



中国“智”造屡创高新技术

■ 资讯

352推全品类战略布局

随着空气治理力度的加大,国内空气净化市场迎来“井喷式”增长的同时,净化类产品也在经历“洗牌”。近日,352空气净化器在本届AWE中宣布正式确立全品类布局,并推出包括全新空气净化器产品、防霾口罩、新风机等在内的多款空气净化领域防护产品。

其中,352 X80空气净化器针对目前雾霾现状研发设计,颗粒物CADR值高达750m³/h,在净化能力和噪音控制方面均有突破。此外,X83型新品在净化指数方面则延续了X80高于新国标的性能,在优化噪音控制和升级滤芯的同时,增加了PM2.5指数显示,并新增了与APP间的智能连接,可与352检测仪实现联动控制。

“我们一直致力于针对空气污染提供有效的解决方案。”352相关负责人表示,“希望未来能够提供更多适合不同场景的解决方案,满足大众对于洁净空气的需求。”据悉,未来352将陆续推出更多类型的空气防护产品,在保持创新能力的同时,持续提供优质的性能和合理的价格。

青年报 王霞

米家智能台灯获iF金奖

2017德国iF设计大奖评选近日已落下帷幕,小米旗下7款产品荣获iF国际设计奖。其中,米家LED智能台灯来自59个国家的5575件参赛产品中脱颖而出,摘得金奖(iF最高级别奖项)。

在满足硬件要求的前提下,米家LED智能台灯实现了几何的形态美感,横竖灯臂的长短厚度、旋钮的大小手感等,均经过多次模型实验,兼顾硬件需求和用户使用舒适度。“在生产过程中,甚至一个看似简单的转轴,都要接受从外观构想到技术实现上的种种挑战,最终达到外观和功能的统一协调。”小米相关负责人表示,作为产品的“点睛之笔”,台灯中的一抹红色线条更让整台灯都“活”了起来,使其在视觉上更具个性。

据了解,米家LED智能台灯是2017iF设计金奖中的中国品牌之一,也是小米首个获得德国iF设计金奖的产品。

与此同时,小米生态链家族中的米家压力IH电饭煲、米家扫地机器人、小米无人机、小米米家电动滑板车、小米手环2、小米胶囊耳机以及米家AIRWEAR防霾口罩等多款产品亦均荣获2017年iF国际设计奖。

青年报 王霞

围绕今年AWE“智慧生活”的主题,各大企业都以智能化功能发展为方向。国内知名品牌家电与电子消费产品集中亮相,充分满足了人们对于家电前沿科技的想象。

青年报 姜卓 王娟

万家乐 专利技术攻克“冷烫水”难题

海信 自主研发“天玑”开启大屏时代



3月10日,热水器知名品牌万家乐联合京东在的AWE上推出新产品——搭载“启停零波动”热水技术等66项原创核心专利技术的Q6恒温π燃气热水器。这款热水器针对洗浴过程中关水再开,水温忽冷忽烫的现象,通过“启停零波动”核心专利技术将水温控制在人体几乎感觉不到的波动幅度,彻底杜绝了“冷烫水”。

普通燃气热水器关水再开时,首先出来的并非温度适宜的热水,而是冷水并且持续15~18秒的时间。水温的忽冷忽烫极大降低了燃气热水器的用户。作为燃气热水器行业的专业公司,万家乐从用户体验角度出发,为了解决燃气热水器关水再开的“冷烫水”现象,精心研发原创科技“启停零波动”专利技术,使关水再开时水温的波动幅度比普通燃气热水器缩小近3/4,热水停机再启动后保持在38~40℃之间,同时水温变化的时间也由行业普遍的15~18秒缩短至5秒,让用户几乎感觉

不到水温的变化。

同时,该款热水器也是万家乐携手国际工业设计大师喜多俊之共同打造,通过极致的设计来满足消费者对家电的颜值要求,颠覆传统热水器古板的工业形象,集实用功能与华丽外表于一体,中国五金制品协会理事长石僧兰表示,该款热水器对消费者痛点精准把握,技术再突破,将用户体验提升到了新的高度,为燃气热水器行业产品的创新发展进程提供了方向。

万家乐联手京东发布Q6新产品,积极主动拥抱互联网、践行品牌年轻化的战略,通过技术与服务的全面升级来推动用户体验的再度提升。前不久,京东商城家电事业部总裁闫小兵表示,将通过六大战略,扮演好家电零售引领者的角色,推动家电零售业与家电制造业实现再次变革。此次合作,京东的渠道和服务优势与万家乐领先的水技术、优秀的产品体验强强联合,将使中国燃气热水器行业的消费体验达到一个全新的高度。



海信在awe上发布了自主研发的75英寸天玑系列ULED超画质电视,这款电视机以前所未见的画质表现拉开了2017电视大屏化升级的序幕。海信电器总经理胡剑涌认为,2017年彩电市场机会就在高端大屏电视上,65英寸将是下一个风口,而75英寸将引领未来的大屏消费。未来三年里,75英寸及以上产品的市场份额将保持100%以上的增幅。

超大屏对电视画质有着更高的要求,天玑系列ULED超画质电视以全新升级的ULED和量子点

技术实现了对比度、色域覆盖、峰值亮度等关键画质指标的大幅提升,综合画质表现超越OLED。据介绍,天玑系列ULED采用海信最新升级的多分区动态背光控制技术,可以真实呈现普通电视难以表现的层次、细节和景深感。

胡剑涌同时谈到,2017年将是彩电产业转型升级的关键一年。从年初的美国CES到本次AWE,全球一体化的趋势已经非常明显,中国市场已经实现了与全球市场同步,各大品牌CES上的战略规划在今天的AWE已经转化为批量上市的产品。

TCL“桶中桶”根治洗衣二次污染



TCL是国内冰洗行业近年来成长最快的品牌之一,致力于在冰箱、洗衣机的产品创新中,不断融入更为人性化、贴近用户的科技功能。此次TCL免污式桶中桶洗衣机一经发布,即吸引了媒体与消费者的极大关注。在洗衣机领域,长期存在着二次污染的难题,包括洗衣机对衣物的二次污染,以及衣物与衣物之间的交叉污染。2016年,TCL冰箱洗衣机开创免污式洗衣机新品类,先后推出了免污式滚筒洗衣机和免污式波轮洗衣机,解决

了波轮、滚筒两大类别洗衣机对衣物洗涤的二次污染难题。

据介绍,TCL免污式桶中桶洗衣机创新采用桶中桶结构,“大桶免污+小桶免污专属”的免污技术解决方案,即在洗衣机的大桶内设计独立的专属小桶,洗衣时,大桶、专属桶的洗涤程序分区操作,互不干扰。这款产品的发布,意味着TCL洗衣机构建了行业全免污系统解决方案,免污式洗衣迈入3.0时代,引领洗衣机行业健康化转型,也让全社会更关注公众健康问题。

小熊“巧趣生活”成为潮流风尚标

“供给侧改革”和“消费升级”成为今年两会的热点,小熊电器也针对消费者的需求多样化和个性化,从产品研发到品牌营销都奇招频出。为消费者提供更多高质量、个性化的产品,满足日益高涨的消费升级的需求。

本次AWE展会上,小熊电器与黄小厨发布了战略合作。2016年,小熊电器通过“穿越吧厨房”与黄磊结缘,双方在品牌的理念上非常契合。黄小厨以输出优质生活内容社群品牌,加

上小熊的优质产品力和强势销售渠道,从美学经济的角度为消费者定制幸福厨房的美好日常。

据了解,此次合作将涉及联名定制产品研发、年度NOOB市集合作、综艺节目合作、美食红人直播、美食视频教学、亲子烹饪大赛等深度合作内容。并不是简单地“粉丝经济”,而是在消费升级的当下,联手打造立体战略合作。通过输出价值观与情感的方式,为消费者打造新升级的美好生活经济学。

[延伸阅读]

海尔:携手六大品牌满足全球社群

3月8日,海尔首次宣布:海尔、美国GE Appliances、新西兰Fisher & Paykel、日本AQUA、卡萨帝、统帅六大家电品牌全球化战略——一方面由海尔单一品牌的全球化到多品牌全球化;另一方面由单一品牌覆盖

全球每一个本土市场,到多品牌协同满足全球每一个本土市场不同需求的跃升。

此次,品牌全球化的本质是“人单合一”模式的国际化。目前,“人单合一”模式已出口到日本的三洋电器、新西兰的Fisher

& Paykel,2016年又开始在美国的GE Appliances复制。海尔以六大品牌不同网器为触点,持续链接着世界用户需求的大数据,以全球第一实力不断地输出最佳产品和服务解决方案,从全球市场层面的全覆盖迭代为全

球用户社群层级的全覆盖——而人单合一商业模式的终极目标正是响应和满足用户需求。因此,本次品牌全球化战略发布也是对“人单合一”商业模式国际化进程的一次加速,使其快速在全球用户层级落地。