



for a greener tomorrow

四大產品力 感動顧客心

三菱電機 抓住台灣白色家電市場

近年來，消費者對於白色家電的要求越來越高，不僅必須滿足家庭的基本需求，還要能提高生活品質。三菱電機展現高附加價值、功能差異化、高品質、環保節能的優異產品力，已經快速擄獲台灣消費者的心。

在台灣，白色家電市場裡，三菱電機的除濕機、電子鍋、電冰箱、空調、全熱交換器等產品，贏盡口碑。

例如三菱電機的除濕機，除濕效率高、又安全，而且省電耐用；有蒸氣回收裝置的電子鍋，除了煮出更香甜的米飯外，外型兼具時尚與美感，是婆婆媽媽們的心頭好；電冰箱零下三度至零度的超冰保鮮功能，超低溫冷藏延長魚肉類生鮮保存，還可省去解凍的麻煩。

去年我們引進台灣第一台變頻除濕機，今年又推出能與室內

裝潢空間完美結合的『霧之峰·禪』空調。自從我們開始布局台灣市場以後，營業額成倍數成長。台灣三菱電機空調冷熱家電事業部長吳力浩掩不住內心喜悅的激動，談到三菱電機在台灣白色家電市場創造的領先趨勢。

煩，隨時都方便下廚；商用空調系統深獲超商青睞，能應付二十四小時運轉的冷氣需求；家用空調霧之峰有八個紅外線感應器、七五二個感測區，精準給予人體需要的冷暖度。

三菱電機的白色家電產品，從二〇一〇年起由集團子公司台灣三菱電機負責台灣市場的銷售推廣後，這六年來積極將中高階的最新產品引進台灣。

去年我們引進台灣第一台變頻除濕機，今年又推出能與室內

匯集頂尖技術 打造最頂級產品

日本家電稱霸台灣市場，連歐美品牌都難以匹敵。

「台灣與日本相處了六十年，加上兩地的地理位置、飲食文化皆相近，因此日本品牌很容易在台灣發展，獨大台灣市場。」吳力浩強調這股發展趨勢將持續下去，雖然其他日本品牌競爭對手已經在台灣做到第一大，但是他認為其他日本品牌做得到，三菱電機沒理由



美型空調「霧之峰·禪」

做不到，因為三菱電機擁有超越他人的產品力，將來會是台灣市場的領導者。

高附加價值、功能差異化、高品質、環保節能，是吳力浩推崇三菱電機白色家電的產品力。他說，三菱電機向來以強大之研發、製造技術能力而聞名於業界，本身擁有像衛星通訊、半導體、馬達、風、氣流、光電等領域的最頂尖技術，現在把這些技術用來製造生產家電，當然也就促使產品力的表現優於他人。

三菱電機經營台灣市場，除了做好最高規格的產品力、維繫消費者的忠誠度外，為了讓更多台灣民眾認識它，近年來在高铁車廂做廣告，日前

也找來優質女星林依晨代言家電產品，以「住在幸福裡」的溫馨訴求，觸動消費者的心。

吳力浩表示，優異的產品力加上創新技術、售後服務，能夠吸引更多願意長期擁護三菱電機的家電。這一份傳遞三菱電機產品力的積極力量，將為台灣民眾創造更美好的生活。



台灣三菱電機空調冷熱家電事業部
事業部長 吳力浩