



“当今世界,科技创新已经成为提高综合国力的关键支撑,成为社会生产方式和生活方式变革进步的强大引领,谁牵住了科技创新这个牛鼻子,谁走好了科技创新这步先手棋,谁就能占领先机、赢得优势。”

对于刚刚迈进2015年的太阳雨来说,在净水领域创研端的布局已然完成。“作为行业第一品牌,太阳雨的眼光应该超越行业自身,从产业发展,当下能源、环境危机的大背景出发,思考、构建未来十年、五十年的新能源产业格局。”太阳雨集团董事长徐新建表示,把净水机、空气能、太阳能三大核心业务有机整合,进一步推进全球化战略。

现代快报记者 何珂璐

太阳雨深耕净水事业 科技研发实施精准全球战略

净水研发实施国际化战略

作为净水产业的新兵,太阳雨一出手就以“科技研发”立于不败之地。

2014年10月份,徐新建应邀拜访了位于美国硅谷的斯坦福大学,并为中国留学精英分享了太阳雨“阳光·空气·水”产业结构及未来远景,为太阳雨净水事业的发展吸收精锐力量。

同年10月28日,太阳雨控股旗下子公司发布公告,在美国硅谷注册成立全资子公司——创蓝国际投资控股集团有限公司。

“硅谷是全球的创新中心,拥有全球最高端的人才和科技。创蓝国际的创立,将集聚硅谷一流的人才、技术以及世界一流名校产学研等要素资源,让我们的太阳能及净水技术研发和产品开发立足全球,站在世界科技的最前沿,具备全球性、领先性,引领行业潮流、世界趋势。”徐新建说。

全球商业人才和技术的注入,牵引太阳雨大光热升级转型步伐、增强技术创新能

力,为太阳雨注入强大的活力和竞争力。同时,也将让太阳雨的消费者使用到体验度更好的净水机创新产品。

在掌握国际高端净水技术的同时,立足本国国情研发也成为太阳雨的另一杀手锏。

据悉,太阳雨旗下净水研发检测中心成为净水行业首家CNAS国家级净水检测研发中心,在国内加强和中国科学院合作,成为中科院战略合作伙伴,成立中科院太阳雨联合研发中心。

“未来3年,太阳雨将以行业前三名的姿态定格净水事业的发展,太阳雨集团与中科院城市环境研究所将共同构建以企业为主体、市场为导向、产学研用相结合的技术创新体系,做业内最具创新性的专家型企业。”太阳雨集团总裁陈荣华说,快速推进家用净水机的普及应用,构筑离公众最近最为快速可行的终端饮水安全保障“防线”,为国家水安全注入“纯净芯”。



太阳雨集团连云港基地俯瞰

3万网点服务每一个用户

从城市到乡镇,近30000家分销渠道支撑起太阳雨品牌庞大的销售业绩。2014年9月至今,由太阳雨发起的预计30000场净水文化科普活动正在进行中。

“下一个十年是属于净水机的。”太阳雨净水项目负责人管同坤不止一次强调说,太阳雨品牌的分销商与健全的营销网络将为消费者提供最贴心的服务与最迅速的售后体验。有数据显示,到2020年,净水机的市场容量就将超过千亿,净水机用七年时间,完成了很多家电品类20多年才完成的发展,其中的机会不言而喻。

机会与挑战并存,想在净水这块大蛋糕中分得一份,必须要有相当的市场眼光与战略运作,技术储备和研发能力不可或缺。

通过技术和研发实力升级支持,太阳雨净水机2015年产品焕然一新。首创智能水管家,行业首开无罐解决方案,使用更便捷。独家保热芯技术,大滤芯,冬天不冻堵,使用寿命更长,超大流量。

“错过了净水,就错过了下一个十年。在终端,太阳雨的品牌与渠道优势是其他品牌无可比拟的,错过了太阳雨净水机,对我们(太阳雨经销商)就太可惜了。”太阳雨千万大商蒋守堂在接受采访的时候说。蒋守堂为自己2015年净水机制定的目标为500万元订货额。

在太阳雨实施精准战略的吸引下,女神林志玲也投入太阳雨的怀抱成为其全品类代言人。太阳雨还签约西班牙足球甲级联赛(LFP),成为国内首家西甲战略合作伙伴。



太阳雨集团董事长 徐新建

作为行业第一品牌,太阳雨的眼光应该超越行业自身,从产业发展,当下能源、环境危机的大背景出发,思考、构建未来十年、五十年的新能源产业格局。

经济新常态 美的打响空调“价值战”

“经济新常态,江苏再出发。”目前中国的经济正处于经济增长速度换挡期、结构调整阵痛期、前期刺激政策消化期三期叠加的重要阶段。其中结构调整刻不容缓,美的作为全国空调领军品牌,在三年前就推出了“精品战略”,如今美的已经到了精品战略实施、精品空调落地、精品全面普及阶段。为了转型和调整结构,美的还紧抓科技创新不放松。日前,美的空调还荣获“中国节能协会节能减排企业贡献奖”二等奖、“中国节能协会节能减排技术发明奖”二等奖两项大奖。

现代快报记者 付智勇

节能减排 空调企业的责任和义务

国家对节能减排工作一直在持续推进,节能消费也成为空调用户新的诉求和痛点,空调企业要谋求持久发展,就必须顺应节能消费的趋势。

对此,美的空调认为,节能高效是整个社会发展的大势,也是空调企业的责任和使命,作为行业的领导品牌,美的空调始终以节能减排为己任,持续提高空调系统的节能技术创新水平,不断满足用户对节能空调产品的不断升级的需求。

一晚低至1度电 引领变频节能趋势

可以说,“一晚低至1度电”节能科技让空调从此进入消费者可以“掌控电量、放心使用”的全新阶段,也开启了一个变频空调从“产品节能”向“使用节能”转变的新时代。美的“一晚低至1度电”节能变频空调还先后获得以中科院院士领衔专家组的“国际领先”鉴定,通过了“中国家用电器检测所、广州威凯检测技术有限公司、合肥通用机电产品检测院有限公司、上海出入境检验检疫局机电中心”四大权威机构的“节能效果真实有效”检测。

美的空调 倡导节能低碳生活

观察美的变频空调的发展历程不难发现,美的一直在用技术的创新,引领着家电市场节能消费新风尚。

从1992年开始投入变频空调研究,到2008年打响变频空调普及战,并连续三年囊括变频空调销量冠军;再到普及全

直流变频空调,一举摘下全直流变频空调销量冠军;直至如今推出“一晚低至1度电”变频空调,产品畅销国内外市场,美的空调用自己的实际行动践行着“为人类创造更美好的生活”的企业理念,逐步带领行业迈向低碳时代。

用精品化战略 打一场空调“价值战”

业界有观点认为,如果只是单纯的“价格战”,最终受害的还是消费者,毕竟“一分钱一分货”,消费者真正需要的还是能够“满足需求、甚至超越需求”的精品,企业也应该将更多的精力投入到产品的“价值战”中。而美的在这场空调“价值战”中“一马当先”的底气来自于其“精品战略”。

在“精品战略”引领下,通过与阿里云的技术合作,美的物联网智能空调开始抢占智能空调领域的战略高地。近年来,在美的空调的强势驱动下,国内空调企业中也出现了一轮全新的“打造精品、推广精品、普及精品”趋势,包括海尔、奥克斯、志高等企业都在积极推动。这也将给寒冬中的空调产业注入新的动力。

