

做节能精品 领跑 APF 时代

河南区域美的空调新品发布会隆重召开

郑州消息(记者 孙道远)回顾 2013 冷年,美的空调以“一晚 1 度电”为牵引,聚焦节能,大幅占领了中高端变频市场。进入 2014 冷年,APF 新能效标准的实施,对于中国空调行业来说是一个新时代的开端,空调行业竞争格局会发生怎样的变化?美的空调又将如何布局呢? 8 月 15 日,河南区域美的空调新品上市发布会给出了答案。

权威市场零售调查机构中怡康公司零售监测数据显示,2013 年 1~6 月高效变频空调市场,美的空调以 27.7% 的销量占比位列所有品牌的第一位。同时,在 2013 年

1~6 月高效变频空调畅销排行榜上,美的 ECO 节能系列的尚弧(35KB)和悦弧(35LB),分别以 14.44% 和 4.19% 的销量占比,高居一级和二级变频空调畅销型号榜首。

“2014 冷年,美的‘一晚 1 度电’空调的 ECO 节能系列全面扩容到了三大系列 16 款产品,形成了豪华、高端、中端的极具市场竞争力的销售组合。同时,研发并实现了高频速冷、全封闭室内机、物联网控制等业内领先的新功能、新技术,让美的节能空调的舒适性大幅升级。”据河南美的空调销售有限

公司市场部长王乐如介绍,进入 2014 冷年,美的空调要“做精品空调,占领中高端”,美的储备了雄厚的变频空调技术基础,同时拥有中国最完善的变频空调产业链,已完成所有变频空调型号的 APF 新标准的研发切换和生产准备工作。

王乐如表示,继 2008 年美的空调推动直流变频的普及以来,2011 年美的空调成为全直流变频升级的倡导者,2013 年“一晚 1 度电 ECO 节能技术”引领节能新趋势,而在 2014 年度 APF 标准升级过程中,美的空调必将在市场上占有更大的竞争优势。



油烟机选购概念易混淆:

自清洁不等于免拆洗

吸油烟机是厨房中必不可少的电器之一,做饭时产生的大量油烟都会通过吸油烟机排出到烟道中,保障厨房中空气的清新,然而,吸油烟机本身的清洁也不容忽视。据了解,85% 左右的家庭主妇表示,抽油烟机的清洁是最麻烦的,需要专业人员清洁,而且烟机多次拆洗容易造成烟机故障。

吸油烟机在工作时,通过内部电机使风轮作高速旋转,在炉灶上方一定的空间范围内形成负压区,将室内的油烟气体吸入吸油烟机内部,油烟气体经过油网过滤,进行第一次油烟分离,然后进入烟机风道内部,通过涡轮的旋转对油烟气体进行第二次的油烟分离,风柜中的油烟受到离心力的作用,油雾凝聚成油滴,通过油路收集到油杯,净化后的烟气最后沿固定的通路排出。从吸油烟机的工作原理上我们不难看出,直接接触油污的部件就是油网和叶轮,也是吸油烟机清洁的重点。

烟机拆洗的弊端

破坏装修结构

清洁吸油烟机并不像普通电器一样,简单的擦拭表面就可以了,若想深度清洁,免不了要拆卸一番。如今的厨房都是一体化的,装修时先买厨电,再设计装修风格,烟机嵌入到橱柜里,几乎没有多余的预留空间,拆卸时稍不小心,就可能刮坏橱柜或墙砖,影响厨房的整体美观。

影响使用寿命

每台抽油烟机在出厂时,都经过工厂流水线精密装配,严格检测,确保抽油烟机电机、涡轮等关键部件的安装准确到位。在拆洗过程中零部件难免磕磕碰碰,损耗关键零部件的保护涂层,加之装配检测条件的限制,其耐腐蚀性大大下降,这些都会影响产品的使用寿命。

影响使用性能

清洗过程中难免会使关键部件有微小变形,或安装不到位,这些都会使机器的阻力增大,反复安装后,很容易造成产品噪音增大、吸力变小等问题,影响正常使用。

(中关村在线)



电脑也“中暑” 散热垫有用吗?

访发现,目前市场上的散热垫种类繁多,价格也在几十元至几百元。散热垫的效果与其材质、风扇位置和技术原理密切相关。其中最为核心的就是风扇部分。从设计上来看,有的散热垫设有一个 18cm 的大风扇,有的是 12cm、14cm 的双风扇设计,也有 4 个 12cm 风扇的笔记本散热垫。

风扇的数量越多越好?还是风扇越大越好?据了解,风扇的选择会直接影响使用效果造成影响。对于更希望散热垫“安静”一点的用户,建议使用大尺寸风扇,因为空气流通相对集中,大尺寸风扇转速较低,静音效果也较好,无论笔记本尺寸是多大,都几乎没有散热死角。

使用小风扇则对重要部位重点散热,虽然转速高,散热效果好,但是噪音偏大,同时气流容易混乱,造成覆盖面积不到位,这点相比大风扇是个劣势。

据了解,笔记本的发热区域都不太相同,有的发热源主要在笔记本键盘与显示器之间,有的在键盘位左右等,这是因为笔记本的设计不同而产生的。如果选择小风扇的

散热垫,要留意的是尽量让散热垫的风扇与笔记本的 CPU、硬盘对应上。不过,并非所有笔记本都能使用大众化的散热垫。

对于散热垫抱有百分之百的希望并不明智。测试发现,使用散热垫后,处理器和显卡的温度都得到了不同程度的降低,但无论是否开启风扇,都未能对机身表面降温起到十分明显的降温作用。从目前的技术来看,散热垫对于机身表面的散热作用比较有限。

注重外形设计

细节部分也不能忽视

靓丽的外形和人性化的设计也是散热垫不可忽视的部分。因为要长时间使用笔记本电脑,散热垫的设计不宜花哨,越简洁越好。

目前大部分散热垫的材质以塑料居多,表面覆盖有金属网,里面安装散热风扇。据悉,日本的秋叶原市场上出现了用竹子做的笔记本散热垫,它采用了类似烤架的造型,背部 180 毫米的大风扇,USB 接口供电,还能五级调节高度,夏日用起来格外清爽。

笔记本散热垫中多角度的支架设计可以让使用者有不同的体验。最好选择自由度可调的设计,一些散热垫可以在上下两个角度随意变换,甚至让散热器“站立”起来;一些散热垫的地脚采用了包胶设计,具有更好的防滑作用,也能减少共振的状况。虽然都是细节的部分,对于散热垫来说却不可小觑。

另外,有的还内置了音箱,一些散热器还设有调速开关,可以调节散热风扇的转速。

(据《广州日报》)

前段时间,全国不少城市都进入了“烧烤模式”,广州更是迎来了肆虐的“秋老虎”。天气炙热,笔记本也跟着“着火”,掌控位置滚烫同时,程序操作起来变得卡顿。殊不知,电脑的处理器和显卡都带有“过热保护”功能,在高温情况下会采取降频等方式来“消极怠工”,性能亦直线下降。其实,每到夏季,“笔记本散热垫”成为网上热销产品,而且新品层出不穷,号称散热降温功能有多犀利。究竟这些散热垫作用怎样?是否真能为笔记本“防暑降温”?

散热垫有用吗?

烫手感觉难下降

笔记本的散热垫实际效果如何?记者采

访发现,目前市场上的散热垫种类繁多,价格也在几十元至几百元。散热垫的效果与其材质、风扇位置和技术原理密切相关。其中最为核心的就是风扇部分。从设计上来看,有的散热垫设有一个 18cm 的大风扇,有的是 12cm、14cm 的双风扇设计,也有 4 个 12cm 风扇的笔记本散热垫。

风扇的数量越多越好?还是风扇越大越好?据了解,风扇的选择会直接影响使用效果造成影响。对于更希望散热垫“安静”一点的用户,建议使用大尺寸风扇,因为空气流通相对集中,大尺寸风扇转速较低,静音效果也较好,无论笔记本尺寸是多大,都几乎没有散热死角。

使用小风扇则对重要部位重点散热,虽然转速高,散热效果好,但是噪音偏大,同时气流容易混乱,造成覆盖面积不到位,这点相比大风扇是个劣势。

据了解,笔记本的发热区域都不太相同,有的发热源主要在笔记本键盘与显示器之间,有的在键盘位左右等,这是因为笔记本的设计不同而产生的。如果选择小风扇的



八月份彩电降价清库存预热“金九银十”

彩电大幅降价

自 8 月初开始,苏宁、大中、国美等家电连锁卖场都在显著位置摆放了彩电促销海报,包括三星、夏普、索尼、先锋、海信、创维、TCL、康佳、长虹、LG、飞利浦等国内外主流彩电厂商均挂起了促销牌。放眼卖场,39 英寸全高清 LED 跌破 2000 元,42 英寸窄边全高清 LED 跌破 2600 元,甚至 46 英寸 Android 智能 LED 电视也仅售 3000 多元,50 英寸全高清窄边 LED 跌破 5000 元……

一般来说,家电业在每年的“五一”、“十一”黄金周会大打价格战,各家品牌的折扣力度都会放到最低。“五一”、“十一”过后,价格又会恢复往常水平。那么,今年的价格战为什么会发生在 8 月呢?

如此大的降价幅度,根本原因在于 5 月 31 日退出的彩电能效补贴政策对厂商的影响很大,从全行业来看,近两个月销量下跌 20%~30%,厂商希望通过加大资源

投入重新挽回市场人气。

根据市场调研机构中怡康的统计数据显示,彩电行业在补贴政策退出后的 6 月销量下跌 17%,7 月跌幅预计将超过 20%。中怡康黑电研究中心总经理彭显东表示,节能补贴确实会对市场造成一定程度的透支,至少对未来 3 个月的市场影响较大。

意在大量清库存

刘步尘在分析彩电价格大战原因时称,彩电新国标的即将实施,助推了此次价格大战的爆发——“每个彩电企业都希望尽快清空库存的低能效产品”。

据了解,新的彩电能效标准将于今年 10 月 1 日正式落地,液晶电视能效 1~3 级的能效指数分别由原来的 1.4、1.0、0.6 提升为 2.7、2.0、1.3,等离子电视能效 1~3 级的能效指数分别由原来的 1.2、1.0、0.6 提升为 2.0、1.6、1.2。按新标准,原来的 1 级能效只相当于新能效的 3 级能效产品,门槛一下子提升了两个等

级,这就意味着现有 1 级以下的产品未来将全部变成“不达标产品”。

中怡康黑电研究中心总经理彭显东也认为“厂商甩售低能效产品的压力的确存在”。他表示,根据中怡康监测到的数据,6 月以前彩电行业库存周转速度是 4~4.5 周,补贴政策退出以后的运转速度降至 7 周,“销售大幅下跌打乱了厂商此前规划的清理低能效产品的节奏”。“提升业绩通常有两个途径,一个是通过价格战实现规模效益;另一个是通过提升产品结构扩大利润空间。他说,“按照以往的经历,彩电企业往往会在每年 9 月前清理旧型号,从而为 9 月、10 月的高端新品上市留出通路,这也是彩电厂商们为何急于在 8 月开打价格大战的原因之一。”

对此,某彩电厂家人士直言不讳,“低能效产品当然是我们甩货的主要目标,接下来的 3 个月是全年彩电的销售旺季,此时不甩货,何时甩货?” (王耀军)

“直降 3000 元”、“最大降幅 40%”。进入 8 月,彩电降价幅度之大令人咋舌。据了解,这不是一两家彩电厂商的促销策略,而是几乎所有中外彩电品牌都参与的价格大战。继国美携手家电厂商召开智能电视论坛后,苏宁也携同家电厂商掀起更大规模价格战。据悉,节能产品惠民补贴政策退出之后,各大彩电企业销售普遍暴跌 20%~30%,面对即将到来的“金九银十”,新一轮彩电价格战开打,部分彩电企业对

渠道的让利幅度甚至高达 40%。彩电企业表态称希望通过加大资源投入重新挽回市场人气,而 8 月也有可能一改上两月的颓势,重回增长轨道。

家电业内专家刘步尘认为,在节能产品惠民补贴政策退出以及彩电新能效国标即将实施的双重压力下,彩电企业终于被迫开闸放水。8 月份彩电降价,厂家清库存、商家抢市场、用户得实惠,也是对即将到来的“金九银十”的预热。