

志高郑祖义：驱动“双能战略”领跑科技创新

■资讯走廊

京东孵化50余款JD+智能新品

6月13日,50余款JD+智能新品全面登陆京东JD+新版频道。这些智能新品都是京东在推出“JD+计划”后,联合华为、百度、PICOOC等60余家企业,在四个月内成功孵化的产品。

作为全产业链智能硬件开放平台,京东JD+力图打造覆盖范围广、合作深度紧密、业务支持全面的智能硬件生态圈。目前,京东JD+已经与60余家厂商建立了深度合作,包括华为、百度、PICOOC等,共同孵化出智能创新产品约50余款,其中以JD+定制版PICOOC智能健康体脂仪为代表的明星产品,获得了业内和消费者好评。

新上线的京东JD+新版频道设置了“JD+产品专区”,其中涵盖了包括PICOOC智能健康体脂仪、小度i耳目、木木健康血压计、百度无线音乐盒、联想看家宝等在内的50余款创新智能硬件产品;还设置了“抢先预售”、“独家首发”、“本周大牌”等栏目,满足广大尝鲜族和网购达人的不同诉求。在“京东智能云”服务专区,开辟了京东云助手免费下载、成功案例展示等内容,为JD+智能硬件产品提供了强大的云端连接与支持服务。

京东JD+既是全兼容芯片级物联网平台,也是全维度个人健康聚合平台。目前该平台吸引了众多家电行业领导者、物联网芯片TOP厂家、健康领域明星创新团队以及服务提供商,并得到政府机构和行业协会的大力支持。

长虹巴基斯坦合资冰箱工厂产能16万

日前,长虹与巴基斯坦Ruba集团就双方于巴基斯坦拉合尔市建立合资冰箱工厂这一项目,达成新的合作协议。

RUBA集团是巴基斯坦最具实力的家电分销商,早在2011年就与长虹达成战略合作的框架协议。今年4月,三菱电机再度发布公告,子公司中山长虹因经营需要,将在巴基斯坦投资672.40万美元建设冰箱项目,投资方式采取中山长虹与巴基斯坦RUBA集团下属子公司Ruba General Trading FZE公司共同增资双方前期在巴基斯坦投资设立的合资制造公司及合资销售公司,并由两家合资公司实施本次冰箱项目。项目建成后形成单班年产16万台冰箱的生产能力。

科学技术是经济发展的第一生产力。持续的科技投入和科技创新,必定能为企业带来可持续的经济效益,志高空调就是中国空调行业里从发展战略的高度重视科技创新并取得丰硕成果的佼佼者。

进入2014年之后,业内权威咨询机构普遍预测,节能、健康、时尚、智能是空调的四大发展趋势。领跑企业的动向,就是行业未来发展方向。作为科技创新领跑者,志高空调秉持绿色地球使命,将技术核心发展方向坚持聚焦于节能和智能领域,重视程度在业内前所未有,并且屡创奇迹。而在志高内部,他们将这个发展思路称之为“双能战略”。

科技创新缔造绿色地球

中国制冷界权威技术专家、教授级高工、志高空调董事长郑祖义博士表示:“加大科技创新力度是中国制造企业提升核心竞争力和真正走向全球化不可缺少的重要组成部分。若是没有科技创新能力,而全球品牌的形成又需要长期的坚持和持续的大投入,我们的企业就只能永远停留在产业微笑曲线的底部。所以,志高空调在技术研发上的投入逐年增加,投入产出形成了良性循环。”

空调产品的本质就是制冷制热,再附带基本的除尘除菌功能,为消费者提供舒适空气解决方案。空调系统要占到现代建筑能耗的55%—60%,空调产品由于负载过大使其电路往往都要单独布线。空调产品的节能水平越高,不仅能降低消费者的电费支出,而且对于国家及全球的节能减排事业都具有极为重要的作用。

郑祖义博士认为:如果按照现有的技术路线,超高效能的挖掘空间已经不大。按照我的理解,未来应该会朝这几个方向走:一、国家能效标准会逐步提高,通过新工艺、新材料以及系统优化,产品整体能效水平会提升,这是实实在在的提升节能水平;二、发现、使用更高能效、更加清洁的能源,将之引入空调系统作为新动力源,如普及太阳能空调;三、开发换热能力更加优秀且更加环保的制冷剂;四、对于公共场合的空调设备,我们可以开发和配备更加智能、更加科学、更加集成的空调软件管理系统,实现空调运行中的主动管理节能。

国家“十一五”和“十二五”规划中,政府明确地对单位GDP能耗降低做出了降低20%的约束性指标。由于国家能效要求越来越高及绿色环保的要求,志高在节能领域里屡创新高。至今,志高已经六

次创造世界能效纪录,志高8.6的能效比至今无企业能够超越。正因为志高在节能领域的卓越贡献,多次进入由中国标准化研究院组织评选的“中国高效节能产品企业领袖榜”。

在今天的能效标准APF时代,市场准入门槛由五级提升到了三级,2013年10月份的8.7%猛增到2014年3月份的60.8%,这些成绩的取得,离不开志高等核心企业的落实和推动。

对志高而言,不仅要关注生产过程的节能,更要关注产品的节能,消费领域的节能基数更大,效果更好。作为以“让人类生活得更加美好”为使命的企业,坚守使命要靠实际行动,志高有责任、有义务扛起节能大旗,为绿色地球做出贡献。

云空调牵引智能空调前行

早在2012年2月,志高推出全球空调业智能化产品的代表作—云空调。实际上,这款云时代的产品他们早在2009年底就开始构思了,产品设计方案及合作方式经过多次变更,最终才确定现在的模式。从2012年的云空调发布、一线城市建设云空调体验馆、重要城市举办云空调品鉴会、2013年举办全球云空调高峰论坛以及今天的主导云空调技术标准,志高在智能空调的原创开发设计、宣传推广、标准制定等方面,对于推动整个行业的发展做出了自己的贡献。

云计算对于空调企业的贡献,最基本的还是有利于产品前瞻性、动态性设计开发,同时让消费者体验到高度重视。此外,通过各类电子商务平台进行销售,运用第三方平台的各类端口进行消费者引导,以及我们正在推行的移动销售终端,从卖产品到卖服务的转型,内部运营效率提升及市场链优化,都在意味着空调企业正在形成一揽子智能系统解决方案。

郑祖义表示:“有些方案内容是消费者和公众看得见的,有些方案内容则是消费者和公众无法看到的。当然,在技术进步越来越快、管理创新能力越来越强的前提下,我们空调企业的智能战略方案,也不可能是一成不变的,需要我们不断探索、创新和整合。谁能设计出更高水平的全新商业模式,谁就有可能在这轮产业革命中率先夺得超越机会。谁能更快地适应这个时代潮流,谁就有可能被淘汰。”

现在,大家都已经很清楚,智能化是空调不可逆



中国制冷界权威技术专家、教授级高工、志高空调董事长郑祖义博士

转的发展趋势。当然,这场革命的完成,仅仅有空调企业自身的努力是不够的,也不可能只与一两家具有互联网基因的企业合作。空调智能化的产业革命,既要依靠国家强力推进3C大融合,更要依靠开放的多元化力量来共同推进。值得我们兴奋的是,智能手机及其他智能移动终端不断走入全球各层级家庭,截至去年底,国内智能手机占全部手机销量的比例已超过70%。2014年一季度,全球智能手机出货量为2.794亿部,其中,中国智能手机的出货量为9750万部,占比高达35%。

而且,随着企业开发者和个体开发者越来越多,适合空调产业的APP也将越来越多。各类商业生态也将相互融合或实施深度跨界战略合作。此外,随着3G、4G网络覆盖到位,再加上未来可见的5G时代,全球网络基础都更加坚实,流速将更快,流量费用也一定会更加低廉。这些因素的存在交互和不断发展成熟,将为大规模推广智能空调和快速提升智能空调占比提供坚实的基础。

■视点

主持人 何丹婵

净水设备需求前4月同比增45.2%

据《2013年中国环境状况公报》显示,全国水环境质量不容乐观。地表水总体为轻度污染,部分城市河段污染较重。十大水系的国控断面中,一—三类、四—五类和劣五类水质的断面比例分别为71.7%、19.3%和9%。在监测营养状态的61个湖泊(水库)中,富营养状态湖泊(水库)占27.8%,在4778个地下水监测点中,较差和极差水质的监测点比例为59.6%。

中怡康厨卫事业部总经理施婷表示,在全国水质量堪忧的背景下,净水设备驶入快车道。中怡康测算数据显示,2014年1—4月净水设备销售额同比增长45.2%,远高于家电整体市场1.5%的同比增幅。

消费者对于健康饮水的需求愈加强烈,水净化功能较好的直饮机和净水器市场占比一路走高,2014年1—4月直饮机和净水器零售量占比分别达到7.1%和19.4%,相较之下,传统饮水机和净水桶的市场占比则严重缩水。

28%的消费者愿意购买直饮机产品,主要是使用方便、使用习惯,这两个原因分别占调查比例的41%和45%。37%的消费者愿意购买净水器产品,主要原因是考虑到健康以及目前水污染严重这个原因占调查比例的83%。

消费者选购净水器而非纯水机,首要因素是担心纯水机会有废水产生,该因素占调查比例的47%,同时,认为纯水机价格较高和矿物质不被保留两个因素分别为24%和21%。

消费者愿意为净水机的废水率降低额外买单,其中,消费者愿为1:2的废水率额外支付269元,愿为1:1的废水率额外支付360元。除此之外,消费者希望纯水机增加的功能中,滤芯提醒功能占据首位,比例为90%,其次分别为自动/手动冲洗功能、延长滤芯使用寿命功能、添加矿物质,分别占调查比例的65%、60%和10%。

消费者希望直饮机增加的功能中,防干烧功能和滤芯更换提醒功能居于前两位,分别占调查比例的92%和84%,其次为除水碱功能、节能、除菌功能和自动清洁等。

拥抱互联网

康佳重新定义电视机行业

2014年是康佳集团董事局主席吴斯远人生履历的一次分水岭,他要掌管国内第一阵营的彩电制造基地,而这个国内老牌企业,也会迎接一次洗礼。日前,吴斯远向外界亮出了拥抱互联网的一姿。

从文化、旅游领域到现在制造业,能否在这片红海继续发热?吴斯远的答案是:没有问题!吴斯远表示,同在华侨城大环境下,无论企业管理、经营意识、创新理念,都是一脉相承。当然,不同行业的创新规则会不太一致。

吴斯远认为,今后康佳不是做电视机,而是做电视。面对互联网企业的冲击,康佳提出“易战略”,要打造中国首个智能电视互联网运营平台,实施由产品公司向平台公司转型的互联网战略,重新定义这个行业。康佳将停止非智能电视和不能上网电视的开发和推广,同时在游戏、视频内容等专业方向寻找合作伙伴。总之,只有把体验、内容和平台这三者做扎实,才能把海量消费者导进来。

康佳成为“一家最懂互联网的硬件公司,或者成为硬件企业当中最懂互联网的一家企业”,这是吴斯远的目标,也是全体康佳员工的目标。

在互联网浪潮下,电视给用户带来的体验从单向提供信息变成可互动的多角色,还能聚合家庭氛围,延伸更多想象空间。电脑和手机已然瓜熟蒂落,而电视还有一次创新的机会。两年内,电视智能化会高度普及。打造一个互联网电视运营平台迫在眉睫,康佳愿以最大的激情去拥抱它,从传统的硬件设计制造商,转型为制造、系统集成和软件整合运营为一体、具备互联网属性的企业。所以说,互联网思维,不仅是战略和思维的转变,更是组织的转变和能力的培养。

互联网时代没有大佬。吴斯远认为只有打破边界发挥各自优势,才能打造共赢生态圈,企业要用开放心态做大平台,才能长远。对于像小米、乐视等非传统的企业,采用新的互联网思维和营销手段进入彩电行业,带来众多积极的的东西,这是康佳要借鉴的;但是从规模来看,两者不在一个量级上。目前传统彩电属于千万级企业,从硬件制造和质量管控、供应链管理、售后服务方面,优势无可替代。吴斯远相信,中国彩电如果能和互联网思维相濡以沫,有很大机遇实现弯道超车领跑世界。

吴斯远表示,康佳所做的一切是希望更快速融入时代,彩电行业也需要像康佳这样的中国品牌去呐喊,在呐喊的过程中植入互联网基因,为消费者带来创新技术与卓越产品。(曾广洲)

飞利浦首推智能互联照明

近日,飞利浦应对照明的未来发展趋势,首次提出“智能互联照明”概念,并针对家居、办公、商业、及城市等各个领域推出全面的智能互联照明解决方案。

飞利浦智能互联照明解决方案将LED照明和智能控制技术及应用推升到了一个全新的层面和领域,创新地实现了人、空间和设备之间的互联,为人们创造出非凡的体验和价值,以及更好的节能效果。

飞利浦照明首席执行官洪岸礼(Eric Rondolat)表示,“通过智能互联照明,我们看到未来的LED照明系统将能与智能控制、网络、终端设备以及应用程序完全地整合起来;届时,灯不再只用于照明,还可以用来传输信息和数据;这不仅可以改善人们的生活,更可以创造新的商业价值。”

另外,飞利浦远程道路照明管理系统能够将设定范围内的所有路灯通过无线网络接入系统,从而对每一盏路灯进行实时监控,以确保每盏路灯都处于最佳运行状态;并提前合理安排灯具的维修和维护工作。该系统还能根据具体要求关闭灯光或调节灯光亮度,极大降低能耗。(欣闻)

中国首创静电式空气净化器

艾考林空气净化器自上市以来,多次在国内外品牌同台竞技中脱颖而出,接连获得宜家、中国银行等多家知名企业的订单,迅速打开了行业市场。据了解,艾考林空气净化器将登陆国美、苏宁实体店以及京东、苏宁、亚马逊等电商商城,引起业界普遍关注。

科研出身的艾考林空气净化技术(北京)有限公司总经理刘庆军,开门见山直指当前市场上主流空气净化器的缺点。“静电式空气净化器易产生臭氧,单次净化效率偏低;而滤网式空气净化器需要频繁更换滤芯,并且对于小于0.3微米的超细颗粒物净化效果不理想,容易产生二次污染,也就是我们通常看到的黑墙现象,这给消费者造成了极大的经济负担及对净化效果的担忧。”

“世界上最好的空气净化必然在中国诞生,因为我们切身呼吸着世界上污染最严重的空气,只要我们肯于钻研,潜心研发,在空气净化技术这个领域,我们一定可以走在世界的最前沿,中国的空气净化器也一定可以从中国制造升级为中国创造。”刘庆军如是说。

2011年,刘庆军和艾考林的研发团队着手开发世界上最好的空气净化技术,寻找解决之道,整合了近20年的研发经验,通过3年的开发,完成了静电净化技术的革命性升级。不仅将传统静电技术对0.3微米超细颗粒物的一次性净化效率由60%—70%提升到94.8%,而且彻底解决了静电式空气净化器臭氧二次污染的世界性难题,一举弥补了静电式空气净化器的技术缺陷。

目前,中国空气净化器市场基本为洋品牌把持,尤其是高端市场,更是洋品牌的独角戏。艾考林所积累的技术底蕴和技术优势,使之拥有改写市场格局的实力,因此在进入市场之后,艾考林瞄准高端市场,直面国际品牌,立志扭转市场现状,将洋品牌的独角戏演变为中外品牌的擂台赛。

刘庆军表示:“我们的技术优势是明显的,可以说我们的各项性能指标都优于市场上的任何洋品牌,而且与国外洋品牌相比,我们更了解中国空气质量状况和消费者的使用需求。”毫无疑问,技术创新是艾考林从容布局高端市场的核心竞争力。

在整个大气污染状况没有明显改善的背景下,空气净化器是我们对抗雾霾的最后一道防线,而空气净化器的保养和维护事关净化效果。

刘庆军透露:“空气净化器如果不保养,在中国这样严重的空气污染情况下,很快就会失去效用,甚至还会变成室内空气污染的源头,加重室内空气污染,导致二次污染,很多使用空气净化器后发现的黑墙现象就是二次污染的结果。”

目前,滤网式空气净化器是市场的主流,它所用的HEPA滤网基本无法清理,必须直接更换。尽管许多HEPA滤网标注的使用寿命都在1年以上,但实际上医用HEPA的使用寿命也不过是1年,并且前端需要初效、中效、亚高效多级保护,否则很快会失效。而且,由于国内空气污染严重,HEPA滤网在中国的使用寿命都会普遍地降低,可能只有两三个月,甚至两三个星期,这大大增加了消费者的维护使用成本。而静电式空气净化器虽然耗材使用,但受制于单次净化效率低和臭氧污染的缺点,一直难以在市场上形成气候。

艾考林首推静电净化技术进行技术攻关,其主要希望省去昂贵的维护使用成本,减轻经济负担。经过3年的努力,艾考林完成了静电净化技术的革命性突破,弥补了静电式空气净化器的缺陷,实现了高效率、低臭氧的技术突破,让消费者安心地使用空气净化器,并节省下维护支出。我国自主研发的静电式空气净化器,更适合中国环境的需求。(肖何)

专注你的精彩

智慧城市 曙光开启

未来城市以“智慧”为目标。曙光智慧城市解决方案,基于自主可控的云计算平台与大数据技术,让电子政务、信息惠民、智能交通、智慧园区、数字医疗、数字城管、工业云、中小企业服务等应用轻松落地,让城市智慧即刻开启。曙光,城市信息化基础运营专家。

Sugon 曙光信息产业股份有限公司(简称“曙光”) 是中国及全球范围内有关国家地区注册的企业,享有法律保护。

曙光城市云解决方案由曙光与英特尔®联合提供 英特尔、英特尔标识、至强和Xeon®是英特尔公司在美国和其他国家的商标