

展览报

13

Appliance World Expo

中国家电博览会官方出版物 2014年3月20日



2014 艾普兰奖揭晓 6 款产品夺得最高奖项

2014年3月19日，“中国家电产业年度渠道商大会暨艾普兰颁奖典礼”在上海卓美亚喜马拉雅酒店举行。LG OLED电视 77EC9800，卡萨帝冰箱 BCD-728WDCA，三星滚筒洗衣机 WW10H9610EW/SC，A.O.史密斯长效反渗透净水机 AR600A1，凯驰蒸汽真空吸尘器 SV 1802，博世滚筒洗衣机 WAE242691W 从121款艾普兰奖入围产品中脱颖而出，夺得本年度家电行业最高产品奖项——“艾普兰大奖”。

“艾普兰奖”由中国家电协会发源于2012年，

至今已经成功举办了三届，分设艾普兰大奖、低碳环保奖、科技创新奖、时尚设计奖、核芯奖、产品奖及大众评审奖等奖项。虽然诞生只有短短三年时间，但“艾普兰”已经成为国内最顶级的家电产品竞争平台。据了解，自2013年11月奖项申报工作开始以来，海内外主流家电企业相继送选了代表其最高研发实力的250余款家电新品参与角逐，经过严苛评选，最终121款产品获得参评权，进入入围名单详情见P.6。

INTRODUCTION



环境及健康家电 高峰论坛

本届论坛的主题是“智策环保 绿赢天下”，现场汇集了来自行业内的多位企业家和专家。见 P.4



家电渠道商大会

中国家电渠道发展正迎来新的变化，包括渠道多元化、产品差异化、购物模式简洁化、消费体验趋优化，这些都成为未来渠道发展的亮点。见 P.6



全球首款线性无油 压缩机亮相

恩布拉科在2014中国家电博览会上发布全新一代制冷解决方案——Wisemotion 智驱线性无油变频压缩机。见 P.12

参加活动 赢大礼!

活动一:



上APP
了解红顶奖



活动方式:

- A** 下载家电新闻APP;
- B** 填写红顶奖调查问卷;
- C** 由工作人员确认已完成调查问卷, 获得订制雨伞。

(现场领取)

活动二:



上微博



晒照片, 寻2013红顶产品

活动方式:

- A** 领取红顶奖获奖产品画册, 按照品牌及画面提示, 至展位寻找三款或三款以上获奖产品, 并与产品合影。
- B** 将照片上传到微博晒图, @中国家电网及三位好友;
- 1** 集齐三款及三款以上产品照片者: 参与现场抽奖
- 2** 集齐全部产品照片者: 特制环保购物篮 (现场领取)
- 3** 微博每日抽奖: ipad/iphone炫酷黑蓝牙音响 (现场领取)

中国家电网展台位置: 6B61

抽奖时间 上午11:00 限1名
下午16:00 限1名

活动三:



上微信
玩转盘赢好礼

活动方式:

- A** 关注中国家电网官方微信:
微信号: cheaa610
服务号: cheaa610
订阅号: cheaa609
- B** 服务号里输入“大转盘”三个字, 参与抽奖赢好礼;
- C** 订阅号里每日获取家电资讯。

奖品是:
SURPRISE!

数据看展： 智能家电迎发展机遇

早春三月，中国最大的家电博览会——中国家电博览会（AWE2014）再一次在上海如期举办。这届展会，既是对过去的一年的完整总结，又是对刚刚开始 的 2014 年家电产业的趋势展望。

奥维咨询（AVC）数据显示，2013 年中国家电整体市场规模已达 12008 亿元，同比增长 10%；其中，线上销售 716 亿元，同比增长 120%；线下销售 11292 亿元，同比增长 7%。

从量的变化上看，中国家电产业继续保持平稳增长。而反映到本届展会上，AWE2014 不仅展会面积再创新高，达到 4.5 万平米，而且参展企业更多达 460 余家，国内外众多知名的一线家电品牌齐聚一堂，囊括了从黑电、白电到厨电小家电和上游零部件的绝大多数主流企业。这些企业为我们带来了上万件最新的产品。

在这些产品中，最为亮眼的当属家电在智能化领域进行的创新。2013 年，互联网背景下的智能化是一个绕不开的话题。基于互联网、智能应用和人机交互的彩电在客厅终端上争夺激烈，智能电视成为客厅大战的焦点；而在 2014 年，已经陆续有许多企业发布了自己的智能化战略和智能家电产品，而与往不同的是，智能家电再也不是彩电独占鳌头，扩展到白电甚至是厨电、小电领域。

从 AWE2014 我们可以看出，家电产品的

发展趋势主要体现在产品的智能化上，黑电产品作为家庭互联网交流的平台的功能会继续完善，五屏之间的互动分工会更加明晰；白电产品作为智能家电的一个终端，智能化控制的功能也将会强化。家电智能化将是 2014 年产品变革势的主基调。

奥维咨询（AVC）数据显示，2013 年我国智能家电产业总值为 1000 亿元，而到 2020 年，这一数值将增长 10 倍左右，达到 1 万亿元左右的规模。同时，奥维咨询的调查显示，消费者对于智能家电的需求开始上升到一个新的高度，47% 的消费者一直在关注智能家电，而更有 97% 的消费者都对智能家电有需求。正是基于这样的判断，美的、美菱、海尔、乐视、西门子、老板电器、九阳、格兰仕等众多家电企业纷纷拿出自己最新的智能产品在 2014 年中国家电博览会上展示。

除了市场需求的导向以外，政策导向对于智能家电市场的宏观利好也不得不提。家电行业进入后政策时代与 4G 时代的到来、智慧城市的试点，均刺激了家电企业加快自己的智能化步伐。而互联网的冲击，是家电智能化发展的根本。

与互联网关联度较高的黑电，经历了互联网品牌的跨界经营，不仅在渠道模式上出现异化，而且对盈利模式也发起了挑战，甚至影响到产业链格局变化。白电行业虽然与互联网关联度较低，但白电企业的触网入云也并不少见。

进入 2014 年，互联网对家电产业的影响还会继续深化。在互联网普及背景下的家电产业的转型升级不可能一蹴而就，而是一个相当长的历史阶段，至少在 2014 年互联网对家电产业转型的影响会更为明显。（喻亮星）



CONTENTS 目录

- 1 2014艾普兰奖揭晓
6款产品夺得最高奖项
- 3 数据看展：智能家电迎发展机遇
- 4 首届中国环境及健康家电高峰论坛在AWE2014召开
- 5 2014中国家电产业渠道商大会召开
- 6 2014年中国家电艾普兰奖获奖名单
- 8 展会现场嘉宾专访
- 10 R290空调进入关键发展阶段
- 11 惠而浦携“全家福”惊艳家博会
- 12 首款线性无油压缩机
Wisemotion全球首发
- 13 九阳新一代豆浆机及馒头机
AWE2014首秀
- 14 新品展示



中国家电博览会 2014
Appliance World Expo 2014

展览报

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

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
台北市电器商业同业公会
Taipei Electrical Commercial Association

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

展览报承办: 

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, 邓雅静 Deng Yajing
美术编辑 Art Director: 施力 Shi Li



首届中国环境及健康家电高峰论坛在 AWE2014 召开



2014年3月19日，首届中国环境及健康家电高峰论坛在上海举行。该论坛是“中国家电博览会——上海2014”同期举办的重要配套活动，由中国家用电器协会主办、中央电视台、《直饮水时代》和中国家电网共同协办。本届论坛的主题是“智策环保绿赢天下”，现场汇集了来自行业内外的多位企业家和专家，A.O.史密斯和夏普等家电企业和电商渠道的高管进行了主题演讲，从各自不同的视角分享了企业如何面对环境及健康家电这一新兴领域，来自京东商城和中央电视台的演讲嘉宾从渠道变革和品牌宣传的角度为环境及健康家电的发展出谋划策。此外，还有来自沁园、开能、3M、艾波特、滨特尔、莱克、亚都、大金、LG和三星的多位企业人士参加了论坛环节，探讨处于发展最初阶段的环境及健康家电行业如何健康有序发展，如何将环境及健康家电行业打造成真正用之于民、惠之于民的成熟市场。

2013年，中国空气污染和水污染形势严重。特别是2014年以来，中国中东部地区大部分省份都出现了持续的雾霾天气，波及面积接近143万平方公里，约占国土面积的15%。截至2014年2月，京津冀及周边

39个城市中，有19个城市的PM2.5可吸入颗粒物浓度超过150微克/立方米。与此同时，频频发生的中国居民饮水安全隐患，使环境和健康问题被提上重要日程。

面对快速发展的空气净化器和净水器市场，中国家电业的行业领袖们对冉冉升起的空气净化器和净水产业今后发展趋势的思考和探索从未停歇。来自A.O.史密斯(中国)热水器有限公司中国区总裁丁威就A.O.史密斯如何适应不断发展的中国市场和消费者需要、如何在与大众健康密切相关的净水事业中成为一家消费者信任的企业分享经验。

随着电商渠道的蓬勃发展，环境及健康家电的销售通路将展现出何种趋势与特点？消费者认同的销售通道与消费习惯正在发生着怎样的改变？京东副总裁闫小兵一一做出解答。

面对市场井喷、电商渠道异军突起、传统家电渠道的转型，各种渠道资源整合也在悄然进行着，厨卫、建材、家居以及家电等行业之间的关系日益密切，跨界合作已经成为环境与健康类电器的典型模式，环境及健康类家电企业又该如何应对品牌传播面临的新局面和已经到来的多元化渠道发展？

中央电视台广告经营管理中心主任何海明从品牌传播的角度发表见解，分析了格力、蓝月亮、农夫山泉三个案例的品牌传播案例，说明企业聚焦专一品类，坚守品牌定位，寻求优势媒体，终将成就细分行业冠军品牌。对于时下新兴的健康家电品类如何有效地传播品牌，何海明建议，实力和平台成就冠军品牌，既要练好内功，也要传播平台，健康家电是家电企业中的后起之秀，品牌集中度低，市场空间大，顺势而为，大有可为。

随着空气净化器行业正在中国市场迅速崛起，作为消费者熟知的外资品牌，夏普商贸中国有限公司董事总经理酒井功表示，夏普将在共同促进空气净化器行业的健康持续发展与改善民生生态环境的过程中扮演好自己的角色。

除了精彩纷呈的主题演讲，现场还组织了两组对话讨论，沁园集团股份有限公司副总裁叶秀友、美的生活电器事业部国内营销公司总经理马刚、3M中国有限公司总经理罗智明、深圳安吉尔饮水产业集团有限公司副总裁孔娜、广州市艾波特净水设备有限公司总裁曹刚、加多宝品牌策划人谢伟山、三星(中国)投资有限公司营销总经理谢辉、LG电子家电总经理罗红柱、大金中国投资有限公司本部长王伟斌、奥维营销咨询公司总裁喻亮星、江苏恒智纳米科技有限公司董事长程幼章、北京亚都环保科技有限公司副总裁刘大勇分享了对于高端化、智能化的理解并探讨了这些变化为环境及健康家电产业带来的机遇和挑战。

程幼章表示，目前空气净化器行业品牌众多，产品品质参差不齐，本届环境及健康家电高峰论坛的举办恰逢其时，希望有关部门和行业协会能够鼓励企业研发新技术，起到行业引导和规范作用。

据主办方统计，首届中国环境及健康家电高峰论坛的规模达到400人。(赵秋玥)

2014 中国家电产业渠道商大会召开



中国家电渠道发展正迎来新的变化，包括渠道多元化、产品差异化、购物模式简洁化、消费体验趋优化，这些都成为未来渠道发展的亮点。围绕这些亮点，无论传统的连锁渠道和经销商渠道，还是新兴的电商渠道，都在发生转型与变革。为了深入了解与探讨国内家电渠道业态变革的方向与特点，中国家用电器协会与奥维咨询（AVC）共同举办，A.O.史密斯特别支持的“2014 中国家电产业渠道商大会暨‘艾普兰’颁奖典礼”于2014年3月19日隆重举行。

与上届相比，本届渠道商大会会场比2013年大了一倍，参会嘉宾也成倍增长。据主办方介绍，现场来自政府机关、研究机构、行业协会、家电制造商以及传统大连锁、区域家电连锁、专业经销商、商超百货、电子商务等各类型家电渠道商的代表超过600名。中国家用电器协会理事长姜风、著名经济学家王小广、A.O.史密斯（中国）公司总裁丁威、奥维咨询（AVC）董事长喻亮星、中国O2O大会秘书长/复旦大学零售研究中心主任韩梅、夏普商贸中国有限公司副总裁穆刚、江苏汇银电器董事

长曹宽平、日日顺总经理李华刚、兴隆大家庭总经理王喜东、合肥荣事达三洋电器股份有限公司总裁章荣中、方太集团副总裁孙利明、重百集团总经理胡宏伟、银座电器总经理张欣、奥玛电器副总裁余魏豹、中国家电网主编吕盛华积极参与探讨渠道变革的热点话题。

奥维咨询（AVC）总裁喻亮星分析认为，网购群体最注重的是感受和体验，他们对网上购物的各环节有最直接的感受，最终形成好评与差评，直接影响后期销售。在喻亮星看来，大交易、大交互、大行为以及大运营是对大数据概念的最终体现。其中，大交易包括线上网购、传统渠道、终端零售以及商用工程；大交互包括购买评论、微博、论坛、咨询以及新闻；大行为包括点击跳转停留以及使用观看和收听；大运营包括CRM、SCM等。

中国Q2Q大会秘书长、复旦大学零售研究中心主任韩梅对此进一步补充道：“关于大数据的概念，举例来说，如果要追踪与消费相关的所有数据，我们就会知道一位35岁男士在下午四点所需要的东西，这些数据看似很枯燥，但是对企业的作用至关重要。”韩梅还提

到了几个重要移动互联网的商业概念：将产品观从“卖好”转变为“好卖”，从“找客户”到“找朋友”，转型要转的是思维、模式和流程，O2O思维一定是开放、合作共赢、百花齐放、区域为王、小而美。

夏普商贸中国有限公司副总裁穆刚表示，近两年，随着互联网的崛起，整个家电行业的规则被打破，如果传统渠道商不改变就要被淘汰，所以要学习“天上”的游戏规则。另外，以用户体验为起点和核心的循环，企业经营者要重新认识，并且贯彻到日常经营中去。对于制造商和渠道商而言，未来应该是融合和共享，如信息和利益共享，目前制造商是供应方、渠道商是需求方，但是未来，制造商和渠道商应该一起变成供应方，消费者才是真正地需求方。“互联网技术如果在未来一两年发生改变，届时渠道商大会将会再次发生大变革。我们愿意敞开怀抱，拥抱互联网时代。”

江苏汇银电器再次来到渠道商大会现场，汇银电器董事长曹宽平对记者详细介绍了实体渠道如何借助移动互联工具、移动互联网时代的上游供应链整合、移动互联网时代下的客户资源整合以及移动互联现在存在的问题。其中，移动互联网时代的上游供应链整合包括汇集客户群、打造全服务、聚集大客户；移动互联不能包治百病，应该用积极的心态迎接互联网时代，从转变观念等做起。总体而言，渠道商不应该感到不安，而是要静下心来，想好如何在本地做好互联网营销，用行动改变命运。

日日顺总经理李华刚以“没有成功的企业，只有时代的企业为题”，从互联网来了、海尔三化转型以及365rfs的平台化战略三个角度，阐述了海尔和日日顺在互联网时代的思路。其中，海尔转型三化包括方向（平台化）、路径（用户个性化）以及落地（员工创客化）。李华刚认为中间商存在信息、资源不对称，厂家存在库存、折价、不良品、应收和政策等问题都是传统家电渠道模式的痛点。（赵秋明）

2014 年中国家电艾普兰奖 获奖名单

艾普兰大奖



公司名称	品牌	产品	型号
乐金电子(中国)有限公司	LG	OLED 电视	77EC9800
青岛海尔股份有限公司	卡萨帝	家用电冰箱	BCD-728WDCA
三星(中国)投资有限公司	三星	滚筒洗衣机	WW10H9610EW/SC
A.O. 史密斯(中国)热水器有限公司	A.O. 史密斯	长效反渗透净水机	AR600 A1
凯驰(上海)清洁系统有限公司	凯驰	蒸汽真空吸尘器	SV 1802
博西家用电器(中国)有限公司	博世	滚筒洗衣机	WAE242691W

低碳环保奖



公司名称	品牌	产品	型号
海尔信息科技(深圳)有限公司	海尔	微型计算机	云悦 mini S
上海日立家用电器有限公司	日立	家用电冰箱	R-C6800C
合肥荣事达三洋电器股份有限公司	DIQUA 帝度	滚筒洗衣机	DG-L7533BHC
珠海格力电器股份有限公司	格力	空气能热水器	KFRS-3.5JPd/NaA
青岛经济技术开发区海尔热水器有限公司	海尔	屋顶承压式平板太阳能热水器	P-J-F-2-120/1.90/0.80-P2(PD)
无锡小天鹅股份有限公司	小天鹅	滚筒洗衣机	TD80-1408LPIDG

科技创新奖



公司名称	品牌	产品	型号
A.O. 史密斯(中国)热水器有限公司	A.O. 史密斯	电热水器	EWB-80E8
广东美的厨卫电器制造有限公司	美的	电热水器	F269-50JW(H)
深圳市鼎信商贸有限公司	LAURASTAR	熨烫护理系统	LAURASTAR S7a
青岛海尔滚筒洗衣机有限公司	卡萨帝	复式滚筒洗衣机	XQGH100-HBF1427W
三星(中国)投资有限公司	三星	家用电冰箱	RH57H90603L/SC
夏普商贸(中国)有限公司	夏普	液晶电视	LCD-70UD10A

时尚设计奖



公司名称	品牌	产品	型号
三星(中国)投资有限公司	三星电子	UHD TV 超高清电视	UA78HU9800JXXZ
夏普商贸(中国)有限公司	夏普	家用电冰箱	SJ-XF60S-N
广东美的制冷设备有限公司	美的	空调器	KFR-26GW/BP3DN1Y-QA100(A1)
乐金电子(中国)有限公司	LG	智能手机	Flex (LGD958)
惠而浦(中国)投资有限公司	惠而浦	微波炉	MAX109/BRZ
浙江苏泊尔家电制造有限公司	苏泊尔	双层水壶	15JS1

核芯奖



公司名称	品牌	产品	型号
夏普商贸(中国)有限公司	夏普	液晶显示器	PN-K321
上海日立电器有限公司	海立/HIGHLY	零部件产品-压缩机	环保新冷媒 R290 压缩机
广东美芝制冷设备有限公司	GMCC 美芝	旋转式喷气增焓压缩	AQM108D1UFZ
珠海格力电器股份有限公司	格力	双级增焓转子式变频压缩机	QXAT-B121zF070
北京恩布拉科雪花压缩机有限公司	embraco	冰箱压缩机	EMD80CLT
加西贝拉压缩机有限公司	加西贝拉	冰箱冰柜用压缩机	VNX1113Y 高效变频压缩机
广东格兰仕集团有限公司	格兰仕	微波炉用变频磁控管	M24FB-710AB
益技欧电子器件(中国)有限公司	EGO	电子燃气控制产品	E-Gas 产品



2014年中国家电艾普兰奖年度产品获奖名单

产品类别	公司名称	品牌	产品	型号
空调器	珠海格力电器股份有限公司	格力	空调器	KFR-72LW/(72586)FNAa-A1
	青岛海尔空调器有限总公司	海尔	射流式房间空调器	SKFR-72LW/02WAA22A
	上海日立家用电器有限公司	日立	空调器	RAS/C-35GVP(KFR-35G/BpKG)
冰箱	博西家用电器(中国)有限公司	西门子	家用电冰箱	KG30FS121C
	松下电器(中国)有限公司	松下	家用电冰箱	NR-F605TT-K5/N5/R5
	合肥美菱股份有限公司	美菱	家用电冰箱	BCD-450ZP9B
	海信科龙电器股份有限公司	海信	家用电冰箱	BCD-616WGBPET
	合肥荣事达三洋电器股份有限公司	DIQUA 帝度	家用电冰箱	BCD-372WMGB 幸运白
	青岛海尔特种电冰柜有限公司	卡萨帝	冰吧	LC-197WBP
洗衣机	惠而浦(中国)投资有限公司	惠而浦	波轮洗衣机	XQB75-Y7598APRC
	乐金电子(中国)有限公司	LG	滚筒洗衣机 Victor B 款式	WD-R14487DS
	杭州松下家用电器有限公司	松下	波轮全自动洗衣机	XQB80-X8156
热水器	广东万和新电气股份有限公司	万和	智能恒温强排式燃气热水器	JSQ20-12SV36
	阿里斯顿热能产品(中国)有限公司	阿里斯顿	Next EVO 燃气热水器	JSQ22-Ti8
	广东万家乐燃气具有限公司	万家乐	电热水器	HV12F
	能率(中国)投资有限公司	能率	冷凝式智能燃气热水器	JSQ28
净水器	3M 民用净水及建筑窗贴膜事业部	3M	3M 牌 SFT 软水机	SFT-100/150/200/300
	苏州滨特尔水处理有限公司	滨特尔牌	家用净水器	EF-200UL
	美的生活电器	美的	净饮机	JD1258S-NF
空气净化器	夏普商贸(中国)有限公司	夏普	空气净化器(空气消毒机)	KC-W380SW-W
	莱克电气股份有限公司	莱克	空气净化器	KJ702
	三星(中国)投资有限公司	三星	空气净化器	AX034FPXBWQ/SC
	上海日立家用电器有限公司	日立	加湿型空气净化器	EP-A5100C
	松下电器(中国)有限公司	松下	空气净化器	F-VXJ90C-S/K
	创天昱科技(深圳)有限公司	cado	空气净化器	AP-C100
清洁电器	莱克电气股份有限公司	莱克	吸尘器	T4026-5
	上海日立家用电器有限公司	日立	真空吸尘器	CV-A6000C
	湖南科凡达高新智能设备供应有限公司(美国 iRobot 品牌中国总代理)	iRobot	机器人擦地机	Braava 380
生活电器	上海乐瑞卫浴有限公司	乐瑞	智能坐便器	FDB320
	上海飞科电器股份有限公司	FLYCO 飞科	电动剃须刀	FS352
	上海朗欣特电子有限公司	朗欣特	腿脚按摩系列/足浴盆/水疗摩师系列	ZY-8788
视听电器 数码产品	乐视致新电子科技(天津)有限公司	乐视 TV	电视	LetvX60
	惠州 TCL 电器销售有限公司	TCL	4K 智能云电视	L55A71S-UD
	科沃斯电器有限公司	ECOVACS	科沃斯家庭服务机器人	亲宝 F386
厨房电器	宁波方太厨具有限公司	方太	油烟机	CXW-200-JQ01T
	广东格兰仕微波炉电器制造有限公司	格兰仕	微波炉	D160W28MSXLRIVV-ZL(M0)
	浙江苏泊尔电器制造有限公司	苏泊尔	IH 球釜电饭煲	HZ6
	美的生活电器	美的	电饭煲	MB-FZ4085
	上海优渠信息科技有限公司	CUCHEN-酷晨	IH 压力电饭煲	CJH-PA1000iCCN
	杭州老板电器股份有限公司	老板	吸油烟机	cxw-200-9500
	九阳股份有限公司	joyoung 九阳	豆浆机 K-PAD	DJ12B-K7
	宁波西摩电器有限公司	西摩	智能沏茶机	WK-0816
	九阳股份有限公司	joyoung 九阳	全自动面条机	N3



新飞高嘉琳： 除菌冰箱将成市场主流

AWE2014 E7 展馆，新飞电器展示了首批通过中国质量认证中心 CQC 除菌认证的冰箱。“在刚刚结束的两会上，许多代表谈论‘舌尖上的安全’，人们除了对制冷感兴趣以外，对食物保鲜、防止细菌的腐败也都非常重视。”新飞电器董事长高嘉琳在记者采访时表示，今年新飞主打的产品是除菌冰箱，未来除菌冰箱将成市场主流。

据高嘉琳介绍，除菌冰箱在冰箱门关上以后，24 小时可以把大肠杆菌消灭 99%，金黄色菌消灭 98%，基本上把引起肠炎和痢疾的菌都杀光，有效提高安全感。保鲜和无霜是冰箱企业的基本追求，高嘉琳认为，风冷冰箱的负作用是容易带来干燥，对此，新飞在保鲜技术上除了除菌保鲜，还采用增湿保鲜技术，未来还会推出一系列的保鲜技术。

新飞在 AWE2014 上展示的冰箱产品，另一个显著特征是节能，很多展出的产品能效水平达到了欧盟标准的 A+++ 级。高嘉琳认为，目前中国冰箱市场消费朝着两个方向发展——大容量和高端化，未来冰箱在设计上不光要外观漂亮，还需要容量尽量大、功能尽量全，功能上突出的是保鲜、节能和无霜。

“冰箱虽然是一个非常成熟的产品，但是要细分起来还有很多要发展的地方。”高嘉琳说，“企业只要市场方向做得对，具体的产品对准市场，符合顾客的要求，市场还是非常大的。”（陈建明）



万和李惠珍： 产品将更加立体

2014 年 3 月 18 日，在上海举办的中国家电博览会 AWE2014 上，万和带来了最新的智能化产品，为更好地解读万和产品，记者采访了万和品牌部部长李惠珍。

李惠珍告诉记者，在 AWE2014 上，万和重点展示的是热水器和厨电产品。“我们这次带来的热水器应用了万和最新的技术——智能氧护系统。氧护是指根据燃气热水器运行时空气燃烧的情况自动的补充氧气，以确保燃烧更充分，使用更安全，减少因燃烧不充分造成一氧化碳不安全情况发生，”李惠珍称。据说，这个技术可以根据燃气热水器在运行当中氧气消耗的情况实现自动调节氧气含量的功能，使得燃气热水器使用起来节能又安全。

2014 年是万和战略制胜的一年。李惠珍表示，2014 年万和的产品线会更加立体，“产品将不仅只局限在售价五六千元的高端智能热水器，还有售价 3000 元的中档产品”，但总体来说智能热水器还处于中高端价位，“这反映出公司在中高端领域占据更多的市场份额”。

2014 年，万和产能将全部释放，“我们现在有一个明确的战略定位，叫做热水管家”，该产品不但覆盖到燃气、电这些传统能源，还覆盖到太阳能和空气能、新能源领域，尤其是传统能源和新能源综合利用、能源集成领域。这意味着对于国内任何一个家庭来说，不管它处于怎样的气候条件，也不管户型结构如何，万和总有适合的解决方案。（薄冰）



奥荻莎吴少隆： 厚积薄发

AWE2014 的展馆中，奥荻莎热水器有着面积不小的展位，黑灰色调的展位设计和产品风格，别具一格的展位，表达着“奥荻莎”的品牌定位不会普通。奥荻莎（中国）营销推广中心总经理吴少隆介绍说，这是奥荻莎第一次参加中国国家电博览会，因为经过 3 年的内销市场渠道网络的建设，奥荻莎电热水器已经到了“厚积薄发”的时刻。

奥荻莎品牌源自德国，始建于 1881 年，一直在军工领域发展，而在民用领域，自 2000 年开始，威博集团成为其代工生产。“德国方面一直希望进入中国市场，但又担心水土不服，而威博正是熟谙中国本土市场又与奥荻莎有多年的合作，双方一拍即合，从 2010 年开始，奥荻莎品牌的水热水器开始在中国制造、推广，全盘由威博集团操作。”

吴少隆表示，威博集团对于引入奥荻莎品牌是大力支持的，不仅抽调了最精英的团队而且在没有回报的情况下，在市场上投入巨资进行营销渠道的建设和品牌形象的推广。“自 2010 年开始运作奥荻莎以来，我们终于铺设了全国渠道网络，总营业收入超过 3 亿元，当渠道网络、产品研发、设计都匹配好之后，2014 年正是奥荻莎发力的一年了。”

据悉，威博集团 2014 年已扩产为 6 条电热水器生产线，计划 2019 年实现 1000 万台的年产能，其中 1/3 为奥荻莎产品。“2014 年奥荻莎的销售额计划同比提高 35%，将凭借过硬的品质赢得市场认可，争得电热水器中高端市场的巨大空间。”吴少隆说。（于昊）



TCL梁启春： 全面推进“双+战略”

“智能+互联网”与“产品+服务”的“双+”战略是TCL未来转型的方向。

在AWE2014上，TCL品牌管理中心总经理梁启春在接受记者采访时表示：“未来五年，我们希望在移动端和家庭端能够发展两亿用户，提供全新的内容和服务，完善前台的建设，通过上下游资源的整合，让消费者享受到更多的教育、娱乐、影视、游戏还有其它方面的运用。”

梁启春进一步介绍说：“我们了解到现在在中国市场已经发生了很大的变化，互联网这次浪潮非常凶猛，国内已经有6亿多网民，有4.6亿移动网络用户，这会给传统产业带来全新的挑战和机遇。我们是在提供原有智能互联网产品的同时，进行上下游资源的整合，特别在用户的经营过程中，培育一些新的业务模式。包括今年我们正在建设的几个项目，一个是打造全新的销售平台，还有推出全球波网络电台的业务，建立TCL文化传媒公司，这些方案都已经确定，今年会陆续推出。在相关的产业领域，我们会推进几方面的工作，特别是在家庭领域智能家居的系统建设方面会进一步加强力度，争取早日让个人与家庭之间实现无缝远程连接。家庭和家之间无缝连接，以及家庭跟社区之间的无缝连接，让云真正落下来，让云能够为我们家庭日常生活服务，这样未来所有智能家电产品作为一个接入的终端，通过全新的一些业务模式的建设，能够给企业、用户带来更多价值。”（明彦华）



科沃斯李文楷： 高度肯定，明年还来

对于再次参加中国家电博览会（AWE2014）的科沃斯机器人科技（苏州）有限公司总监李文楷而言，AWE2014参展企业数量远远多于2013年，参展企业的知名度更高。“科沃斯前来参展，一方面可以提高自身品牌形象，还可以寻求更多的机会和合作伙伴，中国家电博览会是中国家电行业最重要的展会之一，2015年我们还会来参展。”

据记者了解，此次科沃斯携带旗下三个系列的产品前来参展，针对目前严重的空气污染问题，不少专业观众在“沁宝”产品前驻足体验。

李文楷告诉记者，具备空气净化能力的机器人沁宝于2010年推出，与普通空气净化器相比，沁宝的定位为“家庭服务机器人”，普通的空气净化器只能安放在空间的某一个地方，沁宝的优势在于可以主动寻找污染源，进行空气净化。

“2014年下半年，科沃斯将推出沁宝‘二代’产品，与第一代产品相比，新产品的净化能力更强，在智能方面也更具有优势。特别值得一提的是新产品具备激光扫描和建立地图功能，我们的沁宝机器人将更加人性化。”李文楷说。

在渠道布局方面，李文楷表示，科沃斯将继续推动线上渠道和自有专卖店渠道的共同协调发展。据了解，通过潜心打造，目前科沃斯自有专卖店的数量已经接近300家。（赵秋明）



E.G.O. Wolfgang Bauer： 发掘中国市场的巨大潜力

AWE2014开展第一天，位于E4馆的E.G.O.展位便总是挤满了好奇的人们。许多人惊讶地看到，燃气灶还可以触摸控制，传统机械旋钮开关不见了。不仅如此，燃气灶还可以相当智能，当锅短暂离开炉灶时，炉火会自动变成小火；当锅放回时，炉火会自动回到原来的火力；当锅长时间离开时，炉火会自动关闭，确保安全。“这些燃气灶采用了E.G.O.最新的电子燃气系统（E-Gas）。”德国E.G.O.集团全球销售总监Wolfgang Bauer说。

“这个展会太好了。”Wolfgang Bauer很兴奋，“已经有许多重要企业来看过我们的产品都表示很感兴趣。”据介绍，此次是E.G.O.集团时隔10年后再次参加中国家电博览会。E.G.O.集团是全球领先的家电零部件供应商，产品主要用于烹调、烘烤、清洗、干衣及洗碟类家电，年营业额超过5.2亿欧元。E-Gas系统是全球首次在公众面前亮相，最新家用电磁感应系统和洗衣控制系统等也一起亮相。不仅如此，E.G.O.还特别邀请了亚太区的客户前来参观AWE2014。

“我们看好中国市场的巨大潜力，所以选择把全球最新产品在中国发布。”Wolfgang Bauer表示。尽管全球经济低迷，但E.G.O.还加大了对中国的投资力度，在江苏太仓投资建设新工厂，并针对中国市场研发适应中国人需求的产品，如可适应“大火快炒”需要的用于嵌入式电磁炉的电磁感应系统等。“我们可以通过我们的技术和创新，为人们带来全新的生活方式。”（秋叶）

R290 空调 进入关键发展阶段

——访环境保护部对外合作中心

周晓芳处长

在 2014 年 3 月 18 日开幕的中国家电博览会 - 上海 2014 上, 由环境保护部环境保护对外合作中心和中国家用电器协会联合组织的“环保低碳空调展示活动”在空调企业聚集的 E4 馆亮相。格力、美的、海尔、春兰分别展示了已经量产并通过验收的 R290 空调、美芝、海立、凌达、庆安则分别展示了可以批量供应的 R290 转子式空调压缩机。

环境保护部对外合作中心处长周晓芳在“环保低碳空调展示活动”现场, 接受了记者的采访。周晓芳表示, 在多方的共同努力推动下, HCFC 的替代进程符合预期, R290 空调的发展进入到了市场推广的关键阶段。

替代进程加快推进 产品上市准备就绪

据周晓芳介绍, 根据中国政府与蒙特利尔议定书多边基金执委会的协议, 房间空调行业需在 2015 年之前完成 10430 吨的 HCFC-22 淘汰, 并完成至少 18 条 R290 生产线的改造, 同时实现 R290 空调的量产和市场化推广。目前, 在行业计划下, 环境保护部对外合作中心已与 14 家企业签署了 22 条生产线改造合同——与 9 家企业签署了 12 条 R290 空调改造合同, 与 3 家企业签署了 3 条 R290 空调压缩机生产线改造合同, 与 6 家企业签署了 7 条 R410A 空调生产线的改造合同。上述生产线共计淘汰 7300 吨 HCFC-22, 占总淘汰目标的 70% 以上。其中 R290 空调实现淘汰 HCFC4600 吨, R410A

空调实现淘汰 HCFC2700 吨。

“在业界各方的努力推动下, 各企业生产线的改造正在进行中, R410A 生产线改造基本完成, 大部分 R290 空调生产线改造预计在 2014 年完成。格力、美的、海尔等需要改造的项目都已经完成了改造工作, 企业的产品设计已经定型, 具备了市场推广的条件。”周晓芳表示, “目前国内很多企业都已经取得了 R290 空调的 3C 认证, 意味着 R290 空调可以正式上市销售。”

替代难题逐步解决

R290 制冷剂作为碳氢制冷剂, 在成为 HCFC-22 的替代方案过程中一直面临着多重考验, 这包括可燃制冷剂的安全、标准、运行范围等问题。目前这些问题正在逐步得到解决。

对于此前限制 R290 空调发展的标准问题, 周晓芳介绍说, 2013 年 5 月 1 日, IEC60335-2-40 正式开始实施, 意味着 R290 等可燃制冷剂可以用于空调。“我们在 3 月启动了针对可燃工质的一系列标准的制修订工作, 包括可燃制冷剂空调的安装维修标准、生产线安全标准、运输标准等, 这些标准的制修订将进一步规范包括 R290 生产线在内的可燃制冷剂的使用。”

而对于 R290 因泄露而可能导致的燃烧问题, 周晓芳表示, 早在 2011 年, 环境保护部对外合作中心就委托公安部天津消防研究所启动了 R290 空调使用安全风险评估工作, 2013 年, 该项工作顺利完成并通过了专家组的验

收。“根据天津消防研究所的实验, 以目前的充注量水平, R290 在泄漏后极难点燃。数据显示, R290 空调在正常使用过程中的燃爆风险为 10-9, 目前国际上一般将 10-6 作为可接受的风险水平。“就在 2014 年 3 月 13 日, 美国环保局的重大替代品评估项目 (SNAP) 正式批准了中国空调企业的 R290 窗机产品的申请。这意味着中国企业的 R290 窗机空调及类似产品已经可以出口至美国。”

“目前存在的难题, 主要有 R290 空调的成本增加, R290 空调在存储、运输、安装、维修上都面临新的安全措施和安全规范, 以及 R290 空调制热能效偏低、制冷范围无法覆盖全产品系列等问题。”周晓芳认为: “任何一个产品的替代都会有一个艰难的过程, 我们正在与各界一道努力解决这些问题。”

资金补贴推动 R290 空调推广

对于现存的几点问题, 周晓芳介绍了目前的应对工作。据悉, 环境保护部方面计划利用多边基金赠款中的产品成本补贴资金, 制定资金使用办法, 加大对前期 R290 产品推广的支持力度, 弥补 R290 产品的增量成本, 减少企业推广的难度, 提高生产企业、经销商等的积极性。“资金补贴的办法基本上已经通过, 在 2015 年底之前, 所有上市公司的 R290 空调的成本提升部分均能得到补贴, 2016-2017 年补贴力度有可能有所下降, 但总的来说, R290 空调的市场推广前期非常依赖补贴资金。”

针对安装、维修环节的难题。周晓芳表示, 环境保护部正在与企业配合, 开展企业自有维修工人的培训。同时, 现在也有国家的职业鉴定管理机构在积极合作, 研究如何将制冷技术的职业鉴定体系中加入 HCFC 回收、可燃制冷剂操作等内容, 扩大培训范围, 使更多的制冷从业人员认识、熟悉和掌握 R22 的替代和 R290 等可燃制冷剂。

“对于 R290 空调的发展, 我们充满信心。我相信, 目前存在的这些问题, 都会在产品发展的过程中逐步被解决, 业界各方也会同心协力推动这一进程。就像当年冰箱 CFC12 制冷剂切换为 R600a 的过程经历了不小质疑和波折一样, 而今 R600a 非常成功。”周晓芳自信地表示。(于昊)

智能“第六感” 惠而浦携“全家福” 惊艳家博会

一台冰箱如何才算“智能”·“抽屉”要能变温，从-7℃~8℃随意切换，为不同食物提供量身定制“保鲜空间”；若还想更智能，就让冰箱自动感知“体内”所有变化，温控、湿控、空气配比一键搞定——3月18日，在上海新国际博览中心举行的中国家电博览会上，惠而浦正迅速地用智能家电产品赢得中国市场的“家电专家”形象。

2013年9月10日，惠而浦公布了“创·易生活”的品牌定位，宣告其逐鹿中原的雄心壮志。此次家博会参展，是惠而浦在精准定位后的首次出击。惠而浦公司全球副总裁兼北亚区总裁李彦对此自信满满：“中国是惠而浦最重要的市场之一，我们将在产品、研发、品牌、渠道、人才等多方面孜孜不倦地投入，在中国这块战略高地上，继续成为全球白色家电行业的领跑者。”

走进E7展区，一眼就能望见“6th sense”（第6感智能操控系统）的巨大标识——这是惠而浦百年积淀的精华凝聚，也是其产品的点睛之笔。展会现场，惠而浦隆重推出了两款高端智能家电产品：在冰箱展区，“国粹系列”外观尽显“中国风”，内在的“第6感”如同一个反应灵敏的大脑，能捕获最微小的温湿变化；洗衣机展区中，代表作“清新系列”不仅是全球第一台“会呼吸”的洗衣机，“第6感”还能够根据衣物重量、质地、脏污程度来自动设置洗衣程序，以达到最佳的洗衣效果。现场还展示有一个用洗衣机零件拼出的机器人，寓意拥有“第6感智能操控系统”的惠而浦家电就像机器人般替你处理复杂的操作，让你轻松获得理想的家务成果。

“6th sense”无疑也是现场媒体集体“点赞”

之处。根据《2014中国家电博览会惠而浦现场媒体调查问卷》结果显示，82.9%的媒体对于惠而浦“清新系列”洗衣机最认同的功能、特点是“第6感智能操控系统”，71.2%的媒体对惠而浦“国粹系列”冰箱最认同的功能、特点是“第6感”温湿双控技术。

“惠而浦的定位是‘创·易生活’，背后的支撑点，就在于‘第6感’的智能操作。”惠而浦中国市场及产品业务总经理张青说：“真正的智能，是机器能帮助人脑完成复杂的步骤，留给用户‘傻瓜式’的简易操作，同时达到最好的效果。”张青给记者举了个简单的例子：“很多人说‘衣服不是穿坏的，而是洗坏的’，用行业内的说法，即衣物遭到了‘过度洗’。洗衣机中最容易‘过度洗’的环节是脱水，预洗、主洗、漂洗，每一步都需要脱水，要做到脱水但不掉纤维，脱水的速度、爬坡速度与转停比的平衡很有讲究，在洗衣机测试里有一项指标叫做‘织物磨损率’，惠而浦在这方面做了上万次的实验与对比，最终在三者之间找到最佳平衡点，让衣物在洗净的同时做到‘呵护’衣物不受损伤。通过科技的创新留给用户最完美的洗衣体验和最简易的操作，这就是智能的表现。”

记者了解到，惠而浦“清新系列”洗衣机和“国粹系列”脸谱冰箱2013年年底已推向市场，凭借着智能操作系统的独特优势，惠而浦一举拿下了高端市场近10%的市场份额。据透露，在继续拓展高端市场份额的同时，2014年惠而浦还将研发数款产品，主攻中端市场，而“第6感智能操控系统”将作为核心保留在所有产品中，这意味着更多消费者能够享受到智能家电带来的简单生活。



Dream maker空气净化器
登陆中国

2014年3月18日，德国高端空气净化器品牌 Dream maker 造梦者在中国家电博览会 AWE2014 上首次与国内消费者见面。来自德国的技术顾问及“Dream maker”大中华区 CEO 夏霆表示，即使你身在纽约，也可以预先把家中的空气净化器打开，调试到最合适的风速和湿度，这是“造梦者”空气净化器智能化的最大特点。

记者在造梦者展台看到，在展区的体验室内，不断有消费者对这款可全球 WiFi 智能操控的产品产生了很大兴趣。不同于其他 3C 大牌和传统滤网式的空气净化产品，“造梦者”采用的是 ESP 恒流静电技术，能够最大程度的隔绝甲醛、病菌和 PM2.5 等有害物质，又不会产生对环境有害的臭氧，造成二次污染。

据“造梦者”有关负责人介绍，该品牌的空气净化器基于物联网技术专利研发的 APP，成为空气净化器智能化的另一大新看点。在 IOS 商店或安卓市场，用户都可以方便地下载到造梦者 APP，只需简单的设置，就可以通过手机、平板电脑等智能设备对“造梦者”远程控制，让用户随时随地了解并调节家中的空气状况。

夏霆对记者表示，2013年至今，全城雾霾笼罩和 PM2.5 屡次爆表，让空气质量一度成为了全民关注的热点，也成为大多数消费者最关心的问题。“用数据说话，是‘造梦者’最大的特点，通过短短几分钟，专业仪器即可检测出室内 PM2.5 含量。独创的智能化操作系统和德国家电一贯近乎苛刻的做工品质，都让‘造梦者’成为空气净化行业中不可忽视的又一颗新星。”（赵秋玥）



家用制冷业革命性产品 亮相 AWE2014 首款线性无油压缩机 Wisemotion 全球首发

2014年3月19日，恩布拉科在2014中国国家博览会上发布全新一代制冷解决方案——Wisemotion 智驱线性无油变频压缩机。Wisemotion 智驱是全球首个家用线性无油压缩机解决方案。“今天是不平凡的一天。因为 Wisemotion 智驱线性无油压缩机是20年来制冷行业革命性的创新产品，将带来家用制冷的革命，为冰箱从结构设计到智能控制提供了更多可能性，同时带来了食品保鲜、节能和静音方面的全新客户体验。”恩布拉科全球总裁 Roberto H. Campos 说。

据介绍，Wisemotion 智驱压缩机采用全新结构设计，直线电机技术可以减少系统的摩擦点。此外，采用智能电子元件和新材料、新涂层技术的机械部件，使得压缩机不再需要使用润滑油。Wisemotion 智驱压缩机

中的制冷剂气体将发挥两个作用——冷却并润滑系统中的摩擦点。

Roberto H. Campos 强调：“Wisemotion 智驱压缩机让家电业‘开发未来冰箱’的梦想成为可能。家用制冷市场将通过这一解决方案而实现巨大的技术跨越。”Wisemotion 智驱是全球唯一的无油压缩机，无油设计使冰箱可随意放置，为压缩机组装方式和冰箱设计带来更多可能。

Roberto H. Campos 指出，Wisemotion 智驱压缩机体积更小，比当前压缩机的高度低约100毫米，节约多达20L的内部空间。Wisemotion 智驱压缩机采用无油设计，有助于压缩机的后期报废拆解处理，并且所使用的原材料比传统压缩机大约减少50%。此外，与传统压缩机相比，使用

Wisemotion 智驱压缩机的冰箱，制冷系统的制冷剂灌注量将减少20%，更加节约成本。据介绍，Wisemotion 智驱压缩机也给冰箱制造商带来好处，由于整体上更加小巧，轻盈，使得冰箱生产线上的操作更加简单，同时还为库内物流提供了便利，从而让整个供应链受益。

恩布拉科集团研发总监 Fabio Klein 介绍了 Wisemotion 智驱压缩机的几大特点。一是保鲜，Wisemotion 智驱压缩机可在冰箱内部实现精确控温，根据系统负荷调整制冷量，最大程度地保持食物新鲜；二是尺寸小巧，令 Wisemotion 智驱压缩机可节约多达20L的空间；三是高效，与目前市场上最高效压缩机相比，Wisemotion 能效提高5%，与标准化产品比，能效提高20%~30%；四是静音，Wisemotion 智驱压缩机为噪声控制带来最现代和最创新的解决方案，在最大制冷量时，噪声比传统压缩机降低10分贝。

据恩布拉科全球市场与销售总裁 Reinaldo Maykot 介绍，Wisemotion 智驱压缩机是恩布拉科约100名工程师和研究人员十多年的研究成果，申请了80多项技术专利。“家电行业在寻求差异化的过程中正面临诸多挑战，Wisemotion 智驱压缩机解决方案可以使制冷系统的设计更加创新，为客户带来全新的应用体验。”

恩布拉科亚洲区副总裁 Luis F Dau 表示：“选择中国首发这款革命性产品，表明我们对中国市场充满信心。中国是全球制冷行业最活跃的市场，全球60%的冰箱在中国生产。”

中国家用电器协会理事长姜风评价说：“Wisemotion 智驱压缩机实现技术飞跃，为中国家用冰箱的创新带来新的机遇。作为全球冰箱压缩机的领军企业，将新产品的首次发布放在中国，说明对中国市场的重视，必将对对中国冰箱压缩机行业产生重大冲击。”

据介绍，目前 Wisemotion 智驱压缩机一共有两个型号，分别针对 R600 和 R134a 两款制冷剂，将主要针对高端变频冰箱应用。“由于 Wisemotion 智驱制冷量区间非常宽，因而可以更好地满足客户的需要。”Fabio Klein 说。（黄敏）

九阳新一代豆浆机及馒头机 AWE2014 首秀

2014年3月18日，九阳第十四代豆浆机及专利产品馒头机在2014年中国家电博览会上首次揭开面纱。据介绍，新一代豆浆机的破壁免滤系统彻底改变了豆浆机的研磨技术，让自制豆浆进入免滤时代。业界首创全新馒头机的，一键操控便可轻松让人吃上如同手工制作的放心馒头。

据九阳股份副总裁韩润介绍，新一代豆浆机拥有超强的精磨程序，不仅在15分钟内快速制浆，还能使豆浆中的营养指标全面提升。“第十四代新款豆浆机把‘超微精磨’晋升为‘破壁免滤系统’，使豆浆机的粉碎效果提高了40%，能够打破大豆细胞壁，大大缩减了豆渣粒径，这样豆浆不过滤也几乎不会造成颗粒感，真正解决了多年来消费者使用豆浆机的痛点问题。”

据介绍，熬煮技术上，第十四代豆浆机采取灶火熬煮式的立体加热技术，结合精准控温技术，15分钟内完成五步营养熬煮，充分释放以往产品6倍以上的异黄酮和更多的富纤维营养物质，与免滤技术双管齐下，真正保留了整颗大豆的营养精华和原汁原味，并且最大程度地降低粘锅、糊底现象的发生。

20年来，九阳一直在寻找制作豆浆的

最佳解决方案。本届展会上，九阳还展示了据称有“战略意义”的代表产品 one cup。one cup 通过随行杯销售模式和口味产品的开发，将九阳十多年非转基因原生大豆的种植经验和成果整合，一放、一按、一压，30秒便可让人喝上好豆浆。这种类似胶囊咖啡机似的豆浆机+“胶囊豆浆”（随行杯）组合行销的 one cup 咖啡机，为豆浆机市场开辟了一个全新的逻辑和模式，被业内人士看好。

另据传闻，九阳正在酝酿一款 K 系列免洗豆浆机，据说可以在极短的时间内研磨熬煮出原味豆浆，而且完全不用清洗。该产品是否会开启豆浆免洗时代，令人期待。据了解，2013年中国豆浆机市场上，九阳依然牢牢占据高于70%的市场份额，保持绝对的领先地位。

不仅豆浆机，九阳还在本届展会上展示了全系列厨房电器及净水产品。其中九阳首创的专利产品馒头机也是首次亮相的产品。这款馒头机只需一键操控，即可完成混合食材、揉面、成型、发酵、升温、蒸制、焖烧的手工馒头全过程，两个小时就能做出安全、放心、松软的手工馒头。据悉，该产品将于 AWE2014 之后全面上市。（秋叶）

老板吸油烟机 16年销量领先

3月19日，“大吸力有大智慧——贺老板吸油烟机16年销量遥遥领先”新闻发布会在“2014中国家电博览会”老板电器蓝鲸城堡隆重举行。

发布会上，国家统计局中国行业企业信息发布中心和中怡康分别公布了2013年吸油烟机行业数据。两大权威机构数据均显示，2013年老板吸油烟机再度取得市场零售量和零售额的“双冠王”，实现了16年销量遥遥领先，而在3500元以上高端油烟机市场，老板电器也保持着市场占有率第一的成绩，坐稳高端厨电头把交椅。同时，大吸力吸油烟机已经成为行业主流趋势，老板大吸力油烟机以占六成的市场份额依然稳居行业第一，老板成为大吸力油烟机的开创者和领导者。

老板电器董事副总裁赵继宏回望了老板在过去1年取得的成绩，同时表示未来3年，老板电器将全面启动新一轮战略规划，以产品差异化、品牌高端化、渠道多元化，全面实现3个30%的企业战略，继续引领行业健康有序发展。

展会期间，老板电器还展示了行业内首套高端智能厨电套装——智尊。其中，9500吸油烟机更将时尚与科技进行了最大升华。首先外观设计，这款产品以简约时尚替代繁杂浮华，用精致线条够了艺术气质，掀起新构成主义美学风潮。同时9500吸油烟机拥有全新的产品UI，整体形象硬朗而大气。现代化的厨房必然拥有智能元素，9500吸油烟机拥有32位多任务操作系统，该系统配备了4.3英寸触摸屏，屏幕分辨率为800×400，24位真彩，1600万色。9500吸油烟机从外观来看也十分时尚，玻璃与纯钢板材的对比展现出高品质感的外观，而触摸屏的应用更保证了操作的智能化和互动性。9500吸油烟机操作界面为简洁直观 windows8 系统风格，动画与色彩强烈视觉冲击，升级人机互动体验。





海立R290
压缩机

海立 R290 压缩机采用自然界原本就存在的环保新制冷剂 R290，开发了 R290 制冷剂专用冷冻机油，提升压缩机的性能和可靠性；结构优化设计，降低 R290 的充注量；采用优化泵体和新设计的电机，提高压缩机性能；耐磨材料应用，提高压缩机可靠性。采用该压缩机的 R290 空调具有节能、环保的突出优势，是目前中国环保部积极推广的新技术。

展位号：5G71



夏普PM2.5
检测传感器

夏普 PM2.5 检测传感器是业界最小尺寸器件，外观尺寸仅为 53×40×51mm，便于组装在各种电器中，可检测 PM2.5，检测所需时间仅为 10 秒，是目前世界上检测时间最短的器件，对于其他悬浮颗粒物和灰尘，也能一一检测。这款传感器将分流器和 LED 高精度传感器结合并小型化，可实现基本免维护，大大降低成本。

展位号：6E21

GMCC美芝
旋转式压缩机

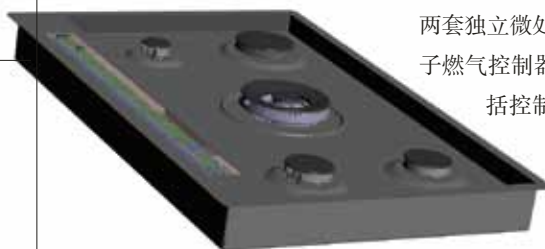
喷气增焓变频压缩机是全球行业内首次在旋转式压缩机上采用喷气增焓技术，即在 -15℃ 低温环境下，制热能力提升 20%~50%，解决了常规空调器的低温性能衰减问题，扩大了空调制热的应用地域。采用弹性阀片喷气技术，利用弹性阀片响应喷气及压缩腔压力，压缩机自动进行制冷剂喷射，阀片的弹性运动保证阀片按照设计的轨迹运动，确保可靠性。此外，喷气流道优化技术在保证喷气通流面积同时减小附加余隙容积，是实现大流量、高可靠性、高效的喷气技术。



展位号：7G01

E.G.O电子
燃气控制器

EGO 电子燃气控制器最大配置为 6 个双环火，微处理器最多可实现 16 种配置，实现同个硬件配合应用于不同的气体种类和压力和不同的灶具（炉头数量和位置）。控制器采用两套独立微处理器系统，高安全标准。EGO 电子燃气控制器采用完整的安装和测试系统，包括控制模块和铝板、滑动触摸界面，标准产品模块配合多种颜色 LED 显示。



展位号：4F01

加西贝拉
冰箱用压缩机



VNX1113Y 高效变频压缩机应用加西贝拉最新技术研究成果，取得多项自主知识产权，可在 1200 ~ 4500rpm 范围内无级变速，达到高速强制冷、低速超静音的效果。这款压缩机 COP 值超过 1.93，比国家 A 级能效要求高约 11%。采用天然 R600a 工质，压缩机无氟无污染，节省铜线和硅钢 35% 以上，是一款名副其实的环保压缩机。

展位号：7D71

苏泊尔FH2
电压力锅



苏泊尔 FH2 电压力锅内置探头，感测温度变化可精确到 1℃，控温更精准，烹饪压力最高可达到 70kPA，食物口感和营养成分得到提升。

电压力锅采用 IH 立体环绕系统加热，更均匀，食物均匀熟透，口感好更美味。IH 电磁加热技术是通过电磁线圈对金属内胆进行加热，越过了加热盘的热量传导过程，比普通电热盘热效率提高 24%，加热速度提高 20% 以上；同时，该压力锅引入多级线圈，实现对整个内胆的环绕加热，达到对食物的绝对均匀加热。此外，FH2 特有“中途加菜”功能，满足消费者对不同食材的口感需求。

展位号：4C01

太古TZC-0502A
家用榨油机



这款家用榨油机有着 BEACON PARTNER 血统（荷兰知名家电设计公司），外观简约素净，黑色线条层次感极强，可对花生、黑芝麻、南瓜籽、紫苏籽、葵花仁等八种油料进行压榨，榨油之后的油渣为高蛋白脱脂食品，健康营养。双模智能温榨，集榨油榨汁于一体，全自动炒榨，节省电、方便拆洗。

展位号：4D01

昱能科技APS
家用太阳能发电站



展位号：6A01/6A02

昱能科技家用光伏电站采用世界先进技术的微型逆变器 YC500，整个系统具有以下优势：安全——屋顶上无直流高压；灵活——安装环境适应性强（高层楼顶、阳台、独栋别墅）、可自由扩充系统容量；多发电、能赚钱——参考上海地区 2.5kW 系统，每年能为用户带来超过 5000 元年经济收益；智能监控——通过网络，可以在电脑、手机随时监控自己电站的发电情况，发现电站故障，及时解决，保证电站发电量。昱能科技（APS）家用太阳能发电站是包括太阳能组件、微型逆变器 YC500、系统支架等辅材的成套打包产品，并附带电站设计、施工及后期维护等一系列周到服务。



飞科FS352
电动剃须刀

飞科 FS352 剃须刀采用镜面真空离子镀，金属质感，握持手感舒适。配备三组全方位浮动刀头，电动剃须刀精确贴合面部轮廓，弧面刀网技术，使剃须过程顺滑舒适；“S”形剃须技术，从不同角度准确捕捉胡须；便捷的全身水洗技术，刀头、机身可在水龙头下直接冲洗清洁，使用自如；而轻触式开关、全球通用电压、1 小时快速充电、智能液晶显示等小功能，也给消费者带来舒适的便捷感。

展位号：5D31



中国家电博览会

Appliance World Expo

上海新国际博览中心

博览前沿科技魅力
共享全球家电生活

2015年，我们依然在这里！

