

购一路城铁玩一路生活

这些家电

动态 为您播报

价格战已过时 空调业再掀技术会战



关注“郑州晚报家电” 获得权威家电信息

■朱言辣语

事件:三星和LG控告战

12月21日,据韩联社报道,三星电子今年9月曾以破坏旗下产品为由向韩国检方控告LG电子,而LG电子以涉嫌伪造证据为由反告三星电子,双方之间的矛盾白热化。

点评:LG和三星相互指责对方涉嫌伪造证据和损毁名誉等,并以法律的形式争取权利,到底谁是谁非,只能等到法律的判决那一刻!

事件:侵权案件中小家电排名第一

12月19日,淘宝公布了《2014年淘宝联动知识产权局打假报告》报告显示,自2010年起,淘宝联手知识产权局已处理各类专利侵权投诉案件3000余件,其中侵权投诉案件排名第一位的是3C数码、小家电。

点评:目前,新专利法征求意见稿正在紧锣密鼓准备中,淘宝此举希望更好地解决电子商务企业日常专利保护过程中出现的突出问题,促进电子商务产业的健康、有序发展。

事件:冰柜同比下降3.5%

日前,奥维咨询(AVC)数据显示,前三季度,冷柜市场累计零售551.7万台,同比下降0.4%,零售额达91.2亿元,同比下降3.8%,均价为1653元,同比下降3.5%。

点评:随着人们对食物存储需求的多元化,越来越多的传统白电企业甚至是白电“新手”企业参与到冰柜市场中来,这一市场势必将由不充分竞争变为企业角逐的战场,竞争会愈加激烈。

■每周声音

小米手机是电商品牌

小米等说白了是电商品牌,也就是销售渠道主打互联网。小米通过黄牛覆盖线下,荣耀及大神都是结合线上线下,最终还是是一体化。——酷派副总裁张光强

未来三年加速国际化步伐

如果把国际并购当做马拉松,现在TCL已经走了一半。明年TCL将加快通信领域和南美等新兴市场的工业和供应链能力方面的布局。使得智能电视、智能手机销量达到全球前三。——TCL集团董事长李东生

厂商寄望新概念炒热市场

LCD电视单品向更低廉价位下沉将会给高端LCD带来充足的市场空间,为了解决电视市场单机利润持续下滑,彩电厂商需要全新且陌生的概念来诱导高端市场的消费能力。——中怡康品牌总监左延鹤

与小米合作没排他约定

本次与小米的合作基于“开放战略”,是美的整体变革转型调整战略的一部分。未来美的还会积极地拥抱各大系统和平台,只是在同等的条件下优先与小米合作,双方没有排他的约定。——美的集团董事长方洪波



李兴浩 志高集团董事局主席兼总裁



山口昌彦 松下空调器事公司总经理



张彦斌 奥维咨询研究院院长

“价格战”不是法宝 科技升级才是未来空调关键

主持人:2014冷年高达2000多万台的库存成为空调企业最大痛点。一线品牌纷纷发起价格战,以及出现以旧换新等变相降价促销情况,各位对目前“硝烟弥漫的空调价格战”有何观点?

李兴浩:目前拼价格这种单纯发展模式已走进死胡同,随着志高主导推动两项云空调标准制定和搭载行业最领先的智能技术、最强大的健康技术、最极致的工艺要求,最舒适的功能的云空调全面量产和制造,将打破现有空调双寡头格局,实现弯道超越。

山口昌彦:松下空调不会参与价格战,2015年怡岚新品强调“强”和“快”两个技术点,让用户迅速进入自己想要的温度,达到最好的体验。同时针对中国的环境加入了去除PM2.5空气的nanoe

纳米水离子技术,来提升松下空调的附加值和性价比。

张彦斌:目前的价格战和概念战,如何让行业回归理性,如何让消费需求得到满足。如今互联网浪潮给空调业了机会,谁能借势在全球进行一场轰轰烈烈的“去低端化、去廉价化”的高端品牌革命,谁就能成为世界优质产品的代名词。

效果待观察 家电业为何重燃明星代言

主持人:今年以来,LG、康佳、TCL、万和、新飞等企业纷纷聘请明星做代言人,而此次则是志高集团20年来首次聘请明星成龙代言。各位对“本来渐渐销声匿迹的家电业明星代言为何又重新火热”有何看法?

李兴浩:不能片面解读志高请成龙代言,而是志高冲刺目标系列大手笔之一,经过20余年精

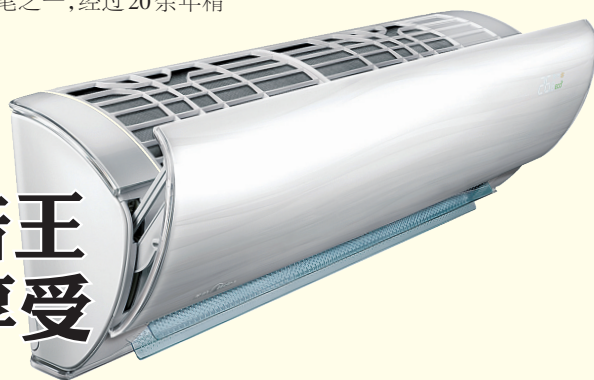
益求精的积累沉淀,志高已经形成包括品牌、技术、产品和服务等方面的强大体系执掌,此次志高与成龙联手必将为志高全面升级全球品牌战略增添强劲动力。

山口昌彦:目前松下空调没有签约明星代言的计划。松下空调继续坚持“通过提升和创新空调核心技术来满足消费需求”这一企业发展方向,此次发布的新品空调最大卖点就是“强速冷”和“强速暖”,为消费者带来更多、更好、更快、更强的精品空调

张彦斌:今年的中国家电市场仍将在激烈的竞争中实现平稳的增长,未来会有越来越多的家电企业在产品力、科技含量的宣传之外,借助明星的力量来提升品牌或产品的竞争力,但是否真正提升企业的品牌美誉度有待时间的检验。

■品牌看点

至静至美 内外兼修 美的空调静音王 极致宁静享受



至静 唯一达到睡眠国家标准的空调

美的“静音王”系列空调采用全新的噪音处理技术和独特的风道风轮设计,大大降低了空调运行产生的噪音,高风噪音降低至32分贝,低风噪音降低至17分贝,给消费者带来宁静的享受,营造更加温馨舒适的环境,也是目前唯一达到睡眠国家标准的空调。

美的空调工程师补充介绍,“静音王”空调的进风口比普通空调面积增大60%,并拥有独特的“拉菲尔”效应风道。同时,“静音王”空调将风轮直径加大10%,入风角与切入面

成弧形等方式,可有效减少风轮和空气的摩擦产生的噪音,增强空调的送风能力,气流行程缩短20%,送风更快更即时。出风口蜗舌采用“琴键式”设计,起到“音质过滤器”的作用。

除此之外,美的“静音王”系列空调在行业内首创双色自动升降面板,开启运行时面板自动向外打开,大大增加进风面积,充分利用了机内空间。在外观设计也打破传统,细节上将美学设计运用到出风口、挡板等每一个细节,使得产品无处不美。

至美 创意与工艺的完美结合

美的“静音王”空调首创双色自动升降面板,搭配蓝色水晶外观的透明双导风板设计,不仅精致美观,更显时尚与科技。

导风板搭载高尔夫球面设计,在秀美之余,更显奢华的贵族气质,成为追求时尚家居的消费者的福音。

内外兼修 功能丰富,表里如一

美的“静音王”系列空调拥有至美的外观,但工程师们对于极致的追求并不止于“形”,静音王内在的强大功能让它更有“型”。

美的“静音王”空调(SA100)应用创新的开机高频启动技术,全面提升空调开机速冷速热效果,自由畅享舒适空气,无需等待。采用第二代物联网技术,加入WiFi极致体验,消费者可抛弃

出风口“零”间隙设计,使机身无缝贴合。整体外观上采用大圆弧侧面设计,使机身更纤薄。流畅纤薄的整体外形加上精致细腻的细节设计,“静音王”用心和充满创意的设计令人赏心悦目。应急开关,操作简易,处处体现人性化设计。

传统的遥控器,只需用手机通过WiFi网络即可实现对空调的控制。同时搭载的PMV人体舒适智能控制系统,可自动综合人体因素、环境因素,提出最符合人体舒适度的温度解决方案。对于消费者关心的耗电问题,该系列产品沿用了美的“一晚低至1度电”ECO节能运行模式,用户只需按下ECO键,静音节能畅享体验。

近日,在美的空气智慧管家战略暨2015年新品上市发布会上,美的“一晚低至1度电”系列空调再出精品,“静音王”空调凭借其超强的“静音”功能吸引了各大媒体的广泛关注。这里给大家介绍下这款新产品。
郑州晚报记者 朱江华

中原家电行业 年终报告

中原家电行业 年终报告