

能标破局变频空调突成香饽饽

厂商集体推变频空调争抢先机

□信息时报记者 曾祥萍

被市场和主流厂商冷落多时的变频空调,在新冷冻年伊始突成香饽饽。

进入2009年新冷年度以来,国内两大定速空调巨头美的、格力等纷纷向市场高调推出变频空调新品,大举进入变频空调市场。在节能减排强制力量的推动下,中国首个变频空调能效标准已于今年9月1日正式实施,新的定速空调能效标准也将于2009年3月实施,能效标准的提升无疑成为厂商向变频靠拢的最大助推器。

厂商争推变频空调

长期以来,中国空调市场一直是低价位高能耗产品主打市场。而新能效标准的实施将改变这一局面,使得“变频”成为空调厂家开启新冷年的“敲门砖”。

主推变频空调的厂家已迅速转型,今年美的、格力均高调宣布推出变频空调,表明自己对变频市场的决心。美的一举推出5大系列的变频空调产品,要重写变频空调市场格局;格力则旗帜鲜明地打出“直流变频专家”的口号;志高也将于本周末在北京发布变频空调新品,而一直占据变频空调领域“老大”位置的海信空调,更是借机宣扬自己在变频空调领域的技术实力。变频空调逐渐被市场热捧。

“今后将在市场主推直流变频空调。”美的空调技术副总裁吴文新日前公开表示,2009年,美的变频空调的总销售目标是300万台,占美的空调明年总销量计划的六分之一。

“明年对所有做变频空调的品牌来说都是一个机会,变频空调的销售量很可能翻番,所占市场份额可能

达到10%以上。”海信科龙总裁王士磊对明年的变频空调市场抱乐观态度,而作为未来的发展趋势,国内几大空调厂家闻风而动,开始对变频空调“投怀送抱”。

能标提高推动行业破局

此前,变频这种高效能产品在国内发展10年仍然不温不火,其中重要原因就是成本太高。

不过,今年以来,定速空调能效标准准入门槛将大幅提升,从2.6大幅提高到3.2,而变频空调能效标准于9月1日正式实施,使变频空调终于有了自己的身份,这两项举措,对于变频空调的市场普及,起到“破冰”的巨大推动作用。在国家节能减排强制力量的推动下,四五级低能效定速空调将全面淘汰,变频空调的价格优势更加显著。

事实上,能效门槛的提高使得变频空调大大减少与定速空调的价差。变频空调的最低能效标准都有3.3,而定速空调能效比要达到3.2,其成本也会大幅提升,两者的成本差距已经在缩小。“企业与其耗费更多的材料和成本,提高定速空调的能效比,不如致力于开发变频空调,从这个角度来说,未来的空调一定会走变频之路。”海信科龙总裁王士磊向记者表示。

“空调能效不管调到几级其实并不重要,即使经过各方面努力,不是按照04年已经公布的要在09年调到2级,我们经过努力放松退到3级,也就是多了几年时间而已,未来这个指标还是要提高的。”北京工业大学环境与能源李红旗教授表示,对于企业而言,虽然目前变频在市场上占份额尚少,但长远来看,变频空调确实是发展趋势。



由于能效标准的实施,使得定速空调优势消失,故国内空调厂商集体推变频空调新品,试图争抢市场先机。

信息时报记者 杜翠 摄

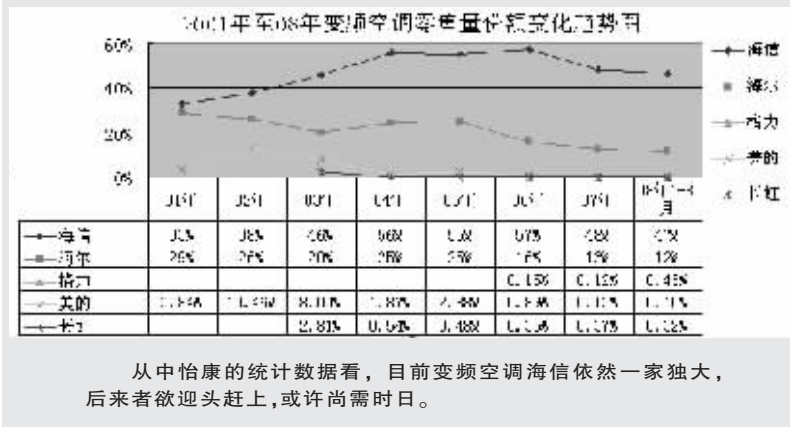
相关报道

百万美的变频空调出口日本

美的出口日本的第100万台变频空调昨天下线,而其切入变频市场预示国内空调市场面临变局。

昨天,美的家用空调事业部总裁吴文新在广东顺德宣布,美的出口日本市场的第100万台直流变频空调下线。在2009年新冷年度,美的变频空调整体销售目标为250万套,其中国内市场销售预计达150万套,占据国内变频空调60%以上市场份额。

吴文新表示,目前美的拥有变频空调领域最高端的直流变频技术,日本是直流变频空调技术最发达的国家,而美的的技术合作方是制造全球首台变频空调的日本东芝。美的在2004年与东芝展开合作,在广东顺德建立了东芝空调在全球的第三家空调生产基地,此前产品全部以东芝品牌返销日本,迄今累计已达100万台。



从中怡康的统计数据看,目前变频空调海信依然一家独大,后来者欲迎头赶上,或许尚需时日。

苏宁2008全球“家博会”明天广州揭幕

记者日前获悉,苏宁2008全球家电博览会将于明天(18日)在广州各苏宁店开幕。据主办方苏宁方面介绍,参加此次展览会的品牌超过500家,涵盖彩电、冰箱、洗衣机、手机、电脑、数码等在内的上百家国内外知名品牌。苏宁此次举办的全球家电博览会可谓开了家电界的先河。

随着家用电器不断向数字化和科技化发展,越来越多的消费者更注重性能和外观的结合,故此次苏宁特启用旗下两家旗舰店面作为此次博览会的真机样品展区,让消费者零距离感受到与世界同步的家电潮流。据苏宁方负责人介绍,为了办好此届全球家电博览会,苏宁将其门下的天河店、正佳店两大龙头门店用作此次博览会的展览店,并根据门店定位和一向的消费者认可取向定点正佳店为3C展览区,天河店为传统家电展览区。其中苏宁正佳店经过9.29升级扩容后总面积近两万平方米,其

手机、数码、电脑区域面积近万平方米,成为广州乃至整个华南地区最大的3C购物中心之一。而作为一向是传统家电高端产品重点销售的天河店无疑成为了传统家电的展览区,据天河店负责人介绍,为针对此次博览会特设置了多个体验厅来展示,其彩电、音响等品类的品牌展厅全部按照体验厅标准打造。苏宁相关工程负责人介绍,此次各大家电品牌不约而同的在这里开设体验厅,彩电数十个品牌、音响数十个品牌,加上其它品类的体验厅累计将超过30个品牌体验专区,数量跃居业内之首。

当下家电市场上各品类最高端产品的组合,外观的绚丽和功能的出色表现等等,都将在本次家电展览会上带给消费者耳目一新的感觉。而本次展览会最根本的宗旨即是利用整合苏宁在家电界的资源最大便利地优惠于消费者。为此苏宁特备货特惠商品达80000台,其中特惠平



板20000台、特惠笔记本电脑20000台、特惠手机20000台、特惠厨卫套餐10000套。据悉,苏宁正佳3C+旗舰店为了办好此次首届展览会,3C产品让利力度空前,笔记本电脑一款跌破2000元,双核独显笔记本跌破4000元,百万像素手机跌破400元,多媒体手写输入手机跌破500元,千万像素数码相机跌破999元,高清数码摄像机跌破3999元。信息时报记者 刘莉

简讯

20年运行零故障 “寿星”冰箱也应更新换代

“咱家的容声冰箱用了20年,从没坏过,到底还能用多久?”近日一位消费者张先生打电话给冰箱企业,咨询冰箱的无故障运行到底能用多久。记者从容声冰箱总部获悉,自提倡冰箱产品升级换代后,已有数以万计的20多年容声冰箱老用户前来咨询,希望把用了20多年的“老寿星”升级为容声“原生态”三门冰箱。

张先生家的“长寿”冰箱,再一次见证了冰箱的品质极限。据负责容声冰箱技术研发的专家介绍,冰箱作为一天24小时、一年365天持续通电的大家电产品,持续运行多年以后出现故障的几率较大。容声凭“质量取胜”的理念起家,在产品质量的可靠性方面,过去20多年来,的确在业内做到了极致,首屈一指。

容声冰箱的过硬品质,得到了全国消费者持续的认可,也造就了容声冰箱的市场辉煌。据国家统计局数据显示,从1991年开始,容声冰箱的市场占有率11年全国第一,成为迄今为止夺得年销量冠军次数最多的冰箱品牌。信息时报记者 曾祥萍