

依托技术创新底气

长虹白电打造空调倍增高速通道

当整个中国空调业发展都深陷“寒冬”滞涨甚至下滑的通道中时,国家节能补贴的出台无疑为行业注入新的活力。但国家刺激政策并不是所有空调企业的“救世主”,只有手握“金刚钻”的企业才能揽下“瓷器活”。

■ 本报记者 许意强

“今年夏天,节能从0.1度开始!”这是日前长虹空调向全国所有中外同行发出的呼声。作为全球家庭能耗大户的空调,其节能水平的提升一直备受社会各界的关注。特别是近年来,在长虹等空调大企业推动下,能效技术创新也经历耗电量从10度、1度向0.1度的持续降低,节能水平显著提升。

在长虹空调节能从0.1度开始的背后,《中国企业报》记者看到,早在今年年初,长虹空调就成为中国空调业首家完成“以0.1度精确控温技术和新型风道技术为代表的节能核心技术”全产业链节能布局的企业。

在节能技术上的持续创新,长虹空调最终也获得来自国家政策的“力挺”。5月16日,国务院为推动高效节能空调等5类家电的市场普及,宣布从中央财政先期拿出265亿元进行节能家电补贴,高效节能空调成为首批获得国家节能补贴的产品,一、二级变频及变频空调可以获得每台180元—400元不等的补贴资金。

长虹公司副总经理、家电产业集团董事长李进博士指出,“国家节能补贴政策推出,无疑为长虹空调持续多年的产品技术创新投入,注入一股新的动力。以节能空调市场需求爆发为契机,这将全面开启长虹白电在中国空调业的跨越式发展大幕,建立起长虹空调倍增高速通道”。

唯一逆市增长的背后

今年的空调企业,在全球和中国市场的日子都不太好过,且这种低迷的形势还将持续。

“下跌已经成为今年国内空调业的关键词,大家现在所关心的是,谁跌的多,谁跌的少,还有谁能保持增长?”中国家电商业协会秘书长董芝告诉《中国企业报》记者,“当行业遭遇寒冬,市场整体出现下滑时,才能真正看清楚到底哪些企业是真正具备核心竞争力,可以摆脱对政策等外部因素的依赖”。

就在今年上半年,市场数据显示:长虹空调成为唯一实现逆市增长的产品。长虹空调品牌总监陶军认为,“增长的背后是我们在高效变频核心技术上的持续突破,为市场和消费者提供了升级换代的好产品,在抓住了市场的刚性需求同时,还通过产品升级刺激并形成新的需求”。

陶军所说的变频核心技术突破,正是长虹目前在空调业唯一掌握的0.1℃温度精确控制技术,创新性解决空调业长期以来温度检测精度难以提高的难题,将变频空调检测环境温度的能力从1℃、0.5℃直接提升到0.1℃的分辨率上,并使变频空调围绕0.1℃温度变化进行模糊控制,在

策略

志高掘金节能空调产业

■ 本报记者 康源

从2009年时的“节能惠民企业担责”,以“一级空调五级价格”的魄力打响我国节能空调放量普及第一枪,一举奠定在我国节能空调的领导地位。到2012年的“节能霸王6月放凉”,以“国家政策补贴+企业多重补贴”的产业力度,再度完成我国节能空调全面普及的强势一击,以节能突破为契机,最终成为我国空调行业全面领跑者。

志高,这家因为2011年业绩亏损而备受质疑的国内四大空调领军企业之一,近年来在节能技术、节能产品、节能市场上持续不断地投入,今年再度获得来自国家政策的持续力挺,为企业在终端市场上赢得升级转型的先机,不仅一举击碎了此前关于“补贴依赖症”的质疑,还因为自身已经建立的强大节能空调产业整合能力而备受关注。

在业内分析人士看来,“对于一个成熟的空调业,作为一家耕耘多年的领军企业,志高确定的企业发展方向与整个国家政策导向达成高度一致时,无论是政策的往来进退还是企业的短期盈亏,都不可避免也无可厚非。重要的是,志高在国家政策、市场趋势、消费需求交集中,构建一套持续做大做强商业模式;以节能技术为依托,以国家政策为东风,以产业升级为契机,在‘顺国情、得民心、有市场’的节能低碳浪潮中提前构建起自我驱动力的独立体系”。

志高阳谋节能

日前,志高空调以1106个产品



长虹空调以三重补贴提前打响节能惠民第一枪

对室内环境温度的控制能力上升到一个新阶段同时,带来了变频空调节能性、舒适性的全面提升。

目前,变频节能技术已成为全球空调业能效持续提升的唯一途径。中怡康发布的市场数据显示:自2009年以来变频空调市场零售量份额从15.7%一路攀升至2011年底的48%,3年时间完成在中国空调市场从“丑小鸭”向“白天鹅”的完美蝶变。截至2012年4月底,变频空调市场比重达到56.3%,超出定速空调成为市场主角。

就在国家发改委和财政部公布的新一轮节能惠民产品目录中,长虹空调共有248款节能空调入选,其中高效变频空调的数量达到90款,占到目前市场销售所有空调型号的比重达到90%。这意味着,只要购买长虹变频空调的用户,就可以获得国家给予的最多400元节能补贴,这显然将加速刺激掌握变频核心技术的长虹空调迎来“量增利长”新局面。

创新政策双驱动下的空调

国家对空调节能补贴政策时隔一年之后再度推出,并在惠及对象中增加变频空调,还将最高400元的节能补贴奖励给购买变频空调的用户。种种迹象表明,国家宏观政策对于变频空调的支持态度非常明朗。

变频空调0.1℃温度精确控制技术,无疑成为长虹空调抓住“变频空调”取代“定速空调”成为主流的产业浪潮,完成在中国空调业高效节能技术创新领域的“关键一跃”。在

空调专家、奥维咨询研究院院长张彦斌看来,“这一轮国家节能补贴政策的推出,无疑将为长虹空调的持续增长插上一双政策翅膀,最终完成依托产业浪潮、政策东风开辟比翼双飞的新格局”。

李进指出,“以0.1度精确控温技术为代表,长虹空调通过在新风道技术、换热器以及直流电机、高效压缩机等核心部件,电子膨胀阀等控制技术等多个环节的系统节能创新,使得旗下的产品率先达到国家新能效标准的一级水平。目前,长虹空调的直流变频精确控温技术平台在中国处于领先地位,变频空调控制温度精密调节方法也成功申请国家发明专利”。

作为进入空调业近20年的老牌企业,长虹空调从发展之初就确立“技术创新”的发展理念,由此,也全面奠定长虹空调在节能、绿色、环保等多个领域的技术创新根基。日前,借助国家节能政策东风再度实现节能领跑的长虹空调,欲通过构建产品力、渠道力、品牌力,率先打通在国内空调市场的倍增高速路。

事实上,变频空调控制器温度精密调节技术通过率先在长虹空调上的推广应用,仅在2011年便实现销售收入1.2亿元、创造利润1200万元。这一技术同时还获得绵阳市科技进步一等奖,成为长虹空调打造“规模利润倍长高速路”的实体体现。

日前,长虹空调宣布:6月将全面停产三级能效产品,7月将停产部分二级能效产品转向一级能效,启动高效节能产品战略。

高效倍增的长虹

国家节能政策在推动节能空调市场井喷、激活企业市场零售量复苏的背后,整个市场从业者也清楚地看到:这一节能补贴政策绝不是空调企业之间“排排坐,分果果”的游戏,必然会引发企业在市场上的一场差异化恶战。

在节能技术、节能产品、国家补贴之外,长虹空调正在寻求以服务制胜寻求市场领跑。《中国企业报》记者看到,在国家节能补贴政策以及来自苏宁电器等商家和长虹空调等厂家额外给予的节能补贴,三重补贴激活市场销售同时,却因为空调安装服务不及时,引发新的冲突。

与很多空调企业的售后服务均为第三方提供,一到旺季便遭遇安装不及时引发的损失市场销售相比,长虹空调借助集团制造向服务转型催生的快益点全国品牌服务连锁体系,成功为一直拥有“三分质量七分安装”的空调建立强大的服务“后盾”。

快益点负责人透露,“目前公司已经在全国建立120个自营门店、1000余家核心授权服务商,5000余家签约服务商,服务覆盖全国所有县级以上地区和绝大多数乡级单位”。快益点正在打造的“心联网”,建立“以用户为中心、满意为导向、感动为目标”的服务新型发展模式为基础,全面突破传统客户关系,用户不仅在享受产品,还定义产品。

这无疑将正处于“倍增高速路”上的长虹空调,在产业浪潮和政策东风的比翼双飞过程中,以“第三条服务腿”的支撑实现更好更快地发展。

事实上,面对市场售价高达数千元的节能空调,国家给予的180元—550元节能补贴并非真正在终端起到刺激消费的直接作用。《中国企业报》记者了解到,在政策实施之后,包括志高在内的企业以及苏宁在内的商家,都开始在国家补贴之外推出企业版的补贴新政,从而通过国家、厂家、商家的多方共同努力更好地完成节能空调的普及进程。

日前,在志高已启动的主题为“节能霸王,6月放凉”的大型节能促销活动,限量补贴等多重优惠,最高优惠达800元,两者相加的补贴优惠额度高达千元以上。

早在30多年前就完全开放竞争的空调行业,尽管政策的力量在短期内可以撬动某一技术和产品的快速扩张,但对于整个产业而言,政策之外还需要企业、市场等多方力量的共同推动。特别是对于行业领军企业而言,往往只会借助政策东风构建独立于国家政策的自主扩张体系,而不会只选择靠政策吃饭的单一路径。

当前,已明确节能低碳发展方向的志高空调,在国家节能政策的退却之间,已经提前构建了一套企业自主扩张的商业模式:正是通过核心技术创新完成产品升级换代,构建满足需求的产品竞争力和品牌竞争力,这也将成为今后推动中国空调产业从制造大国向创造大国转型的关键力量。

专家论道

空调小支架折射企业经营大问题

■ 刘福中

日前,北京等21城市的消费者协会发出提示:空调室外安装支架超过5年存有隐患,应警惕支架松动致室外机坠落伤人。超过5年应检修更换,空调坠落伤人事故,是任何人都不希望发生的伤心事。

近年来,在我国空调业,有氟与无氟的争论、能效标识张贴与产品实际节能差异、定速与变频的发展方向、全铜管与铜铝管的优劣、工质替代方向R290安全疑虑等产品内因先后引发热议。今年以来,空调室外安装支架等外因也引发社会关注,这表明,随着人们生活质量的提高,作为耐用必消费品空调越来越成为家庭生活的重要组成部分。

从法理上讲,空调安装支架问题是质量事故还是偶发事故?责任方是谁?目前,答案并不清晰。但消费者本能会问:为何空调超过10年还能使用,安装支架超过5年就应该检修或者更换,这是否合理?又应由谁负责解决?

空调属于半成品,产品的生产与安装应是一体化,这是不争的事实。多年来,所有空调厂家,没有一家企业说明只卖空调不负责安装(当然附带支架),都声明免费安装(个别企业也有收费服务项目)。在空调保修政策等条款中以及一些企业自己提出的空调终身保修服务承诺中,均未明确提出安装支架除外。

国家相关标准明确规定,空调使用寿命应不低于产品的使用寿命,空调设计使用寿命通常为10—12年。在中国家电维修协会发布的《空调器室外机安装用支架规范》中,对支架的厚度、防锈度、紧固件等检测都有严格规范。材料应是3mm以上角钢或镀锌钢板,承载力应是室外机自重的4倍以上,支架使用寿命不低于空调使用寿命。

由此可见,超过5年支架应检修或更换,属于不正常的现象,也不符合产品的正常使用规则。不过,由于空调的安装服务环节太混乱,同时一些安装服务企业只追求利润,忽视产品质量与安全,采用劣质支架与紧固件,别说5年,随时都有可能发生意外事故。

要清除空调小支架背后的社会大问题,关系到整个行业的企业诚信与社会责任建设,空调厂商和服务商必须自查自纠,对已经采用劣质的支架应给予免费更换合格产品,严格按照安装标准和规范办事。同时,整个家电行业也必须从规范市场入手,加强监管,引导企业按照相关的标准和规范选用合格的安全支架。对于那些有法不依的企业,要开出黑名单,公布于众,重拳打击违规违法者,让那些始作俑者不再唯利是图。

最后,还要提醒各位空调用户,如果你家里的空调和安装支架都已超过产品安全使用寿命,如今还在超龄使用,为了自身和他人的人身安全和财产安全,应及时检修或更新换代,否则出了事故责任只能自己扛。

格兰仕再砸2亿元接棒国家节能新政

■ 本报记者 康源

在国家节能补贴新政实施后,不少消费者意外发现,微波炉等小家电竟然不在补贴范围内。同时,面对售价高达数千元的节能空调、冰箱、洗衣机等大家电,70元—550元的国家节能补贴金额并不高,难以在刺激消费者购买力上达到立竿见影效果。

日前,《中国企业报》记者从国内白电领军企业之一的格兰仕集团获悉,企业将投入2亿元接棒国家节能补贴新政,率先打响国家节能补贴政策争夺战第一枪。

格兰仕集团新闻发言人陆贻烈透露,“一方面格兰仕将针对没有获得国家节能补贴的微波炉、小家电加推企业版的节能补贴政策,另一方面针对空调、冰箱、洗衣机等享受国家补贴的产品再推加码促销,累计整合2亿元资源投入”。

分析人士指出,“通过国家政策补贴一点,大企业促销让一点,将会加速我国白电产业的节能化进程。特别是对于一直缺乏家电政策刺激的小家电行业,作为行业领头羊的格兰仕此举战略意义重大,通过产品技术创新和终端消费刺激,将会加速节能小家电的产业升级”。

与此前家电业传统的市场促销多为某一个产品的少数型号相比,这一次格兰仕追加2亿元企业补贴,覆盖旗下的所有全系列新品,首次提出“全线产品大惠民”的口号,让利幅度和补贴范围都超过以往任何一场活动。

格兰仕空调更是高举补贴大旗,在国家标准补贴的基础上再加码,一举推出“惠民补贴立刻抢 格兰仕空调开抢”活动,通过国家补贴和企业补贴让单台空调的补贴平均达到600元,率先开启家电的节能普及潮,销量直线飙升。

同时,格兰仕全线入围补贴名录的冰箱、洗衣机也加入这场大惠战中,补贴的力度和广度令业界咋舌。就在刚刚过去的“端午节”小黄金周期间,格兰仕成为市场的最大赢家,销售增长超出预期。

陆贻烈告诉《中国企业报》记者,“通过这一轮活动让格兰仕认识到,企业在产品技术创新上的优势,必须要快速转化为企业在市场竞争中的领跑优势。国家节能政策的推出成为格兰仕转变竞争优势的加速器,通过贴近市场,满足需求,赢得消费者信赖是今后推动格兰仕持续领跑的关键力量”。

从当年率先推出企业版“以旧换新”政策,到今年首家实现企业版“节能惠民”政策的全面覆盖,格兰仕不仅以超实惠的价格让消费者享受大企业带来的高价值产品和服务,更顺势而推出全新的商业热潮,承担起国家“扩内需、促消费”政策导向中的社会责任。

日前,格兰仕在全国市场推出的“买格兰仕微波炉400元起就有机会获赠大礼”以及购买格兰仕微波炉,更可以0元购买格兰仕的系列精品小家电,在整个中国家电市场销售步入“寒冬”背景下为小家电业点燃一把火。

“太罕见了,400元的微波炉也送赠品。参与活动,0元购买格兰仕电压力锅、电开水瓶乃至电烤箱等实用小家电”,不少消费者对于格兰仕的这一活动内容表示很意外,超出想象。

不过,在业内人士看来,“格兰仕此举就是想通过微波炉促销,带动并激活整个小家电产品群的销售”。作为全球微波炉的冠军企业,格兰仕微波炉行业地位已经无人能够撼动。不过,聪明的格兰仕并没有停留在微波炉上的成功,而是主动借助微波炉的产业影响力完成对其它小家电产品群市场销售的持续带动。

可以肯定的是,随着这一轮接棒国家节能政策活动的实施,格兰仕不仅可以提前锁定今年微波炉市场的胜局,还将完成对小家电、空调、冰箱、洗衣机等市场的全面激活,实现寒冬中的逆势增长。陆贻烈表示,“格兰仕追加2亿元补贴消费者,就是要通过大让利、大赠送促销形式为消费者生活减负,以企业之社会责任感挑重担、企业之力推动消费升级”。

家电专家张彦斌指出,今年以来,在国家节能政策的推动下,格兰仕斥巨资自推企业版的“节能惠民”行动,不仅仅彰显其实力,正是其从领先到卓越,从微波炉冠军到“综合性、领先性”白电产业集团的强势崛起的最好证明。