

三项世界第一！海尔空调科创“小成果”获全球用户认可

本报记者 卢梦琪

当传统空调企业还在通过价格博弈抢占市场时，海尔空调已经对“要规模还是要科技”做出了坚定选择。

当空调市场从增量市场转入存量市场时，科技创新已经成为支撑行业转型升级的首要引擎，将核心技术牢牢抓在手里的海尔空调用市场数据证明了这一点。欧睿国际最新发布的数据为空调企业全球市场地位进行了标注，海尔空调连续多年实现互联空调、健康自清洁空调销量世界第一，首次实现中国家用空调自主品牌海外销量第一。

一条科技创新路 收获全球点赞

当下，全球空调市场需求不足，内外两个市场承压。中国电子信息产业发展研究院发布的《2021年中国家电市场报告》显示，2021年中国空调市场零售额1651亿元，同比仅实现小幅增长(2.2%)。

空调企业要在有限的市场空间内拼产品、拼渠道、拼品牌，直面终端消费不振、利润空间缩小等挑战。大部分企业重新祭出“价格战”，谋取规模增长，抢占市场份额。海尔空调却以“孤勇者”的姿态，坚定不移地走出一条科技创新之路，通过原创技术迭代，打造品质产品，布局高端化、全球化、场景生态，站在行业科技创新的最前沿。

事实证明了这一选择的正确性。世界权威调研机构欧睿国际最近发布了2021年全球空调市场数据，海尔空调荣获3项世界第一：第6次蝉联互联空调(包括智能空调)



销量世界第一，第4次蝉联健康自清洁空调销量世界第一，中国家用空调自主品牌海外销量第一。

近三年，在疫情带来的新常态下，健康认知增强和企业加码让消费者空调产品的诉求聚焦到智慧互联、健康杀菌等功能上。

欧睿国际的数据显示，2021年，中国互联空调(包括智能空调)销量超过3009万台，占全球总销量的82%。其中海尔全球互联空调销量占全球互

联空调总销量超过33%，第6次位居销量排行榜第一。

2021年，全球健康自清洁空调销量超过2469万台，年增速达12%。海尔全球健康自清洁空调销量份额达到47.8%，位居全球销量第一，引领行业开启健康空气新时代。

一直以来，空调是中国家电产品出海的标志性品类。2021年，中国家用空调在海外市场的渗透率已

达16%。海尔、美的、格力三大品牌，合计占中国家用空调海外总销量的79.5%。其中，海尔家用空调的销量占海外总销量的41%，位居销量排行榜第一。

做行业“向阳而生”的那道光

当下，空调行业已告别规模高

速增长的时代，未来要面临产业更迭的周期性挑战，但新的时代节点上也蕴含生机。若要“向阳而生”，需要头部企业引领带动。

10多年前，当大多数家电企业还在以价格换取市场时，海尔已经开始走高端化、品质化路线。海尔空调于2012年在全行业首次提出“互联空调(包括智能空调)”概念并推出产品，引领更多家电品牌入局，助推互联空调从单一的“连接/智能”功能，持续演进为“整合”新风、除菌、自洁、加湿等功能的全屋家居智能，为用户打造全屋空气管理平台和智慧空气解决方案。2020年，海尔牵头成立家庭连接联盟，推动空调等家电品牌互联互通。

在海尔带动下，互联空调已经成为空调市场一个重要的细分领域，互联空调渗透率由2012年不足5%，增长到2020年超过20%。2021年，中国互联空调销量更是以82%的份额位居全球首位。

类似的故事还发生在健康自清洁领域。海尔空调首创除菌舱科技，实现内部56℃全空间高温自清洁，空气除菌率高达99.9%。作为健康自清洁空调的发源地，中国占据全球市场91%的销售量份额，持续引领全球。

与此同时，海尔空调开始占据

全球制高点。早在上世纪90年代，海尔就坚定地“走出去”，率先在海外创牌，布局海外本土化产品研发，在营销、推广等方面的投入逐年增长。海尔空调目前为美国市场供应大量不同尺寸、功能、设计，且满足节能功能的便携式空调和窗式空调；为俄罗斯消费者提供智能家居系统所需的空调产品，当下俄罗斯市场大约90%的空调产品为中国品牌以及由中国工厂制造的OEM产品。

上述成果背后是海尔空调一直坚持的1年2项原创科技的创新节奏，宽翼送风、定向柔风、三级扬风等24项空调原创科技，以及以洗空气养生空气场景、睡眠卧室场景等全空间场景方案为行业提供健康新增量。在专利、标准等领域，海尔空调占据国际行业主导权。截至目前，海尔空调斩获1039项国内外科技专利，并先后参与IEC 60335-2-40、UL 60335-2-40、UL484等多种国际标准制定和修订工作。

海尔空调长期以来坚持迭代原创科技、技术专利引领、主导行业标准、发展智慧场景，不仅获得了全球市场认可和众多用户青睐，也为行业提供了升级转型的新路径。



接种新冠病毒疫苗

利己利家利国

中宣部宣教局 国家卫生健康委员会宣传司 中国疾病预防控制中心 中国健康教育中心

公益广告