



汇集厂商精英 聚焦行业热点 中国家电发展高峰论坛 沪上精彩亮相

2012年3月20日，由中国家用电器协会和CCTV联合举办的“中国家电发展高峰论坛”在上海举行。该论坛是“AWE中国家电博览会——上海2012”同期举办的重要活动，继2011年首次成功举办后，今年已是第二届。今年论坛的主题是“2012年复杂格局下的产业出路”，演讲嘉宾汇聚了海尔、三星和合肥三洋这些主流制造企业的高层管理人员，他们从自身发展的成功经验中总结并提出产业发展的方向，同时主办方还邀请了天猫网电器城和中央电视台，从渠道创新和品牌宣传方面为中国家电业出谋划策。此外，还有来自小天鹅、伊莱克斯、Askoll、老板、格兰仕等企业的高管参加了论坛的对话，就全球化经

营和本土企业的竞争优势等话题分享观点。

中国轻工业联合会会长步正发在大会致辞中对行业整体情况进行介绍：“2011年，在极为复杂的国内外经济形势下，家电产量、销量、出口等各领域仍取得良好业绩，达到历史新高。2011年中国家电工业总产值为11425亿元，同比增长22.4%，家电出口额达到472亿美元，增长17.6%，各类产品产量也有较大幅度的增长。不过，受欧美债务危机、房地产调控政策、国内刺激内需政策效果减弱等多重因素影响，目前家电行业整体增长趋势放缓，家电行业进入了一个调整期。”

(下转 P.3)

INTRODUCTION



2012 中国家电博览会盛大开幕



中国 3D 显示发展高峰论坛召开

3D这一革命性的技术创新，在中国平板电视发展史上具有划时代的意义，给彩电品牌尤其是中国品牌带来良好的发展契机。(见 P.7)



三星：3年内做外资白色家电第一品牌

三星生活家电的愿景是成为中国顶级家电制造商和生活方式提供商。三星希望，在3年时间内，在中国市场成为外资白色家电第一品牌。(见 P.10)

发行热线：010-65231814

邮发代号：2-647



全年订价：180元

《电器》杂志 一刊在手 遍览家电春秋

致力于服务家电行业
倾心把握国内外市场的脉动
已经成为中国家电行业权威的声音

国内订户优惠订购政策

通过本刊发行部订购全年《电器》杂志（12期），订阅期顺延**2期**。
通过本刊发行部订购半年《电器》杂志（6期），订阅期顺延**6期**。

地址：北京市东城区东长安街6号120室（100740）
编辑部：010-65228518 广告部：010-65252384 发行部：010-65231814
传真：010-85285639 网址：www.dianqizhishi.com 电子邮件：chiapp@sina.com
国内统一刊号：CN11-5216/TH 国际标准刊号：ISSN 1672-8823

汇集厂商精英 聚焦行业热点 中国家电发展高峰论坛 沪上精彩亮相

面对这样的复杂局面，中国家电人首先要对行业的发展有一个全面清醒的认识。海尔集团执行副总裁周云杰在题为《做3.0时代的家电企业》的演讲中提出：没有成功的企业，只有符合时代要求的企业；没有永远成功的企业，只有与时代同行的企业。他认为，中国家电业的发展经过三个阶段，家电1.0时代是从80年代开始，这一阶段的特征是以产品为导向的；家电2.0时代是90年代中后期，这是一个以顾客为导向的时代；进入21世纪特别是2010年之后，家电业迎来了3.0时代，这是一个开放的云时代。他以海尔在管理上的创新实践以及目前取得的成功说明：企业只要坚持创新，所有竖在面前的墙都可以通过。

三星电子高级副总裁崔度哲更是以三星自身的发展，尤其是技术发展历程为例，分析一个亚洲的家电企业，如何发展成为一个拥有全球影响力的品牌企业，与到会的同行分享了三星的成功经验。他提出，企业成功的关键要素是“系统工作，从市场到市场”。三星以市场需求为出发点，成功抓住欧美等不同区域消费需求的特点，改进和提升技术，改善产品设计，最终赢得市场。崔度哲最后还提出：“中国需要做的是找到使中国产品走向全球的方法，成为世界第一，需更多的关注中国国内市场。”

合肥三洋电器股份有限公司董事长金友华则认为，一个企业要实现高速发展并保持盈利，技术创新是核心竞争力，同时要引进和培育高水平研发人员团队，加大研发力度，持续进行产品结构调整，符合并满足消费者的需求。

论坛上，家电行业新兴渠道的代表天猫电器城总经理谭飙对于家电渠道多元化布

局发表观点，并分析了电子商务的发展特征及优势。他认为，家电企业传统渠道中分销环节多，渠道不够扁平化，而电子商务是直接面对消费者的更开放的线上平台，电子商务高速增长的特点将是家电企业开拓新兴渠道、实现渠道多元化发展过程中必不可少的渠道领域。

中央电视台广告经营管理中心任何海明，从品牌宣传和管理的角度，为观众带来了改革开放30年来，中央电视台成就并见证的品牌崛起的故事。中国家电企业处于调整期，也进入了营销精细期。同时，他以海尔、美的、苏宁等家电制造和连锁企业的广告投放为例，分析了中国市场的品牌成长攻略，并重点介绍了在2012年这样一个政治、经济、体育大年里的奥运营销机遇。

除了内容丰富的主题演讲，小天鹅总经理柴新建与来自伊莱克斯小家电事业部总经理陈茜梅、意大利 Askoll 公司家电事业部总经理 Vittorio Gaudino、老板电器副总裁兼营销中心总经理赵继宏、格兰仕总裁助理陆骥烈以及天猫电器城总经理谭飙，针对中国家电产业面临的现状以及不同企业的应对策略，展开了多维度的对话，共同讨论了全球经营对家电企业转型升级、应对困难的作用和意义。

中国家用电器协会秘书长徐东生对记者表示，面对国际化竞争和国内消费升级的大趋势，中国家电行业领袖和相关专家通过思维碰撞和交流，讨论行业的未来，这不但有利于行业发展，而且也是中国家电业发展到现阶段的必然产物。中国家用电器协会主办中国家电发展高峰论坛的目的，就是为了汇聚高端精英，形成主流舆论，宣传健康和可持续发展的产业形象。

CONTENTS 目录

- 1 中国家电发展高峰论坛
沪上精彩亮相
- 4 展会花絮
- 5 持续百年创新动力，引领未来生活品质
- 7 技术创新加速
3D电视市场渗透率将达新高
- 8 展会现场嘉宾专访
- 10 三星：3年内做外资白色家电第一品牌
- 11 西门子家电全系列智能新品亮相家博会
- 12 海信家电：家博会上秀智能
- 13 艾美特：专注空气改良家电领域
- 14 展示新品

 **中国家电博览会** 上海 2012
Appliance World Expo-Shanghai 2012


展览报

主办单位 Sponsor:  中国家用电器协会
China Household Electrical Appliance Association (CHEAA)

合作主办 Organizers: 中国电子视像行业协会
China Video Industry Association
中国电子音响工业协会
China Audio Industry Association

支持单位 Support Unit: 日本电机工业会
Japan Electrical Manufacturers' Association
美国家用电器制造商协会
Association of Home Appliance Manufacturers
欧盟家用电器制造商委员会
European Committee of Domestic Equipment Manufacturers

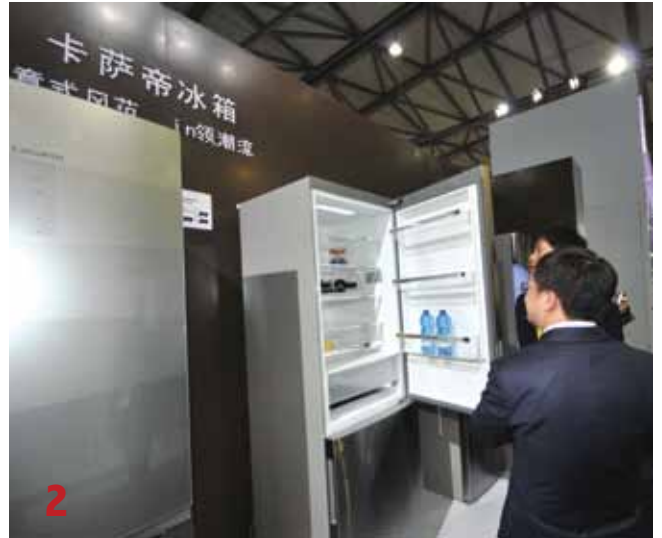
承办单位 Co-organizer: 北京盛世协联会展服务有限公司
BUES

展会报承办: 

Show Daily Operating Unit: China Appliance Magazine
主编 Editor-in-Chief: 黄敏 Huang Min
编辑部主任 Editorial Director: 于昊 Yu Hao
编辑 Editor: 赵明 Zhao Ming, 秦丽 Qin Li
美术编辑 Art Director: 施力 Shi Li



1



2



3



4

1. 2012AEW 盛大开幕
2. 卡萨帝冰箱演绎高端精品
3. 博世洗衣机展示嵌入式潮流
4. 太空人表演映射创意无限
5. 2012AWE 美女和吉祥物
6. 聚焦展会现场



5



6

持续百年创新动力， 引领未来生活品质

——伊莱克斯携创新产品亮相中国国家博会



2012年3月20日，2012中国家电博览会在上海新国际博览中心盛大开幕。源自瑞典的百年欧洲电器专家——伊莱克斯携目前拥有成熟市场的经典系列和未来创新概念产品组成豪华阵容，亮相家电展舞台。无论是技术和设计的创新成果，还是高端产品线的丰富程度，都尽显伊莱克斯这个百年品牌的卓越风姿。通过展台不同区域的巧妙呈现，让业内专家、同行以及广大消费者对伊莱克斯百年创新理念为人们生活品质带来的改变有了直观的了解。伊莱克斯副总裁 Staffen 与亚太区设计总监 Pernilla 先后亲临展会现场，表现出品牌在中国创新发展的坚定信心。

自1912年伊莱克斯创始人 Axel Wenner-Gren 发明世界上首台家用真空吸尘器开始，伊莱克斯就始终秉持“想你所想”的品牌理念，为消费者带来人性化的产品设计及贴心服务，不断探索新的消费需求，引领人们追求更高品质的生活。

在展区内，人们可以看到伊莱克斯创造的多个“第一台”改变生活习惯的家电，26款海内外厨电、洗衣机、冰箱等高端智能家电产品，伊莱克斯全球“设计实验室”

大赛概念家电作品展示。人们可以清晰地理出一条伊莱克斯百年创新实践轴，并且能预见到来未来50年后家电消费的创新形态。

据了解，目前在中国，伊莱克斯已是提供全方位白电领域产品的品牌之一，“贴心”的设计原则下，力求每一件产品都能符合中

国消费者日益升级的消费需求，并且致力于将海外先进的设计、技术以及消费理念引进中国，提高中国消费者的生活品质；引进“欧睿至尚”高端嵌入式厨电，充分演绎整体嵌入式厨电概念，令厨房环境尽显现代品位。

对于现代人注重的健康问题，伊莱克斯也有贴心的考虑。伊莱克斯“睿护”蒸汽除菌滚筒洗衣机经 WFK 世界权威检测机构认证，能有效去除衣物上的有害细菌。伊莱克斯“欧悦”对开门冰箱具有独特的动态除菌功效，可除菌抑菌，净化冰箱内部的空气，让人们享用新鲜健康的食物。

为契合本届博览会“关爱环境，享受生活”的主题，伊莱克斯将呈现先进的环保理念。“绿色系列”低耗能环保型吸尘器具有高效、静音等特点，包装85%都是可循环使用的材料。每一台环保型手持瑞彼得吸尘器，在制造环境中，能节省1.5升原油及至少65升水。相比采用新塑料制造，这将节省90%的能源。曾在柏林 IFA 贸易展销会上引起热议的“海洋之星”吸尘器再次引起大众赞叹，这一系列吸尘器的原材料（塑料）都是从世界各地海岸收集而得，引起公

众对于塑料污染的高度关注，并且意识到可用于家电制造业的可再生塑料的缺乏。在“绿色消费需求”逐渐为行业与消费者所共识的时候，伊莱克斯以其创新理念研发出更多节能环保的产品，覆盖吸尘器到厨房家电、洗衣机等多个产品线。

展会期间，Staffen 为伊莱克斯百年创新展台揭幕，并发布现今经典系列产品。Pernilla 与来自工业、时装、室内设计不同领域的3位设计师就“设计创新与生活”这一议题展开讨论，着重了解中国设计视角，关注中国家电本土化需求，旨在产品的功能性、使用性、体验性等各方面的持续创新。Staffen 表示：“伊莱克斯将始终秉承‘想你所想’的品牌理念，充分发挥其百年欧洲品牌的经验和优势，为中国消费者带来更好的消费感受。更重要的是，创新动力会不断持续，未来我们会创造出更多世界上‘第一台’家电，去满足消费者新的消费需求，引领更高品质的生活潮流。”

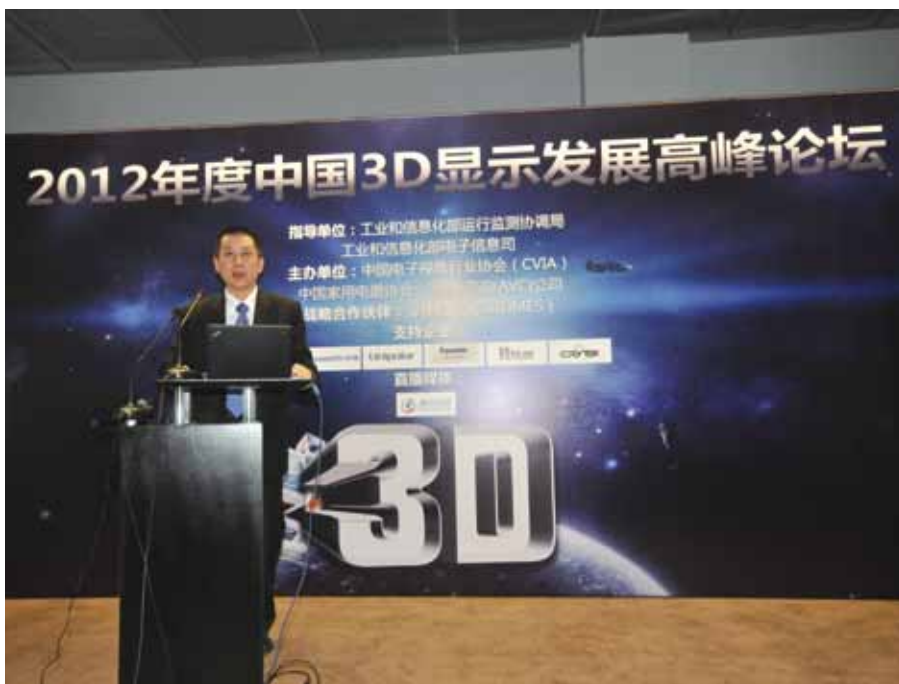
在中国除了在产品创新方面，伊莱克斯在策略方面也有不少创新性地调整，以更好地适应中国的市场环境，此次也借展会平台与战略联盟伙伴进行高层会晤和沟通。在巩固核心城市的销售渠道并逐步完善高端产品线的基础上，伊莱克斯与国美、苏宁两大零售巨头的合作发展顺畅，有效地将伊莱克斯高端策略推进到更广泛的市场；在更多的城市与当地具有影响力的渠道客户加强合作，把品牌进行更深入的传播；加入“中城联盟”，成为高端楼盘的战略联盟伙伴，让更多产品走进高端消费群体的生活。对于伊莱克斯而言，“创新”经历百年历程已成为品牌精神的根本所在，在持续创新的动力下，伊莱克斯必将不断引领消费者获得更高品质的生活。（陈莉）



7. 展会现场人流如织
8. 领导参观家电下乡中标品牌
9. 西门子洗衣机的拼图设计
10. 美芝 GMCC 展台绿色环保主题下的美女弦乐
11. 2012AWE 西洋美女模特

技术创新加速 3D 电视市场渗透率将达新高

——2012 年中国 3D 显示发展高峰论坛圆满召开



2012 年 3 月 20 日，由工业和信息化部指导，中国电子视像行业协会、中国家用电器协会和奥维咨询（AVC）、立体时代联合举办的 2012 年度中国 3D 显示发展高峰论坛在上海家电博览会上召开。

论坛上，中国家用电器协会秘书长徐东生认为，未来五年，本土家电企业仍要加强技术创新，在坚持既有规模化制造优势的前提下，加快技术创新和技术进步，满足市场和消费者的需求，推动产品和产业结构的调整。

中国视像行业协会副会长郝亚斌表示，3D 这一革命性的技术创新，在中国平板电视发展史上具有划时代的意义，给彩电品牌尤其是中国品牌带来良好的发展契机。它使所有品牌站上同一起跑线，中国彩电品牌以自己的实力进入一线阵营，并牢牢占据 3D

市场的主导地位，引领彩电行业的未来发展趋势，在推动中国彩电行业的转型升级以及提升全球话语权等方面都有着重大意义。

中国立体视像产业联盟副秘书长李炜强调，只有大力扶持国内的 3D 领军企业，抢先制定行业标准，同时以集中力量办大事的优势推出自主技术成果，中国企业才能拥有一定的话语权。

论坛上，奥维咨询（AVC）副总经理金晓锋从市场方面深度剖析了 3D 显示产业的发展态势及市场前景。他认为，中国 3D 电视市场迎来高速发展的契机。有数据显示，2011 年 3D 电视销量为 498.7 万台，销售额为 337.9 亿元，渗透率由年初的 2% 提升到年末的 25%。

深入分析 3D 电视市场，金晓锋表示，目前内外资彩电品牌市场占比为 84:16，以

创维和长虹为代表的国内整机企业，在 3D 转型中走在行业前列，在 3D 的应用和市场表现上，都比较突出。2012 年，3D 电视在平板电视内的渗透率年均将达 41.6%，其中，等离子电视在上游和整机企业的积极推动下，3D 产品配置率高达 84%，40 ~ 49 英寸级别将会成为 3D 电视的主流尺寸，占整体 3D 市场的 63%。在三四级市场，彩电企业积极推动的“城乡双 3D 战略”加速了 3D 电视在农村市场的渗透率。据奥维咨询（AVC）最新数据，2012 年 1 月，三四级市场 3D 电视销售比重已高达 36%。

金晓锋认为，未来的 3D 电视显示技术将朝着裸眼 3D 技术方向发展。推动 3D 电视市场发展的动力将主要来自健康显示技术、内容制作以及摄录编播技术的提升，以及专业技术人才队伍建设、产学研各环节有效整合等方面。未来的 3D 电视行业将朝着数字互联超高清 3D 集成方向即数字内容互联、超高清显示方向的融合发展，并将由硬件升级逐步过渡到内容制作与运营端的硬软件市场的发展，且通过 3D 内容市场的发展壮大反向推动 3D 电视硬件市场前进。

近年来，3D 技术不断进步，也推动着 3D 电视的发展。电视机芯片供应商晨星公司有关负责人表示，晨星推出的 3D 芯片拥有超强的解码能力、大量的运算处理能力及良好的兼容性。晨星仍会在 3D 景深优化、偏光式 3D 电视清晰度提升等方面持续进行技术升级和创新，这令众企业十分期待。

同样，3D 配套产品也不可忽视。3D 眼镜龙头生产企业——睿立宝莱有关负责人称，该公司的主动式和被动式 3D 眼镜具有环保健康、戴起来轻便舒适的特点，很受市场青睐。（李剑锋）



海尔集团执行副总裁周云杰： 服务转型应对行业机遇

代表对艺术追求的高端品牌；另一个是统帅，是针对年轻人推出的定制产品，充分体现了以顾客为导向的营销理念。

对于2012年的行业形势，我认为，国内外市场都不太乐观，家电行业压力非常大，但是，对于有创新力的企业来说，这种危机的背后也孕育着机遇。如海外市场，目前中国自主家电品牌在全球市场的份额还比较低。在欧美经济形势不佳的情况下，正是我们中国家电企业把好的产品、好的解决方案展示给全球消费者、树立品牌的绝佳机会。

面对国内外市场的挑战和机遇，海尔的战略部署是服务转型，从过去的“卖产品”到现在的“卖服务”。这包括两个层面，一是在产品方面，海尔将不再只销售家电产品，而是销售一整套解决方案，二是在农村市场加强日日顺渠道的开发。对消费者来说，这个平台集营销、物流、信息、服务于一身，极大地方便了购买。对同行来说，这个平台是开放的，很多品牌可以通过这个平台来销售，海尔希望借此给农村消费者构建一个他们享受现代化家电的平台，这个转型是很大的挑战。

中国家电博览会作为亚太区规模最大级别最高的家电类博览会，受到很多厂家的重视，是家电新技术、新产品的风向标。海尔在展会上展出了两大新品牌：一个是卡萨帝，它

小天鹅总经理柴新建： 挑战与机遇并存

家电业在最近三年增长迅速，经过这三年的高速增长，行业发展本身就需要一些时间调整。此外，全球的经济环境特别欧洲地区经济还有很多不确定因素，加上中国房地产市场受到政策影响，今年的家电市场必然增速放缓。不过，我觉得，2012年对

于家电企业来说存在挑战，也同样是一个机会。家电企业不能把所有希望单纯寄托在政策扶持上，而应该关注发展经营模式的转变，调整产品结构，依靠效益、效率、技术、品质取胜。

今年的家电博览会就有很大变化，但是和国际化的大型展览相比，还需要改进。本届博览会上，我们带来的是洗衣机自动添加洗衣剂技术的产品。这一产品虽然不是今年的新品，但经过几年的改进，已经取得很大进步。洗衣机消费者最常见的问题，就是每次洗衣不知道放多少洗衣粉。我们比较好地解决了这个问题。洗衣机自动添加洗衣剂，可以起到减少环境污染的作用。同时，减少洗衣剂的用量，还可以减少水的用量。我觉得洗衣机近两三年的技术研发方向，还是围绕绿色消费这一主题。



浙江艾波特环保科技股份有限公司 董事长胡维杰： 做净水机行业 专业化第一品牌

净水机行业这几年发展得比较快，进入的资本和企业也比较多。同时呈现出优质企业规模越来越大、小企业发展机会越来越少的态势。好在艾波特有了近7年的专业化技术积累，已经得到市场的认可，并由此拥有了先发优势。

根据我的判断，净水行业未来的竞争将会形成专业化品牌和综合性品牌二元竞争和发展的格局，市场集中度会增强。艾波特的目标是做净水机行业专业化第一品牌。





海信科龙副总裁甘永和： 品牌国际化将是发展重点

2012年，受整体环境影响，家电行业不可能再向以往一样高速增长，会回到正常的增长水平，但是市场的更新换代需求，会支持行业继续向前发展。此外，中国市

场面临很大的转变机遇，中国品牌要走向国际市场，中国家电业具有很好的发展前景。经过20多年的积累和沉淀，中国家电业已经具有自有品牌向国际市场进军的基础。因此，未来家电业的希望就在于走向国际市场。

在这一大环境下，海信科龙的策略也会转向国际市场，品牌国际化将是海信科龙的发展重点。我坚信，未来海信科龙将会同惠尔浦、伊莱克斯、松下、西门子一样，成为国际知名品牌。此外，我们在国内市场将全面依靠海信科龙对质量的关注，给消费者

提供带来增值服务的产品。行业增长将由外延式向内延式转变，这对海信科龙来说也是非常好的契机。我们未来将通过技术创新、产品质量的提升，为行业发展做出贡献。

海信科龙在本次展览会上特意推出了海信智能冰箱。这些智能产品拥有几大特点：首先，它可以与互联网连接，并且在这个产品上已经建立后续的海信平台；其次，这个产品将更加关注给消费者带来关于食品健康和生活健康的理念，拥有健康管理的功能；第三，在配置上，这些智能产品采用超大屏幕设计，引入欧洲工艺设计理念。



新飞电器销售 副总裁林清均： 新品凸显展会主题

未来时尚科技、创新低碳的家电产品将成为消费新潮流。新飞带来的BCD-249EMG面板无框设计申请了国家专利，还拥有七项除菌国家专利、五大高效节能技术，对大肠杆菌、金黄色葡萄球菌的抗菌率超过90%。这款冰箱还有一个很人性化的设计，即变温室内设有一个照明灯，方便用户夜间放取食物，这在国内冰箱行业是鲜有的。它彰显了中国家电博览会作为消费引导型展会，秉承“关爱环境、享受生活”的主题。

格兰仕集团副总裁陆骥烈： 产业发展应关注能效和“旧家电”

格兰仕参加2012家电博览会共有两个展区，重点推出了整体厨房的概念。今年格兰仕的整体厨房在原有产品的基础上，增加了嵌入式微波炉、嵌入式电烤箱、嵌入式电蒸锅，再加上嵌入式洗碗机的“3+1”产品组合。

此外，我们在大白电上，特别是在冰箱、空调、洗衣机领域也带来了更加强大的产品阵容。我们希望未来格兰仕大家电主要面向一二线城市，因此在外观设计上融入了更多当前流行元素和最先进的技术。值得一提的是，我们的核心大白电主要部件都是自主研发制造生产的。

对于家电业的发展，我认为，今年家电行业进入了转型升级的重要时期，特别是在整个宏观经济不好的前提下，企业更要关注发展的质量，而不是关注发展的速度。整个中国家电产业会有以下几个发展方向。首先是能效升级，从未来家电业整体发展来看，产品的升级换代和能效升级



是主旋律之一。其次，以旧换新应该有重新理解。格兰仕认为，超过产品使用寿命的产品都应该称为“旧家电”。这种重新定义“旧家电”的理念不仅可以促进市场的繁荣发展，而且还可以帮助企业进行产业升级，更好地满足中国消费者需求。

三星：3年内 做外资白色家电第一品牌



3月20日，在2012年三星论坛开幕的前一天，三星2012年的主要白色家电新品就在当天开幕的中国家电博览会上亮相了。专程从韩国赶过来的三星电子副总裁崔度哲、三星（中国）投资有限公司副总经理谢辉、三星中国家电研究所所长胡自强在展览现场，就三星生活家电产品及发展战略，接受了本报记者的专访。

谢辉表示，三星生活家电的愿景是成为中国顶级家电制造商和生活方案提供商。三星希望，在3年时间内，在中国市场成为外资白色家电第一品牌。

据介绍，2012年三星进一步丰富了冰箱的产品线，产品包括了从两门、三门、对开门到多门全冰箱产品系列。三星冰箱看重的核心价值包括4个方面：新鲜如初（保鲜技术），空间效率（追求空间最大化），节约能耗（智能变频压缩机），精湛设计（门体设计新工艺）。

其中，谢辉特别介绍了三星独有的三星保鲜技术——新生双循环技术（Twin cooling plus 技术）。该技术采用两套制冷系

统，可独立精确控温，向冷藏、冷冻空间分别输送纯净冷却气流，可做到湿度优化并防止串味。变温室可根据所存放的食物分别调节温度，创造更有利于存储各类食物的环境。

胡自强介绍说，这种技术由于采用加温辐

射冷却，与循环系统是隔离开的，因此可以保证辐射冷却板的温度的同时（得以保证湿度），又不会增加冰箱的能耗。事实上，这是一种节能的保鲜技术。

据介绍，三星冰箱采用了 smart Eco 系统，通过9个传感器对冰箱门开关的时间、次数进行感知，自动控制冰箱运行模式，从而提供最适合食品保存的温度、湿度，节能10%。此外，采用智能变频节能技术，还可进一步节能20%。此外，三星许多冰箱采用真空隔热板，在节能的同时，还最大化地利用了空间。

2012年，“泡泡净”依然是三星洗衣机的重要关键词。据介绍，泡泡净技术不仅可以让衣物洗涤更洁净，而且节省至少20%的洗涤时间。“泡泡净”技术带来的优异产品性能，令三星洗衣机市场份额迅速提高，三星计划会进一步加强对这一技术的应用和推广，确保三星洗衣机成为外资洗衣机第一品牌。

2012年三星洗衣机产品线，包括洗干一体机、滚筒洗衣机以及全自动波轮洗衣

机。对洗衣机，三星追求的核心价值是省时、洁净（泡泡净技术），超薄机身设计（小机身、大容量），智能变频技术（智能变频电机）和时尚外观设计（LCD彩屏和豪华钛晶银外观）。在展览会现场，记者见到了厚度仅45厘米的8kg三星泡泡净滚筒洗衣机。三星坚信，中国市场也将和韩国一样，大容量洗衣机的市场会进一步扩大。据悉，三星将于4月份推出容量高达15kg的全自动波轮洗衣机以及17kg的滚筒洗衣机。记者在三星展台见到了13kg的大容量全自动波轮洗衣机。由于采用了“摇摇净”技术，三星大容量全自动波轮洗衣机彻底解决了波轮洗衣机衣物缠绕难题。

记者注意到，三星特别强调针对消费者需求的设计。对于智能家电，崔度哲表示，目前一些智能家电只是开发者的智能而不是使用者的智能。他说：“我们需要在开发时考虑使用者的想法。我们需要了解使用者的文化，因为是他们在使用这些东西。”据介绍，三星在开发中国市场的产品时，会特别针对中国消费者需求进行市场开发，比如冰箱超薄设计、隐藏装饰把手等。

据谢辉介绍，无论冰箱还是洗衣机，在中国市场，三星都是高端市场外资第一品牌。他认为：“从整体市场讲，三星还是一个挑战品牌，为实现外资第一品牌目标，我们还需要努力。三四级市场潜力巨大，三星将在这个市场做更多工作。”

这是三星电子第一次参加中国家电博览会。“了解以后，我们对这个展会很感兴趣，只是这个展览和我们的三星论坛时间重合，所以原来有些犹豫，但最终还是决定来参加。”谢辉对记者表示，虽然开幕才一天，但感觉很不错。“这次只带来了冰箱、洗衣机等白色家电产品，下次应该把三星彩电等全线消费类电子产品都带来。”他说。（黄敏）

西门子家电全系列智能新品 亮相家博会



2012年3月20日，第十一届中国家电博览会在上海正式开幕。德国品牌西门子在现场隆重发布重量级新品——i-DOS 洗涤液自添加洗衣机，主打智能和绿色环保概念。博西家用电器（中国）有限公司总裁兼首席执行官盖尔克、副总裁兼首席销售官王伟庆、中国家用电器协会秘书长徐东生以及多家主流媒体共同出席了这场智能盛会。

作为高端家电市场领导者，西门子家电多年来稳坐滚筒洗衣机市场头把交椅，产品一直以高尖科技和前沿设计深受消费者好评。此次推出的 i-DOS 洗涤液自添加洗衣

机是以顶级智能和健康环保为特色的精品。

据介绍，i-DOS 洗涤液自添加洗衣机采用智感自添加系统，能自动侦测衣量和脏污程度，可以精准调配适当比例的洗涤液或柔顺剂用量，可以实现 1 次投递 40 次洗涤的效果。

如何拿捏洗涤液分量是不少家庭的共同烦恼，洗涤剂过多，容易残留于衣物上；洗涤液太少，可能无法彻底清洁衣物。i-DOS 洗涤液自添加洗衣机不仅解决了人工投入洗涤剂的麻烦，还以最少的资源浪费实现最佳洗涤效果。该产品料盒平顺内嵌，洗涤液或

柔顺剂即将用完时，蓝色指示灯将闪烁提醒消费者。

i-DOS 洗涤液自添加洗衣机的外观设计同样值得称道。据介绍，i-DOS 洗涤液自添加洗衣机特别采用镀铬金属材质，并将全新智感科技注入外观设计，让智能平台不拘于功能，也让消费者洗衣享受不止于便捷。该产品以独具纯净感的浅色系为基调，触感与观感同步提升，呈现大气利落的印象。同时，该产品操作面板以白色液晶显示器配搭银色按钮，便于触控操作；箱体两侧的降噪护板，选用特殊设计的水韵图纹，能够在降低运行噪声的同时，映合整体视觉效果。

除 i-DOS 洗涤液自添加洗衣机外，西门子家电还在本次家博会上集中展示了超过 70 款高端智能新品，包括为中国家庭量身定制的嵌入式洗碗机，具有温度记忆、瞬时加热等六大功能的 NAVI 系列智能电热水器，以及荣获 iF、红点大奖等殊荣的系列嵌入式厨电精品。西门子家电对生活质感的天然捕捉，造就了富有科技感的细节。同时，西门子家电精湛的工艺，更让消费者切实感受到实用与美观的完美结合，在愉悦与便捷之余为观众开启关于未来智能、人性、健康家居生活的无限想象。

作为行业内规格最高的大型综合性展会，中国家电博览会已经成为国内最大、号召力最强、影响力最大的综合性家电展，声名远播亚太地区，被誉为亚太地区家电行业发展的风向标。徐东生在发布会现场表示，中国家电博览会希望通过展示国内外各大家电企业最新研发的融合前瞻科技和时尚设计的家电产品，引导未来的家电消费趋势，提升和改善消费者的生活品质。深刻理解未来家居生活的西门子家电凭借这一信念，用一次次技术超越向人们展示智能家电的无限可能。（于璇）

海信家电：家博会上秀智能



未来，家电会是什么？这似乎是个太过宏大的命题，但家电行业转型升级的话题最能引起业内人士共鸣。中国亟待完成由家电大国到家电强国的华丽转身，而海信以智能化战略为导向、在上海家电博览会上展出的“智能家居”生活解决方案或可成为推进产业升级的又一驱动力。

3月20日，2012年中国家电博览会(以下简称家博会)在上海新国际博览中心举行。作为中国白电技术派企业的代表，海信此次参展以“智能、绿色、健康”为主题，率先向消费者提供了“smart-home”智能家居生活解决方案，结合新能源的创新运用，稳步向前沿、高端品牌策略迈进。

当日，记者在海信展区看到，各式空调和冰箱均为业内最前沿技术的代表，在新能源的运用、智能化发展方面堪称表率。

“smart-home”智能家居体验专区内展示的海信 SMART 一体空调采用目前行业内领先的补气增焓技术，集风机盘管制冷、地暖制热、生活热水供应三大功能于一身。据海信空调研发工程师现场介绍，该产品在常规的空调中增加了水模块装置。在水模块内，通过板式换热器将室外输送的制冷剂与水进行热交换，再利用水泵将冷热水送到室内，通过风机盘管制冷或采用地暖式制热。在此过程中，空调能够全工况（制冷/制热）为消费者提供生活热水。通过对系统的优化设计及智能控制，海信 SMART 一体空调比普通空调制热能力提高 16%~20%，能效提高 20% 以上，在此基础上再度搭载无级调节技术，能耗比普通空调降低 70%。

据现场工程师演示介绍，海信 SMART 智能冰箱依托强大的海信物联网服务，实现

了目前行业内最为领先的食物管理功能，能实时监测冰箱内的食物储存状况并为用户提供科学的饮食建议。只需通过条形码、实物扫描输入，自动识别、记忆食品信息，对食品保鲜周期进行全过程监管。进而通过物联网云平台与手机远程连接，使用者通过阅读短信提示，可随时了解冰箱内需要购买的食物有哪些，哪些食物将超过保质期，应该尽快食用，避免造成浪费。

此外，这款冰箱嵌入海信最先进的智能网络技术，全触控设计，通过设置菜单，用户可与冰箱智能系统进行轻松对话，查阅菜谱管理、食物营养搭配指南等资讯信息，还可实现语音留言、网络聊天、收看电视等多媒体互动。在使用这台冰箱时，使用者的感受应该就像是在操作一台平板电脑，非常便利、智能。

本届家博会上，海信自主研发的太阳能供电技术也全面应用到家电产品中。记者在现场看到，太阳能供电技术颠覆了传统太阳能的能耗方式，避免了传统太阳能不稳定、对外界环境过分依赖的弊端，将直流电直接存储于锂离子充电电池并连接到空调、冰箱、洗衣机等家庭电器中，可实现家庭 CO₂ 排放量降低 40%，使家庭用电真正步入绿色时代。

据了解，2011 年海信全面提出智能化战略，就是希望围绕主业专心打造良好的生态链条，海信此次的展示很好地诠释了这一战略。作为智能化战略的一部分，海信全面展出的引领行业之先的集智能、健康、节能于一身的前沿家电产品，正是多年立足消费需求、专注专业开展技术研究的结果。本届上海家电博览会上，海信除了展出前沿概念产品外，更全力推出了海信全净化健康变频空调、海信活水保鲜高端新品冰箱，并在全国内上市。(陈莉)

艾美特： 专注空气改良家电领域



2012年3月20日，第十一届上海家电博览会上，艾美特电器（深圳）有限公司副董事长蔡正富在接受记者采访时表示：“目前，环保和舒适生活的高品质追求是全球发展趋势。未来，艾美特将继续秉承为人类创造优质生活的信念，善尽企业社会责任，立足中国，放眼世界，为将艾美特铸造成家电行业的精致品牌而努力。”

展会现场，艾美特电器发布了2012年最新电风扇产品——DC III 直流电风扇“风神省电王”系列。记者了解到，这款电风扇节电功能突出，人性化又不失时尚的设计再次展现出艾美特长期以来对与空气改良有关家用电器产品领域的专注。

功能创新 新品亮点突出

据介绍，在2011年的家电博览会上，艾美特推出了首款DC III 直流电风扇S35108R，引起了业内的广泛关注。本届家博会，艾美特展出了5款新品，不仅在功能上将第一代直流电风扇的节电特点进一步扩大，在操作及外观设计上更是别具匠心，融

入了许多人性化与时尚设计元素。

显而易见的是，节能是“风神省电王”参与市场竞争的最大优势，按每天使用8小时计算，最新款“风神省电王”1档吹风模式下，功率为2.36W，52天只需1度电。同为最低档风力运转，传统风扇的功率为

30.24W，是艾美特“风神省电王”的11.81倍。据艾美特相关技术人员介绍，这款产品采用了艾美特独创的DC III 三相无刷直流电机，节能效果远超过国家1级能效标准。

除了省电，艾美特的工作人员还在现场展示了“风神省电王”电风扇众多贴心的人性化功能，如多段风量、ECO风、断电可继续使用15小时、超静音运转等。技术研发人员通过利用高科技的电子装置和三相无刷直流电机，使电风扇形成最高达32档的多段风量，搭配ECO风智能管家，能使风扇的档位随着周边温度的升降自由调节。因此，“风神省电王”不仅能在夏天搭配空调使用，在冬天也能成为调节室内空气循环的利器。

尤为值得一提的是，“风神省电王”系列中的遥控台立扇S35113BR，摆脱了电源线的束缚，内置环保充电电池，停电后照常吹风15小时，让电风扇不受地点和环境限制，在缺乏电源的情况下也能继续使用，每分钟150转的超低转速，能吹出更柔和、更有利于人体健康的风。这款电风扇运转过程

中音量只有32.8分贝，比传统风扇低约10分贝，确保使用者的睡眠质量和身心健康。

为紧贴时尚潮流，艾美特“风神省电王”的外观设计别具匠心。由国际级设计大师村田智明先生执笔设计的遥控台立扇S35108R，优雅大方的简约外观让电风扇摆放在家里时就像一尊艺术品。电风扇机身拥有一体成型的IMD面板和独特的圆形硅胶遥控器，细节之处也彰显出时尚气质。

在不断提高产品品质的同时，在包装方面，艾美特总结市场销售实际经验，结合消费者需求，为“风神省电王”电风扇打造了高档白色“苹果”风格易携带礼盒式包装，美观实用。

聚焦高端人群 走精品路线

随着人们生活水平的不断提高以及环境问题的日益恶化，中国消费者对家电产品的需求早已不局限于满足基本生理需求或是简单的物美价廉，产品的质感以及自身的环保理念越来越多地影响到城市居民的最终购买决定。从这个角度来看，“风神省电王”电风扇时尚环保的产品特点与高端消费群体追求提高生活品质、关注环保低碳的要求完全吻合。从本届家博会展出的5款新产品不难看出，除了保持在环保技术创新上的优势，艾美特也在产品的质感、时尚感等方面大下功夫，走精品路线的品牌发展策略非常清晰。

记者从家电博览会组委会了解到，本届家博会，艾美特有两款产品入围被称为家电产品风向标的“艾普兰”奖，分别是“风神省电王”系列中的DC III 直流风扇S35108R，以及空净机AC19。艾美特空净机与电风扇产品一样，专注于人们生活空间与空气质量的改良，凭借静音、小巧和贴心的创新功能入围评选。（赵明）



海立睿能家用 采暖机组

海立睿能家用采暖机组为辐射采暖模式，无扬尘，无异味，保证室内空气清新，对居住面积占用极小。采暖机组散热均匀稳定，热气自下而上散发，舒适宜人，避免室内空气干燥。这种采暖机组采用热泵加热，无明火燃烧，24小时供暖也没有任何问题，不存在安全隐患，整个采暖过程悄然无声，保持居室环境清静、无噪声。智能控制、一键式设定温度，采暖机组操作简单，环保节能，运行成本低。

展位号：4D37

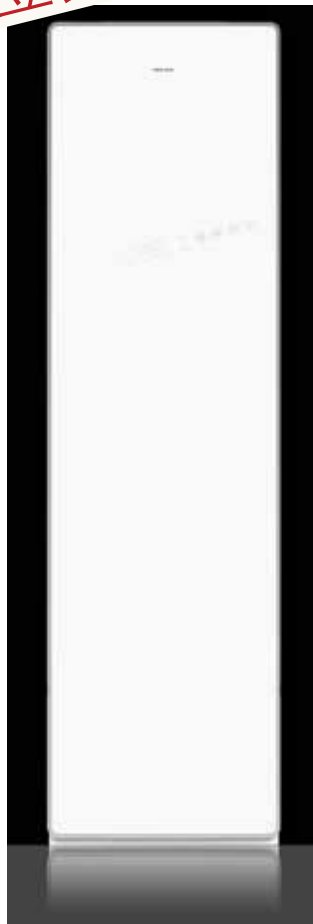
西摩干湿两用 电熨斗



这款由西摩干湿两用电熨斗具备喷水功能，水箱容量 200 毫升，每分钟可产生 25 克水蒸气，熨烫衣物时可大量喷出蒸汽，辅助消除衣物褶皱，并具备杀菌功效。电熨斗还带自动清洗和防钙化功能，使用寿命更长，日常维护更轻松、简单。

展位号：4B09

奥克斯DA系列 立式空调



奥克斯 DA 系列空调的时尚面板设计时尚大气，整体材质光滑圆润，晶莹剔透。DA 系列空调出风口处采用德国库尔兹镀金工艺电镀包边，美观、易清洁、永不发黄变色、不生锈。奥克斯立式空调全部采用触摸式按键显示，不但反应灵敏，外形美观，清洁起来也比较方便。

奥克斯独特的干燥防霉技术在每次空调关机后利用压缩机的余热吹热风 3 分钟，把蒸发器烘干，有效避免空调发霉。自动除尘提醒功能下，空调运行 15 天后蜂鸣器或显示屏自动进行声音报警或图案显示报警，提醒用户进行过滤网或蒸发器清洗。奥克斯空调采用内外双静音技术，实现压缩机静音、电机静音、风机静音、设计静音、管路静音 5 大技术保障体系，并采用大直径不等距灌流风扇，有效降低风扇震动产生的噪声，将空调噪声降至 20 分贝。

奥克斯空调采用行业领先的 DSP 智能控制芯片，能够同时处理多个遥控信号和指令，根据进出风口温度、风口温度、室外温度及设定温度和风速，自动运算空调最佳运行状态。使室内温度更加舒适，不会产生忽冷忽热现象。

展位号：5B57

博世双晶钢
冰箱



博世双晶钢冰箱冷藏室和冷冻室各自独立，能按照不同的家居环境和消费者个性需求随心所欲自由摆放，“想分就分，想合就合”。与“一分为二”的功能突破相应的是双晶钢冰箱的“双压缩机”内核及“混合制冷”设计。这款冰箱的冷藏室和冷冻室拥有独立压缩机，独立循环相互之间毫不干扰。与此同时，混合制冷（风冷、直冷并用）充分保证了双晶钢冰箱的高端工作品质——冷冻室风冷不结霜，冷藏室直冷保湿留住新鲜。两室独立的强劲心脏还支持速冷功能，让食物迅速达到理想储藏温度；速冻功能，可快速护送食物通过最大冰晶生成带，使营养和美味不打折扣，更具有 20 公斤 /24 小时的超强冷冻能力。门板材质方面，博世首次在冰箱门板设计上将玻璃贴合于不锈钢表面，通过玻璃的透明感和厚度自然体现冰箱整体外形的层次感，两种硬朗材质的跨界联合彰显博世精湛工艺。

展位号：5D41



金诺时代多色宽幅
喷码机

北京金诺时代科技发展有限公司生产的 168-500B 多色宽幅喷码机喷印高度为 70mm，可喷印黑、红、绿、蓝等颜色。家电行业常喷印的中文字符、英文字符、条形码、流水号、图片等内容都可清晰喷印在包装箱上，使家电产品外包装箱看上去更上档次。喷码机超高喷印高度可完全替代贴标，节省人工成本、库存成本，并提高家电企业生产效率，更节能环保。

展位号：3G08

艾波特反渗透
净水机



艾波特 ABT-RO4 型反渗透净水机采用反渗透制水技术，直接对市政自来水进行五级净化处理，有效去除水中的悬浮物、有机物、重金属离子、细菌等有害物质，出水纯净，甘甜可口。净水机外观时尚，机身设计节省室内空间，美观实用的 LCD 显示屏，实时监测净水机器的工作状态。采用自动控制系统，涉水部件均采用食品级材料，安全卫生。

净水机五级过滤包括：

1. 聚丙烯熔喷滤芯（PP），孔径为 5 微米的 PP 滤芯滤除水中的泥沙、铁锈、悬浮物等颗粒状物质。
2. 颗粒活性炭滤芯（UDF），吸附水中异色异味及余氯、有机物等有害物质。
3. 压缩活性炭滤芯（CTO），吸附水中的余氯、异味，并进一步去除水中的颗粒状物质。
4. 反渗透膜滤芯（RO 膜），孔径位 0.0001 微米，以反渗透原理过滤去除水中绝大多数杂质。
5. 后置活性炭滤芯（T33），净水经活性炭滤芯吸附过滤，进一步吸附，去除异味，改善口感。

展位号：3F41

2013年3月

**让我们继续相约上海新国际博览中心！
精彩邀您见证！**



**AWE中国家电博览会
——上海2013**