

“黑科技”再次来袭 联合天猫全国首发 万家乐 S6“无电洗”引领电热安全新时代

本报讯 9月26日,热水器行业巨头万家乐联合天猫,在杭州阿里巴巴重磅推出搭载自主原创研发技术的“无电洗”电热水器,突破电热行业以防漏电为主的传统安全技术局限,让用户在热水器断电状况下安全洗浴,引领电热水器进入安全新时代。

万家乐燃气具公司负责人表示,S6“无电洗”电热水器是划时代的智能创新型产品,将掀起全球电热水器行业由“被动防护”转变到“主动断电”的“安全新时代”。

电热水器的安全洗浴问题,一直是广大用户关注的焦点。随着技术的不断发展和创新,防止电热水器触电的安全技术,在经历了“二极断开漏保、防电墙技术、三极断开漏保”的发展后,安全系数已经相当高。但是目前市场上大部分的防电安全技术都是以防为主,通常只是在漏电以后才采取补救措施,无法切断电源从而从源头上彻底根除漏电顽疾,真正做到沐浴时机器“不带电”。同时,随着电热水器使用年限增加、防护技术失效、用电环境不符合国家标准、以及用户使用习惯不当等因素的存在,还是偶有令人扼腕的触电事故发生。

调研数据显示,90%电热产品用户在洗浴时,对可能触电的安全隐患表示有担忧的心理;60%电热产品用户表示

在洗澡使用过程中会通过拔掉电源插头来去除漏电隐患,但是频繁的拔插头、特别是湿手拔插头又会造成新的安全隐患。

如何更有效地从源头杜绝电热水器漏电隐患,保障用户的沐浴安全,消除用户的漏电恐惧感,攻克电热水器行业技术难题,万家乐提出了大胆创新观点——主动断电!

从用户体验角度出发,万家乐针对用户沐浴时安全感低这一痛点,耗时18个月进行产品研发,打造原创“无电洗”专利技术,推出搭载该技术的“S6无电洗电热水器”,能做到使用时不拔插头,出水即整机断电;把危险源直接断开,让用户在无电的状况下洗浴,彻底消除长久以来的电热水器漏电担忧,真正保障用户洗浴安全。

S6“无电洗”共使用15项原创专利技术,由“iSense传感芯,iCut断电芯,i-Plug开合芯”三个核心单元专利组成,通过“传、断、启”,实现在用户开启热水时即时切断电热水器整机电源,确保用户在“无电”状况下安全洗浴并彻底消除对传统电热水器带电洗浴的不安心理。

“传”——iSense传感芯,采用高灵敏水流传感技术,断电信号0.2秒极速传输。当用户打开花洒洗浴时,系统自动感应进水水流,当水流量达到1L/min



时,将向系统以0.2秒的速度传输断电信号,把好安全沐浴第一关。

“断”——iCut断电芯,采用原创光耦断电技术,0.3秒切断整机电源。在机器运作过程中,系统实时监控断电信号及零火线漏电情况、零地电压以及地线电流,一旦发生异常,即可在0.3秒内切断电热水器整机电源,断电反应高效迅速,确保用户洗浴时机器处于无电状态,实现真正的“不拔插头,无电洗浴”,全面保障洗浴安全。

“启”——iPlug开合芯,关水5分钟后自动复位通电。iPlug开合芯特设

智能复位装置,当用户停止用水时,若5分钟之内检测到无水流波动,开合芯即可自动吸合通电,热水器自动恢复到断电前工作模式,无需用户重新拔插电源、开机或设置热水,完美地改变了用户反复拔插头的无奈习惯,实现真正的智能与便捷。

中国家电协会副理事长徐东生表示,万家乐S6“无电洗”电热水器问世,不仅重新定义了安全洗浴,彻底消除用户洗浴时担心触电的不安心理,保障用户洗浴时的安全,还将引领着电热水器行业安全技术进入安全新时代。(春 菁)

缘,2012年诺贝尔经济得奖得主埃尔文·罗斯也曾在这里与知名学者和本土企业家代表进行过交流。

“这次举办诺奖得主中国行活动,我们希望立足全球经济视野,结合国内情况,深入浅出地分析、探讨当前企业所面临的经济形势,为中国企业的未来发展探索新的动能。”罗浮宫家居相关负责人表示,罗浮宫家居向来坚持文化营销,举办系列文化活动,钢琴家郎朗、著名作家余华、文化评论学者马家辉、导演文隼、前外交部长李肇星等名人名家相继作客罗浮宫,给人们带来一场又一场经济、思想、文化盛宴。

(翠 儿)

建筑面积6万平方米,开业后将成为黄岛地区规模最大的一站式家居主题购物中心。五是引进一流的科学技术,倾力打造恒温、恒湿、恒氧的优质购物环境,为黄岛地区消费者提供一个全新的家居消费环境理念。

中意国际家居博览中心营业

10月2日,滨州邹平“中意国际家居博览中心”营业,众明星到场助阵。(传 媒)

装“羞”,让您见“笑”啦

□ 本报记者 许晓东

金九银十,装修旺季,行业虽大,故事很小,今天的采访,讲述的就是一个大行业里的小故事。为什么装修变成了装“羞”?为什么既要“见效”,还要“见笑”?

刘先生经过七八次装修,有自己家的,也有帮助亲朋好友装的。我们要讲述的是一次是他给自己家装修的经过。这次的效果被《时尚家居》作为设计案例刊登了。

设计师留下一张有用的量房图

刘先生本来是不想找设计师的,后来爱人找来了一位业内小有名气的建筑师,经过量房、沟通和饭聊,也出了设计图纸和效果图。刘先生感觉到设计效果的似是而非——是一种专业设计,可又不是一个理想中的家。于是给了设计费后,获得了一张有用的量房图。

装修实施过程中,这样的案例为何特别多?从业主方面分析,一种是不懂装修,不想操心或者操心不到点子上;另一种是懂,不会画图;还有一些因为是要出租的房,不需要定制设计。而设计师的作用,多数是设计出让业主的装修更符合专业



“黄金周”欢快收官,指数销量双双回暖

四川“双节”促销人气颇高

9月,商务部流通业发展司、中国建筑材料流通协会发布8月全国建材家居景气指数(BHI),BHI指数在连续3月下降后止跌微升,来到108.62点,同时8月规模以上建材家居卖场销售额达到1014.6亿,同比上升了2.42%。4个月内首次飘红的BHI指数是不是国庆“黄金周”家居市场业绩翻红的好兆头?

卖场:中秋+国庆,双节拉长促销周期

与以往促销集中在国庆7天时间不同,今年国庆“黄金周”与“中秋节”间隔很近,不少卖场在9月上旬就推出了各类的促销活动,将“黄金周”的客源争夺战提前了近20天。

位于四川成都家具产业园的香江全球家居CBD,在“双节”期间恰逢开业5周年,卖场推出了千家工厂同贺周年庆活动,入驻卖场的数千品牌将数万件家具产品以工厂直供价的方式推向市场。与此同时,卖场还推出来就抽液晶电视、全自动洗衣机等百台家电,满额就赠iPhone7、ipadmini等互动好礼。如果消费者关注香江全球家居CBD官方微信,还能获得周年庆邀请函,凭邀请函还能享受专车接送及减省现金的优惠。

提前推出的促销活动极大刺激了潜在的消费能力,据卖场负责人表示,今年国庆“黄金周”,无论是卖场人流量还是成交量比去年同期都有所上涨,入驻商家对卖场的促销、宣传政策运用更纯熟,更懂得如何通过折扣搭配最大限度满足消费者需求。消费者也更加理性,单纯的折扣很难吸引下单,过硬的产品品质,合理的产品搭配、折扣叠加等多方面综合因素才能完成把钱从消费者口袋里掏出来

企业:市场回暖,销量稳中有升

与香江全球家居CBD不谋而合,千川木门国庆“黄金周”也推出了“30周年,千店同庆十一再惠”活动。8月23日开始,四川区域的专卖店以落地联盟的活动形式开展,以十年来深受消费者喜爱的十多款经典产品做特价,并配以大红红包、礼品赠送。经过一段时间的预卖,9月10日“30周年,千店同庆”活动落地成都富森美家居3号店,全川1500余名客户陆续到场,人气颇高,活动几个小时,销售额就突破了1000万。

9月,四川战区的落地联盟活动拉开了金九银十促销热潮的序幕。9月底10月初,公司趁热推出“30周年,千店同庆”“十一”再惠的活动,在全国开启了新一轮的促销热潮,数据显示,川外市场在

30周年店庆活动中销售额突破了8000万。

百木之家营销总监崔渝表示,今年公司的国庆“黄金周”促销效果非常理想,川内销售增加380万,全国增量达到1400万,完成了既定的销量目标。

南方家居以“爽购”为主题,国庆促销周期内销量同比去年增加11%。品牌负责人表示,传统的大型节假日促销活动对消费者的吸引力已经不如以前,日常化的促销和团购分流了原本集中在大型节假日的消费力,这是导致国庆“黄金周”销售量增长比往年同期有所放缓的原因。他表示大型节假日促销与日常团购及小型促销的配合将成为未来市场活动的常态,大假大促的吸引力会逐步减弱,企业需要做好促销日常化的准备。

经销商:单品类表现亮眼

在9月公布的8月全国建材家居景气指数(BHI)中,“经理人信心分指数”涨幅最大,环比涨幅达到45.48点,说明行业经理人对今年市场“金九银十”充满信心。作为家具行业中最重要的一环,经销商在家居销售过程中的重要性不言而喻。卖场和企业是否能完成既定的任务,经销商的经营理念和市场能力起了决定性作用。

千里马家居总经理李良壤代理了包括顾家、舒达在内的多个高端家具品牌,在他看来,刚刚结束的国庆“黄金周”最显著的特征是在总体销售持平的状况下,床垫品类的销售出现了猛增。今年前三季度,床垫品类的销售增长也非常突出。李良壤认为,近些年各大床垫品牌的市场教育扭转了市场的消费习惯,是床垫品类实现销量爆发的重要原因。

除此之外,与客户良好的互动也是经销商吸引客户到店,并增加客户留店时间的手段之一。9月中旬,千里马家居的导购就在各自微信群里散发国庆促销相关信息,并为消费者支招如何通过不同折扣的搭配花最少钱买最多东西,积极调动消费者的潜在消费欲望。“黄金周”期间,店里不仅推出了1元购顾家居皮凳,5元购舒达乳胶枕等常规爆款促销活动,还为到店客户准备了满额砸金蛋,满额随机抓钱等互动类游戏,极大增加顾客的留店时间,“客户只要多在店里留一分钟,买东西的可能性就增加一分。”李良壤表示,前三季度公司销量同比增长30%,年底有望再提高10个百分点,将增长定格在40%。

(新 居)

第七届“诺奖得主中国行”成功举办

安格斯·迪顿作客罗浮宫

本报讯 9月26日,备受关注与期待的第七届“诺奖得主中国行”在广东罗浮宫举办。本届论坛邀请到2015年诺贝尔经济学奖得主安格斯·迪顿,他围绕《消费蜕变下的悬念与机遇——备战未来,寻找中国企业发展新动能》的主题,与多位国内经济专家、企业代表共同探索“消费4.0”时代的奥秘。

安格斯·迪顿是著名微观经济学

家、普林斯顿大学国际事务教授与经济系讲座教授、美国经济协会前主席,主要代表作包括《经济学与消费者行为》、《逃离不平等:健康、财富和不平等的起源》等。

安格斯·迪顿获得2015年诺贝尔奖的研究主要围绕“人会买什么东西?”、“赚的钱是用来买东西还是存起来?”、“如何判断发展中国家的生活水

平”3个核心问题展开,他通俗且与我们日常生活密切相关的经济学理论深受人们欢迎。不管你是希望学习理财知识的普通白领,还是想要了解当前消费潮流的企业家,又或者是不知如何应对经济新常态的决策者,都可以从中汲取能量。

据悉,本届“诺奖得主中国行”已经不是罗浮宫家居与诺奖得主第一次结

软装、儿童娱乐、休闲餐饮、电商运营、青年创客基地等为一体的多元化、一站式商业聚集地。

济南月星家居剪彩

10月1日,万众瞩目的济南月星家居剪彩。济南月星家居广场位于济南市天桥区核心,作为集团“大山东”战略浓墨重彩的一笔,济南月星家居引入了惠达、欧路莎、九牧、加拿大加枫、朗斯、法恩莎(卫浴瓷砖)、恒洁、摩恩、普乐美、东鹏、蒙娜丽莎、马可波罗、索菲亚、FENDI、大自然、TATA等国内外一线建材品牌,以及左右、慕思、CBD、法雷尔、

居然之家黄岛店开张

10月2日,居然之家青岛黄岛店开张。五大特色尽在居然:一是囊括了众多行业内中高端家居建材一线品牌。二是切合黄岛地区顾客消费习惯,设立了2万平方米的定制馆,汇集国内、国际众多知名定制家具品牌,打造黄岛地区独一无二的定制家居生活体验馆。三是汇集居然电气屋、实木欧美家居生活馆、软体家居体验中心等多种业态,向居然之家“家庭消费生态圈”战略发展迈进。四是

全面倡导文化强企

中国五金协会吸油烟机分会第五届
企业文化交流会在浙江海宁召开



本报讯 日前,中国五金制品协会吸油烟机分会第五届企业文化交流会暨联络员工作会议在浙江美大实业股份有限公司召开。本次会议由中国五金制品协会吸油烟机分会主办,浙江美大实业股份有限公司承办。中国五金制品协会副理事长、吸油烟机分会秘书长孟凡波出

席会议,浙江美大总裁夏鼎博士出席会议并致辞,副总钟传良出席会议,吸油烟机分会副秘书长王勇主持会议,30余位协会会员企业代表参加本次会议。会议旨在促进企业发展,全面倡导文化强企,持续引导会员企业文化建设工作,学习行业骨干企业先进管理模式和优秀企业

文化。

浙江美大总裁夏鼎博士致欢迎辞。他简要介绍了公司发展情况,并以“企字拆开为人止”的新颖角度阐述了“以人为本”的企业文化真谛。公司副总钟传良以创新为主题,结合在美的30余年的亲身经历,分享了美大37年沉淀下来的独特的企业文化。方太、海尔、博世、美的、老板、德意、樱花等企业代表相继发言,分享各自企业在企业文化建设方面取得的成果。代表畅谈文化对企业发展的帮助,共同探讨企业文化在企业发展中所起的作用。

吸油烟机分会根据日常工作开展过程中各企业单位及联络人对分会工作的支持与配合度,表彰了5位2016年度先进工作者。会议当天,参会企业代表应邀走进浙江美大,参观美大工业园,体验美大企业魅力,领略美大开拓、创新的企业精神,感知积淀深厚的美大企业文化。与会代表表示,走进美大感到十分震撼,美大发明了世界上第一台集成灶产品,大规模应用行业领先的智能化装备,企业不断做大做强,美的成功源自37年积累的企业文化。企业文化是企业的灵魂,是企业发展的原动力。美大创业30余年来,企业文化在传承中不断升级,创新成为美大文化的基因和法宝。(浙 大)