

整合多品类 美的激活水家电市场

■本报记者 文剑

水家电,在成为继空调、冰箱等大家电和电饭煲、电磁炉等小家电后的中国家电业新的“利润奶酪”,开始受到各方企业和资本的关注。不过,面对这一领域长达10多年时间内“推而不广、有标不依、竞争无序”现状,到底谁能激活水家电市场?

日前,有消息传出,已经在净水行业“浸淫”10多年的美的集团,在完成集团整体上市整合同时,将加大对水家电市场的布局和拓展力度。集团旗下美的生活电器事业部,开始将水家电与电饭煲、电压力锅等产品整合,打造纵向协同扩张的新产业链。

回归产品: 让消费者有的选

对于已布局水家电产业10多年的美的来说,也一直受到产业市场化“波浪式”发展走势制约,未能走出一轮“持续增长”的大阳线。“从0到10”的发展容易,但从10到100的跨越,成为制约水家电产业和相关企业的最大瓶颈”,一位水家电企业人士坦言,这个产业一直没有形成一个稳定而持续增长的商业体系。

对此,美的生活电器事业部总经理甄少强表示,“过去10多年来,美的经历了中国水家电产业从无到有、从小到大的发展历程。在美的成为中国水家电产业领军企业的过程中,我们充分认识到,必须要通过产品、技术、营销、服务的四维一体化整合,牢牢把握并引领消费者需求,才能构建水家电的商业化轨道”。

“以不变应万变,以自变带业变”,这成为过去10多年以来美的水家电快速崛起的最大动力。面对市场竞争的混乱与无序,特别是中小企业以低质量、低价格产品冲击市场,美的水家电始终以“持续提升的产品竞争力”应对“千变万化的市场环境”。

另一方面,作为行业领军企业,

美的也在不断完善产品线,提升产品应用领域,建立包括饮水机、净饮机、电热水瓶、净水桶四大产品线,推出厨房净水机、直饮机、管道超滤中央净水机、软水机、管线机和商用净水设备等全方位的产品体系,以自身持续变化的产品和技术,带动整个水家电行业消费趋势和潮流的变化。

正是通过在产品品质上的稳步提升,和在产品技术和种类的持续更新,最终让消费者在水家电上的可选择性空间增长,也实现了市场应用空间的扩大。来自中怡康的市场监测数据显示:美的水家电旗下的饮水机、净水机两类产品,均以50%以上的市场占有率,牢牢稳居产业第一的位置,显示出企业的竞争优势。

瞄准技术: 建立核心竞争力

发端于海外市场的水家电技术,目前已经形成了美国、韩国以及以色列等技术强国。中国在水家电技术上属于典型的“引进来,再消化”。以美的为例,通过与韩国技术实力最强的净水企业清湖合作,在短的时间内便补全在水家电上的“技术短板”。同时,又立足自身长达10多年来对于中国水环境、水资源的研究,率先实现净水技术上的“先中外融合再自主创新”道路。

净水行业资深专家顾久传则认为,“国外的净水技术,并不能拿过来就用。就中国来说,每个省的水质环境千差万别,用一种技术和一款产品很难实现全面覆盖。实际上,2011年前后3M、松下等几大净水产品被查出产品质量不合格,正是受到地域环境和水质差异等影响”。

基于对中国数千个家庭的厨房空间的调查研究后,美的专门针对了智能嵌入式设计的净水机,全封闭式的设计隔离油烟、虫鼠二次污染,同时还节省厨房空间,提供一整套的净水解决方案。



面对长期以来一些消费者在净水机使用过程中,普遍存在的“一机永逸”认识误区。净水机使用长达半年甚至一年都不更换滤芯,从而造成水的二次污染等情况。美的专门在净水机上研发智能预警系统,多级滤芯动态显示,智能记忆滤芯设备实时动态,通过图标闪烁以及蜂鸣,提前15天自动发出滤芯提醒。

正是基于在技术上的“推陈出新”,推动美的在净水机产业的强势崛起。目前,围绕水家电产业,美的已经完成从自主核心技术、滤芯等关键零部件,到整机和系统解决方案,产品技术标准等全方位的布局,参与并主导了《反渗透净水机》、《超滤膜净水器》等国家标准的制定者。

日前,美的独创的第三代 ONE-TOUCH 一体式滤芯,配合高智能化的滤芯寿命预警系统,实现入水、净化、出水一键式完成,即滤即饮,无需任何等待时间,打破原先的滤水、净水、存水到饮水的消费体验,倡导更加健康、时尚的净水生活新主张。

精于变革: 引进来和走出去

从卖产品,提供一体化净水解决方案,到探索依靠增值服务盈利,倡导一种全新的家庭健康饮水方式。这正是近年来,作为水家电领头羊的美的,针对净水产业现状和发展,不断

探索的一条变革之路。

甄少强认为,“正是基于对于水家电事业的前瞻性预判以及面向中国家庭倡导并推动一种全新的健康饮水生活新方式的企业愿景,美的在完成核心技术引进来之后,还在积极推动净水产品走出去,最终意在探索一条真正满足不同中国家庭健康饮水需求的商业化道路”。

在完成了对市场消费需求的把握以及产品和技术的布局之后。自去年开始,美的水家电又展开了新一轮的“领跑、升级”战略。即全面立足市场需求,实现在中高端水家电市场上的升级转型,在拓展水家电产业的长度同时,也在积极做强水家电产业的宽度和厚度,谋求在市场整体规模、市场占有率和市场利润三项指标的全面领跑。

最新数据显示,今年五一黄金周期间,美的饮水机销量同比增长22%,其中高端沸腾胆系列同比增长10%;净饮机销量同比增长35%,其中高端纳滤系列同比增长351%,美的水机类产品终端销售额同比增长幅度达到11%,高端沸腾胆系列同比增长86%。

在寻找激活水家电市场的过程中,美的已通过自身的探索与付出,开辟了一条美的式领跑的新道路。早在2010年,美的水家电产业规模已经达到20亿元,预计到2015年这一数字将突破100亿元。

方太全新一代风魔方劲吹互联网时代

■本报记者 文剑

蜂拥而来的互联网浪潮,作为传统的厨电企业应该怎么办?日前,随着方太全新一代风魔方油烟机的问世,一个被认为是互联网时代下的高端油烟机标杆,随之“浮出水面”。

清华大学中国企业研究中心常务副主任胡左浩教授指出,“互联网时代下,对于企业来说面临的巨大挑战,整个市场竞争步入消费者定义并驱动的新轨道中。这就意味着,企业的技术创新必须要与个性化消费需求无缝对接,才能引领网络时代的产业发展方向”。

面对近年来中国高端油烟机的功能实用化、设计时尚化、操作智能化的发展趋势,作为中国高端厨电专家和领导者,方太集团正是立足于做“使命

驱动型”企业,坚持“让家的感觉更好”的发展理念,牢牢把握住“消费需求”主方向,最终在连续五次开创中国高端厨电产业发展新时代的背景下,再度于2013年开启中国高端厨电的互联网发展新浪潮。

与传统的油烟机相比,方太全新一代风魔方完全从消费者的立场和利益出发,直击油烟机的功能本质,即带来“前所未见的吸烟效果”。这意味着,方太在这一产品研发过程中,必须要打破传统的技术研发和创新体系,将消费者最关心、最在意的“产品使用效果”为核心基因,倒逼企业内部的创新体系,整合吸油烟机从外观设计到功能、从体验到制造的一体化过程中。

消费者不是技术专家,他们不知道企业到底应用哪些创新技术,但他

们却决定着未来的发展和走势。相对于一些技术概念炒作、产品功能包装和市场买赠促销,消费者更愿意为能够提供最佳使用体验和舒适效果的产品买单。在浙江万里学院客座教授冯洪江看来,“在这一背景下,方太全新一代风魔方对市场上的传统油烟机造成冲击,并不难理解”。

在厨电业内人士看来,方太全新一代风魔方给高端厨电产业带来巨大的变革,主要是因为:一方面,是基于长期以来消费者在吸油烟机使用过程中,普遍存在的“油烟吸不干净,噪音比较大”等不舒适产品体验,提升吸油烟机的产品体验已迫在眉睫。另一方面则是,近年来在油烟机技术创新和产品升级过程中,市场出现的一些“技术概念炒作、产品功能包装”等误导消费者行为的现象,整个厨电市场特别是高端厨

电竞争必须要回归消费者本位。

与人们传统的认知不同的是,在所有的家电产品中,油烟机对技术含量和可靠性要求最高。因为吸油烟机要长期在一个相对恶劣的工作环境中,但却需要同时满足人们多方面的需求:足够大的吸烟量、工作时发出的噪音要低、耐腐蚀、表面强度足以应对用户的经常性擦洗、具有良好的电气安全性能等诸多需求。

对此,方太集团副总裁孙利明坦言,“互联网浪潮冲击不到方太,反而让方太在过去近20年的积累和沉淀得到了释放的平台。作为中国第一家拥有厨电行业的国家级企业技术中心,手握400多项国家专利,仅发明专利就多达58项之多的企业,我们可以应对日益加速的高端厨电产业升级和快速变化的消费需求”。

企业力接替政策力 容声冰箱再现加速度

■本报记者 文剑

国家“节能惠民”政策的退出,就像是推倒一张多米诺骨牌,迅速在中国冰箱市场上引发新一轮的洗牌浪潮。日前,新飞冰箱就因受国家政策退出的影响,让生产线上的临时工无限制放假,并表示如果库存消化不畅,有可能裁员。

与此同时,以容声冰箱为代表的行业领军企业,在国家政策退出后再度掀起新一轮的节能冰箱普及风暴,以企业让利新政接替国家政策,实现面向市场和消费者的无缝隙对接。

对此,中怡康市场研究公司品牌总监左延鹏指出,“国家节能政策的退出,必然会引发市场深度调整,

同时这也会加速产业大企业与小企业之间的两极分化。对于已经患上政策依赖症的小企业来说,将被迫出局。而市场份额会进一步向大企业手中集中”。

中怡康市场监测数据显示:中标国家节能惠民的节能冰箱市场零售量份额从去年6月9.91%增长至68.78%,有力推动冰箱产品结构升级。其中,截止到2013年4月,容声冰箱市场零售量、零售额年度累计占比分别达到11.6%、9.8%,较去年同期的9.8%、7.6%继续保持快速增长的势头。

借助国家政策东风以及企业提前拉开中国冰箱产业在三门、多开门等中高端产品上的转型升级大

幕,近年来,作为中国冰箱业拥有30年品牌发展史的业巨头容声,在中国冰箱市场上走出一根“持续上扬”的大阳线,与老用户共同演绎一场“中国好冰箱”的品质传奇。

左延鹏认为,“容声冰箱的增长,表面上看是受到国家政策等外部力量的推动,实际上是企业建立了面向市场和政策的产品力,并通过加快产品升级换代速度、强化中高端市场份额抢夺,最终完成自身的成长力建设”。

过去几年,政府通过补贴政策这一“无形之手”在积极推动家电产业的升级转型。如今,随着政府调控之手退出,家电企业和家电市场竞争再度回归到“自主发展、优胜劣

汰”的市场化竞争轨道之中。这无疑开始赋予大企业更大的市场竞争力和生命力。

对于已完成产品力的容声冰箱来说,借助政策东风已完成由“产品力”激活“增长力”,最终构建一条“不依赖政策、完全自主”的企业增长体系。目前,冰箱市场排名前十位的品牌零售量份额达到84.4%,其中容声冰箱市场占有率稳居第二位。

正是基于对消费者在冰箱节能、保鲜领域,对中高端冰箱刚性需求的准确把握,容声冰箱提前推出一系列大容量、高节能、新保鲜的产品,提前锁定今年冰箱市场竞争的胜局,并将继续驱动整个产业的中高端升级。

一晚1度电,谁说了算?

■本报记者 许意强

“为什么厂家宣传的空调耗电量,与我在家里拿电表测出来的耗电量不一样”。

日前,随着天气升温也引发空调市场销售步入高峰期,作为家庭“电老虎”的空调节能性再度引发消费者的高度重视。一些消费者在购买“一晚1度电”等产品后,对企业宣传的实验室检测报告耗电量,与家庭电表测量出来的耗电量不同后,提出上述质疑。

普通家庭通过电表直接测量空调耗电量的方法不科学,会受到家庭中其它家电产品的影响。国家认监委强制性产品认证技术专家组成员、广州威凯检测技术有限公司副总工程师吴志东指出,“100个家庭,有100个环境条件,更有100个不同的测试结果,产品测试数据不具有代表性。就空调器来说,产品性能受环境的温度、湿度影响较大,为统一产品的测试方法和性能要求,要专用的设备控制环境温度和测量产品性能,这必须是在专业的检测机构实验室才能实现”。

只有采用国家认证的第三方实验室测试出来的结果,才能反应出空调产品的性能状态,结果才具有可追溯性和可比性。吴志东指出,“在实验室进行测量是国际上认可的公正可靠的方式,也是对消费者负责任的方式”。

不只是在中国,《中国企业报》记者了解到,目前包括欧盟、美国、日本等全球各个国家,对于空调产品的节能性、稳定性等质量性能判断,均是采信由“第三方认证认可实验室出具的检测报告和相关数据”。

江苏益邦律师事务所王书贵指出,“我国现行的《产品质量法》等法律法规,对产品质量检测、抽查等均给出明确规定。也就是说,空调是否节能不是由企业或者消费者说了算,而是由国家工商、质监等执法部门,依托国家认定的第三方检测机构出具的检测报告认定”。

一个例证便是,目前在中国市场上,无论是省级还是国家级的产品质量例行抽查,国家质监部门均是将抽样产品直接送到第三方检测中心检测,并通过其出具的相关检测报告判断产品质量是否合格。

对于一些消费者提出的“一晚1度电空调为何会出现实验室检测数据与家庭实测数据不符”的情况,以美的空调在相关宣传资料中标准的“一晚1度电ECO节能技术是在晚间室外温度30度的情况下测试”为例,根据国家空调器产品质量标准,室外温度在30度及以下的发生时间占整个制冷发生时间的58.45%,这个是全国的综合统计值。国家气象资料显示,即使是在中国典型的火炉城市(如广州、武汉、南京等),夏季晚间平均气温低于30度的天数也占绝大多数。

“客观地说,夏季晚间室外环境温度30度及以下,是符合中国绝大部分地区的实际气候条件的。美的空调一晚1度电ECO功能的使用范围设定充分考虑中国大多数区域气候条件,具有较高的实用性和普遍性。”吴志东如是说。

《中国企业报》记者发现,自2000年以来,消费者就开始质疑空调厂家在市场上宣传的“空调耗电量”与家庭实际使用后测量的耗电量不相同。不过,随着空调厂家技术创新水平的提升,空调耗电量大幅减少。2012年9月,美的空调“一晚1度电”ECO节能科技已经通过国家专业机构检测验证,并已申请国家发明专利。当年12月,美的空调ECO节能技术被以中科院院士领衔的国家级科技成果专家鉴定为“国际领先”。日前,美的空调“一晚1度电”还跻身广东省科学技术厅发布的2012年高新技术产品名单。

首个4K超高清电视选购标准发布

TCL4K智能云电视斩获最佳

■本报记者 安也致

日前,中国电子商会、国家广电产品质量中心与领军企业TCL共同发布《4K超高清电视选购标准》,首次从屏、芯片、系统、画质提升技术、智能云、外观等方面,对4K电视进行明确规范,为消费者选购4K电视提供可以参考的标准。

国家广电产品质量中心还公布首批4K电视检测结果,其中TCL4K智能云电视云清V8500和云晰E5690被授予“最佳4K超高清电视”称号。此前,中国电子视像协会还全面推荐TCL4K智能云电视云清V8500、云晰E5690系列产品。至此,TCL4K智能云电视获得中国彩电业三大权威机构——国家广电产品质量中心、中国电子视像行业协会、中国电子商会共同推荐,一举站上中国4K超高清电视的技术制高点。

专家介绍,此次检测是当前行业对4K电视最权威的检测。TCL4K智能云电视在所有评测项目中表现出色,达到当前4K电视的最高技术水准,如其率先搭载四核处理器和Android 4.2系统,并拥有业内最高端的4K处理芯片MSTAR 901K,一举实现最佳的4K画质播放效果。同时,TCL4K智能云电视还在业内首次实现2K转4K关联补偿技术,图像真实度达到90%以上,远超同类产品70%的提升幅度,解决4K片源问题。

TCL多媒体副总裁杨斌表示,选购标准的发布将会提高4K电视行业准入门槛,有效阻止“伪4K产品”入市,从而增强中国彩电整体竞争力,为消费者带来良好的市场环境。

