

998元净水机搅动饮水市场

美的净水机打响家庭净水“普及战”

4月20日,国内净水行业巨头美的宣布发起“饮水升级,美的先行”998元净水工厂搬回家”的新一代饮水普及活动,活动推出最低仅售998元的超低价普及型反渗透净水机,在全国范围内掀起了一场净水机普及风暴。

根据美的净水机相关负责人介绍,美的净水机在五一黄金周时发动净水机普及活动,是希望借助黄金周的消费注意力让更多的人进一步了解家庭饮水状况,也通过企业的制造能力升级使普通消费者都可以有能力购买到高端反渗透净水机,进一步推动饮水消费的升级换代。

家庭饮水方式升级换代 美的剑指千亿级净水机市场

专家介绍,我国家庭饮水方式已经走过三代,发展到了第四代。第一代是七八十年代的烧开水,那时候细菌和病毒是主要的有害物质,烧开水基本能满足安全饮水需求。九十年代,工业化发展让水源也受到了污染,水垢、重金属、有机物等成了主要的污染,第二代饮水方式——桶装水随即成为主流。

但随着黑心桶、黑心水事件的曝光,第三代简易净化水,走进了消费者生活,但简易净水产品受限于体积小、不接电、无压力等先天不足,净水精度低、寿命短、易失效成为简易净化时代的三大主要缺陷。

以水质深度净化为标志的第四代饮水方



式逐渐成为中高端消费群的主流饮水方式。

美的净水机国内营销公司总经理赵俊平表示,作为国内最具规模和实力的净水机制造企业,美的发动新一代饮水普及活动,推出最低售价仅998元的反渗透净水机,是要加大推广居民健康饮水的力度和广度,使中国最广大的普通消费者都能享受到健康饮水生活保障。

强强合作,美的净水机核心优势凸显

美的净水机是美的集团与韩国领先的净水机品牌清湖株式会社在2006年合资的项目,该项目集美的强大的品牌号召力、生产制造力和清湖成熟的技术于一体,强强合作,现为国内最大的、最完整净水机产业链。

而随着美的在净水机领域核心竞争优势的不断完善,美的具备了将净水机由少数人能够享受的高端产品,向更多的普通消费者能够享受得起的普及型产品推广的实力。

专家评价说,美的此举既是营销上的大胆尝试,更是消费者的福音,因为将会有更多的消费者能够享受到健康饮水的保障。

美的选择反渗透净水机发力 将加快速品类结构升级

专家介绍,决定净水机性能的核心是滤芯,目前市场上的滤芯有活性炭、陶瓷、超滤膜和反渗透膜,其中过滤精度最高的是反渗透膜,它源自航天饮水处理工艺,过滤孔径精度可达到0.1纳米,能够滤除掉水中的细菌、病毒、余氯、有机物、重金属等,出水水质达到直接饮用水标准,而其他滤芯则只能滤除部分污染。

高端品类反渗透净水机价格普遍都在2500元以上,此次美的率先将反渗透净水机的价格降到千元以下,将会对市场上其他类别的净水机产生极大的冲击,从而快速扩大反渗透净水机的市场份额。

从美的公开信息获悉,美的净水机2010年获得了美国国家卫生基金会NSF的认证,2011年更是与世界五百强之一的美国陶氏化学结成战略合作关系,美的的这些举动,必将引领行业品类结构朝反渗透工艺升级。

打造东方葡萄酒艺术典范

中粮“君顶·荣品”隆重上市

4月25日,由中国著名当代艺术家曾梵志跨界创作酒标的中粮君顶酒庄艺术典藏限量版葡萄酒“君顶·荣品”,在2011中艺博国际画廊博览会隆重上市。曾梵志先生亲临“君顶·荣品”新品上市新闻发布会现场,与中粮君顶酒庄总裁陈云昌先生就东方葡萄酒与当代艺术的融合进行对话。这是中国葡萄酒企业突破产业领域,与当代艺术家携手,实现强强联合、跨界合作的又一次创新尝试。



此次受中粮君顶酒庄与荣品公司共同礼邀创作的酒标《无题第八号》属于曾梵志知名系列画作《乱笔》之一,他将国际绘画语言及艺术情感与东方顶级佳酿相融,达到了1+1>2的完美效果,保证了君顶·荣品限量臻藏葡萄酒的艺术收藏价值,也必将成为未来最富升值空间的一款顶级葡萄酒品牌。

葡萄酒与艺术的结合是中粮君顶酒庄对品质生活的完美诠释。一方面,消费者多了一个了解艺术的渠道,精神生活得到了更好的丰富;另一方面,艺术家与艺术作品也有了更为广阔的艺术价值与商业价值双重体现平台。

作为中国高端葡萄酒的领军者,中粮君顶在不断用其创新的精神影响着中国葡萄酒的发展。中粮集团旗下的中粮君顶酒庄,坐拥世界七大葡萄酒海岸之一的中国蓬莱南王山谷,拥有亚洲目前最大的嫁接苗木葡萄园及独特的玉石土壤,尊崇“天人合一 技艺兼备 东西相融”的东方葡萄酒价值观,开创了世界葡萄酒“第三极”,缔造了独具东方神韵的东方葡萄酒传奇。

未来,中粮君顶酒庄将持续打造更深层次的文化艺术计划,并将联合荣品公司,每年共同邀请一位不论在学术体系还是市场价值方面都有杰出地位的中国顶级当代艺术家进行限量珍藏葡萄酒合作,使高端葡萄酒文化价值与当代艺术价值融汇结合,为收藏者带来双重价值享受。这将成为中国葡萄酒行业与当代艺术界跨界合作的全新典范。

LG不闪式3D电视 优势全国巡讲 武汉站落幕

4月16日,2011年3D电视产业发展趋势论坛——暨LG不闪式3D电视优势全国巡讲交流座谈会,结束了武汉站的行程。此次活动旨在大范围普及3D技术知识,加速3D电视在中国市场的普及进程,进一步推动3D电视产业链上下游企业的交流与合作。

中国电子商会消费电子产品调查办公室预计,2011年中国市场3D电视的销售占比将可达30%以上,大批持币观望者将释放购买力。随着国家广电总局3D电视频道加紧建设,3D电视产业链的进一步完善,谁能把握消费心理,谁就将占据市场的主动。 杨羽

艾美特风神节电王电风扇 1度电连续用6天

1度电能做什么?可以烧10壶开水、洗一次热水澡、加热电暖器半小时。但艾美特告诉你,1度电,可以让电风扇高档风吹50小时,或者是低档风吹143小时,相当24小时不眠不休连续运转6天。

艾美特S35108R电风扇为,1度电可以让高档风吹50小时,低档风吹143小时,相当于24小时不眠不休连续运转6天,与一台60W的普通电风扇相比,每个月就可以省电38度,19块钱。”参展人员一边演示电风扇,一边向周围的观众介绍。

“低碳族”催生节能大市场

随着“低碳经济”、“碳汇”等新名词的出现,“低碳族”应运而生并迅速壮大。艾美特或者已经赢得了“低碳经济”先机。作为小家电高端品牌,艾美特一贯坚持在技术研发及技术应用方面的投入,并及时调整产业战略,以行业未来趋势为核心,推动企业健康发展。“我们的各大产品系统,目前都融入了低碳的设计理念,要实现节能环保、绿色低碳。”艾美特相关负责人表示。

对艾美特“风神节电王”电风扇来说,32段风量微调,最大限度降低电量;最真实的风类模拟,风速过渡平滑平顺,更舒服;而独创的ECO风类,做到节能省电;智能温控系统,更提高了使用的便利性及舒适性。统统这些,都是艾美特低碳理念的应用。 李扬

帅康与您共享7重健康生活

才貌双全的帅康厨房七宝惊艳行业,也赢得了广大消费者的喜爱与赞誉。2011年4月5日至5月31日期间,凡购买帅康厨房七宝,即可获赠价值3588元的德士朗套锅一套。

以63.88亿元位列中国厨电行业第一品牌的帅康集团,突破传统厨电套餐模式,从整体厨房的大角着手。

由德国设计师统一设计,将黑晶与厨电相结合,把纯净深邃的黑与刚强坚毅的银融合,以演绎经典的态度,通过艺术与科技的力量,为你解读真正意义上的整体厨房。

2010年底,帅康厨房七宝荣获全美泛亚商会颁发的国内首个“全球最佳创新设计奖”殊荣。

帅康厨房七宝包括吸油烟机、燃气灶、消毒柜、微波炉、电烤箱、蒸汽炉、直饮水槽等七件现代家庭厨房必备产品。其国际一流的设计水准和一体化的整体设计,让“厨房七宝”克服了多种厨电搭配中的杂乱无章,实现了视觉、空间上的协调统一。

更加值得一提的是,帅康在研发过程中始终贯彻了“健康”这一主题,通过七重健康技术打造出健康的厨房生活:49分贝的超静音吸油烟机,以远低于行业标准的超静音带来纯净厨房体验。

5.0kW五环劲火燃气灶,在减少废气排放

的同时最大限度地保存食物营养。

独创的

双管三模方式消毒柜,提供了多样式的消毒方案;精控的火候智能化微波炉、新式高温密封烹饪蒸汽炉以及电烤箱,创享生活的更高品质,从根本上解决了食物营养与烹饪效率难以兼得的问题,最大程度地保留了食物营养和美味。直饮水槽则为厨房提供达到“直接饮用”标准的清洁水源。帅康厨房七宝的美,宛如艺术品一般,在品味与格调中孕育,充满生活哲学和人生智慧,在设计思想和结构特征上契合了人与自然和谐共处的境界,突出了健康、节能、环保、便捷、实用的设计理念。

此外,五一期间,为回馈广大消费者对帅康的厚爱,帅康倾力推出了“1500万家庭的健康选择”主题活动,凡在4月5日至5月31日期间,购买帅康T878、T818和T789任意一款烟机,即可获赠价值800元的豆浆机和电磁炉各一台。



康的厚爱,帅康倾力推出了“1500万家庭的健康选择”主题活动,凡在4月5日至5月31日期间,购买帅康T878、T818和T789任意一款烟机,即可获赠价值800元的豆浆机和电磁炉各一台。

购买TF08C则可赠送价值499元得艾铂赫全家福,购买TF08A和T868任意一款烟机,即可获赠价值399元的艾铂赫锅具组合一套。

引领新能源产业新思路

长安汽车新能源部署成果卓著

北京某4S店里,王先生站在一款混合动力车前看了许久,当他得知售价后,就打消了起初购买的念头:“30多万的价格,即使有优惠,也比汽油版车型高不少”。

新能源汽车的销售情况,也从一个侧面反映了目前国内的市场现状。然而更重要的是,除了销量不佳之外,还有更多需要解决的问题摆在整个新能源汽车产业面前。

发展新能源汽车不能只顾眼前利益

与新能源车型的销售冷清大不相同,各车企对新能源汽车的投入却热火朝天。据不完全统计,在过去的一年里,至少有60家车企宣布进军新能源汽车。

然而,热情并不代表市场完全成熟,据业内人士分析,在未来5-8年内,新能源汽车市场才能形成规模,这也就意味着各个汽车企业在新能源上的投入短期内还不能产生实质性的回报。

适者生存,市场现实使得那些存在浮躁思想、急功近利、缺乏整体规划的企业很难坚持下去,注定留下来的只有立足长远、长期规划的企业。在涉足新能源汽车领域较早的几家中国车企中,长安汽车无疑最早认识到了这一点。

据长安汽车集团董事长徐留平介绍,长安汽车从“十五”、“十一五”期间就一直努力投入新能源汽车领域,而这些投入在“十二五”期间都不一定有所回报,到了2020年回报才可能体现出来。

为此,长安汽车对其新能源汽车的发展路径提出“十年三步走”的长期规划:到2012年将在新能源汽车上重点投资10亿元,全力推动纯电驱动汽车研发和产业化能力提升,节能与新能源汽车销售占有(长安)达到20%。

到2015年实现综合实力基本达到国内一流,国际先进;到2020年将形成节能与新能源汽车销售占有(长安)达到30%,超过100万辆。

也正是以长安汽车为代表的一批汽车企业在新能源领域的勇于坚持、敢于投入,才能逐步培育起成熟的市场和消费者,引导新能源汽车向良性健康发展。

全面挖掘各种新能源技术潜力

目前,新能源汽车产业中存在的另外一个问题就是大家对新能源汽车的理解往往局限于一种或几种技术路径,不利于全面挖掘各种新能源的潜力和优势。

其实任何一种新技术新能源的使用,是否能真正起到节能、环保的作用,是否真正能被消费者接受,取决于许多因素,如能源的生产过程是否环保,所用原料是否可以再生,使用成本是否合理等等。而且,不同的市场需要不同的解决方案。

所以,在众多企业选择某一种新能源技术路径的时候,长安汽车按照“宽谱系、大纵深、多路径”的发展方针,采取了包括混合动力、纯电动、PLUG-IN、燃料电池等多种技术路线在内的发展模式。从国内第一台氢燃料内燃机

点火成功,到国内第一辆自主品牌混合动力汽车下线,再到长安系列纯电动汽车试生产成功下线……长安汽车在多种新能源技术上都取得了很大的领先成果。

掌控核心技术,打造软硬实力

更重要的是,随着新能源技术的发展,新能源汽车的进入门槛也逐渐降低,国内很多车企往往从“组装”起步,在核心关键部件与技术等方面没有掌控力,能适应未来发展的人才梯队也相当匮乏,这就造成了整个行业日趋浮躁。

而要想真正实现新能源汽车的可持续发展,就必须从硬实力和软实力双重下手,掌控核心技术和部件。以长安汽车为例,在2008年长安专门成立了新能源汽车公司,以便在新能源方面开展更多专业化的运作。

通过多年的自主研发,长安汽车掌握了整车系统集成和标定匹配、一体化专用发动机设计等新能源汽车关键核心技术,获得纯电动、PLUG-IN、混合动力技术专利144项,其中发明专利52项。

在混合动力领域,长安汽车已完全掌握中度混合动力的关键技术及控制策略,基本突破重度混合动力技术难关,成功绕开丰田的技术壁垒和标准封锁。

在电动车领域,掌握了“整车集成及控制”、“电机及控制”、“锂离子动力电池集成及管理”三大核心技术,形成了一整套关键零部件研发及制造能力,达到世界先进水平。