专业节能成就品牌张力 海尔中央空调启动“替代”工程

3月20日,海尔中央空调召集来自全国各地的大客户、供应商以及经销商在三亚举行了2012年总结暨2013年度战略发布会。

会上,海尔中央空调相关负责人表示,海尔中央空调依靠高效节能和专业方案的领先优势,正在加速推进国内中央空调行业高能效淘汰高能耗的“替代”进程,并同期推出了包括磁悬浮中央空调、MX7全直流变频多联机、超薄卡式机、侧出风多联机和热水空调在内的全阵容创新产品,不断实现在节能、舒适、便利、智能等多方面的技术领先优势。

数据显示,目前我国办公楼和商业地产面积大概在12亿平方米,“如果在这个领域普及磁悬浮中央空调,一年可节省制冷消耗用电322亿度,相当于1/3个三峡发电站的年发电量,等于减少1300万吨标准煤的能耗。”该负责人表示,“这是海尔中央空调启动节能建筑中央空调系统更新换代的动力所在。”

据了解,海尔中央空调是目前国内第一个进行磁悬浮产品研发、设计、安装和服务的企业。其遍布全国各地的精品工程项目运行数据也表明,磁悬浮中央空调的综合节能效果高达50%,使用寿命延长至25年,远高于普通离心机产品;同时,海尔在全直流变频技术领域的研发,也使最新推出的MX7全直流变频多联机的节能效果领先行业;在智能化设计方面,海尔中央空调推出了可实现智能精确控温、可以远程WIFI遥控的人性化产品;此外,海尔中央空调还推出了侧出风的家庭多联机及超薄卡式机等产品,大幅减少了机器的物理空间,提升了用户的便利体验。

值得一提的是,海尔中央空调每一款创新产品都是在开放式全球资源整合平台下,充分获取和分析用户需求后的研发成果。而海尔中央空调全品类节能产品阵容的亮相,为节能建筑暖通空调领域的更新换代进程注入了新动力。

海尔中央空调的节能领先优势有目共睹。此前,海尔中央空调凭借在节能技术方面的引领创新,连续入围节能产品和节能技术推广目录,获得国家级权威部门认可。面对行业整体进入调整期的现状,海尔中央空调实现同比增长30%,成为2012年为数不多实现市场份额大幅增长的行业品牌。 (冉 荷)

康佳布局完美客厅战略 抢滩UD电视元年

日前,康佳在武汉举办主题为“UD视界,因核而变”——康佳多媒体2013新品发布暨全国经销商大会。会上康佳发布了全系列六核超高清双通道同步云电视产品,不仅全面开启彩电的六核新时代,而且还在业界最先拥有最为齐全的UD电视产品阵营。康佳多媒体事业本部总经理林洪藩表示,2013年将是康佳大规模启动超大超高清平板电视普及的关键年,客厅市场占到整个彩电需求量的七成多,而其中有升级尺寸和清晰度刚需的家庭不乏其数,大屏超高清电视市场空间巨大。康佳将利用领先的“核”势力和整体产业链的聚合力,布局完美客厅战略,提振必胜决心,搏击UD电视大浪潮。

事实上,早在去年8月,康佳就率先发布了全国首款4K2K超高清9600电视,随后一口气推出了84英寸、65英寸和50英寸等不同款型,实现了大尺寸屏幕的系列化和全覆盖。据悉,在2013年,康佳将致力于内核技术的突破和完善,实现云电视与其他智能终端的全面融合,康佳产品线也将从三核到六核覆盖低中高不同档次,提升产品竞争力,掀起彩电业的“核”竞赛。接下来,康佳还将推出八核智能云电视,继续强化“芯”实力。

大屏平板电视销售结构占比得到快速提升。根据奥维咨询预测,2013年全年整体彩电市场规模达4348万台,同比增长6.8%。2012年大尺寸市场份额呈现大幅的增长,46英寸以上市场份额由2011年14%增长为19%,2013年零售市场将急剧增加达到30%。同时,中怡康新年元旦报告指出“50英寸及以上平板销售金额占比近4成”。

据透露,康佳今年大屏电视的销售目标是200万台,到2015年,销售收入将提升至200亿元。林洪藩表示,2013年是UD电视的元年,康佳要在先发的优势中获得更多胜利,亟需明确战略方向,以技术领先力,打造强势产品的竞争力,特别是要充分掌握全线产品的规模化和集聚化,在市场条件成熟时,集中爆发,快速普及,把量做大,把UD电视第一品牌打响。

(冉 荷)

欧盟标准强势进军 奥马电器亮相上海家博会

日前,2013中国家电博览在上海召开,本次家博会吸引了亚欧等多家家电企业前来参展。作为中国冰箱欧盟标准先行者之一的奥马电器,以“欧盟标准,出口冠军”为参展主题火热亮相本届博览会。会上,奥马电器被欧睿国际授予“中国冰箱出口第一”证书,奥马电器欧盟标准节能实力得到全方位展现。

记者在现场看到,奥马电器以橙色为主色调的展台格外耀眼,吸引了众多与会者眼球。尤其是奥马国内市场今年主推的节能福喜系列BCD-225DBDJ清韵白、BCD-212DBNKJ拉丝银、212DVZJ星星红等多款冰箱备受瞩目。据奥马展台工作人员介绍:“今年主推的冰箱产品外观上典雅高贵、气质冷艳,外加隐藏式的侧边门拉手设计,是对奥马冰箱时尚大气的沿袭。在技术上,奥马冰箱采用了海内外著称的‘双冻力技术’与‘太空舱检漏技术’,拥有令人惊愕的0.29度/天的超低日耗电量,达到了外观和品质上的双领先。”

据悉,奥马电器的出口冰箱达到全球公认最高的欧盟A+++级能效标准,其营销网络已延伸至包括法国、意大利、丹麦、瑞典在内的众多欧盟国家,连续4年蝉联中国冰箱出口冠军。

“近年全球家电行业正朝着高端、节能的方向发展,以欧盟为代表的经济体对冰箱等家电的要求越来越高,对我国家电出口市场提出了更多的挑战。在这种形势下,以奥马电器为代表的家电企业,通过一系列的技术革新,不仅良好地适应了这种发展趋势,成为“中国制造”的优秀代表,而且奥马电器正将同步国际市场的一流产品带给国内消费者,并推动国内冰箱市场的进一步换代升级。”中国家电协会秘书长徐东生表示。 (明 喜)

千余服饰品牌“力炼”CHIC2013

3月26-29日,第二十一届中国国际服装服饰博览会(CHIC2013)将于北京·中国国际展览中心(新馆)举行。10万平方米展场内,来自19个国家和地区的1000余个参展品牌,共同拉开中国服装产业的年度首秀。

回望2012年,受到国际经济环境的影响,纺织服装行业遭遇了重重困难。面对内外部市场环境的变化,中国服装产业在经历了近30年的高速增长之后,进入到转型升级的过渡期。

2013年,围绕“力炼”主题,CHIC2013也更加致力于自身的品质提升,不仅为成长型参展品牌倾注更多资源推出了“品牌常青服务计划”,并以高品质商务区和科技体验区等功能区域的创新设置、多场次商贸对接活动的精心组织,以及手机移动服务终端(CHIC-APP)、网上服博会(E-CHIC)的研发使用,凸显CHIC作为国际化服装贸易展会的专业水准。

本届展会,一如既往地关注设计师品牌,表达着对设计的尊重和信仰。一个明显调整则是“CHIC设计师廊”在2013年完美升级为“纯粹设计主题展”,这一全新概念和形态在展馆H空间呈现。主题展共设40个独立空间,邀请来自服装设计、配饰设计,以及其他门类的重量级设计师品牌,如WU.D、UWU、QIAO、DEPOT3在此精彩展示。

以服务的深化和延伸,创造展会新的价值增长点。已进入稳健成长期的CHIC2013致力于影响力提升,而非在规模上求大。影响力的提升依赖于软性服务的加强,CHIC首次推出的“品牌常青服务计划”是软性服务内容之一,更是“力炼”主题的深度体现。主办方精选具有发展实力的国内品牌,或新进入中国市场的国际品牌作为服务对象。为其倾斜更多展会资源,通过展前、展中、展后对品牌的媒介推广,以及组织商场、经销商、代理商等渠道资源开展商贸对接服务,协助品牌开拓市场。这是品牌培育的过程,也是CHIC服务品牌的一个模式创新。

(周 黎)

世界水日关注健康饮水 专家倡导雪山矿泉水

本报讯(记者 冉荷)3月22日,第二十一届“世界水日”,由卫生部中国民族卫生协会健康饮水专业委员会发起的“护源美丽中国 水的质量决定生命质量——2013年世界水日安全健康饮水专家研讨会”在京召开。

来自健康饮水专家、矿泉水研究专家以及环境保护方面的专家们,就近期受到广泛舆论关注的水污染问题展开了讨论,并呼吁公众关注安全健康饮水,号召公众更深刻认识健康饮水的重要性,并从饮水量、饮水时机、饮水方法等角度养成健康的饮水习惯。

对于饮用水的选择标准,在去年世界水日公布的《中国居民日常饮水指南》,将饮用水分为了四级,包括高海拔雪山矿泉水、天然矿泉水、江河湖泊水及自来水,其中高海拔雪山矿泉水为等级最高的一级水。其水源来自高海拔、零污染的昆仑山等雪山冰川水源地带,更加符合安全饮水的要求;同时,其水质历经多年冰川岩层矿化,其天然矿物元素含量更为丰富、均衡,弱碱性、小分子团水等特性,都更符合人体健康所需等;这些优势,让高海拔雪山矿泉水成为高端水市场的宠儿。

国家统计局下属权威机构中国行业企业信息发布中心近日发布年度最新统计监测结果,报告显示昆仑山天然雪山矿泉水获得中国高端水市场销量第一,这也印证了高海拔雪山矿泉水逐渐受到消费者青睐的市场趋势。实际上,高端水市场占有率一直保持着高速的增长,在高端品牌中,昆仑山天然雪山矿泉水除市场销量第一外,月度增长率也名列第一,曾一度高达111%,实现大幅度环比增长。来自尼尔森及新生代的调研数据也显示,昆仑山以远超出行业的增长率一路领跑高端市场。

昆仑山天然雪山矿泉水在国内市场得到认可的同时,凭借源自海拔高达6178米雪山,矿物质含量丰富、均衡,小分子团水等特性,于2012年在有着“水界奥斯卡”之称的伯克利斯普林斯国际品水大赛上勇摘“世界好水金奖”,成为高端人士品质生活的象征,是升级饮水观念,提高生命质量的国民健康饮水的理性选择。

“超级家轿”华泰路盛E70震撼上市

本报讯(记者 周明喜)日前,华泰汽车旗下“超级家轿”华泰 路盛E70在鄂尔多斯华泰汽车工业园隆重上市,新车共推出4款车型,售价6.97万元至8.97万元,整车质保5年或15万公里。

华泰路盛E70是一款采用德国车身技术、德国动力技术和德国底盘技术全新开发而成的具有高安全性、优良操控性能和超高性价比的自主品牌中级轿车。华泰路盛E70从开发设计之初就完全以德系车要求为标准,从用户角度出发,紧扣国内消费者的消费心理趋势的变化,满足中级车用户对于实用性和身份象征的双重需求。以B级车的品质和价值满足A级车主的需求和价格承受力,以大打小。

华泰路盛E70外观大气尊贵,前脸大面积进气格栅设计气派优雅,前保险杠与中网巧妙融为一体,给人以尊贵、沉稳的印象,同时,前后贯穿的腰线又不失时尚动感,水晶剔透前大灯和LED后组合灯则充满了科技感。

考虑到消费者的用车需求,华泰路盛E70的车身尺寸为4777×1794×1481mm,轴距长达2678mm,在中级轿车中属于佼佼者,已经达到B级车的尺寸。宽大的车身加上灵活的内室空间设计,为消费者带来充裕的驾乘空间,使乘坐更加舒适。

华泰路盛E70的底盘技术源自德国,采用了只有豪华轿车才使用的后多连杆式独立悬架,整车稳定性、安全性、操控性和舒适程度都大幅提升,超越同级车水平,带给消费者舒适的驾控体验。车身设计也采用了德国技术,比如车门设计中采用了Y型防撞梁的新型结构,可以有效提高车门防止侧向撞击的能力,保护乘员安全。前端部件上加装了泡沫件作为缓冲材料附着在保险杠横梁上,在车辆与行人发生低速碰撞时,不仅能起到保护前后车体的作用,更能有效地起到缓冲作用,减轻对行人的伤害程度。

在动力上,华泰路盛E70搭载三款强劲发动机,分别为2.0L汽油发动机、1.5D清洁柴油发动机、及后续上市的1.5T汽油发动机,配合德国ZF技术变速箱,满足了消费者对强劲动力需求的同时,降低了消费者的用车成本,而且减少了废气排放。

在安全上,ABS+EBD、高张力钢板安全车身/四门防撞梁、前排双安全气囊等配置大幅提升了整车安全。真皮座椅、一键式启动、无钥匙进入、电动天窗、自动空调、大灯延迟熄灭、后排空调出风口、采用双液压顶杆设计的前引擎盖及后备箱盖等配置和功能大幅提升了驾乘的舒适性和便利性。华泰汽车投入巨资倾力开发的TIVI实时车载智能决策系统,更身兼GPS导航、倒车影像、影音娱乐、生活信息等多项功能,并且能与iPhone等智能手机连结,使华泰路盛E70成为一款真正的3G时代互联智能汽车。

产业资讯

DS推出新春金融方案

本报讯 DS针对全系车型推出“新春尊享体验”大型金融活动,自2013年3月1日起至2013年4月30日,消费者最低仅需首付38888元,即可将一辆全新的DS开回家,

特别值得关注的是“等额本金贷款”金融方案,消费者在支付38888元超低首付的前提下,即可以享受12-36个月的超长免息还款周期,并能灵活选择还款周期和月供金额。以DS3为例,仅需首付38888元,就可享受12-36个月的免息贷款。而50-50贷款金融方案,即首付50%,尾款50%在12个月后一次性交付,中间的12个月消费者享受零利息。另外,消费者还可选择30%、30%、40%的三段式付款方式,以DS3时尚版为例,消费者最低日供金额仅为88元,即可尽享DS3这款巴黎风尚座驾的时尚魅力。 (熊 欣)

创维数字亮相CCBN2013

本报讯 第二十一届中国国际广播电视信息网络展览会(2013CCBN)于2013年3月21至23日在北京中国国际展览中心举行。在本次展会上,创维数字以“融合、智能”为主题参展,全面展示从业务平台、融合网络到终端的三网融合解决方案,创维数字各线产品及微普特公司、创维无线公司产品一同展出。

作为亚太地区规模最大的广播影视技术设备展览会,2013 CCBN的主题为“新融合、新媒体、新发展”,三网融合、云计算、OTT融合创新等都将成为展示的重要内容。相比以往,创维数字今年在CCBN上的亮相增加了许多创新的元素。首先,展台设计更加新颖、更富有吸引力,以黄色为主色调,在灯光的映衬下,展台的时尚炫丽与创维数字精心准备的多款高科技展品融为一体,令人赏心悦目。其次,展台的规模较以往也有所扩大,整个展台分为动态展品区和静态展品区。

创维数字此次展出的产品,除了推出以智能终端为代表的多业务终端系列新品以外,还将以“终端+应用+网络”为模式满足大多数人的个性化需求,配合智能终端良好的用户体验,全面展出支持三网融合的全业务平台方案、创新人机交互技术以及丰富、新颖的增值业务,为运营商提供更多新价值选择。 (冉 荷)

DS3通过京V环评测试

本报讯 作为来自法国的新世代豪华品牌,DS所秉持的环保理念在业界一直处于领先地位,DS的全系车型都达到了欧洲最严格的欧V排放标准的要求,DS旗下车型都配备了非常环保的发动机,而混合动力车型在DS所售出车型中所占比重也极高。尤其值得中国消费者关注的是,DS全系车型都配备了空气净化系统,其空调过滤器对PM2.5的过滤效率能达到95%以上,为DS车主带来清新的空气和舒适的车内环境。这对于目前饱受PM2.5污染之苦的国内消费者来说,无疑是一个极大的福音。近日,拥有巴黎个性风尚座驾DS3也顺利通过了京V环评测试,成为了同级别车型中高效能低排放的标杆。 (熊 欣)

LG可弯曲型OLED电视勇夺红点奖最高荣誉

本报讯 LG电子今年推出的多项战略性产品大举获得世界级设计大奖。继年初LG闪耀IF,荣获23项大奖后,此次凭借卓越的设计和用户体验感,LG推出的27款产品荣获红点设计奖。其中,极具创新性的可弯曲OLED(有机发光二极管)电视获得了红点至尊奖。此外,LG还将另外24项红点设计大奖和两项荣誉奖收归囊中。

LG电子设计负责人Scott Ahn博士表示:“LG一贯注重创新设计,并已成为企业优良传统中重要部分。近年来,业内拥有优秀设计的产品层出不穷。这样的情况下,如何使LG的产品与众不同显得尤为重要。LG一贯秉承的设计理念是在产品中充分考虑高效实用,同时又能引起情感共鸣。此次能够荣获多项大奖也体现了行业对LG在设计领域的肯定。” (张 一)

产业平台