场总规模将达到11880亿元,同比增长3.2%。

五星太阳能深耕全国保障房市场

有数据显示,2012年全国在建保障性住房数量逾超1700万套。

从世界范围来看,保障性住房都是房地产市场的重要组成部分。在某些国家,保障性住房的比例甚至占到整个房地产市场的80%以上。如何在保障性住房市场中能有更好的表现,五星对此非常重视。

五星太阳能的管理团队认为,太阳能系统简单、零散、随意、混乱的生产、安装和使用状况,已经不能适应住宅产品发展的要求,必须提供一系列集成解决方案,实现设计、施工、安装全方位的一体化服务,才能达到太阳能利用的最佳效果。

为了满足不同项目的需要,在系统解决方案上,设计部门因地制宜、推陈出新,发挥平板太阳能可与建筑充分结合的优势,大胆创新,做出了许多具有代表性的优质工程。

以银川“湖畔苑”项目为例:“湖畔苑”二期多层建筑安装平板太阳能热水系统,技术要求是:每户100升承压水箱,置于阳台,要求集热器与建筑结合美观,系统使用效果好。

结合银川地区纬度及光照特点,五星设计部门提出了创新的设计方案,将集热器嵌入建筑立面,既保证了集热效率需要又实现了太阳能与建筑的完美结合。作为样板工程,“湖畔苑”工程在建筑节能、节水、节地和绿色环保、可再生能源利用等多领域,采用新材料、新工艺,达到自治区先进示范标准,项目综合居住品质达到住建部住宅性能认定2A级标准。

据统计,五星参与规划和设计的保障性住房项目多达40余个,大部分项目已经完工,还有的正在施工当中。上海、山东、广西、湖北、河南、江苏、宁夏、内蒙、陕西、浙江、海南、宁夏、河北……大部分地区都已经使用了五星太阳能产品。(欣闻)

志高获广东商检一类企业称号

近日,广东出入境检验检疫局在南海举行一类企业授牌仪式。志高暖通凭着规范化的管理和稳健的产品质量,顺利通过评审,荣获一类企业称号。

商检一类企业是国家质检总局对出口工业产品企业分类管理中的最高等级,通过的企业在出口业务中将得到国家给予的多项优惠政策和绿色通道。志高暖通由二类企业上升为一类企业,人力物力财力等出口成本大为降低,并且享有优化办理报检、优先检验检疫等权利,出口通关环节更加方便快捷,可大幅提高工作效率,这将为志高暖通的出口业务提供很大便利,助力其提高国外市场的竞争力。

一类企业的获得,是省商检局对志高暖通诚信经营、管理水平和产品质量等能力的最高肯定。志高暖通方面表示,将以此为契机,重细节,抓质量,全面提升产品管控能力,再接再厉,为早日获得出口免验资格而努力。(小河)

资讯走廊

64家企业获废旧家电处理补贴

截止到2013年4月30日,我国只有64家企业进入了废弃电器电子产品处理基金补贴企业名单,资质许可年处理能力达到8800万台。环保部对全国处理产业的规划是114家,9400万台的处理能力。

2013年3月,中国家用电器研究院电器循环技术研究所对进入废弃电器电子产品处理基金补贴的两批64家企业进行调研,半数是非营/民营企业,外商独资占6%,国有19%,合资10%。从处理企业规模看,年处理能力50万台以上的占81%,100—200万台的居多,占36%;200万台以上的大处理厂占22%。从规划的产品种类看,电视机占53%,电脑12%,洗衣机10%,电冰箱9%,房间空调器占6%。

在“2013电子电器产品回收处理技术及生产者责任延伸制度国际会议”上,中国家用电器研究院首次公开发布了《2012废弃电器电子产品回收处理及综合利用行业白皮书》。《中国废弃电器电子产品回收处理及综合利用行业白皮书》是我国废弃电器电子产品回收处理行业唯一一部白皮书。白皮书以发达国家和地区最新的管理模式、先进的技术工艺和精准科学的报废数据为政府决策提供支撑,为企业发展提供依据。今年发布的白皮书还第一次涵盖了我国各地区的理论报废量数据,为回收处理企业了解本地区市场,制定商业策略提供依据。(任可)

苏宁开创互联零售模式

当前,互联网的影响渗透到社会方方面面,如何借助互联网手段实现中国零售业的转型发展,成为当前行业与专家学者研究的重要课题。苏宁开创互联零售模式,苏宁特色的O2O模式得到认可。

“所谓O2O,就是把线上的互联网基因注入线下,重新整合产生一个新的生命体,不是纯线上,也不是纯线下。”中国电子商务协会政策法律委员会副主任阿拉木斯对于实体零售与电子商务如何融合的问题进行了详尽的阐述。“目前美国国内前十名电子商务企业中,九家是从线下到线上发展过来的,国内则相反,前十名只有苏宁一家是这种情况。所以未来真正在做融合,能挑起中国零售业融合大梁的非苏宁莫属。”

纵观苏宁近年来的创新实践,可以清晰看出一条O2O融合发展路径。从2010年苏宁易购正式上线开始,实体店经营商品品类迅速从电器拓展到图书、百货、日用品等,门店随即增设了苏宁易购综合服务区、虚拟产品展示区等,苏宁的线上线下品类拓展和服务体验上得到了逐步融合。今年年初,苏宁更明确云商战略,坚定了互联网时代的O2O融合零售发展道路。

苏宁云商副董事长孙为民表示:“不论线上线下,消费者面对同一个苏宁,在同一个城市购买同样的商品,享受同样的服务,应该享受同样的价格;而苏宁自身具备同样的采购组织,同样的运营成本,同样的服务费用,作为企业来讲,也应该推进线上线下同价政策。”(晓何)

林内获中国燃气壁挂炉十大品牌

日前,由中国燃气供热专业委员会举办的“燃气壁挂炉十大品牌颁奖典礼”在北京举行,具有94年燃气具研发历史的林内,以其在燃气采暖领域雄厚的技术优势、在采暖、热水温度控制及节能方面突出性能,得到与会专家们的广泛好评,荣获“燃气壁挂炉十大品牌”的称号。

林内集团成立于1920年,始终专注燃气具技术和产品的开发,1993年进入中国市场,至今正好20年。94年来,林内坚持“品质是我们的生命”这一坚定信念,始终把产品的品质放在第一位考虑。在燃气壁挂炉领域,林内新近推出的全预混冷凝式采暖炉更使用了业界领先的冷凝技术和燃气燃烧控制技术,热效率≥110.9%。相较于其他同类产品,加热快、温度更加恒定、节约燃气、还可减少有害气体排放。为确保产品的高质量,林内一直坚持产品的关键部件由集团内部自制的原则:一氧化碳超标防止发明专利技术,让用户使用更放心和安全;采用国际先进的检测设备和严苛检测手段对产品进行层层检测,这一系列的专注是林内在燃气具领域领先近百年的奥妙所在,在每一款产品上都能感受到林内的专业与专注,在热能行业的领先地位。(一帆)



图为康佳多媒体事业部本部总经理林洪涛

国家节能惠民工程已结束。康佳自6月1日起重启以旧换新、再续节能补贴,领先接力国家节能惠民工程,以此拉开夏季攻势,将深受广大消费者欢迎的高效节能彩电,持续“贴”心消费者,与节能消费需求再同步。

康佳宣布将投入6.6亿元,对达到国家一级节能标准的康佳电视启动新一轮的厂家直补,并拉开以六月底感恩季系列活动为内容的夏季促销。康佳旗下八大主销系列全线产品延续国家补贴政策,实

行厂家直补,凡消费者购买康佳八大系列节能彩电,42英寸以下产品,由康佳直接补贴300元/台;42英寸及以上厂家直接补贴400元/台,而65英寸及以上最高直补1000元;同时配合节能直补的客厅大礼包、双通道大礼包、超高清大礼包等无限供应,在城市市场继续倡导和鼓励节能绿色消费。康佳此次推出厂家直补的八大彩电主销系列,涵盖六核超高清双通道的同步云技术,更节能环保更优质,全力为消费者打造绿色低碳、节能环保型的家电新生活。

进入2013年彩电市场的竞争更加激烈,三四级城市的彩电市场因为容量巨大,成为必争之地,县乡渠道的销售尤为重要。针对家住城乡结合地区和农村的消费者家庭CRT旧电视机居多,又对新款的康佳智能电视有强烈需求的情况下,康佳重启以旧换新,上门服务免费以旧换新,进一步拉动三、四级城市的消费需求。以旧换新包括用户到预约点登记和入户回收两种,康佳不断优化服务理念,不断挖掘让消费者更满意的服务方式。顾客可到康佳专柜、预约点留下姓名、电话及家庭住址,康佳联合经销商派车上门回收旧家电,发给顾客300—400元相应金额的现金抵用券;康佳也会组织回收车队深入到社区、街道,宣传回收旧家电,入户回收同时发给顾客现金抵用券,消费者凭抵用券,到商场购机即可抵现金使用。

节能惠民工程结束后,市场就出现政策空档期,彩电行业从2007年以来,六年中可能首次面临没有刺激消费的政策,这在一定程度上影响彩电行业生存和发展的的问题。康佳多媒体事业部总经理林洪涛认为,对于消费类企业,只有技术和市场才能带来真正的革命性变化,短期的政策退出效应

格兰仕1.5匹变频空调重磅惠民

有消息人士透露,格兰仕将以2399元的劲爆超低价面向中国市场全面供应1.5匹二级能效变频空调新品。看看市场上行业同级别产品普遍3000元以上的高价位,显然是格兰仕继千元滚筒普及之后的又一重磅“惠民战斗”。

“我们希望通过促进消费升级带动产业升级,升级消费普及变频”是格兰仕空调2013年中国市场的战略重心。”格兰仕新闻发言人陆骥烈证实了格兰仕空调将放量供应2399元1.5匹高能效变频新品的信息,本周已开始面向全国代理商发货。

随着国家节能惠民政策的深入推进,尤其是新变频标准的颁布,变频空调的概念日益普及。虽然各大空调品牌纷纷主打“变频牌”,但是零售价格普遍比定速空调高出50%以上,主流品牌1.5匹变频空调标价都在3500元左右。

“变频空调高效节能的观点已经走入寻常百姓家,但是变频空调的价格却没有走入寻常百姓家。格兰仕2399元供应1.5匹变频变频空调新品,希望努力让变频空调更广泛地普及,让更多老百姓能享受到产业发展的红利。”

据陆骥烈介绍,此款2399空调为格兰仕第四代

变频变频新品,采用R410a绿色冷媒,搭载格兰仕变频变频科技,具有柔顺运行、节能高效、智能控温、自动监控送风距离等特点,是名副其实的室内气候管理和室内环境管理的专家,在功能和能效方面都可与市面上的主流变频空调争锋。

据第三方数据显示,1.5匹三级以上能效的变频空调的平均价格超过了3000元。而格兰仕1.5匹二级能效变频空调仅售2399元,低于行业均价2成以上,底气何在?

陆骥烈表示,2399元变频空调是格兰仕坚持自主创新,坚持产业链核心自我配套的发展成果。

凭借10多年的专注和实干,格兰仕已经全面掌握变频的核心技术和核心自我配套能力。一方面自主创新,将变频科技应用到变频空调领域,创造出行业一流的变频科技变频空调。另一方面,自主品牌的压缩机、冷凝器、蒸发器空调核心配套产业持续升级,为格兰仕空调整机性价比提升创造更大空间。今年年初,格兰仕压缩机二期工程投产,全部一步到位配置国际一流装备,集中生产二级能效的变频压缩机,自主品牌高效压缩机年产能增至360万台,为提升格兰仕空调产业的综合竞争力提供了强有力的

核心配套支撑。

近两年,立足全球研发、全球销售的格兰仕持续在中国推动“生产力革命”,从光波微波炉普惠到滚筒洗衣机普及,将生产效率提升、成熟技术的规模化应用转化为消费者的价值红利,不断通过推动消费升级带动产业升级。陆骥烈指出,“领先技术往上走,普及技术往下走”是格兰仕全白电产业的升级逻辑,空调变频技术已经非常成熟,只有价格普及才能带动消费整体升级,只有旺盛的消费需求才能带动产业真正转型升级,市场繁荣的产业才可能做大做强。“2399元高能效变频空调是格兰仕对成熟技术规模化应用和转化的又一次成功实践。”

国家信息中心发布的《2012—2013年中国空调市场运行态势及发展趋势分析报告》中指出,满足用户差异性需求的变频、节能、智能、健康等创新科技技术应用产品,将成为主导2013年中国空调行业技术发展的重要内容。业内人士分析认为,格兰仕以总成本领先优势发动变频革命,以变频空调全新的价值磁场,将技术发展、产业整合的效益回归消费者。(萧何)