

## 第100万台iAdd自动投放洗衣机下线

## 小天鹅在国内首推碳足迹认证

日前,国内洗衣机领军企业小天鹅第100万台iAdd自动投放洗衣机在无锡小天鹅工业园正式下线。此款洗衣机通过国际权威机构英国“Intertek绿叶标志”认证,成为中国洗衣机行业首家获得“碳足迹”绿叶标签的企业,将在中国洗衣机行业激起新的产业升级和技术革命新浪潮。

## 自动投放洗衣机第100万台下线

小天鹅iAdd自动投放洗衣机采用的是新一代高科技智能系统,自动感应衣物重量、水量及环境温度,还能够计算洗涤剂量。小天鹅iAdd自动投放技术在上市之初,就因其强大的技术创新能力,被认定为达到“国际领先水平”。

第100万台iAdd自动投放洗衣机的正式下线,标志着由小天鹅开创并引领了第四代洗衣机消费革命。小天鹅的科技创新、市场推广行为获得了广大消费者认可后,逐渐向整个行业普及,进而开启了一个高达千亿元的智能产业新空间。这意味着,小天鹅已经成为自动投放洗衣机产业的主导者。

第100万台iAdd自动投放洗衣机的下线,不只是量的积累与跨越,更是技术创新与消费需求对接后,给中国洗衣机产业带来的质的裂变,让消费者获得前所未有的使用体验。

## 规模扩张与技术创新同步

小天鹅推出了行业内首款物联网自动投放洗衣机,将自动投放技术搭载到物联网平台,为洗衣机产品更好地嵌入未来

家庭物联网平台做好技术储备,对未来洗衣体验的切实改变和智能化升级提供了技术基础。小天鹅iAdd自动投放洗衣机对消费需求把握精准,成功将智能化与物联网技术进行无缝对接之后,让中国消费者提前感受到智能与物联网给生活带来的实实在在变革。

2010年底,小天鹅就率先在中国市场拉开了一场以自动投放洗衣机技术创新向市场推广的普及大幕,短短两年时间,已经将智能技术变成刺激消费需求的主要动力之一。技术专家就指出,“自动投放技术是未来洗衣机实现物联网远程控制的主要支撑技术,代表了整个产业发展的主要趋势”。

在中国家电业历经34年的发展,行业多次洗牌,小天鹅能够并始终把握着产业发展的主动脉,引领消费升级。对此无锡小天鹅股份有限公司总经理柴新建指出,小天鹅将确立创新和全心全意服务的理念,并将这一理念持续融入企业发展的不同环节和不同体系之中,这就是小天鹅成功的关键。

## 碳足迹认证推动国际化

除了推动产业规模扩大、创新技术变革,小天鹅还在洗衣机行业内首推“碳足迹”认证概念,它是2008年英国碳基金(Carbon Trust)推出的世界上首个碳标签体系。该碳标签通过标注产品的碳足迹,赋予消费者知情权,通过消费者购买碳足迹低的商品,促进企业不断进行低碳技术革新和改造,减少生产和产品带给环

境的影响。

早在2011年,小天鹅就率先通过了国际权威机构英国“Intertek绿叶标志”认证,为低碳产品的开发和生产奠定了绿色基础,为企业的发展注入绿色发展引擎。免手工误投带来的洗涤剂和水电资源的多重浪费,实现“节水、节电”,避免“环境二次污染”。小天鹅iAdd自动投放洗衣机在国内上市两年时间内便获得快速发展,正是企业基于“绿色低碳”的

## 记者手记

## 小天鹅:超越飞翔速度的发展观

刚刚闭幕的中央经济工作会议传递出的信息非常明确,今后的经济增长速度一定要“有质量、有效益、可持续”。这是由我国发展战略时机决定的。

实业是中国经济发展的命脉,家电工业乃实业的核心,家电企业的生存态度关乎实业的发展质量,能更好更快地发展是中国经济环境对国内家电业提出的一个新要求。

小天鹅是由美的电器控股的高端白电品牌,也代表着中国洗衣机行业的最高技术水平。这家企业一直在努力践行着更好、更快的发展观。

第100万台iAdd自动投放洗衣机的下线,不意味着量的积累与质的跨越,更是国内家电企业自主创新技术逐步走向成熟和被市场认可的一个标志。

产品创新理念,在全球倡导低碳型社会建设、低碳消费体系中,实现了将企业技术创新、消费需求与产业升级的一体化融合。

在追求以科技创新实现低碳、绿色、节能的发展道路上,小天鹅通过对产品实施“碳足迹”分析,优化生产流程,从生产环节着手,将绿色消费观念贯穿产品的整个生命周期,实现对消费者、国家以及整个人类生存环境的承诺。 商报记者 孙聪颖

小天鹅一直致力于推动技术革新。在三网融合政策的助力下,小天鹅成为行业内首家推出物联网自动投放洗衣机的企业。更值得一提的是,小天鹅将“碳足迹绿叶标志”认证引入中国洗衣机行业,为中国洗衣机行业提升产品品质提供了认证标尺,也为打开国际市场做好了准备。

长时间,我们习惯为中国家电企业产业规模的扩大而振奋。比如简单的追求营收规模,剑指千亿等,但都是指向硬实力。创新和变革,多了些柔性,亦是企业的软实力和差异化竞争魅力。规模和创新绝不是对立的关系,在扩大产业规模的同时,进行产品技术水平的提升,标志着一个千亿强企进入一个更高的发展阶段。小天鹅的飞翔已经超越速度,选择远方、前景美好。

## TCL全球平板电视出货量突破1500万台

## 国内彩电业“雁阵格局”雏形初露

1500万台!在全球彩电业意味着什么? 本周二,TCL在京宣布2012年度全球平板电视出货量正式突破1500万台,这是中国彩电企业首次全球年出货量突破1500万大关。数据显示,2012年,全球彩电企业中年度销售目标超过1500万台的只有三家:三星、LG和TCL。有关专家表示,在世界彩电格局向中国偏移的同时,国内彩电业全新的“雁阵格局”也正在形成。

## 彩电业的中国时代已来临

当夏晋、松下正忙于自救,索尼下调年度销售目标至1450万台,TCL已成功突破了1500万台大关,跨越了全球彩电业第一阵营的“临界点”。2011年,TCL全球平板电视销量最终锁定在了1086万台,这是中国彩电业首次突破1000万大关。2012年,TCL提出了1520万台的年度销售目标,增幅近50%。

北京中怡康时代市场研究公司副董事长李基祥表示,TCL年出货量突破1500万台,将会直接带来中国彩电业的格局分化,中国彩电业将形成全新的“雁阵格局”,即形成以1500万台量级企业为第一梯队,以1000万台量级为第二梯队和700万台以下量级为第三梯队的雁首、雁中、雁尾新矩阵。

分析显示,目前中国彩电业第一阵营和第二阵营间已拉开了500万台左右的巨大市场量差,这让TCL处在行业雁首位置。持相同观点的产业观察人士认为,受马太效应影响,“雁阵格局”三大梯队之间的市场量差未来还会进一步放大,2013年家电行业强者愈强、弱者愈弱的趋势将会表现得愈发明显。

“对中国彩电业而言,TCL雁首独大将有助整个行业集中优势资源,对全

球彩电版图发起有力冲击”,中国电子视像行业协会副会长兼秘书长白为民认为:“中国彩电业出现第一个1500万台量级的企业,并晋级全球前三,这意味着中国彩电业的全球竞争力得到了大幅提升。这是中国彩电业跨越式发展的契机,中国彩电业有望在TCL的雁首效应拉动下,创造出中国时代。”

## 智能云电视将成新竞争点

DisplaySearch数据显示,2013年全球液晶电视出货量预计将增长至2.41亿台;而据Gartner预估,2013年全球智能云电视渗透率将达50%,成为全球彩电产业背后的主要增长引擎。

在智能云电视领域,中国彩电业具有先发优势。TCL更是把发展智能云产业放在了企业战略高度,并在今年推出了多款行业领先的智能云产品,包括双核智能云电视和iCE SCREEN冰激凌智屏等。而处于第二阵营的海信、创维在智能云技术领域也涉足较早。无疑,在全球彩电业新一轮智能云技术转型升级中,中国彩电业确实比以往更具有撬动全球产业格局的机会。

调研机构WitsView数据显示,2012年中国液晶电视品牌的全球占比已达

23.8%,首度超越了日本的22.4%,2013年市场占有率更有望进一步提升至24%-25%。“预计至2015年,中国将至少有两家企业跻身全球彩电前五。”有产业评论人士表示,“2013年,TCL将与三星、LG共列全球三甲,全球彩电产业重心正在向中国偏移”。

## 2014年TCL销售收入将破千亿

DisplaySearch最新资料显示,截至2012年三季度,TCL全球LCD电视市场占有率已从二季度的5.0%提升到了6.7%,并以18.7%的市场占有率继续保持中国LCD电视机市场第一位。

TCL集团董事长李东生表示,在未来十年TCL要“成为全球领先的电子产业集团,核心业务竞争力要进入全球同行的前列,综合实力将进入世界500强”。按其构想,到2014年,TCL销售收入将突破1000亿元。

分析人士预测,2013年TCL全球平板电视出货量将稳步提升到1800万台左右,届时,全球彩电业第一阵营或将形成三星、LG和TCL三强鼎立的格局,而中国彩电业将进入雁首独大的TCL时代;中国彩电业也有望在TCL的带动下,实现产业集群化增长,而TCL也将距离自己的目标越来越近。

商报记者 金朝力

## 华星光电实现整体盈利

## 累计销售量超千万片

近日,依靠自主创新、自组团发展起来的华星光电宣布其自量产以来产品累计销售出货量已超过1000万片。这是华星光电投产后继5月实现累计出货100万片,8月实现单月出货量100万片以来,华星光电在自主创新成果的道路上所取得的又一重要成果,即自2011年10月12日量产以来,创造了仅用10个月内完成累计出货量由0到100万片业内出货时间最短纪录,之后仅用7个月时间完成从100万片到1000万片的突破,华星光电的生产经营已经进入到一个新的发展阶段,并于经营期首年实现整体盈利。

有关专家表示,华星光电取得的阶段性成功,打破了人们一贯认为面板企业投产即亏损的思维定式,标志着我国平板显示行业开始掌握高端液晶面板核心技术,摆脱了长期以来受制于人的局面,并具备了在国际市场上与世界一流厂商角逐的实力。随着华星光电产能的持续提升与产品线的不断丰富,未来在政策的支持与市场需求恢复增长的背景下,华星光电的行业地位将得到凸显,发展前景值得期待。

2012年是华星光电首个经营年度,在首个经营年度内即实现量产出货超1000万片,并自9月开始连续盈利,这表明华星产品优良的品质以及价格优势已极大地吸引了终端厂商的青睐,并获得广大客户的认可。随着客户开发进度不断推进,华星光电销售不断提升,10月华星产品出货量188万片,占世界市场份额的9.5%,跃居全球第五,其中32英寸产品出货量为全球第一,同时在中国内地市场份额为19%,成为中国内地第二大液晶面板供应商。

商报记者 金朝力 孙聪颖