

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，这也为净水器行业的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份额都突飞猛进。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。目前，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)