

老板电器两年蜕变 厨电产业化茧成蝶

■ 本报记者 许意强

从制造到创造、从领先到领跑、从品质到科技、从高价到高端,这些升级蜕变对于中国厨电产业来说到底有多远?

老板电器(002508)给出的答案是:2年。

自2010年11月23日,成功登陆深圳证券交易所主板市场后的短短两年间,老板电器凭借在中国首家打造的事业经理人模式的管理创新驱动,持续33年引领厨电产品技术发展趋势的科技创新驱动,全球首创的文化基因与科技融合的高端品牌驱动以及中国首个集生产、技术、研发、物流、文化五位一体的厨房电器产业集群。一举完成了对中国厨电产业在未来10年升级方向和商业价值的定义,打开厨电产业高速增长的新空间,也实现自身在新的产业发展通道中的增长体系布局。

老板电器董事长任建华指出,“作为中国家电产业中,唯一一个由本土企业定义并占据高端市场的领域,厨电产业近年来的崛起令全球巨头刮目相看。作为中国厨电产业的领导者和高端市场的定义者,老板电器将继续立足产业发展、面向消费需求、结合文化与科技升级体系,打造中国厨电产业未来10年可持续发展的新平台和新通道,为中国家电业正在进行的制造向创造升级树立标杆。”

厨电市场:一枝独秀

自去年下半年以来,受到外部经济疲软、内部需求萎缩以及刺激政策退出等因素影响,我国家电产业整体发展放缓,不少产品领域出现大幅度下滑。同样,厨电产业发展也受到冲击,特别是二三线企业出现高达50%深度下跌。

今年前三季度,万家乐总营收和净利润分别出现7.26%、39.26%下滑。长青集团总营收和净利润分别下跌12.92%、33.73%。就连发展势头一直被看好的万和电气,总营收和净利润的增速也开始放缓,同比增长仅7.26%、5.43%。

就在行业一片萧条的背景下,老板电器却给市场和投资者交出一份眼前一亮的答卷:今年第三季度营收4.6亿元,净利润5553万元,分别同比增长31%和30%,前三季度营收和净利润则分别同比增长24%和32%。

业内人士指出,“老板电器的逆势领涨、一枝独秀并不令人意外,这反映出厨电产业的马太效应开始加速上演,大企业凭借自身的品牌、产品、技术等优势,开始完成对整个产业新一轮的洗牌,市场份额将会逐步向老板这样的龙头企业聚集靠拢,厨电产业的发展将步入大企业称霸的新时期。”

“老板就是要让大家看到,在行业下行轨道中领军企业同样可以实现正增长和大发展。我们也要让家电同行认识到,科技创新是打破产业发

展天花板、突破产业衰退周期的唯一钥匙。作为中国厨电领导者的老板,我们也是科技创新的领跑者,不能满足于现状而是要推动产业的持续升级。”老板电器董事副总裁赵继宏如是说。

科技升级:持续领航

如果说,厨电产业开启的中国家电业在高端市场领跑称雄先河,得益于老板电器为首的领军企业长达几十年的持续投入。那么,老板电器在长达33年发展长河中对于高端市场的持续定义和厨电产业的全面领跑,却是受到企业在内部构建的自身科技创新体系推动。

老板电器副董事长任富佳指出,“对于科技创新的投入,老板从来都是不计投入、不计成本,从战略上明确了创新是老板电器的第一发展力。在创新体系上,完成了从企业自主创新体系与用户需求创新的内外兼修。在创新速度上,老板在成功实现从模仿借鉴向自主创新后,正在全面实施颠覆式创新,保证老板电器在未来5年甚至更长时间内对于厨电产业发展趋势拥有绝对的话语权。”

随着以跨界I5系列开创中国油烟机进入17立方超大风量时代,领袖8212系列创造极速吸排新标准以及今年上市的首款隐形油烟机隐形8000系列等一系列新产品的不断推出,老板电器不仅完成了油烟机“内外兼修”品质的持续提升,还率先在厨电行业以引领性技术创新替代自主性技术创新,完成对产业升级换代发展轨道的聚焦和提速。

与当前厨电产业的创新体系相比,老板电器结合自身的创新能力、产业趋势以及消费需求,实现“三通道同时升级”的立体化覆盖:一条通道是围绕产品进行外在的工业设计和内在的性能指标进行内外兼容提升,另一条通道则是将产品的科技升级路线图与消费的个人需求变化进行交叉式融合,还有一条通道则是将厨电科技与饮食烹饪文化产业进行软硬兼施,最终构建了从单一产品的各类科技成果与覆盖厨电产业六大产品群的科技成果体系相结合,实现科技创新的跨越式发展以及自身升级。

目前,在整体厨电趋势的推动下,老板电器已经完成从吸油烟机、燃气灶、消毒柜、电烤箱、蒸汽炉、微波炉等六大类厨电产品的系统深入技术布局,将单一产品的创新能力开始向整体厨电进行快速的复制和扩张。

品牌驱动:文化助跑

同样是身处中国家电产业的大环境中,同样要面临着外资跨国巨头的冲击,为何单单是厨电企业完成了对中国高端市场话语权的完全掌控。

亲历中国厨电产业20多年发展历程的中国五金制品协会副理事长石僧兰告诉《中国企业家》记者,“这



老板电器通过自身的战略蜕变,实现了对中国厨电产业发展转型的推动

是因为在与外资巨头的较量过程中,以老板电器为首的中国企业在技术创新之外,为品牌注入了传统文化的新内涵,让厨房电器回到烹饪上,让烹饪文化成为主导产业升级的一股力量,最终走出了一条自主创新、品牌驱动的高端发展之路。”

就在今年,全球首个有机形态厨房文化科技体验馆——厨源在老板电器总部落成。作为首个面向全球华人和世界人民展示中国近5000年的烹饪文化发展史,将烹饪文化、精湛科技、未来厨房趋势等功能融为一体,标志着老板电器已经将中国传统的烹饪文化与现代科技创新实现了深度融合,也为高端厨电品牌在科技领先之外注入深厚文化的新内涵。

作为中国厨电产业的领军企业,也是高端市场的开拓者,老板电器对于高端有着自己独到的理解。在任富佳看来,“高端不是高价,也不只有核心技术创新,高端应该是企业透过产品、技术、服务等一系列与消费者接触过程中产生的一种感受、传递的一种文化理念、彰显的一种精神价值。”

从“有爱的饭——为世界构建更多幸福的家”这一大型文化主题活动实施,到厨源的推出,正是老板电器创新高端品牌价值理念的一个重要举措。厨源背后的文化传承正是距今5300—4000年的良渚文化,这一文化的发源地杭州余杭正是老板电器的诞生地。正是基于对中国人实际烹饪习惯和需求的深度理解,老板电器进行的一系列科技创新,不仅实现了产业的升级,还获得了足够市场的追捧,以极速G6、跨界I5、跨界A3为代表的厨电产品,成功夯实了企业品牌的高端领军地位,也让消费者感觉到来自中国企业打造的高端标准体系下的产品使用体验。

有企业专家认为,“从企业发展战略的角度来看,老板电器的品牌战略很有代表性,其没有简单将其标签化、概念化,从内容上体现了企业家的特有商业智慧以及对这个产业的深入了解。企业建立战略的本质,就是要为企业找到长期、可持续发展的通道和支撑。通过科技创新手段将传承的历史文化进行激活,这是老板电器给整个企业界提供的战略新思路,也为企业在高端产业竞争中树立了高门槛。”

中国民族奢侈品耀世星光榜发布

11月25日,中国民族奢侈品耀世星光榜在北京财富公馆举行了盛大的颁奖典礼。“耀世星光榜”旨在弘扬中华品牌、传播创新典范,孕育民族顶尖品牌,此次颁奖盛典由中国奢侈品贸易委员会、中国奢侈品产业发展联盟、《奢侈品 LUXURIES》杂志共同主办,耀世星光国际文化传媒承办,并委托中国最具权威的市场调研机构具体承办的非营利性公益调研评选。组委会对中国本土高端品牌进行了一次整体的梳理和调研,最终评出了“最具人气品牌奖”、“创新服务品牌奖”、“创新工艺品牌奖”以及“2012中国民族奢侈品十大品牌大奖”。

中铁四局石武客专一分部获环保奖

11月23日,经过中国环境保护产业协会认真的考核评审,中铁四局石(石家庄)武(武汉)客专(河南段)一分部获得了国家重点环境保护实用技术示范工程大奖。在工程施工中,该公司以建设一条绿色、生态、环保的客运专线为目标,采用了“工程措施拦挡、生物措施固土”的水土保持综合治理方案和路基边坡及两侧防沙林生态防护施工工艺,确保了施工过程中水土保持良好,有效地减少了施工对周围环境的影响和污染。此外,工程垃圾、生活垃圾则集中收存外运。废水、废油设置专门的回收装置,集中处理。

酒店直销反击携程分销

■ 本报记者 彭涵

以携程为代表的在线预订酒店分销商(OTA)开始遭遇酒店直销的正面回击。

11月22日,布丁酒店CEO朱晖在北京表示微信将成为布丁酒店的营销“利器”。“一年前,谁能想到微信还能订酒店?”朱晖兴奋地说道。此前,布丁酒店正式宣布微信客户端订房功能上线,成为国内第一家与微信系统直连的酒店。据了解,在布丁的微信公众号账号上,消费者可以查询房价、预订房间、管理自己的订单,还能浏览其它用户的评论及酒店图片等。“微信也能订房”的消息在网上引发热议,网友纷纷表示有“体验一把”的兴趣。

无独有偶,格林豪泰董事长徐曙光向《中国企业家》记者表示,格林豪泰已经与微信达成全方位的合作。据了解,开元酒店的微信接口也正在调试之中,但值得注意的是,众多酒店都承认“微信订房”尚处于试运行阶段:一个尚未取得稳定收益的新业务,缘何吸引酒店纷纷“试水”呢?

“微运营”凸显酒店直销冲动

虽然“微信订房”很新鲜,但酒店业对“微运营”的概念并不陌生。今年5月,新浪微博向各大酒店发送了《新浪微博酒店成长计划》及合作协议书,此后陆续有酒店开始上线“微订房”应用。微信的加入,不过是使酒店的微运营方阵“再添新丁”。

“最近我们一直在做移动互联网和社交媒体方面的尝试。”布丁酒店连锁公关总监徐翔表示,“主要是寻找与我们目标群体较为重合的渠道。”这是主打时尚牌的布丁,与用户多为年轻人的微信合作的理由。

而格林豪泰的理由更简单:为了将酒店产品和信息及时、准确地传递给消费者,我们开通各种渠道,例如微博、QQ空间等社交网站,方便客人随时随地“对话”酒店。微信也是个很好的渠道。”徐曙光表示。

但“微运营”的青涩也不是秘密。国内某三星酒店“微运营”负责人王铮告诉记者,目前的困难还很多,比如“微运营”人才的极度缺乏。“但最重要的是酒店对‘微运营’的认知和定位还不算清晰。”王铮说道,徐翔也证实了这一点:“布丁不仅希望将微信作为一种预订渠道,同时也可以成为客户关系管理的衍生工具,这些都在探索中。”

无论怎样,酒店的社会化媒体营销新气候:这甚至催生出一个新的行业——微博微信的“代运营”,虽然它还处于鱼龙混杂、让酒店难以分辨的阶段。“互联网产品初期投资大,一旦切入用户需求,100万用户和1000万用户的成本差不多,边际成本极低。”华美酒店顾问有限公司首席知识管理专家赵焕焱告诉记者。所以“微运营”受到青睐,归根结底是因为酒店看中了这个直接与海量消费者互动的机会,哪怕显得激进一些——酒店直销的冲动,是显而易见的。

直销分销的“可持续发展”

这种冲动,会对酒店在线预订分销市场造成多大冲击呢?

“我认为酒店应坚持直销为主,分销为辅的营销体系。”徐曙光说道,“就像老百姓去商场选购物品,厂家直销的越多,中间环节越少,价格自然就会最低,让消费者真正受益。”当然,这也是出于成本的考虑——赵焕焱告诉记者,酒店在线直销水平提高1倍,预定成本将降低46%。而OTA的高佣金早就引起酒店的抱怨了。

2011年如家和汉庭的直销比例分别为94%和96%,而七天则宣称“今后拟100%直销”策略。“目前布丁的直销比例达到90%以上,对于分销我们更看重对布丁品牌的拓展以及对新客户的获取。”徐翔对记者坦言,这基本代表了经济型酒店的看法。

也许格林豪泰是最有发言权的。在OTA们还拥有霸权的时代,“携格之争”率先引爆了分销直销的水火战,彼时竞争的焦点在于酒店对待自己的会员和OTA拉来的顾客,应不应该一视同仁——但本质上,这凸显的是酒店究竟有多依赖渠道商的问题。

“格林豪泰经营成熟的酒店的直销比例达到97%以上。”徐曙光告诉记者,他同时强调酒店与分销中介的合作也很重要。“酒店与中介合作的‘可持续发展’在于其能为酒店和客人提供更好的服务,找到利润和服务的平衡点,和合作酒店相辅相成,而不是去吃掉酒店的客户。”徐曙光表示。

三年前与携程的分手,让格林豪泰遭受了部分损失,但现在世道已经变了:OTA霸权被旅游垂直搜索与电商旅游平台所瓦解,目前与格林豪泰合作的中介也适应了徐曙光的规矩:“艺龙、同程在这一方面做得很好,定位清晰。”徐曙光表示,格林豪泰和布丁都坦言它们将实行直销分销整体布局的战略,后者虽然不会割舍,但也不再“性命攸关”。看起来,已经没有什么能阻止经济型酒店“站着挣钱”了。

棋到“中”局

不可否认的是,经济型连锁酒店的特质决定了,它们更适合直销,但中国酒店业整体呢?

“中国酒店OTA分销成本从2006年的9亿元增至2010年的29亿元,5年间增长3.2倍。”赵焕焱指出,目前中国酒店业整体直销的比重太低,对分销商的依赖性依然很大。王铮证实了这个说法:“我们的客户大部分是通过OTA才知道酒店,从而预订酒店。”他所任职的三星级酒店——也就是中档酒店代表着中国酒店业的主体。

赵焕焱指出,中国很多三星级酒店可出租房间的平均房价低于经济型连锁酒店,各种配套产品和服务无法形成规模效应——换言之,它们暂时还无法像经济型酒店那样把直销做得如此彻底;他同时认为,“就提升经营水平来讲,单体中档饭店加入品牌和连锁经营是比较容易采取的办法,而取得微运营平台支撑也很关键。”

像王铮这样供职于中端酒店的“微运营”负责人,对直销的兴趣是与日俱增的。而联系到近期经济型酒店纷纷“抢滩”中端酒店,似乎距离它们将直销的优势转移到中端市场,并不遥远。

“目前中国酒店的对策是多渠道,少环节,目标是逐渐扩大直销比例。”赵焕焱表示,“相信中国酒店业的直销比重会逐年提高。”

资讯

双龙柯兰多推出新品畅享新动力

在广州车展前夕,被誉为“世界级SUV专家”的双龙汽车,在张家界天门山隆重发布新款柯兰多汽油版车型。被称为“通天大道”的99弯盘山路上,柯兰多产品性能有目共睹,显示了双龙汽车和庞大共同振兴中国市场的雄心。“随着中国二次购车人群比例增加,中国的SUV市场已驶入快车道,兼顾越野能力、底盘扎实、节油技术和靓丽外观而选择SUV,正是迎合这一趋势,双龙柯兰多应运而生。”双龙汽车中国有限公司副总经理王志宏在介绍这款全进口新产品时,这样描述柯兰多。在他看来,柯兰多具有非常鲜明的产品特色,足能吸引都市SUV主流群体的关注。

张立奎水墨人物画展在京举办

由中国人民解放军国防大学宣传部、解放军美术创作院、中国国家画院青年画院、北京美术家协会联合主办的“笔墨从戎——张立奎水墨人物画展”于11月23—25日在中国人民革命军事博物馆举行。此次共展出张立奎近年来的精心创作的67幅作品,军旅画家张立奎生于山东临沂,1980年入伍,毕业于解放军艺术学院,中央美术学院水墨人物研究生班。中央美术学院访问学者,国防大学政治部专业美术创作员,解放军美术创作院艺委会委员,中国美术家协会会员。曾获第八届全国美术优秀奖、首届全国青年国画展金奖等。