

拨打**4006999999** 空调 **免费清洗保养** 送上门!

忙碌一个夏天的空调,该到了清洗的时候,全能海尔即日起全面开展“免费清洗”活动,帮你的海尔空调好好洗个澡!

即日起凡持“海尔省电空调尊享体验卡用户”,赶紧拨打4006999999,海尔就会派出专人上门为你家的海尔空调做免费清洗保养!



## 海尔感人空调 更绿色更智能

### 【记者调查】

2009冷年帷幕已落,2010新冷年的海尔空调又快马加鞭,一款突破性实现健康、节能功能融合创新的“感人空调”应运而生。这款产品不仅具有领先的节能优势,能效比达行业最高;在智能感人方面也首创世界领先且获得国家专利的“IFP智能感知人体技术”,是目前行业唯一一款可实现“风随人动,自动调温”的创新性产品。

据悉,这款感人空调是海尔空调整合全球顶级资源,由欧洲顶级设计公司DGmH与日本一流的权威专家团队倾力打造,在健康节能领域取得的全新突破。它不仅是海尔由“高效省电空调领导者”向“健康节能空调领导者”的全面升级之作,更标志着海尔空调在健康节能技术方面已达到全球领先水平,将引领行业走向一个新的起点。

### 空调耗电大、送风不智能是用户最大抱怨

在国家大力推广实施高效节能补贴的作用下,节能空调已成为主流消费趋势。但在使用过程中,不少用户都反映由于空调运行温度不能根据人的状态而改变,不管人在与不在、位置在哪,人数多少,都是呆板地工作,既让人无健康感,又耗电。

### 【海尔行动】

### 由“高效省电空调的领导者”升级为“健康节能空调的领导者”

为解决用户对空调送风、温度及耗电等方面的抱怨,海尔空调迅速整合资源,欧洲顶级设计公司DGmH和日本一流专家团队联袂研发设计,这款感人空调正是应消费者需求且由“高效省电空调领导者”升级为“健康节能空调领导者”的创新性成果。

据海尔空调开发人员介

绍,在节能方面,这款空调采用其行业独创的智能调速省电(SVE)技术和180°正弦波直流变频技术,达到国家最高的1级能效,能效比高达6.91,行业最高。在节能领先的基础上,海尔空调又联袂日本专家团队首创全球领先水平的“IFP智能感知人体技术”。这一技术在综合了第一代产品只能感知人的存在,第二代产品只能感知光线、感知空气质量的基础上,显现出的最大的特点就是能够自动感知包括人的存在、人的数量、人的活动量等。如人多时制冷温度会自动下降,人少时制冷温度会自动上升,且在这一过程中,制冷/制热每下降或上升一度,均可省电10%—30%;人离开20分钟后,空调会自动进入省电状态。目前这一技术已获得国家专利。不仅如此,其融合了海尔专利双向换新风、特有健康负离子以及新型领先无氟冷媒等多项创新性健康技术,更是将空气质量始终控制在人体感觉舒适的范围内,营造出一种舒适时尚的美好居住生活。

快报记者 王多

# 『盘点2009家电圈』系列报道之一 空调业在『三大战役』洗礼中迎来拐点

全行业背负着1500万台库存,国家能效标准大限逼近,早在2009年初,业内观察家们就纷纷断言,2009年的空调大战注定会空前激烈。但令人欣慰的是,到了年终盘点时,我们没有看到简单而惨烈的价格战让行业前景愈发混沌迷茫。相反,一次次空调大战除了让消费者享尽了实惠,节能高效的行业发展趋势也越发清晰明朗。此外,变频空调也在今年迎来了期待已久的破茧时刻,从国庆黄金周销售情况看,变频空调产品在各大厂家的销售占比中平均已达20%—30%，“变频元年”终于开启。

### “新春战役”美的打响第一枪

2009年2月28日,当人们还在料峭的春寒中缩紧脖子时,美的却将空调这一大多数人看来还很遥远的东西推到了商战的前沿。在此之前,美的连续在媒体打出大幅广告,不仅用“买空调屏住呼吸”和“史无前例的促销盛宴”等吸引眼球的字眼吊足消费者的胃口,甚至还提醒消费者就近到美的空调指定经销店对比各品牌型号及价格。在美的高调而自信的宣传下,消费者的热情被迅速调动起来,蜂拥挤进卖场。

市场还处在春节后的温吞阶段,美的就如此快速的“亮剑”,同行们颇有些意外,却没有乱了阵脚。很快,志高、奥克斯及格兰仕等知名空调品牌迅速做出了反应,平均让利达到了30%,1P空调价格跌破1000元,1.5P空调跌破1700元,2P空调回到3000元关口之内,一个个“惊爆价”掀起了2009年空调销售的第一波高潮。苏宁在这轮空调热销中创下了单日销售达2000台纪录。在各品牌的促销的刺激下,消费者的这轮空调购机热潮一直延续到“3·15”之后。

### “五一战役”节能空调崭露头角

尽管是靠降价聚了人气,但消费者的购买热情已经让各厂家有了底。尽管都称高能效机型占了销售的绝大多数,但四五级能效机型后的畅快,不少品牌都在沾沾自喜。在这样的背景下,五一空调战也就不可避免。果然,格兰仕在促销广告中喊出了2级能效定速空调5级能效价位的口号,海尔、美的、奥克斯、志高、海信等品牌也都表示,五一期间的促销活动力度将是今年以来最强的一次,而这时,南京仲夏的气温也一路飙升,为这轮行情“煽风点火”。

因为“新春战役”的已经让厂家清理了不少低能效空调库存,大家便有了精力将各自的变频空调、高能效空调投入降价促销中。海尔、美的、奥克斯、海信、海尔、志高空调等各大空调纷纷打出“节能、健康、环保”等招牌,节能空调在商家卖力的吆喝中开始崭露头角,综合个品牌业绩,能效比在3.0以上的空调占了五一期间销量的近七成,卖得最疯的不再是特价机,这成了2009空调“五一战役”最大的看点。

### “十一战役”行业终现拐点

转眼到了9月份,往年空调行业这个时候已经到了盘点收官的时候,即使国庆长假仍有一拼,规模也不会胜过之前的几个节点。但在今年这个特殊背景下,好戏依然不断。9月1日,打响2009第一枪的美的空调又一口气推出了四款变频空调新品,并高调宣布2010年将坚定地发展变频战略。就在业内期待十一空调大战上演的时候,行业领军品牌格力空调提前十天“动真格”,斥资数千万元在9月19日、20日两天进行了力度空前的促销,各大品牌迅速跟进,“十一战役”开打时间整整提前了十天。

由于今年上半年家电利好政策频出,不少消费者干脆持币观望,购买空调的刚性需求在国庆这个节点集中爆发。而空调企业经历了两次消存和对政策的适应调整期,也更从容地应对“国庆行情”。如此背景下,十一国庆空调战精彩程度超过了往年任何一次。盘点2009年的最后一场空调大战,行业出现了喜人的拐点,变频空调受宠,节能机型热销使节能高效这一行业发展的趋势也愈发清晰明朗。海尔的“感人空调”,奥克斯的健康空调,格力的“月亮女神”挂机等个性化、高端化的机型不俗的表现,也标志着老百姓空调消费观念已经悄然改变,逐步从“价格消费”走向了“享受性消费”,这就要求各厂商不能局限于单纯的价格血拼,而必须在产品的功能和技术研发上做足文章,这对于空调行业的良性发展具有非常积极的意义。

毋庸置疑,2009年空调行业的“三大战役”将对今后空调市场产生深远影响。2010年,国内空调市场在家电下乡、能效补贴、以旧换新等利好政策刺激下有望继续大幅增长,空调大战也将持续上演。消费者越是注重品质,市场就越复杂多变,就更要求厂商的善于观察并能捕捉到稍纵即逝的商机,才能成为空调行业最后的赢家。

### 延伸阅读

### 倡导节能 海尔先行

在这轮高能效空调热销中,海尔的空调销售业绩可圈可点,因为奉行“订单生产”的原则,海尔空调并没有受到海量库存的拖累,而且先人一步的实施了节能环保的发展思路,旗下四五级能效空调早已停产,对于五一空调大战可谓轻装上阵,胸有成竹。

在不久之后实行的国家节能惠民工程中,率先发展节能空调的海尔也成了国家补贴的最大受益者。

快报记者 杨成

**Haier**  
一个世界一个家

海尔卡萨帝感人空调  
**风随人动 自动调温**

- 选择离开房间时,不需求调节,并且可随人动,动态感人。
- 人少时,自动上调1℃
- 人多时,自动下调1℃

**海尔,健康节能空调的领导者**

海尔感人空调,专利IFP技术:智能感知你我,自动调整风向,自动调温,健康又节能。

海尔空调

青岛海尔空调有限公司 服务热线:4006999999 网址: http://www.haier.com

海尔洗衣机、冰箱、微波炉等家电展示。