空调也能“感人”?2009年柏林国际电子消费品展览会上,海尔的一款可实现“风随人动,自动调温”的创新性产品——感人空调荣膺“2009中国家用电器创新奖”,吸引了众人眼球。

“感人”空调?海尔制造!

感温更感人

据介绍,海尔推出的这款自主创新研发的感人空调联袂欧洲顶级设计公司DGmH和日本一流专家团队两大顶尖设计力量,采用专业iFP智能感知人体技术,风随人动,自动调温,健康又节能。用户只要按照自己的需求按下遥控器上的跟随或避开键,空调就会通过检测室内人所在的位置区域,人静风也静,人动风也动,达到健康舒适的目的;不仅如此,这款空调还可实现“自动调温”,达到很好的节能舒适效果:如在冬天空调开启制热功能时,如果空调检测到房间人数在两个以上时,空调的设定温度就会自动调低1℃,省电约10%,但人仍然可得到设定温度的舒适环境,因为人体本身散发热量;而在夏天制冷时,如果检测到房间内只有一人,制冷设定的温度就会自动调高1℃,不仅能省电约10%,而且使人体能够得到设定温度的舒适环境。当空调在20秒内检测不到房间有人时,无论制冷、制热,空调都会进入省电运转,省电达10%–30%。

卖产品?卖方案?

另据记者得到的最新消息,与行业其他品牌新冷年只卖新品不同,海尔空调以“颠覆行业模式,从卖产品到卖方案”的转变来启动2010冷冻年度。据悉,上周五“海尔空调e网到家一网上家装设计?选购?安装互动俱乐部”正式上线,“海尔空调卖的不是空调,而是室内舒适环境解决方案。”海尔空调相关负责人告诉记者。

3000多种需求选择、200种颜色组合、70种最理想的推介方案……消费者足不出户通过上网点鼠标就可以自己设计并选购符合家居装修风格的空调并享受到配送、安装等全流程整套服务。日前,海尔空调行业首创的“e网到家一网上家装设计?选购?安装互动俱乐部”正式启动。这一创新互动平台从买房装修开始就为用户考虑到了空调与家装风格的和谐统一,不仅颠覆了传统的空调消费模式,在实现在线家装设计、选购的同时,更是实现了从卖产品到卖方案的巨大转变,提出了一种全新的、独有的室内舒适环境解决方案。

快报记者 王多

“09年节能万里行”9月来宁

2009年9月11日,由国际铜业协会联合中国节能协会、中国热泵产业联盟以及美的、同益、天舒等节能家电厂商发起的“09年节能万里行”空气能热水器节能应用研讨会继7月上海起航后,抵达南京。据悉,自2003年起,空气能热水器凭借突出的“节能、安全、舒适”三大优点和市场潜力吸引国内超过300家厂商同时投入,开发并销售空气能热水器,市场规模年增长速度超过100%,销售金额从2003年的0.3亿元上升至2008年的18.4亿元,2009年预计将突破30亿元。由中国热泵产业联盟成员美的、同益、天舒等新能源家电企业参与制定的首部空气能热水器国家规范即《家用和类似用途热泵热水器》国家标准也已于今年9月1日正式实施,凸显政府推行绿色家电的战略意图。

快报记者 王多

2009备战大黄金周系列报道

消费者期待“国庆行情” 商家猛炒“概念牌”

黄金周空调大战抑或提前开打

国庆黄金周,历来都受各空调厂家必争的一块市场奶酪。今年的国庆空调战的背景,又比以往更任何一年都有看头,从家电下乡到高能效补贴,再到家电以旧换新,国家一系列利好政策空前刺激了空调市场,消化库存后的各商家纷纷铆足了劲投入国庆市场的争夺。记者日前接触了多家空调商家,并走访了南京各大家电卖场,发现空调市场看似平静却已硝烟弥漫。

价格坚挺彰显企业信心

“今年七八月份受气温忽冷忽热的影响,空调旺季没有真正旺起来,但国家出台的家电下乡、高能效补贴等政策刺激空调销售,已经让企业消化了大量库存。”一位业内人士的话似乎预示了国庆节前的空调价格不会跳水。果然,记者近日在南京几大卖场空调区发现,高能耗的四五级空调可供挑选的余地已经不多,只有个别品牌保留了一两款高能耗空调,放在货架不起眼的位置,大多品牌高能耗空调已经难觅踪影,二三级空调成了市场绝对主力。以1.5匹2级能耗空调为例,海尔、志高、奥克斯等多家品牌的均价都维持在2400到2800元左右,格力、美的有多款型号的价格还在3000元以上。这些品牌的销售人员说,目前的空调价格相比7月份有两三百元的换季让利,并未出现集体跳水倾销的现象。

各商家猛炒“概念牌”

消存瘦身之后的发展战略,对于各空调企业都是新的课题,对于这张“白纸”如何书写,许多空调厂商不约而同地想到了打“概念牌”。在国家提倡节能减排的形势下,各家的概念又基本锁定了高能效。9月1日,美的空调在全国26个城市同时举行新品发布会,一口气将“银河系列”变频空调扩充了4个系列,涵盖了从豪华到中端再到普及机型,发布会上美的官方宣布,2010年将坚定地主推变频。

很快,空调巨头格力就做出了反应,宣布将旗下空调产品全线节能升级,同时停产三四五级空调,今后格力推出的新品空调,全都是一二级节能产品。在两大品牌的带动下,海信、志高、奥克斯等品牌也将发展的侧重点放在了高能效空调上,推出了各自的主打机型。

消费者热盼“国庆行情”

各空调厂家不遗余力地推出自己的概念机型,但记者在各家电卖场也发现,打算购买空调的消费者对“国庆行情”的热盼甚至到了急不可耐的程度。

“目前来选购空调的大多是十月份即将结婚的新人,他们挑选空调时非常关注厂家推出的概念,挑选起来斟酌再三,也很在乎价格因素。”南京国美电器空调部负责人马先生介绍说,近期空调市场特点呈现两极分化,一方面四五级空调对于不少中老年消费者和单位订单上还有一定市场。而选择高端产品的消费者如挑选变频空调,不少还是青睐外资品牌,主推变频空调的美的市场表现也比较出色,在高能效定速空调方面,则基本是国产品牌的天下。但不管什么档次的空调,从以往看国庆期间都有不错的表现。而今年的国庆黄金周是史无前例的8天长假,不少消费者考虑到旅游和访友的安排,可能将购物安排在假期开始前的几日,所以国庆节前的这段时间,消费者也盼望空调厂家提前出牌。

国庆空调战抑或提前开打

就在消费者热盼“国庆行情”中,向来低调宣传而专注技术研发的格力空调颇有些出人意料地率先出牌,将于本月19、20日两天进行今年最大一次让利幅度的6.5折促销,并承诺本次让利幅度将大于国庆期间。格力空调市场部人员介绍说,格力空调本次促销,是产品全线升级后给旗下部分机型让出了价格空间,也向外界传达了格力继续领跑空调市场的信心。而选择国庆前几天促销,是对今年的空调市场分析后,认为不少消费者在上半年接连政策出台之下还存在观望心态,国庆市场存在大量刚性需求后作出的判断。安排在节日前,也不打乱消费者的黄金周安排。

业内人士分析,格力率先出牌,不排除其他空调品牌届时也积极跟进的可能,所以今年的国庆空调战也许会提前开打。

快报记者 杨成

格力空调新冷年“亮剑”节能

格力官方日前宣布,将旗下空调产品全线节能升级,同时全面停产三四五级空调,现在格力推出的新品空调,全都是一二级节能产品。

据了解,2010冷年格力新品空调除了在能效上更具优势,还在功能上更清新、更智能,舒适度上也更趋典范。如格力即将面市的全直流变频空调“月亮女神”G-Matrik系列,能效比达到了6.3,远远超出国家5.2的一级节能标准,此外它的环保冷媒、智能冷媒流量控制、二氧化碳监控换气以及远程智能控制等技术,也将变频领域带上了一个新高度。而同批推出的格力柜机“王者独尊”,选配的超智能数码影像系列也引起了市场强烈反响。

据悉,格力本次在产品全线升级的同时,还拿出了上千万资金于本月19、20日进行6.5折清仓惠卖。对格力空调新冷年的“亮剑”,江苏恒信格力空调销售有限公司市场部负责人闫志斌表示,格力空调的全线升级,不仅保持了世界名牌技术领先的姿态,也给旗下部分机型让出了价格空间。

互联网电视进行时系列报道之五

电视也能在线学习?!

网络电视超级玩家TCL第三次升级

随着国庆长假的临近,功能强大的互联网电视势头愈发猛劲,作为网络电视的超级玩家TCL更是坚守创新前沿,记者近日获悉,在经历了“在线下载”、“在线观看”之后,TCL现又将功能升级至“在线学习”,成功实现了电视的娱乐型向教育型的转型。

记者在采访中了解到,TCL此次升级的“在线学习”功能,可直接点播服务器上提供的网络资源,在线学习中分类由内容服务商提供,在每个分类下包括子分类幼儿教育等。

值得一提的是“我的收藏”,这当中会显示用户已加入收藏的各种教育资源,在“我的收藏”中,已经播放过的资源,下次继续播放时,可从上次结束点继续播放;除我的收藏中需断点播放,其他位置播放过的视频也可实现断点播放。

由于升级PPS在线观看,搜索的图片以及搜索下提示的文字又增加了“学习资料库”,使用遥控器“↑↓”方向键从ITV主界面选择“搜索”,搜索可在线观看的影片、可下载影片和学习资料库,搜索的“内涵”也随之不断升级。

快报记者 王多

太阳能企业玩转“三大战役”

在环保当道的今天,在家电下乡利好政策的推动下,太阳能企业总算盼到了春天,记者近日获悉,作为国内知名的太阳能热水器品牌,四季沐歌已全面发动了“技术战”、“渠道战”和“品牌战”三大战役,更将发展规划瞄准了“中国企业500强”。

目前,中国太阳能热水器产业总体发展良好,但仍存在较大一部分小企业,由于没有核心技术又不注重产品质量,导致“三无”产品大量存在。四季沐歌通过研发出三靶镀膜、三芯管、双减反射等重大技术,使航天集热管和真空管的水温更高,热水更充足,在冬天也能生产热水;通过将航天技术民用化,研发出“绝热舱”水箱,使保温更持久;通过研发出活水芯、H–M活化等技术,有效地解决了水质二次污染问题,实现了“水质洁净”的目标。对太阳能企业来说,当务之急就是“进城下乡”,拓展广阔的市场空间。在城市市场,太阳能热水器的主要销售渠道依然是专卖店,随着专业家电连锁卖场规模的扩张及渠道地位的显现,也吸引了一些企业,同时,单位集中供热工程和住宅开发商批量购买的工程渠道也日渐明朗。四季沐歌、力诺瑞特等许多企业纷纷加大了开拓农村销售渠道的力度,打出了“万辆服务车工程”和“阳光创业行动”两记重拳。

快报记者 王多