

## 产业资讯

国六标准实施进入倒计时  
车企已准备就绪

本报讯 为确保重点地区顺利实施国六排放标准,近日,机动车第六阶段排放标准实施准备情况座谈会在北京召开,机动车排污监控中心邀请中国汽车工业协会和国内主要轻型车生产企业参加,确保重点地区顺利实施国六排放标准。

据悉,为改善大气环境质量,降低机动车污染排放,依据《打赢蓝天保卫战三年行动计划》,7月1日起,京津冀及周边、长三角和汾渭平原等全国重点区域,珠三角地区,成渝地区都将提前实施国六排放标准。上海、天津、山东等重点地区日前也已明确今年7月1日起提前实施轻型车国六排放标准。

参会企业代表纷纷表示,自2016年轻型车国六排放标准发布起,自主、合资和进口汽车企业就全面开展国六车型的研发工作。如今,国六标准实施进入倒计时,它们已准备就绪,做好重点地区提前实施国六标准的各项准备工作。

机动车排污监控中心统计数据显示,截至2019年4月25日,共有75家企业1675个车型257.6万辆车完成了轻型车国六环保信息公开。其中,自主品牌和合资企业59家,完成了1347个车型的228.6万辆国六车信息公开工作;进口企业16家,完成了328个车型的29万辆国六车信息公开工作,已完成信息公开的257.6万辆国六车已经投放市场。

生态环境部大气环境司大气移动源处相关负责人,中国汽车工业协会,一汽、东风、上汽、北汽、广汽、长安、吉利、大众、丰田、本田、宝马、现代、日产、戴姆勒、捷豹路虎等轻型车企业参加此次会议。

## 清华大学联手丰田开展氢能技术研发

本报讯 近日,清华大学-丰田联合研究院签约仪式在北京举行。这是迄今为止清华大学与国内外企业合作的第一家联合研究院,也是日本丰田汽车公司与高校开展的最高级别合作。清华大学党委副书记、校长邱勇和日本丰田汽车公司社长丰田章男出任联合研究院管委会共同主席,清华大学副校长尤政担任联合研究院院长,丰田汽车公司副社长寺师茂树担任联合研究院副院长。

在氢能产业成为新风口的当下,此次清华大学和丰田汽车成立联合研究院,正是双方积极布局氢能产业链技术的体现。

清华-丰田联合研究院包括产业发展与环境治理中心、清华-丰田研究中心、清华-丰田自动驾驶人工智能研究中心和清华-氢能燃料电池研究中心四个中心,并将为解决中国社会及城市化发展过程中面临的大气污染、能源问题、交通拥堵和老龄化等问题设立跨学科研究专项,发挥清华大学与丰田汽车公司的优势,并联合外部政产学研等各界力量,通过跨学科交叉合作,发展移动出行、多样化能源、网联社会等先端技术,在试点城市或地区进行示范运营与试验,培养高水平跨学科人才,产生引领性创新重大研究成果。

据悉,清华大学与丰田汽车公司拥有着长期的合作关系,曾先后建立清华大学-丰田研究中心、产业发展与环境治理研究中心和清华大学-丰田自动驾驶汽车人工智能技术联合研究中心等联合机构。20年来,双方开展近200项科研课题,在科学研究和人才培养方面取得了丰硕的成果。李婧

## 我国首批无人配送车通过测试

本报讯 近日,在国家智能汽车与智慧交通(京冀)示范区亦庄基地内,经封闭测试场日常训练,自动驾驶轮式车能力评估测试等系列程序,美团无人配送车“小袋”通过测试,获得全国首份服务型电动自动驾驶轮式车测试报告。这意味着“小袋”有望成为国内首个“持证上路”的服务型低速无人车。

近年来,随着自动驾驶的持续升温,不少科技企业已经将自动驾驶应用到物流配送等领域。2018年10月,《服务型电动自动驾驶轮式车技术规范 T/CMAX117-2018》出台,这也是全球首个轮式车标准。该团体标准是在北京市经济和信息化局、北京市交通委员会、北京市公安局交通管理局共同指导下,由中关村智能交通产业联盟组织北京智能车联产业创新中心、美团、中国信通院、千方科技等骨干企业共同起草制定。

作为全球首个服务型电动自动驾驶轮式车标准,该标准规定了服务型电动自动驾驶轮式车技术规范,明确了服务型电动自动驾驶轮式车遵从非机动车道路行驶规则开展功能设计与研制,明确了外形尺寸、最大载重量、最大设计时速等指标,并对车辆倾侧性、电池安全、防碰撞能力、自动驾驶能力等进行了规定。

根据标准,“小袋”完成了整车、配置、箱体、装配等多项测试,同时在自动驾驶能力测试中通过了30余个不同场景的测试,包括交通标志和标线的识别及响应、障碍物的识别及响应、自动驾驶、靠路边停车、交叉路口通行、自动紧急制动、人工接管等。潘福达

## 挖掘新增量空间 热水器谋求产品升级

▶ 本报记者 邓淑华摄影报道

在市场寒冬席卷家电行业的大背景下,我国热水器行业市场环境也日趋严峻,行业正处于增速放缓态势,但与此同时,热水器行业新兴品类却呈现高速增长。

在近日举行的2019中国热水器行业高峰论坛上,部分嘉宾提出,热水器行业与房地产投资呈现正相关性。在房地产调控大环境下,传统一二级增量市场触及“天花板”后,各企业应打开存量市场,并挖掘新增量空间。

奥维云网副总裁郭梅德则提出,随着市场进入存量阶段,热水器行业与房地产市场的关联性正在逐渐发生“解耦”。存量市场时代,企业更应该用产品、品牌、服务来吸引消费者,以舒适健康、绿色节能产品谋求消费升级。

## 热水器与房地产逐渐“解耦”

奥维云网数据显示,2018年,我国电热水器零售额规模同比下滑0.9%,燃气热水器规模同比下滑3.5%。今年第一季度,电热水器与燃气热水器的零售额规模分别下滑10.3%和9.1%。

中国家用电器协会副理事长徐东生指出,2018年受房地产调控影响,国内热水器行业整体增速放缓,尤其是城市市场逐渐恢复到存量时代,未来行业整体规模或将维持一个动态平衡状态,行业整体迎来转折点。

国家信息中心经济预测部新动能研究室副主任邹士年也表示,由于房地产投资与热水器行业呈现正相关性,房地产业发展态势一定程度上预示了行业未来的趋势。在国家严调控的政策基调下,未来房地产行业炒作行为减少,但刚需族入市比例会增加,同时区域微调力度加大。

郭梅德则认为,短期来看,热水器作为房地产配套产业链,受累于房地产销售新低,迎来低位盘整期。但从长远来看,随着市场进入存量阶段,热水器行业与房地产市场的关联性正在逐渐发生“解耦”。

“未来2-3年,城市存量房的换新需求将得到释放,这预示着热水器需求拉动将与房地产走势基本无关,反而是消费者生活习惯、消费人群年轻化以及可支配收入增速变化会对热水器行业产生较大影响,企业应以舒适健康、绿色节能产品谋求升级,打动人心。”郭梅德表示。

此外,服务对消费的拉升也日益重要,特别是热水器等重安装的家电,其产品、品牌、服务的敏感度已经超越价格,成为换新需求用户主要考量的几大维度。郭梅德表示:“从2018年开始,热水器三无品牌退出加速。未来,不重视品牌、产品质量和服务的企业将被淘汰。”

## 新兴品类快速成长

京东家电厨卫大家电热水器部门负责人杨睦巍分享了这样一组数据:2018年,京东热水器品类销售量同比增长36.2%,其中电热水器同比增长40.7%,燃热水器同比增长29.3%。而热水器细分品类中,空气能热泵、电即热、燃气壁挂炉、电热水龙头都实现了3位数以上的超高速增长。

他将京东热水器品类的成功归因于两方面,一是消费多元趋势下,新兴品类的快速成长;二是京东四六级市场的加速下沉。“伴随着生活水平的提高,小花洒已经不能满足用户洗浴要求,大升数电热、大出水量燃热市场份额大幅增长,13升取代12升成为京东燃气热水器需求量最大的产品,13升-16升产品占比增加了10.5%。”



城市换新市场之外,区域发展不均衡造就了消费升级背景下的消费分级,体现在热水器行业三四级市场的重要性增长。与一二线城市以换新为主的基本面不同,三至六线城市中换新需求和新增需求共存。

杨睦巍表示,近年来,县镇农村的消费意愿和消费潜力得到充分释放,并大有“逆袭”一二线城市的势头。“2018年京东家电专卖店热水器品类成为消费者继电视、冰洗、空调外,最热衷选购的家电商品,其中,长三角、华中、西南区域在京东内部分额显著提升,河南、浙江、安徽、广西等省增幅尤其明显。”

奥维云网2018年线下监测数据则显示,2018电热水器市场高端占比为38.95%,同比上升2.27%,燃气热水器高端占比为40.34%,同比上升3.73%。显然,在消费升级的推动下,通过技术创新不断升级产品有望成为换新市场的敲门砖。

## 舒适健康成行业发力点

早在《中国家用热水器产业技术路线图(2016年版)》中,便提到未来数年内热水器行业行进的方向,包括安全可靠、能源效率、绿色环保设计、舒适健康功能、产品结构升级、建筑一体化、智能化等目标。如今,国内热水器行业已经基本解决了安全可靠等基础性问题,行业整体向着舒适、健康、节能、美观、智能等体验性消费迈进。

当前,更舒适的沐浴体验是行业的共性关注点,零冷水和瀑布洗则是燃气热水器企业的集中发力点。A.O.史密斯(中国)热水器有限公司商务总经理宋光平表示,他们研发了单管循环零冷水解决方案,让新房、老房用户都能体验零冷水“龙头一开,热水就来”的舒适,并潜心打造了“零冷水型燃气热水器”“薄型速热热水器”等产品类型。此外,华帝也推出了自家名曰“瀑布洗”的增压系列产品,为用户打造更加完美的全家用体验。

针对体积大、加热慢、等待时间长等行业痛点,热水器

企业推出了不少创新产品:美的旗下高端品牌COLMO系列产品应用先进相变材料实现电能的存储与释放,减轻水箱负担,实现了极致纤薄机身、精准控温;海尔电热水器则搭载首创净水洗3.0科技,通过双效抑垢、三级净化,将洗浴热水升级达到母婴级净水体验;A.O.史密斯则推出了薄型金圭内胆电热水器,采用创新真空隔热技术,只需要传统隔热层50%的厚度便能实现同等高效保温,此外,其金圭特护系统与双引擎速热系统,有效的缩短加热时间,就好像热水器带了“快进键”。

京东数据显示,消费者对洗浴健康的关注度显著提升,具备内胆清洁功能的电热水器占比大幅增长,2018年此类产品在京东实现了高达76.4%的增长。

此外,针对水质过硬、管网污染、机器内胆死水等痛点,热水器企业各出奇招:海尔电热水器公司率先启动了“践行三淘汰,告别上一代”活动,驱动用户拆旧换新意愿,淘汰污水洗、慢热洗以及高能耗产品;美的则确立电热的“大健康发展方向”,推出6D净化、磁净活水等产品供用户选择;方太将关注重点放在燃热产品的净水体验上,其推出的磁化净水技术,通过物理原理将普通的洗澡水变成磁化水,高效吸附水中的铁锈,降低余氯、水硬度。

国际铜业协会亚洲区家电和技术创新项目经理鲍宁表示,围绕热水器产业升级,铜业协会联合大量合作伙伴如能率、万家乐、方太、华帝等在原材料部件方面进行大量探索,比如运用铜材料进行杀菌、抑菌、抗腐蚀性提升,利用铜材料提升热水器部件稳定性等,通过在产品上张贴“铜佳品质生活”标识,帮助消费者更加科学、理性地进行消费选择。

“中国人的消费观念正在发生改变,以前只要能凑合用,而现在大家对于热水器好用、智能、美观、节能以及售后服务提出越来越高要求。”四季沐歌集团热水零售公司总经理金华表示,“所以今天提出来的‘大热水’不仅仅是技术升级、产品创新,也不是更换营销模式、方法,更多是要从以前做产品、做销售的企业思维,转变到为用户服务的用户思维模式。”

## 相约牡丹花城 第七届洛阳创博会即将启幕

高科技创意展区包括小微双创、新型研发机构、智能家居、智能制造、VR/AR行业、数字内容展示等。通过高科技创意产品的展示与体验,集中展现工业发明革新、科技发明与创新,启发大众与企业创新灵感,引领大众创业、万众创新,以促进新产业、新业态、新模式蓬勃发展。

创意设计展区主要创意展示广告设计、工业设计、室内装饰设计、建筑环境设计,设计服务相关企业、机构,“三彩杯”创意设计大赛成果展等。通过讲述生活中的设计故事,使观众感受设计与生活的关系,体会设计带来的便利与美好;同时进行“三彩杯”创意设计大赛成果展,展示大赛举办6年来的优秀成果及本次大赛阶段性成果。

创意生活展区则展示博物馆文创衍生品、创意旅游纪念品、创意日用品及其他文创产品等。展区邀请洛阳各大博物馆、新锐文创品牌等前来参展,集中展示文化精髓,“创意+传统”,碰撞不一样的火花,促进传统文化振兴与发展。

同期举行的第七届“三彩杯”创意设计大赛以“博物中国”为主题,将目光聚焦文旅融合,要求参赛作品注重作品的功能性、实用性,并兼顾审美追求,能够进入生活,便于市场转化、成果转化。大赛首次设立大赛特别奖,奖金达10万元。首次采用邀请赛制,将邀约全球200家高校、150个设计团队、100家博物馆和100家旅游景区文创团队参赛;

首次设立最佳成果奖,将在颁奖典礼上举办获奖作品展,并邀请全球博物馆、艺术馆、5A旅游景区、旅游商品研发机构等相关单位出席对接,真正实现供需对接,助推成果转化。

此外,第七届洛阳(国际)工业设计高峰论坛(I-FID2019)邀请到了来自荷兰、印度、韩国、马来西亚等国家以及我国台湾、香港等地区的专家、学者作为主讲嘉宾,不同行业的顶尖群体作为专业观众与近200家相关企业代表共同参与此次论坛活动,讲述先进的创新理念,展示优秀的工业设计成果,发表行业内领先的技术与研究成果,并通过EI目录系列期刊出版,优质论文获得SCI期刊发表的机会,促进学术交流,发掘合作空间,推动工业设计走上数字化、网络化、智能化、绿色化发展道路。

据悉,洛阳创博会创办于2013年,是每年定期在洛阳举行的大型国际创意产业盛会,迄今已连续举办六届,已成为对外展示洛阳文明形象、对内增强文化自信的重要平台,是中原地区最大的创意产业数据库,是集展览展示、信息交流、人才对接、产品交易、成果转化为一体的重要创新示范平台,是创意引领产业融合的中国十佳创新品牌展会,致力于通过创新创意推动传统行业改造提升、新兴产业培育发展。