

新模式：互联网时代家电企业的大规模定制

海尔定制阐述如何实现从创意到交付

■ 王以墨

6月2日,2017中国创新与经济融合发展大会在京举行。会上,海尔的定制平台“众创汇”荣获“2017中国十大商业模式创新奖”,而海尔定制平台负责人王晓虎则被授予“2017创新中国十大新锐人物”的殊荣,他对海尔“从创意到交付”的创新定制模式进行了详细阐述。

满足用户需求是制造业转型的关键

海尔,作为全球白电制造业的领先者,在30年不断发展壮大的同时,也在不断地进行资源整合,国际业务的拓展,目前在家电制造规模和制造技术上已经稳居国际首位。

但随着“互联网+”、“工业4.0”等新概念接踵而来,传统的模式化产品已经无法满足用户日益增长的消费需求,“个性化”需求日益显现,包括对于产品的需求、服务的定义,甚至情感的表达等。用户已经不再单纯地消费产品,而是消费能力。这种快速变化,在带给海尔新发展机遇的同时,也带来了巨大挑战。而如何针对用户的需求做出快速反应,为用户提供更好的产



海尔定制平台总经理王晓虎发表演讲

品和服务,是传统制造业在互联网时代实现成功转型的关键。

创新是大规模定制的源动力

在海尔定制平台上,用户可以提交任何有关家电的创意和想法,来自世界各地的设计师资源以及海尔的强大研发制造能力,将会帮助用户实现他的创意。这是用户交互方式的革命,从被动式转为主动式。同时,传统的产品研发模式也从以前的瀑布式研发,转而成为以用户需求为核心的迭代式产品研发,针对用户的需求来设计产品,让用户参与产品从交互到设计、研发的全流程,让用户以一种非交易的心态,以一种共同设计产

品、创造产品的心态参与进来,也就是让用户定义产品。

这种从用户需求角度出发去众创产品的模式,通过预约定制的方式,提前下单预定心仪产品,用户可以看着自己提出的创意,一步步变成真实有温度的产品,而产品则是真实的用户需求的,这是赋予了产品新的交付方式。

这套从用户交互、方案设计、模块研发、虚拟验证,到样机制造、预约预售、生产智造、交付体验的众创定制流程被叫做Mind to Deliver(从创意到交付),它意味着重塑了一套新的产品生命管理周期(PLM)系统。

同时,针对产品的迭代式研发,海尔定制平台形成了一套协同研发机制,将海尔内部的超前研

发、企划、模块供应商等相关平台以系统方式联动协同。成员也成为价值链上的利益攸关方,在为用户创造价值的过程中共享利益,实现多方共创共赢。

而这些复杂的流程之所以能够高效地实现联动,借助于海尔定制平台有一套高内聚、强交互性、面向社群、多场景、可共用、可根据需求独立部署、可组合扩展,可以进行商用复制的端到端的模块化平台系统解决方案。这套解决方案按照矩阵式、模块化的互联网产品形态为上述各个节点提供服务,向上支撑消费互联网端的新的交互+交易模式,向下联动智能、柔性的供应链体系来进行闭环。

社群用户是创造价值的核心

后电商时代,社群经济逐步成为改变中国未来的新经济模式,并在其特定的市场产生着效应。

以定制为切入,聚焦社群经济,对社群用户进行精细化的深耕和运营,分别聚合母婴社群和家装群体,深入社群去挖掘产品的延伸需求,在社群化的交互和体验中实现交易的场景式消费,这是海尔定制平台众创汇2016年的实践经验,也是海尔定制平台众创汇对未

来的判断,更是这套众创能力遵循的宗旨。

为此,海尔定制平台跨界联合各垂直领域的最强平台,为包括母婴社群、买房装修的用户群以及时尚女性类社群用户在内的细分用户,打造“母婴定制产品矩阵”和家装家居定制一体化解决方案,以及定制化的用户体验,提供真正满足用户精细化需求的产品和服务。在今年3月上海AWE展上,海尔定制平台首发的壁挂式迷你干衣机就是通过母婴社群用户交互出来的产品,从前期的产品创意到后期的产品设计、产品功能点等互动参与,形成了高达14万以上的交互量,真正实现了干衣机产品的用户全流程交互,深受母婴社群用户好评。

真正以用户为中心,在社群化的交互和体验中实现交易的场景式消费,让用户所见即所得,打造用户的终身价值,这才是未来定制发展的方向。

随着我国“一带一路”倡议的推进,率先开始全球化布局的海尔正迎来广阔的发展机遇。相信,未来海尔的定制会孵化出更多符合用户需求的智慧物联网定制化解决方案,给业界带来更多更好的借鉴,走上一条可持续发展的快车道。



发挥品牌引领作用 推动供需结构升级

第四届中国品牌影响力评价成果发布活动

2017年9月在京召开 敬请关注!

详情欢迎垂询：中国品牌影响力评价成果发布活动组委会

地址：北京市西城区广安门外大街168号朗琴国际B座518室

邮编：100055

电话：010-63392935

传真：010-63314373

网址：www.zhonghongwang.com