

变频空调加速升级全直流 中国家电迎来技术井喷期

■ 本报记者 许意强

定速空调刚被逼入市场配角,变频空调又要惨遭淘汰命运了?

11月9日,在美的变频空调“全直流”战略发布暨新品同步上市发布会上,美的家用空调事业部总裁吴文新宣布,将从2012冷年开始的三年内,带领中国空调行业步入“全直流”升级时代。

空调未来在变频,变频未来在全直流。前者已经在市场得到验证,后者或开启新的产业格局。从3年前推动变频空调的普及,到眼下带领中国空调全直流的升级,《中国企业报》记者看到,美的带领下的中国空调行业产品升级换代陡然加速。定速空调在中国市场的推广普及经历了近30年时间,变频空调的推广普及用了3年多并还在持续进行中,但美的却再度发动“全直流”风暴,欲用3年时间让中国市场与全球保持一致,跨入“全直流”时代。

升级加速度

从彩电到空调、冰箱、洗衣机,就在最近几年间,中国家电行业的产品技术升级换代全面加速。《中国企业报》记者获悉,从CRT电视到平板电视,中国企业用了30多年,而从平板电视到LED液晶、3D、智能电视只有短短几年时间。目前,平均两年国内彩电市场上便会出现一轮产品升级潮。

就连一直被认为全球范围内技术升级缓慢的空调业,在美的等大企业的推动下也在最近3年间完成了从定速空调向变频空调的推广普及。记者从中国电子信息产业集团获悉,自美的空调于2008年9月发起变频普及风暴,国内变频空调的市场份额从2009冷年的17.37%、2010冷年的24%,快速提升至2011冷年38.68%。面对已经启动的2012冷年,有市场机构预测变频空调占比有望突破60%。

正是在过去三年间,美的空调在变频普及过程中的全面领跑,实现了企业以领先第二名10%以上的大幅度优势,实现了在国内变频空调市场份额的“三连冠”,并有望在2012冷年实现“四连冠”。



现“四连冠”。

目前,全球变频空调经历了从交流变频、直流变频到全直流变频的三大发展阶段,日本等发达国家早已完成了变频空调从交流向全直流的升级,提前进入了全直流时代。过去三年间,急于实现变频空调普及的中国空调企业,仍停留于交流和直流发展阶段。不过,与当前热销的变频空调相比,全直流变频空调在核心技术、节能性以及市场应用等多个方面均取得了全面升级,较普通空调省电59%、最低运行功率仅为30W。

吴文新指出,“当前中国空调业正处在变革的关键期,无论是空调技术升级的方向,还是社会节能减排的要求,变频化已成为业内共识。今天的空调再度以全直流升级为契机,从国家节能政策、产业技术升级、消费需求变化等多个方面,牢牢掌握全球空调产业发展趋势的话语权和定义权。”

两大核心助推

技术创新能力的提升,被认为是美的空调实现对国内空调业从定速时代、变频时代向全直流时代“三级连跳”的关键力量。《中国企业报》记者获悉,就在今年10月,投资4亿元的美的制冷研究院大楼正式揭牌投入使用,这将为美的搭建全球一流水平

的中央研究院、国内产品研发中心和海外产品研发中心三大协同研发平台。

不过,在美的家用空调事业部技术研发中心主任李强看来,“20多年持续积累,3年来的连续领跑,让美的在全球变频空调产业竞争中形成了两大核心竞争体系:一个是全球独有的变频黑匣子技术,另一个则是中国独有的变频全产业链竞争力。前者让我们始终位于全球变频技术的创新和研发的最前沿领域,后者则让我们立足于本土的规模化制造,并积极向上游的核心零部件制造实现战略性布局,避免了在与全球一体化竞争中的战略安全隐患,全面掌握了与外资企业同台较量的话语权。”

由于全直流是变频空调发展的最高阶段,需要企业完成从压缩机、室内外风扇电机、控制芯片模块的系统匹配,这对于一直以来在上述核心零部件上需要依靠国外进口或与外资企业合作开发的众多中国空调企业而言,推动变频空调向全直流时代的升级,显然是一件“难上加难”的事情。不过,随着今年美的在变频全产业链优势体系宣告建立完成,加速推动中国空调全直流时代的到来,无疑将是一场“箭在弦上”的产业革命。

国家能效标识管理中心主任王若虹认为,“在全直流升级背后,美的节能技术创新能力和可持续发展力

为空调行业提供了可借鉴的模式。”

关系大未来

面对眼下越来越快的产品升级换代浪潮,到底是中国家电企业综合技术创新能力形成的驱动力,还只是企业为了抢占市场而制造出来的产品技术概念?越来越快的技术创新与产品升级,对于当前急于在全球家电市场上谋求从“制造”向“创造”跨越、从“规模”向“利润”转型、从“出口”到“品牌”扩张的美的等企业而言,到底又意味着什么?

美的制冷家电集团中国事业部副总裁王金亮告诉《中国企业报》记者,“这是一场关系到未来发展空间的战略再选择。对于美的这样的千亿级家电企业而言,当前的主要任务不再是通过规模化扩张抢夺更大的市场份额,而是要从整个产业的高度和企业战略的角度来寻找,未来推动我们可持续发展增长的力量在哪里?”

正是凭借企业在空调产业形成的变频核心技术和全产业链竞争体系,美的才不断致力于全球空调产业为国内企业寻找和拓展全新的市场机会和增长空间。从变频空调到全直流变频时代,保守预计将会形成一个年增长速度达50%以上、市场总量高达千万台的发展新平台。

中国家电协会理事长姜凤指出,“升级转型是我国家电业‘十二五’发展规划的核心任务。就空调产业而言,推动节能优势、技术优势更为明显的全直流变频空调对普通变频空调的升级,不仅可以实现中国空调产业的持续做强,还将推动中国制造向中国创造的转型进程。”

市场分析师王指出,从变频空调普及,到全直流变频升级,不难看出美的空调的发展野心,早已经不满足于在中国空调市场的扩张与发展,而是要通过与全球保持同步发展水平的全直流时代的引领,展开对全球主流空调消费市场的战略性布局。《中国企业报》记者看到,目前,在美的空调整合全球资源的产业链体系中,出现了东芝、三洋、松下、爱默生、IR、利、仙童等一系列跨国企业的身影。



记者观察

中国家电 创新体系已完成

■ 许意强

三十年河东,三十年河西。当年的学生已成为当前的主角,不断挤压着老师的“优势空间”,还要直接杀入老师赖以生存的“核心老巢”。在中国家电业,以美的、海尔、海信为代表的这一批领头羊,近年来正是依托“规模化制造”的基础优势,以“核心技术创新”的发展双翼,从市场份额、品牌内涵、技术创新等多个角度,面向欧、美、日、韩等外资企业,全面拉开了从制造到创造、从产品到品牌、从低端到中高端的正面较量,并开始全面掌握中国家电产业发展和竞争主动权,向全球发起了新一轮冲击和挑战。

无论是智能电视对液晶电视的升级,或是多开门无霜保鲜冰箱对普通冰箱的替代,还是当前全直流变频空调的再次升级,在这些以中国家电企业为主角推动下的“产品升级换代全面加速”的背后,正是领军家电企业的产品技术创新体系宣告建立,完成从满足需求到创造需求的全面把握,最终依靠“技术力量”完成了对家电产业竞争格局的颠覆,更开启了中国企业瞄准全球市场谋求品牌化崛起的序幕。

从变频普及到全直流升级,美的空调引领的这股升级换代浪潮并非偶然,得益于企业在多年的发展过程中形成的“全产业链竞争体系”和“变频核心竞争力”两大核心利器,具备了“从消费需求到技术创新”、“从产品制造到产业链布局”、“从满足需求到创造需求”、“从规模化扩张到差异化领航”的综合实力。

不可否认,当前一大批家电领军企业掀起的“技术升级撬动产品升级”浪潮目的是为了“刺激新增消费,谋求商业利益”最大化,但这在同时也满足并创造了一部分消费需求,实现了市场和消费者利益的最大化。

今年以来,在美的、海尔等领军企业的带动下,我国家电业在经过30多年的发展积累后,完成了从“战国纷争”向“巨人时代”的快速升级。这意味着,中国家电企业群体的战略重心和经营任务正在从最初的“规模化扩张、短期市场利益最大化”转向“可持续经营、长期核心竞争力”。对于美的而言,还意味着成为中国规模最大的空调企业已经不是目的,快速成长为全球最强大的空调企业才是未来发展的根本。

可喜的是,美的已经提前携中国家电业创新产业体系的核心优势,开启了新的征程。

对话高层

专访TCL多媒体首席技术官陈光郎

“在彩电行业中国企业是有话语权的”

■ 本报记者 安也致

日前,TCL在全球市场上领衔发布了全球首个云电视行业推荐标准,率先从行业标准的高度对当前市场上热销的云电视进行了标准和引导。那么,TCL是如何率先完成从产品推出到标准制定的成功跨越,在云电视标准发布之后又将会给中国彩电行业带来哪些影响,带着这些问题,《中国企业报》记者日前专访了TCL多媒体首席技术官陈光郎。

记者:云电视上市了,但我们在市场采访中发现,大多数消费者对于云电视的概念还很模糊。那么,到底什么是云电视,判断这一产品的标准有哪些?

陈光郎:云计算其实质是把大量通过网络连接的计算资源进行统一管理和调度,构成一个计算资源池,消费者对资源的占有是按需使用、按使用付费。从智能电视进入云电视时代,就像煤气罐进化到管道煤气一样,实现了随时、随需使用。

针对这种状况,中怡康、TCL等20家机构参照行业现状和消费者的真实需求,提出了六大云电视行业推荐标准:一、具有针对电视定制化的Android+、windows等开放性操作系统。二、具有专业云电视平台。三、采用云计算、云存储技术,硬件达到双核CPU、10Gbit内存空间的云电视后将无需升级。四、具有强大的云应用和云功能,如云社交、云空间、云搜索、云识别、云控制、云共享、云游戏、云办公等,带来完全以用户为中心的完美交互和体验。五、可快速响应用户需求,提供稳定、安全、可持续的个性化云服务。六、构建多层次,全开放的云生态系统作为保障。

记者:此前,一些企业也曾提出过云电视的标准或者特征,那么此次由协会、中怡康、TCL等联合提出的标准又有什么特点?提出这一标准的意义在哪里?

陈光郎:前期很多企业确实也提出过云电视标准或者一些关于云电视特征的描述,包括TCL在8月的云战略和超级智能云电视发布会上,也提出了对云电视的四点见解。现在回过头来看这些所谓的标准或者特征描述,更多的是从企业自身出发,基于企业自有产品优势功能片面解读云电视的状态。

此次,中怡康、TCL等20家权威机构和媒体联合推荐的云电视标准,有效地规避了以上问题和瑕疵:首先,这个标准是通过前期的广泛市场调研而来的,它来自消费者,代表了消费者对云电视的真实需求。其次,这个标准具有行业全局性和云产业前瞻性。再者,这个标准具有实用性,可以让消费者真切了解什么是云电视,并可以以此作为选购云电视的依据和坐标。

记者:在全球有这么一句话,叫“得标准者得天下”,不少行业专家则认为“国产彩电企业没有产品定义权”,您又是如何看待这一问题的?

陈光郎:一流企业做标准,二流企业做品牌,三流企业做产品。在知识经济时代,市场竞争的一大特征就是标准先行。发达国家凭借起步早、创新能力强等优势,的确在诸多领域掌握着标准定义权,使得中国企业常常受制于人。不过,彩电领域的情况不一样,中国企业是有话语权的。

彩电业上演云端大戏

TCL吹响标准制胜号角

■ 本报记者 安也致

从互联网电视、智能电视,再到超级智能云电视,短短三年间,中国彩电产业的技术创新和产品升级陡然加速。

日前,在中国彩电业进入云时代三个月后,云电视的行业推荐标准在TCL等企业的领衔推动下悄然出炉。首次从操作系统、平台、硬件、软件、应用、交互、服务、产业链等角度对云电视做了全面界定和规范。

中怡康时代市场研究有限公司副董事长李基祥指出,“无论是整个行业,还是消费者,都需要有一个统一的云电视标准来凝聚行业共识,并指导消费购买,更好地引导和规范云电视的做大做强。”而在工信部数字电视标准符合性检测中心副主任张素兵眼中,“标准制定,可以规范整个产业的发展。”

从此前的“缺芯少屏”,到眼下的“全产业链布局”基本完成,《中国企业报》记者注意到,以TCL为首的国内彩电企业在完成了规模化崛起、价格战抢跑、技术战略制胜之后,正在谋求以行业标准实现全面领跑。

终端先行

自今年8月以来,中国彩电业再度风起“云”涌,成为全球家电产业IT化浪潮下的领跑者。在完成了互联网电视、智能电视的产业布局后,以TCL为代表的国内彩电企业先后推出云电视,以先行者的角色吹响了彩电业云时代的号角。《中国企业报》记者注意到,在全球范围内,TCL云电视的出现也实现了从战略上的抢跑。

对此,中国电子视像协会副会长郝亚斌则认为,“不管是三网融合、智能化还是云服务,先行者往往都是终端厂商,因此他们直接与消费者接触,更了解市场一线的情况。”

TCL多媒体CTO(首席技术官)陈光郎向《中国企业报》记者透露,“在超级智能云电视上,中国彩电企业可以起得更早。”他透露,早在1998年,

TCL就开始了智能互联网电视的研制,随后与微软合推“维纳斯计划”。2003年与英特尔成立3C联合实验室,2008年TCL率先进行Android系统研究。2010年6月,国内首款基于Android操作系统的智能电视由TCL集团研制成功。今年3月,全球第一个Android系统的电视应用程序商店在TCL诞生。

正是这种超前的战略眼光和战略布局,让TCL在应对全球云浪潮时,显得信心十足、游刃有余。据《云电视行业推荐标准》专家组负责人透露,“TCL在智能电视领域有着10多年的深厚积淀,为标准的顺利出台作出了重要贡献,可以说是《云电视行业推荐标准》的缔造者。不仅确立了自身在电视云时代的领先优势,还全面推动了国内彩电业在云时代的标准化抢跑。”

资深家电观察家罗清启指出,“相对行业观望者而言,这种果敢似乎更具前瞻性。现在很多产品品牌主导的‘云电视’就是在未雨绸缪。目前IT等电子行业变化很快,如果有一天市场环境真的变了,彩电企业再转身,恐怕就来不及了。”

标准抢跑

从智能云电视的推出、智能云生活战略的发布,再到国庆期间在全国市场的提前预售,云电视行业推荐标准的成功发布,TCL一气呵成地实现了从技术到产品、从市场到标准、从领先到领跑的全面战略布局,也悄然确立了其在中国云电视时代的标准缔造者和产业践行者的地位。

从产品抢跑到技术创新领先,最终依靠产品标准的强势崛起,正是得益于长期以来TCL在全球竞争格局中形成的较高产业地位。据悉,作为中国最大的、全球性规模经营的消费类电子企业集团之一,TCL在世界各大洲均设有生产基地、实验室和研发中心。2009年,TCL的彩电销售额在中国排名市场第一,位居全球市场份额第七位,国内外市场成绩彪炳,综合实力和产业地位在全球消费者心中占有一定席位。



云电视行业推荐标准的出台将解决此前消费者对于云电视选购难的问题
本报记者 林瑞泉/摄

陈光郎指出,从产业长期发展来看,云电视作为新生事物,各方面尚不完善,制定和完善相关的标准体系,能够为产业链上下游的企业提供一个有效的参考标准,从而作出更合适的决策,也能对市场起到规范的作用,引导云电视产业的健康发展。

除了推出云电视标准,今年TCL还联手长虹、海信自发组织成立了中智盟,并推出中国首个应用商店技术标准SDK,谋求在全球彩电产业的标准话语权。

工信部电子信息司副司长赵波认为,智能电视将改变整机企业的角色。TCL无疑是个成功的角色转型者,TCL正在以云电视标准缔造者和践行者的全新角色,再次走到了行业的前列。

体验为王

超级智能云时代的快速到来,对于传统的彩电制造企业而言,既是一次改变产业格局的机会,也是一次从终端向内容的转型挑战。郝亚斌指出,除产品之外,彩电厂商未来竞争的将是整个生态系统。而在中怡康李基祥看来,具有欢网、奥鹏教育、腾

讯、酷盘等合作伙伴,具有全球软件开发大赛等软件开发平台,具有遍布全球的研发机构和液晶面板8.5线等资源保障,TCL已搭建成了国内目前最完善的云生态系统。

在云电视行业推荐标准中,《中国企业报》记者看到,云电视应具有六大核心要素,而作为云电视标准的缔造者,TCL正在以完美的云电视体验和系统的云生态布局成为标准的践行者。

当前,TCL超级智能云电视均采用了领先的云计算和云存储技术;采用了基于电视使用习惯和硬件特征,深度定制开发的Android+系统;硬件达到了双核CPU、10Gbit内存空间的标准;并率先深度植入了丰富的腾讯QQ软件,可以实现1:1真人视频通讯、多屏互动、手势识别、语音搜索等功能;突破性地为用户带来了云识别、云搜索、云控制、云共享、云社交、云游戏、云办公和15G酷盘云空间等多项核心应用,未来还将不断拓展。

近日,工信部消费电子推进委员会发布的智能五星评定结果显示,TCL以四款产品和V7300系列全线达到五星智能评定的优异成绩稳居本次评测结果的行业首位。