

无尾厨电： 海尔开放式创新践行国家科技战略

在今年的全国科技创新大会上,国家领导人在发言中重点强调科技创新的重要性。作为中国家电行业的标杆企业,海尔集团在科技创新领域又有新突破、新成果:没有电源线却一样能正常工作的“无尾厨电”已完成技术创新和产品研发,进入量产阶段,将于今年10月份最先在中国上市。这意味着我国将成为全球首个批量上市“无尾厨电”的国家,更反映出中国综合国力和核心竞争力正在快速提升。

■ 本报记者 康源

一款没有尾巴的小家伙——搅拌机,在德国柏林IFA展上吸引了来自国际媒体的专题报道和深入解读,并被认为是中国企业开启的全球家电业引领性科技创新成果。

这正是来自中国的全球白电第一品牌海尔,立足用户需求创新给全球带来的革命性产品:无尾厨电。

当苹果iPad在上市短短2年间便创下8400万台销量的商业奇迹在全球消费电子领域传颂时,来自海尔在厨房小家电领域掀起的这场产品创新革命,也有望在未来几年在全球厨电领域掀起“海尔无尾浪潮”,从而改写拥有全球10亿以上家庭的生活方式,由此带来一种影响全球家电商业格局的颠覆力量。

当前,海尔这种“无线供电”的无尾技术已经涵盖包括电饭煲、搅拌机等众多厨房家电,并率先于今年10月份在中国上市。作为全球首个批量上市“无尾厨电”的国家,中国综合国力和核心竞争力正在快速提升。

在中国家电协会副理事长王雷看来,“在一些领域,海尔的技术创新已经处在全球领先水平”。显然,无尾技术在厨电领域的率先应用,已经开始改变全球家电商业格局。

无尾技术： 全球厨电的第二次革命

电饭煲、搅拌机、吸油烟机等一系列厨房家电的出现,结束了此前人们“刀耕火种”的野蛮时代,开创了全球家庭的第一次消费革命,也标志着厨房家电精益化、个性化时代的开启。

目前,厨房家电已经成为现代家庭高品质生活的基本配置。不过,海尔技术研发团队在对全球6000多位消费者调研后发现,随着越来越多厨电产品类的出现,一个个小家电拖着电线尾巴以及需要厨房配置的插座设备等因素,已经成为消费者体验厨房生活的一大阻碍。

如何让小家电摆脱对插座、电线尾巴的束缚,可以在家庭内部随意挪动,还可以随时工作?海尔通过整合全球五大技术研发中心的创造性资源后,在全球范围内首家推出家电无尾技术,通过将无线电能传输技术应用于厨电产品上,研发出整套无尾厨电,打破了传统厨电在安全性、便利性、时尚性等方面的限制。

海尔无尾技术的问世,并被成功应用到厨房家电上,无疑开启全球厨房家电第二次消费革命,摆脱对电线、插座等外部设备的依赖,进入了无线电能传输、自由移动的新时代。这也让海尔在未来10年甚至更长时间实现对全球厨电行业发展趋势的全面引领。

就在今年的德国IFA展上,来自全球的家电同行和家电采购商,都在海尔展区亲身体验到无尾家电带来的厨房生活新革命。一对来自德国柏林的姐妹花米娅和蕾娜,都是“果汁迷”,从小就喜欢喝果汁。当她们在展会看到海尔“没有尾巴”的搅拌机时就表现出强烈的好奇心。

蕾娜从海尔工作人员手中接过无尾搅拌机后,试图从这款产品里面寻找电线,却没有任何发现。当听说这是采用海尔首创的无尾家电技术,不需要电线和插座后,从工作人员手中接过这个无尾搅拌机制作的果汁后,米娅兴奋地说,“有了这样的搅拌机,我终于不用害怕家里小孩淘



海尔无尾厨电深受国内外年轻人的宠爱

气而绊到危险的电线了,并且我也好打理多了。这种颠覆体验让我感到非常意外,我今后会关注海尔的产品”。

来自俄罗斯主流媒体俄国在线网站thg.ru为了让人们更深入地了解海尔“未来家电”的创新风采,在网站刊登了无尾搅拌机等产品的大幅照片。从中可以看到,无尾搅拌机完全摆脱了传统产品的有线状态,给人以时尚、简约、便捷之感,能够感受到未来无线厨房生活的自由体验。

thg.ru还专门撰写文章对海尔无尾厨电做了详细地阐释:这是世界上第一台无尾搅拌机,它通过特殊的无线传输能源技术实现无线供电,搅拌机能够像无绳电话般随放随用已经成为现实。

就在俄罗斯市场上,海尔早已凭借高品质的系列创新产品建立了强大的品牌影响力,成为最受当地消费者信赖的中国家电品牌。来自全球权威市场监测机构GFK统计数据显示:海尔三门以上冰箱的销售份额占到俄罗斯市场的25%以上,稳居市场销量第一,海尔已经占据了高端冰箱市场的领军者地位。

厨电革命： 小创新开启新时代

正是源自于对电源传输方式这一细小技术的创新,让海尔给全球厨电市场带来了意想不到的产品使用体验,也在不经意间开启全球厨电的第二次消费革命:从精细时代走向个性时代。

据海尔技术研发人员透露,海尔无尾厨电是把无线电能的发射器嵌入到厨桌内,与装有无线电能接收端的厨房电器形成无线电能传输系统,从而实现为电饭煲、搅拌机等各种厨房电器供电,让原本被电源线烦扰的家电可以随放随用,使得繁琐的厨房变得井然有序、便捷安全。

相比传统有线电器,海尔无尾厨电拥有操作简单、安全性高、设计美观等诸多优点。在现场的演示中看到,即便是工作区域有水也不会对人造成伤害。而且海尔无尾厨电虽然

实现了无线供电,但安全健康指数却是手机的10倍。

目前,海尔无尾厨电技术已经得到国际权威检测机构Intertek的认可,并通过了由中国轻工业联合会组织的国家级科技创新技术成果鉴定,并申请国际专利与创新专利50余项,其产品的安全性、可靠性、领先性得到国内外专家的一致认可。

就在今年,海尔无尾厨电首次亮相全球舞台的德国IFA展上,来自韩国最大的传媒集团《中央日报》记者意外发现,与此前都是日韩、欧美企业主导的全球家电技术最新趋势和方向的IFA展上,曾经一度模仿全球先进企业设计和技术而制造廉价产品的中国企业,通过此次IFA展向世界展示的技术已经上升到了领先水平。韩国《中央日报》还在文章中专门介绍海尔无尾厨电、透明冰箱等一系列家电创新技术和成果。

显然,来自中国的家电企业们在技术创新上已是今非昔比,不仅让一向以“持续创新”著称的三星电子等韩国企业感到压力和挑战,还让一批欧美日本跨国巨头成为海尔整合全球资源实施全球化品牌战略的并购对象。

去年,海尔就宣布全资收购日本三洋在东南亚的白色家电业务,从而实现在全球化资本并购的战略一步。今年9月,海尔再度发布消息称,向全球领先的厨房电器制造商斐雪派克发起全面要约收购,谋求对这家拥有70多家老牌厨电巨头的全资控股。这标志着海尔在全球厨电领域实现从“技术创新、产业布局、品牌扩张到资本并购”的全方位、立体化布局。

清华大学中国企业研究中心副主任胡左浩教授指出,“经过30多年的持续技术创新,中国家电企业已经在全球范围内建立综合技术能力,与当前的日韩、欧美等国相比,丝毫不弱。特别是在以海尔为代表的中国家电领军企业,正在通过自身创新的独特模式。”

可以预见,海尔以持续的“技术创新”,配合关键的“资本大并购”,将给全球厨电产业带来新的发展趋

势和产业格局。

海尔智慧： 开放式创新践行国家战略

当海尔航天冰箱演绎的飞天传奇令全球航天业和冰箱业一片赞叹时,海尔无尾厨电开创的厨电传奇,再度给全球家电业释放出一颗“重磅炸弹”,这绝不亚于当年厨房家电产品的诞生,也不弱于当前苹果iPad给全球带来的最佳消费体验感受。

“海尔无尾厨电上的创新,没有轰轰烈烈,但无尾技术带来的产品使用体验,给全球家庭带来的却是轰动性和革命性的。”一位参与了海尔无尾厨电技术成果鉴定的专家指出,目前,海尔无尾技术不仅可以用于厨电,还可以向其它家电产品和消费类电子产品进行复制。一旦得到大面积的推广使用,给全球家电业和家庭带来的改变是颠覆性的。

正是通过航天冰箱、无尾厨电这些科技创新产品和成果,最终成就了海尔在全球市场上代言的“中国创造”新形象,也完成了海尔从一步领先到步步领先的综合实力。

今年9月,当海尔全球五大技术研发中心首席设计师首次亮相德国IFA展,拉开全球家电业系统性创新领航大幕时,正式宣告:海尔的创新理念已经深入企业发展的骨髓,融入企业发展的各个环节和体系之中,完成对所有家电产业创新的立体化覆盖,最终推动全球家电业步入技术创新的活跃期,全面跨进全球家电海尔主导的新时代。

“无尾厨电”的研发成功,正是海尔强大的开放式全球研发体系在厨电业的具体体现。据悉,海尔目前在全球拥有五大研发中心,这些研发中心可以根据用户需求整合到欧、亚、美等最优势的资源,支撑着海尔研发体系的高效运转,大大提高了自身的资源整合能力与科技创新能力。

近年来,海尔代言下的“中国创造”已在全球强势崛起。欧盟委员会前主席罗马诺·普罗迪对此惊叹道,“海尔的发展速度太快了,以至于领先欧洲的家企业。”

海信建立 中国智能电视新标准



海信电器总经理刘洪新强调要为消费者带来全新的体验

■ 本报记者 安也致

彩电领军企业海信率先破题智能电视发展新课题。

9月18日,海信电器(600060)在青岛宣布,推出全球首个针对智能电视深度定制的操作系统——海信AndroidTV Pro(中文名:“海安”)。同时,还推出基于该操作系统的XT880、K660、K610、K360四大系列智能电视。

海信电器总经理刘洪新介绍,海信“海安”操作系统基于Android 4.0深度定制,可以屏蔽不同芯片带来的差异,为开发者提供良好的开发环境,从而进一步整合智能电视产业链上的力量,为消费者提供更丰富、更实用的业务,为消费者带来全新的体验。

最近两年来,在智能电视快速发展过程中,出现了不少问题和挑战。其中,智能电视应用生态系统面临的一个最大难题是碎片化:不同电视采用不同的操作系统和芯片,应用无法屏蔽这些差异,无法在不同的电视产品之间兼容,这为应用开发带来了极大障碍,这也是造成智能电视的软件应用远远少于智能手机的重要原因。

作为第一个智能电视标准化软件应用平台,海信“海安”操作系统的发布,是中国智能电视第一个标准化的软件应用平台,将彻底改变智能电视平台碎片化的现状。接下来,海信所有的智能电视都将采用这个软件平台。

智能电视新标准

智能化时代,电视产业链和产品形态都发生根本性变化,由封闭到开放,越来越多的第三方加入到电视产业链中,为用户提供内容和服务,在这种情况下,良好的开发环境就显得尤为重要。

作为中国最早启动智能化战略的企业,2011年以来,海信全面布局,迅速推进了一系列智能化动作,发布全球首款个人智能电视I-TV,国内领先推出Android智能电视,同时,基于对消费电子类智能产业的深刻理解,海信提出了“一切为了顾客体验”的智能电视产品理念,在海信,“简单易用”是评判智能电视优劣、评估智能电视新产品开发的重要依据。

在海安操作系统之上,海信本季发布的新品深度优化定制用户界面——Hisense Vision(中文名:“远见”)。在“远见”界面首页,海信将智能电视的丰富应用,按业务类型进行聚合,分为直播电视、应用商店、视频点播、音乐、游戏等16大不同版块,在每一版块下再集合相应的应用,各种功能一目了然,且当前电视节目可以作为浮动背景继续播放,这样用户就可以直接接触到所需要的服务,省去了繁冗的搜索过程,很轻松地就知道如何完成自己想要的操作。

海信电器多媒体研发中心副总经理简志敏也指出,“当前,不少智能电视存在操作复杂、界面粗糙、人机交互不便等问题,让消费者面对一堆强大的功能,却无从下手,这背离了‘智能’的最初涵义。海信智能电视启用的全新的远用户界面,充分考虑用户习惯,深度优化定制,降低用户的学习曲线,会给消费者带来更棒的体验”。

面对当前不同的智能电视遥控器差别很大,对于应用开发者来说,应用要适配每款智能电视,就要针对每款遥控器进行单独开发或修改。此次,海信还启用全新的标准化、通用化的智能遥控器,定义智能遥控标准按键,操作更方便,支持语音、手势、人脸识别。让应用开发者不需要再针对每款产品进行单独开发,提高开发的效率。

以开放的态度,海信还积极与业内的知名服务提供商,如CNTV、华数、奇虎360、新浪、京东、银视通、大智慧等开展合作,进行了业界最深入的产品整合,为用户提供电子商务、社交、股票、教育、游戏、阅读和音乐等丰富的服务,且每一款应用、每一项内容都经过定制和优化。

内在需求再升级

在打造专业化智能电视的同时,海信继续发挥其专注的显示技术优势并实现突破,发布了84英寸、65英寸和50英寸,三个尺寸段的4Kx2K UHD超高清智能电视,分辨率达到3840x2160,是全高清1080P分辨率的四倍。

超高清显示技术和智能电视相结合,形成独有优势,带给消费者更完美的体验,同时也成为平板显示技术的重大突破性成果。

电视业历经从黑白到彩色,从CRT到平板,有一个技术发展的主线始终在坚持,那就是高临场感,追求画质,是电视产业的内在提升需求。上世纪70年代初进军电视领域,海信就一直致力于显示技术的提升。2000年,海信第一个推出实现逐行扫描的高清晰度数字化彩电——胶片电视;2004年,海信国内首家推出1080P高清电视;2007年,中国第一条液晶模组生产线在海信建成投产;2008年,海信完全自主研发的LED液晶电视批量上市,宣告了中国LED液晶电视时代的到来。

中国电子视像行业协会副会长兼秘书长白为民评价,海信新一代智能电视提供了业内最好的体验,是中国智能电视技术的一个飞跃,将智能电视的体验、内容服务提升到了一个新的高度,建立了中国智能电视行业的一个新标准、新标杆。

根据中怡康时代市场研究公司公布的数据,今年1—7月份,海信液晶电视的零售量和零售额占有率分别达到16.52%和15.78%,在中国平板电视市场上遥遥领先,至此,海信已经连续第9年高居平板电视市场第一位;海信智能电视的零售额占有率达到15.64%,在中国智能电视市场上也居于首位。

在海外市场上,今年上半年,由于海信加大了智能电视的推广力度,优化产品结构,海信彩电的营业收入增幅达到42.47%,在欧美等市场,海信的自主品牌销量实现了翻倍增长。

刘洪新希望,海信智能电视新品的批量上市,能为广大消费者带来全新的智能体验,并表示愿意将海信的智能操作系统等研发成果与行业共享,从而推动中国智能电视产业的健康发展,进一步提升中国智能电视在全球市场的竞争力。

拼技术比内容 康佳还要“看电视”

■ 本报记者 康源

在智能化时代下,当电视已经不再是电视时,康佳选择在智能化的技术外衣下,为电视继续注入海量内容的内衣,引导人们向“看电视”进行二次回归。

日前,康佳与CNTV未来电视宣布加强内容合作,包括在网络版权、技术分享、资源拓展、服务培训在内的诸多方面,重点将基于康佳“双通道”电视在云时代的用户体验效果,以做深内容应用为基础。

作为康佳在今年8月初推出的

“双通道”同步云电视,让一台电视屏幕可以同时播放两个不同节目,从而借助智能技术和双通道技术,实现了电视“一变二”。正是基于这一产品特点,在短短一个月时间内,一款型号为X8100的康佳电视销量就突破15000台。这也全面带动了康佳电视的销售,在原本属于销售淡季的8月整体销量突破55万台。

从看电视到玩电视,再到看电视,短短3年来在国内彩电企业市场竞争策略变化的背后,折射出彩电企业在智能时代所面临的市场复杂性和消费需求多样性。

自去年以来,随着智能化时代的到来,让一大批已经从传统电视用户群中流走的用户,开始重新回到电视机前。不过,在云电视带来的海量信息服务与电视本身提供的视听内容以及人们对于云智能电视的需求和当前彩电厂商所能提供的信息服务之间的矛盾,并没有得到根本性的缓解。

在康佳集团副总裁刘凤喜看来,“作为一家拥有30多年历史的家电企业,对于视听技术变化和消费市场变化都有着深刻的理解。康佳电视双通道云电视不仅在产品

技术和功能上实现突破,还在内容方面展开强势突破,最终建立了有别于竞争对手之间的差异化竞争优势”。

随着云电视的逐步落地,越来越多的家电厂商开始涉足视听产业链的上游内容。只有那些真正了解用户需求,为用户提供使用的产品、技术、应用、服务等一揽子方案的厂商,才能够真正地改善消费者的电视观看体验,获得市场的认可。康佳与CNTV的合作标志着传统家电制造企业开始通过整合外部资源补全内容短板。