

创新驱动步入用户主导时代

2013年空调业的四个想不到

本报记者 文剑

日前,在我国唯一的国家级综合性科技馆——中国科学技术馆,国家信息中心发布了《2012—2013年中国空调市场运行态势及发展趋势分析报告》,首次明确提出,变频、节能、智能、健康等创新科技技术应用产品,将成为主导2013年中国空调业技术发展的重要内容。

当天,从“寻找28年品质奇迹”全国数千万老用户征集活动中选出的28名海尔空调老用户代表、海尔空调商业客户代表以及来自国家信息中心、中国家电协会、北京工业大学的国家研究机构、行业协会、科研院所的领导专家和全国众多主流新闻媒体,在现场揭晓了2013年中国空调业的发展趋势,并共同见证新年度空调业的四个想不到。

社会想不到:
虚网实网融合第一例

2012年11月,一场名为“寻找28年品质奇迹”全国老用户征集活动,在海尔空调全国所有线下销售终端和海尔官网、海尔微博等线上网络平台,同时拉开大幕。

在此后的短短1个月内,来自上海、北京、南京、杭州、武汉等全国主要城市的海尔空调数千万老用户被迅速激活,很多人开始通过线下的家电卖场海尔专柜、线上的海尔微博等渠道,分享他们家中的海尔空调品质奇迹。

《中国企业报》记者了解到,在这些老用户中,出现了一大批使用海尔空调长达15年以上的老用户和一批20多年零故障运行的老寿星产品。有来自南通的一家两代人14年来对海尔空调的持续信任,也有来自北京的老用户自1985年购买海尔空调后,

经历多次搬家仍然选择海尔空调,并成为海尔的兼职“品牌代言人”,已经向亲戚朋友卖出20多台海尔空调。

其中,最令国家行业协会领导和空调技术专家想不到的是,在这一寻找老用户过程中,一位来自青岛的用户在1991年购买的海尔空调至今还在家里正常使用。“要不是在网上看到这个消息,我都不知道海尔在寻找老用户。随后,我就到离家最近的一家卖场的海尔空调专柜报名,向他们讲述了我与海尔空调的品质传奇”。

正是基于在活动启动之初,海尔实施的中国家电业首场“虚网实网互动”的品牌活动,实现了企业在互联网时代继续保持用户主导的发展动力。这不仅在短短1个月时间获得了来自全国数百万老用户的积极响应,也让海尔迅速在全国各大主流消费市场上找到老用户,并坚定了2013年海尔空调以用户为主导的创新驱动升级方向。

在这个寒冷的冬天,一场最早实现虚实网互动,由用户为主导、企业创新驱动跟进的产业盛宴,在中国科技馆率先点燃,并迅速借助海尔遍布全国的“虚网”、“实网”两张大网,给市场规模数千亿元的空调产业、用户规模数千万的海尔用户,带去温暖与信心。

用户想不到:
28年领航第一家

一位在“寻找28年品质奇迹”全国老用户活动中涌现出来的老用户代表,在中国科技馆现场体验“海尔宽带无氟变频技术”带来的“3分钟暖房,出风口温度迅速攀升至60℃”舒适效果后,兴奋地告诉《中国企业报》记者,“想不到海尔空调在20年之后还找到我们,听取我们对产品的使用意见,生命力如此旺盛的企业,未来发展会越来越好。”

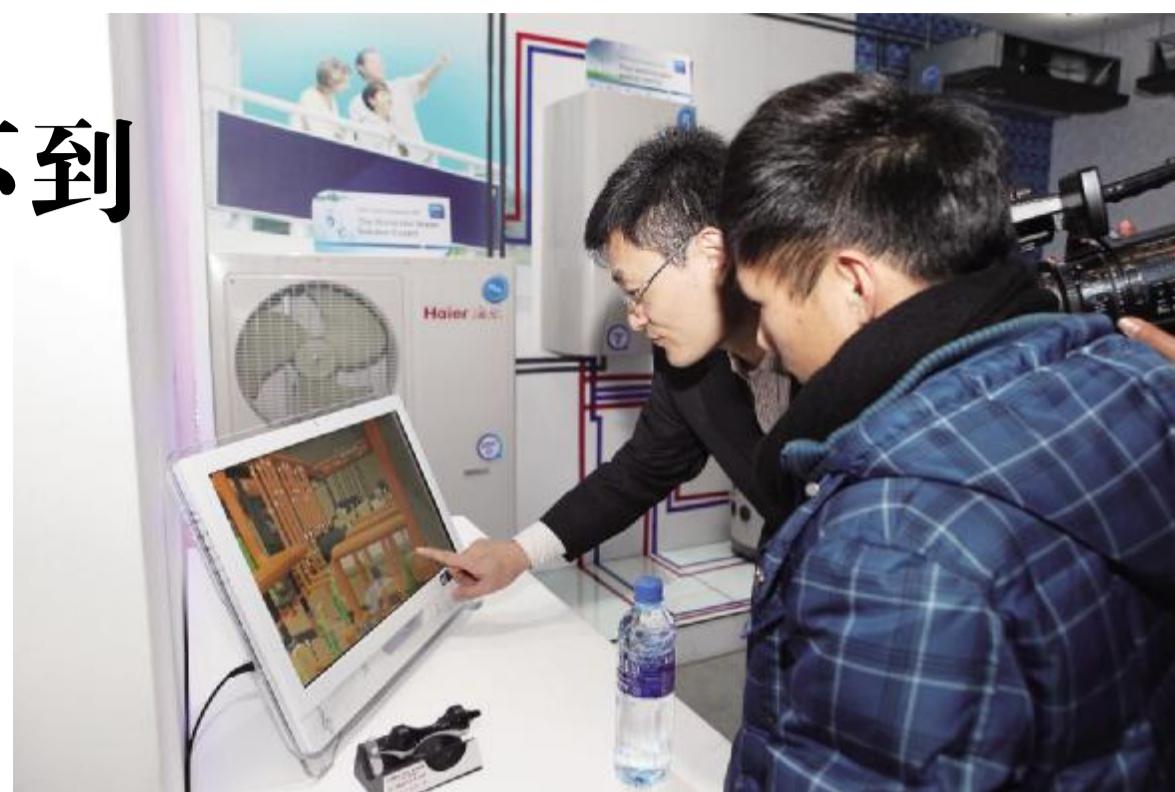
“我是一个特别迷信品牌的人,家里当时除了空调买海尔的,其它家电全部是外资品牌。到今天,当年与空调一起购买的日本品牌微波炉早就坏了,但家里的海尔空调什么都没有变,还能继续为家人服务”。一位来自青岛的老用户坦言,“没想到海尔空调的品质,超过了空调发源地的美国企业,产品品质全球最好的日本企业。更让我想不到的是,28年过去了,海尔空调不仅没有被市场洗牌淘汰掉,反而越做越大一直领导着空调市场的发展方向,这让我们用户脸上也很有面子”。

作为中国空调业唯一拥有28年品牌发展史的企业,海尔不仅在当年欧美日外资巨头垄断中国空调市场的格局下,凭借技术创新迅速在本土市场上争夺一席之地,还在28年的发展过程中开创了中国空调变频、健康、节能、磁悬浮等产品技术的发展新时代,开创中国企业掌握空调消费趋势定义权的新时代,开始主导全球空调产业发展走势。

客户想不到:
用户忠诚第一名

当很多老用户为海尔空调持续领航28年的新技术、新品质所征服时,来自海尔空调的众多商业客户,也被海尔拥有如此强大的品牌号召力、产品感染力和数千万用户的高忠诚度所折服。

看到现场不少海尔老用户纷纷表示,回家之后愿意将这些最新产品推荐给家里的亲戚朋友,甚至还有用户在现场就为家里的孩子结婚新房预订最新款的海尔除甲醛空调、智能语音空调后,一位空调商家告诉《中国企业报》记者,“以前就觉得海尔是个大品牌,经销海尔的产品肯定错不了。没想到,在海尔强大的品牌号召力背后,还隐藏着深厚的企业发展沉淀,过



海尔空调工作人员正在为用户演示磁悬浮中央空调解决方案

硬的产品品质以及忠诚而庞大的用户群,这些都是百年企业的成功基因,也是我们最为看中的”。

显然,28年来海尔空调引领市场的成功基因,除了“一切为用户而变”的科技创新理念和战略体系,更为重要的是对于产品质量底线的坚持。海尔空调相关负责人坦言,“对于海尔来说,品质是所有业务发展的基础,只有品质这个1,才会有100万、1000万、1亿这些无限扩张的用户群以及长达10年甚至20年空调质量零故障运行的长寿产品群”。

“这些年来,我经销的空调品牌不少于20个,很多品牌往往兴衰三五年,最终都成为中国空调业的匆匆过客,只有海尔一直是我主营的品牌。”一位来自河北的经销商表示,“海尔给我带来的不只是信任,还有安全感,因为海尔品质过硬、消费者信这个品牌,我们自然也会因为海尔空调的发展做大做强自己的事业。”

媒体想不到:
打响2013第一枪

“这几年,一直在听空调产业要

从制造向创造升级转型,也不时看到有企业要从竞争导向转向消费导向,但到底应该怎么转,一直没有看到很具体的解决方案、很清晰的转型路径。没想到,海尔空调在2012年底给了我最清晰、最形象的答案”。

一位家电业资深媒体人士向《中国企业报》记者表示,当她走到中国科技馆入口处,看到摆放在门口的“磁悬浮中央空调”时就心头一惊,连磁悬浮这么尖端的科技都被海尔应用到空调上,随后看到的“0.1赫兹—160赫兹宽带无氟变频技术”、“WIFI智能物联技术”、“语音遥控技术”、“除PM2.5”、“除甲醛技术”、“磁悬浮技术”等一系列高水平科技创新技术的空调新品,彻底让她震撼,“没想到海尔空调竟然在创新实力和需求把握上拥有如此强大而精确的整合实力,这才是中国企业全球化的竞争优势”。

采用了语音遥控技术的海尔语音遥控器,彻底摆脱空调对双手的束缚,只要动动嘴就能够实现空调的远距离随心控制,为很多年轻人提供了舒适便捷的产品解决方案。采用0.1赫兹—160赫兹技术的海

尔宽带无氟变频空调,能够在零下30℃环境中正常制热,并在-15℃环境下,短短3分钟就让空调出风口温度提升到60℃,让众多在冬天没有统一供暖的家庭实现3分钟暖房不再是奢望。

类似的“创新科技驱动”和“用户需求主导”的产品解决方案,在海尔空调还有很多。在中国科技馆现场,全球白色家电第一品牌的海尔首次向外界披露“从制冷技术到智能、物联网技术”、“从空调产品到空气系统解决方案”、“从卧室厨房到客厅”、“从家庭别墅到商业场所”的“创新驱动步入用户主导时代”的升级路径和产业布局,也让众多媒体开始重新审视海尔空调的竞争实力。

在很多媒体人士的印象中,“以前,就销售规模看,海尔空调并非市场老大。不过,随着28年来海尔空调在产品、品质、服务、技术上进行的一系列布局,特别是近年来在市场上释放出来的一系列技术领先优势和用户主导创新驱动,已经让海尔具备全球领先的实力,并完成通向行业第一的成长路径建立”。

FOTILE 方太

中国卖得更好的高端油烟机,
不是洋品牌,而是方太*,
因为方太更专业。
方太,中国高端厨电专家与领导者。

方太「高效静吸」科技第Ⅱ代 全新进化

- 同步实现秒吸油烟与48分贝图书馆级静音水准,厨房干净和安静完美兼得
- 搭载自动巡航增压模式,无惧排烟阻力,一路通畅到底
- 获行业至高奖项“中国轻工业联合会科技进步一等奖”



*源自2004-2011年中怡康中国高端油烟机市场统计数据

WWW.FOTILE.COM T.4000 315 315

