

推动能效优化 节能家电已成市场主流



总第232期
主持人:朱江华



美的事业部总裁
吴文新



市场总经理
贾东升
北京中怡康时代



院长
马林聪
中国标准化研究院

领袖榜发布,家电节能普及大势所趋

主持人:随着2013年度节能领袖榜发布,有望促进产品结构加快调整,让消费者享受到更节能的绿色环保体验。这是否意味着无论从政策层面,还是用户节能需求提升方面,高效节能家电普及已是大势所趋。

吴文新:美的空调“一晚1度电”系列产品全部入选,也是对美的空调推行精品战略科技成果的肯定。“一晚1

度电”空调不仅直接告诉了消费者节能空调的省电性能,还创造了节能空调的省电新高度,最终受到了市场和消费者的青睐,上市几个月便登上了空调市场十大畅销型号榜首。

马林聪:自2007年由中国标准化研究院启动节能产品企业领袖榜工作以来,经过制度化、常态化和规范化的开展,领袖榜运行机制不断完

善,已迈入新的发展阶段,为我国今后的节能政策提供了关键技术储备、保障和平台支撑,有望成为其重要技术支撑环节。

贾东升:在国家政策和法规的推动下,家电企业不断加大节能技术的研发力度,同时通过多种营销方式引导消费者提升节能意识,节能产品已逐渐成为家电市场的主流发展方向。

节能占有提升,长效机制将加快建立

主持人:据中怡康零售监测数据显示,2013年,液晶电视一级能效产品占比达到97.5%;冰箱一级能效产品占比达到88.9%;洗衣机一级能效产品占比达到51.6%;空调一级能效产品占比达到3.5%,这是否意味着能效领跑者制度今年将出台。

吴文新:精品是一种态度,是一种文化,美的空调会坚定不移地推行精品战略,深化美的集团全面转型战略。

而美的空调给精品战略定义了两个标准:第一就是必须满足消费者需求,最好是超越消费者期望;第二就是必须保证每款产品都是精品,绝不能以价格定品质。

马林聪:“能效领跑者制度”的能效标准更高一些,而“领袖榜”在衔接和支撑“领跑者”制度的过程中,有望融合成为“能效领跑者制度”框架必不可少的一部分,成为这一制度实施的重要技术支撑,这

意味着中小企业将面临较高的门槛,补贴将由少数具有高效节能产品生产能力的龙头企业分享。

贾东升:“能效领跑者制度”只针对达到超高效能效标准的少量产品,只有位于节能金字塔顶端约15%的产品才能获得相应的支持和补贴。不过为了新政策能够顺利实施并达到预期目的,相关部门也应出台相关配套政策甚至是法律。

■卖场来电

格力“全能王-U尊 Smart” 领航空调智能化发展

近日,格力电器率先推出了以全新的智能操控方式代替传统遥控器进行空调运行操作的“手机WiFi控制”技术。用户在智能手机上安装App“Gree-Smart”(适用于ios、android两种操作系统),通过简单的屏幕触控替代传统的空调遥控器,实现智能手机和空调的跨界整合。 郑州晚报记者 朱江华

“至简”理念引领空调人性化转型

相比传统遥控器,通过格力“手机WiFi控制”技术操作空调将更方便,借助智能手机出色的界面交互性,使用者无需移动便可一手掌握家中空调运行状态。

当手机(须具备WiFi功能)与空调同处一套房子时,将自动切换为近程模式,无需家庭无线路由器,智能终端可直接连接空调进行遥控。手机或平板电脑就是你的遥控器,可尽情体验大屏触控的爽快。

据格力电器相关负责人介绍,格力“手机WiFi控制”技术拥有4项国内独创功能。其中,“区域定制送风”功能可实

现个性化送风需求,用户通过手机设置好空调实际安装位置和人体活动区域,计算相应的送风角度,满足用户送风需要;“数字化噪声定制”告别了传统空调只能通过调节风挡来间接设置空调噪声,格力“全能王-U尊 Smart”首创通过噪声值的调整来直接数字化定制噪声,所见即所得,体验静音设置前所未有的便利,静享便捷感受;通过精心设计的DIY睡眠曲线图形化工具,用户只需在手机上轻轻点击或滑动拖拉,便可实现空调的“DIY睡眠曲线图形定制”,随心改变睡眠时的温度控制,尽享舒适睡眠。

独创多项功能促空调智能升级

在空调产品的“节能”领域,人们一直把目光聚集在“产品能效”上,却很少关注“使用能效”。事实上,不同的空调操作使用习惯对应的能耗差异很大。对此,格力独创节能导航功能,在“节能导航”功能开启后,系统会分析用户的温度和风速设置,自动配置最优的频率、风速,智能实现空调的节能舒适运行。经相关试验证明,在室内温度33℃的情况下,开启“节能导航”模式一小时后可在原机基础上最少节能10%。

业内人士称,未来家电

■新闻背景

2月28日,中国标准化研究院正式公布了“2013年度中国节能产品企业领袖榜”,覆盖产品包括房间空气调节器(定频空调、变频空调)、燃气热水器、平板电视、电动洗衣机、家用电冰箱共5大类,上榜26个品牌共计116个型号产品。

值得关注的是,美的空调高效节能产品均获权威评审认可,旗下10个型号产品成功入选“节能产品领袖榜”,占据空调类“节能产品领袖榜”四分之一的席位。其中,采用全直流变频技术,且能效等级全部达到一级的美的空调“一晚1度电”系列在销产品全部入选“节能产品领袖榜”。

对此,北京中怡康时代市场总经理贾东升指出,美的高效节能技术领域有深厚积淀,得到权威认可,荣登“2013年度中国节能产品企业领袖榜”,美的将有望充分发挥高效节能优势,成为节能消费首选。

■朱言辣语

事件:索尼拟出售地产大楼

2月28日,据日本共同社报道,索尼已将东京品川区御殿山地区的部分设施出售,同时还实施索尼(日本)旧总部大楼出售招标事宜。

点评:这已不是什么新鲜事,实际上为了实现扭亏和经营重组,早在2012年索尼曾相继出售了东京和美国两栋办公大楼以及一些企业股份和边缘资产,同时全球大裁员。

事件:松下将电视转移到白电子公司

从今年4月1日开始,电视机业务将转移到白电子公司。

点评:松下此举的目的在于削减成本和增加销量以推动业务重组。尽管电视机业务转移白电子公司后在规模上不断扩大,但会使得收益率下降,人员也有可能出现过剩。

事件:2013年家电网购达到1300亿元

3月4日,中国电子信息产业发展研究院发布《2013年家电网购分析报告》显示,2013年家电网购市场规模达到1332亿元,其中,平板电视、冰箱、洗衣机、空调等四类大家电达到345亿元。

点评:随着渠道和品牌企业对网民需求的进一步挖掘,也随着传统企业“互联网转型”的深入,将出现越来越多具有“互联网特色”的网购家电产品,定制化势不可挡。

■每周声音

传统冰箱未来10年彻底消失

此前在央视,小米公司董事长雷军与格力电器董事长董明珠曾有过一场“赌局”,今天也要打一个赌:未来10年,非智能冰箱将逐渐在中国市场消失。

——美菱电器董事长刘体斌

传统做彩电已经不行了

2014家电行业正面临智能与互联网大潮的猛烈冲击,新产品形态、新商业模式、跨界竞争层出不穷。我们将正视挑战,强化核心能力建设,加快战略转型。

——TCL集团董事长李东生

健康是家电主要发展方向之一

在雾霾和水污染事件频发等因素的推动下,健康家电正迎来飞速发展。

——中国家电研究院测试技术研究所所长鲁建国

加大打击“傍名牌”

“高度仿冒”对于消费者和商标权人的侵害不亚于“完全假冒”,但目前对“高度仿冒”的惩罚措施和力度皆有限。

——美的高级副总裁袁利群