

(上接T8版)

## 变频空调 执着创新的代名词

变频空调技术进入中国市场已经有十多年了,本来不算什么创新产品,但在一段时间里,变频技术带给国内一些空调厂商的却是“盲目崇拜”和“盲目恐惧”,甚至造成了超高端超高价消费者不买账,假变频愚弄消费者抹黑全行业的两种极端。但可贵的是,在这段对于变频空调的迷茫期,不少优秀的空调厂商凭着可贵的执着默默坚守,不断研发新品、创新技术。正是他们一年年的坚持,变频空调在去年未能获得节能补贴的情况下却“逆市上扬”,越来越得到消费者青睐,在几场空调大战中完美收官。2009冷年变频空调在国内市场销售增速达56.24%,销量已占空调总销量的17.33%。2010冷年度变频空调市场份额有望达25%,空调行业“变频元年”。不夸张地说,“变频空调”在中国代表的是创新技术,更是一种创新精神的剑侠气概。

### 美的“独门剑术”争夺严寒市场

2009年五一黄金周,消费者青睐节能高端空调的趋势已经非常明显。变频空调的恒温、快速制冷、不间断运行、内外静音等优点也被越来越多的消费者认识。短短一年,消费者就完成了对变频空调从“了解”到“认可”,从“尝试使用”到“购买偏好”的转变过程。在严寒市场,变频空调的表现依然出色,凭借高效双转子压缩机、可控电辅助加热、高金镀膜换热系统和高频制热设计四招“独门剑术”,信心满满的美的宣布去年11月23日起开展为期三个月的“制热不满意,无条件退换”的活动。

### 格力能效比实现6.3

格力意识到,国内市场很多传统直流变频空调只能将运行频率控制在30Hz左右,只有掌握了让压缩机低频运行能力,才能掌握变频技术的核心。如何让压缩机更加低频运行,为了突破这个技术瓶颈,格力已经“闭关修炼”了12年。12年磨一剑,经过反复技术攻关实验,格力的G-Matrik直流

变频技术,做到了空调压缩机15赫兹低频运转的同时,依旧能够稳定运行。格力在国庆前夕推出的全直流变频空调“月亮女神”系列可以最低6赫兹运行,能效比达到了6.3,远远超出国家5.2的一级节能标准,此外它的环保冷媒、智能冷媒流量控制、二氧化碳监控换气以及远程智能控制等技术,也将变频领域带上了一个新高度。

### 奥克斯实现无氟升级

进入冬季后,健康空调倡导者奥克斯也加入变频市场的角逐,打出了绿色无氟、3级能效、180度正弦波核心技术三大招式,并力争2010年变频销量突破100万台。奥克斯在变频技术储备和资源投入已经长达8年,实现了从技术引进到自主创新的升级,目前所有奥克斯变频均采用R410A无氟制冷剂,领先行业多年实现了从有氟向无氟的升级。

### 海尔海信“黑白通吃”

在变频空调领域,还不能不提“黑白通吃”的两位侠客海尔和海信。他们将自己独特的创新理念融入了变频空调的开发中。海尔推出的“感人系列”变频空调运用国家专利的“IFP智能感知人体技术”,能够自动感知包括人的存在、人的数量,甚至人的活动量等参数等,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,“感人”空调一上市便受到消费者热捧,并被美誉为“会思考的空调”。

海信空调则考虑到不少国内家庭使用空调间隙性、时间短的习惯与变频空调省电的功能需要开启一段时间才能达到的特点,大胆尝试开发出一款兼具变频节能空调和变频空调的优点出具有“高效省电”和“长效节能”两种运转模式的双模空调。用户开启空调可采用定频模式,待机器运转到黄金频率时再启动变频模式。凭借双模空调的良好市场反响,海信变频空调在各大品牌变频产品的比拼中可谓独辟蹊径,创造出一块专属自己的市场增长点。

快报记者 杨成

## 天瀑剑

无常,意到随成,此为七剑中之精品。熔千剑而铸成,千锤百炼,虚实变幻。

## 品质

引领潮流的高新精品推出。2009年中国家电高端产品屡屡亮相,赢得市场赞许,包括合资品牌和国产品牌,都有

### 推荐品牌

西门子 海尔  
美的 方太 海信

曾经,“高端”在消费者眼中意味着“奢侈”、“高价”。几年后,随着“高端”商品的多样化、系列化以及家电消费的品质化追求,“高端”家电早已走下“神坛”,进入越来越多的普通消费者的家中,高端家电也不再是洋品牌的专利,众多国产品牌早已纷纷发力“高端”,立足品质,“高”得有理,实实在在地提升了生活质量。

## 立足品质“高”得有理 高端家电高调突围家电圈

### 高端家电的受众是谁?

高端家电的确有差异化的出众品质,但售价也会明显高于其他档次家电,究竟谁会为此埋单?记者在采访时了解到,目前家电消费的主角有两大类,一是新婚夫妇或准新婚人士,他们有着旺盛的消费热情;另一个是乔迁新居的人群,他们需要家电产品来填充与装饰自己的新居室。这两个群体不但对家电产品的消费需求强,而且消费期望值高。在已进入适婚群体的80后中有这样一个特点,他们对个性化与品质生活有着更多更高的要求,所以,选择从设计到功能都更为个性时尚与高端的产品成为他们的消费需求;而针对第二类人群,现在随着居民住房条件改善,大居室和大厨卫的普及,对于高端家电的需求也随之旺盛起来。

### 高端家电开出专卖店

来自德国的西门子在南京有很好的品牌人气,2009年西门子家电旗舰店进驻南京,这个直营高端家电的专卖店让众多西门子粉丝疯狂不已。店内主要展示包括西门子国产高端家电产品、全进口嵌入式家电、西门子家电创意性产品在内的21个种类超过50个型号西门子高质量家电产品。这里的一个咖啡壶可以卖到2万元,如此价位并不妨碍它的人气,据了解,西门子的这个旗舰店不仅仅是一个纯粹意义上的家电销售场所,同时它还将被打造成时尚生活会所,通过品酒会、私人party、美食课堂、私人厨房等方式,用户可以全面深入地体验产品和感知西门子家电的设计精髓。此外,西门子旗舰店特设“环保角”,集中展示西门子EcoPlus系统的绿色产品,全面呈现西门子家电的节能理念。

### 国产品牌频打高端牌

高端家电早已不是洋品牌的

专利,国产品牌早已纷纷在高端产品上加速布局。

国美冰洗主管刘军军告诉记者,在国家一系列宏观经济政策的推动下,国产冰箱品牌势头越发动猛,经过2007、2008两年的努力后,以海尔、美的为代表的国产品牌高端冰箱市场占有率都有不同程度的提高。城市消费者对冰箱的要求已不单单追求使用层面的需求,着眼“自我”需求选择个性化的产品是目前城市冰箱消费的主流,高端冰箱的大容量、多开门、多温区以及匹配居家设计的外观设计都是普通冰箱无法实现的,而随着国产品牌在高端冰箱领域技术研发和营销推广实力的增强,国产品牌在产品外观、功能设计、节能技术等方面创新提供了有力支撑和品质保障。海尔的卡萨帝系列和美的凡帝罗系列以及海信鲜界系列都是最好的例子。一直以来,传统风冷多门冰箱容易出现风干、串味、忽冷忽热、制冷慢与耗电大等问题,让很多用户懊恼不已。而海信鲜界系列多门冰箱凭借独特的“双制冷双循环系统”,实现了风冷多门冰箱不风干、不串味、恒温保鲜、制冷快与耗电小五大技术突破,冷冻室、制冰室、变温室共用一套蒸发系统,冷藏室、果菜室共用一套蒸发系统。在两套蒸发系统各自独立运作下,低温度、低湿度的冷气在冷冻室、制冰室、变温室独立循环,高温度的冷气在冷藏室、果菜室之间独立循环,冷藏室、果菜室内的水分不会流失到冷冻室、制冰室等处,能很好地保持湿度。

一向走高端定位的方太更是将高端厨电演绎得淋漓尽致,100%触摸设计的光影6系的面市让业内震惊不已,不仅将数码产品的触摸设计带进了厨电,更将蒸箱首次引进了嵌入式厨电套装,很快又推出了银睿6系,打造出了目前最静音的厨房。快报记者 王多




# 海信蓝媒LED



**“剑”系列推荐**

LED46T28GP/LED40T28GP/LED37T28P  
LED32T28/LED26T28/LED22T28P/LED19T28

LED背光

1+1芯片组

真+240HZ



**“箭”系列推荐**

LED55T18GP /LED47T18GP/LED42T18GP

背光分区控制

至尊蓝光

四重散热

**引领行业**

- 2008年7月,国内首家推出LED液晶电视并进行市场化销售的企业

**节能高效**

- 中国首款达到一级能效标准的LED电视(海信55寸LED)

**海量兼容**

- 兼容网络上海音视频格式,业内唯一兼容DTS高清音频企业

**尺寸最全**

- 业内首家推出全尺寸LED液晶电视的企业

www.hisense.com 服务电话: 4006111111