



首届“艾普兰”奖 获奖名单上午揭晓

2012年3月22日，2012中国家电博览会特别设立的大奖——“艾普兰”奖今日上午正式公布获奖名单，并举行隆重的颁奖典礼。作为家电产品设计的风向标，首届艾普兰奖的颁发成为展会的最高潮。

“艾普兰”引自英文 Appliance（家用电器）的音译。旨在针对家电行业中具有引领作用并对行业技术趋势、产品设计创新等各方面都具有突出贡献和影响力的典型产品进行表彰和宣传。

据了解，“艾普兰奖”专业评审奖项共有6

个，分别为“艾普兰大奖”、“艾普兰低碳环保奖”、“艾普兰科技创新奖”、“艾普兰时尚设计奖”、“艾普兰产品奖”及“艾普兰核芯奖”。此外，艾普兰奖还设立了一个大众奖，由线上及展会观众投票得出。

“艾普兰奖”评审组提供的数据显示，本届“艾普兰奖”共有41款小家电产品、34款制冷产品、14款洗衣机产品、18款零部件等共111件产品从近千件参评产品中脱颖而出，入围“艾普兰奖”专业评审奖项初选。最终获奖结果于2012年3月22日10:00公布。

INTRODUCTION



国际高端工业设计论坛召开

如何通过创新设计将更高端、更高附加值的产品投放市场，成为各个家电企业的重点研究方向。（见 P.3）



中国高端家电发展论坛为家博会添彩

中国消费升级已成定局，发展高端家电产品是中国家电业的历史性发展任务，中国家电行业必须学会如何开发、设计和推广高端家电。（见 P.4）



中国家电模具技术与市场分析研讨会召开

家电零件制造工艺水平、技术产品升级，要通过模具制造技术升级来实现，因此，家电转型升级，模具必须先行。（见 P.5）

换个角度看网媒

国家电网
不只是单一媒体 不仅仅是转载

.....

www.cheaa.com

CHEAA

国家电网 www.cheaa.com

地址：北京市东城区广渠门内大街80号通正国际大厦六层 100062 电话：010-67183151 传真：010-67185232

共话创新设计 国际高端工业设计 论坛召开



中国家电行业的转型升级正进入关键阶段，在市场需求下滑、成本不断提升的情况下，如何通过创新设计将更高端、更高附加值的产品投放市场，成为各个家电企业的重点研究方向。因此，在2012中国家电博览会上，围绕高端工业设计的探讨备受瞩目。

2012年3月21日，2012中国家电博览会的重要配套活动之一——国际高端工业设计论坛召开，美国领事馆官员、美国工业设计师协会、中国家用电器协会、各企业代表以及众多专业设计师参加了此次论坛。

美国工业设计师协会首席执行官克莱夫（Clive）做了主题为“借设计求创新”的演讲。克莱夫说，完美的设计可以帮助产品风格样式变得更好看、对环境更友好，能改造形状，给予产品一种标识，帮助产品取得更好的市场。真正能带来创新的设计又是什么？克莱夫表示，其实样式、形状改变还能给企业产品带来根本性创新，如果一个产品要领先于市场，就要借助设计做到以下几个方面，一是优秀，二是与众不同，三是责任感，好的设计就是好的生意。“企业应该在设计创新领域持续投入，也要申请设计的专利。”

克莱夫说，要想在家电设计上更贴近消费者，设计师需要深入消费者的生活中，去观察他们的需求，做大量的调查，才能真

正设计出更符合消费者的产品。克莱夫还指出，设计让企业进步，但很多企业的设计还没被提升到企业战略层面，应该让企业老板了解设计的作用和意义。

论坛上，长虹设计创新中心主任叶根军介绍了长虹集团对于设计的战略部署，戴尔台北设计中心高级工程师王强则介绍了戴尔的设计团队是如何运作的。此外，上海齐思设计有限公司罗安也进行了主题演讲。

上海浩瀚设计有限公司总裁陈云龙在演讲中称，中国企业创新的瓶颈之一在于设计理念难有突破，而企业领导层对设计缺乏重视则是根本原因。他称，上海浩瀚这种工业设计的第三方公司可以为家电企业提供完美的工业设计解决方案。

上海杜氏集团副总经理杜殿方在参加论坛后向表示，他已经连续两年参加这个设计论坛，吸收了很多国外先进的设计理念，对于家电产品设计创新有指导意义。杜殿方认为，在中国，家电设计创新方面，更多是主流企业在引领消费潮流，中小企业大多处在跟随状态，因为在设计创新上的投入较大，周期较长，落实起来也很难，往往中小企业不能加以重视，这是他们目前面临的主要问题。杜殿方还表示，杜氏集团也开始将产品设计创新放在企业战略层面。（明彦华）

CONTENTS 目录

- 1 首届“艾普兰”奖获奖名单上午揭晓
- 3 国际高端工业设计论坛召开
- 4 中国高端家电发展论坛为家博会添彩
- 5 探讨模具新技术，拓宽家电新品开发思路——中国家电模具技术与市场分析研讨会召开
- 6 展会现场嘉宾专访
- 8 展会花絮
- 9 海尔家博会发布全球白电五大趋势
- 10 卡萨帝艺术工作室启动
- 11 iRobot家用机器人吸尘器高调亮相
- 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

中国高端家电发展论坛 为家博会添彩



2012年3月21日，由中国家用电器协会和市场研究机构GfK共同主办的中国高端家电发展论坛，在2012中国家电博览会上举行。中国家用电器协会秘书长徐东生、中国家用电器协会副秘书长朱军、GfK白电产品全球总经理Friedemann Stoeckle、GfK中国营销总监周群、博西家用电器投资（中国）有限公司总裁兼首席执行官盖尔克、博西家用电器投资（中国）有限公司副总裁兼首席销售官王伟庆、海尔白电集团营销总监宋照伟、海尔白电集团卡萨帝营销总监耿锋出席了2012中国高端家电发展论坛。

伴随着中国经济的快速发展以及高收入阶层的不断壮大，高端消费品已经成为越

来越多中国消费者追逐的对象。徐东生表示，中国消费升级已成定局，发展高端家电产品是中国家电业的历史性发展任务，中国家电行业必须学会如何开发、设计和推广高端家电。据介绍，2012年中国家电博览会特别设立了高端家电展区。

通过收集终端门店零售数据，GfK充分掌握了欧洲等成熟家电市场的发展情况，并在论坛上介绍了全球高端家电市场的现状。Friedemann Stoeckle表示，高端家电市场的要求非常高，要想在这个市场参与竞争，进行繁复的、持续的、大量的工作。在他看来，与手表等一般的高端消费品不同，高端家电更像是仆人和奴隶，而非提升个人气质与魅

力的产品。消费者期望高端家电是质量上乘、设计漂亮，并能与家中其他元素搭配协调的产品。高端家电营销组合基本要素包括四个方面——产品、位置、价格和促销。

GfK数据显示，虽然2001~2004年高端家电消费受到一定抑制，但是总体来看高端家电市场在宏观经济发生波动时，仍能够保持较好的发展情况，表现优于手机等产品高端市场的表现。

由于在运作高端品牌方面具有丰富经验，本次论坛特别邀请了欧美家电同行来分享发展经验，并共同探讨高端家电发展趋势。盖尔克表示，伴随着使用环境、生活方式的变化，高端家电在颜色、设计、材料等方面都要与之匹配及和谐，不是为了创新而创新，要让创新来满足当代消费者的需求。高端不仅仅是产品本身，还要注重展示方式和场所，与产品相匹配。

海尔作为中国家电代表企业在论坛上进行了主题演讲，介绍了全球白电发展趋势、高端家电发展趋势以及海尔集团卡萨帝品牌的运营情况。耿锋用“自有、绿色、智慧、共享、定制”来概括全球白电发展趋势。

同时，中国家用电器协会副秘书长朱军、GfK中国营销总监周群、博西家用电器投资（中国）有限公司副总裁兼首席销售官王伟庆、海尔白电集团卡萨帝营销总监耿锋、中国家电网主编吕盛华就中国高端家电市场发展的方方面面展开讨论。朱军认为，高端家电市场的销售通路的拓展非常重要，希望通过国内外知名家电品牌的思维碰撞，理清发展思路。王伟庆表示，中国的高端家电市场已经启动，要注重产品给消费者生活带来的体验，目前中国的高端家电销售渠道并不成熟，而消费者在实际购买中可能遇到很多问题，行业的协调和渠道的培育非常重要。（于璇）

探讨模具新技术， 拓宽家电新品开发思路

——中国家电模具技术与市场分析研讨会召开



2012年3月21日，在2012中国家电博览会上，由中国模具工业协会和中国家用电器协会以及《电器》杂志社联合主办的“2012中国家电模具技术与市场分析研讨会”，全面探讨了中国模具工业发展现状、近年来家电模具领域的新产品和新技术，介绍了优秀家电模具企业及其新产品，拓宽了家电企业的新品开发思路，全面了解家电企业技术人员和采购人员的实用模具应用情况，让家电企业决策层对模具行业、模具新技术和优秀模具企业有了进一步了解。

“家电行业各个产品门类的生产，都离不开模具。家电零件成型依靠钣金冲压、塑料、发泡、吸附等各类模具，因此家电与模具密切相关。”在研讨会上，中国家用电器协会副秘书长陈钢说：“十二五”是中国家电行业由大国向强国转变的关键时期，也是中国家电行业转型升级的关键时期。家电零件制造工艺水平、技术产品升级，要通过模具制造技术升级来实现，因此，家电转型升级，模具必须先行。

陈钢还表示，家电产业快速发展，给中国模具工业带来了新的发展机遇，但当前的经济形势复杂多变，不断提高的原材料及劳动力成本，以及家电过剩产能带来的激烈

竞争，都给家电企业带来挑战，同时也让家电行业面临更为迫切的转型升级需求，给中国模具工业提出新的课题和挑战。

中国模具工业协会副秘书长秦珂介绍了模具行业现状与中国模具行业经济技术运行的主要特点。“在中国经济高速增长和全球模具采购的大趋势下，模具行业获得较好的增长，全国模具总销售额达到1240亿元，比上年增长超过10%；根据海关统计，2011年中国模具进出口总额为52.40亿美元，比2010年增加23.06%。其中进口额为22.35亿美元，比2010年增加8.37%；出口额为30.05亿美元，比2010年增加36.87%，一年间由20.62亿美元攀升至30.05亿美元。”

随后，主要模具企业介绍了应用于家电的模具新技术。青岛海尔模具有限公司研发部部长张平介绍了高效叠层模具技术在家电产品制造中的应用及发展前景。张平认为，制约中国模具行业和注塑行业发展的瓶颈，主要有生产成本高等问题，模具注塑生产效率严重影响了塑料制品的产量，提高了单件成本，造成整款产品的高成本。叠层模具技术是国际注塑模具行业的前沿技术，国外模具强国把它视为能够体现国家行业竞争力的

一项关键技术。叠层模具就是在一副模具中将多个型腔在合模方向重叠布置，这种模具通常有多个分型面，每个分型面上可以布置一个或多个型腔。叠层模具技术特点为：注塑生产效率高，注塑生产成本低，叠模制造周期短，使用范围广。叠层模具能够增强企业的盈利能力，通过注塑高效生产，节能降耗，减少注塑生产设备、厂房、劳动力的投入，缩短模具制造周期。

青岛海信模具有限公司研究所所长王小新介绍了高光无熔痕注塑技术。“应用高光无熔痕注塑技术，能够一次注塑成型，生产出无熔痕、无流痕表面镜面效果的塑件，取消喷涂工艺，缩短生产流程，节约生产原料、能源和人力，降低塑料制品成本，消除因喷涂造成的环境污染和对人体造成的伤害。”

无锡国盛精密模具有限公司技术部副部长何俊峰探讨了空调电机和翅片模具的新技术应用。“对节能有帮助的空调用椭圆孔翅片正在逐渐流行，我们已经为部分企业提供模具产品。”滁州宏达模具制造有限公司技术主管费勤凯则介绍了对开门冰箱发泡新技术应用。

会议最后，余姚模具工业协会秘书长韩长茂对当地模具产业进行推介。据悉，余姚家电模具占塑料模具的30%以上。余姚市在1996年开始开发建设全国首家模具城，经过15年运作，到2011年，开发面积达到2平方公里，总投资达40亿元，引进模具及相关企业985家，产值达到75亿元，销售达到70亿元，成为余姚模具产业最集中的生产基地。余姚模具城有3个特色，即配套性强、生产要素结合、价格上具有竞争力。（李剑锋）



博西家电副总裁王伟庆： AWE越来越接近国际知名展

2012 中国家电博览会无论在规模还是形式方面，比以往任何一届都要进步。展会吸引很多进口品牌参展，对高端家电做了全面的陈列展示，在集中介绍国内外最新产品与技术方面起到的作用非常显著。因此，博世也借博览会平台推出了最新款的概念冰箱，同时在展会现场，博世也携全系列家电产品亮相，涵盖冰箱、整体厨房家电等。

如何让产品贴近消费者的需求是目前企业占领市场的法宝，这就要求企业要随时

与消费者进行沟通，倾听他们的心声，通过新型互联网形态了解消费者对产品的诸多意见、建议，还要定期做市场调查，要注意跨界发展的趋势等。此外，博世在转型的过程中面临的问题更多来自产品和销售模式，因为在新市场环境下，消费方式、渠道形态等都发生很大变化，作为外资企业必须要洞察这些变化，做出及时、积极的调整。一个品牌应该一直把消费者的需要作为市场主导，把品质诉求作为企业发展的动力。

上海日立家用电器有限公司 家电营业本部本部长郭田剑： 将高端产品推向二三线市场

日立希望借中国家电博览会这个窗口，将最高端、最先进、高附加值的产品引进中国内地市场。中国的高端消费市场已经不仅仅是一线城市，二三线城市的高端需要也

在增长，所以日立下一步的规划是在一线城市推高端产品的同时，也面向二三线城市推出一些高附加值的产品，来满足消费者的需求。

众所周知，很多外资企业在打开中国市场时，选择与大连锁渠道合作的方式来切入，但日立的渠道策略恰恰相反。日立在一线城市将主要与百货商场合作，而在二三线城市，会选择更懂当地市场的区域经销商或地方卖场进行合作。这种渠道方式与大连锁相比会更贴近当地消费市场。同时，在推进新市场策略的过程中，日立不会跟随本土企业打价格战，因为多年来日立在中国市场要传递的是一种附着在产品中的消费文化，这种文化价值推崇的是高品质生活，所以日立在产品研发中非常注重技术创新。



格美淇总裁何茂财： 品质决定成败



我认为，在外部宏观经济环境不好的大形势下，企业发展最关键的一点就是一定要把产品做好。竞争是产品的竞争，因此更要围绕节能、环保两大主题构建企业的核心竞争力。此外，还要增强企业人才的竞争力，这样的团队做出来的产品才是有竞争力的产品。

销售的关键是产品的品质和服务。格美淇也同样坚持这一理念，对产品精益求精，对消费者真诚负责，以此来建立良好的市场口碑。此外，我们还非常注重产品研发与技术创新。



安吉尔执行总裁曹刚： 专注做好水家电

安吉尔对这次家电博览会非常重视，做了充分准备，特意带来今年开发的两个系列新品。其中一个系列就是家用净水机，这也是我们未来的重点研发产品，因为家用净水机市场增长速度非常快。

水家电行业近几年进入快速发展时期，在这一时期，有越来越多的企业开始介入这一领域，其中也包括一些家电大品牌，如海尔、九阳、华帝、格力等。这些大品

牌的进入实际上也给行业带来一些新的技术和产品，能够推动整个水家电行业的快速发展。面对这些大牌的“入侵”，安吉尔还是有很大优势和信心，我们会坚持用专心、专业、专注的态度做好这一产品业务，这也是我们在这一行业的最大优势。我相信，对于专业品牌来说，只要脚踏实地地做好自己的产品，那么企业的优势还是非常明显的。

申花销售总经理张辉： 中小企业也有机会



我觉得家电企业发展的立足点还是产品，参加这次展会，我们抱着学习和与大家交流的心态，在展会现场也看到很多新产品和新技术。

可能大家都会觉得2011年中国家电行业面临着不好的局面。其实这要看你用什么心态去看待这一问题。2012是充满挑战的一年，尤其对中小企业来说更是如此。这对于我们来说也许存在着更大的机遇。企业要依靠自己的实力，苦炼好内功，通过产品优势建立品牌信誉。



白雪电器董事长朱勤保： 做好迎接新挑战的准备

与上届展会相比，本届博览会升级转型的成果展示作用鲜明。大家都能把最新的产品和最新的技术拿到展览会上进行展示，也反映了中国家电行业转型升级的积极态度。

对于家电行业形势，我认为，每一个家电企业，都要做好充分的市场准备。每一个行业的发展过程肯定有高有低，在发展高峰期之后，出现一个调整期也是很正常的事情。目前欧美金融危机还没有完全过去，这对海外家电市场多少有一些影响。在国内市场方面，我认为前几年高速增长，在一定程度上透支了家电市场的需求，同时，企业规模在高速扩张。因此，供大于求的情况在2012年肯定会表现出来。基于这一情况，我们要有充分的思想准备，来应对家电行业的低潮期。



1. 中国家电发展高峰论坛上嘉宾对话
2. 卡萨帝的概念吸油烟机
3. 西门子的模特们
4. 观众体验倍轻松眼罩
5. 厨电馆的厨师们
6. 华扬太阳能的“超人”

首推一体化绿色解决方案 海尔家博会发布全球白电五大趋势



作为亚太地区最大的家电展会，中国家电博览会以展示家电新趋势、新理念被誉为全球家电发展趋势的“风向标”，因此成为全球知名家电企业展示新产品、新技术的重要平台。

在展会现场，中外家电品牌竞相展出了最领先的新品。其中，全球白电著名品牌海尔不仅向消费者展示其最新的无霜三门冰箱、芯变频滚筒洗衣机、超薄空调等高端产品，还发布了2012全球白电五大趋势——“自由、共享、绿色、智慧、定制”。

当前，随着生活水平的提高以及消费理念的转变，消费者对家电的需求正逐渐由原来的单一功能、单一产品向多元化功能、综合解决方案转变。此时能够让消费者享受到更多自由、获得更多情感体验又符合绿色潮流的家电产品受到消费者追捧，海尔在本届博览会上发布的白电五大发展趋势恰恰证明了这一点。

记者在展会现场看到，海尔集团展出的卡萨帝铂锐六门冰箱、复式滚筒洗衣机、3D+热水器、单门双温区酒柜等创新家电产品，在展会上备受瞩目。据海尔集团有关负责人介绍，这些产品的研发灵感源自当前人们对自由生活体验的追求，“这些产品以全

新的设计理念与工业设计能力，最大化地满足了消费者对产品舒适使用体验的追求，减少在家电使用过程中的不便和困扰，真正为消费者带来自由生活体验。

以卡萨帝铂锐六门冰箱为例，该产品实现了全温区自由变温，消费者可以根据季节的变换以及个人喜好随意变换空间组合，真正实现分类保鲜、精确控温，为消费者带来自由新鲜的冰箱使用体验。卡萨帝复式滚筒洗衣机则通过采用全球首创的“S-e复式平衡环技术”，解决了洗衣机的动态平衡问题，实现了超级静音和极致柔洗的效果。

展会现场不少参展者对海尔一体化家电表现出极大兴趣。一名来自欧洲的参观者告诉记者，他非常乐意自主设计产品的组合及房屋布局，“这些家电给我提供了自主设计的空间，正是我想要的产品”。从海尔展出的产品来看，无论是成套欧式嵌入式厨房电器、隐藏式热水器，还是超薄系列空调等都实现了家电与家装的契合，消费者可在自我设计、自由搭配中体验到产品的“共享”理念。

此外，海尔推出的绿色节能家电再次掀起“绿色风潮”。展会现场，海尔展出了

A+++超级节能冷柜、行业唯一达到能效1级标准的六门冰箱，热水产出率超过90%、加热速度提升50%的海尔热水器3D+系列等绿色家电。

据悉，在全球领先的技术创新能力及整合优势资源能力的支撑下，海尔的可循环技术与低碳节能技术等绿色科技均位居全球领先行列。在此基础上，海尔研发的洗衣机超静音技术、热水器余热回收技术、洗衣机污水处理技术等引领了绿色家电的发展潮流。

海尔推出的具有自由、共享、绿色特色的产品很大程度上实现了产品与人之间的互动交流，使消费者在使用产品时获得更为舒适、便捷、时尚的体验。

此外，从全球产业发展趋势看，“智能化”已是家电业的大势所趋。随着时代的发展，家电产品已不再是生活的辅助品，而成为人们思想的延伸。融合、智能、开放成为家电业新的时代主题。据海尔展台有关负责人介绍，海尔物联网家电通过无线网络，实现智能家居系统的互联和管理，提供远程控制、网络超市、故障反馈、智能安防等功能，提供无处不在的智能化网络家庭生活。此外，海尔还展出了无霜冰箱、一键式智控空调、一键式热水器、吸油烟机灶具一体设计的智能家电。

当前，寻求专属品位已经成为一种时尚，人们越来越注重自我个性的释放、自我品位的彰显，这一趋势在海尔集团展出的卡萨帝系列家电上得到很好的证明。从满足大众需求，到满足特殊需求，此次博览会上卡萨帝家电绽放了独特的时尚魅力。无论自然玉石、陶瓷、BASF金属肌理等风尚创艺家电，还是施华洛世奇水晶跨界手工打造的星语、水韵系列，卡萨帝家电为消费者带来愈发完美的生活体验。（陈莉）

卡萨帝艺术工作室启动



2012年3月21日，高端家电品牌卡萨帝（Casarte）于2012年中国家电博览会上发布了首个高端家电创艺平台——卡萨帝艺术工作室（Casarte Art Studio）。卡萨帝艺术工作室致力于创艺灵感、设计理念和精湛工艺的不断探索，为人们带来与众不同的格调生活体验。与此同时，卡萨帝也推出了跨界设计的水晶系列和智能创新的双温区酒柜系列，开启卡萨帝艺术工作室2012年度的系列活动。

以意大利语“家的艺术”命名的卡萨帝一直以“创艺家电，格调生活”为品牌理念，在产品的不断创新过程中，卡萨帝汇集全球各地的设计师和研发团队。卡萨帝艺术工作室更是一个集家电畅想、设计和体验于一体的创艺平台，成为卡萨帝品牌的灵感本源和创新源动力。

卡萨帝艺术工作室将遵循循序渐进的运营规划，助力卡萨帝品牌的发展。卡萨帝

艺术工作室未来将联手设计机构，通过与设计师及设计院校的合作，研发和设计创新产品，并提供专业的家居家电一体化解决方案，探索高端家电无限的创艺可能。

卡萨帝艺术工作室启动当天即为消费者带来跨界艺术合作的两款成果——与奥地利水晶设计团队合作，推出星空系列和铂晶系列两大成套家电。

卡萨帝品牌主设计师周枢介绍，卡萨帝星空系列通透的黑色玻璃面板在几何线条美学的切割下尽显优雅。表面点缀的水晶为星空系列增添了独特的气质和灵性，近看俨然不经意间散落在夜空中的星辰，远观宛如空灵深邃的宇宙中流淌着一条恒久闪烁的星河，散发着浩瀚宇宙无限的宁静与神秘。卡萨帝星空系列用心关注产品每个细节。铂晶系列的设计灵感来自意大利小镇中特鲁利建筑的经典白色。设计师把多种材质和精湛工艺完美结合，运用陶瓷、不锈钢和加固玻璃

三种性情迥异的材质经过不断反复地打磨、精细考究地贴合，使机身外观晶莹剔透。铂晶系列净白的机身上也镶嵌着量身订造的奢华水晶，排列成“ES”的符号意为“Elegant Style”，优雅美致；周围的十字暗纹在灯光下熠熠生辉，散发着内敛的激情。铂晶系列是卡萨帝家电一体化成套设计的经典之作，它也是至今唯一获得全球IF设计大奖的成套家电。卡萨帝铂晶系列共有9款产品，包含了冰箱、洗衣机、烤箱、吸油烟机、燃气灶、消毒柜、电热水器、燃气热水器和空调，将于2012年春季上市。

卡萨帝艺术工作室还同时发布了具有创新科技的双温区酒柜。分别由3个系列不同规格的酒柜组成，并以酒神狄俄尼索斯（Dionysus）三名子女的名字命名：“凯芬 Caveau”、“艾美 Vin Amour”和“温爵 Wined”。

卡萨帝双温区酒柜系列应用了三大精准智控科技——物联网技术、智能双温区技术和恒温恒湿技术。物联网技术是新一代信息技术的高度支持和综合应用，代表着未来通信信息产业的发展趋势，卡萨帝通过物联网，搭建葡萄酒储藏平台，消费者可以借此了解红酒信息，实现远程监控，控制酒柜湿度、湿度，实现人机对话，引领行业新趋势。酒柜还可以对葡萄酒进行精细化储藏管理，针对不同温度和湿度分别摆放，采用智能双温区独立控制。酒柜温度恒定在2℃以内，波动幅度指标达到行业最高水平，为珍贵的葡萄酒营造最好的储存环境。

作为卡萨帝的思维本源和创艺源动力，“卡萨帝艺术工作室”追求的不仅仅是提供高品质的家电产品，更是优雅艺术、格调生活和完美工艺融会贯通的一种艺术生活感受。卡萨帝艺术工作室的开启，为高端家电带来了新灵感、焕发了新内涵。（陈莉）

iRobot 家用机器人吸尘器 高调亮相



2011年刚刚宣布正式进入中国市场的高端机器人吸尘器品牌 iRobot 在 2012 中国家电博览会上精彩亮相。2012 年 3 月 21 日，iRobot 在展会现场召开了新品发布会。

据 iRobot 公司产品管理总监 Gerry Caron 介绍，iRobot 公司总部位于美国马萨诸塞州，成立于 1990 年，是美国纳斯达克上市企业，也是 2011 年度全球最具创新力企业 50 强（Technology Review 评选）。iRobot 早期专注于为美国政府服务，研发了一系列航空及军事机器人。2002 年，iRobot 率先启动家用机器人市场，先后推出吸尘、洗地、清扫车库、屋檐和泳池等机器人。迄

今为止，iRobot 已成为美国军事机器人主要供应商。

Gerry Caron 介绍说，目前，iRobot 家用机器人吸尘器销往全球 60 多个国家，销量达 750 万台，居行业第一。在 GfK 对全球家用机器人吸尘器市场统计中，iRobot 品牌在美国市场的份额为 65%，在西班牙的市场份额为 71%，而在日本的市场份额则高达 91%。

Gerry Caron 表示，中国机器人吸尘器市场近年来发展很快，2011 年的市场规模比 2010 年上升了 55%，预计 2012 年市场规模将有 100% 的大幅增长，iRobot 将加快

进入中国市场的步伐。

据了解，目前 iRobot 公司是以湖南科凡达高新智能设备供应有限公司为总代理销售的模式进入中国市场，本届展会上，科凡达公司展出了 iRobot 吸尘机器人 500、700 系列产品，洗地机器人 Scooba385、Scooba390、Scooba230 及檐槽清洁机器人 Looj。

吸尘机器人 500 系列是 iRobot 在中国市场上投放的首批产品，包括 Roomba52708、Roomba53708 和 Roomba56708。Roomba 是 iRobot 公司 2002 年推向消费市场的家用机器人，目前已实现 6 代技术升级。小巧的吸尘机器人 Roomba 能自动清扫房间，自动回充电座充电，改变了传统清洁地面的方式，也革新了传统吸尘器的人力操作模式。

据介绍，亮相 2012 中国家电博览会的清洗家庭主地面的 Scooba385、Scooba390 和清洗洗漱间的 Scooba230 是 iRobot 洗地机器人，即将在中国市场上市。Scooba 系列采用先进的人工智能技术和四段式清扫系统，能自动向地面喷洒水和清洁剂，自动洗刷地面，并吸干地面上的水渍。

Gerry Caron 告诉记者：“我们不是由传统吸尘器转型做机器人的公司，我们也不是新开辟机器人产品线的综合家电商，我们来自专业机器人公司。22 年来，我们只做机器人。与市面上花哨的概念性的所谓新技术相比，iRobot 坚持实用性的能将清扫效果最大化的技术创新。吸尘机器人不是用来在家里做秀，也不是用来拍摄清扫过程，我们希望它能真正代替人力完成最有效的清扫工作。”

据悉，目前 iRobot 专柜已经登陆北京、上海、广州、深圳、南京、济南等城市高端卖场，机器人吸尘器的售价在 5000 元以上，科凡达官方商城也已经上线销售（www.corobotic.com）。（于昊）



康佳云离子 冰箱

康佳云离子冰箱配装了负氧离子、负离子、光触媒三合一专利装置，依靠离子的运动产生离子风，将果蔬层层包裹，改变果蔬表面的农药分子结构，氧化分解农药，有效降解果蔬表面有机磷、拟除虫菊酯类等多种农药残留，进一步保证食品安全。康佳“云离子”降解农药技术已经获得三项国家专利，其中发明专利：201110122597.3；实用新型专利：201120150776.3；降解农药、杀菌、除臭、保鲜的实用新型专利：201120565676.7。并通过了国家农产品保鲜工程技术研究中心和国家农业标准化与监测中心两大权威机构的检测认证。同时，这款冰箱使用低密度环戊烷发泡剂和R600a制冷剂，是节能、环保的绿色产品，符合国家能效1级标准。

展位号：5G31

TCL智能 云电视



E5300 系列是 TCL 新推出的一款智能云电视，拥有极窄的边框设计，宽度仅为 9.9 毫米，机身设计风格简约，而水晶玻璃材质底座也为整体外观增色不少，适合多种风格的家庭摆放。内置 Android 操作系统运作也十分流畅，并拥有良好的扩展能力，在流媒体的播放上，E5300 更是发挥出色，可兼容绝大多数网络常用格式。音效方面，加入鸚鵡螺音响系统，独立四声驱音响，提供优质音效。E5300 依靠丰富的云软件、Android+ 系统、智能云电视为驱动，提供了包括云搜索、云识别、云控制、云共享、云社交、云游戏、云办公在内的七大超级智能云服务，并无限扩展，为消费者带来海量、共享、便捷的精彩“云生活”。E5300 系列配备的全功能浏览器，使用户可以无限制地畅游网络，更支持网站的高清视频点播。E5300 最新升级的多屏互动功能，通过内置闪联协议，可以实现互联网和局域网的设备的互联互通、多媒体互动、远程控制等功能，是目前市面上最强大的多屏互动功能，可以将互联网视频网站影视资源浏览并推送到 TCL 智能云电视进行播放；将局域网资源发现、浏览和推送到 TCL 智能云电视进行播放；手机作为遥控器，完全控制 TCL 智能云电视；手机拍照，即时分享到 TCL 智能云电视查看。

展位号：3G01

西摩无声 暖风机



采用电子控制模式，控温精准，西摩无声暖风机非常节能，长时间使用可为使用者省下大笔电费。暖风机人性化设计特点鲜明，温度设置和辅助功能选择都可通过旋钮按键简单操控。暖风机温控可在 60~80℃ 之间可调，有 2 档温度可供选择。最重要的是，这款暖风机整个机身强调“无声”设计理念，制热供暖时非常安静，不会影响使用者休息，营造安静、舒适的睡眠环境。

展位号：4B09



美的储水式
电热水器

美的储水式电热水器整机造型突破传统圆桶式设计，整体外观为直线与两侧弧线交织而成的干净利落的长矩形，小巧精致，面板采用两种不同颜色的亚克力材质，搭配出更加细腻的质感，不对称的色彩分割、对比使机身显得更轻巧。热水器隐藏式界面，未开机时屏幕不显示，屏内触摸按键操控配合三种变色弧度机身光带，优雅指示不同工作状态。采用人性化设计，用户只需设定洗浴人数，热水器会自动根据洗澡人数，结合当前的水温及环境温度，计算加热时间，并自动加热到合适的温度满足用户的洗浴要求，操作简便；温馨灯效水量提示功能以三种灯效变化来温馨提示热水器加热、保温、水量不足三种关键工作状态，有效实现人机交流。

展位号：5D01

ASKOLL滚筒洗衣机
驱动电机



ASKOLL 滚筒洗衣机驱动电机为外转子无刷永磁电动机，主要应用于滚筒洗衣机，控制板集成在电机内部并且能够给洗衣机主控板提供转矩、转速、温度、不平衡量和惯量等主要参数。具备效率高、噪声低、使用材料少等特点，洗衣机结构上不做任何改动就可以直接替代普通的串激电机。

展位号：4D71

荣康皇家至尊
按摩椅



荣康 RK-6101 皇家至尊按摩椅外观流线设计符合人体生理曲线，应用了三项全国首创的创新技术——3D 立体按摩机械手，具有优越的按摩舒适度和独特的肩部抓捏功能；创新设计的手臂按摩器可自动升降，隐藏在扶手当中；独特的脚部扭摆和腿长自动检测、电动伸缩功能，可消除踝关节疲劳，适合不同身高的人使用。

展位号：3H18



海信SMART智能冰箱

海信 SMART 智能冰箱依托强大的海信物联云服务，实现了目前行业内最为领先的食物管理功能，实时监测冰箱内的食物保鲜存储状况，并为用户提供科学的饮食建议，通过物联云服务平台与手机远程连接，让用户随时了解冰箱内食物的相关信息。同时，嵌入先进的智能网络技术，冰箱也可实现语音留言、网络聊天、收看电视等多媒体互动功能，让厨房不再沉闷。冰箱传承于德系品质的内饰也让人眼前一亮，恰到好处的分配格局、时尚流行的照明设计、推拉保湿锁、三段滑轨滑道，每一件内饰都经由德国专业设计团队打造，高贵大气更具品质感。

展位号：5H31

澳柯玛欧式五门冰箱

澳柯玛欧式五门冰箱采用新一代 MEP 保鲜技术，光合增鲜，令果蔬在冰箱里也可以继续生长，延长保鲜期。冰箱采用无霜风冷技术，让冷冻力均匀分布。冰箱内部宽带变温室灵动盒可移动、抽取，随心摆放，让食物储存更有条理；便捷果蔬室为自动上掀盒盖，食物拿取更方便；钢化玻璃搁架，上下高度自由调节，更合理地利用冷藏空间。



展位号：5D21

科龙“惟爱思”变频空调

科龙“惟爱思”变频空调是专为浪漫婚姻定制的一款产品，由烟红和冰玉白两种颜色诠释，其中，烟红象征着激情、永恒，冰玉白象征纯洁、梦幻，科龙将爱情里独一无二的永恒愿景渗透到空调设计的每一个细节。据科龙技术人员介绍，烟红的影印磨砂和冰玉面板都是业内首创。这个系列的空调搭载了科龙最核心科技——“DDF 双核双控系统”，采用国际一流原装进口芯片，一个驱动压缩机，保证压缩机快速、稳定、高效运转，动力更强、控温更精确；另一个驱动制冷剂流动、风扇系统等，根据所需冷（热）量，连续自动调节制冷剂流量、风量，提升系统效率。



展位号：5H31



恩布拉科VES系列
变频压缩机

恩布拉科 VES 系列超级迷你变频压缩机是 2012 年恩布拉科全球同步上市的最高效新型变频压缩机。压缩机机身高度为 14cm，配装经过进一步优化的电机、新型变频板，与恩布拉科上一代 VEM 系列变频压缩机相比，整体重量和体积都减小了 20%，是新一代变频压缩机中真正的“超级迷你”产品。VES 是恩布拉科最高效的变频系列产品，相对于 VEM 系列，VES 的能效提高了 4%，宽范围制冷量（在 ASHRAE 工况下，制冷量为 20W~290W），使制冷设备制造商在全冷量段有更多样化的选择；与恩布拉科 VEM 系列相比，VES 系列的振动降低 25%，噪声平均降低 2 分贝，能满足更高的系统要求。VES 与传统定频压缩机相比，平均减少 20% 的拉低温时间，实现快速制冷，使冰箱内的食物达到更长久的保鲜效果。

展位号：4F51



Culligan 康丽根
反渗透纯水机

Culligan 康丽根 AC-50 RO 反渗透纯水机采用 5 级过滤，可滤除饮用水中对人体健康不利的各种细小杂质。使用者可根据家中的水质情况灵活选配滤芯，可在 AC-30 基础上添加一支滤芯筒，进一步过滤水中杂质。针对严重污染水体（如军工、发电厂、核电厂、化工污染源），使用者还可选配特种滤芯。AC-50 RO 反渗透纯水机还体现出康丽根人性化产品设计理念，更换滤芯时自动断水，让使用者更换滤芯时不再费心。采用抑菌材料，纯水机里外双重防护，使饮用水处于 100% 安全的环境。

展位号：4B41

新飞天尊
冰箱



新飞天尊 BCD-558WS 冰箱上冷藏、下冷冻，采用全风冷设计，冷冻、冷凝风机均采用直流电机，噪声小，更节能（功率是普通交流风机的 1/5）。冰箱多功能对开门冷藏室采用中央 LED 照明光源、整体注塑玻璃搁架、透明带滑道抽屉式果菜盒、蛋盒和给水盒；冷冻室采用双层双门滑轨式抽屉结构，德国进口滑轨，上层抽屉设置一套自动制冰机，下层抽屉为大容量食品筐，适合冷冻贮藏多种食品。冰箱使用环保型 R600a 无氟制冷剂，电脑控制式全风冷无霜制冷系统。冰箱还应用了新飞独创的动态立体抗菌技术，综合了紫外线抗菌、臭氧抗菌、钛光抗菌、负离子抗菌等多项抗菌科技，并特别通过动态抗菌离子的作用，更有效的去除冰箱中空气以及视频表面的细菌。

展位号：5F31

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**