



# 28年品质基因 托起海尔空调全球领航路

本报记者 安也致

最近10年,是中国经济飞速发展、体制机制改革、发展理念创新的黄金十年,确立了中国特色社会主义发展道路。对于中国空调产业来说,这10年也是产业规模成倍增长、技术创新突飞猛进、企业实力全球崛起的跨越式发展关键期。从1985年生产出中国第一台分体式空调的海尔空调为代表,28年来,海尔不仅以自身发展速度完成产业的迅速做大,还以核心技术创新实现产业的持续做强,特别是在近10年以来,更是以海尔式创新体系和商业模式,打开中国空调业在全球持续领航的大门,完成了对全球产业格局和发展坐标的重组。

对于中外空调企业来说,今年中国市场的冬天比过去任何一年都要“寒冷”。

中怡康市场监测数据表明:今年空调市场业绩是自2006年以来最差的一年。从2011年下半年开始,我国空调市场就步入了“增长放缓、需求下滑、整体低迷”的持续寒冬之中。

此时,一场给寒冬中的全国家庭带去“3分钟速热、60.5%节能省电”冬季超强制热风暴,一场波及全国数千万家庭、影响近亿人的“寻找28年品质基因”活动,先后由空调行业巨头海尔全面启动,这不仅为寒冬中的家庭提供“防寒御冷”的空调神器,还给处在寒冬中的空调市场带来一股暖流。

## 海尔速度

这个冬天,海尔空调以“3分钟速热”给市场和消费者带来了全新的空调制热品质新享受,也成功上演了空调在寒冬中的“快速制热、超强热量、节能省电”的新奇迹。

如果说,这得益于海尔整合全球科技创新资源提升用户使用体验,开创的空调性能升级新速度。那么,今年以来国内空调行业整体销售寒冬之中,海尔空调以另外一种方式和手段,开创在危机中实现增长的稳健速度。

中怡康市场监测数据显示:2012冷年,海尔空调在行业出现高达20%以上下滑背景下,是少数保持自身市场份额和销售量增长的企业,而且同比增长速度在空调三巨头中稳居首位。

海尔空调将这种稳步增长的速度保持到今年国庆期间。市场监测数据显示:这一期间,全国空调零售量同比出现16.3%下滑,海尔空调零售量却出现同比增长42.6%,以高于行业增速近6倍的成绩,成为2013冷年空调业当之无愧的“行业霸主”。《中国企业



消费者今冬选购空调最青睐海尔的3分钟速热

报》记者看到,同样是在国家“节能惠民”所有中标产品中,海尔节能空调的市场销售比重达到29.5%,牢牢稳居节能空调首位。

遥遥领先的成长速度,带来的不只是海尔在激烈的空调市场竞争中领军地位的牢牢确立,还是对于寒冬中的空调发展空间和前景的持续看涨。这意味着,行业的市场寒冬对于领军企业来说,将又一次“强者恒强”的大企业游戏。

凭借领先的3分钟速热的产品和市场竞争优势,海尔空调再一次上演“增长新速度”。最新发布的中怡康市场监测数据显示:在所有一线空调品牌中,海尔空调是唯一实现正增长的品牌,增幅高达35.47%。特别是一款海尔变频超薄空调,上市一个月市场销量占比就提升近20倍之多,位居新品销量榜首。

空调市场分析人士指出,“就当前的市场情况来看,通过贴近市场、创造需求、提升品质,海尔空调已经建立了一条节节攀升的增长新通道。可以预见,在经过28年的品质积累与创新沉淀,海尔空调还将继续在未来十年保持着行业领跑者的地位和优势”。

## 品质奇迹

28年对于一个人来说,意味着人生经历从幼稚走向成熟的完美蜕变。对于海尔空调来说,则意味着从领先、领跑领跑的持续跨越,将带动中国空调产业从规模称王向技术称霸的质变。

日前,随着海尔空调“寻找28年品质奇迹”在寒冬频频袭击下的中国大地拉开大幕,一股股来自用户的暖流开始感动海尔,那一个个来自用户的品质奇迹经历,也开始为寒冬中的空调产业保

护护航提供一个个温暖的感动。

“14年来,我还能叫出当年那位为我服务的海尔直销员的名字——曹辉。”日前,在海尔空调全国发起的“寻找28年品质奇迹”老客户征集活动中,来自江苏南通的蒋长林表达了对海尔人的敬意。

据悉,从1998年蒋长林购买海尔空调至今,14年来这台空调依然平稳运行,蒋长林却已从中年步入老年。唯一不变的是,海尔空调14年前的优质服务,让他已经对海尔这个品牌产生深深的感情。最让人感动的是,14年后,这位步入花甲之年的老人带着自己的儿女再次走进商场,仍然选择海尔空调,他用14个字表达了对海尔空调的高度肯定——“数十年用心服务,品质始终如一”。

14年前一台海尔空调,在14年后的今天谱写了一段父女两代人继续信赖海尔的品牌序曲,也反映出经过28年持续不断的空调科技创新,海尔空调的品质与性能已经牢牢印在市场和消费者心目中。

短短几天时间,海尔空调就收到来自全国数千名用户通过各种渠道反馈的海尔空调使用体验和经历故事。在海尔空调负责人看来,“28年来海尔空调得到了全国上千万用户的肯定和青睐,这既是海尔持续做大做强发展过程中的宝贵资源,也是未来推动海尔持续创新和市场领跑的重要力量。”

## 一路领航

当前,在互联网经济的推动下,全球新一轮工业革命正在悄然拉开序幕。

中国社科院研究员王钦指出,在新的工业革命浪潮中企业将处于一个

全新的“商业生态”之中。消费者具有更大的选择权,更强的影响力,对价值体现的要求更高;企业与企业之间交易成本的降低以及客户对响应速度要求的提高,促使企业从追求“内在一体化”转向“合作制造”。全世界的企业都站在一条新的起跑线上,去寻找符合“第三次工业革命”时代特征的管理变革和制度创新之路。

从研发并推出全球首台物联网空调、在日本建立中国空调业首个技术研发中心,在经过28年发展的锤炼、10年跨越式发展以及最近1年多的对行业格局颠覆,海尔空调在集团从“以企业为中心卖产品”转变为“以用户为中心卖服务”的“即需即供”模式推动下,正在全面加速推动符合“空调行业特色,具有海尔自主话语”的人单合一双赢模式创新,也实现了对中国空调产业从领先、领跑到全面领航的持续跨越。

中怡康市场研究公司品牌总监左延鹏指出,“作为中国空调行业发展28年来至今仍保持着行业领军企业的老牌巨头,在海尔空调持续领跑的背后,不只是掌握并建立了持续的科技创新体系和创新思路,更为重要的是完成了与之相匹配的商业模式和发展战略的支撑体系,这会有力地推动在未来更长一段时间,海尔在空调行业的全球领航”。

2013冷年大幕开启以来,“0.1—150赫兹超宽带变频技术”实现了1分钟速冷、3分钟速热、节能60.5%等,能很好地满足消费者的需求,将成为新冷年空调市场技术新标杆。这正是海尔基于用户为中心的需求创新体系以及“人单合一”创新商业模式的双重推动,这将在未来10年海尔持续领航全球市场的成功基因。

## 市场解读

# 海尔定义全球 制热空调技术新标准

本报记者 安也致

“回家就脱掉外套换鞋的一会儿功夫,空调出风口的温度就上升20多度,这股热劲简直让我喜出望外,看来冬天没有统一供暖,我也可以享受暖冬”。

就在今年冬天,海尔空调率先开创新的“3分钟速热”制热空调新标准,给遭遇寒冬袭击中的用户带来冬季空调制热新体验,成为人们茶前饭后热议的新话题。更让不少用户深刻感受到经历28年发展仍保持经久不衰动力的海尔品牌魅力。

自今年9月以来,随着应用了3分钟速热等一系列颠覆性变频技术的新一代海尔变频空调上市,海尔不仅为大江南北的家庭击退一波又一波的冷空气,同时也让其在“市场深陷销售淡季”中成功击败“需求萎靡、增长乏力”等种种不利因素,取得“淡季旺销逆势大涨”的好成绩,也开始重新定义制热空调新十年发展的标准。

一位海尔空调用户坦言,20多年来,海尔空调满足了我们几代人不同的审美需求,14年前我买空调时看重耐用性,没想到一用就是14年,一直没有出现质量问题。14年后,儿子婚房装修,他们看重外观时尚、技术先进,仍然选择了海尔空调。说明这家企业始终保持着与时代同步,甚至开始引领时代潮流。

## 海尔式创新建立空调新标准

经过30多年的发展,我国空调产业已经步入大品牌主导下的成熟发展期,整个市场需求趋于稳定。在全球经济疲软的推动下,中国空调市场也出现“需求萎缩”的销售寒冬。同时,从发明之初空调就被定位于制冷产品,近年来我国市场上的制热空调普遍存在着“制热速度慢、制热效率差、制热耗电多”弊端,进入冬季后市场销售便陷入停滞。

在行业和天气的双身陷“寒冬”背景下,作为中国空调业领军企业的海尔并未放慢和减缓对行业的投入。相反,以前所未有的技术创新步伐和产品升级速度,以3分钟速热等领先变频空调技术和新品等产品力为突破口,实现了对当前行业困境和社会需求的一箭双破局;以新标准制热空调强劲引爆冬季空调销售首轮小阳春,实现市场的逆势逆袭。以海尔空调的“科技与理念双重创新”带来的淡季旺销新格局,为身在寒冬中的空调产业注入一股暖流,带动商家的主动出击,刺激消费潜在需求。

目前,海尔完全自主研发的全球第四代变频技术推出的宽带变频空调,可实现最低0.1赫兹、最高150赫兹的超宽频运行,在0.1赫兹低频运转时,最低耗电量仅需20瓦,在150赫兹高频运转时,可实现1分钟速冷、3分钟速热的快速制热效果,是目前节能速热兼具的领先空调产品。

这一打破长期以来空调“制冷容易制热难”的技术瓶颈,创造了“制热速度快、制热能量大、制热耗电少”的制热空调产品新标准,最终成功改变人们对于空调制热效果的传统印象,在市场寒冬中以3分钟速热空调开创“淡季旺销”新局面,也完成海尔在淡季市场的销售崛起。

与传统制热空调多采用“大功率的辅助电加热”等硬件手段提升制热效果不同,海尔空调依靠科技创新,通过颠覆性变频技术从产品整机的性能优化等手段,解决“制热快、热量大”效果下的高效节能性能。

这正是得益于海尔绿色节能战略的推动。目前,海尔空调首家提出淘汰三、四、五级变频空调,全面转向高效的一、二级变频空调研发推广。就在今年的国家“节能惠民”政策实施之初,海尔空调的变频系列产品全线中标,入围数量和能效比均稳居首位。

## 科技文化双驱筑全球化动力

当前,不断加速的科技创新步伐,与不断变幻中的消费需求,开始形成合力对传统空调产业的发展产生新的冲击。如何在快速变化的市场需求和技术创新过程中,精准把握需求并依靠科技创新实现对需求的引领,成为近年来中外空调企业发展的新命题。

今年以来,海尔式创新给寒冬中的中国市场带来的不只是“淡季旺销”、“逆势增长”的商业纪录,更让中外企业开始认识到,在既定的科技创新轨道中必须不断注入新的内涵和支撑,才能真正解决“科技创新成就企业发展第一驱动力”新命题。

从1985年生产出中国第一台分体式空调开始,关注用户需求与构建自主创新就成为推动海尔在中国空调产业持续、稳健发展的两大核心手段。目前,已经在中国拥有数百万忠实用户和良好口碑的海尔空调,在用户需求挖掘和产品创新过程中,开始注入“工业设计”、“科技文化”等当前的时代性标签,在以产品品质赢得老用户信任同时,又以科技时代感挖掘新用户刚性需求。

作为中国空调产业的标杆企业,海尔在推动科技创新、谋求产业升级转型过程中,还创造性地将产品服务这一文化驱动注入创新体系之中,实现企业对用户从售前、售中到售后的一体化关爱,并通过服务等文化驱动牢牢锁定用户的新增需求、潜在需求,甚至包括一些被隐藏的需求。最终,这也成就了海尔在全球空调产业的科技创新驱动中,找到拥有本土文化基因的差异化驱动体系。这也成为推动海尔在全球空调产业崛起的核心基因。

中怡康市场研究公司品牌总监左延鹏指出,“海尔空调在寒冬中的全面领跑,不只是解决寒冬中人们使用制热空调的热度有保障,还通过本土化的文化创新基因的融入,构建从科技创新、产品品质、服务保障等一体化的温暖关爱,让更多的用户获得温情回报。这既是海尔基于28年持续投入所开创新模式,也是中国空调业称霸全球市场的战略基因”。

## 行业观察

# 海尔领先法则:跨越空调冷热两界

丛超

当空调不只是会降温、取暖,空调背后的企业强大技术创新体系和用户服务体系开始持续发力,给用户带来在空调冷暖体验之外更多的健康、舒适、洁净的空气体验,以及企业长达几十年来对用户持续的关注和挖掘时,这不仅对全球空调产业发展体系和商业规则的颠覆,还是中国企业在全球核心竞争体系中的地位建立。

这正是当前海尔空调在全球空调产业拉开的一场“持续28年发展积累,历经10年跨越式发展,最终实现1年的颠覆性变革”的领先型战略布局。这意味着,海尔从20多年前跨入空调产业的那刻起,就开始以自己的方式和智慧,开始谋求对已经发展半个多世纪的空调产业“竞争格局和

发展坐标”的重新改写。

从空调诞生的第一天起,就被牢牢印上“制冷机器”的烙印,要跨越空调的冷热功能应用,首先面临的便是从制冷空调向制热空调的消费意识培训和消费习惯跨越,其后才能跨越空调冷热应用,开启空调在改善室内空气品质、洁净度、舒适度等方面的新应用功能。

以“3分钟速热、60.5%节能省电”的科技创新,海尔空调再度在今年的寒冬市场上,为空调市场树立新的制热新标杆,也完成对寒冬市场的制热商业挖掘。《中国企业报》记者了解到,对于寒冬制热空调市场的挖掘,海尔早在多年前便展开系统的市场布局,3分钟速热便是海尔在面向消费者在冬季空调使用过程中普遍存在的“制热速度慢、制热效果差”提出的产品性能新标准,随

后迅速引发中外空调企业的全面跟进,从而迅速在夏季空调井喷之外创造出冬季空调销售小阳春的新市场。

今年以来,在空调企业纷纷掘金“制热空调”市场之际,海尔空调再度以“颠覆性科技创新”完成对制热市场标准的全面改写,提出在3分钟速热同时,60.5%超级节能效果,将“制热空调不仅热得快、更要用得省”这一用户潜在需求激活,并再度借助“领先型技术”创新实现海尔在今年空调业遭遇“经济环境和气候环境”双重寒冬挤压之下开创“五倍增速于行业”行业新纪录。

面对已经到来的全球第三次工业革命,全球空调产业都开始摒弃“低成本大规模”驱动模式,寻求全新的发展体系和扩张模式时,跨越空调业传统的冷热两大市场发展,构建新

的驱动体系和市场增长空间,已成为当下空调巨头之间博弈的“入门级”门槛。这也成为海尔当前为全球竞争对手设置的新门槛。

基于全球化的开放式创新体系支撑以及“人单合一”的商业模式战略创新,海尔在打破空调制冷的单一支撑轨道后,迅速构建制冷、制热两大支撑体系,也完成了从“跟随者”向“领跑者”的跨越。如今,海尔再度通过科技成果与商业模式的交叉式创新,挖掘潜在消费需求引领市场发展潮流,开启空调在制冷、制热之外的“用户要什么、用户需要什么、用户还要什么”的动态需求创新保障体系,最终整合内部强大创新体系和支撑力下的“用户需求”驱动体系。

这也将一举夯实海尔在“领跑者”通道中持续“领航者”的地位。