

怎么判断空调好坏？ 海尔空调：耳听为虚，眼见为实

进入6月，随着气温升高，空调市场也进入销售旺季。今年以来，聚焦健康的空调产品销售火爆，除菌舱空调、新风空调、洗空气空调等品类纷纷进入用户的“候选之列”。但是，对那些想要换新空调的家庭来说，购买时就只能看看样机、听听讲解，然后等着回家“拆盲盒”吗？作为一名普通用户，怎样才能判断出一台空调是好了还是坏了？百闻不如一见。在众多空调品牌中，海尔空调脱颖而出，直接“打开天窗说亮话”——选好空调，就要看实机。

本报记者 杨鹏岳

从“价格”转向“价值”： 空调进入用户时代

当前，我国空调行业已进入存量市场的阶段，与此同时，大量潜在的换新需求有待释放。自家电下乡之后，国家相关部门陆续出台政策助力家电换新与消费，满足用户在消费升级趋势下的消费需求。

今年5月，国家发改委、工信部、生态环境部联合发布了《关于做好2022年家电生产企业回收目标责任制行动有关工作的通知》，确定了6家开展2022年回收目标责任制行动的企业名单及申报回收目标。其中目标回收量最大的是海尔智家，其在2022年的目标回收量为600万台，其中包括130万台空调。业内专家表示，该措施有利于推动家电更新消费，畅通国内家电市场消费内循环。此外，北京、郑州、深圳等地已通过发放绿色节能消费券的途径，促进家电换新，提振家电消费。

如今随着消费升级，家电消费已逐渐摆脱以低价促销量的阶段，转而向着追求绿色、健康等高价值的趋势发展。奥维云网监测数据显示，空调产品均价已经连续14个月上涨。线下行业均价重新回到4000元以上，同比上涨14%；线上均价攀升到3000元以上，同比上涨13%。这背后间接反映出了用户身上的变化：价格已不是吸引用户的关键，用户真正需要的是有价值的产品和方案。

在上述背景下，已进入存量市场的空调行业，各品牌竞争可谓愈加激烈，此时谁能给用户提供的最大价值，谁才有可能最终赢得用户认可。奥维云网周度数据显示，2022年五一期间（W19周），海尔线下市场份额提升6.5个百分点，全年累计提升3.6个百分点。



另据中怡康最新数据，海尔空调年累计份额已达到20%，成为越来越多用户的选择。能在众多品牌中脱颖而出并逆市增长，海尔空调成功的密码只有一个——率先走向用户时代。

事实上，海尔走向用户时代的征程早在20年前就已开始。2002年，海尔空调在各地商场专柜区敞开“胸膛”，将空调拆开，让消费者看个明白，同时还有专家向消费者详细讲解空调的构造部件及功能。通过让消费者在现场与某低价空调直接对比，孰好孰坏，一目了然。海尔空调的这一行动被视为“打开天窗说亮话”。

在行业还深陷“价格战”的传统思维之

时，海尔已经率先转向“价值战”。海尔从用户需求出发，坚持“打开天窗说亮话”，致力于为用户提供看得见的高价值空调产品与解决方案。从价格战到价值战，这是海尔空调在进入用户时代引领行业做出的一大转变。而除此之外，还有两大转变正在海尔空调身上发生着。

**眼见为实：
用户健康看得见**

2022年5月，海尔空调将“打开天窗说亮话”进一步升级，在全国1.1万家卖场，通过

“一枪、一币、一钞”的挑战，开展“真品质、敢演示”活动，用实机演示空调品质。

在“一枪”挑战中，当蒸发器结霜时，测温枪显示空调蒸发器的温度能到-30℃，并现场演示蒸发器结霜、化霜全过程，自清洁硬实力看得见；当开启制热时，测温枪显示出风口温度达到55℃以上，从-30℃到55℃的跨越，冷热实力看得见。在“一币”挑战中，进行了运行噪音测试：在运转中的室外机上立起硬币，空调持续运行，硬币屹立不倒，安静平稳性能看得见。在“一钞”挑战中，测试了空调会不会吹脏风：钞票的防伪标志在空调UVC灯下显现，深紫外UVC能验钞也能杀菌，健康科技看得见。

通过“一枪一币一钞”实机演示的方式，海尔空调的硬核实力被直接亮出来，让用户看得明白、体验明白、消费明白。这种方式不仅让商家改变了传统展销模式，也让用户看到、体验到了海尔空调的好品质。从讲解产品向演示产品、体验产品转变，是海尔空调在用户时代做出的第二大转变。

海尔空调的第三大转变依然与用户息息相关——从制冷制热诉求向健康需求转变。当前，以健康为“触点”的产品逐步成为消费者关注的重点，而空调行业今年也重点聚焦在“健康”这一亮点上，推出了一系列健康新品，如除菌舱空调、新风空调、洗空气空调等。以新风空调为例，据奥维云网线上监测数据，2019年—2021年，新风空调的参与品牌数由2019年的4个增加至2021年10个，在售机型数量从26个变为123个。从规模看，新风空调2021年线上销售额为8.2亿元，规模同比上升492.7%。此外，带杀菌消毒功能的产品也受到重视。

针对用户在健康方面的需求，海尔推出了洗空气空调。据了解，海尔洗空气空调全球首创洗空气技术，利用高速旋转在内部形成19层水幕帘，就如同下了一场暴雨，可以洗去灰尘、螨虫、毛屑、甲醛、异味、病毒、棉絮等7类空气污染物，同时释放水分子、负氧离子两类健康因子，带来森林氧吧的清新体验。截至今年1—5月，海尔空调零售额份额占比20%，健康除菌空调零售额份额占比50%，处于行业领先地位。在京东竞速榜中，新风空调榜第一位是海尔1.5匹新风空调。

20年前，海尔空调开始“打开天窗说亮话”；20年后，海尔空调通过“真品质、敢演示”活动展示出强大的行业引领力。不难发现，海尔空调围绕用户需求研发产品和方案的初心一直未变，并且随着用户需求的升级也在不断升级。这一切都在表明：海尔空调正向用户时代不断深入，靠近用户、理解用户、满足用户。

全力支持中小企业纾困解难

公益广告