

一枚立在洗衣机上的硬币 “竖起”中国制造的自信与实力

本报记者 许意强

近日,民间达人平衡哥耗时6小时,在运行的海尔洗衣机上用201.5公斤硬币立起2米高的“迪拜塔”,一举刷新今年3月由力学哥熊祯保持的在洗衣机上用120公斤硬币立起1.882米高度硬币塔的吉尼斯世界纪录。

从去年下半年开始,这场由用户发起的“在运行的海尔洗衣机上立硬币”活动,迅速风靡全国,并在今年以来频频创造新的高度,引发了人们的关注。特别是通过视频网站,一台台高速运行的海尔洗衣机上立硬币拼造型、比高度、秀技巧,成为很多80后、90后年轻人竞相追逐的一项新游戏。这背后是以海尔洗衣机卓越性能为代表的中国制造的崛起。一个个立在运行洗衣机上的硬币,向全球“竖起”的是中国家电巨头海尔的信心和实力,释放的是互联网时代中国经济转型的自信与潜力。



海尔洗衣机上立起1.882米硬币塔

建立用户交互的新平台

自从家电诞生百年来,如何与用户进行良好的沟通就成为困扰各个家电企业的历史性难题。特别是在进入互联网时代,很多企业都将互联网工具作为与用户交互的法宝,如何真正引爆用户对产品创新的参与热情和持续交互,成为这些家电巨头共同探索的课题。

海尔邀请用户在洗衣机上立硬币,堪称真正意义上的传统企业与百万用户的直接交互与沟通,更是跳出产品之外,与用户展开的一次关于生活方式的碰撞。这不只是释放海尔洗衣

机的“干净与安静”性能,更成功在企业、产品和用户三者之间打造一个洗衣机的交互新平台,让用户与企业的交互和意见直接通过洗衣机平台释放。

可以看到,无论是消费者还是媒体,之前对洗衣机的关注点,大多集中在洗得干净、安静或者节水省电等性能上。这种认知和交互模式让用户对无法体验到家电带来的真正便捷和舒适,特别是在智能时代这更显得单薄和传统。经过这一事件之后,海尔让洗衣机重新以一种新的方式和角度,成为家庭生活

娱乐的一个平台和窗口。

除了在高速运转时立硬币的洗衣机,今年以来海尔空调还在推动用户交互体验迭代,从“直播洗澡”到“吹白毛巾”,通过空调吹白毛巾检验自清洁空调能吹净空气,很多用户发现,运行两年多的自清洁空调竟然吹不脏白毛巾,家里其它品牌的空调却在短短两小时将一条白毛巾变成灰毛巾。

同样,海尔冰箱在全国启动“称出好味道:寻找最保鲜的冰箱”交互活动,从用户参与情况看,凭借颠覆性的保鲜技术,海

尔冰箱保鲜效果远超同行61%。此次活动让用户亲眼见证了冰箱保鲜效果的同时,也称出全球冰箱冷冻室结晶的真相。

作为称霸全球家电行业多年的企业,海尔创新举动总能引领行业的新潮流。可以预见,其开创的这种娱乐化、体验化的用户交互模式必然成为全球家电业未来的方向和趋势。这也将带动越来越多的用户参与家电产品的创新,吸引更多的家电同行主动与用户展开各种形式的交互。

“竖起”中国制造的信心与实力

当前中国经济增长曲线呈现出“L”型走势,未来的中国经济转型将呈现出两种方向:一是由数量追赶变为质量追赶,也就是转变增长方式,从过去的大规模低成本制造的粗放式,转型为大规模定制的差异化、精品化;二是转变经济增长目标,从以单纯经济增长为主要目的转向以人的发展为主要目的。

在很多人印象中,家电制造是不需要高超的工艺水平,特别是中国的家电制造更谈不上精致,例如洗衣机就像拖拉机,洗起衣服来不断地跳舞。如今海尔却成功通过“全民洗衣机竖硬币”这项小举措为中国制造实力成功正名,一枚枚硬币立起中国制造的信心和实力,更树起中国制造在世界的强者地位。

从关注规模到重视质量,从关注产品到立足用户需求,从粗

放扩张到可持续经营,从大规模制造到大规模定制,这正是近年来海尔探索互联网转型变革追求的道路和方向,在洗衣机上立硬币只是一个阶段性的成果。接下来,还将有更多的创新成果推出落地,由此进一步带动整个中国家电产业的发展转型,夯实中国经济转型的方向和路线。

就在2017年AWE上,海尔还发布智慧战略落地成果,由成套智能家居构成的全球首个“智慧家庭”,站在用户的角度提供161个智慧生活场景。同时,依托海尔线上顺逛平台和线下建立的体验店,海尔“智慧家庭”也将正式对上市销售,从而让消费者体验到智慧生活将不再只是概念,而是可以触摸可以体验可以购买的现实生活。

“可以说,海尔通过让用户在洗衣机上立硬币这项带有娱乐、

交互性质的活动,为世界打开一扇了解中国制造和中国创新的窗口。以此为标志,中国制造将会越来越多地走向世界舞台的中心,参与并全球制造创新升级的方向和趋势。”中国家电商业协会秘书长连四清如是说。

近年来在工业4.0和“中国制造2025”的趋势下,中国企业纷纷开启智能化转型,但是大多还停留在“机器换人”的阶段。海尔已经不是简单的“机器换人”,而是基于用户需求打造高效率、高精度的柔性互联生态体系。通过实现制造端的智能化,通过多种定制方案高精度地满足用户的个性化需求。

在2017工业互联网峰会上,海尔自主研发、自主创新的首个中国版工业互联网平台COSMO正式发布并对外提供社会化服务,为企业提供全价值链价

值交互解决方案,构建起社群经济下的诚信工业新生态,赋能中国制造业智能制造转型升级。

今年中央经济工作会议重点指出,着力振兴实体经济。制造业正是实体经济的支撑产业,家电业又属于制造业中最能直接接触用户的行业,其转型的效果和方向也最被消费者所感知。从高速运转的洗衣机上立硬币,到全球首个“智慧家庭”的上市销售,再到全球首个大规模制造向大规模定制的海尔智能制造COSMO平台发布运营,开启中国制造智能转型的新篇章,海尔携卡萨帝、GEA、FPA等六大品牌完成从“品牌全球化”到“全球化品牌”的蜕变,集全球顶级技术研发实力,为用户提供美好生活最佳体验的同时,还率先开启中国家电的高端化转型道路。

记者观察

海尔如何再造一个家电业?

许意强

在运行的海尔洗衣机上稳稳立起2米高的硬币,一块白毛巾在使用两年多的海尔空调出口风吹两个多小时竟然没有变色,一块牛肉在海尔冰箱经过七天冷冻用户称重后发现水分流失竟然比其它品牌减少61%……这些都不是变魔术,而是海尔用户每天都在生活中体验到的真实故事。

在全球家电市场上,海尔正在掀起“以用户为中心,以体验为基础,以智能为风口,以体系为支撑,以平台为驱动”的再造一个家电业的新变革。其核心不只是为了要基于自身的全球化科技创新平台和智能制造平台,推出一系列原创、独创和首创的科技新品,更重要的是通过在工厂、产品和用户之间构建新的平台,让家电成为生活品质升级的帮手,让用户成为家电创新迭代的动力,让工厂成为用户需求和产品创新梦想实现的平台,为世界家电寻找新的动力与空间。

为世界家电找路,再造一个全新的家电产业。透过当前全球家电业的竞争格局,如今有实力更有胆量,敢于打破传统家电产业边界、敢于为世界家电找到一个面向未来的出路,只有海尔。这不只是因为海尔是如今世界家电具有活力和创新能力的领导者,还在于海尔已经成功建立一个全球化经营的大格局、大平台,在世界家电领域建立起基于亿万用户互动的创新平台。

今年以来,从全球首个“智慧家庭”在中国的首发上市销售,从而一举终结世界智能家居产业发展多年来的概念化和形式化,变成用户可以触摸可以体验的全新智慧生活,到首个中国版的工业互联网平台COSMOplat的推出,从而一举打破德国西门子和美国GE在智能制造时代的平台化竞争门槛,真正赋能中国制造的智能化转型升级,以及携旗下六大品牌实现从单一品牌全球化到多品牌全球化,从单一品牌覆盖全球市场到多品牌协同满足全球市场的不同需求,这些都折射出海尔领跑世界、再造世界家电业的实力与底气。

过去几十年来,相对于欧美等发达国家,中国在世界家电行业一直处在追赶的地位。不过,随着以海尔为首的行业巨头厚积薄发、快速崛起,成功从一款款的原创性科技新品的打造,到逐步构建起技术创新、品牌营销、市场推广、用户服务的全球化经营大平台,最终在短短30年来让中国成为世界家电的中心,开始引领世界创新的风向标和消费潮流,更让海尔成为世界家电创新的中心,展开对世界家电产业边界的重新突破和定义。