

海尔技术创新 引领全球空调竞争转型

以海尔空调“探底全球变频技术极限”为标志,不仅拉开中国空调产业技术创新井喷期的大幕,也完成国家科技创新战略在中国空调业的率先落地,由此将加速中国家电产业在全球从“规模制胜”向“创新称霸”的竞争转型。

■ 本报记者 许意强

与全球巨头的同台较量,中国空调必须要依托“自主知识创新”构建核心竞争力,具备“硬碰硬”的真功夫,才能实现全球化崛起。

就在刚刚结束的中秋国庆双节黄金周促销中,融入海尔颠覆性变频技术成果的一系列海尔空调新品甫一亮相,便给中国市场带来了令人耳目一新的感觉,也给黄金周市场在价格促销之外注入“高端、高科技”的新内涵。

这正式宣告中国空调巨头海尔以一种全新的方式,在中国率先完成对全球技术创新标杆的确立:“最低0.1赫兹、最高150赫兹”的变频空调控制技术已全面通过国家电检测所的检测,这是目前全球范围内可以查到的变频空调最宽运行频率,实现对全球变频技术极限的突破和探底。

基于海尔自主知识创新打造的“全球第三代宽频无氟变频技术”科研成果,除了最宽的运行频率运行外,20瓦最低运行功率、18分贝超静音、省电60.5%、1分钟速冷、3分钟速热等领先效果,也创下全球空调业之最,成为海尔在2013冷年给全球空调业带来的颠覆性成果,也完成对全球空调巨头科技创新成果的刷新。

分析人士指出,在海尔一系列颠覆性科技成果推出的背后,是全球空调业在经历百余年的发展后全面步入中国企业主导下的“创新驱动”新时代。在完成生产规模和产能的全球最大积累后,中国企业正在以“自主创新”重新定义空调业未来发展新走势。

国家创新战略 在空调业落地

在整个国家层面都在力推“科技兴国”战略之际,今年的全国科技创新大会上再次明确“深化科技体制改革的中心任务,是解决科技与经济结合问题,推动企业成为技术创新主体,增强企业创新能力”,并首次提出到2020年我国要进入“创新型国家”的行列。

继1998年就凭借空调变频技术一举摘得“国家科技进步奖”,并将这一纪录在中国空调业上封14年,一直无人打破。直到2012年,海尔再次以“开放式创新体系”荣获国家科技进步奖,实现这一国家科技创新领域最高荣誉上的持续领跑。这也正式宣告海尔空调完成从“单一技术创新能力”打造向“整体技术创新队伍”建设的质的跨越。

海尔空调企划研发总监王友宁指出,“从14年前的变频技术夺冠,到今年的开放式技术创新体系斩获殊荣,反映了海尔在空调行业深厚的技术积累和强大的创新能力。这让我们有实力率先在空调行业实现国家科技创新战略,推动中国空调业从规模驱动向创新驱动的快速转型升级。”

面对已经开启的2013冷年空调市场竞争大幕,海尔空调再度聚焦变频技术并推出一系列颠覆性创新成果:打破传统空调方正造型设计的“酒杯形状”帝樽空调,装备了全球最宽频“宽频无氟变频技术”的超V薄



海尔空调在十一黄金周期间推出的一系列节能变频产品十分惹眼

空调等新品。

在家电资深观察家洪仕斌看来,“在海尔一系列颠覆性变频技术和新品推出的背后,正是得益于海尔整合全球资源构建的开放式创新体系驱动。而这一开放式创新体系斩获国家科技进步奖的事实再度证明,海尔成为中国空调业率先完成将国家科技创新战略变为推动企业发展战略升级的企业。这将进一步加快海尔在全球空调市场的布局 and 扩张”。

当一家企业将自身的发展战略与国家的科技创新战略融为一体时,这也意味着企业的发展将步入“政策力挺、市场认可、消费趋同”的发展快车道。经过20多年的沉淀与发展,海尔空调在完成在中国市场的布局后,迅速开始全球化竞争的新步伐,谋求从“一招制胜”到“招招领跑”的跨越式发展。

自主创新建立核心竞争力

一直以来,“技术创新”都是中国空调产业发展的最大短板。特别是在最近10年来,中国空调企业凭借“全产业链下的大规模化制造”实力,在全球市场实现了快速崛起后,缺失的“创新短板”让中国空调产业“大而不强”形象陷入新一轮的尴尬之中。

一个值得警惕的现象是,早在1998年海尔以变频技术摘得国家科技进步奖,直到2012年格力空调又凭借变频技术获得国家科技进步奖。这意味着在经历了14年的持续升级转型后,不少国内空调企业的技术创新水平还停留在跟随、模仿式创新阶段。

对于已经实现全球一体化竞争的中国空调行业来说,当前正面临着规模化扩张遭遇“经济下行、需求下滑”的严峻挑战,大规模制造的发展模式已经难以维系。洪仕斌指出,在这种形势之下,中国空调业显然需要更多的海尔出现,以自主创新驱动,抛开对规模化制造竞争力的依赖和迷茫,瞄准全球市场和跨国巨头建立“创新引领未来”的商业竞争新秩序。

如何让中国空调业从“制造”走

向“创造”,在海尔空调看来,唯一“创新”一条路,必须要完成从核心技术到核心竞争力的新驱动体系建设。回顾海尔空调20多年的发展史,就是一部“自力更生与整合全球”融合驱动下的创新史。

以变频技术自主创新切入空调业的海尔,早在1993年就研发并生产出中国第一台变频空调。20年间,海尔持续引领了中国变频技术的三次革命性升级。《中国企业报》记者看到,与其它企业不同的是,在海尔空调每一次技术升级的背后,都是基于用户需求最终开创新的用户需求的创新成果。

今年,海尔空调创造的变频空调“最低0.1赫兹、最高150赫兹”运行纪录,正是基于长期以来用户对于空调存在的“温度波动大、耗电量、制冷制热速度慢”等使用弊端的技术创新,最终实现空调的“省电60.5%、1分钟冷、3分钟热”等领先成果。

在空调业内人士看来,海尔当年选择从创新难度最大的变频技术入手,正式拉开进军空调业的序幕,正是基于企业“海纳百川”理念下的敢为人先、敢于直面短板、善于自我革新等创新精神的驱动,最终才能在中国空调业完成规模化制胜基础上,开辟“创新领航”的新体系。

海尔空调在“自主创新”上的率先突围,在全球建立空调变频技术的新标杆,这不仅一举奠定海尔在空调业的核心竞争力,还打出了令中国企业“扬眉吐气”的战略一拳。

从今年国家统计局、国家信息中心发布的两份空调市场监测报告中不难发现:节能变频产品市场份额占比高达44%的海尔空调,目前已经完成将变频核心技术研发实力快速转变为行业的领跑性优势,牢牢坐稳中国空调业节能变频和无氟变频两项冠军宝座。

开放式创新构建 中国新高度

日前,随着海尔发布的一系列颠覆

覆性宽频无氟变频技术开始在全线产品上得到深度应用,海尔空调从外观到内涵、从工业设计和核心技术创新、从节能变频到无氟变频、从规模领先到创新引领等各项性能都将得到显著提升,最终为2013冷年全球空调业注入一股全新的发展活力,在推动海尔空调市场份额和行业话语权显著提升的同时,领导全球空调产业新的发展趋势。

海尔在完成空调业的规模化制胜后,再度引领中国企业的创新崛起,绝非偶然。《中国企业报》记者了解到,在海尔创新战略的背后,不仅拥有海尔独家建立的中韩欧美等“全球五大技术研发中心”的开放式创新体系支持,还拥有基于互联网经济时代下的“人单合一”双赢商业模式变革的战略指引。

今年年初,海尔空调率先在变频技术的发源地日本东京,建立首个专业化的变频技术全球研发中心,成功实现从制造全球化、产品全球化、营销全球化到创新全球化的步步领跑。

在海尔空调相关负责人看来,“科技创新不仅仅是技术人员的创新,更是公司全员的共同创新。在海尔20多年的创新历程中,我们始终海纳百川的理念,实现对用户、商业伙伴等各方面创新资源的整合,实现从中国到全球最尖端创新技术和创新人才的整合,最终建立起从核心技术、产品、营销、品牌、渠道等多元创新体系”。

显然,海尔在全球空调业建立的中国创新新高度,也成为全球市场竞争的新方向和新标杆。今年9月,海尔空调率先宣布停产三四五级低能效变频空调,全面转向一二级高效变频空调的研发生产,从而带领中国空调产业更好地推动国家“节能减排”战略的实施。

中国家电协会副理事长王雷指出,当前海尔空调所进行的一系列创新,与国家科技创新大会所提出来的自主创新,不仅是技术创新,还包括营销模式、自主品牌创新等方向和理念不谋而合,这折射出海尔独特的商业智慧。

行业动态



首个智能家电智商结果发布

■ 本报记者 康源

随着手机全面智能之后,智能化风暴迅速向整个家电行业袭来。今年以来,国内市场上销售的电视、洗衣机、冰箱甚至电饭煲、微波炉、吸尘器等大小产品,均被贴上“智能”标签。

面对市场上林林总总的智能家电,到底什么样的家电产品才是智能?日前,据中国电子商会消费电子产品调查办公室发布《2012年智能家电产品市场需求调研报告》显示,市场上家电产品的智能水平不尽相同,有的智能产品可以随意下载安装应用程序,有的却只能浏览网页、观看在线视频。有的能根据衣物的重量调节洗涤时间和用水量,有的却只能人工设定洗涤程序。有的可以判断冰箱储备量,有的却只具备液晶显示功能。

根据《2012年智能彩电产品智商评测报告》和《2012年智能洗衣机产品智商评测报告》显示,中外主流彩电企业经过两年的技术积累,智能电视产品整体水平均取得明显提升,创维、TCL、海尔、长虹、康佳等品牌均有产品达到七星级标准,成为当今国内最高的彩电产品智商水平。相对彩电,洗衣机智能水平还有待进一步提升,5个品牌的产品获得了六星级标准。这也是国内首次对智能洗衣机产品发布的智商水平报告。

中国电子商会电子学会秘书长盖志芳表示,2012年是智能家电迅猛发展的一年,智能家电产品智商评测结果的发布,将为消费者选购产品提供规范依据和有利导向。

全球首台云搜索电视问世

■ 本报记者 安也致

互联网时代智能电视迅速普及,海量的信息和内容给消费者带来了新电视生活的可能。面对互联网信息量大难搜索、电视功能太多不会用、遥控器输入不方便也成为消费者的新困扰。

9月25日,海尔电视在北京推出全球首款云搜索电视,这是海尔专注于用户需求而推出的新一代智能电视升级产品,在产品的交互性和搜索便利性方面较第一代智能电视具有很大改进,是目前市场上最具创新性的真正的智能电视。

据悉,海尔云搜索电视采用业界领先的高识别率的语音识别引擎,真正实现人与电视间的自由、智能交互,语音下达操作指令;采用超强声音识别纠错技术,极大提高了声音辨识度,同时还可以在后台进行数据库和功能的自动升级和学习优化,不断提升语音识别效果和智能交互水平;海尔整合资深搜索专家专注研究用户使用习惯,利用云端强大的运算能力,对搜索结果智能排序更加精准。

通过专注用户体验对搜索进行不断提升和优化,海尔云搜索电视还为用户搜索提供速度更快、内容更全、方式更便捷、结果更精准的四大优势体验。其中,海尔云搜索电视将电视应用从复杂的筛选转化为便捷的搜索,并且支持搜索的方式多样性,用户可以通过文字输入、语音搜索、手势搜索、眼球搜索以及意念搜索等多种方式对无论是本地内容还是云端资源,进行便捷精准搜索,不需要拿着遥控器一页一页翻菜单。

家电“艾普兰奖”开征奖牌徽标

■ 本报记者 安也致

日前,记者从中国家电协会获悉,被誉为中国家电产品风向标的“艾普兰奖”正式启动奖牌徽标征集活动,最终获奖者可获得一万元现金及获奖证书,并于2013年3月在上海举办的中国家电博览会上揭晓正式奖牌和徽标。

作为当前中国家电对黑色家电、传统白电、小家电、厨卫家电、家电零部件等家电全产业链新产品的最高水准检阅,“艾普兰奖”涵盖面广,针对性强,专业化水平高,享有“中国家电产品风向标”的美誉,代表着我国家电产品的最佳设计和最高水平。

中国家电协会副秘书长朱军说,活动对参赛者的年龄、职业和性别没有限制,所有具有设计和创意能力的社会公民通过登录猪八戒网的相关活动页面即可参与此次活动,与最优秀、最新颖的家电产品来一次亲密接触。

三星电子发力空气净化市场

■ 丛健

随着国务院在今年2月将PM2.5监测指标纳入新修订的《环境空气质量标准》后,公众对于空气质量的关注度空前提升。这种态势让不少家电企业看到其中的巨大商机,继而纷纷切入这一市场,三星电子即是这其中的急先锋。

9月24日,三星电子历时三年打造的等离子空气净化器正式进军中国市场,并将PM2.5推进到了PM0.3的超高层次。据悉,此次三星推出的等离子净化器名为Paper系列,原因在于它可以像纸张一样一层一层的净化空气。

其核心的三重高效过滤网不但拥有杀菌(99%去除H1N1、SARS等)、除尘(可99.97%去除PM0.3微尘)、除甲醛等功能,更是拥有了大规模纳米加湿器——自然加湿(释放肉眼几乎看不到0.1nm水分子,兼顾每个角落,达到全屋均匀加湿)。

发布会现场,三星技术专家还上演了一场“魔术秀”。专家将点燃的烟物质投掷到装有Paper等离子净化器的密封透明玻璃箱内,直至浓雾完全将净化器淹没至不见。此时,这位专家启动净化器,在不到2秒钟的时间内,箱内的浓烟被净化器一扫而光,如同从未出现过,这让在场的经销商大开眼界。



奥克斯蜕变秘密:众智众力铸就商业长城

■ 本报记者 康源

三国霸王之一的孙权曾言:能用众力,则无敌于天下矣;能用众智,则无畏于圣人矣。在现代商战中,企业的合力依旧无比强大,在任何伟大的企业身边都永远不会缺乏同样伟大的商业伙伴。

作为中国空调领军企业的奥克斯,在它的身边也环绕着这样一群同进同退的黄金搭档,通过他们的口,我们可以从一个全新的视角领略奥克斯18年发展、10年蓄势、3年冲刺的蜕变之路。

不做情人做夫妻

从1996年即开始代理奥克斯的石家庄天王电器可谓是“元老级”商家,谈及与奥克斯空调16年的合作,天王电器常务副总经理文运普言语里已没有任何的商业味道,似乎是在谈一个天天生活在身边的老友。

“以往大家都喜欢把企业和代理商之间的关系比喻作情人,但这个比喻在我们和奥克斯之间已经不适用,我们已超越了情人,更像是夫妻”,文

运普微笑着告诉《中国企业报》记者,“最初的激情已沉淀成深深地信任,为它着想已成为一种由来已久的习惯,所以我们现在每天的工作真的都是在‘感情用事’。”

“近三四年,奥克斯在产品力上有着一日千里的提升,特别是最近的热霸系列、镜界系列,把功能性和工业设计完美的结合,真正提升了产品的附加价值,能吸引消费者购买,这个方向是十分正确的”。文运普为记者分析道。

在交谈中,文运普说得最多的一个词就是:良性循环。为了协助奥克斯摒弃过去通过政策、利益诱惑向经销商压货的传统方式,找到一条打开销售良性循环的新路,天王电器甚至不惜花费重金专门为奥克斯打造一支促销小分队,专门帮助所代理区域的奥克斯经销商进行销售,足见这份情谊的分量。

“这支小分队有15—20人左右,由业务助理带队,主要负责企业活动执行和节假日促销,哪里有需要会派到哪里。奥克斯主要负责安排专业人员对其进行培训,而我们则主要负责这个团队的日常管理和人员调配。这

支队伍已日渐成熟,在未来的奥克斯蜕变之路上它将发挥更大的作用”。文运普说道。

相约合作一辈子

“眼下的中国空调行业可谓是一场寒战,企业间提到最多的一个词就是‘抱团取暖’,而奥克斯正是我们最值得拥抱的企业”。这是厦门三峡国际贸易总经理叶剑峰给奥克斯空调的定位。

与动辄十几年交情的老搭档相比,三峡国际贸易与奥克斯空调7年的牵手时间并不算长,但这丝毫不影响二者之间深厚的情谊。

“7年间,我们深深感受到奥克斯空调在品质和营销上的不断蜕变,这过程中虽然也有阵痛和问题,但奥克斯人一直持之以恒的在改进,在进步”,叶剑峰对《中国企业报》记者感慨道,“在整个空调行业陷入概念营销的怪圈而忽视产品最初的品质时,奥克斯能率先站出来,推出热霸系列、镜界系列空调;当经济大环境不好、整个行业出货不甚理想时,奥克斯开始把促销活动放在工作的第一

位,以促带销,改变了空调单靠压货的销售模式,这些做法都得到了我们广大经销商的认同。所以今天我对奥克斯空调的评价,远远超过其他品牌,是因为它真正实现了产品品质和营销理念的蜕变。因为我也在代理许多其他空调品牌,所以对此感触颇深。”

奥克斯管理团队的务实更让叶剑峰感觉奥克斯是个值得合作一辈子的企业。

“前一段时间,整个行业形势都很低迷,但奥克斯的员工和三峡的员工却奋战在销售一线,正是依靠这样的执着、积极的营销策略,在其他品牌出货不理想的情况下,奥克斯销量稳中有升,这正是奥克斯人独有的魅力”。

谈及奥克斯与三峡员工齐心协力、共渡难关,叶剑峰给予高度赞扬,“今年7月份,奥克斯空调事业部总经理王玉龙和国内营销总经理金杰曾两次来福建,与我们在毛利水平、库存水平、周转率等问题上进行深层次多角度沟通,并帮助我们一一解决问题。像奥克斯这样有实力、有品质、有品牌成长性、有责任心的企业,怎会不值得我们去拥抱?”