

海信冰洗演绎“蝴蝶效应”

■ 本报记者 许意强

蝴蝶效应的最大魅力,不在于其扇动翅膀便能影响到千里之外的天气,而是其一个翅膀动作所引发的一系列连锁共振效应,持续推动整个自然生态的深度裂变。如今在中国家电行业,海信正在冰洗领域上演一场“蝴蝶效应”,其通过一系列世界首创、行业发明的科技创新成果,引领家庭和用户生活品质的升级,撬动整个产业的高端化、品质化升级潮。

就在今年“十一”黄金周期间,海信成功携旗下的多款冰箱、洗衣机新品、精品为支点,在中国冰洗市场上撬动整个高端

消费热潮,给当前中国家电消费的高端化、品质化、品牌化再添“一把火”。

对于中国的冰洗产业而言,对于老牌家电巨头的海信并不陌生。其多年前通过收购科龙集团全面跻身行业一线阵营之后,就一直面临着规模和实力双突破的新挑战。如今在整个家电产业转型升级的关键时期,持续输出一系列差异化精品和新品亮剑高端市场,在很多同行的意料之中,但结果却超乎预期。

无论是海信的冰洗业务,还是整个中国家电企业,在这一轮因为技术创新、消费升级而引发的高端化、品质化新战役中,真



海信 Master 大师系列洗衣机 2017IFA 展获产品技术创新金奖

正的核心竞争力还在于“原创性、独创性”的差异化新品和精

品创新,这是打通市场和消费者的唯一突破口。

蜕变



海信科龙总裁贾少谦出席天玑冰箱客户体验会

让很多洗衣机同行、用户,以及市场都没有想到的是,就在今年“十一”期间,从海信暖男洗烘一体机的全面引爆,到一机三筒 Master 大师系列的超预期预售,海信硬生生地通过“行业首创、全球原创”的科技创新型产

品,在中国洗衣机市场上开辟一片属于自己的高端新天地,并完成对消费潮流的持续引领。

作为洗衣机行业的一员大将,海信虽然与海尔、小天鹅等家电同行相比,在洗衣机市场上“起步晚”,但发展迅速,并且迎

来“厚积薄发”的持续释放。特别是最近两三年来,海信的洗衣机业务通过以差异化的技术精品和功能新品为突破口,以消费升级带来的母婴健康洗、全家分区洗等品质需求为支撑,短时间内锁定用户需求,在行业内迅速占据“一席之地”。

当年海信独创的旋瀑洗技术,洗衣全过程配合瀑布水流进行冲洗,强力冲刷,实现高度洁净;同时还具有一净即停功能,自动检测筒内水的浑浊度,智能感知衣物洗净状态,提高洗净度。这让海信在强手如林的洗衣机市场上赢得一席之地。今年一机三筒的 Master 大师系列面市,因其在全球首次完成2个波轮与1个滚筒两大洗涤技术在一台洗衣机上的安静、平稳运行,赋予复式洗衣机更细的分区体验,从而完成了对中国正在形成的高端高品质消费升级引领

和把握。

海信洗衣机以自身的强势崛起案例,成功向市场和行业证明:厚积薄发的关键是要掌握对用户需求的技术创新能力,而弯道超车的拐点就是对于用户需求的激活和重新定义。如果说主打健康“食品级”洗护体系的旋瀑洗是海信对于用户需求的满足;集健康时尚于一体的暖男洗烘一体机则是海信对于用户需求的激活;而主打精准分区的一机三筒 Master 大师系列,则是对用户需求的创造和定义。

从满足用户需求、引领用户需求,到激活用户需求、创造并定义用户需求,在洗衣机市场上,海信以“不关注对手、只关注用户”的专心与专注,既为自己赢得了在中高端市场竞争的主动权,还为整个中国家电产业的调整结构、转型高端提供借鉴和参考。

自进化

在今年国庆期间,一款主打“中字五门”和“自由嵌入式设计”的天玑系列冰箱新品,登陆苏宁、国美等全国各大家电卖场开展预售活动,迅速引发一轮用户的围观热潮。作为高端冰箱的扛鼎之作,海信冰箱天玑系列显然不只是简单的“秀外慧中”,更重要的是以原创性的设计重新定义高端冰箱的标准和体系。

基于对中国家庭美食烹饪、食物存储的深度研究,这款产品从结构上首创“中字五门”的差异化设计,将传统欧式冰箱的抽屉下置变为中置,让中国家庭不再弯腰存取食物,更重要的是将全空间变温区,让冷冻冷藏、干湿分区因人而异定制。同时在产品整体设计上,通过“自由嵌入式”的成套

化一体设计,将冰箱作为厨房生活的主角和中枢地位得到巩固,更与橱柜融为一体。

作为中国冰箱行业的“带头大哥”,海信不只是拥有中国家电业历史悠久的冰箱品牌、成熟的制冷保鲜技术沉淀,还拥有中国家电业前沿的智能技术布局,以及创新DNA传承,从而具备以时尚科技产品引领市场发展和消费升级的主动性能。就在几年前,海信成功以两大品牌快速撬动十字对开门冰箱的市场普及和引爆,并引发全行业性的快速跟进和参与,由此也开启了一场以“中式创新”定义中国厨房食品健康管理的新战役。

从十字对开到中字五门,一系列原创性精品层出不穷诞生的背后,不是简单的技术创

新和产品升级,而是海信基于自身的技术创新实力、全球一体化产业视野,以及自我持续进化能力的集中引爆,还不断挑战自我、突破自我发展瓶颈和极限的能力。这在将海信推向高端市场领跑者地位的同时,更让海信在中国冰箱产业毫无争议的“创新王者”地位得到完美释放。

作为中国冰箱行业的“技术创新派”,海信不只是将旗下海信、容声两大行业顶级品牌的技术创新和产品创新发挥到极致,更为重要的是形成行业独特的创新驱动新引擎,将科技创新触角不再是聚焦于产品硬件本身的单维度,而是面向用户需求和生活场景的系统性多维度。从而在互联网这个全新的时代,重构“企业、用户和

产品”三坐标,真正让“好冰箱自己长脚跟进用户家中”愿景成为可以落地的实践操作。



谋新格局

在洗衣机行业“从无到有”的跨越式崛起,到冰箱行业“由大到强”的持续自进化,短短几年来,海信冰洗业务所输出的“品牌化、高端化、科技化”转型成果充分表明,一个属于中国企业定义全球家电产业技术方向、产品趋势、消费潮流的黄金时代已经到来。

一些家电同行对于海信冰洗市场表现的评价就颇具代表性:两年来海信在冰洗市场上的表现“可圈可点”,带给消费者最直观的感受就是一系列层出不穷的新品和精品,引领着行业发展、产品升级和消费需求。重要的是,这些新品不只是外观的新颖、时尚和创新,还包括内在功能、品质的稳定,以及整个产品制造和设计细节的匠心与细致,由内而外散发出一股高端与品质的独特气质。

事实上,市场同行和用户的感受没有错。在冰洗行业,海信已经找到一把激活并打通“科技创新、产品迭代与用户需求”的新钥匙,即以创新为灵魂,以科技创新为圆点,变轨产品创新换道为用户需求创新,实现科技创新的生态化反,从外在的工业设计、美学艺术,与内在的功能创新、体验升级,以及超出用户需求的增值服务,最终开启两条新跑道:以新技术创造新的需求,以创新体系定义新的需求。

在海信冰洗业务一系列迅速、果断的转型变革背后隐藏着两股力量:一股来自于外部消费群体的理念、态度和需求升级;另一股来自于内部企业经营理念、手段和体系换挡。

从去年开始,海信集团启动了一轮基于全球化、品牌化和高端化的发展方式和增长手段变革。其核心正是以创新DNA为圆点、核心科技自主创新能力和支撑的生态裂变。不再是追求简单粗暴的规模化扩张,而是有质量的内涵式增长。在冰洗业务上,以海信科龙总裁贾少谦为首的经营管理团队应声而动,将创新驱动进行系统性孵化后成为企业运营各个环节的核心动力。

同样,对于中国冰洗市场来说,虽然早在10多年前便步入一个巨头化、寡头化主导的发展新轨道,但是随着一轮高端消费浪潮的崛起,以及中国家庭对于高品质生活需求的持续井喷,一个属于中国冰洗市场的高端商业新风口已经开启。大量80后、90后用户的消费能力与消费理念进行匹配后,得到价值最大化释放。无疑,这也为海信冰洗产业的高端化转型,注入新的空间和动力。