

厨电步入消费驱动时代 方太风魔方领航高端油烟机未来

“

从大风量、低噪音、没油烟、不再油腻,直到今天“前所未有的吸油烟效果”,升级的是企业产品技术,带来的是用户前所未见吸油烟效果,改变的是中国油烟机从大风量、低噪音的单一发展时代向消费需求为导向的全能发展时代进化。



方太风魔方开启高端油烟机新未来

■ 本报记者 许意强

中国油烟机市场正面临新一轮“升级换代”消费浪潮的冲击。3月25日,在主题为“主动进化”方太全新一代风魔方驭风而来的新品发布会上,中国高端厨电专家与领导者方太,以两款“前所未见的吸油烟效果”的风魔方油烟机新品,直接将中国家庭带入厨电生活最佳体验的新轨道。

方太集团董事长兼总裁茅忠群在会上表示,“方太是一家使命型企业,与那些一味追求销量和利润、以竞争为目的的企业不同,方太是以使命、愿景、核心价值观驱动,以‘让家的感觉更好’为我们的最高使命。从1996年开创中国第一代自主设计的深型油烟机,2001年开创中国欧式吸油烟机,2005年开创嵌入式成套化厨电,到今年以新一代风魔方开创前所未有的吸油烟效果,正是受到这一使命推动完成自我进化”。

风魔方 开启高端油烟机未来

一个全新时代开启,标志着一个旧时代的结束。方太“主动进化”基因推动下持续开创新中国厨电产业一个又一个消费潮流。

随着方太新一代风魔方油烟机的问世,标志着以“大风量”为卖点的传统油烟机市场,将迎来新一轮的升级换代;新的消费浪潮将正在“风魔方”推动下快速形成,从一味追求大功率、大风量向追求全面的吸油烟效果转变。

“前所未见的吸油烟效果”,成为方太“风魔方”给消费者带来的最大惊喜。近年来,随着技术创新步伐的加快,消费者对于厨房生活的体验要求

也越来越高。就在“2012方太厨电科技创新暨绿色厨房(北京)论坛”上,来自众多行业专家和新闻媒体的人士纷纷指出,“油烟机体验的最好时刻还没有出现,就怕家里炒辣椒,油烟一下子排不出去,脸上还油腻腻”。

在2010年以“高效静吸”吸油烟机,实现了中国厨房对高效排烟与超低噪音的兼得之梦之后,2013年方太再度立足自身的科技创新实力,通过敞篷宽流进风、全加速直排系统、全自动隔烟屏、自动巡航增压四大核心技术,实现了油烟机的“大风量、低噪音”基础性功能与“时尚设计、智能控制”创新性功能的完美融合,开创了“从内到外”系统升级的全能时代。

方太“风魔方”系列产品所开创的“前所未见的吸油烟效果”,不只是体现在大风量、低噪音等单一产品性能上的升级。发布会现场,记者看到,科技感十足的全自动隔烟屏,橙色全触摸感应控制以及面板45度倾角设计,让这款产品从技术到性能、从细节到整体、从外观到内容的全面升级。

中国家电研究院副总工程师张亚晨指出,“消费者需要的不是吸油烟机,而是健康洁净、无油烟的厨房烹饪环境。方太今天发布的新一代风魔方油烟机,就是把握并满足这一消费趋势,通过企业自身的技术进化和持续投入,让我们看到了中国最优秀厨电企业的创新能力和智慧”。

可以预见,以方太新一代风魔方油烟机的问世为代表,中国高端油烟机市场正在从单一技术手段和产品功能的较量,转向以综合创新能力和舒适消费体验的博弈,这将会进一步提升整个中国厨电产业的竞争实力。

中国五金制品协会理事长张东

立则认为,“作为目前中国唯一在高端市场占据主导地位的行业,方太今天推出的风魔方产品代表产业发展的趋势,能更好地引领行业创新,满足消费者需求。多年来,方太一直在不遗余力倡导并推动行业公平竞争,健康发展,引领行业向前、向上发展”。

方太 领航高端市场转型升级

企业间的竞争,归根到底是消费者需求的竞争。方太通过“聚焦用户需求、满足用户需求”的理念,摆脱企业间的超低价、概念炒作等恶性竞争,最终成功抓住消费需求,成为产业真正的领导者。

在2013年方太继续以“新一代风魔方”开创的中国油烟机消费新时代的背后,正是得益于企业对于消费趋势准确把握和消费需求精准满足的综合实力。这也成为今后中国高端厨电市场竞争的新门槛。

中怡康市场研究公司总裁连四清透露,自2004年以来,方太在高端吸油烟机市场占有率稳居第一,高端市场份额占有率近40%。

来自第三方市场研究公司中怡康的一份对全国429座城市、销售价位4000元以上的高端抽油烟机市场调查显示:2008年到2012年,方太连续五年成为中国高端油烟机市场的绝对领导者,市场份额是排名第二企业的一倍多。

这意味着,方太不只是在当年开创中国高端厨电市场,更是在最近几年来遥遥领跑中国高端厨电市场,完成从开拓者到领导者的核心竞争力建设,从而实现了对中国油烟机发展趋势的持续引领。

过去几年间,方太相继完成从自主设计深型吸油烟机的开创者、中国欧式吸油烟机的开创者、近吸式吸油烟机的开创者,到“高效静吸”油烟机的开创者,嵌入式成套化厨电的开创者的一系列领跑。如今,随着新一代风魔方产品的推出,又将进一步夯实方太在中国高端油烟机市场的领导者地位。

对此,方太集团副总裁孙利明表示,“在方太全面领跑高端市场、引领高端油烟机消费趋势的背后,是我们在中国厨电市场上一直坚守关注消费需求的发展理念,持续不断地提供能够真正满足消费需求,并创造前所未有的厨房生活新体验的产品”。

连四清则表示,“最近几年来,我国家电产业竞争重心正在发生转移,从关注竞争对手到关注市场用户。这意味着企业技术创新体系面临着从竞争导向到消费需求导向的跨越,这将给厨电企业的创新体系带来新的考验,如何面向消费需求进行动态创新”。

在坚持每年将不少于收入的5%投入研发,已经拥有200余人的研发人才团队,2个国家实验室,厨电行业唯一的国家级企业技术中心等一系列创新资源的硬件保障之外,方太近年来在“技术创新”驱动体系之外,又引进了“消费需求”驱动体系,并通过将消费实际需求与企业创新能力的精准对接完成一系列引领时代潮流、颠覆消费习惯的新产品、新技术的层出不穷。

张东立认为,“在竞争激烈的中国家电市场上,厨电企业的高端竞争力应该是领先其它产业。特别是方太等本土企业已完成从核心技术创新、产品升级换代到消费需求满足的可持续循环发展体系,实现从技术、产品到市场份额、消费趋势的全面引领”。

前沿

智能云家电抢占 微笑曲线最高点

■ 本报记者 许意强

一套售价高达15万的海尔智能云家电解决方案,出现在2013年中国家电博览会上,并在整个展会期间引发参观者的蜂拥而至、亲身体验。这似乎在向全球市场传递中国领军企业的创新能力。

《中国企业报》记者在现场看到,涵盖了智能电视、手机、电脑、空调、冰箱、洗衣机以及酒柜、电热水器、燃气热水器等众多产品的首套智能云家电解决方案,让手机变身“遥控器”,让电视变身“家庭控制终端”,让冰箱、空调、洗衣机等家电可以互联互通,还实现人机的智能交互。

海尔工作人员介绍,“只要拥有这套智能云家电,可以一边在家看电视,一边查看并调节冰箱、洗衣机、空调的运行状况;甚至还可以让冰箱直接连接绿色食品配送中心,购买放心的安全食品;孩子放学后手机自动接收安全到家的信息,并通过视频监控看到孩子学习的身影;晚饭后自动睡眠模式、空调自动调节、安防系统启动”。

基于全新的云计算、大数据收集和分析、在线服务等创新技术,海尔已经将智能时代云家电技术创新的种种生活远景,变成现实生活中触手可及的服务产品,让我们在提前享受到未来的智能时代生活方式同时,也推动了企业经营方式和商业模式的变革。

与目前市场上销售的智能电视、智能冰箱、云空调等产品相比,业内人士指出,海尔推出的全套智能云家电不只颠覆此前家电只能单向接收命令的局面,实现人与家电的双向互动沟通,还一举解决了智能时代下各类家电产品之间的互联互通,最终让整个家庭变成了一个智能大空间。

据悉,海尔正是基于自身的全系列家电产品布局,实现白电、黑电等各种用电设备的跨界融合,通过手机或Pad将所有智能家电系统连接成一个互联互通的双向网络,使系统从原来的单一网络控制改变为人机双向智慧互动,从人为被动的操作系统转变为系统主动感应环境为人服务的智慧生活,创造一个“安全、便捷、绿色、健康”的全新生活方式。

业内人士指出,“从单套智能家电的研发销售,到全套智能家电的推广普及,对于中国企业来说带来的不只是经营利润、用户黏性的大幅度提升,还打破传统的家电企业商业模式,变‘大规模制造、低成本分销’的盈利模式为‘卖产品到卖服务’的全新盈利模式,将传统家电企业以产业链为竞争力,变为智能化时代下的价值链为核心资源”。

已经连续四年蝉联全球大型家电市场自有品牌第一的海尔,近年来一直在以管理创新推动商业模式变革,特别提出在网络化战略阶段提出“虚实网整合”、“人单合一双赢”模式,探索面向互联网时代的开放式平台型企业建设。

当前,互联网浪潮正带领全球产业从商品经济过渡到服务经济,新一轮的“体验经济”浪潮席卷市场。尤其是随着高科技越来越“民生化”,一场以数字技术与体验经济相结合的智能化生活体验正成为全球范围内的主流趋势,用户对家电家居产品的需求也从传统简单、实用的功能,逐渐转向更加智能、便捷、舒适的体验需求。在大数据时代,对于海尔这样的综合性家电集团来说,显然可以整合更多的社会化资源、更多的产品平台,为用户带来全新的服务体验。

智能云家电全套产品解决方案的出现,不只是意味着中国企业开始从单一产品制造商向系统解决方案服务商的转型,还意味着中国企业已经完成将云计算与家电的技术创新融合,并借助第三次产业革命浪潮,抢夺传统家电业“微笑曲线”的最高点。

卫丰发布 绿色环保热水器

■ 王珊

随着人们节能意识的逐步提高,消费者购买家电不再仅仅关注产品价格、功能,还对家电的节能、节水能力尤为关注,节能环保已成为消费者购买家电重要的考量因素。绿色节能的理念已渗透到消费者脑海,这就要求家电企业生产出绿色节能环保家电,满足消费者的需求。

近日,中山卫丰电器有限公司顺应市场需求,将经过多年研究发明的新一代高效节能、减排产品——热能回收热水器隆重上市。秉承专业技术与生产优势,专注于节能环保热水器的研发与生产,已推出高效的多规格家用及商用系列热能回收热水器,为市场提供了全球首创的新一代绿色环保热水器产品,已获得国家发明专利,并获产品3C认证。

卫丰电器研制的“热能回收热水器”,特点是高效节能、环保、健康;其工作原理是用少量的电能将用过的废水中的热能回收循环再用,可将洗澡及生活用过的废水从约37℃吸热至9℃,回收了28℃温差的热能,废水还可用于冲马桶。

热能回收热水器能效比高达5.42,如果每次相隔几分钟不断使用(如美发店)能效比能达到6.5以上。是目前能效比(COP)最高的制热产品之一。其废水还可以自动冲马桶。与电热水器相比,热能回收热水器大大节约了能源和费用;以每个家庭四口人来计算,每天热水用量200L来测算,一天可节电6.036度,节水100升;每年可节电2203度,节水36.5吨。如果家庭用电以0.8元/度电、水费以2.8元/吨计算,每个家庭每年可节省电费1762元,节省水费102元。

行业专家表示,卫丰热能回收热水器节能、节水效果明显,符合国家倡导的节能家电要求。卫丰电器研发的热能回收热水器产品设有家用系列及商用和工业用系列。可广泛应用于家庭、酒店、美发店、洗浴中心、温泉、宿舍以及工业等。

云空调打开白电转型路

■ 本报记者 许意强

“云计算是传统家电未来发展的方向,就云空调来说,除了给消费者带来更好的产品体验和服务外,如果还能解决传统空调的高能耗问题,在国家节能减排中发挥作用,可以预见这对整个家电产业,都是一件好事”。

日前,中国工程院院士倪光南在参加“大数据时代的空调云应用——2013云空调高峰论坛”时作上述表态。

志高空调董事长郑祖义则指出,“云电视、云打印只是打开一扇云计算在传统制造业发展应用的窗口,对于云产业布局来说,云计算应用仍集中在信息通讯领域。随着今年云空调进入市场推广普及通道,一个高达万亿元的智能家电新市场正在浮出水面,白色家电转型方向趋于明朗”。

作为用于制冷制热的空调,如何与云技术进行融合才能引领产业未来发展方向?在郑祖义看来,在传统产业升级中嫁接现代技术,是传统产业升级的必经之路。在空调自身功能的基础之上,

通过引入云技术后构建一个云服务中心,基于大数据的分析和应用,建成一个厂家、空调、消费者三方互动的智能化平台。

自2012年2月推出的全球首台云空调后,目前志高已实现云空调的云控制、云诊断、云定制、云适应、云升级等五大功能应用。志高云计算研究中心主任万志民介绍,通过云空调五大功能的设置,让一台台空调在与云服务中心平台连接后,变得具有思想和判断力,可以自动感知用户的需求并做出回应,同时还能主动根据用户的生活习惯和环境变化提供舒适的空气解决方案,完成了空调功能的升级。

国家信息化专家咨询委员会委员宁家骏指出,“云计算并不神秘,可以提供云存储、云安全、云应用等诸多功能,与我们的日常生活息息相关。云空调基于云技术支撑,建立云服务平台后完成人、机器、服务的三者互动,使空调的管理更加人性化,改善我们的生活”。

“云空调对市场带来的最大冲击还在于,它一旦得到规模化推广普及

之后,在改变消费者对空调的使用习惯后,会带来空调厂家在商业模式上的变革,从最简单的空调研发制造,向空调的远程控制操作、智能管理软件开发、智能服务平台等增值服务转型,奥维咨询研究院院长张彦斌如是说。

对于消费者来说,云空调不只是创新技术,应该是前所未有的消费体验。

倪光南特别强调,“将当前很热的云计算技术与传统空调进行结合后,带来的是服务模式和内容的变化。对于消费者来说,不关心你的技术到底是什么,而是具体的服务内容和模式,采用云技术之后让传统家电的服务提升,能给消费者带来更好的体验、更好的产品,这应该是给予支持和鼓励的”。

在推出全球首款变频云空调i-Congo后,过去一年间,志高空调并没有急于推动云空调的市场推广普及,而是在北京、广州、重庆、佛山、深圳五大城市开设云体验馆,推动市场消费层面的产品体验。

知情人士向《中国企业报》记者透

露,“目前,志高不仅完成云空调的产品技术标准制定,建立涵盖国内专利81项、发明专利33项、国际PCT专利3项、著作权保护15项、软件保护4项的云空调知识产权保护池,还向工商部门注册云空调商标,抢先完成在云空调上的立体布局,未来让很多竞争眼看着云空调成为趋势却只能避开”。

对于空调产业来说,云计算无疑是实现转型升级的突破口。对于志高来说,云空调却是实现与竞争对手的差异化竞争。张彦斌则认为,“志高空调非常清楚,相对于传统空调业,云空调对于消费者来说,不能只是停留在技术概念层面,而是使用体验的变革,他们的这一系列布局,无疑正是朝着培育消费需求、锁定主流人群方向展开”。

云计算在家电业的应用,就是在传统“制造销售”市场之外,构建一个基于智能化服务、交互式体验的全新商业模式,让传统家电制造商在云计算、智能化、互联网浪潮推动下,向系统解决方案服务商转身。