

核心技术革新 2013-2014年吸油烟机行业 将进入新的“好效果时代”

什么样的吸油烟机才是好的?好的吸油烟机有什么标准?最近一段时间以来,受“烹饪对PM2.5贡献不小”的影响,人们对绿色健康的高品质家居生活和优质的空气质量倍加关注,对吸油烟机的实际效果也提出了更高的要求。家电专家预言,2013-2014年吸油烟机将进入一个新的“好效果时代”,好的吸油烟机首先应该对室内空气护航,确保提供更好效果消除厨房油烟带来的微伤害,同时也要对外部大气环境负责,减少对PM2.5的“贡献”。

专家坦言,传统的吸油烟机效果评判标准过于关注“看得见的油烟”,并未将绿色健康等关键的综合效果指标包容进来,也未能充分尊重新生代对低碳厨房、中式敞开厨房的需求,新的好效果时代将改变这一现状。

消费者:吸油烟效果没有最好只有更好!

几乎每一个接受采访的吸油烟机技术专家都表示,吸油烟机设计是个系统工程,吸油烟机效果好坏涉及到吸烟距离、结构设计、风机性能、产品安装等众多因素,任何环节的设计不到位都会影响最终的吸油烟效果。如何寻求最佳的系统解决方案才是关键。但在众多专家眼里,这一目标并未真正实现。

“消费者需要的本不是你的吸油烟机!消费者真正需要的是烹饪油烟的有效去除和厨房环境的持续洁

净。”中国家电研究院副总工程师张亚晨对记者表示。吸油烟机事关千家万户,整个行业需要的不是“求同存异”,而是快速向“好效果时代”靠拢,回到消费本位的轨道上来,让绿色健康的高品质厨房梦早日实现。

专家:行业技术创新步入第三个时代

“环顾整个中国吸油烟机行业,最好的科技已经出现,最好的应用开始普及,最好的时代即将来临。”一位长期从事吸油烟机研发的专家对记者表示,“当前一些企业宣传的大风量技术与低碳环保潮流背道而驰,各种各样的免拆洗技术亦属舍本逐末,都需要快速回到正确创新的轨道上来”。

上述专家介绍,伴随着中国经济水平、消费水平不断提升,吸油烟机行业也经历了三个发展阶段。“第一阶段是中国芯阶段,即模仿和学习外国企业,根据中国家庭重油猛火的烹饪习惯进行局部改进,但主流关键技术仍模仿西方,此阶段吸油烟机具有基本的减弱油烟的功能;第二阶段是以‘机’为本的阶段,行业开始意识到吸油烟机是系统工程,在拢、吸、排各个环节综合考虑,此阶段吸油烟机效果大大改善,但也易陷入片面追求大风量技术的泥沼,目前大部分吸油烟机企业仍处于这一水平;第三阶段是以人为本,比如方太等企业开始跳出吸油烟机本身,站在高品质家居生活的高度设计产品,由此催生了高效静吸科技、自动巡航增压技术等,实现

了中式厨房可以敞开、烟道不拥堵、油烟不上脸等前所未有的效果。”

业界:追求更好效果,沿着绿色健康的方向前进

在业内人士看来,2013年方太全新一代风魔方吸油烟机之所以能在产能过剩的年代上演“脱销”神话,根本原因是其创造了“前所未见的吸油烟效果”,相信这绝不是终点,而只是一个全新的起点。未来,消费者对健康的需求、家居生活品质的需求还会越来越高,吸油烟机企业必须以绿色健康为新的效果标准,确立“室内”、“室外”两手抓的思路,一方面,通过提供更好的吸油烟效果确保居室空气质量,建设健康厨房;另一方面,需要对大气环境负责,通过提高油脂分离度等环评指标,减少对大气环境PM2.5的贡献。

政策的指挥棒也开始朝着绿色低碳的方向指引,在2012年2月1日正式实施的GB/T 17713-2011《吸油烟机》,已经将气味降低度和油脂分离度作为全新的性能指标增补到标准内。

2013年10月1日起,继冰箱、空调、洗衣机、平板电视、电热水器后,吸油烟机也正式纳入能效标识管理体系。

几乎所有人都相信,绿色健康既是吸油烟机行业创新的正确方向,也代表着消费者对更好应用效果的强大需求,必将成为2014年行业发展的趋势和潮流!

全球嘉宾致贺 两岸三地明星献礼 珀莱雅十周年盛典 传递“美与梦想”正能量

2013年11月18至19日,中国化妆品领军企业珀莱雅十周年大型庆典活动在杭州举行。珀莱雅全球合作商、联合国妇女署、联合国劳工组织、荷兰大使馆、法国大使馆、瑞典大使馆等代表重磅出席致贺。

此次庆典活动盛况空前,除了聚集海内外重量级嘉宾外,活动本身更是丰富多彩,亮点不断。全球祝福连线、千人西湖公益竞赛、美丽梦想颁奖盛典、美丽之夜庆典晚会、珀莱雅与联合国西湖“论道”等精彩环节轮番上演。

庆典的喧嚣散去,珀莱雅仍需回归社会,肩负企业社会责任。

19日上午,由珀莱雅召集的联



合国妇女署全球高峰论坛正式召开。会上,珀莱雅公司CEO方玉友先生带领美国富祥、意大利莹特利、德国曼盛等十家全球名企CEO,与联合国妇女署签订《赋权予妇女原则》,成为企业参与女性维权事业的全新开端。

就像珀莱雅CEO方玉友先生说的:“十年来,珀莱雅一直为中国女性之美倾尽全力。我们不断追求更为先进的技术,募集世界各地精英人才,凝聚全球顶尖的合作力量,以着眼全球的广阔视野,为中国女性带去国际化顶尖美妆体验,汇聚世界美丽精粹,传递美丽梦想!”这正是珀莱雅十周年之际,传递出的“美与梦想”的正能量。



万家乐热水器温馨提醒: 冬用热水器四防四注意

为确保用户冬季正常使用热水器,防范隐患事故,万家乐特温馨提醒消费者冬用热水器注意事项。

燃气热水器过冬“四法则”

■ 一防水箱冻裂:北方地区热水器必须安装防冻阀门或防倒风装置。户外气温低于0℃时,须按要求进行防冻操作。同时注意加装水路截止阀。

■ 二防CO中毒:热水器必须安装在浴室外(平衡机除外),且必须安装排烟管,确保烟气排放畅通。使用人工煤气的须每3个月或半年委托专业人员清理燃烧器。

■ 三防燃气泄漏:经常检查各个燃气接头、燃气管道或胶管是否漏气。一旦发现胶管有裂纹,须立即进行更换。如燃气泄漏,须关

闭燃气阀门,打开门窗,禁用电器。使用液化石油气的用户,严禁倒置或侧放气瓶。及时更换超过使用年限的产品。

■ 四防漏电:电源须具备可靠的地线并使用独立线路,每周检查漏电保护开关。

电热水器安全用电“四注意”

■ 一、电源必须具备可靠的地线。

■ 二、必须使用固定三孔插座,且插座安装在淋浴用水喷溅不到的位置。

■ 三、功率超过5KW的电热水器必须连接空气开关,禁止使用插座。

■ 四、每周检查机身电源线上的漏电保护开关,禁止使用带开关的插座。

跨越千万辆 上汽通用五菱谱写自主传奇

11月18日,上汽通用五菱在历史最悠久的生产线旁举办了千万辆整车下线仪式。在合资11年之际,随着第1010万辆整车——红色五菱之光的正式下线,上汽通用五菱产销双双突破千万大关,这不仅是企业发展史上的一座里程碑,同时也为我国

汽车工业发展史写下了浓墨重彩的一笔。

五菱之光曾被美国福布斯杂志评为“地球上最重要一款车”,市场保有量已超432万辆,为企业的发展立下了“汗马功劳”。2009年上市的五菱宏光,开启了紧凑型MPV的蓝

海市场。

今年8月面市的五菱宏光S,全新开辟了7座家用车市场,连续月销过万。截止到10月底,市场保有量已经突破92万五菱宏光家族,为五菱从微车品牌到汽车品牌的转型迈出了坚实的一步。

猎豹汽车发布皮卡宣言,CT5 重点布局中西部

11月23日,猎豹汽车发布了《猎豹汽车皮卡宣言》。宣言中强调,为积极响应国家号召,支持中西部的建设,未来,猎豹汽车将在皮卡产品开发上充分考虑新城镇化建设的需求,在渠道建设的投入上向中西部地区倾斜。猎豹汽车将以专业品质,铸造全能皮卡标杆,促进国内皮卡的推广,从而推动皮卡文化在中国的形成。

同时,猎豹汽车还宣布了其麾下全新一代美式全尺寸皮卡——猎豹CT5的品牌宣言为“新城镇化的建设者”。

**积极响应国家号召
全力支持中西部发展**

今年8月19日,李克强总理在“促进西部发展和扶贫工作座谈会”上提出,西部大开发在区域协调发展总体格局中具有优先位置,公路等重点基础设施建设要更多地向西倾斜。猎豹汽车全力落实会议精神,并作出此次重大战略布局调整在积极响应国家号召同时,结合猎豹CT5在国产皮卡市场的领先地位,发布了对行业具有重要意义的《猎豹汽车皮卡宣言》。

长久以来,猎豹汽车一直作为行业领军者,引领着中国国产皮卡市场的走向。作为专业级的SUV和皮卡制造商,一直是国家重要部门用车的提供商,更在全国越野赛中连续八年斩获桂冠。出色的品质保障,使得猎豹汽车的行业采购客户遍布全国。

**切实履行社会责任
引领产品和渠道革新**

出色的产品性能,强大的技术品质,和聚爱为民的强烈社会责任感,



使得猎豹汽车一直是中西部地区、新兴城镇、边远山区及复杂路况的首选用车,也总是冲在最前端,积极参与民政救灾和运输保障工作。在今年雅安遭受巨灾之际,更主动发起了“猎豹专业全能支援计划”,联合各类NGO,搭建公益平台,以完善的资助计划和可靠的产品支持,全方位支援雅安的抗震救灾和灾后重建工作。

据悉,在雅安救援和建设工作中,猎豹CT5以全能的性能,在装载能力、路况适应能力、安全保障性、舒适性和耐用性方面,获得支援计划工作人员以及众多合作方的一致好评。作为“猎豹专业全能爱心联盟”的联合发起方和全程见证者,芒果V基金的秘书长周远先生评价称,“雅安作为山区、灾区,路况十分复杂,无论是应急救援还是后续重建工作,交通保障都是关键问题。可以说,猎豹CT5在艰苦的条件下,为我们的工作给予了最大的支持,我们各个NGO在公益赈灾方面的专业力和猎豹汽车在交通保障以及救助经验方

面的专业力,形成了相互补充的强大合力,让我们能为灾区提供更全能的帮助。”

作为猎豹皮卡扛鼎之作,这款深得美式皮卡精髓的CT5,乃历经多年积淀推出的中高端产品,标志着猎豹汽车对自身皮卡产品架构的完善,代表了国产皮卡的价值取向从低质低价向实用耐用,再向全能精品的升级。

目前,猎豹汽车已加速在中西部地区的布局。资料显示,猎豹CT5布局的十个重点市场,无一例外都落在了中西部地区。这是因为猎豹战略投入的加大,也是中西部地区在发展中,城镇化的建设对皮卡车型需求的上升。“我们相信,猎豹CT5在中西部新一轮发展中,将找到巨大的表演舞台。不仅因为猎豹CT5具备了美式皮卡的精神,也因为猎豹CT5‘全尺寸、全路况、全保障、全舒适、全耐用’的全能品质,将作为中西部城镇化建设先锋,发挥更大的作用”,长丰猎豹董事长李建新满怀信心地说。

嫁接独立音乐 唯品会引领电商时尚先锋

据悉,宋冬野的百站巡演今年10月初正式启动,时尚特卖电商唯品会为此特别启动了“独立音乐计划”,对宋冬野的追梦巡演之旅予以鼎力支持。经过十站的精彩演出,收官之战于11月20日在上海MAO LIVEHOUSE完美谢幕。这场唯品会与独立音乐人联手打造的饕餮听觉盛宴,吸引了一众独立音乐的爱好者以及唯品会的VIP客户出席。

独立音乐人及其支持者对于自我、世界、周边和生活等有着自身独特的理解,有着自成一格的生活态度与主张。作为国内电商特卖模式的开创者和领衔者,唯品会深刻洞悉消费者的稀缺体验,关注与支持小众群体需求,嫁接独立音乐这种文艺平台,糅合特卖精髓以聚拢消费者,精准融入这类小众群体中,为他们的兴趣爱好买单,满足并提升他们的多元化体验。唯品会不断迈出特卖升级的步伐,紧密捆绑消费者,与消费者诉求无缝对接,创造更多的消费者剩余,为消费者贡献更多的优质惊喜体验与乐趣,赋予特卖更有亲和力、更立体的内涵。

特卖电商模范生唯品会一直引领时尚潮流,传递创新的先锋主张与态度。本次“唯品会独立音乐计划”之宋冬野百站巡演”堪称是国内电商与独立音乐艺术的首次跨界合作。在电商纷纷涉水特卖的当下,唯品会已经先知先觉着力特卖模式的创新改变,有意识有战略性地布局跨界营销,共享资源整合,开创电商音乐营销的先河。当中,唯品会无疑是独立音乐的助推器,在这里,谁都可以创造“董小姐”,谁都可以成为“董小姐”,不论是对独立音乐深刻了解抑或毫不了解的听者,都可以找到青春的共鸣。唯品会将宋冬野巡演作为一个开始,一个落脚点,涉水文化艺术圈子,引领大众关注与支持独立音乐,把独立音乐由小众向大众普及。两者的合作水到渠成天衣无缝,资源整合优势互补,达到多方共赢的局面,可以说是电商音乐跨界合作的典范。“不久之后,独立音乐的发展,我们的音乐生涯,很有可能因为这次合作而变得更好,让中国独立音乐、民谣音乐有个光明的前程。”宋冬野信心十足的表示。

■慕言

热爱冲刺 见证荣耀时刻

近日,2013年361°中国乒乓球俱乐部超级联赛(以下简称“乒超联赛”)在浙江宁波完美落幕,国家体育总局和乒羽中心相关领导以及361°品牌传播中心总监赵峰出席了现场。

作为乒超联赛冠名赞助商,361°连续五年全力支持赛事并为联赛打造专属装备。

近年来,361°通过全面装备广州亚运会、深圳大运会以及伦敦奥运会等众多大型赛事,积累了丰富的经验,企业科技研发、设计创新能力以及品牌价值实现快速提升,已成为领先的专业运动装备提供商。

明年,361°还将继续鼎力支持仁川亚运会与世界青年奥运会。