

2012年11月,变频空调销售总量为234.41万台,同比下降7.3%。其中,内销182.8万台,同比下降10.2%。但格力的表现可谓是一抹亮色:月销117.5万台,财年累积1139.5万台,同比增长5.5%的成绩,让格力高层变频空调市场销量冠军,刷新了空调品牌在该领域保持第一的纪录。 记者 朱江华

技术科技

成就格力“变频王者”地位

技术助格力卫冕变频宝座

数据显示,2013冷年开局四个月内,格力变频空调已经取得455.5万台的销量,累计占据市场总量的52.24%,可谓一家独大。能拥有这样的成绩,与格力在变频技术领域的不断创新密不可分。

2012年年初,格力自主研发的1赫兹变频技术,凭借让空调在低频下平稳运行,同时大量提高节能性,而获得国家科技进步奖,成为唯一获得此奖的专业空调企业,也一举将变频空调推升到节能舒适的新高度。格力董明珠说:“在发展的浪潮中只有掌握了核心技术、顺应市场潮流,才能赢得市场和消费者。”

年底,格力再次推出变频空调划时代产品——“全能王”系列空调。新品在1赫兹的基础上,为空调装上了“双级变频压缩机”,这一技

术首次被应用于家用空调产品中,突破了传统空调的运转极限,让空调在-30℃超低温时正常制热,54℃超高温时正常制冷,极具颠覆性。格力“全能王”一经面世,就引起了强烈轰动,为格力变频空调在新冷年的表现加足了“猛料”。同时,格力“双级变频压缩机”也被多位院士及行业泰斗一致认定为全球首创,国际领先。

逆市,让格力演绎强者恒强

综观2012年的空调市场,处处表现着“不景气”。然而,格力电器却在这一年保持了稳定良好的增长势头。据上市公司财务数据,2012年前三季度格力电器实现营业收入同比增长20.43%。自8月起,家用空调和变频空调内销市场,格力产品占率超越50%的分水岭。

与此同时,格力中央空调也在2012年取得

了前所未有的突破。权威杂志《暖通空调资讯》杂志公布数据显示,中国中央空调市场在过去的一年中,由于受到宏观经济的影响,表现低迷,多家企业在销售量出现下滑。但格力却凭借高效变频离心机组等领先技术的应用,在逆市中取得了超过20%的增长,更是以14.5%的市场占有率,一举击败日系品牌大金,成为中国中央空调销量冠军,这也是民族品牌首次战胜外资企业,成为中央空调市场上的领跑者。

对格力在逆市中保持增长的原因,一些行业专家认为这源自其长期以来对技术的潜心研究及精益求精。2013年,在空调行业基本稳定的背景下,产业升级及行业洗牌将继续,“强者越强,弱者越弱”的表现将愈发明显,而卓越的产品品质则会让格力在市场陷入泥潭之际,优势得到不断扩大。

新产品呼之欲出

方太全新烟机效果“前所未见”

“公用烟道拥堵问题”、“敞开式厨房未能真正应用的问题”、“爆炒辣椒的问题”、“炒菜之后脸上油腻腻的问题”这四大难题,代表着大多数家庭对吸油烟效果的新需求。那么,市面上的吸油烟机产品能满足需求吗?

吸油烟效果面临重大挑战

记者又走进了郑州家电市场,发现从产品宣传资料到促销员讲解,很多企业都会回避这四大问题,主要还是引导用户围绕风量等技术参数打转,他们说最多的一句话就是“加大烟机风量,问题自然迎刃而解。”

事实真的如此吗?记者希望听到更有说服力的解释。“吸油烟机光靠加大风量,并不能真正解决上述问题。”方太集团副总裁孙利明很坚决地说道。

解决之道是专业科技

孙利明介绍说,背靠行业内首家“国家级企业技术中心”的研发优势,方太更早一点发现了用户对吸油烟效果的期望的变化,比如说,方太的“自动巡航增压技术”,就能很好地解决公用烟道的拥堵问题。孙利明告诉记者,“方太集团迄今为止已经拥有400多项专利,其中发明专利58项,在行业内遥遥领先,全部附着在厨电产品上,只为提升专业竞争力,彻底改善厨房烹饪环境。”

据孙利明介绍,方太近期将会有一款“你前所未见吸油烟效果”的全新风魔方烟机问世。该产品“将整合吸油烟机发展史上里程碑式的四大专业科技,全面解决困扰用户使用、影响烹饪健康的几大难题。用户从此不用担心炒辣椒,脸上不再油腻腻,也不用担心公用烟道的油烟拥堵问题,敞开式厨房会得到真正应用。”

朱江华

冲突迷雾 与途尔携手倡导绿色出行

2012年末,全国民用汽车保有量12089万辆(含三轮汽车和低速货车),比上年末增长14.3%。1.2亿的保有量,意味着全中国近每十二个人中就有一辆汽车。这样的数字意味着,我们每个人都是雾霾的受害者也是参与者。

严峻的现实促使着人们开始转变,转变观念,推行绿色出行势在必行。近日,锂电自行车品牌途尔开展了一系列的倡导绿色出行的活动,以实际行动倡导绿色出行。途尔锂电车,结合了当前国际最新整车开发技术,为处在雾霾中困境中的人们提供绿色出行解决方案。其有着欧洲捷克血统,畅销欧美国际市场,因其绿色、环保、时尚的理念。另外,途尔锂电车是全国率先提出改变锂电产品模式并加以实施,率先提出锂电多元化销售以及盈利模式,率先提出锂电池服务先行,并加以实施。其旗下的锂电产品,具有清洁、环保、时尚、健康的特点,处在城市化发展与转型发展中的社会,十分需要这种能够满足功能与生态需要的出行工具。途尔倡导绿色出行,号召更多人加入到绿色出行中来,少开车、减少排放、选择电动车与自行车出行,提高出行效率。与途尔携手参与绿色出行,共同冲破迷雾,还原蓝天。

本周六、周日,途尔锂电车将在中原博览中心进行“首届中原锂电车广场展销活动”,届时我们将见到这个健康、时尚、环保的品牌。让我们共同期待“1980元铅酸电动车换锂电电动车”活动的成功!

朱江华

2013年中国家电业看点 之 空调创新驱动

新技术促健康发展

“创新驱动”主导中国空调市场

据国家信息中心发布了《2012~2013年中国空调市场运行态势及发展趋势分析报告》以下简称《分析报告》,2012年经济环境的持续不景气导致消费张力不足,国内空调市场销售量同比下滑25.12%,销售额同比下滑19.36%,国内空调市场进入调整期。预计2013年空调整体市场环境不会有明显改善,但变频销量超越变频空调达到60%市场份额。

记者 朱江华

A 销量下降明显 刚性需求仍在

在政策的刺激下,国内空调行业经历了2010年、2011年的高速增长,但因为政策在2012年相继结束,空调市场的高增长也在2012年戛然而止。

据《分析报告》显示,2010冷年到2012冷年,国内空调市场整体销售态势发生了根本性变化。2010冷年国内空调市场销售量同比增长31.45%,销售额同比增长24.13%;2011冷年,国内重点城市空调器销售量同比增长20.45%,销售额同比增长更是达到28.64%;而2012冷年,在市场压

力、库存压力、政策衔接不畅等一系列因素的影响下,国内空调市场销售量同比下滑25.12%,销售额同比下滑19.36%。

中国家用电器协会副理事长王雷表示,对空调行业而言,2012冷冻年是一个漫长的“冰河世纪”,近10年来首次出现如此严峻的形势。

尽管整体市场疲软,但以格力、美的、海尔、科龙、志高、海信为首的国产六大品牌占据了80%以上的市场份额,外资品牌分食的市场空间非常有限。

B 变频成主流 节能主导行业走势

在空调市场整体下滑的形势下,变频空调表现出的相对增长也许是2012冷年为数不多的亮点之一。《分析报告》显示,2012冷年国内变频空调销售量占有比例由2011冷年的38.45%上升为47.3%,销售额占有比例由44.74%上升至52.7%,继续保持了2010冷年以来销售比例逐步上升的势头。同时,销售额比例高于销售量比例的情况也说明变频空调市场基本效益依然得到保持。

部分空调生产厂家已经注意到了变频

空调和普通空调下滑幅度的这种差别,进而加大力度推广变频空调,特别是代表变频空调最高配置的全直流变频空调,以应对空调销量大幅下滑给企业造成的不利影响。

国家信息中心信息资源开发部主任助理蔡莹分析说,虽然2012冷冻年度空调市场整体表现惨淡,但也暗藏机遇。如何利用产业转型的发展机遇以及国家相关政策的积极引导,构建起能够持续稳健发展的产业结构以及清晰的发展路径,成为所有空调企业必须考虑的问题。

C 时势造英雄 2013空调技术谁称霸?

综观2013年初各大厂商的动态,各大品牌高调发布新品、新技术,其他空调厂商均低调行事。并且全年的空调市场,依旧延续了往年的发展势头,变频、智能、健康为三大方向,在此基础上,空调厂商是推陈出新,各大空调厂商的新品更是陆续面世。

格力通过自主研发,推出了配备“双核双级”全能变频空调,包括U尊和U越两个系列产品。让空调在处理指令时响应更迅速,从而制冷制热效果更快。美的创新推出ECO节能运行模式,把一个夜晚8小时睡眠周期内所需的制冷耗电量以最经济模式运行,实现了“一晚1度电”的超级节能效果。海尔空调宽带无氟变频技术可实现最低0.1赫兹、最高150赫兹超宽频率运转。

能够达到1分钟速冷、3分钟速热的效果。海信“苹果派A8”该系列产品凝结着海信空调在变频领域的智能双核全直流变频技术、极具突破性地采用了独创的Hi-Smart-I压缩机感控技术等。科龙独家研发的DDF双核双控系统,采用国际一流原装进口芯片,一个驱动压机,保证压机快速、稳定、高效运转,目前已获得了国家专利。志高则推出了“云空调”,即可以对空调的运行、运转状态以及设备检测、设备故障和维修进行远程监控和调整。

面对这种空调企业群雄争霸的局面,蔡莹指出,2013变频空调持续增长并得到普及,也将成为生产企业竞争最为激烈的品类之一。



灵动的圆柱形设计风格空调就是行业快速创新发展的结果