

家电产业变革

从防电墙的产品安全到 Tech 活水的热水健康

# 热水器革命：用户更需要的是健康热水

■ 本报记者 文剑

电热水器的安全，不只是产品本身的放心使用，还包括热水的卫生健康。

自今年4月份以来，由美的自主研发的Tech系列活水电热水器，一经推向市场便迅速对沉寂多年的电热水器市场带来全新的改变。正如当年防电墙技术问世，解决了人们对于电热水器放心安全使用的需求一样，活水热水器的问世直击当前人们对于电热水器热水卫生健康的担忧，实现从产品安全使用到热水放心使用的新跨越，从而为发展一度陷入停滞期的电热水器打开了新的发展局面。

## 从消费者最关心的需求入手

过去几年来，随着人们的生活水平提升、生活方式的改变，开始对传统电热水器产品发展产生新的冲击。美的电热水器负责人在接受《中国企业报》记者采访时就指出，“其实，用户需要的不仅是电热水器这个产品本身，用户更需要的是卫生健康的热水，活水热水器的问世正因为牢牢把握这一消费需求改变的主流趋势，从而成为这一潮流的开创者和引领者”。

自从电热水器的“防电墙”技术问世之后，整个产业的产品技术创新就一度陷入停滞期。《中国企业报》记者了解到，近年来行业围绕电热水器的

产品创新主要是停留在产品的性能指标，比如省电能、外观设计、内胆材质等细节方面，缺乏大的革命性创新产品问世。相较于太阳能、空气能热水器相比，产品升级换代速度较为缓慢。

不过，这并不意味着电热水器产品已经迎来了用户体验的最佳时代。美的电热水器研发人员透露，“我们在对市场和消费者的调研过程中就发现，很多消费者关注的不仅仅是热水器这个产品本身，更加看重的是热水器产生热水后的使用体验。电热水器自身的安全可靠是产品最基本性能，消费者对于安全的要求是基本。随着人们生活品质的提升，特别是对热水器热水卫生健康提出了新的要求。”

受到技术创新的条件限制，多年来市场上销售的众多电热水器经过长期使用后难以避免地出现热水残留，在储水箱中形成大量的死水。技术专家就此指出，“由于电热水器内胆密闭结构的特殊性，导致了水垢和杂质不能及时、有效排出，内胆水也不完全流动，产生的水垢、杂质长期沉积在底部，对内胆水质造成二次污染。”

近年来，已经有不少消费者对于电热水器存在的水质二次污染产生了对热水使用健康的担忧，开始弃用这一产品。同时，随着太阳能、空气能等新能源热水器在绿色环保、安全性能方面的独特优势，加速对电热水器市场销售产生新的冲击。

一边是消费者对于电热水器热水健康的疑虑希望需求得到解决，另一

边则是新能源等替代型热水器的步步进逼，对于众多的电热水器企业来说，应该何去何从？美的技术人员透露，“站在行业发展的拐点上，美的决定选择以提供‘卫生健康’热水作为创新突破口，将电热水器的安全内涵从产品本身向产品提供的热水健康体验进行扩张和延展。”

## 拓展热水器安全内涵的发展新时代

生活环境的污染越来越重，就连人们日常饮用水质也常常受到污染，这进一步加剧人们对于电热水器提供热水卫生健康的担忧。

正是在这种背景下，美的热水研究院通过三年多的实验与产品创新，对于“什么样的热水器才是健康的”这一问题，给出了自己的专业答案——第一是热水器的内胆无水垢沉积；第二是内胆水质状况良好；第三是内胆无长期积水细菌。

同时，美的还对于热水器如何提供健康热水，给出自己的专业解决方案——Tech活水技术，通过多项自主研发的国家专利技术，推出“健康预警”和“智能排污”两大功能以及便捷独特的“排水阀”设计，用户只要打开开关，就能将积存的杂质一冲而净，实现了热水器的定期清理、有效改善内胆水垢、实现健康热水洗浴。

对此，美的热水器高级工程师彭

海滨指出，“防电墙”等技术的不断完善，使电热水器步入“安全时代”，而摆在用户面前的洗浴健康问题，长期以来未能得到有效解决，美的活水热水器正是基于防电技术基础上的一次全新突破，在“防电墙=安全标准”后树立“活水=健康标准”的新观念，从而实现电热水器技术和理念的革新。

作为电热水器市场的后来者，美的通过持续的产品技术创新，从10S速热，93.8%热水率，再到Tech活水技术，围绕消费者需求点出发，在带给消费者更方便、更契合需求的用户体验同时，也实现了对产业发展方向和消费潮流的引领，从而实现了“后来者居上”。

来自市场的实际情况，也超出了活水电热水器创造者们的预期。中怡康市场监测数据显示：自今年4月活水热水器系列新品上市销售以来，美的电热水器的市场占有率较去年同期增长10.84%。其中，高端产品的市场份额提升尤其明显，在2500元以上价格段产品，美的电热水器的零售额同比增长49.6%。

“美的活水电热水器的成功，不只是因为牢牢抓住了当前消费体验的痛点实现了变革，还通过跳出传统防电墙技术创新的理念，重新在中国电热水器市场上建立了新的发展升级轨道，从而实现了自身发展的厚积薄发，也给市场上众多热水器企业提供了从跟随到领跑的超越标杆。”浙江万里学院客座教授冯洪江如是说。

经销商访谈

# 17年见证奥克斯的商业诚信

■ 本报记者 文剑

厂商关系是最为复杂的商业关系之一，其间既有目标一致点，又有摩擦与博弈处。在家电业，调查显示经销商的忠诚度普遍较低，品牌经营年限平均不足4年。

今年以来，《中国企业报》记者在对奥克斯空调经销商采访中发现，很多经销商不仅与奥克斯合作时间长达10年以上，并对今后奥克斯的合作也充满信心。这一切，正是源自于奥克斯多年来所坚持的“商业诚信”。

多年来，经销商在与空调企业合作中，最担心的就是厂家不诚信，承诺不能兑现，开空头支票；产品质量不可靠；品牌没有发展潜力等问题。但在河北天王电器销售公司业务经

理吴少华看来，这些担心在与奥克斯的合作中都是多余的。“我与奥克斯合作17年来，放心、无后顾之忧，好比上了多重保险”。

“奥克斯只要承诺的都能兑现，比如健康渠道白皮书承诺的退换货政策，2012冷年因为政策和天气原因出现库存，厂家宁可自己亏钱，也不让我们经销商受损失。这样负责任的企业当然会留住经销商。”吴少华表示。

有了诚信，再加上有竞争力的产品，经销商做起市场如虎添翼。吴少华表示，“奥克斯空调每年都保持一定幅度增长，2013冷年我们销售额就增长15%，正是得益于奥克斯产品竞争力提升。”

吴少华认为，奥克斯空调的竞争力主要体现在四个方面，品牌、品质、价

格、款式。“以品质为例，尽管很有保障，但奥克斯还在努力提升。今年，包括产品包装、重量、管路在内的100多个细节都有改进，腻子都比以前重！奥克斯现在用的配件来自格力供应商。”

“以价格为例，奥克斯推出的1度到天明产品，价格为3799元，而另一家企业同类产品价格在5000元。优越的节能效果，加上极具竞争力的价格，产品上市后销售特别好！”

在品牌宣传方面，“奥克斯不仅聘用功夫巨星李连杰作为品牌代言人，还在非常火爆的《中国好声音》广告招标中标，明年你们再看这个节目，就会听到主持人念奥克斯的名字，奥克斯的名气就更大了！”吴少华兴奋地说。

在不断提高品牌知名度的同时，

奥克斯对经销商的促销活动也不遗余力地支持。据吴少华介绍，2014冷年，奥克斯确定了精准营销的方案，也就是针对特定区域、特定人群进行点对点的促销活动。“只要我们提出促销要求，厂家就会支持，我们想怎么做就怎么做。比如在县级地区，采取了因地制宜的大篷车和喇叭式的宣传方式。”谈及精准营销的效果，吴少华透露，在今年10月20日，天王电器面向周围亲属举行的一场内购会，当天就销售200多套空调。这种细分消费人群的营销效果令人振奋。

“品牌有良好的发展空间，消费者能买到好的产品，我们经销商能赚到钱，这样的品牌，没有理由不做下去！我们之间的合作，正在向下一个17年努力！”

趋势

# 油烟机告别小时代 老板电器领衔大时代

■ 本报记者 安也致

一个属于中国厨电业、属于老板电器的时代已经到来。日前，在厨电行业领军企业老板电器(002508)宣布中国油烟机全面步入大吸力时代，停产非大吸力油烟机之后，西门子家电也宣布全面实施厨电本土化战略，推出大风量油烟机新品，再度烧热大吸力这把火。

## 大吸力时代来临

早在2008年，老板电器率先开启油烟机行业先河，以“每分钟17立方米”拉开中国油烟机在大吸力时代发展序幕。

随后便吸引包括西门子、帅康、万和、美的等众多企业的响应，相继推出各自的大吸力产品，由此开启了一条中国企业“自主创新、自主定义、全面领跑”油烟机时代大幕。

自10月1日起，油烟机正式纳入能效标识管理体系，这也被认为是大吸力时代发展的新机遇。按照全压效率、待机功率、关机功率、常态气味降低度四大性能指标，吸油烟机被分为5个等级，达到2级及以上的产品被认定为节能。

正如中国标准化研究院能效标准管理中心研究员成建宏所说，“能效标识制度的实施，一度被认为是大吸力油烟机的发展门槛。没有想到，老板电器率先在大吸力产品上实现的节能与环保的一体化创新，其所有大吸力油烟机均达到了国家一级能效的最高标准。”

据线上线下整合数据调研机构奥维咨询发布的市场监测数据显示：2013年1—10月份，老板油烟机以市场零售额23.7%、零售量16.5%，双双夺得行业第一。同时，老板吸油烟机占据大吸力市场60%以上的份额。

## 四大标准重新定义

中国家电研究院副总工程师张亚晨也认为，“绿色、节能、环保、智能，是油烟机产业未来发展的主要趋势。但是，对于消费者来说，他们最本质需求不只是这么简单，而是对于油烟机在厨房中好的吸油烟效果的追求。”

日前，在“大吸力有大智慧”——老板电器智慧定义大吸力时代新品发布会上，老板电器工业设计总监王强首次向外界披露大吸力时代的四大全新标准：拢吸——首创360°龙卷吸烟，瞬间洁净，20秒给你一个新厨房；强滤——首创A++免拆洗技术，全面提升油烟分离能力，确保油烟彻底分离；速排——独创双劲芯技术，动能更强劲，双面立体吸烟，吸排更高效，将油烟瞬间排出，内腔不积油；节能——大吸力油烟机能效全部达到国家1级高效节能标准。

这意味着，大吸力不只是衡量吸油烟机风量大小，也不是判断吸油烟机排烟性能等单一指标的性能参数，而是围绕消费者对于好的吸油烟效果建立起来的一套从“拢烟、吸烟、过滤、排烟”系统解决方案，实现了油烟机对节能高效、绿色环保发展趋势的一体化融合。

中国五金制品协会理事长张东立强调，“在政策导向、消费需求和产品升级的三轮驱动之下，吸油烟机行业向高端化、节能化、绿色化方向转型步伐加速”。

作为中国厨电行业的领导者，在老板电器34年的发展历程中，多次以技术的创新推动行业的变革，从油烟机行业的开创者，成长为见证者，最终成为高端品牌的杰出代表。同样，油烟机大吸力时代的开启，则被认为是老板电器站在产业发展新拐点上的一次自我挑战与再次创新。

张亚晨指出，“油烟机最本质的功能是吸烟效果，油烟机行业技术创新的方向，应该真正结合消费者需求，回归吸尽厨房油烟这一行业本位。老板大吸力时代的开启，标志着中国油烟机正朝着好的吸油烟效果这条道路上加速前行。”

KONKA 康佳

视界，因核而变

8核，就是快！

康佳 极智 UD 系列

视界，因核而变。  
极智，源于对智能电视极致的追求。康佳极智UD系列，搭载强劲的8核芯片（4核CPU运算+4核GPU渲染），4K2K+240Hz超高清液晶屏幕，Android 4.2系统，特有同步享双通道Pro、智慧生活化实景UI、家庭云智控、游戏天地、黄冈助学等一系列超凡功能和海量应用，带给你极智、极清、极快的非凡体验。

8核，就是快！

8核

硬屏 4K

双通道 Pro

GPU 核显

4K 画质

极速响应

康佳集团股份有限公司 中国·深圳特区·华侨城

400 880 0016

www.kkapp.com

网上商城: shop.konka.com