

换购不锈钢变频空调 单台最高补贴1500元 “全民换格兰仕”在郑 掀启“全民节能减排”风潮



河南格兰仕空调专卖店

“全民换格兰仕”在郑州刮起一阵节能消费的旋风。格兰仕在11月14日起,全白电产品在全国范围内推动全民节能消费风潮。而“全民换格兰仕”正在江苏、河南等地率先燃起战火。活动中,不分品牌,消费者换购格兰仕独创的金刚系列不锈钢全生态变频空调补贴1500元,更多变频空调的明星机型大幅度让利消费者。郑州晚报记者 朱江华



全民用格兰仕大型推广活动正在河南火热展开,图为河南信阳市活动现场。

节能消费,公民企业有责任引领

中国空调产业近30年高速发展,让空调迅猛普及到千家万户。作为中国家电制造产业的排头兵,格兰仕创新产品、创新营销,坚定不移推进节能惠民,持续不断地推进节能空调的消费普及和升级。

格兰仕空调销售总监甘建国指出,节能高效是整个社会发展的大势,格兰仕空调将以“节能消费”为核心战略将贯穿全国市场。“要一步到位让全国消费者不但买得起,还要用得省,不但买着省,还要用得省,让所有消费者,不论城市还是农村,都能真正消费得起节能空调产品。”

而格兰仕独创的不锈钢外机“金刚”系列变频空调,不仅节能高效,更独具匠心解决了消费者的痛点——如何延长空调寿命,真正做到环保高效。

众所周知,压缩机是空调的心脏部件,与另一核心部件冷凝器一起位于室外机内。一般空调室外机由冷轧板或铁皮制成,

使用一两年后就会开始出现锈迹,几年后机身就可能严重锈蚀,锈水内渗和锈片脱落将令室内机内的各部件效能降低、寿命缩短。

新一代金刚系列不锈钢全生态变频空调,采用国际标准厚度为0.6mm的SUS304不锈钢材质精工制造室外机,防腐蚀、抗氧化、冷热效率高效转化等性能更优越。

据了解,新一代不锈钢变频空调“金刚”是市场最主流的1.5匹APF新国标空调,整机设计更加高端时尚,内在融合了新的APF变频技术,新的精准温控系统、细分人群的睡眠模式设定,是全球首台名副其实的全生态空调。

“中怡康零售监测数据显示,2014年变频空调在中国市场的销量占比50%。”甘建国说,这就意味着在空调项目上的节能减排还有很大的市场空间。这也是格兰仕空调发起此次大力度推广活动的原因,格兰仕空调将坚定不移将节能消费进行到底。

节能消费需求引领产业升级

据中怡康零售监测数据显示,2014年变频空调在中国市场的销量占比50%,2015年预计达到65%以上。

格兰仕作为综合领先的全白电品牌,从推广普及及无明火、无油烟的微波炉,到全渠道供应极致性价比的变频空调、变频滚筒洗衣机,全白电推广节能高效产品,持续引领家电市场节能消费新风尚。

2010年,格兰仕曾发布了业内首个《中国白电低碳白皮书》,号召家电同行全线推广普及节能低碳产品。今年7月18日,格兰仕发布《中国洗衣机市场变频滚筒消费普及白皮书》。8月1日在中国标准化研究院、中国家电协会等权威机构推动下,格兰仕发布《格兰仕1度电全直流变频空调中国市场消费普及白皮书》,掀起了洗衣机、空调新一轮节能消费浪潮。

中国标准化研究院副院长、国家能效标准委员会主任张新表示,国家鼓励的高效节能环保产品,是产业结构调整的需要,也是企业结构调整的需要。格兰仕响应国家节能减排政策,通过调整企业结构,优化产品策略和营销战略,不断推动节能消费方式的更新。

张院长所言非虚。作为全白电的品牌,格兰仕以消费需求为导向,以全产业链优势为动力,不断推出节能高效的标杆产品:具有18分钟静音智能快洗功能的4S变频滚筒洗衣机,省时30%的i双变频微波炉,8小时耗电仅0.949°的全直流变频空调等。一大批强劲节能的产品背后,是格兰仕强有力的全产业链智造能力配套。近两年,按照制造专业化、装备自动化、管理信息化、标准国际化的要求,格兰仕持续加强智能制造基础设施建设,配套自动化装备,引入信息化系统,建设全面赶超国际一流水平新工厂。



关注“郑州晚报家电”
获得权威家电信息



总第270期
主持人:朱江华

新闻背景

11月22日,海信在智能家电郑州巡展上,展示了VID AA M AX激光影院、U LED电视、VID AA 2智能电视、触摸电视、曲面电视等智能家电产品,出击智能家居市场。

11月26日,海尔与阿里巴巴联手推出搭载基于阿里巴巴家庭数字娱乐服务的生态应用智能电视,不仅将电视购物功能作为主打特点。同时支持云游戏、虾米音乐、4K视频高清内容等。

对此,中国电子商会副秘书长陆刃波称,无论海信的VID AA M AX激光影院或海尔与阿里巴巴联手推出的生态应用智能电视,随着互联网时代的到来,从硬件到软件、从内容到服务都发生了颠覆性革命。

客厅争夺战 家电巨头 闯智能电视转型之路

发力智能 看电视变成“用电视”



总经理 刘飞
青岛海尔郑州中心

主持人:面对不景气局面,海信、海尔等巨头,均凭借其制造优势和技术积累在向智能彩电、OLED有机电视等高端彩电产品发力,凭借画面、音质等优势,正摸索互联网时代业务新路径。

刘飞:海尔联合阿里巴巴推出海尔阿里电视,通过最新的第三种4K解决方案,真正解决了当前产品观影效果差和4K解码的难题,实现了家庭影院的观看效果。更为重要的是,此款电视打造专属电视端的VIP购物广场,采用2.4G语音遥控技术,让一家人实现“在客厅里大屏购物”。

李春辉:海信智能家电郑州巡展最大亮点为海信新推出的百吋激光影院激光显像光源,超短焦镜头、100英寸无源仿生大屏幕,配备5.1以上专业音响设备,能够抗环境光,分辨率达全高清1080P智能电视,从内容到服务都是颠覆性革命。

陆刃波:今年,海信、海尔等企业正在开展培养用户从“看电视”到“用电视”的习惯,并在“用电视”的过程中寻找新的盈利机会。传统企业可以把自身的产品存量及增量规模转变成用户规模形成开放的服务平台,而且平台能够聚合更多的资源服务用户。



总经理 李春辉
海信电器郑州分公司



秘书长 陆刃波
中国电子商会副

市场渗透过半 后硬件成盈利模式

主持人:据中国电子商会消费电子产品调查办公室调查显示,今年上半年智能电视渗透率为55%,下半年将达到70%。尽管电视智能化时代已经到来,但智能电视的操作性繁琐、技术与内容的同步化较差等问题也将日益凸显。

李春辉:具有“聚好看、聚享家、聚好用、聚好玩”的VID AA2电视成为海信智能家电郑州巡展关注的焦点,它重点突出了“聚合”和“社交”功能,视频资源非常丰富,并首创了家庭社区私密社交应用“聚享家”。海信VID AA2电视的推出,标志着中国智能电视正式进入2.0时代。

刘飞:海尔阿里电视是家庭

生活生态布局的第一款落地产品,目标是为人们提供更好的生活方式,这款主打家庭购物的智能电视破解电视行业的转型难题。同时利用官网、FACEBOOK等互联网平台与世界各地用户进行互动,让用户更近距离地了解产品,让海尔电视品牌及产品认可度不断得到提升。

陆刃波:目前对于传统彩电企业,重构、创新后硬件盈利时代的商业模式重点在于要将互联网思维和互联网工具融合到自身的模式重塑和创新中。传统企业将从单纯的卖终端向运营平台、打造生态去转型,未来的竞争将是开放式平台下的服务优越度、整个生态系统的活跃度的竞争。