

新飞董事长高嘉琳： 做品质最好的中国冰箱



新飞,要造中国最好的健康冰箱

“‘中国冰箱’决不是低质低价的代名词,高品质是塑造‘中国冰箱’品牌形象的基础。”河南新飞电器有限公司董事长高嘉琳认为,国产品牌冰箱企业已不断完善生产研发体系、提升制造工艺水平,优秀的国产品牌产品品质完全可以和合资品牌相媲美。

据记者了解,多年来,从无氟到节能、从节能到健康、从健康到保鲜,作为白色家电行业的老兵,新飞引领了行业三次重大核心技术升级。

高嘉琳在接受记者采访时表示,新飞始终坚持市场创新、技术创新,不断促进产品升级换代,并逐步实现了“一种核心技术、多元产品

体系”的制冷产品多元化产品战略,成就了新飞在国内制冷行业的绿色领先品牌地位。

针对目前国内冰箱市场各种标有抗菌、除菌、除臭等功能的产品让消费者眼花缭乱的现象,高嘉琳告诉记者,新飞冰箱首批通过中国质量认证中心CQC除菌认证。

记者从中国质量认证中心官方网站了解到,经检测,以新飞BCD-560WKS为代表的54款冰箱冷藏室大肠杆菌平均除灭率达98.6%、金黄色葡萄球菌除灭率达99%以上,远远高于中国质量认证中心90%的除菌标准,达到国际先进水平。

今年,新飞再次挑战升级极限,将除菌技术运用到所有主推冰箱系列,利用多重生态除菌系统生成阳光般的除菌气体,对冰箱内空气、食品、搁架全面除菌,从源头上消灭细菌,实现真正意义上的360度保质、保鲜,使保鲜效果进一步得到提升。7项专利技术和27项独有技术,新飞除菌冰箱当之无愧地被行业称为“含金量”最高的健康保鲜冰箱。

正如中怡康品牌总经理左延鹤所言,新飞公司以其卓越领先的除菌技术,不仅率先大规模地通过认证,而且责无旁贷地扛起健康保鲜大旗,走在了行业前列。

新飞新技术,再谋高端新发展

中国冰箱业受家电下乡、节能惠民等政策的影响,透支了大量需求,市场容量趋于饱和,企业步入不进则退、生死一线的关键时刻。

据中怡康数据显示,2013年1~8月,冰箱市场单门、双门冰箱的零售额同比分别为-19.3%、-11.5%。但三门、多门和对开门冰箱的零售额同比增幅则达4.2%、68.4%和13.2%。大容量、高保湿、节能、智能冰箱,已经成为市场主流。

“不占领高端市场,是没有前途的品牌。”高嘉琳表示,今年新飞电器的目标

是用更好的装备、更先进的工艺制造出更优质的冰箱产品,在更大范围打响“新飞”品牌,占领行业最高端市场。

高嘉琳的话是有底气的。12月2日,在新飞2014年度营销峰会现场,与会的500余名家电大型经销商和媒体记者共同见证了新飞百余款莱铂锐2.0等系列冰箱的迷人魅力。

“我们被你们的新品惊艳倒了。”这是新飞品牌战略合作伙伴lippincott(国际知名品牌咨询集团)在看到新飞刚推出的莱铂锐2.0全系新品组合后,发

出的由衷感慨。其最具代表性的一款——“祥云齐天”,把中国传统图案祥云和世界最先进的冰箱面板技术进行了巧妙融合,产生出丝绸般的梦幻质感,产品一经投放市场,马上赢得了消费者的普遍认可。

按高嘉琳2014高端战略的说法,“莱铂锐”系列冰箱涵盖双门机械温控、三门电脑智能温控以及对开门和法式多门产品,其中对开门和多门产品更是融合了冰箱行业最前沿的生态抗菌、风冷和变频技术,代表了当今行业的最高技术水平。

■朱言辣语

事件:巧太太、樱花吸油烟机不合格

11月26日,上海市消费者权益保护委员会通报的2013年度吸油烟机比较试验结果显示,中山市巧太太吸油烟机CXW-230,苏州樱花JINHLIA家用吸油烟机CXW-180,没有达到国家标准。

点评:在此消费者在选购吸油烟机时,除了注重品牌、外观以及是否有国家强制认证的标识。

事件:东芝关闭大连电视工厂

东芝官方网站发布称,位于中国大连的电视生产工厂将于2013年12月末停产。

点评:截至2013年9月底的上半个财年,东芝电视业务运营亏损超过100余亿日元,为达成全年扭亏目标,关闭大连电视工厂,是东芝迫切加快进行电视业务构造改革一个举措。

事件:三季度智能电视销量增速可观

近日,易观国际发布报告显示,今年三季度,中国智能电视销量达到544.1万台,占整体电视市场的49%,且还在继续上升。

点评:随着互联网公司纷纷进入智能电视市场,传统电视行业的商业模式正在被打破,通过提供内容、服务、广告等实现盈利,从而可以压低产品售价,提高竞争力。

■每周声音

不会放弃A股上市机会

公司目前正在积极与创维数字的股东以及华润锦华进行沟通,但A股大门并不是关了,还是开着的,还有机会。

——创维集团总裁杨东文

“三化”空调将成市场竞争主轴

健康化、智能化、艺术化的“三化”空调产品将成2014年空调市场产品竞争的主轴。

——中怡康总经理贾东升

OLED电视时代正式来临

OLED作为新的显示技术将带动市场进入新的增长。而9月企业相继发布55英寸OLED电视,则意味着中国的OLED电视时代正式来临。

——中国电子视像行业协会秘书长郝亚斌

冰箱外观从“苍白”到“璀璨”

冰箱在经历了金属、白色、金属拉丝、玻璃面板的外观设计后,未来将逐渐回归到金属外观。这符合家电行业节能环保的发展趋势。

——三星中国设计研究院家电设计经理彭强

受各方面政策调控的影响,很多人都不是特别看好2013年冰箱行业的发展。然而在整个冰箱行业低迷的情况下,新飞电器仍旧在2013年交出了一份满意的答卷:截至11月底,新飞的冰箱、冷柜销售量大幅提升,比去年同期增长120%以上。12月2日,在“步步领先”创富明天”新飞电器2014年度营销峰会上,河南新飞电器有限公司董事长高嘉琳接受记者独家采访时指出,未来冰箱消费结构将向节能、高端、大容量、能满足多样性需求的方向发展。
郑州晚报记者 朱江华 文/图

3D电视市场关注度升温

关注价格集中在3001~5000元与5001~8000元

日前,调研机构ZDC发布《2013年10月中国3D电视市场分析报告》(以下简称“报告”),“报告”显示,10月国内3D电视市场上在售产品数量共计866款,分属24家不同电视厂商,整体市场关注度要较上月小幅上升,海信和创维保持前列位置不变。
郑州晚报记者 朱江华

10款产品受关注

在最受消费者关注的10款产品中,分属6家不同的品牌,其中创维、海信和TCL各有两款产品上榜。该

10款产品的屏幕尺寸均在40英寸以上,平均尺寸达53.4英寸,售价从3800元到13999元不等,平均售价7404元。

“报告”分析指出,10月国内3D电视市场产品数量共计866款,其中10月降价产品数量累计49款,占比为5.7%,平均降价幅度为483元,而降价幅度达500元以上的产品共有14款,夏普共有4款产品上榜。

从显示技术来看,与整体液晶电视市场的情况相似,10月LED背光类型电视依旧统治着国内3D电视市

场,关注比例达99.1%,CCFL背光灯的关注比例已不足1个百分点,仅为0.7%。而OLED有机发光二极管由于面世时间较短,关注比例相对较小,仅为0.2%。

5000元左右价位受青睐

价格方面,消费者关注的3D电视价格主要集中在3001~5000元与5001~8000元两个价格段上,其产品数量均在200款以上,3001~5000元价格段的产品数量超过了300款,达到315款,3000元以下以104款的产品数量排在第三位。而其余

价格段的产品数量相对较少,均在百款以下。10月中国3D电视市场在售产品数量为866款,较上月多出33款产品,市场均价达8338元,较上月上涨了89元。

在中国家电资深专家梁振鹏看来,3D电视关注度的小幅上升和3D功能成为目前电视标配,关键在于3D内容资源的逐渐普及,只有消费者能够真正使用的技术才是最适合消费者的技术,随着3D片源的不断增长,3D的魅力将会逐渐放大,最终呈现其应有的价值。