

最近关于地下水污染的报道见诸各大媒体，消费者也空前关注饮用水的水质，净水产品也由此成为家电市场的关注焦点，某些品牌也趁“三八”节点打出“美丽”促销牌。

净水走俏 美丽环绕

□张开学



饮用水水质成关注焦点

近几日众多媒体聚焦地下水污染问题，地下水“摊上的大事儿”引发了公众对地下水水质的关注与忧虑，消费者对于饮用水安全意识也开始快速上升。笔者走访泉城各大卖场了解到，净水器专柜前来咨询购买的消费者比平常多了不少。“最近这几天来咨询购买的人很多，跟近期曝光的地下水污染有很大关系，加上消费者越来越关注饮水健康，我们的销量比往常要多出不少。”济南立升净水的销售人员告诉笔者。

据济南希力净水器负责人高经理介绍，自来水出厂时一般是达标的，但经过长距离输送到用户家中难免二次污染，烧开的自来水，虽然可以杀死微生物但却无法解决有机污染物和重金属离子，难以保证饮水健康。而桶装饮用水口感虽然会比烧开的自来水好一些，实际上由于存放时间短易变质，与饮水机连接使用后处于反复加热状态，长期放置也容易形成二次污染。随着消费者饮水安全意识的增强，家用净水器产品开始走俏市场，被越来越多的市民所接受。



净水产品市场潜力无限

为了应对不断上涨的市场消费需求，各大卖场也对净水产品进行了重点铺陈，摆放在生活类电器十分显眼的位置。业内人士分析认为，从净水器发展角度来看，由于人们对于饮水健康的重视和水环境的不断恶化以及城市自来水运输管道的不断老化，未来净水器将进入一个普及时代。

在卖场咨询的刘女士告诉笔者：“听说净水器可以过滤水中的杂质，我在市场上比较了几个品牌的净水器，也看过商场销售人员现场的演示，但是对这方面了解太少，不知道如何选择是好。”由此来看，一方面是消费者需求的多元化增长，另一方面却是消费者对净水器的一知半解的了解情况，让供需旺季的初春净水市场欠缺了一点化学反应。

据业内专家介绍，目前与净水设备相关的主要认证标准是3C认证和涉水产品认证两种，前者是主要保障产品的电器安全性能，后者则是卫生许可证，用来保障卫生性能。但是在这两个认证体系中缺乏对净水设备本身技术、工艺及过滤效果等方面的明确要求，亟待出台国家标准统一规范。

净水产品打出“美丽”牌

“三八”妇女节马上就要来临，“爱美”是女性永恒的主题。在众多的女性家电产品中，厨房净水器成为今年“三八”节颇受女性欢迎的礼物，不少品牌借助这个节点打出了“美丽”促销牌。

“如今的‘三八’节，除了传统的服装、化妆品推出优惠活动以外，美容、健康等生活类电器也针对性的搞起了促销。”泉城路某家电卖场销售人员介绍，像美容仪、健身器材等一直在针对女性打“美丽”擦边球，由于近期对水污染的关注，净水器又是厨房饮水的关键卫士，净水产品也打出了“美丽”促销牌。笔者在这里综合卖场销量的表现以及业内专家的建议，向读者推荐几款市场销售前几名的净水器产品：



立升净水超滤机 LH3-8Ad:这款超滤净水机的超滤孔径小于0.01微米(一万分之一毫米)，能滤除自来水中因二次污染而产生的细菌、病毒、胶体、铁锈等各种杂质，并保留水中对人体有益的营养物质和微量元素，滤芯使用寿命较长，大约3年左右。



海尔净水机 HRO5008-5:这款反渗透式净水机采用进口RO膜，能去除自来水中的重金属、水垢以及化学残留物质，有纯水和净水两种出水方式，可以根据厨房具体需要自由切换，十分方便。



沁园QG-U-1005超滤净水器:这款超滤净水器采用五级过滤，出水为优质直饮水，其超滤膜滤芯可反复清洗使用，寿命更长而且不易堵塞。



希力XL-RO-2A:这款净水器也采用纯进口RO膜，能有效去除各类二次污染物，电脑版自动控制上水，可安装在橱柜下面或者壁挂安装。

【海尔空调引领系列专题之二】

由方到圆 海尔空调颠覆行业传统引领产品革命性变革



一源于用户需求的灵感结晶一经上市便受到了消费者的追捧。来自中国统计信息中心(国家统计局社情民意调查中心)发布的《中国空调行业2012年消费热点分析及2013年消费需求趋势报告》(以下简称报告)显示：海尔帝樽系列空调表现最为抢眼，占据榜首位置，成为2012年度最受关注的空调单品。

颠覆行业百年传统源于用户需求

“传统的柜式空调总给人大块头、方方正正的刻板感觉”，“方方正正的柜机太占面积，噪音还大”，“……这是海尔空调通过虚实网互动获取来的。没有想到的是，就是这样的用户需求诞生了圆形的海尔帝樽空调。”

海尔空调研发人员告诉笔者，空调从方到圆的颠覆，不仅仅是造型上的突破，这种造型上的颠覆也带来了用户使用体验的舒适性升级。据该研发人员介绍，该产品摒弃传统柜机所采用的离心式风扇，创新性地将壁挂式空调的贯流风扇应用其中，不仅使空调结构更紧凑，占地面积更小，噪音更低，而且颠覆了传统柜机上出风的送风模式，实现了竖向送风模式，这样确保送风量更大、距离更远、更柔和。

“海尔帝樽空调的颠覆性创新是时代性的表现。”有关专家表示，在经济低迷的情况下，用户不断上升的个性化需求和消费体验已经成为家电产品创新的重要依据。海尔空调由方到圆的改变，不仅是对传统认知、传统使用习惯的一种挑战、颠覆，也将彻底打开空调技术创新变革的新思路。

用户体验、行业评定实现多重引领

海尔帝樽空调由方到圆的创新，不仅打破了行业的传统，也为其赢得了用户、行业、权威专家的多重认可。

在今年1月中国统计信息中心(国家统计局社情民意调查中心)发布的《中国空调行业2012年消费热点分析及2013年消费需求趋势报告》中有数据显示，消费者对空调舒适性的要求越来越高，关注空调舒适性能的网民占到了全网的7成以上。而在市场上众多的品牌和产品中，报告通过关注数据对比得出了2012年空调舒适性品牌单品关注排行TOP10。其中，海尔帝樽系列空调表现最为抢眼，占据榜首位置，成为年度最受关注的空调单品。

给用户以最优质的使用体验是海尔品牌的发展理念，从生产出中国第一台空调到如今帝樽系列凭借革命性突破实现引领，海尔通过不断挖掘用户需求，精准把握了市场脉络，满足不断上升的个性化需求，在外观设计、技术创新等方面均达到了行业领先水平。而在2013年行业技术创新升级过程中，海尔也必将担当起引领变革、创新的重要角色。