

美的

# 演绎 新零售之道

文 / 本刊编辑部

## // 综述

2018年4月9日，“突破科技，成就梦想”美的中央空调2018年战略发布会在中国制冷展上盛大召开。作为美的集团在暖通空调领域的承载者，美的中央空调以解决用户需求为核心，正式发布“全屋智慧环境系统解决方案”“空气源热泵4+2全变频战略”和“M-BMS智慧楼宇应用实例”三大战略，从“新零售+全变频+智能化”三大方向，打造全球领先的暖通空调科技企业。

显然，“全屋智慧环境系统解决方案”的提出，表明了美的中央空调一直紧跟市场动向和紧抓消费者痛点，不再将目光拘泥于消费者传统的单一采购方式上，而是全面布局新零售，以全屋智慧环境系统迎战消费升级，为消费者提供一站式解决方案。

据美的介绍，“全屋智慧环境系统解决方案”，是专注于全屋前装领域，提供全屋智能控制、中央空调、全屋采暖、中央热水、中央新风、全屋照明、中央净水7大品类，为用户提供专业的一站式采购服务的平台。这是在中央空调行业乃至整个家电行业内，第一家推出“全屋智慧环境系

统解决方案”的品牌。

随着消费升级时代的到来，美的中央空调第一时间对此做出了战略应对决策，这不仅是美的一次转型，更是对中国中央空调售卖模式结构的一次转变，意义深远而影响深刻。当然，在新零售、新业态的形势下，美的中央空调第一个提出“全屋智慧环境系统解决方案”，也是抓住了现在及未来市场的机遇，也将助力美的中央空调在零售市场上再创辉煌。其次，美的中央空调公布的空气源热泵“4+2”全变频战略，是对旗下所有采用空气源热泵技术的热水和采暖产品实现全变频化，这也是空气源热泵行业内首家实现全变频的品牌。另外，M-BMS智慧楼宇应用实例则是美的中央空调楼宇建筑智能化战略的落地效果。

三大战略的落地，从家装零售到商业楼宇建筑，再到契合政府大力推进的“煤改电”环保战略，代表着美的中央空调不再是单一聚焦的传统制造商，而是集新零售、全变频、智能化一体的全科技创新型企业。



## 美的“全屋智慧环境系统”，打造新零售时代

### 何谓新零售？

越来越多的迹象开始表明，新零售时代正在成为后互联网时代的一种全新发展模式。而新零售本身所带来的行业改变、体验优化、技术应用的不断深化，则让我们不断强化对它的理解。但实际上，新零售并非只是指零售环节，而是将生产、供应、销售、服务等价值链串联，实施技术驱动和效率提升，通过技术、供应链等的革命，给消费者带来更匹配的商品、更出色的体验。究其本质，新零售是通过构建与用户对话的场所，利用线上新营销模式与线下渠道融合，让用户感到产品的贴心，从而培养对品牌的忠诚度；以全新的购物体验，让购物回归舒适，回归零售的本质，更高效地服务消费者。

为了抓住零售本质给消费者带来更优质的消费体验，美的中央空调践行的“全屋智慧环境系统解决方案”是其进入新零售的一个信号。美的中央空调将七大系统整合为一体，以科技创新、消费者体验为中心，不断进行模式革新，将线上线下紧密结合，展开新零售领域的独特布局。

### 全屋智慧环境系统，引领消费升级

目前，中央空调、全屋采暖、智慧家居、中央新风、中央净水等围绕家居环境健康、舒适的家电产品，正在成为越来越多新房装修时的标配，其既可以与室内装修风格完美搭配，又可以很好地解决消费者对于健康、舒适家居生活的需求。



另外，随着消费者需求的变化，以往“逐个家电单品选购”的模式也已经满足不了消费者的需求。如今，越来越多的消费者在新房装修的时候，出于对时间和精力考虑，不再只是购买单一产品，而是倾向于能够提供一站式采购解决方案的品牌。

如此一来，解决老百姓装修时遇到种种痛点的全屋智慧环境系统解决方案，将成为中央空调行业甚至家电行业“新零售”时代下的风口。甚至有业内人士认为，全屋智慧环境系统解决方案具有“改造整个中国家居、家电产业链，推动客户消费逻辑发生变化”的力量。

有必要提出的是，在中央空调发展的几十年时间里，其一直以独立的产品形态存在，几乎不与周边产品形成关联。这也是让很多消费者困扰的一个问题，很多消费者在选择品牌、产品时，家里可能安装了中央空调、地暖、新风、智慧家居等产品，但实际上，每一个品牌的产品之间没有连接，不兼容，更不能形成智能化。而随着市场的发展，消费者消费意识的转变和家庭需求的变化，主流企业纷纷向系统解决



方案供应商转型。当然，这是物联网发展到今天日趋成熟的必然结果，也是传统企业向高新技术型企业转型的必然结果。

总的来说，美的全屋智慧环境系统在当今新零售环境下，具有很典型的切入点。一方面，家装代表了新生活体验的转变，是消费者对美好生活的向往和追求；另一方面，家装与室内设计对其他产业的融合要求更

高，激发了发展的潜力，在设计过程中，设计师对人居环境的考虑、对室内家居设计的考虑、对消费者的考虑等都相互影响。美的中央空调提出的全屋智慧家居解决方案，包括一站式家居、中央空调、全屋采暖、中央热水、中央新风、照明等新技术，是一次推动室内设计行业与暖通空调融合转型的大胆尝试。全屋智慧环境解决方案的提出，利用信息化的匹配方式，提供智慧化的家居产品和定制化的安装服务，不仅给室内家装设计留有最大的思考和发挥的空间，对设计行业的发展具有重要的战略意义，更是促进了产业结构的优化和转型升级，为家庭乃至社会创造了巨大的价值。

### 为什么美的来做“全屋智慧环境系统”？

“全屋智慧环境系统解决方案”的发布，一方面是消费者自身需求触发的刚需，另一方面也标志着家装市场容量将急速上涨。据《中央空调市场》监测的数据显示，2017年家装零售市场容量突破300亿元，同比增长33.85%。显然，家用中央空调正逐渐成为家庭的必需品，而美的中央空调对家庭用户消费需求的挖掘也越来越重视。

据美的中央空调事业部零售产品线负责人赵环表示，“在和消费者、装饰公司、设计师交流的时候，他们不断提到同一个消费者痛点，选择不同品牌的家用电器产品，用起来很麻烦，因为不同品牌之间无法实现连接，即使是智能化产品也难以发挥出智能效果，消费者体验的一致性很差。”全屋定制的概念就是在这样的背景下产生的。

值得一提的是，家装市场的发展潜力和爆发力，不仅仅是美的中央空调一方看得见，各个品牌都已经摩拳擦掌，敲响锣鼓。为什么美的中央空调会率先提出“全屋智慧环境系统解决方案”呢？

首先，并不是每个家电企业都适合推广全屋定制，企业必须要有足够强的单品，才能支撑足够好的系统。然而，并不是每一个企业都有实力和技术保障达到全屋定制的要求。另外，不少家电企业的产品线较短，无法满足消费者一站式的选购需求。但美的不一样，作为中国最知名的家电企业，也是产品品类最丰富的家电企业，其多个产品在各自领域的销量均排名前列。因此，消费者选择美的产品用于全屋定制的机会，明显要大于其他品牌。

其次，美的中央空调拥有强大的售后服务系统，在全国各地都有统一的服务网点，达到1500家的平台数量，基本上能覆盖到全国最主要的地级市以上的市场。只有依托强大的服务能力，消费者一致性的体验才能得到有效保障。

再者，美的强大的研发能力是全屋智慧环境系统的运作和升级的强大后盾。据了解，2017年美的中央空调再次提高研发费用投入，相比2016年的4%，上升到年销售额的5%。新品的不断研发问世，能够不断满足消费者的个性化需求和舒适体验。



### “全屋智慧环境系统”的瓜熟落地

3月15日，美的集团召开前装市场产品培训沟通会，针对全屋前装市场做了深入的市场探索和沟通，为推动中央空调零售经营转型，为拓展零售新空间，全面开拓家居前装市场厉兵秣马。

4月9日，美的中央空调正式启动“全屋智慧环境系统解决方案”。针对前装市场，美的中央空调将以消费者体验为中心，搭建场景化的营销，让消费者方便地在体验店里感受美的系统化的解决方案，为生活带来便利。同时，美的的体验店会全渠道、全区域、全业态覆盖打造中国家装行业第一品牌，从最小的60m<sup>2</sup>的社区店到300m<sup>2</sup>以上的品牌馆，可以分不同场景、不同方位得到一个好的体验。

2018年，美的中央空调计划建设800家全屋智慧环境系统体验馆，同时对4000多家中央空调专卖店实施升级改造，覆盖全国主要市县级市场。同时，在总部层面，美的也设置了零售学院、营销学院，专门给全国的内外经销商做培训。在每一个分部，36个销售公司，同样也设置了专门的零售培训室，提供行业最全的产品系列来给经销商最系统的服务和支撑。另外，据美的中央空调介绍，2018年美的中央空调将以每个月至少100场的速度，在全国召开1200场培训会来不



断加强其整个渠道的销售能力和素质。

为了前装平台的落地，美的中央空调提供了全方位的资源保证，预计全年投入3.68亿元，依托美的全国1.26万家经销商数量和6500名的终端业务人员，美的还会有个统一的服务，1500家的标准化的安装网点，给消费者提供一致的消费体验。整个渠道结构也会为了消费者体验进行全面优化，从总部平台到整个专业店。

据此，可以看出，美的中央空调在渠道专业能力、丰富齐全的产品线以及完善的售前、售中、售后服务方面，均已具备推出全屋智慧环境系统解决方案的条件。

## 高层声音：

在“一带一路”的倡议下，中国的经济高速发展，服务业增加值的比例逐渐增大，高新技术产业加速发展，消费升级对整体经济的影响越来越深远。美的中央空调作为家电行业的领跑者，美的没有等待，而是以最快的速度、最新姿态推进新零售，极力打造全屋智慧家居环境系统，从中央空调、全屋采暖、中央热水、照明、新风、净水、智慧家居和智慧厨房，给消费者一个一体化、系统的解决方案。基于市场机遇，在零售体系美的中央空调从提升专业能力、敬岗爱业、保障渠道利益等三方面不断努力，打造一支国内顶尖的前装零售团队，推动现有专卖店适应国内消费升级的需要，主动转型，抢占前装市场先机，实现规模与利润同步增长。



美的中央空调副总经理兼国内营销公司总经理邵洪杰

## 美的“4+2 战略”，领跑全变频空气能时代

时代在进步，科技在发展，空气能行业也在前进。近年来，在国家利好政策的驱使下，空气能行业开始步入变频时代，可以改变频率的空气能设备越来越频繁地出现在公众视野。从 1999 年创业至今，美的对空气能的专业和专注，在行业内已颇具名气。

4 月 9 日，美的中央空调正式发布“空气源热泵 4+2 全变频战略”，标志着美的旗下所有采用空气源热泵技术的两大热水和四大采暖产品均已实现全变频化技术升级。

美的还宣布，2018 年内将家用热水、家用采暖、商用热水、商用采暖四大空气能产品全部升级切换为全变频产品，整机动力部件全部采用全变频技术，正式宣告空气能进入全变频时代，成为行业首家。除了产品技术引领行业前进之外，美的在市场方面同样是领先同行。据相关数据统计，2017 年美的在空气源热泵领域销售规模达到 23.35 亿元，成功突破 20 亿元大关，成为行业内第一家，也是唯一一家。

近两年，空气能行业最火的无疑是北方“煤改电”，而美的凭借领先的产品技术与完善的服务，成为行业内最大的



赢家。2016 年，美的在北京“煤改电”项目中，成功中标 13 个区，另外还有天津、山西等试行地区。2017 年，美的再次中标超过 20 个区的“煤改电”项目，除了北京、天津、山西外，河北、山东、河南、陕西的煤改电标段也揽入囊中。从企业中标的整体布局来看，美的是行业中中标涉猎的区域最多，也是次数最多的企业。

除了户式“煤改电”的一枝独秀，商用“煤改电”和集中供暖领域成了行业另一个爆点，而且增长速度有过之而无不及。在京津冀及周边地区，从几千平米到几万平米，甚至几十万、上百万平米的项目，如雨后春笋般快速涌现，并向周边的西北、东北快速辐射。据了解，2017 年，美的在商用“煤改电”和集中供暖领域的面积超过了 300 万 m<sup>2</sup>，增长幅度超过 600%。

针对如此庞大的“煤改清洁能源”市场，美的依托此次发布的空气能产品全变频战略，前瞻的布局、强大的技术实力以及完善的服务能力，可以预见，美的在“煤改清洁能源”领域乃至中国空气能行业将进一步占领市场。

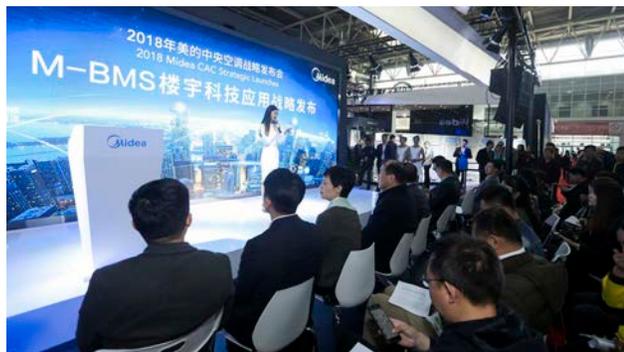


## 美的“双智”战略，推进楼宇智能化时代

随着近几年经济和工业的快速发展，建筑能耗已与工业能耗、交通能耗并列成为能源消耗的三大“能耗大户”。仅仅是建筑物在建造过程中消耗的能源比例，就已经超过全社会能耗的30%。我国建筑业的快速发展，每年新建建筑竣工面积大于各发达国家每年新建建筑竣工面积之和，但节能建筑却不到全国既有建筑的1%。每年居高不下的能耗、令人时刻担心楼宇的安全、深受污染办公环境和空气质量、繁琐的配套设备操作等问题，一直困扰着管理者和使用者。对此，美的中央空调正式发布楼宇建筑的智能化管理，并且在实际应用中得到了用户和市场的认可。

据美的中央空调BMS产品线负责人黄国强介绍，M-BMS智慧楼宇应用实例，是美的中央空调在楼宇建筑智能化领域的落地应用。可以针对各种不同形式的暖通系统机房，提供丰富的控制逻辑，通过监测系统能耗，进行节能优化控制。另外，可实现设备均衡轮询运行，降低设备故障率。无论白天黑夜，用户通过这一应用都可以随时监测和调节楼宇的供暖、通风、空调、照明等设备和系统，从而使得楼宇的能源使用更加高效。对楼宇物业的工作人员来说，他们不用再驻守中控室，通过移动手机，可实现在别处自如掌控大楼的通风、空调、供暖、照明等系统。”

作为美的集团在暖通空调领域的承载者，美的中央空调承载了公司站在时代变革拐点上的重担和使命，全屋智慧环



境系统解决方案、空气源热泵4+2全变频战略、楼宇建筑智能化三大战略的发布，则是美的中央空调开始从过去面向市场端以硬件售卖为主，转向以整合硬件、软件，一站式采购解决方案为主的“大零售”和“大工程”多元化布局。这不仅是对行业与社会发展趋势的主动拥抱，也是凭借科技驱动，将转型升级往纵深推进的又一次厚积薄发。

## MDV 大赛：设计生命建筑

2018年4月9日，美的中央空调协办的第16届MDV中央空调设计应用大赛在万众期待中拉开了帷幕。

“设计生命建筑”这是大赛一直以来倡导的永恒主题，旨在将中央空调技术与低碳理念有机结合，号召全国设计师打造“绿色低碳住宅新时代”。

作为暖通行业内的一项具有持续性和代表性的权威赛事，MDV中央空调设计应用大赛自2002年创建以来，已成功举办了15届，是国内暖通行业成立最早、历史最为悠久的赛事，旨在为暖通行业专家、行业设计师与学者提供良好的交流与学习的平台，获得行业各界人士的关注与支持。如今，MDV中央空调设计应用大赛已为社会各界提供了许多优秀的工程设计方案，并在成千上万的建筑项目上得以实现，为我国绿色节能减排、推动低碳发展做出了突出贡献。

长期以来，MDV大赛目的是通过推广中央空调的新技术和新产品，促进行业共同发展，同时给广大设计人员提供一个全国性的交流平台，推动设计水平的不断提升。大赛同时也为高校学生们提供了更多学习和体验暖通设计的机会，丰富校园科技活动，加深了他们对中央空调技术的了解。

“MDV中央空调设计应用大赛”作为一个开放性的交流平台，参赛者可以是设计师、暖通工程商、装修设计师、高校师生以及行业的爱好者。15年来，累计有5万多人参与了大赛。每一届大赛都有其独特的创新点和闪光点，为行业提供了许多优秀的设计作品，并在实际应用中获得了良好的



社会效益。可以说，大赛对提高行业设计水平起到了巨大的作用，许多设计人员通过大赛的交流学习，从而不断提升自身素质和能力，成长为行业的精英。

MDV中央空调设计应用大赛在进入第二个十年以来，获得了行业前所未有的关注，设计人员的参与热情也日益高涨，MDV大赛奖杯也成为了设计人员追逐的最高荣耀之一。MDV大赛不断向国际赛事接轨，力争打造暖通行业的“百年奥斯卡”。

未来，大赛将一如既往，秉承“公平、公正、公开”的原则，为优秀人才提供更广阔的舞台，为创造美的人居环境而不懈努力。



中国建筑节能协会暖通空调专业委员会  
主任委员 路宾

## 专家 寄语：

MDV 中央空调设计大赛自创立以来，一直倡导节能、低碳、创新的理念，每届赛事都产生优秀的作品，并在实际应用中产生了很好的社会效益，很多参赛的设计人员也从中获得学习和锻炼的机会，甚至成为行业的专家。今年 MDV 大赛的主题依旧是设计生命建筑，我们希望通过 MDV 大赛的举办，让更多的专家和设计师关注并重视、坚持低碳节能的建筑行业设计使命，助力社会的可持续发展，也希望全国各大设计院、经销商、家装设计师及高校能够一直予以支持和积极参与。携手共进，让大赛成为暖通行业人人喜爱的交流平台。



多年来，MDV 设计大赛始终为暖通行业最具影响力的赛事。评委组也一直秉承公平、公正、公开的原则，坚持标准，公正评判，给与参赛作品客观的点评，为大赛选出最优秀的作品。评审过程中，评委对每一份作品都做出仔细的阅读、客观的点评，初评和复评，小组内讨论集体打分，投票评比，通过这样的机制来选择各奖项的归属。随着 MDV 大赛的不断推进，投稿的作品也越来越多，设计水平也在不断地提高。目前，MDV 大赛已成为业内广泛的、同行业喜爱的交流平台。长期以来，大赛提倡的节能、低碳、创新精神，对暖通空调行业的健康持续发展起到了积极的推动作用。作为多年见证行业发展的暖通人，我希望第十六届 MDV 大赛会有更多的设计师、学生来参与，呈现更多的具有创意的优秀作品。当然，评审组也一定会尽心尽力为大家提供客观的评价。同时，



上海建筑设计研究院有限公司教授级高工、  
总工 寿炜炜

我也希望大赛越办越好，为行业输送更多优秀的人才，为暖通行业发展做出更多的贡献。

## 高层声音：

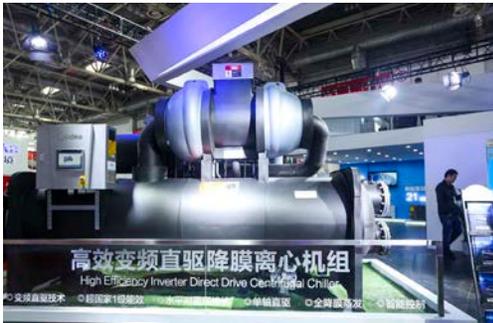
自2002年创立MDV大赛以来，美的中央空调一直作为协办单位承担宣传和推广工作，把大赛节能、创新、低碳的精神传达给所有的暖通人。15年里，MDV大赛累计投稿量超过了5.7万，到今天已经有3400多场的大型设计院推广会，同时也开展了570场的校园宣讲活动，累计的奖金金额达到600万，单项奖金最高达到8万，总费用累计超过3400万。回顾以往历程，这些数据都代表了MDV设计应用大赛在过去15年所取得的成绩，也见证了我国中央空调行业的蓬勃发展。作为大赛的协办单位，美的中央空调也从最初的引进学习到今天的自主创新，实现了中国的制造向创造的蜕变，美的中央空调从1999年开始快速发展到今天销量已经接近200亿的销售规模，在行业中佼佼领先。

作为MDV第十六届设计应用大赛的协办单位，美的中央空调将不忘初心全力配合主办方做好各项工作，坚持“设计生命建筑”的理念，扎实做好各项工作，不断提高、提升大赛的影响力，努力将大赛打造成为行业内最受欢迎的设计、交流、学习、提高的平台。



美的集团中央空调事业部  
总经理田明力

# // 产品阵营



## 高效变频直驱降膜离心机组

采用尖端变频直驱技术，冷量范围250~1300 RT  
 产品能效超国家一级能效，突破小冷量段离心机能效瓶颈  
 水平对置压缩机技术：轴承受力小，提高压缩效率  
 单轴直驱技术：取消增速齿轮，高速电机高效直驱叶轮  
 全降膜蒸发技术：膜态蒸发高效换热，大幅度提升换热效率  
 智能控制：可实现产品全寿命周期健康管理，故障预测正确率97%以上

### 高效变频降膜式水冷螺杆机组

全系列达到国家（IPLV）一级能效标准  
采用全新的Vi寻优变频技术  
全降膜蒸发技术，大幅度提升换热效率  
最大可8%~100%负荷无级调节宽域运行  
故障征兆解析功能，可实现产品全寿命周期健康管理



### 美的空气能热水器优泉系列

一体式设计，荣获红点、iF、G-mark等多项国际设计大奖  
E+蓝钻内胆，安全耐用15年  
75℃超高水温，速热增容，健康杀菌  
-20~46℃强劲运行，超宽运行范围  
随时随地智能手机远程操作

### 美的全变频空气能热水器御泉II代

全直流变频技术，额定COP4.5，超一级能效  
节能模式COP高达5.4，省电可高达81%  
纯热泵加热，无需电辅，-15℃低温稳定运行  
热泵出水温度可达60℃，混水量增加12.5%  
冬季制热更强劲，与普通机型相比，-7~-15℃环温下，能力提升50%，能效提升26%  
E+蓝钻内胆，安全耐用15年  
智能热水系统，涵盖预约、定时、智能调节水温、杀菌、自动回水等功能



### 逸泉二级能效系列

采用微通道换热器，二级能效，省电效率高达76%  
热水输出率高达90%  
恒温舒适：中央供水系统设计，恒温热水舒心享  
E+蓝钻内胆，安全耐用15年先进的智能控制系统，实现智能定时、智能除霜等功能





### 美的低温空气源热泵机组暖家系列

全直流变频技术、空气源热泵技术，节能更耐用  
 采暖制冷二位一体，末端自由搭配  
 -25~46℃低温强劲制热  
 60℃超高出水温度，地板辐射方式采暖，“足暖头凉”更健康  
 无燃烧、无废气排放，采用R410A环保冷媒  
 系统防冻保护、试运行保护、水系统安全保护等多重安全保障

### MDVS全直流变频智能多联机组

-25℃超低温强劲制热，开启舒适节能新境界  
 IPLV (C) 高达9.60，行业遥遥领先  
 全新换热器，大幅提升换热效率  
 采用喷气增焓压缩机，超低温制热强劲动力  
 搭载国际领先技术“MAi全变频准二级压缩技术”获双院士鉴定  
 全新概念外观设计，彰显高端设计理念

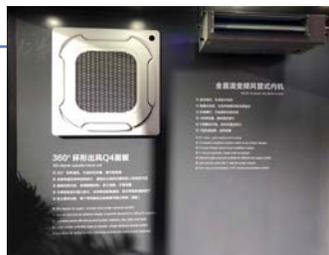


### 10 HP变频循环商用热水机

全直流变频设计，COP4.7超一级能效  
 -15~46℃运行环境温度，具备防冻和智能调节频率等功能  
 低温能力大幅度提升，与常温机型相比，-7~-15℃环温下，能力提升50%，能效提升26%  
 最高热水温度提高到60℃，混水量增加12.5%  
 整机水阻与原定速高效机型相比下降50%，减少水泵初始投资和运行费用

### 全直流变频风管式内机

超薄机身，仅180mm厚，减少吊顶厚度，适应低层高户型安装  
 V型换热器，减少机身厚度的同时保证换热面积，小机身也有大能量  
 直流风机，7档风速可选，满足不同人群的舒适性需求  
 恒温低噪，0.5℃精准温度控制，运行音低至20dB





### 变频烈焰空气源热泵机组

全直流变频系统，制热季节能效高  
喷气增焓设计，-26℃环境下强劲制热  
水温控制精度高，舒适性好  
H型结构设计，产品更加坚固耐用  
操作界面人性化，人机交互更友好，操控更便捷



### 美的家用中央空调

#### TR+ F 系列

变频多联机系统，一个外机可带动全屋内机  
迷你型结构外机，即使飘窗等紧凑型安装位也可适用  
全直流变频系统，高效节能，强强制冷热  
内机7档风速可调，运行音低至22 dB  
变频模块冷媒散热系统，恶劣环境下也能可靠运行  
智能控制，单机控制与集中控制、远程智控等多种方式可选

#### TR+S 系列

全直流变频技术，APF高达5.0，高效节能  
7档均匀送风，22 dB低噪音，舒适睡眠  
多流道冷媒散热，快速制冷热，延长使用寿命  
室内机高效滤网，时刻净享健康呼吸  
人性化远程智能调控温度，让生活随心，健康随行

#### TR+mini 系列

全直流变频技术，APF高达5.0，高效节能  
外型小巧，安装灵活，节省空间  
7档均匀送风，22 dB低噪音，舒适睡眠  
多流道冷媒散热，快速制冷热，延长使用寿命  
室内机高效滤网，时刻净享健康呼吸