

高端热水器迎来分水岭 方太重新定义健康热水

本报记者 文剑

进入2017年,随着新一轮消费升级浪潮快速袭来,热水器市场也迎来新一轮变革:高端市场悄然崛起,产品技术创新和功能迭代迎来新的分水岭,主导者从过去的洋品牌变为本土巨头。

今年初,高端厨电领导品牌方太在北京宣布,将立足高端厨电引领者的行业主导地位,面向家庭生活品质的持续提升,继续加大对高端热水器市场的投入力度,通过其全球首创的磁化恒温热水器,重新定义高端热水器产品功能和行业标准,真正让用户获得“前所未见”的健康洗浴新体验。

值得一提的是,方太热水器通过从水加热到水处理的全面沐浴用水革新,不只是成功以健康洗浴定义高端热水器标准,更为产业的技术创新和产品迭代指明方向。

健康洗浴:打造热水器的高端体验

这一轮消费市场的升级转型,最突出的变化就是消费者对产品的需求变得与往年不同。在热水器市场,消费者购买产品时不再只是关注传统的安全、水温等基本功能,更加关注产品在健康、舒适、智能等方面的表现。而受到环境污染、饮食安全等社会问题影响,健康成为消费者当前最关注的话题,也成为热水器产业的下一个风口。

当年,热水器的出现并快速进入中国普通家庭,让很多家庭可以天天洗上“热水澡”,这是中国人生活品质提升的重要标志和

转折点。如今,随着热水器完成产品普及并进入升级迭代的新通道,变化的是产品技术和功能,不变的是用户对于品质生活的持续追求。

近年来在消费升级大潮的驱动下,各大家电巨头也纷纷推动热水器的技术升级和产品迭代,并同时目光聚焦热水器从过去的水加热到水处理、水净化升级迭代,希望可以让用户使用健康安全的热水洗浴。这既是产业升级迭代的发展方向,也是中国企业领跑行业的底气,更是消费需求追逐的方向。

方太磁化恒温热水器正是在这一背景下诞生的,并成功抢夺燃气热水器产品升级迭代的头筹。在其他中外品牌的热水器产品技术还只是停留在对水加热阶段,方太却成功通过对用户需求 and 痛点的精准把握,将创新技术直指产业未来发展,通过传统文化与现代科技的跨界融合,对洗澡水的水质进行提升,打造出满足消费者健康需求的创新产品。

据悉,方太磁化恒温热水器独具磁化装置,其中的永久磁体可以有效吸附水中铁锈、铁屑等固体金属颗粒,一定程度上清除钙镁离子和水垢,提高水的活性,从而有效防止细菌滋生,真正为家庭提供健康洗浴保证。来自全球知名检测机构SGS的多份检测报告显示:产品对于铁屑去除率高达91.22%,同时有效提高水的活性达到7.9%、水中余氯去除率达到6.3%,对水垢去除率达到8.1%。这正是方太领跑高端热水器的“金刚钻”。

当自来水流经磁化装置内部永久磁体产生的超高强磁场时,

能使水中矿物质的物理结构发生变化,让洗澡水会变成磁化水。磁化水比普通水分子要小,水质更加纯净,洗浴时感觉会更轻柔,为消费者带来全新的洗浴体验。方太的这一独家设计开创了行业先河,更加速了中国家庭洗浴体验的持续升级。

跨界创新:方太定义健康热水标准

当前,整个中国正处在一轮创新驱动的发展轨道下,并形成政府引导、科研机构推动、企业参与的多元创新体系。作为国家创新主角的企业,以方太为首的高端厨电巨头再次走到创新的最前沿,并率先从传统文化中寻找一条赋能现代科技的新通道,成功在互联网时代找到了自主驱动创新的“坐标”。

磁化恒温热水器正是这样一款集传统文化与现代科技的跨界创新成果。其技术创新灵感源于中国传统医学:明代医学家李时珍在《本草纲目》中记载,经过磁化处理的水有“去疮痍”、“长肌肤”等功效,南北朝《名医实录》也提出“炼水饮之,可养肾脏强筋骨”之说。炼水即为磁化水,通过将传统国学与现代科技融为一体,方太不仅打造出高端热水器领域独一无二的创新产品,还填补了中国企业在高端热水器领域的

行业空白。

燃气热水器自1978年进入中国以来,近40年的发展经历数个不同的发展阶段,高端定义权一直掌握在外资品牌手里。过去多年来,燃气热水器的高端市场一直被林内、能率、博世、A.O.史密斯等外资品牌把持,直到方太的进入悄然扭转这一局面。

最新发布的中怡康市场监测报告显示:热水器零售市场平均单价最高的5个品牌中,只有方太是本土品牌,其他都是外资品牌。更重要的是,凭借磁化恒温热水器这一明星产品,方太为中国企业在热水器市场上的高端崛起,找到了突破口和引爆点。

除了在厨电市场上,方太为何还能在热水器高端市场为中国企业和中国品牌赢得一席之地?在中国家电商业协会秘书长连四清看来,关键就在于方太这家中国制造转型的标杆企业,经过20多年的自主创新驱动后,已经成功建立起以用户为中心、以家庭为场景、以高品质生活方式为纽带的高端生态体系,牢牢确立了对高端产品的科技创新能力和高端生活方式的消费潮

流主导权。

多年来,方太一方面基于自身品牌坚持高端领导者品牌路线,成功构建了从高端科技、高端精品到高端生活方式的生态体系,实现了高端称霸;另一方面,则是因为在产品上深入洞察用户需求,自主创新,走出一条差异化引爆之路,推出直击用户潜在需求的差异化精品,为用户提供健康洗浴体验,更为高端洗浴定下新的标准。

从围绕产品性能提供热水,到围绕用户痛点提供健康热水,梳理近年来中国家电的科技创新历程可以看到,正是基于数千年传统历史沉淀的文化自信,才让以方太为首的本土企业与众多外资巨头的商业竞赛中,赢得发展主动权。不只是在厨电产业实现高端称霸,更是在热水器行业填补中国高端的空白。

随着这股基于文化自信的创新驱动动力全面形成,方太不只是为高端热水器市场带来一股新风,更凭借磁化恒温热水器颠覆性的创新和设计,为中国在高端热水器市场留下属于自己的浓墨重彩的一笔。



方太磁化恒温热水器

TCL领航量子点电视阵营 百亿销售大单加速彩电变革



签约仪式现场

本报记者 文剑

随着量子点技术的日臻成熟,量子点显示迎来快速增长的元年。作为量子点技术的领军品牌,TCL积极推进产业内的量子点技术应用,为进一步加强中国量子点技术与国际的交流合作,助力量子点产业化进程,加速量子点电视的消费普及步伐,4月13日,中国电子商会、彩电技术创新联盟联合举办的2017年国际量子点显示产业发展论坛上,TCL等国内外知名厂商及行业专家、消费者代表共同宣告携手促进量子点电视全面普及的决心。

量子点是溶液纳米晶,具有独特的光电特性,它受到电或光的刺激,会根据量子点的直径大

小,发出各种不同颜色的非常纯正高质量的单色光。2014年年底,TCL首次推出搭载量子点技术的电视,一举成为新兴显示技术的代表。2016年量子点电视进入全面爆发期,研发与应用进入全新阶段,量子点成为众多企业在显示领域转型的发力点。2017年初,TCL、三星、海信等国际电视制造巨头均已推出最新代量子点电视,量子点的春天已经来临。

论坛现场,TCL多媒体中国区销售公司总经理谢帆作为TCL代表,与三星、海信以及国美、苏宁、京东、重百、唐百等渠道商代表,完成量子点电视2017年销售总金额100亿元的签约仪式。谢帆表示,在国家、协会以及同行的

多方联动下,量子点技术以及量子点电视或将在2017年迎来大爆发,TCL也将打响量子点电视普及潮。

就在2016年,在电视业耕耘30多年的TCL,凭借全球超2000万台的电视出货量一举成为全球前三、中国第一的电视制造厂商,在全球代表中国制造与日韩电视企业正面对垒,成为世界彩电行业新的领导者。

如果说2016年是全球彩电业格局风云变幻的一年,中国电视企业崛起,彩电行业重新洗牌,那么进入2017年,随着量子点显示技术大气候的形成,势必将会使电视市场进入高阶竞争状态,作为量子点电视领航者的TCL无疑有望继续成为最大赢家。