

智能升级,让空调成为家庭的“气候管家”

格兰仕空调跨界扩张逆势领跑

■ 本报记者 康源

拿什么拯救正陷入“需求持续下滑、市场销售萎靡”困境之中的中国空调产业?

日前,我国白电巨头格兰仕率先给出答案:通过技术创新构建产品竞争力,引领空调竞争理性回归;通过产业创新开辟新增需求,开创空调跨界发展新河,率先推动空调从“制冷制热”单一设备向家庭“气候管家”系统服务的技术升级和跨界扩张。

《中国企业报》记者从格兰仕公司获悉,继“会说话”的云智能微波炉成功试产、有望快速推向市场开创产业发展新河后。近日,搭载物联网技术、智能语音交互技术、云智能气候控制技术等新一代“会说话”空调也在格兰仕投入测试,有望在明年的全球空调产业掀起一轮市场创新和产品创新浪潮,一举奠定格兰仕在空调产业的话语权和领军地位。

第三方市场监测机构产业在线数据显示,2011年全球家用空调产量达到1.4亿台,中国以1.15亿台占据全球总产量80%的份额。在中国空调产业越来越全球化的背景下,受欧美债务危机、国内家电政策退出等一系列“内忧外患”刺激,自2011年下半年以来空调产业再度遭遇行业发展的“寒冬”,仅今年一季度我国空调市场零售额同比下降23.7%。

资深空调专家张彦斌指出,“作为国内白电领军企业,格兰仕基于产品技术和产业应用展开的系统创新推出的,不仅为空调产业智能化转型提供可以借鉴的模板,树立全球性标杆,还开创空调产业跨界应用先河,在家庭中赋予空调全新的功能定位,在当前产业环境下为国内空调企业的逆势领涨提供全新的思路。”

树智能升级标杆

近两年来,随着智能电视在市场上的推广和热销,迅速开启我国家电产业的智能化升级序幕。特别是在物联网技术、智能化控制先后在家电领域得到初步应用,加之语音控制等配套技术的成熟,加速空调等传统家电企业在智能化研发和产品创新的热情。

正是通过将传统空调制冷制热技术,与物联网技术、智能语音交互技术、云智能气候控制技术的系统整合创新,格兰仕在不经意间全面掀起了全球空调业的智能化转型序幕。《中国企业报》记者了解到,格兰仕智能空调基于“人机交互”的创新基础,实现在温度、湿度、风力、空气质量、CO₂浓度五个空气要素的智能控制,让空调成为家庭的“气候管家”,一改空调曾经在家庭中的配角地位,全面



居室气候管家让格兰仕空调实现质的飞跃

承担起家庭环境监测、净化等诸多功能。

格兰仕家用电器销售公司总经理韩伟告诉《中国企业报》记者,“如果放在两年前,大家都很难想象到,空调会说话,在运转时能按照用户需求随时播报气象信息和家庭空气环境状况。未来,格兰仕的智能空调,不仅会说话,还会听话,甚至还能对话,成为每个家庭环境的‘气候管家’,不再只是温度变冷变暖这么简单。”

多年来,面对市场销售不旺、购买需求低迷时,空调企业普遍会采取“价格降、促销增”等手段刺激需求。作为国内白电产业龙头企业,格兰仕一举突破传统产业的思维束缚,立足自身的强大实力和技术创新能力,通过智能空调的推出引领空调产业理性回归产品竞争本位,通过“气候管家”的市场新定位,实现空调在家庭应用功能的跨界扩张。

中国家电研究院专家指出,从普通空调的冷暖相知,到家庭的“气候管家”,格兰仕在智能化升级过程中,重新赋予空调新的功能和使命,具备了对空气质量进行实时监测、快速反馈到一步解决的主动意识。这其实就是让空调不再是冷冰冰的机器,而变成家庭日常生活的管家。

“在格兰仕开创全球智能空调产业新标杆的背后,表面上看得益于产品技术创新能力的支撑,实际上则是受到格兰仕20年发展过程中一直所坚守‘以一款产品做大一个产业,以一个产业改变百姓生活方式’经营理念的驱动”,张彦斌指出,从微波炉时代的开创中国厨房微波炉新时代,到智能空调时代树立中国家庭空气净化新时代,这都是一脉相承。

对于空调行业而言,格兰仕智能

空调的创新价值在于:不只是简单地停留在产品技术层面的研发与创造,而是立足市场、回归消费者需求,让技术带来生活理念和生活方式的智能升级。

开跨界扩张先河

近年来,面对彩电行业的持续不断的技术创新和产品升级,以空调为代表的我国白电产业的产品升级步伐相对缓慢。在多位空调技术专家看来,“空调这种基本原理已经固化的物理型家电来说,无论是功能深化还是延展,难度都非常大。不同于电视的背光源技术一变,整个产品外观都发生革命性变化”。《中国企业报》记者看到,近两年我国空调业正在进行从变频向变频的升级换代,但产品外观和功能本身并未出现大的变化,驱动市场增长的除了外部的刺激政策,多是来自于企业的价格促销等手段,亟待构建新产品的驱动力。

此次,格兰仕智能空调所开创的家庭“气候管家”战略新定位,就完成对传统空调技术创新路径的突破,首次将使用者、空调与云计算三个独立的个体通过物联网、人机交互等技术进行协同整合后,实现一个高度智能化和人性化的空气调节平台。让空调开始在家中扮演起更多的角色,探索技术创新下的产品驱动力打造。

韩伟介绍,“不远的将来,我们可以实现一句话控制空调运行流程,告别空调遥控器时代。空调还可根据自有数据跟我们对话,就像安装siri软件一样。在必要的时候,比如房间湿度或者CO₂浓度超过内部设定的最佳指标,空调还会主动跟使用者对话,进而自动开启调控程序进行工

作,这种基于最佳居室气候的自我完善和调整,就是格兰仕智能空调的核心,也是‘气候管家’的精髓所在”。

正是在格兰仕的推动下,空调跨越了百年以来的“制冷制热”传统定位,突破性地调节空调温度向调节家庭环境中的湿度、洁净度等空气质量进行跨界扩张,开创性地完成空调由家庭中的信息孤岛向家庭智能中心的跨界应用,同时具备了普通空调、净化器、空气管家等多种职能。

对于任何企业来说,面对市场的颠覆性创新并非一蹴而就,一定是经过长期的技术积累和产业探索。格兰仕技术研发人员透露,从持续多年来以每年销售收入的5%用于技术研发,到与日立、东芝开展行业内深度合作,再到今年与北京航空航天大学联合建立国家级新材料工程中心与可靠性工程中心,格兰仕一直以特有的“偏执”走在行业创新的前沿。

正是这种接近于“偏执”的技术创新,格兰仕给中国空调产业带来的变频变频、20分贝超静音、宽电压自适应、24小时智能空气净化等实用新型技术的成功开发和普遍应用,也焕发了格兰仕空调连续多年在中国市场的持续增幅,完成从“一步领先”向“步步领跑”的战略升级。

中国家电营销委员会副理事长洪仕斌分析指出,“正如当年全球汽车企业推出的SUV跨界车一样,格兰仕智能空调的推出完成的是产品跨界扩张和产业跨界发展,带来的是开辟一个全新的市场增长空间。特别是在今年全球空调产业陷入发展低谷的背景下,格兰仕智能空调通过跨界创新带来的不只是新的市场机会和动力,还给了中国空调产业注入了一股信心”。

美的领衔成立首个空气能专委会

科技驱动 空气能激发热水器变局

■ 本报记者 许意强

当前,我国热水器行业“四国大战”格局出现新的变化,新旧两大派别对垒的格局初步形成;从市场销售额上看,空气能、太阳能两大新能源热水器,已经与传统的电、燃气热水器平分秋色,但从市场销量上看,两大新能源热水器的总体份额占比仍不足30%。

日前,《中国企业报》记者从全国首家空气能热水机专业委员会——广东省空气能专业委员会成立大会上获悉,2011年拥有节能、低碳等优势空气能热水机在我国呈现出“高开低走”走势,总销量突破85万台、销售额达42.47亿元,尽管未能达到去年年初预期的销量突破百万台大关,但在热水器行业整体增速放缓的背景下仍保持着稳步增长势头,实现“一枝独秀”。

新当选的第一届广东省空气能专业委员会主任、美的中央空调事业部总经理田明力预计,“到2015年,我国空气能热水机行业的年产值有望突破100亿元大关”。2011年,作为我国空气能热水机产业龙头企业,美的空气能热水机销售额突破10亿元,是行业排名第二的格力近3倍,比行业排名第三位至第十五位企业的销售额总和还多,强势领跑国内空气能市场。

市场规模持续扩容

2011年,我国热水器市场总规模已达到3511万台,市场销售额近584亿元,是年,空气能热水机销量达到85万台、销售额达42.47亿。

来自中国热泵产业联盟产业研究中心的数据显示,我国空气能热水机从2003年的销售额不足3000万元起步,在短短9年间就实现140倍

多的规模化增长。与此同时,企业数量也从2005年的54家,发展到目前的400余家。

“空气能较太阳能、电、燃气等产品,是新一代市场重点推广的节能环保产品,虽然起步晚,但增长速度很快。特别是自2008年以来,正以翻番的速度实现规模化扩张,目前市场增速、发展前景呈现开始赶超太阳能的趋势,同时为国内传统热水器市场的转型提供重要技术支撑”,一位业内人士向《中国企业报》记者透露,近年来美的、海尔、万和、华帝等传统家电企业全面转战空气能市场,四季沐歌、清华阳光等太阳能企业也在大力发展空气能产品。

被誉为“第四代热水器”的空气能热水机,近年来以“节能、安全、舒适、环保”等优势,受到市场各方的广泛关注。《中国企业报》记者看到,近年来,无论是传统热水器的升级转型,还是太阳能进城的产品创新,都开始采取捆绑空气能的策略,通过从单一产品销售转向复合能源整合下的系统解决方案,将空气能推向主要位置。

田明力指出,“就我国‘十二五’发展规划来看,作为新兴战略产业,空气能热水机作为绿色低碳的新一代高科技产品,将会受到国家在政策、资金等方面的重要扶持。在市场应用层面,空气能有效解决了传统热水器高能耗问题,同时避免太阳能受天气影响大而难以持续性使用的弊端,空气能热水机必然成为未来热水器产业发展的升级趋势”。

目前,空气能在欧盟及澳大利亚等国家和地区都被列入可再生能源的范畴,并给予相应的政策、资金和技术研发的重点支持。在我国市场虽然还属于新兴产业,但市场认知度和产业发展速度正在逐年提高。在国内

市场,空气能则呈现出“自上而下”的发展模式,江苏、浙江、邯郸、常德、云南等多个省市地区通过将空气能列入《节能产品政府采购目录》,推动空气能热水机产品在商用、家用领域的广泛普及。

美的一马当先

日前,在广东省家电商会的倡导下,由美的中央空调等广东省内的30多家空气能热水机专业厂商共同参与发起的全国首个空气能专业委员会在广东成立,委员会厂商代表共同推选美的中央空调为第一届空气能专委会主任单位。

作为我国第一家空气能行业的专业委员会,广东省家电商会秘书长谢德盛指出,“空气能专业委员会的宗旨就是响应国家‘十二五’规划节能减排的目标,整合及协调相关机构和行业组织资源,改变过去各空气能企业各自为政、单打独斗的局面,充分争取一切有利于空气能行业发展的优势资源,推动空气能产业健康快速发展”。

近年来,正是在我国白电巨头美的全面推动下,我国空气能产业迎来“井喷式”发展期。在田明力看来,美的给整个空气能产业带来的影响,市场推广方面不只是通过家用、商用共同努力,让空气能实现在国内热水器市场上的异军突起。更为重要的是,美的依托强大的技术创新能力和全产业链的资源整合平台,通过提升产业门槛,做大做强行业整体市场规模”。

在《中国企业报》记者看来,正是在美的中央空调强势发力,并通过拓展市场营销渠道、推广全线产品、普及大众知识等多项措施,系统布局,全面打破了空气能普及道路上遭遇的“价格高、渠道窄、品质差”的市场

瓶颈,才完成对产业的技术洗牌。

市场监测数据显示:与前两年相比,2011年空气能产品的品牌集中度大幅度提升,市场份额排名前五家企业的占有率达到60%。产业在线研究员李晓燕指出,“国内空气能产品正在快速进入一个强势品牌引导市场的发展阶段”。其中,作为国内首家也是唯一一家空气能热水机产品的市场销售额超过10亿元的企业,美的中央空调已连续四年稳居国内空气能热水机行业榜首,并大幅领先其它企业。

在我国关于空气能热水机的200多项发明专利中,仅美的中央空调一家就拥有101项,占据半壁江山。其中,直热承压技术、直热循环技术、WDD智能加热技术、蓝钻内胆技术、智能回水技术等创新科技,已成为美的空气能的代表性“标签”,美的空气能热水机产品成功投入到广州亚运会、深圳大运会、世界游泳锦标赛等国内外顶级赛事的项目中,并提供安全可靠的应用服务。

在美的空气能热水机一马当先引领行业发展壮大的背后,市场人士指出,近年来我国空气能热水机的品牌格局已呈现出两极分化,一方面,“井喷式”发展期,在田明力看来,美的的为首领军企业正持续做大做强市场蛋糕,迅速推动行业完成产业洗牌。另一方面,少数企业呈现出增长乏力或逐步退出的态势。

家电行业观察家认为,“美的中央空调在空气能产业的战略意图,不只要持续称霸国内空气能市场,而是推动新一代的空气能产品完成对整个热水器产业的格局改写,最终在未来3—5年内带领空气能热水机行业全面抢占国内热水器市场50%以上的份额。同时美的也希望从中占据全国空气能热水机50%以上的市场份额”。



水晶问世升级行业标准

海尔攻克滚筒洗衣技术难题

■ 本报记者 安也致

“有一天,我用‘水晶’洗衣机洗完衣服,正准备晾晒的时候,女儿说,妈妈,你什么时候洗的,我怎么没听到声音?”在海尔“水晶”系列洗衣机发布会上,一位体验过该产品的用户如是说。

众多媒体记者也在现场体验一回“水晶”的神奇:一件被涂上酱油的白衬衫,又被揉成一团扔进洗衣机里,15分钟后,从洗衣机中取出一件白白净净的衬衫。如果不是亲眼所见,根本让人无法相信这就是刚才那件沾满酱油的脏衬衫。这项被海尔称之为“即洗即穿”的洗衣技术,彻底改变对传统洗衣机洗衣的认识,不仅给消费者带来全面革新的洗衣体验,也重新定义滚筒洗衣机高端新标准。

“水晶系列滚筒洗衣机实现在静音、柔洗、速洗、洗净度、智能操作等多项技术领域的颠覆性突破,不仅给消费者带来全面革新的洗衣体验,也重新定义滚筒洗衣机高端新标准。”海尔白电集团副总裁舒海给予很高的评价。

通过与斐雪派克的通力合作,海尔研发出全球领先的“S-D plus”芯变频技术,该技术可以使洗衣机脱水噪声下降8—10分贝,最低只有45分贝;其次,由于增添了洗衣精确感应控制系统,“水晶”系列滚筒洗衣机能够自动感知衣物投放重量、污渍程度以及精确分辨水质,并据此智能投放洗涤剂;第三,海尔“水晶”系列滚筒洗衣机还具有15分钟不间断速洗和摇篮柔洗功能,而其首创的1600转极速甩干技术,实现了即洗即穿。

“海尔洗衣机的设计师不是我们,而是用户。”舒海介绍,为掌握用户需求的第一手资料,更加了解消费者对洗衣机的真正追求,海尔人走访20多个城市、入户调研2001家,开展座谈会628场,结合50多个网络平台,网络调研11879人,全球累计调研20907人。

这些受访者的反馈,对海尔并非“过眼烟云”。就在海尔“水晶”系列洗衣机即将上市的前夕,有体验用户表示还是有噪音存在。海尔技术人员经过仔细检测后发现,洗衣机最后排水时的一个声音引起了用户听觉上的不适。为此,海尔做出了一个决定,三个月解决噪音问题,“水晶”系列推迟四个月上市。

多年来,中国家电市场竞争之乱,从广告战、概念战、渠道战、价格战等概念中就可可见一斑。海尔此次所推出的“水晶”系列洗衣机,意味着中国洗衣机市场新转向:由虚向实,一切为了消费者。

业内专家表示,先进的技术,应该由可靠的制造来保证,再以卓越的服务推向广大消费者。当先进的技术为少数巨头所掌握时,其他跟班厂商无一例外地声称服务才是未来制胜之道,而我们必须从“众口一词”中清醒过来:没有先进技术,没有可靠的制造,所谓的卓越服务只是空头支票。

正是基于多年来积累的技术优势,海尔洗衣机在设计、研发及产品创新都走在了全球洗衣机行业前列。此次海尔推出“水晶”系列滚筒洗衣机的问世,直指2013年的欧洲发展趋势,必将引领行业新一轮的技术变革,继续主导全球洗衣机方向。

传统热水器巨头 备战新能源

■ 本报记者 许意强

近两年来,我国热水器市场在“电、燃气、太阳能、空气能”四大品类的共同混战中,逐步分化成为新旧两股势头的对垒。其中,以电与燃气热水器传统能源,与空气能和太阳能新能源的较量,暂时并未分胜负。

《中国企业报》记者看到,这并未影响传统热水器龙头企业提前备战新能源市场的步伐。日前,连续8年稳居全国燃气热水器市场销量和市场综合占有率首位的万和电气(002543),自燃气热水器发家并借助在这一领域的绝对领先优势登陆资本市场后,正在全面推广混合动力热水系统,基本完成在太阳能和空气能产品上的布局。

2011年万和电气实现营收26.30亿元,增长14.68%,净利润2.04亿元,增长9.91%。2012年一季度,万和电气营收达7.67亿元,同比增长11.44%。净利润实现同比增长3.05%。对此,业内人士指出,“自去年以来受国家银根紧缩、房地产低迷等经济环境影响下,我国热水器行业受到巨大冲击,出现增长放缓甚至停滞情况。作为国内传统热水器行业龙头企业,万和电气实现逆势领涨,除了依靠在冷凝式节能产品及恒温型等中高端产品产销量持续增长拉动外,在新能源产品上的布局也开始出现快速增长”。

目前,万和大力推广的混合动力热水系统,正是将太阳能、空气能等可再生能源及燃气、电等传统能源进行了综合利用,利用电、燃气的可持续性优势,与太阳能、空气能的低碳节能优势进行互补后,为当前的家庭提供节能环保的家庭热水最佳解决方案。这不仅推动万和电气在新能源上的战略抢先布局,还完成企业从单一产品制造向系统解决方案提供的升级。

中华全国商业信息中心对全国5000余家大型零售企业2011年度商品销售情况所进行的专项统计调查显示,万和燃气热水器市场占有率再度稳居全国第一,这已是万和连续8年领跑国内燃气热水器行业。

中信建投证券分析师刘义认为,“由于海外经济不景气,预计2012年万和电气增长主要依靠国内市场,内销的快速成长主要靠壁挂炉等新产品。壁挂炉跟燃气有较大相似性,甚至生产线都可共用,壁挂炉国内市场增长较快。热泵热水器和太阳能热水器今年也会由于募投产能的投放而成为新的增长点”。