

# 美的冰箱步入去概念化重体验化发展之路

随着社会经济的快速发展,消费者的需求不断升级,家电行业的发展已经从原有的概念包装战转向消费者体验的升级。其中,冰箱产品的发展也从起初单一的冷冻、冷藏,发展到今天智能化、人性化体验不断升级。

美的作为国内冰箱行业领军者,也一直致力于技术革新,不断助力整个行业技术的发展和升级。据美的冰箱负责人透露,在过去一年的转型经营中,美的冰箱投入了近2亿的资源用于夯实技术研发、产品力等基础实力,研发人员也达到400余人,在研发实力、技术创新、品质改善、精益制造、产品竞争力等各方面都取得了突破性的进展。

今年4月,汇聚真空多元发泡技术、国际知名超高效压缩机、超低待机功

率、制冷系统优化、制冷结构优化在内的五大节能技术的美的“芯节能”系列超级节能冰箱在北京发布,日耗电仅为0.78度的550L超大对开门冰箱,218L的三门机械冰箱最低日耗电量仅需0.25度等一系列产品的节能突破,树立了冰箱行业的节能标杆,美的成为冰箱行业名副其实的节能领跑者。

近日,美的冰箱更是牵手中国标准化研究院于6月25日在合肥签署了战略合作协议,协议包括噪声、能效等多个项目的研究合作,并同时成立了美的冰箱、中国标准化研究院“冰箱噪声联合研究实验室”。中标院副院长李爱仙在仪式表示,对于目前的家用电冰箱产品,尤为突出的是噪声问题,噪声的声品质影响人的使用感受,此次美

的冰箱与中国标准化研究院开展冰箱噪声、能效等家电工效学研究的战略合作,将从“人”、“机”、“环”三者间相互关系开展研究,有针对性地研究冰箱噪声的声品质。

据了解,此次合作标志着美的冰箱将进一步加大在科技实力领域的投入与研究,是美的冰箱技术研发战略的一部分。美的冰箱事业部总经理王建国表示,在当前激烈的市场竞争环境下,唯有好的产品,企业方能长久,美的冰箱把产品经营作为战略经营的一个核心,在强化科技研发实力积淀的同时,将寻求更多的外部合作,汇集全球的智慧,推动新产品的研发,为消费者提供更加优异的产品使用体验,推动整个行业的快速发展。(刘鹏省)

## 联想电脑强势掀起强劲触控狂潮

如果你使用电脑还在噼里啪啦的敲键盘点鼠标,那你就太落伍了!这一季,联想电脑强势掀起强劲的触控狂潮,随心所欲的触控操作,畅爽便捷的指尖体验,彻底告别旧时代的PC!给力产品搭配巨幅加超值优惠,让联想电脑带你进入全新的触控时代!

联想笔记本S系列:  
触控新秀平价机皇



纤巧的指尖,划过晶莹的触屏,释放出瞬间变幻的画面,仿若指尖上的舞者,轻轻浮现。这,就是全新联想S系列笔记本。其中,主推的S400T全面加配微软最新Windows 8操作系统,独具一格的超轻薄设计,完美的十指触控体验,更有独立显卡搭配1GB独立显存,带来更完美视觉效果。支持英特尔第三代酷睿i3/i5处理器,500GB大容量硬盘,高清摄像头,超值加创新,联想S系列笔记本让您畅享指尖上的变形魔法。

联想智能桌面Horizon:  
触控相聚多人欢乐



一个人玩触控,不够high?那就约上三五好友,一起来体验全球首款智能桌面吧!联想智能桌面IdeaCentre Horizon专为多人操作而设计,用户可以将屏幕完全放平,从而获得最舒适的桌面触控体验。当它放平变身桌面使用模式时,一个设计简洁的圆盘浮现在屏幕上,这就是联想智能桌面引以为傲的支持多人交互的Aura界面。不论是视频、音乐、图片,还是游戏、教育、应用,都能实现多人同时触控操作。

联想平板笔记本Yoga 11S:  
360°翻转 触控如影随形



夏日出游,带着沉重的笔记本已经是旧时代的事情了。11.6英寸的黄金尺寸,1.35kg的超轻机身,超级本的性能,触控本玩法,联想Yoga 11S绝对为您的拉风旅行加分。全SSD固态硬盘提供了闪电般急速体验,不惧任何性能挑战;大容量锂电池提供更长续航时间,不再担心长途旅行的寂寞;在分辨率达1366x768的IPS广视角屏下,支持10点全屏触控,却又轻便如斯,出差办公,日常出行都可以轻松将它随身携带,随时随地分享旅程乐趣。

既有超级本的超强配置性能,又有平板电脑的轻盈触控体验,如果你想拥有一台小尺寸,同时兼顾办公和娱乐的平板笔记本,联想Yoga 11S绝对是你的最佳选择。

夏日激情,一触即发。这个火热的夏天,陪伴你的不只是冰镇的西瓜和热闹的蝉鸣。联想触控风暴袭来,点燃你的激情,释放你的双手,邀您一起进入PC全触控时代!

(据金羊网)

17万元的电视、5000元的电饭煲你会不会买?

## “天价”家电销售“超预期”

17万元买一台电视,2万元买一台微波炉,5000元买一个电饭煲,如果开出这样一份家电价格清单,相信肯埋单的消费者寥寥无几。如果多付几百元、上千元,就能享受到更多功能、更炫外观、更好材质的家电,答案可能就完全不一样了。

8日,记者从调研机构中怡康了解到,从2005年至今,多数家电产品的平均价格都处于快速上升的通道中,涨幅普遍超过20%,个别产品涨幅甚至超过50%。厂商则反馈,此前屡试不爽的“价格战”近年来效果大不如前,而一些高端新品却能虏获不少消费者的心。

记者在太古汇的索尼直营店内看到,一台65英寸的4K液晶电视零售价为44990元,55英寸的零售价格则为29999元。不要以为这些

产品已是天价,旁边一款巨型84英寸液晶电视的价格是169999元,足够买一辆中级轿车了。还别当这些产品只是店内摆设,“销售数量超过我们之前的预期。”销售人员说。

在苏宁、国美等连锁卖场,“天价”家电也不是什么新鲜事。新概念衣物护理机功能集烘干机、除湿机、挂烫机等于一身,售价3.5万元。相比之下,2000元的榨汁机、4000多元的除湿器、近5000元的剃须刀、7000多元的空气净化器都算得上“便宜”了。

宣称要抛弃低价策略的美的,此前推出的1万元微波炉已引起市场哗然,而美的厨电国内营销公司总经理孙命阳透露,售价2万元的微波炉明年将上市。

## 价格战效应递减被弃用

一度饱受价格战困扰的家电市场,是否已经走出“红海”、奔向“蓝海”?中怡康数据显示,从2005年至今的8年时间里,多数家电产品的平均价格确实处于快速上升通道中,各类产品涨幅普遍超过20%。

以空调为例,2005年的平均价格为2930元,到了今年,平均价格已上涨至3730元,上涨了27.30%,洗衣机更是从1384元上涨到2142元,上涨幅度超过50%。

广州苏宁的数据也显示,新型家电产品的平均占比从年初的25%提升至如今的45%,其中以彩电、空调的推新速率最快。而新产品上市通常意味着价格又将上扬。

“天价”家电离普通消费者有些远,但追求更高档次、更高端、更新潮却是时下不少消费者的选择。

专家:

## 高价不等于高端 性价比始终最重要

中怡康品牌总监左延鹤认为,高端家电正在进入关键发展时期,其市场占有率将进一步提升。但左延鹤也提醒,企业在走高端战略时,应拒绝单纯为了“高端”而“高端”,从市场需求出发,做好品牌和品质

才能为“高端”打好基础。

陆骥烈也认为,“高价”并不等于“高端”,“性价比”始终还是中国消费者非常注重的因素,加大研发投入,赋予产品更多人性化的功能才能说服消费者敞开心扉。(刘新宇 陈毓泰)



一台液晶电视的标价差1元就到17万元,足以买一辆汽车了。  
王维宣 摄



9999元的微波炉。王维宣 摄