

寒流来袭,在河南许多地区骤迎大雪天气,快速下降的气温让不少消费者措手不及。“取暖”也成为很多市民的当务之急。作为消费者的“好邻居”,这个冬天,国产空调巨头美的携“一晚仅需1度电”的全直流变频空调,尤其是5分钟快速制热空调技术,用体贴的服务为市民送去温暖。



▲美的全直流变频空调挂机 CE 挂机

记者 朱江华

一晚一度电 美的全直流变频温暖绽放

5分钟制热技术 伴你舒适过暖冬

新一轮的寒潮凶猛来袭,不少地方气温急降,“一夜入冬”。

“室外太冷了,回到家开空调半天还热不过来,真是费劲!”面对消费者的难题,日前,美的推出了9大系列21款全直流变频空调,而且还可以实现“强制制热,五分钟暖房”,为用户打造舒适健康温暖的室内环境,完美化解消费者冬季入住新房“恐慌症”。

美的空调由于整机系统采用直流变频技术,将全直流科技融入空调的每一个零部件当中,全方位提升了空调的整机性能。为了

最大限度保证广大消费者在寒冷冬季的取暖需求,美的全直流变频空调在低温及电压不稳的环境下,直流电机依然能够保持最佳的运行状态,保证最大的输出能力,实现-15℃超低温强制制热。

同时,为了使空调更好地适应复杂多变的气候环境,美的全直流变频空调在制热强劲的基础上,增加了可控PTC电辅助加热功能,其发热率几乎不受环境温度影响,确保在超低温环境下帮助空调提供稳定的制热量。

三重惊喜 温暖万家

据郑州美的制冷产品销售有限公司总经理助理王永奇介绍,为最大限度保证广大消费者在寒冷冬季的取暖需求,不仅提供超低温制热能力极强的全直流变频空调,与此同时,美的还将为广大消费者送上三重惊喜。

惊喜一:即日起至12月6日,消费者至任一美的空调售点预存100元诚意金即可当即获赠价值129元爱仕达厨具两件套一套,在12月7日至9日购机100元诚意金还可抵购机款使用。

惊喜二:享巨额优惠。活动期间,美的空调台有优惠,最高优惠3000元!凡认筹顾客可在活动期间优先享受巨惠价,更可优先选购限量特价机型。

惊喜三:套购加返。活动期间同一消费者一次性在同一售点购买美的双贯流柜机或美的全直流变频空调两台以上(至少含柜机一台)即可享套购专属优惠100元至500元。

想把寒冷的冬天舒舒服服地过成温暖的春天吗?赶快把美的全直流变频空调带回家,享受舒适的暖冬吧!

高效静吸科技 方太指向吸油烟机“最好时刻”

“我们前路艰难,旅程长久,但是我们准备抗争,最好的时刻还没有到来。”当多数厨电纷纷庆幸吸油烟机产品已经进入高端化、品质化的“完美时代”时,作为行业的领导者,方太不断提醒自己:吸油烟机最好时刻还没来。 朱江华



外观漂亮,吸烟效果好,噪音小,方便清洁,这是方太走俏市场的四大法宝。

四项完美体验让消费者认可方太

在“2012方太厨电科技创新暨绿色厨房论坛”上,方太产品部长王艳辉坦言:“吸油烟机要达到一点油烟都没有,让用户非常满意,现在还没有做到,包括噪音方面也是这样的,这就给我们一个很大的挑战。”

从综合体验的角度来看,目前用户的体验感受主要来源于四个方面:外观漂亮,吸

烟效果好,噪音小,方便清洁。在这四项体验里面,吸烟效果和噪音问题又是用户最关注的。

为此,方太集团在承担“十一五”国家科技支撑计划课题研究的基础上,提出了高效静吸科技系统的创新思路,并迅速在油烟机产品上获得应用和推广。

EQ01T新一代高效静吸成热销产品

吸油烟机新产品EQ01T最大的特点,就是通过搭载高效静吸科技自动巡航增压模式来适应各种复杂环境。由于我国住宅建设密度高,公用烟道设计得比较狭小,特别是在排烟高峰期,公用烟道的负荷会迅速加大,油烟都很难排出;再者,和西方国家不同,我国许多家庭还在选择自主装修,在装修过程中对公用烟道进行擅自改建,这会加重烟道拥堵。此时,EQ01T自动巡航增压模式的专业性就得到了淋漓尽致的体现,该技

术通过感应烟道压力,在面对烹饪排烟阻力增强时“自动迎击”加速加压,在阻力减弱或消失时则保持常态运行模式,既能实现很好的排烟效果,又能保持最佳噪音水平。

“EQ01T等新一代高效静吸产品目前已经成为市场上的热销产品,许多用户指名购买。但这并不等于说高效静吸科技解决了油烟机产品的所有问题,我们还会沿着这个正确的方向不断前行,让我们这一代人就能享受到吸油烟机产品的最好时刻。”



总第179期



到2012冷年结束后,国内空调库存1800万台,比2011年1400万台上涨20%,处于历史第一高位,但从空调业生产来看,2013冷年似乎并无减产的计划。2013年是空调厂商转型升级的关键一年,在这一年的市场策略中,产品策略将是重点与难点,在“节能惠民”政策退出后,是主推一级能效产品或者变频产品,还是把主推产品转向“门槛产品”,这是一个两难的选择。

库存1800万台 2013年空调业将步入寒冬?

主持人 朱江华



理事长 洪仕斌 中国家电营销委员会副

主持人:据《空调商情》调查显示,2012冷年结束后,国内空调库存1800万台,比2011年1400万台上涨20%,处于历史第一高位。库存过高是否为2013空调冷年带来一系列隐忧,直接对产品生产和创新产生影响?

洪仕斌:天量库存对空调厂商的市场运作的影响显而易见,2012冷年内的走势已经印证了这一点,工厂无法在淡季时期从渠道获取足够的资金,新产品的流通通路也被大面积地堵塞,对遗留库存的处理也将影响整个市场的价格体系和产品结构。

马伟强:从2010年10月起,楼市限购

高库存隐忧凸显

政策在40多个城市铺开,多个省会城市和一线城市“中招”,是影响家电业走势的关键因素之一;其二“以旧换新”、“家电下乡”等政策使消费力提前透支,是空调业结束了两年的高速增长,正是进入“寒冬”。

张彦斌:高库存对于企业经营带来很大风险,库存产品常年积压导致资金不能及时回笼,巨大的投入换不回利润,影响企业资金链的流动,更有甚者企业的经营安全会受到威胁。此外,对于企业产品更新的节奏产生不利影响,导致竞争力弱化。

主持人:业界普遍认为,2013年是空调厂商转型升级的关键一年。值得关注的是集智能、变频、健康、节能、舒适、便捷等概念于一身,延续高端、节能、时尚、奢华等趋势产品。是新的利润增长点所在?

产品策略是新难题

张彦斌:在新冷冻年的市场策略中,产品策略将是重点与难点。首先,各个企业都认识到产品是核心竞争力,都会在产品上突出自己的特点,形成差异化的竞争优势。其次,在“节能惠民”政策退出后,主推一级能效产品或者变频产品,还是把主推产品转向“门槛产品”,即二级能效产品,这是一个两难的选择。

洪仕斌:空调企业目前到了战略转型期,应该尽快将规模化战略向利润导向型战略转移。2013年在原材料涨价以及消费者对于健康、节能的重视为厂家提高价格,追求利润提供了机会。

马伟强:随着消费水平的不断提高以及市场饱和度的提升,高质量、高水平产品会愈发成为消费者首选,生产企业应该更加重视以消费者为中心的市场策略,进一步改善产品结构和提升行业整体水平,只有这样,才能为行业未来的发展打下坚实的基础。

主持人:2012年空调行业的库存规模创近五年之最,但从空调业生产来看,2013冷年似乎并无减产的计划。各位是否认为“目前高存货、高产量在市场上带来的直接影响将是价格战的爆发”这一观点?

洪仕斌:对于企业而言,扩充产能是一把双刃剑。今年空调价格会保持平稳,即使有价格战也是局部性、区域性的促销,十年前那种“赤裸裸”的价格战应该不会上演。

马伟强:从供需关系看,空调业存在一定供过于求的风险,蕴藏着降价的压力。但2013年空调价格会保持平稳,即使

价格战一触即发

有价格战也是局部性、区域性的促销,十年前那种“赤裸裸”的价格战应该不会上演。如果小品牌点燃战火,主流品牌不参与,市场将掀不起大风浪。

张彦斌:事实上,从2012年第三季度财报可以看出,格力电器、美的电器的净利润增幅均提升,再加上海尔,占了国内空调市场约八成的份额,而这些巨头都希望保证业绩持续增长,也没有挑起和参与价格战的欲望。此外由于变频空调的成本高于定频空调,价格战硝烟似乎难再起。



腾讯家电网主编 马伟强



奥维咨询研究院院长 张彦斌