

新闻背景

冰箱市场在经历了杀菌、节能等炒作概念的阶段后,今年终于回归到产品功能本身——保鲜,可是,面对让人眼花缭乱的新技术,消费者该如何选择?



总第135期

主持人: 朱江华



“保鲜”归来 冰箱技术回归本质?



总经理 哈洪光
海信科龙电器河南分公司



总经理 丁宁
河南永乐生活电器有限公司



家电 (heacn) 网主编 李韬

主持人:12月9日,容声冰箱宣布,采用纳米水雾保鲜技术的容声艾弗尔II系列冰箱在河南隆重上市,在带给消费者无霜冰箱环境的同时更加注重食物的水分补充,打造消费者营养健康生活。这是否意味着冰箱保鲜技术真正由实验室走向了市场前沿?

保鲜技术 是冰箱业主旋律

骆洪光:此次推出纳米水雾保鲜技术的容声艾弗尔II系列冰箱,真正意义上实现了“全程省电,倍添新鲜”的理念,克服了冰箱行业常年未攻克的技术难关,让冰箱里的食物,享受24小时全天候的呵护,这不仅提升了整个行业的门槛,同时也让你的生活从此更加“保鲜”!

丁宁:追求美观气派和新鲜营养是高端容积冰箱消费的新趋势,不仅让食物保鲜,还要让“高品位”的生活更有“品味”。而容声冰箱是我国创立时间最早、最具活力的品牌之一,此次容声艾弗尔II系列冰箱在功能、性能和外观工艺上都达到了行业一流水平,堪称经典之作。

李韬:此次容声艾弗尔II系列冰箱的上市,无论技术、功能、品质,还是外观设计均达到了世界一流水平,从而在高端市场上构筑起核心竞争优势。同时也为冰箱行业树立了榜样,必将推进中国冰箱在技术和消费上的快速升级。

主持人:冰箱市场在经历了杀菌、节能等炒作概念的阶段后,今年终于回归到产品功能本身——保鲜。但市场上冰箱保鲜概念愈炒愈热,保鲜技术则是各有千秋。如何在眼花缭乱的新技术下牢牢抓住消费者的心,是否成为企业的一个难题?

骆洪光:容声的艾弗尔II系列冰箱对新鲜的诠释则是:新鲜的空气、新鲜的果蔬、新鲜的美味、新鲜的生活,再加一份新鲜的心情。同时,克服了风冷冰箱及大冰箱造成的冷藏室果蔬水分流失问题,能为果蔬营造良好的生态环境,牢牢锁住新鲜,避免水分和营养的流失,确保果蔬长久保持第一天的新鲜。

主持人:从目前冰箱市场来看,随着生活品质的进一步提高,人们对冰箱的消费需求已经从只看重冰箱能否延长食物保质期,逐渐发展到大容量、保鲜、营养、健康等多方面并重。各位是否赞同保鲜健康将成为冰箱市场最大的消费亮点?

骆洪光:容声主推的艾弗尔系列高端冰箱全线采用的七彩光合养鲜技术将冰箱被动保鲜升级为主动养鲜,果蔬存储在冰箱中营养不仅不流失,VC含量还能增加10%以上,契合了现代消费者“健康生活”的理念,这也成为容声冰箱深受欢迎的重要原因。据中怡康数据显示,在2011年前

差异化 抓住消费者的心

丁宁:目前,消费者主要以肉眼判别事物保鲜的情况。但外形干瘪的食物一定不新鲜。因此,保湿对于保鲜有着重要意义。由于水分和实物的新鲜程度密切相关,冰箱保湿效果的优劣在今年已经成为消费者关注的主流。因此,对冰箱保鲜和节能技术的不断创新和探索,已经成为各冰箱企业差异化竞争的优势所在。

李韬:作为冰箱最本质的功能之一,保鲜成为冰箱市场重点关注的课题。2011年伊始,随着几大冰箱企业纷纷发力冰箱保鲜以及人们对于食物保存要求的提升,冰箱的保鲜功能也愈发受到人们的关注。这不仅成为消费者的主要需求,更是企业在未来将围绕保鲜展开新一轮的较量。

67.5% 市场前景看好

10个月,容声艾弗尔单系列型号冰箱销量持续增长,市场零售量占有率达到6%,与去年同期比较增长100%以上。

丁宁:从永乐冰箱销售来看,价格的第一关注地位已经明显被保鲜和品牌价值所取代。因此保鲜高端冰箱成为销量增长的新亮点,从永乐冰箱销售数字来看,预计保鲜和品牌市场份额全年销售量分别增长58.4%和50.2%。

李韬:据家电网调查结果显示,在未来一年内预期购买冰箱的消费者中,有67.5%的消费者打算购买保鲜冰箱,这表明从过去的吃饱到吃好,现在正在从关注营养健康的生活理念过渡到关注营养价值。

家电延保服务有标可依

在家电行业,“延保”服务是家电厂家或商家向消费者收取或免除一定费用来承修“三包”到期之后的家电。家电“延保”服务自2007年实行以来已有四年之久,但美中不足的是,在以前家电延保服务规范和标准尚属空白,致使从事家电延保服务的企业做法不一,无章可循。

12月1日,为了规范行业缺失多年的统一标准,《家电延保服务规范》正式施行。

此次发布的《规范》,明确了家电延保服务提供方在合同中应承担的责任,规定了按照延保服务规程要求为消费者提供规范化服务。

记者留意到,提供延保的一方必须与消费者签订延保服务合同,且应按照保险法等相关法律规定,向有合法保险资质的保险公司投保。同

时还要求家电延保服务提供方需在企业内部设立专门维修账户,并通过向保险公司投保的方式,防范延保带来的风险。

记者走访了解到,郑州市场其实不乏延保概念,不过大多是厂商的自发行为,延保年限多数为1~3年,也有达到10年的特例,产品涉及空调、电冰箱、洗衣机、电视机、电脑等。一般而言,电器价格越高,延保费用也就越高。不仅如此,在一些网上商城,也有类似服务,但各商家给出的延保费用相差较大,有些商品同样的延保服务价格甚至相差两三倍,条款内容也需消费者“费一番工夫”仔细研读。有消费者表示,由于“各自为政”,在更换零件等细节上,仍有不少值得争议的地方。

据创维电器销售人员介绍,一台售价8200元的液晶电视,如果“三包”期过后主板坏了,维修时算上材料费、修理费、零件费,价格在1800元左右,但消费者若购买了3年期的延保服务,只需多付800元就可以了,而延保费用在400元左右。

不过,中国电子商会副秘书长陆刃波告诉记者,刚出台的标准弥补了家电延保领域的法律空白,会刺激更多的消费需求,但仍需要经过市场的一番考验,毕竟它更多的是提供参考,而不具备强制约束力。还有消费者担心,如果收取了延保费用的厂商倒闭,结果会不会沦为空头支票?因此还要进一步作出规范。

晚报记者 朱江华

家电超市

力诺瑞特 LINUO PARADIGMA
SOLAR ENERGY

力诺瑞特创新十七种 建筑节能方案

目前,城市高层建筑越来越多,为满足大多数业主对使用太阳能的渴求,力诺瑞特创新性地根据不同的建筑,研制开发出平屋顶、阳台、斜屋脊、外立面等多种太阳能组合产品,并针对高层建筑、多层建筑、低密度住宅和公共建筑创新了十七种技术解决方案,通过将产品标准化和模数化,促使太阳能热水器通过建筑的认证体系,成为可以被建筑接纳的一部分。

在一般的高层住宅中,阳台与浴室的距离不超过十米,力诺瑞特阳台壁挂式产品,将集热器与水箱分离,集热器放置在阳台、建筑外立面等位置,把离浴室最近最丰富的阳光加以利用,阳光“十步”就可以“走到”浴室,克服了高层建筑利用太阳能的瓶颈。实现了水箱与集热器分离,解决了安装位置的局限;集热面积和水箱的容积都可以根据住户阳台的不同形状设计组装,能够满足各种用户的要求;安装后不仅不破坏而且能够美化建筑的外观,与城市景观融为一体。

此外,力诺瑞特还推出了新一代新悦阳台壁挂产品,提出了全新的健康、品位理念,创新性地将古朴典雅的青花瓷与卓越领先的德国工艺有机结合,让消费者在畅享欧陆科技带来的便利舒适的同时,平添一分品位,也使太阳能热水器由单一供热产品升级为具有家居装饰功能的新型家具。

朱江华

万和C66冷凝热水器: 双倍聚能的节能典范

寒冬来袭。如何选择一款舒适又节能的热水器,随时可享受沐浴激情,给身体充电呢?国内燃气具专业制造龙头企业万和主推C66冷凝式燃气热水器,达到国家一级能效标准,比普通热水器省气20%以上,受到市场热捧。

万和C66冷凝热水器堪称节能典范,被形象地称为:一次燃烧,两次聚能吸热。即通过冷凝换热装置吸收多余热量,传统热水器的烟气排放温度达200℃,而现在万和冷凝式热水器的烟气排放温度仅为50℃左右,相差的150℃的高温烟气的热量就是被冷凝换热器吸收再利用了,并结合强制换热装置、无氧铜热交换器、全密封燃烧室等6大节能技术大幅提升热效率。其采用第二代AI智能恒温系统,与第一代相比,恒温精度与恒温时间等舒适性能提高了近50%,真正做到节能又舒适。

让人眼前一亮的是,万和C66冷凝热水器创设DIY浴缸智能注水功能,用户可以根据自己的需求及浴缸的大小,在LED控制屏上设定注水值,当放热水达到设定值时,热水器采用声光报警提醒用户,而无须人工在浴缸边上一一直等待,操作人性化,仿佛多了一个电子秘书。

此外,万和C66冷凝热水器具备实时水流量显示功能,清楚地反映在显示屏上,让用户一目了然,提示用户节水省气。

据悉,万和在燃气具领域已十五次填补国内技术空白,取得五百多项国家专利,是燃气具行业取得专利数量最多的企业。目前万和“岁末抄底”活动全国展开,万和C66冷凝恒温热水器只需1798元。

朱江华