

近年来,水污染、空气污染等环境问题日益严峻,给人们的健康带来极大的困扰,“喝一杯健康的水”成为人们迫切的需求。而目前,饮用水的水质状况令人堪忧。

据资料显示,我国有 25.5%的人在饮用不良水质,近 2800 万人在饮用高硬度水质,5000 万人在饮用高氟化水质。自然水与地下水的严重污染,使饮用不干净水的人群仍在猛增,饮水安全成为人们无法忽视的问题,但同时,这也为净水器行业迅速崛起提供了一个发展契机。

我们只想 喝一杯健康的水

水家电正在逐步实现从“饮”到“净”的跨越

专家称:净水器比桶装水更安全

目前,桶装水仍然占据着市场主流。据中商情报网数据显示,经过这几年的高速发展,高达 40%~50%年增长率的桶装水行业,已开始呈现缓慢增长态势。随着高端桶装水的阵营收缩,低端水趋于饱和,市场利润空间正逐渐缩小。另一方面,近年来水桶质检合格率低、桶装水二次污染等事件屡屡见诸报端,成为人们关注的热点问题。由于饮用水行业的门槛比较低,“黑瓶”假水充斥

市场,也引发消费者对桶装水安全性的担忧。

针对桶装水的种种问题,家电行业资深观察人士刘步尘就表示:“我认为净水器比

桶装水更安全。从桶装水本身来说,首先,桶装水的健康指标值得怀疑,现在桶装水市场使用劣质材料现象普遍,行业监管不到位;其次是本身的水质达不达标,是不是自来水简单过滤一下就出售;还有二次污染问题,饮水机没有定期清理造成污染,周围环境也具有很多不确定因素。”

2015 年,净水器呈爆发式增长

近日,在奥维云网举办的“2015 互联网+智能净水行业论坛”上发布的《2015 净水行业蓝皮书》显示,2013 年至 2014 年,水处理行业销售额分别为 72 亿元、121 亿元,年复合增长率达 42.5%。2015 年,水处理市场销售量达到 789 万台,销售规模将达到 192 亿元。未来市场潜力巨大,其中饮水机份额将进一步减少,仅占销售额的 10%,意味着中国水家电正从“饮”时代向“净”时代跨越。

受国家颁布的《水污染防治行动计划》影响,近两

年,净水行业无论是品牌数量还是市场增幅都突飞猛进。根据中国水网调查数据,国外发达国家净水器的普及率都在 70%以上,甚至达到 90%。相比之下,中国净水器的普及率不足 5%。在一线城市中,上海的普及率为 18%,广州为 10%,深圳为 8.5%,由此可见,未来我国净水器的成长空间巨大,市场前景诱人。

产品质量和售后仍是发展瓶颈

净水行业的井喷式增长,引发了新一轮的投资热,同时市场竞争也进一步加剧。据不完全统计,目前国内的净水机市场驻扎着 3000 个品牌,竞争越来越激烈。蓝皮书显示,2014 年和 2015 年的新进入品牌少了许多。行业洗牌加剧、利润趋薄、推广成本增加等因素,是阻碍投机主义企业进入净水行业的最大因素。

2014 年,反渗透技术成为市场的“新宠儿”。根据奥维云网数据显示,在整个净水市场中,反渗透技术从 2014 年 1 月的 25.4%市场占比攀升到 12 月的 52.7%,年度累计占比为 46.7%;2015 年,累计销售额占比达到 60.9%,且呈现稳步上升态势。反渗透机的核心部件——反渗透膜(RO 膜)的过滤孔径为 0.0001 微米,相当于头发丝的百万分之一,不仅能过滤超滤机能过滤的物质,还能过滤比病毒、细菌等更小的金属离子,还去除水中的铅、汞、铬、镉等重金属离子,使过滤出的水达到纯水标准,通常用作日常饮水。

“反渗透式是未来净水器发展的趋势之一”,刘步尘预测,“因为它本身的技术含量高,出来的水可以实现直饮,不需要再购买饮水机和桶装水,随着技术的不断成熟,净水器的价格也会逐渐下降”。

净水器行业的前景固然诱人,但眼下产品的质量和售后却是瓶颈,安装规范、滤芯更换、运行管控等将是亟待解决问题。

(新快)

海信曹建伟:ULED 技术现实可行 OLED 仍有技术缺陷

电视显示潮流去往何方,是领军者思考的问题。8 月 24 日,海信在上海举办了技术发展媒体沟通会,为海信力推的 ULED 显示技术布道。海信电视技术研发带头人曹建伟说,目前 OLED 电视仍有技术缺陷,不具备推广条件。

ULED 意为极致的 LED,是海信历经 7 年技术攻关,向全行业大力推广的中国自主显示技术。日前,国内权威显示机构——东南大学显示技术研究中心发布的中韩电视画质评测报告显示:在 10 项最主要的画质指标评测中,ULED 的峰值亮度、动态对比度、色域覆盖率、功耗等 5 个指标,明显优于三星主导的 SUHD 技术和 LG 主导的 OLED 技术,黑场亮度、水平、垂直像素数 3 项指标相当。

曹建伟介绍了海信做“U”不做“O”的原因:“海信对 OLED 技术也做了很长时间的跟踪研究,OLED 在可塑性和暗场显示方面有一定优势,但最大的困扰就

是良率和可靠性,尤其对于大尺寸面板应用。此外,残影、寿命短、图像烧结(每次开机不能超过 4 小时)也是现阶段的技术难题,尚不具备大规模推广的条件。”

海信选择 ULED 路线,是总结几十年来电视核心显示技术发展历程而确定的技术主流。曹建伟说,新的显示技术能否取代老的技术,只有一个标准:就是能不能给用户带来实际利益而又现实可行。ULED 的最大价值是它以较低的成本和更为成熟的技术,把液晶电视的画质提升到了前所未有的高度,满足消费者对远期“梦幻显示器”的视觉追求。

从产业安全角度考虑,曹建伟也表达了他的想法:“OLED 是自发光器件,不需要背光模组,一旦 OLED 成为市场主流,中国企业只能沦为外资品牌的分销商和搬运工。OLED 电视屏占了近 90%的成本,所以中国品牌做的 OLED 整机,其实只能做剩余 10%的工作,仅剩主板和底座了。”

(海信)