

推出物联网突破性产品 海尔为世界家电开辟新跑道

■ 本报记者 许意强

近年来,面对智能家居万亿级的大市场,全球巨头和商业资本都一直没有找到突破口。就在大多数企业还在观望之际,海尔却在2017年上海AWE展(中国家电及消费电子博览会)上宣布,推出智慧战略落地成果,即由整套互联互通智慧家电构成的全球首个全场景智慧家庭,同时,首批161个智慧生活场景产品将在海尔体验店和顺逛微店同步销售。

对于世界家电业来说,海尔带来的惊喜不只是全场景智慧家电率先上市,更重要的是通过与中国家电研究院、亚马逊、微软等科技巨头合作,在全球五大洲成立联合场景实验室,实现智慧生活场景的全球化。场景数量将在未来一年从首批161个扩容到1000个以上,成功拿到物联网时代竞争的首张入场券,并彻底拉开与对手的距离。

终结智能家居概念战

近年来,全球科技巨头、商业资本和家电家居互联网企业都知道,智能家居、智慧家庭将是顺势所趋。但是,多年来智能家庭只陷入概念阶段,并没有具有突破性的产品出现,而对于消费者来说,留下的却是“智能家电不好用不实用、智能家居概念炒作多”的尴尬印象。

海尔在2017年上海AWE展上推出的全场景智慧家电,涉及客厅、厨房、浴室、卧室不同物理空间的首批161个智慧生活场景。一举终结智能家居行业概念战,让智慧生活从企业的演示和畅想,变成所有用户可以触摸、可以购买的市场化商品,并且还为广大身陷智能家居迷途之中的企业,提供产品率先落地和商业化引爆的方向和路径。

当前智能家居发展已走过三个阶段。其中,1.0阶段是硬件的智能化,旨在解决人与机器之间的远程控制等智能操作,推动电器到网器的升级;2.0阶段是场景的智能化,旨在完成相关智能家电设备之间的互联互通,从网器到成套设备的迭代;3.0阶段则是家庭的智慧化,旨在面向不同家庭不同需求的生活场景实现从被动服务向主动响应的差异化场景定制,实现从网器、成套设备到智慧生活场景的进化。

作为目前全球率先进入3.0阶段的企业,面对其它企业还在



以全场景为核心海尔智慧家庭全球率先上市销售

探索单一硬件智能化或单一生态场景时,海尔为何可以成功突破世界智能家居的“无人区”?这正是基于海尔全开放、全个性、全交互的U+智慧生活平台。基于物联网时代的用户需求,海尔U+智慧生活3.0发布,这是以云脑升维、UHomeOS和场景定制为核心的物联网平台。

开启世界家电新通道

海尔智慧家庭的发布,标志着中国企业率先拿到进入物联网时代的门票。从短期来看,会有更多用户有机会体验并享受智慧生活的健康、舒适、安全。从长远来看,海尔也彻底拉开与对手在物联网时代的距离,将对手远远甩在身后。

在业内专家看来,海尔不只是找到了智能家居产业化的路径,更率先完成从电器、网器到成套智慧家电商业化引爆。海尔跳开智能化的坑,找到智能化的商业风口,从而为世界家电找到在未来持续发展的新通道。

首先是创造了从体验到购买的线下线上体验店推广模式。海尔将互联互通的场景真实地呈现在用户面前,智慧生活对普通人来说不仅仅是个概念,而是看得见、摸得着的存在,是一条所见即所得,需求即订单,场景即销售的路径。

其次是实现了从终端到系统点面结合的战略牵引。与主推单一智能终端玩法不一样的是,海尔从一开始就是点面结合发力,多入口全场景:在智慧冰箱、智慧洗衣机、智慧空调等终端之上,有一个顶层设计——智慧家庭生态系统。通过终端之

间的连接,演绎出诸多原先没有的应用场景,比如通过冰箱下单实现生鲜采购,从而让海尔能够触摸“未来”,诞生一个又一个“网器”,孵化更完善的生态。

再次是实现了从用户到服务的商业模式创新能力。智慧生态系统的本质是用户,是大数据,这带来的不仅是企业的产品变化,更将从根本上影响企业的运营和商业模式,让企业从成本驱动时代进入到用户驱动时代。比如,海尔智慧空调拥有500亿条以上的大数据,除了造空调,还将智慧大数据向供热、供电领域对外开放,为用户提供全新的智慧供暖、用电解决方案。

近年来,中国家电快速崛起,成为世界家电的制造中心、创新中心、潮流中心,而世界级企业海尔,近十年来基于面向互联网时代主动转型和创新,凭借智慧家庭等一系列创新成果,远远地将世界家电业甩在身后。

探索从电器到平台经济模式

过去三年来,面对物联网时代的商业竞争和产业布局,作为传统制造企业代表的海尔,主动掀起一场“史无前例”的变革,既立足自身快速推动企业的开放化和平台化转型,在企业平台上打造一个又一个智慧生态圈;又面向物联网时代的万物互联互通的产业特点,将海尔的所有网器变成一个个连接用户的节点,积极投身于各个物联网智慧生态圈建设,完成从自我走向他者的蜕变,由此率先完成了基于家电产业拥抱物联网的转型落地。

除了智慧家庭率先上市引

爆,海尔还基于全球八大互联工厂和首个智能制造COSMO-plat,开启大规模制造向大规模定制转型的大幕,率先在家电产业实现“供给侧改革”的深入落地,这将会为今后智慧家庭特别是智慧生活场景的自驱动、自升级提供源源不断的动力。

目前全球108个工厂已经完成海尔COSMOPlat提供的应用解决方案的复制和落地,接下来还将对外跨行业、跨区域进行社会化的服务和推广。这也让海尔率先在世界家电产业的商业竞争大潮中完成智能制造能力建设向能力输出的跨越,从产品制造商向系统解决方案服务商的升级。

“鸡蛋从内部打破是新生,从外部打破是毁灭”。海尔无疑是物联网时代的那个新生者。在业内专家看来,探索从电器到网器,从网器到网站平台的社群经济模式,构建诚信生态和共享平台的价值,为用户提供了最佳体验方案,也实现从生态平台到品牌形象的双引领,最终成为物联网时代的引领者,这既是海尔转型的初心,也是传统制造产业的目标。

作为全球家电的领跑者,海尔基于自身几十年来的持续变革,已经率先完成品牌全球化的竞争蜕变,这将会给海尔在物联网时代的一系列转型提供源源不断的研发实力和资源平台保障。同时,基于旗下的卡萨帝、GE Appliances、Fisher&Paykel、Fisher&PaykelFisher&PaykelFisher&Paykel等一系列品牌差异化布局,在消费高端化转型、存量市场饱和背景下,海尔还在持续不断地为用户提供高端生活解决方案。

论道



中国家电研究院
副院长曲宗峰:

海尔领路全球智能家居产业

平台化、生态化和场景化,是全球物联网产业发展的必然趋势。如何创造被用户喜欢的智能场景,除了广泛的调研,还要求行业实现全面感知和智能化处理的技术跨越。近年来,海尔在人工智能技术与产品研发领域的深厚功底,可以说是全行业的宝贵财富,更为重要的是为全球智能家居产业领路。

当前,随着海尔全场景互联互通智慧家电的上市销售,诞生了161个智慧家庭应用场景,接下来海尔的智慧家居生活场景还将更多,通过平台开放,真正为用户提供更多差异化、个性化的体验。

虽然这只是海尔在智能家居时代的一小步,但是对于全球产业来说,却是行业变革的一大步。从全球来看,智能家居产业作为一个全新的行业和领域,近年来各个国家一直处在“摸着石头过河”的阶段,需要海尔这样的开创者来引领。

目前,全球智能家居产业主要面临着两大难题:一是智能终端之间的互联互通环节打不通,很多用户迟迟无法获得个性化、便利化的体验;另一方面虽然国家和企业都在推动智能家居的互联互通,但是受到信息安全问题,迟迟没有取得突破性进展。这也导致当前智能冰箱、空调、洗衣机等功能性终端,与智能电视、手机等内容性终端相比,市场占有率和普及率一直在个位数徘徊,迟迟没有取得突破。

从过去的电器到网器,再到生态和全场景的智慧生活体验,海尔一直在为世界智能家居产业的发展探路、问路。此次,全场景互联互通智慧家电的上市销售,海尔率先让用户对智慧生活“看得见、摸得着、体验到”,接下来将是在中国市场引爆智能家电终端销售。现在,智能手机市场的普及率高达90%以上,智能电视的普及率也突破80%,相信在海尔的带动下,智能空调、冰箱以及洗衣机等产品的市场占比会突破个位数,步入两位数发展的新通道。

随着海尔与中国家电研究院、微软等企业联合打造的全球联合场景实验室的落成,海尔将会更好与全球用户零距离交互,更快地捕捉全球用户在物联网时代的动态需求,从而研发出更有竞争力的智慧生活解决方案和场景,为每一个用户主动、精准地提供个性化的生态服务,最终让海尔真正成为智能家居的“世界中心”。

(本报记者许意强采写)