|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|

|  |
| --- |
| 空气能热水器市场推广存在障碍认知 |
| 发布日期：[2011-10-26]  |

 |
| 作为一种具有节能环保、安全舒适等众多性能优点的新兴热水器产品，随着近几年来空气能热水器价格的不断走低和消费者认知程度的提升，逐渐为越来越多的消费者所接受，在市场上正成为继电热、燃热和太阳能之后的“第四大势力”。 　　业内人士表示，目前空气能热水器大规模推广应用的市场条件已经成熟，并具有非常巨大的发展潜力；但对于空气能热水器，很多消费者认知程度不够，甚至有很多误区存在；而这种市场认识的不足，乃至因为不了解而产生的偏见，已经成为空气能热水器推广的最大障碍。　　空气源热泵热水器（即空气能热水器）集结了电热水器、燃气热水器和太阳能热水器等多类产品的特点于一身，近年来市场增长迅速。特别是在适宜使用的南方地区，空气能热水器在市场上正迅速成为继电热、燃热和太阳能之后的“第四大势力”。特别是近几年来空气能产品价格随着市场迅速增长和产能迅速扩大产生的“规模效应”逐渐走低，更近一步加速了其市场增长的速度。　　相关统计数据显示，目前我国热水器市场容量高达近1000亿元。其中空气能热水器市场从2003年销售额仅0.3亿元开始，逐年攀升至2008年的18.4亿元；而2010年，国内空气能热水器市场销量已达69万台，销售额30.9亿元，分别同比增长51.9%和38.12%。而根据专业市场统计机构产业在线的预计，2011年空气能热水机销售规模有望突破100万台、销售额突破45亿元。　　据记者了解，虽然目前市场上空气能热水器价格近两年降幅明显，同等容量产品市场均价仅相当于两、三年前的不到一半左右，但作为工作原理、产品结构等同空调基本相同或相似的一种产品，空气能热水器价格缺要比普通家用空调明显高出一截，而这正是令不少消费者感到疑惑的地方。　　“现在市场上有不少品牌的空气能热水器是直接采用的空调压缩机，甚至产品直接就是由空调改装生产的；由于产品价格原因，这种生产方式能够获取更大的利润，但对整个行业的发展却产生了很不利的影响。”云南格力电器销售有限公司负责空气能产品业务的王经理告诉记者，正是由于消费者对空气能了解不够，才给了这些厂商空子可钻。　　“空气能热水器通过压缩空气制热，内部将长期处于高温高压的工作状态，普通空调压缩机根本不能适应这样的使用强度，最多五年左右，产品就会故障频发，这令市场上产生了很多关于空气能产品使用寿命不长的传言。”王经理表示，实际上空气能热水器对于配件使用、产品结构强度等方面的要求，都要远远超出空调，如必须使用专用压缩机，进行专门的管路设计等，高品质的空气能热水器使用寿命能达到15年以上，其技术成本自然也更高，这是空气能产品价格较高的一个原因。　　除了技术要求更高外，空气能热水器的材料成本也要超出空调一截。据记者了解，由于空气能热水器制热要经过空气-热交换剂、热交换剂-水之间两次热量传递，其产品结构较空调也要复杂得多，如随便一台高品质空气能热水器，其内部用于热交换的铜管长度拉直开来至少超过30米，材料方面的成本也导致了空气能产品要高过空调。　　除却成本原因，空气能却不像空调一样拥有如此广泛的推广渠道，而这大大限制了消费者接触、了解空气能产品的范围，也造成了许多消费者对空气能一知半解。据了解，目前在云南市场销售较好的美的、格力、纽恩泰、长菱、派沃等知名品牌，主要都是通过相对“封闭”的自有专业渠道进行推广，普通消费者购买家电，特别是热水器产品最主要的家电卖场这一渠道，几乎看不到空气能热水器的踪影。无从接触，对产品认知不足，极大地限制了空气能产品在使用过程中的经济性优势。　　业内人士曾给记者算过一笔账，空气能热水器较普通热水器至少要节能60%-70%，一年可省下数百元；而通常优质空气能热水器使用寿命超过15年。其使用的经济型毋庸置疑。“空气能热水器真正在国内市场出现大概是2003年，在渠道方面存在限制正说明相比其他家电产品而言，空气能热水器在市场营销当中还不算一种成熟的商品。”该业内人士坦言，“就如同空调从家电‘奢侈品’发展成今天的生活‘必需品’的过程一样，空气能热水器的推广还需要时间。” |