

## 财富



公平不是总存在的,在生活学习的各个方面总有一些不如意的地方。但只要适应它,并坚持到底,总能收到意想不到的成效。在这个世界上,没有人能使你倒下。如果你自己的信念还站立的话。好的习惯是一笔财富,一旦你拥有它,你就会受益终生。

微软创始人兼董事会主席 比尔·盖茨

# 色彩明快、设计时尚、健脑益智 个性儿童家具走俏省城

## 市场 》 儿童家具切得10%“蛋糕”

“也就是10年的时间,儿童家具异军突起,市场蛋糕越做越大,迅速占据了国内家具市场10%的份额。”合肥东方家具城的某品牌家具销售员告诉记者,伴随儿童家具市场逐渐成熟,竞争日益加剧。经过一轮高速增长后,目前国内专业的儿童家具企业已达到200多家。

据市场调查显示,中国共有36亿的青少年儿童,大约占总人口的1/4,随着家长对儿童家具的日益重视,儿童家具市场需求正在快速增长。大批综合家具企业也看好儿童家具在细分市场的高增长、高利润,曲美、意风、红苹果等品牌也开始陆续试水儿童家具产品。

“目前,合肥做儿童家具的商家还不是很多,也比较分散,市场还有很大的开发潜力。”儿童家具销售员表示,虽然刚到这里上班几个月,但生意还是不错的。

业内人士表示,与普通家具相比,儿童家具对生产技术、安全环保有更高的要求,同时儿童家具要充分考虑儿童的生理、心理需求,因此,国内儿童家具的研发、生产、销售仍有许多发展空间。

## 卖点 》 时尚、益智、还原儿童本真

记者在某品牌家具专营店看到,很多品牌家具都推出了儿童系列,且大多儿童家具的设计独具匠心,风格时尚又简约。

该店销售人员介绍,儿童家具一套主要包括床、书桌、书柜、衣柜、椅子等,价格普遍在三千元左右,适用于2~20岁的儿童和青少年。很多家长都是带着孩子来

挑家具,孩子看中了,家长就掏钱。“儿童的本真是天真、个性、自由的写照,为孩子们打造了属于自己天性的家具,让孩子们在自然的客观规律下健康成长。”

“现在很多儿童家具还可起到开发儿童智力、培养孩子良好生活习惯的作用。比如很多儿童床的床沿悬挂着储物袋,便

于孩子整理床铺;有的儿童家具还配备有小工具,让孩子自己动手进行小改造,就像是孩子的一件大玩具。”该销售员向记者介绍,儿童的想象力丰富,各种不同的颜色可以刺激儿童的视觉神经,而千变万化的图案,则可满足儿童对整个世界的想象,这些可以说是儿童成长不可缺少的重要辅助因素。

## 特色 》 儿童家具和孩子一起“成长”

“不同成长阶段的孩子,对于家具的配置有不同的需求,儿童家具的设计更加注重细节。”销售员向记者介绍。对婴儿来说,一个充满温馨和母爱的围栏小床是必要的,同时配上可供父母哺乳的舒适椅子和适当高度的桌子就可以了。而稍大

一些的孩子,则需要较大的空间发挥他们的奇思妙想,让他们探索周围的小小世界,一些尺寸按比例缩小的家具,伸手可及的搁物架等能给他们控制一切的感觉,满足他们模仿成人世界的欲望。大孩子则钟情于可以充分施展爱好,并用来学习

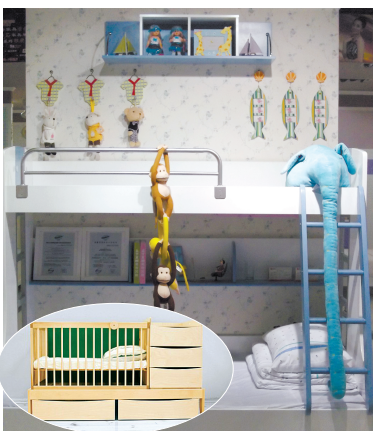
的地方,最好还可以用来接待同学共同学习玩耍,所以说家长在选择儿童家具时也要让它与儿童一块成长。

业内人士表示,幼儿长得特别快,因此购买儿童家具时应选那些能使宝贝从小用到大的家具,多考虑其多功能性和组合性。好的儿童家具应富于变化,易于配套,在设计上充分考虑宝贝的成长。

## 创意360°

小沙发是一片树叶,书报架是一只绵羊,CD架可能是一条海豚,沙发则可能是一个球……相信这些可爱个性化的儿童家具,很少有小朋友能够拒绝。如今,在合肥就有不少家具厂商“嗅到”了儿童家具商机,而这些简洁生动的造型,活泼爽朗的色彩让不少儿童家具深受家长和孩子们喜爱。

实习生 程龙杰 记者 董艳芬  
邹传科 文/图



“美的与合肥家电共发展”系列报道之

# 产能稳步扩张 美的持续完善冰箱产业链布局

“目前,安徽美芝具备500万台的年生产能力,2010年预计将实现销量350万台,多项技术填补国内自主知识产权冰箱压缩机的技术空白,拥有独特的球承式结构和高效销轴式结构两种产品系列,在技术创新能力和产品的稳定性方面均获得业界高度认可,产品各项性能达到行业先进水平,获得了客户的一致认可。”安徽美芝总经理徐晓明对我们表示,依托于立足合肥、全国布局的冰洗产业基地和冰箱压缩机生产基地,美的集团已经成功打造“冰箱压缩机——冰箱整体制造”的产业链优势,持续完善美的冰箱综合竞争实力。

据了解,2008年2月,美的电器与东芝开利合资成立安徽美芝制冷设备有限公司,首期投入4.9亿元、规划年产能500万台,建设冰箱压缩机生产基地。这是美的集团自2002年进入冰箱产业、2004年通过兼并、收购完善冰箱生产基地以来,进一步向冰箱产业链上游扩张,打造产业链竞争优势。徐晓明表示,这是继美的集团在空调领域发力上游产业链以来,在冰箱领域成功“复制”这一发展思路,持续完善冰箱产业链竞争优势,必将进一步完善美的白色家电产业链并提升核心竞争力。

(王川)



安徽美芝第一台冰箱压缩机下线

## 》 完善冰箱产业链布局

安徽美芝冰箱压缩机生产基地位于合肥高新区内,占地面积约400多亩,首期投资为49亿元人民币,实现冰箱压缩机产能500万台/年。这是美的电器和东芝开利在空调压缩机等领域进行合资后又一次联手进军产业链上游的一次重大举动。美的自2002年切入冰箱产业以来,通过一系列收购兼并,快速积累了最专业、最具规模的冰箱制造能力,并通过一系列技改扩能措施,提升综合制造实力。预计

2010年美的冰箱的产销将超过1000万台,持续巩固行业前二强的优势地位。美的一直坚持整合产品上下游产业链的发展思路,大力发展核心配套产业。完善冰箱产业链布局,将持续增强冰箱压缩机的自给能力,降低冰箱产品整体成本,同时充分利用在冰箱压缩机技术上的主导优势,以提高冰箱产品品质,提升冰箱产业的核心竞争力,巩固行业地位。

## 》 复制空调王者之路

8月29日,美的电器发布的2010年上半年财务报告显示,今年上半年美的电器收入390.25亿元,同比增长56.72%,其中,空调及零部件实现收入258.55亿元,同比增长39.85%。在变频空调领域,根据国家信息中心统计数据,2010冷年,美的变频空调销量突破400万台,市场份额达到35%,蝉联市场销量第一,持续巩固美的变频空调王者之位。同时,美的旗下的空调压

缩机市场占有率已快速提高到25%,位居行业第一。

中国营销总部副总裁王金亮表示,凭着对变频核心技术的掌控和空调产业链竞争优势,美的空调已经成长为行业第一,并保持稳定、健康的增长。在冰箱领域,也已经形成了核心技术、通过复制空调产业的成功经验,在未来几年,致力于把冰箱产业打造一个强势阵地。

## 》 合肥产能持续扩张

据了解,安徽美芝全面引进东芝开利冰箱压缩机的产品技术和制造技术,并在此基础上进行了大胆的技术创新和工艺改造,实现了产品性能大幅提高,其最大的技术特点是采用了独特的球承往复式结构。2008年11月1日,安徽美芝第一台冰箱压缩机成功下线,2009年成功实现产销100万台,预计2010年全年产销将达到350万台。

安徽美芝先后启动了“高能效(COP>1.85)”、“直流变频”、“双缸”等多项压缩机研发项目的开发研究,其中多个项目填补了国内拥有自主知识产权冰箱压缩机的技术空白,致力于成为行业的技术领跑者。在国内市场冰箱压缩机需求能力段的集中区域(功率50~240W,COP1.6~1.85之间),安徽美芝已经成功推出30余款产品,全部获得国家3C品质认证,快速抢占市场份额。未来三年,冰箱压缩机合肥基地计划再投资将超过4亿元,用于新建冰箱压缩机生产线,预计至2012年底,冰箱压缩机的生产能力将实现1000万台/年,年产值预计超过20亿元。2009年,实现销售收入130亿元,同比增长36.7%,直接解决就业1万人。

未来5年,美的在合肥新增投资将不低于30亿元。预计到2015年,美的集团将形成2500万台冰箱、2000万台洗衣机、年销售收入达60亿元的中央空调、电机、冰箱压缩机、空调压缩机、物流、机电制造的多元化产业基地,在肥企业实现年销售收入400亿元以上,将成为美的集团顺德总部之外规模最大、品种最全的研发、制造基地。