

编辑 陈维 美编 韩玮 责校 李月 电话:64101895 sjdzk@163.com

## · 鉴赏室 ·

## 卡氏空气净化器



近日,湖南文象集团在京发布了卡氏KJFS280空气净化器。该产品主要针对新生儿家庭及新装修家庭而研发,CADR值为280m³/h、额定风量450m³/h、使用面积为40平方米,拥有静音、低、中、高四个档位,支持手机App控制,售价1780元。

**点评:**该款空气净化器与同类产品相比最大的区别是采用了自主研发的极炭心成型及负载技术的极炭心炭芯,能有效吸附并分解甲醛、苯、TVOC等有毒有害气体,并且通过冷触媒技术将其转换成水和二氧化碳。据了解,在制造过程中,卡氏KJFS280空气净化器未使用任何黏合制剂,从根本上杜绝了在其他品牌同类型产品上频频发生的二次污染隐患,保证了100%的绿色纯天然。

## 艾美特电暖炉



日前,艾美特发布了2014年系列电暖器新品,其中艾美特立体快热电暖炉HL24086R采用360°立体加热技术,做到全方位、大面积、多样化取暖。开机5秒即热,无需等待;全方位立体加热,让暖流从上下左右各个角度涌出,无处不在。

**点评:**该款产品同时具有国内率先推出的双核新型合金发热体,能够全面大幅度升温加热。左右两个发热体可左右单独控温,人多空间大时可左右两边同时发热;人少空间小时可以单独开左边或右边,节能省电又省钱。

## 志高V铂系列空调



志高V铂系列自然美学空调,拥有令人惊艳的艺术范儿外观,采用如“水中天使”海豚一般的完美流线型身姿,颠覆空调传统方方正正的呆板造型。为了呈现至美的效果,V铂的最薄处做到了极致8.8cm,同时保证空调性能的完美实现,采用了360度空间精雕技术,具备持久高光度、立体感十足、耐磨防刮花,极大提升面板的整体质感,让空调持久如新不褪色。

**点评:**除了令人惊艳的艺术范儿外观,V铂在健康、节能、静音等方面也拥有极其出色的表现。同时,为了给不同需求的消费者提供更多选择,V铂特别推出了尊享版、艺术版和时尚版。V铂不只是一台空调,更是一件可以提升家居生活品质的艺术品。

前10月出口增长超三成

## 彩电向外走凸显内销乏力

眼见内销市场深陷负增长泥潭,家电企业争相向出口转型。北京商报记者日前从海关总署公布的我国彩电出口数据获悉,10月,我国彩电出口量达到748万台,出口金额约14.48亿美元。从今年1—10月的整体数据来看,我国彩电出口总量达到6264万台,比去年同期增长31.9%,完成7500万的年出口目标已成定局。有关专家表示,彩电在国内市场已遭遇天花板,被迫转向海外市场正成为趋势。

## 内销市场下滑严重

“今年的家电市场没有春天。”这是最近诸多家电厂商对北京商报记者感叹的一句话。由于“家电下乡”、“节能惠民工程”等政策红利消失,房地产市场持续疲软以及CRT替换需求透支等原因,2014年的彩电内销市场下滑严重,出现了30多年来首次行业性负增长。据奥维咨询公布的最新数据显示,今年上半年,中国彩电内销市场总量为2093万台,同比下降9%,并预计全年内销彩电总量将同比下降4%至4590万台。

家电产业研究专家陆刃波对北京商报记者表示,至少在未来1—2年内,整个国内彩电市场消费需求将保持在一个低速甚至下跌的轨道之中。要想尽



快走出低迷的状态,彩电企业应该加大对技术研发和产品创新的投入,使产品竞争向中高端转变。目前来说国内彩电的产能和产量都保持高速增长,国内彩电要从“规模性增长”向“结构性增长”转变,更大的屏幕、智能化、超高清将成为吸引用户购买新电视及替换老旧的LCD电视的重要因素。

## 海外市场成新增长点

相对于彩电业内需求疲软、销售大幅下滑而言,近年来国内彩电厂商拓展海外市场的热情持续高涨。前有创维收购夏华南非公司,海尔收购新西兰斐雪派克,后有TCL斥资约1.2亿港元收购三洋墨西哥彩电工厂,美的与开利成立合资公司拓展印度空调市场。我国彩电巨头在海外市场的纷纷布局,不仅给彩电出口

创造了更大的空间,同时也表示海外的彩电需求量在日益增加。

随着世界经济的放缓,为什么越来越多的海外市场开始将目光从日韩彩电转向中国彩电?

家电分析师梁振鹏在接受北京商报记者时表示,一方面,源于彩电市场滞后的亚非拉地区的强大需求;其次,这跟日本家电行业的衰落、经营效力下降有一定关联;最后,日韩液晶彩电的价格普遍要高出中国同等产品,所以中国的彩电在国际市场上也具有物美价廉的优势。

## 未来机遇与挑战并存

相对于欧美市场的不确定复苏,近两年家电新兴市场表现出强劲的增长趋势,尤以非洲和中东市场增长迅速。一直以来,中国企业“走出去”并

没有特定的模式或特定的套路可以遵循,海外新兴市场的崛起让我国家电企业发现了新的市场空间,但同时也使得国内家电企业面临着机遇与挑战并存的局面。

陆刃波表示,目前家电企业在出口外销上还有两大难题亟待攻克。一是海外市场的开发和渠道的建设,二是怎样让我国的自主品牌在海外市场得到广泛认可,让海外消费者普遍接受。此外梁振鹏也指出,随着曲面、OLED等高端电视的海外需求越来越大,国内的家电企业在出口上也面临着技术研发、质量和工艺上的更多挑战。企业应该以技术研发投入和优异的产品品质来驱动,从而逐渐培育出自主品牌在海外市场的竞争力。

北京商报记者 金朝力  
实习记者 廖天云

## 全球首个云空调标准正式发布

空调行业智能化规范有望在明年得到统一。日前,广东省质量技术监督局发布广东地方标准2014年第7号公告,正式批准《云技术应用房间空气调节器 第1部分:总则》(DB44/T 1462.1-2014)和《云技术应用房间空气调节器 第2部分:云房间空气调节器》(DB44/T 1462.2-2014)两项标准发布,并将于2015年2月10日起开始实施,这标志着全球智能家电业首个云空调标准正式落地。

在业内人士看来,随着全球首个云空调地方标准的正式颁布实施,将加速推动中国空调产业的智能化发展进程,与此同时,推动云空调市场竞争秩序的进一步规范和理性,这也将会带动整个云空调上下游产业链的繁荣与发展。

展,并进一步夯实以志高为代表的云空调标准制定者和推动者的领先地位和竞争优势。

据了解,此次发布的两项云空调标准,首次对云空调进行了明确的界定:在制冷核心技术的基础上,云空调是运用云计算技术对现有应用进行升级和管理的智能化房间空气调节器。该智能化设备应实现云定制、云控制、云适应、云诊断和云升级五种功能。

云空调标准由广东志高空调有限公司主导,并与佛山南海区标准化研究与促进中心、威凯检测技术有限公司、广东美的制冷设备有限公司、广东美芝制冷设备有限公司、上海日立电器有限公司共同参与起草和推动。

早在2012年2月8日,

首台云空调便在志高率先问世,完成了内置控制芯片对传统空调的植入和改造,并引入“外脑”——云计算,使空调产品不仅第一次实现了与使用空间、气候环境、消费者个性三者之间动态完美搭配;更首次实现了空调产品电子化的检测、保修与自动化升级。

云空调的诞生和市场推广,也全面引爆了中国空调业智能化革命的创新进程和步伐。不过,在标准出台前,各个企业各自为主的智能化定义和标准一方面使消费者在选购产品时无权威标准可依;另一方面会使空调业陷入无序的竞争中,影响智能家电的进一步发展。

广东智能家电研究院院长、志高空调董事长郑

祖义表示,在大数据时代,以云技术为代表的空调智能化必将成为继变频技术之后的主流发展方向,作为智能高端空调引领者,志高有责任倡导和推动相关行业标准的发布及实施,规范、引导智能化市场,使云空调更好、更快地普惠消费者。

业内专家表示,云空调标准的颁布落地并迅速推进,将有利于改善当前智能空调市场竞争的现状,带动并发展以云空调为代表的一系列智能新品加速市场化普及。未来3—5年内,以云空调为代表的智能化产品将会快速取代非智能产品,成为市场的主导者,从而完成一场以新产品新技术“迭代”为核心动力的空调产品格局裂变。

北京商报记者 陈维