

方太水槽洗碗机：一项发明颠覆一个行业

■ 本报记者 文剑

时间倒退至2015年3月24日的深夜,方太集团20年店庆典礼前夜,上海梅赛德斯奔驰文化中心内。方太水槽洗碗机的研发技术人员望着即将面市的水槽洗碗机,心中充满了希望与期待。

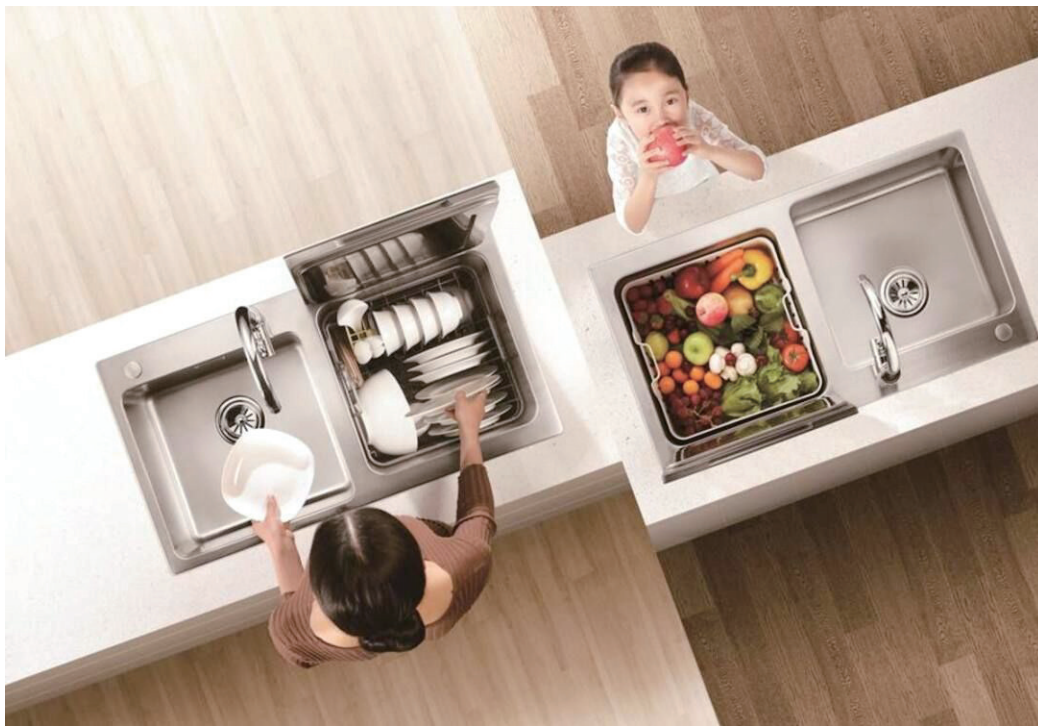
市场、用户和时间无疑都是最好的证明。2015年,即方太水槽洗碗机上市的当年,洗碗机的市场增长率达到21.5%。而在此前的15年里,市场增长率一直徘徊在10%—15%左右。2016年这一数字却飙升至120.5%。据市场调研机构中怡康测算,2017年,洗碗机行业的市场规模同比或将增长140%。

洗碗机市场消费潜力被强力激活,连续3年持续快速增长,这突显了水槽洗碗机的行业杠杆作用。而方太凭借本土化的颠覆式创新,由一个洗碗机行业的新军一跃成为行业领军企业,引领洗碗机行业进入一个新天地。

海外舶来品的中国式颠覆

作为海外舶来品,洗碗机在中国市场一直处于缓慢增长的状态。与欧美等发达国家已接近70%的普及率相比,我国洗碗机市场不足1%的普及率几乎可以忽略不计。洗碗机在中国迟迟不能飞入寻常百姓家的原因就是“水土不服”。

当深刻洞察到中国消费升级与需求之后,作为厨房家电本土化创新的典范,方太立志打开洗碗机在中国市场的发展症结,将国人从油腻繁杂的洗碗劳作中解放出来。



方太水槽洗碗机的三合一创新设计深受消费者喜爱

在方太水槽洗碗机上市前的5年时间,方太研发人员走访全国25个城市的1000余户家庭,邀请25位“资深洗碗专家”共同参与产品设计,最终生产出了国人自己的洗碗机。

与欧式洗碗机占空间、专机专用相比,方太针对中国厨房面积普遍偏小,寸土寸金的现状,进行了三合一创新式设计,即一台机器具有水槽、洗碗、果蔬清洗三大种功能。

方太水槽洗碗机的机体设计、功能,无一不是针对中国洗碗机市场的消费痛点。三合一设计不另外占用厨房空间,水槽即是洗碗机;针对中国家庭碗碟远比欧美家庭油腻的烹饪习惯,旋风

级水流喷射系统和高达70度的高温清洗,可轻松分解油污;高达90%的超声波去果蔬农药残留功能,恰恰满足了国人担心果蔬农药残留高的生存现状,以及亟须强力去除农药残留的产品的消费需求。

另外,除菌、易清洁渣篮设计、低能耗、智能化等差异性的功能创新,更是让国人深深地爱上了这款专为中国人设计的洗碗机。三年前,早在推出第一代水槽洗碗机Q1的时候,方太就着手研究洗净一体、厨余处理、智能化等一系列水槽空间场景,力求通过颠覆创新、有机整合来实现用户体验,引领更美好的生活品质。

针对中国厨房环境、中国人

的使用习惯和烹饪习惯,方太脚踏实地对洗碗机进行的一系列研发创新,使洗碗机以全新的、中国式姿态呈现在消费者面前。方太也以一个全新的洗碗品类打开了中国洗碗机市场的潘多拉魔盒。

洗碗机行业进入方太时间

洗碗机市场的爆发式增长,让全世界看到了中国洗碗机市场的巨大潜能。据中怡康数据显示,2016年方太洗碗机在洗碗机市场的占比达到19%,而在2017年这一数字更是迅速跃升至41.1%,由此引领洗碗机行业进入了属于方太的时间。

方太燃气热水器全国以旧换新：一场有爱的活动

■ 本报记者 许意强

“买东西之前看看生产日期,食品过期了就拒绝食用”,这是人们所共知的消费常识,然而家用电器的安全使用期限却常常被人们忽视。近年来,媒体曝光的多起燃气热水器爆炸、燃气中毒事件,背后的起因多是由产品“超期服役”所致。

在2017年底,这一威胁生命安全的“危险举动”被一家善于“急用户之所急,想用户之所想”的企业方太终结了。从12月开始,在全国启动的“全城回收热水器—燃气热水器以旧换新”活动,针对消费者对超龄热水器“相爱相恨”的难题,终结人类洗澡史上的“冒险”之旅。这也印证了方太董事长兼总裁茅忠群的那句话,“作为一家追求伟大的企业,我们不仅要为顾客提供无与伦比的产品和服务,还要积极承担社会责任,为人类社会的文明进步做出贡献。”

一场有爱的活动

据不完全统计,全国每年因家电引发的安全事故达上千起,大部分都是由“老龄化”家电引起的。相关调查显示,超过五成用户不能正确了解家电使用期限,购买时便有“用到不能用才换”的心理。殊不知所有的家电产品如食物保质期一样,都有安全使用寿命,特别是燃气热水器这种既用电又用燃气的“高危”家电,一旦超出使用年限出现安全隐患,就会存在漏电、漏水等危险。

《家用燃气燃烧器具安全管理规则》国家标准明确规定:人工煤气快速热水器报废年限为6年,天然气和液化石油气快速热水器报废年限为8年。中国消费者协会连续多年发布警示:燃气热水器到达使用年限后应当更换。如果到期不更换,热水器元件老化,会导致性能衰退、安全保护装置失效、热水器效率下降,出现一氧

化碳泄漏、中途熄火或燃烧不完全等问题,严重的还可能导致爆炸;使用未满8年的热水器维修后仍存在燃烧状况严重恶化、漏水、漏气等故障的也要予以更换。

考虑到用户更新燃气热水器的经济成本,方太本着关爱用户、积极承担社会责任的理念,在全国启动了燃气热水器以旧换新的活动,让消费者可以花小钱办大事,为社会家庭提供一个安全的用水环境。对此,中国家电商业协会副秘书长吴成建指出,“这是一场有爱的活动,更是一场直击用户需求的活动。从表面看,这只是方太热水器的一次以旧换新市场营销,但更深层次的是方太凭借其行业领导地位、高端品牌的社会责任,发起的企业关爱用户行动,将引发行业企业的参与,以及用户的情感共鸣,抢占用户心智”。

一个有爱的品牌

评价一家企业的社会表现,

在不同国家、不同时代有着不同的标准,但关爱用户是全世界的通用语言。对方太来说,让顾客安心是企业积极承担社会责任的基本特征。最近两年来,在环境污染引发全民对健康的关注后,方太首创磁化恒温热水器,完成从水加热到水处理的技术变革,成功破局高端热水器市场,并掀起一股健康沐浴的热潮,让“高端热水器,用磁化水洗澡”成为热水器消费市场潮流。

“当人们只想要一匹更快的马时,我给了他们一辆车。”福特当年的卓识远见改变了汽车发展史。同样深邃的洞察让方太在热水器领域复制类似的故事。在第一代磁化恒温热水器成为市场的尖儿货之后,方太2017年新品发布会上推出迭代新品M7天际系列,除具有磁化净水功能和稳定的恒温性能外,在实际操作和使用体验上更显人性化的智能升级。方太副总裁孙利明说,“方太始终坚持要做高端品牌,首先要拿出好的产品。”

而方太水槽式洗碗机设计不只是颠覆行业原有的产品设计视野,还让企业看到另类的产品形态,并纷纷借鉴模仿。目前国内生产水槽洗碗机的企业近20家,推出的产品逾30款。而拥有多项国家专利技术的方太,再次演绎“一直被模仿、从未被超越”的商业经典,牢牢占据在用户心中“水槽洗碗机就是方太”的江湖地位。

水槽洗碗机创造、兴起于国外,由此外资品牌在洗碗机市场具有先天的技术优势。然而,欧美品牌却无力激活巨大的中国市场。正是方太的进入,对外资品牌发起强有力的挑战,迅速改变了品牌格局,并将高端市场牢牢掌握在自己手里,开启中国品牌主导时代。

倡导高端、高品质生活的厨电专家方太,也将其强大的研发迭代能力完美演绎到水槽洗碗机这个新品类当中。自2015年推出至今,方太水槽洗碗机已由Q1升级到Q7。仅2年多的时间,多达6次的升级,方太的技术研发创造出了新高度。水槽洗碗机也在方太的精心打磨下,日臻完善、日趋完美,成为中国民众的高品质生活护航者。

商海有路创新为径。一个企业能走多远,所能到达的高度,包括创新、市场等纬度的思维至关重要。在中国踽踽前行了30年的洗碗机行业,却在新军方太本土化创新、颠覆式思维的助力下,忽如一夜桃花开,迎来了前所未有的爆发式增长。也正是方太这样的勇于挑战传统思维、真正从国人厨房消费需求出发的企业,将国人的高品质生活升级到一个新的高度。