

磁悬浮技术打响中央空调淘汰赛

作为磁悬浮中央空调产品的创造者和市场推广的普及者,海尔无疑将在这一轮技术创新和产业应用的双重革命中,依托中国创造的坚实后盾实现自身的跨越式发展和战略蜕变,成就全球中央空调市场“三足鼎立”新格局,也拉开了一场波及全球的产业淘汰赛。

■ 本报记者 文剑

磁悬浮到底给中央空调市场带来了什么?

当前,一场因为“磁悬浮技术”给中央空调产业和市场的发展带来前所未有的冲击,并开始从中国快速向全球迅速蔓延开来,有望在中央空调产业拉开新的淘汰赛。不少使用者对磁悬浮中央空调的客户坦言,“以前总是觉得磁悬浮是一项尖端科技,没想到用了这项科技产品后才感觉到,这种颠覆性科技带来的高效节能、便捷耐用,没有后顾之忧等截然不同的使用体验,这绝对会成为今后中央空调市场上的主导产品”。

作为磁悬浮空调的鼻祖,海尔成为这场中央空调产业应用新革命浪潮的主导者。《中国企业报》记者注意到,这也是中央空调诞生100多年来,进入中国30多年来,首次由中国企业以革命性技术创新开始定义这一产业领域的发展新时代。这也将是未来10—20年间全球中央空调产业发展的主方向。

作为全球最大的家电制造国,如今中国又多了一个“全球最大家电消费国”新身份,这无疑将给海尔这样的龙头企业以“新技术、新产品”谋求在全球市场上建立新的商业模式和增长体系,提供强大而坚实的后盾。

又爱又恨的磁悬浮

随着磁悬浮中央空调的问世,并迅速在市场上获得成熟而广泛的应用,对于传统市场的冲击已经开始显现。

2006年,当中国第一台磁悬浮中央空调在海尔问世,到今年的短短6年间,海尔磁悬浮3大系列产品已经赢得在酒店、商业办公、城市综合体、工业生产、政府公建、轨道交通等6大行业的众多工程项目,并获得用户的一致认可。由此也完成从一项科技创新产品到一个新兴产业的全产业链覆盖,为中央空调产业的众多企业在这尖端科技创新领域的发展,提供了良好的借鉴和参考。

不过,在磁悬浮中央空调诞生到推广至今的6年间,很多人对于这项全新科技产品却是“又爱又恨”。爱的是,这项尖端科技的成功应用,让中央空调产业迅速步入高效、高舒适性的新时代,将会大大降低建筑能耗、提升节能减排指标,符合全球特别是中国对于节能减排政策的引导方向。另外,这款产品可



海尔以磁悬浮中央空调系统解决方案迅速抢占市场主导地位

以成为很多政府公建、城市综合体等降低节能减排指标的首选产品。

恨的是,这一产品一旦得到全面推广,将会全面打破传统中央空调企业的既有利益格局和不少企业通过“维修保养等售后服务赚大钱”获利的潜规则。特别是磁悬浮拥有的超长使用寿命、高达25年以及无油路设计完全不需要第三方的维修保养和零部件的定期更换,直接斩断了不少企业通过维修保养赚钱的后路。

一些工程建设商坦言,“当初选择海尔磁悬浮中央空调,就是冲着磁悬浮这项尖端科技去的。进入安装阶段后才发现,这项技术打破了我们以前对中央空调的认知。其采用的380V通用电源和2安培柔性无压差启动,直接省去传统中央空调需要单独申请10KV电源和软启动器,既省去了一大笔的配套建设,更省去了很多的申请审批建设等时间,让我们整个项目的进程时间大大缩短”。

更令很多项目投资商没有想到的是,磁悬浮带来的无机械摩擦、无油路系统无需维护等领先性能,让中央空调的使用寿命提升1倍多,可达到25年,同时还省去普通中央空调应用100多年以来一直需要第三方的产品维修保养支出。“仅维修保养这一块,需要配置专人,更需要定期更换零部件,仅这一项节省的费用就达到40万元,这对于项目投资方来说,无疑是一桩高性价比的买卖”。

磁悬浮给中央空调用户带来的体验,远不止运营成本的降低,其特有的高效比、高舒适性精确控温

等优势,也让中央空调开始在国家节能减排政策推动下主动转型,构建了节能、低碳、环保的发展新轨道。

又强又大的新海尔

目前,在美国市场上,磁悬浮中央空调的市场占比已经达到10%,在中国市场上,这一产品的市场份额尚不足1%。这意味着,摆在磁悬浮中央空调创造者海尔面前的任务并不轻松,如何实现从产品科技创新到市场推广普及,将是一道与颠覆性创新同等分量的新考题。

亦有业内人士指出,换个角度看,作为中央空调未来发展的主要方向,磁悬浮技术必将取代传统的活塞式、涡旋式、螺杆式、离心式等产品,将在今后几年获得来自用户需求倒逼下的产业升级产品换代加速。这也将为海尔在中央空调市场的全面领跑提供强劲的动力和平台。

作为中国最早从家用空调进军中央空调市场的领军企业,海尔已经在中央空调行业进行了长达10多年的技术研发和市场推广,成为中国中央空调领域的技术引领者。特别是最近5年以来,海尔充分立足磁悬浮创新技术带来的产业升级转型契机,踏上了国家节能减排政策推动下的中央空调节能环保发展主通道,快速构建从技术领航到市场领跑的传递机制,成功在麦克维尔为代表的美国企业群、大金为代表的日本企业群双雄称霸的中央空调市场格局下,建立海尔为代表的

中国企业群第三极,成为市场的新领军者。

海尔磁悬浮中央空调已经成功在河南南阳龙鑫国际大酒店、洛阳凯美建国酒店、深圳招商地产总部办公大楼、世茂集团北京世茂工三期项目、香港北大屿山医院、北京地铁房山线等多个建筑和工程项目上得到了长期稳定的运行考验。

在全球范围内,只有海尔、麦克维尔等少数企业掌握了全套的磁悬浮中央空调产品研发创新和工程设计安装应用的全套技术。而在中国市场上,当前只有海尔一家推出磁悬浮中央空调,并完成了在6大行业领域项目上的成熟应用。这意味着,一旦磁悬浮中央空调在我国的市场份额从1%提升至10%,那么,给海尔中央空调业务带来的市场增长空间将是巨大的。

值得关注的是,近年来全球范围内对于家电产业节能环保、绿色低碳的发展方向已经达到共识。特别是中国政府,已经明确提出到2020年要在2005年基础上减少40%—45%的温室气体排放量目标。同时,还在今年的“节能减排”政策中首次将高效单元式中央空调,纳入国家财政补贴范围,这将会率先在国家公共建筑等项目上,率先拉开对节能中央空调的推广普及大幕。

海尔中央空调相关负责人坦言,“来自市场需求端对于磁悬浮中央空调带来的革命性使用体系的认知和认可,会加速整个产业,特别是企业在磁悬浮技术上的创新和市场上的推广普及,可以预见,未来10年中央空调产业将属于磁悬浮时代”。

智能时代来临 洗衣机巨头换道起飞

■ 本报记者 许意强

换个新跑道,企业创新发动机的力量就可以更大、速度更快。

已经走过30多年持续扩张的中国洗衣机产业,最近1年多来正面临着传统“价格驱动下的规模化扩张”后劲乏力的困局。要打造洗衣机新的发展动力,此前的“低价格刺激消费需求”套路已经行不通,必须要构建智能物联网平台下的全新技术创新驱动体系。

洗衣机产业发展至今,我们应该可以清楚地看到,无论是规模化扩张、价格普及,或者技术创新驱动,产业竞争最终还是要回归到用户需求的原点,只要牢牢把握消费趋势才能实现产业的引领。

12月13日,在小天鹅“第100万台iAdd自动投放洗衣机下线”现场,无锡小天鹅股份有限公司总经理柴新建告诉《中国企业报》记者,随着自动投放洗衣机产量突破百万大关,宣告以“智能、低碳”为内涵的第四代洗衣机消费浪潮将全面到来,这也是首次由消费需求参与并主导的洗衣机新革命,标志着洗衣机产业在经过30多年发展之后,再度回归消费导向的产业原点。

作为中国家电业唯一拥有34年发展史,至今还处在国内洗衣机市场竞争和产业升级最前沿的企业,小天鹅通过自身的发展经验传递出企业领航的筹码:不同时期以不同方式牢牢抓住消费者的心,引领一代又一代的用户选择。

做消费者的菜

近年来,满足消费需求甚至创造消费需求,已经成为众多家电企业谋求产业升级和技术创新的首要目标。不过,《中国企业报》记者在采访中了解到,很多消费者抱怨,“企业技术创新的产品,却不是我们真正想要的”。很多技术概念产品的出现,反而让消费者陷入无所适从的困境之中。

在洗衣机市场,企业的技术创新和产品升级一直简单地从洗衣机的产品角度出发,围绕“节水、节电”展开。不过,小天鹅的技术研发人员在对市场和消费者走访后发现,很多消费者对于洗衣机产品在节能、节水性能的提升并不敏感,却经常反映“每次洗衣服都不知道应该投放多少洗涤剂,投少了衣服上的脏洗不干净,投多了衣服上会有洗涤剂残留”。

无锡小天鹅股份有限公司副总经理胡自强介绍,“用户每次洗衣服的重量不同,洗涤剂投放的数量也会不同,如果只是凭借每个人的经验感觉投放,实际上很容易造成洗涤剂残留或洗涤剂不够洗不干净衣物,甚至对环境造成二次污染。这与当前整个社会倡导的绿色、低碳理念不相符合”。

如果继续仅仅沿着洗衣机产品在省电、省水技术这一个层面的创新轨道,显然消费者的最直接需求不会得到解决。生产企业必须要构建新的技术创新平台和通道。

经过200人组建的技术研发团队在近4年时间的持续技术攻关,2010年底,具有自主知识产权的小天鹅iAdd自动投放洗衣机正式通过国家科技成果鉴定,被认定为“国内首创、国际领先水平”。这一产品的出现,自动感应衣物重量、水量及环境温度,计算洗涤剂量完美配比方案,直接解决了长期以来用户洗衣过程中“洗涤剂投放”的难题。

柴新建介绍,“基于洗衣机一贯的节能节水技术升级道路,小天鹅作为全球首台物联网洗衣机的创造者,决定借助智能化技术开辟洗衣机产业升级道路,开创更智能、更节能、更省心的自动投放洗衣时代”。

自2011年初小天鹅率先在中国市场推出覆盖波轮、滚筒的自动投放洗衣机,到今年12月,第100万台小天鹅iAdd自动投放洗衣机的下线,短短两年时间在消费需求的强势推动之下,自动投放洗衣机已经从小天鹅一家的技术创新成果,变成全社会主流消费趋势,由此还将成就一个庞大的智能洗衣机新产业。

探洗衣机的路

近两年来,当整个家电产业都陷入外部经济疲软导致的需求低迷、内部传统增长方式后劲乏力价格刺激衰退,如何在满足需求并刺激新增需求通道下获得稳定增长,并非是要让技术创新绑架消费需求,而是让消费需求与技术创新无缝对接,这已经成为摆在产业领军企业面前的一道坎。

面对这些问题,小天鹅率先给出了答案,全新推出自主研发的行业首款物联网自动投放洗衣机,将自动投放技术搭载到物联网平台,对未来洗衣体验的革命性颠覆和智能化升级提供技术基础,提前开启全智能洗衣时代。

在第100万台iAdd自动投放洗衣机下线仪式现场,国际权威机构英国Intertek还为小天鹅iAdd自动投放洗衣机颁发“碳足迹”绿叶标签认证。这也是行业首家通过Intertek绿叶标签认证的洗衣机生产企业,为洗衣机产业的低碳、高效可持续发展树立了标杆。

对此,中怡康市场研究公司品牌总监左延娟指出,“我们看到未来的趋势是,消费者希望获得更智能、更低碳的产品体验,自动投放洗衣机颠覆了传统洗衣体验,引领消费方式的智能升级,不但代表了高端洗衣机的智能化发展趋势,还符合家电业绿色低碳的发展方向,正逢其时”。

立足自身的强大技术能力以及对于消费需求的精准把握,在洗衣机智能化升级浪潮中建立的一套全新的产品坐标和发展体系,成功将智能化与物联网技术进行无缝对接之后,让消费者现在进入未来。这不只是小天鹅为自己在未来的持续引领构建的增长新引擎,也为整个洗衣机产业的持续升级探索出新的路径。

技术创新与消费需求无缝对接下的洗衣机全智能化发展大幕已经拉开,以小天鹅为首的中国洗衣机巨头开始在新的发展通道上,谋求在全球市场的腾飞。

行业观察

忽视产品质量的企业难以长久

■ 沈闻润

日前,一则“林内、华帝”等知名品牌企业生产的电热水器,因产品能效等级不达标被判定质量不合格事件,给已经遭遇一整个市场寒流考验的家电产业,带来新的冲击。

一家是来自日本的老牌热水器企业,一家是来自中国的知名厨电企业,双双跌倒在“产品质量不合格”这一企业生命线面前,令人诧异。

近年来,在中国家电市场上,华帝、林内等知名企业产品质量不合格事件并非孤例。就在今年6月份,小家电企业艾美特的一款电压锅在国家质量抽查中被查出“超标56倍”。之后,艾美特方面对于不合格产

品所采取的“拒不承认、推卸责任、拒不道歉”态度,引发社会舆论指责,最终企业在沉默1个月后就宣布对问题产品公开召回。

当前,中国家电产业在国家政策引导下积极谋求从制造向创造转型升级,谋求从价格驱动品牌、技术创新驱动的产业背景下,保证产品质量的持续稳定、可靠已经不再是企业发展的主要挑战。但华帝、林内却跌倒在“经常被忽视,却又事关企业生存大计”的事件上,折射出整个产业在快速转型升级中少数企业身上所存在的“短视”与“投机”。

透过华帝股份(002035)2012年半年报可以看出,热水器业务占到公司主营业务的比重为21%左右。这意味着,

热水器销量的好坏直接关系到上市公司的业绩表现,而产品质量则是直接决定华帝能否继续在国内热水器市场谋求继续发展的关键。面对“产品质量不合格”这一问题,华帝接下来如何将如何消除消费者心目中的阴影,显然对企业和品牌来说是一次巨大的考验。

同时,这对于今年以来处在“反日情绪”市场冲击下的林内热水器来说,无疑是“雪上加霜”。其当年从日本起家后进行国际化扩张进入中国市场,并取得一席之地,显然也是基于日本企业对“产品质量”管控一贯的高标准、严要求理念。为何在进入中国市场多年后却出现“产品质量不合格”事件,令人不解。

当“产品质量就是企业生命线”这

一理念在中国家电业贯彻执行30多年后,林内、华帝却仍然无法保证产品质量的持续稳定、合格,竟然公然虚标产品能效,反映出对于家电企业违法违规处罚力度过轻。显然,建立产品质量不合格企业的黑名单已经迫在眉睫。特别是要对于屡次出现不合格事件的企业加大、加重处罚力度。

目前,距离监管部门抽查林内、华帝产品质量不合格事件已经过去两周时间,两家公司至今尚未向消费者道歉,也没有就质量不合格产品给出具体的解决方案。不过,我们相信,随着消费者购买行为的理性化,一家连产品质量都无法保证合格的企业,显然无法获得消费者的认可,市场也会给出相应的处罚。