

“二手货”将合法上市

家电整机企业忧大于喜

■本报记者 许意强

日前,随着商务部起草的《旧电器电子产品经营管理办法(征求意见稿)》发布,这意味着已经在灰色地带中发展 20 多年的“二手家电”回收再销售产业,最快有望于 2013 年“合法上市”。

二手家电的上市,是否会冲击当前家电市场格局? 主要以经销商和服务商主导的这一市场,对于家电整机企业又将造成哪些影响? 日前,《中国企业报》记者在采访中了解到,二手家电对于家电整机企业来说可谓“有喜有忧”。

喜 市场空间越来越小

“从市场经济价值角度来看,二手家电价值并不大,完全是依靠价格驱动。随着整个社会经济的稳步发展以及新家电市场体系和价格体系的布局完善,二手家电的市场空间只会越来越小”。

中国家电协会秘书长徐东生在接受《中国企业报》记者采访时作出上述表态。

他还进一步指出,“参照国外发达国家发展模式,二手家电再流通的商业和市场空间会越来越小,最终二手家电的出路不再销售,而是直接拆解回收。很多国家对家庭的废旧家电都是收费回收,而不是上市再销售”。

此前,由于家电价格较高,激活了城郊及农村对二手旧家电的需求,这也引发一批接近报废年限的二手家电被维修翻新之后再度上市销售。由于国家相关法规落后于市场的发展,导致二手家电长期以来处在“灰色地带”,甚至出现了废家电翻新后上市销售等情况。

近年来,随着家电企业市场体系从一二级市场向三四级迈进,产品价格完成对高中低端的全面覆盖,二手家电市场空间被快速压缩。一位商家透露,“以前北京市场对二手家电的需求还很大。目前,新家电价格越来越便宜,在北京收购的旧家电都开

始卖到河北、内蒙古等外省市的农村市场,生意不好做了”。

自家电下乡、以旧换新等国家政策之后,旧家电一度出现“难收更难卖”的情况。奥维咨询研究院院长张彦斌也对二手家电市场存谨慎乐观态度。他指出,“二手家电一般都是高能耗产品,与当前国家倡导的节能趋势不符。在质量上很难得到保证,消费者购买成本低但使用成本高,且年限很短,还不能形成产业”。

忧 安全性或引发危机

尽管二手家电的市场空间越来越小,不过也有家电企业担心,一旦二手家电合法上市,相应的市场监管体系不完善,还是会对企业产生一定冲击。

有家电企业人士指出,“当前,商务部的二手家电经营管理办法,属于典型的治标不治本。如果只是从市场经营环节来规范二手家电的经营行为,而缺乏国家在二手家电安全性能

评估、售后服务等上下游产业链上的标准化建设,很容易引发二手家电市场新一轮的乱局”。

目前,我国对于二手家电并没有相应的产品标准、服务标准,也没有相应的经营者资质考核标准。《中国企业报》记者看到,商务部对于二手家电经营者的违规行为只给予 5000 元到一万元的罚款,被指处罚力度小。上述家电企业人士指出,“因为违规对废旧家电的销售,所获取的利润远远高于处罚力度。往往 20 元—100 元买来的废旧家电,经过简单翻新后就以 300 元—500 元不等的价格销售,利润相当丰厚。很多商家卖完之后就将产品服务维修的责任推给厂家”。

徐东生提醒,“尽管二手家电的回收再销售并不需要家电整机制造商的特别关注,但是由于二手家电维修后上市再销售,其产品安全性能存在隐患,可能会引发对产品原始制造商品牌带来损害。因此,二手家电上市再销售过程中,一定要注重产品的安全性保障”。

定标准立规矩

海信激活智能电视市场

■本报记者 安也致

智能电视首次显示出其强大的市场需求和爆发增长力。

进入 10 月以来,智能电视在中国市场持续升温。来自中怡康市场监测数据显示:仅“十一”黄金周 7 天,在全国 100 多个大中城市的零售卖场中,智能电视零售量环比增长 71.5%、同比增长 82.6%,远远高出彩电业同期 37.3% 的增速。其中,海信智能电视零售量与零售额分别同比增长 91.3%、78.9%,智能电视爆发式增长也让海信稳坐市场占有率榜首位置。

同时,一场智能电视标准化革命也从 10 月全面打响,作为智能电视标准化发展的开启者和推动者,海信推出全球首个智能电视专属操作系统,并成为智能电视市场首轮爆发式增长的最大赢家。《中国企业报》记者掌握的数据显示:海信应用其自主研发定制的海安操作系统的 XT880、K660、K610、K360 四大系列智能电视新品,成为黄金周市场绝对的“明星产品”,在北京、上海、杭州等全国 20 多个大中城市出现“断货超售”火爆场景。

标准开启智能电视发展新空间

智能电视在中国市场推广两年多来,为何会在今年 10 月出现首轮爆发式增长? 业内人士指出,一方面是经过两年多的持续市场推广和消费培养,智能电视普及已是水到渠成。另一方面,随着首个面向智能电视深度定制操作系统“海安”的问世,有望改变此前智能电视碎片化发展现状,构建智能电视在标准化道路上发展的新节奏。

近年来,标准化缺失引发的操作系统和芯片等软硬件不统一,成为困扰智能电视的最大瓶颈。也引发产业碎片化、产品方向混乱等问题,导致同样的应用内容无法在不同品牌电视间兼容、不同品牌的电视拥有不同操作系统、应用界面、遥控器,这为智能电视第三方应用开发以及消费者的便捷使用带来很大难度。

与当前智能手机在几大操作系统平台统一化、规范化背景下呈现出的全球化持续爆发式增长相比,智能电视因为标准“各自为政”、应用“五花八门”,最终在一定阶段内出现发展动力分散带来的“增长缓慢”情况。

作为中国最早实施“智能化”战略转型的企业,海信基于自身的系统创新基因以及对智能电视产业的深度认知和消费者的洞察,率先选择以操作系统的统一标准化为突破口,为智能电视未来发展“定标准立规矩”谋求产业又快又稳地发展。

海信电器总经理刘洪新透露,作为首个智能电视专属操作系统,海信“海安”系统平台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,从而整合智能电视生态链上的各方力量,最终为消费者提供更丰富、实用的业务和体验。

通过操作系统的标准化,海信还从专属智能电视操作系统的用户界面 UI 定制、首个智能遥控与人机交互标准规范、双核处理器硬件配置、3840×2160 的 UHD 超高清显示配置等多个方面制定统一标准,让消费者首次选择到中国企业“标准自主定义、产品自主研发”的全新“智能电视”,也为国内智能电视标准化发展树立新的标杆。

创新成就海信智能电视领导者

如果说,智能电视是一棵大树的,那么操作系统和芯片等软硬件就是树的根基,直接决定游戏、娱乐、应用内容等树枝和树叶的繁荣与衰败,也直接影响产业链上合作伙伴的参与热情和消费者的使用体验。

近年来,众多企业在推动智能电视市场普及过程中,一直试图通过“智能化的娱乐、游戏”等应用功能来吸引消费刺激需求,最终却遭遇“本末倒置”产业尴尬。

今年,在智能电视上市多年、国家标准一直空白背景下,领军企业海信通过企业自身的技术积累和创新,联合成功收购的加拿大技术研发团队力量,成功推出智能电视产业首个标准规范,并设立了 1 亿元的应用开发基金和 10 亿元的天使投资基金。

对此,中国电子视像行业协会秘书长白为民指出,“行业领军企业往往是国家标准制定和完善的最有力推动者,随着海信新一代智能电视发布,将智能电视的体验、内容服务提升到新高度,成为中国智能电视行业的新标准、新标杆”。

据悉,海信智能电视在操作系统上,通过在用户界面定制、智能遥控与人机交互等方面展开简单化和标准化创新,让消费者“零”学习。一用即会。在内容应用整合方面,深度定制 CNTV、华数、奇虎 360、新浪、京东、银视通、大智慧等内容应用,汇集 2000 余款适合智能电视的应用服务,成为当前中国智能电视行业“标准最统一、操作最简单、应用最完善”的标杆产品。

海信电器多媒体研发中心副总经理简志敏介绍,海信打造的中国首款标准化智能电视,与市场上普通智能电视有着非常明显的区别,在软件系统、硬件配置以及画质上都实现了重大技术突破。更为重要的是,海信率先在企业内部通过标准化的统一和规范化定义,并通过企业的实力和社会影响力,开启整个中国智能电视产业在标准化方向上的发展步伐。

日前,在国家工信部等权威部门的家电质检检测中,海信智能还获得行业最高等级的七星级智商评价认证。

全方位创新 美的紧握电饭煲行业话语权

■从健 本报记者 许意强

这是一个在网上广为流传的微博内容:找女朋友不要要求太高。又美又会做饭的那是美的电饭煲;又可爱又永远不会老的是樱桃小丸子;又美又可爱又会做饭又永远不会老的是正用美的电饭煲做饭的樱桃小丸子。

段子虽然有调侃的成分,但足以显示美的电饭煲在消费者心目中的位置。

近日,在某机构对 3143 名京、沪、广、深等一线城市工作的年轻公司人开展的“金字招牌”调查中,美的电饭煲占有率高达 47.41%,与第二名 19.11% 的占有率相比优势十分明显。这已是美的电饭煲连续四年摘得这一“金字招牌”。

为何在单品价格日益提升的同时美的电饭煲还能保持如此强势的市场影响力? 在这背后究竟是什么“神秘力量”左右着消费者的选择,并推动美的电饭煲产业如参天巨木般年年增长? 《中国企业报》记者就此展开了调查采访。

创新打破日企垄断

刘若琳是一家外资公司中层管理者,同时还是一位 4 岁大孩子的母亲。在别人眼里,她在事业上家庭上都很有成就。其实,她有着十分头疼的问题:家中越来越挑食的孩子。直到她遇见美的“热狗”智能电饭煲。

“起初买它,是因为有专门做婴儿粥的功能,后来发现,它带来的比我预期的要多得多”,兴奋的刘若琳给《中国企业报》记者讲述使用体验,“热狗”外观看起来就很可爱卡通,更神奇的是它还会说话。一通电,它会自动打

招呼说‘你找我呀’? 煮饭时,不小心碰到,它就会贴心地提示你‘小心烫哦’,弄得儿子一到吃饭的时候就睁大眼睛围着它转,对吃饭也更有兴趣了。”

在美的技术人员眼里,“热狗”电饭煲的研发上市只是美的电饭煲创新力的冰山一角。

“热狗”智能电饭煲是美的根据特定消费人群的需求进行功能性创新的成果之一,但对于产品基本潜能的纵向挖掘,才是美的电饭煲长期以来最主要的创新发力点,如米饭口感的提升、营养的充分释放、产品操作的人性化、节能性等。”一位美的电饭煲研发负责人告诉记者。

今年 8 月,美的刚刚发布的 IH 全智能微压电饭煲可谓是这一系列创新的集大成者。它的出现不仅一举打破了日本高端品牌对于国内高端电饭煲市场的垄断,更将电饭煲的性能提升到了一个全新的高度。可实现 1.3 倍大气压的压力,将煮饭水温提升至 106 摄氏度。同时通过加压、减压过程的往复,使米饭如跳舞般上下翻滚搅动,受热更均匀,营养转化更充分。领先的 IH 电磁加热技术,可使电饭煲内胆自行快速发热,使米饭在内胆内实现大沸腾。操作形式上则借鉴最时尚的 iPhone 手机,通过滑动触控选择功能,人性化十足。

这款产品实现了美的电饭煲从外貌到内涵,从功能到节能,从技术到艺术,从创造到创新的全面需求,也让消费者感叹道,“在电饭煲上,中国企业的创新能力丝毫不比日本差”。

“光是内胆也值这个钱”

对于企业而言,创新绝不仅限于产品技术含量的提升,还涉及制造环



美的高端智能电饭煲已经成为市场主导

节的工艺和管理水平的提升。如何用更少的人工、更短的时间、更短的生产线实现更高的制造效率,同样是企业保证自身高速成长的同时还能在市场竞争中掌握主动权的关键。这对于美的而言,则是确保牢牢掌握市场话语权的的关键。

孙海波是美的电饭煲 3 号车间的一名班组长,每天监管生产流程,管理一线员工是他每天最主要的工作。除此之外,他还有另一个重要的身份——美的快装项目组组员。

“快装项目组是美的为提升生产效率而成立的工作小组,项目组成员由研发、工程、品质、车间班组长及现场工艺人员组成”,孙海波告诉《中国企业报》记者,“由于我和同事长期工作在生产一线,对工序需改进最有发言权,所以首先我们会和工程人员讨论,列出装配复杂的工序清单并提出工艺简化的改善建议。研发、工程人员结合我们的清单和改善建议,通过分析竞品及借鉴其他产品一些好的快装设计方式,制定产品快装设计手册,从而指导新品的设计及老品的装配效率提升”。

仅 2012 年上半年,美的电饭煲就完成 46 个快装项目,节省人工 156 人。快装设计共应用于 31 款新品,装配效率平均提升 30%,煎烤、蒸炖等装备品类提升在 50%—110%。仅这一项生产创新给美的电饭煲在市场上带来的竞争力都是巨大的。

“效率大幅提升还体现在产品开发上。大量的市场调研让我们的产品开发坚持‘少就是多’的原则,同 iPhone 一样,缩减产品线,提高单品贡献率。今年上半年电饭煲内销产品精简 20%,但单品月度销售贡献却提高了 44%”,上述美的电饭煲研发负责人告诉记者,“我们与许多世界知名的家电品牌都有着 ODM (原始设计制造) 的合作。他们通常要求极其严格,我们往往也要价不菲,但只要一摸我们电饭煲的内胆,他们就会说,‘光内胆也值这个钱!’”

正如美的集团国内市场部总监王金亮所言,科技已真正成为美的的第一生产力,它不仅是美的快速发展的原动力,更成就了美的行业话语权和国际竞争的底气。

记者观察

美的电饭煲的创新智慧

■许意强

一只普通的电饭煲,却是关系民生幸福的大物资,也成为美的称霸全球电饭煲市场的跳板。

经过 20 多年的发展,电饭煲已成为我国家庭中普及率最高的小家电,产品技术从最初的机械式、自动机械式、电子式,到如今的智能煲、IH 智能煲以及代表未来发展方向的 IH 全智能微压电饭煲,产品外观也呈现圆形、方形和玲珑型等多样化,实现多次的技术升级和产品换代,完成对不断变化中的人们物质生活需求的满足与引领。

作为中国电饭煲产业的绝对领导者,美的正是中国电饭煲产业持续提升

的最大幕后推手。毫不夸张地说,美的电饭煲的升级创新历程就是一部中国电饭煲产业的创新史,最终也让人们看到“基于系统创新力”支撑下的中国家电产业自主创新未来发展空间巨大。

美的多年来围绕电饭煲展开的创新升级,不仅完成对自身电饭煲产业的做大做强企业的目标,还多次实现以技术升级完成电饭煲市场升级和空间拓展的产业目标。更为重要的是,基于企业内部从技术研发、生产制造、功能开发等一体化创新,美的还探索出了中国家电企业技术创新“来源于生活,高于生活,引领生活”的新模式和思维。

梳理在美的电饭煲产品上的创新思路可以清晰地看出:一方面,创新动

力来自于消费需求,特别是随着人们生活水平的提升,对于电饭煲煮出米饭所带来的口感、味道和营养都提出更高的要求。因此在完成机械电饭煲到智能电饭煲的升级之后,美的又通过先后导入 IH 技术、微压力技术,与全智能控制技术进行立体创新,首次在 IH 智能电饭煲上完成微压技术的引入,开启全球电饭煲在技术性能与产品口感的立体创新,也实现了对未来几年消费需求的引领。

另一方面,创新能力来自于企业强大的体系支撑,加热方式从底盘到电磁环境,控制方式从机械、电子、电脑模糊、全智能以及从生产制造工艺等,均需要有强大的人才、资金的持续