

颠覆传统空调外观设计 海尔驶入创新高速路

■ 本报记者 冉 荷

时代在变迁,面对越来越挑剔的消费者、行业间越来越模糊的界限以及不断变化的市场环境,是墨守成规还是大胆创新? 苹果的出现,因其颠覆性的创新不但改变了我们的生活方式,还改变了整个通讯行业,让曾经的手机老大诺基亚靠边站了;一年前,三星创新推出了5.3英寸Galaxy Note巨屏手机,没想到竟卖出了至少1000万部。几个月后升级的Galaxy Note II采用了5.5英寸的更大屏幕,又在最短的时间内卖出了500万部。苹果和三星创造了智能手机领域的奇迹。

而在家电业,海尔在充分考虑用户需求和体验的前提下,打破了传统空调四四方方的外观设计理念,一年内推出了两款颠覆性产品。2012年12月,颠覆空调行业百年传统外观的圆形帝樽空调成功上市;2013年10月,一款延续圆形革命的海尔天樽空调又正式发布,其创新性的“风洞型”出风口设计,让这款产品再次惊艳空调界。

不到一年时间,海尔帝樽空调不仅形成了系列阵容,更成为用户的时尚首选。根据产业在线最新出炉的数据显示,2013年7月份空调产量891万台,增长9.01%;销量897万台,增长5.88%,其中内销559万台,增长9.77%,出口338万台,增长0.01%;反应在品牌层面,一线品牌尤其是海尔空调表现最为抢眼,总体销量增长16.98%,超出第二名近三倍,其中内销增长18.92%,出口增长12.5%,均列第一位。

将颠覆进行到底

家电也可以成为艺术品,为家居环境增添艺术气息。帝樽空调的圆形空间设计,造型时尚,极大满足了消费者的“角落需求”,避免了卫生死角的产生和四角空间的浪费。而天樽空调的“圆形风洞”式设计,更是将外观和创新技术得到了更好的融合,将艺术切实的功能化。这种圆形出风口设计不仅使风量更大,空气射流的送风方式还实现了“在空调内进行冷热混合,吹出混合好的凉爽气流”,让吹出的风由冷风变成了凉风,终结了长期以来困扰人们的“空调病”。

如果说海尔帝樽空调主要是在外观方面颠覆的话,那么,天樽空调则是彻底的颠覆。除了风洞式的外观设计外,它在控制方式、温度改善、环境改善、模式设置、节能效果方面的自主思考性,都存在着前所未有的颠覆。比如在控制模式上,天樽空调实现了智能APP、微信和语音控制,即便是在外地,也可以方便的操控家中的空调以满足用户的需求。在环境改善方面,天樽空调对PM2.5有着极为敏感的“直觉”,一旦发现超标会自动可视化提醒并去除。在对中



国人的睡眠曲线进行深入研究后,海尔天樽空调根据不同群体和性别用户提供不同的睡眠模式;在节能方面,该空调还根据每月耗电情况提供分析报告,给出使用习惯改善建议,实现最佳的节能效果。

驶入创新高速路

科技创新尤其是颠覆性的空调技术创新正在以一种前所未有的速度发展,只有持续以行业领先的差异化创新产品,满足消费者日益提高的品质需求、体验需求,才能在行业升级中立于不败之地。

国家发展和改革委员会日前公布了2013年国家认定企业技术中心评价结果,其中海尔集团技术中心以综合评价97.2分的总成绩位居第一名。据了解,这是海尔继2001年以来已连续12年夺得企业技术中心评价第一名。不仅仅是国内,海尔的自主创新能力在世界范围内也得到认可,近年来海尔的网络化战略的实施使得海尔成为中国唯一入选全球最具创新力企业前十的企业。

无论是帝樽空调,还是天樽空调,都是与用户交互需求以及开放创新优势平台的结晶。据了解,帝樽空调的初期企划工作长达2年,平均每天获取200条创意需求,将需求整合后挖掘到用户真正想要的空调改变,从而产生了帝樽空调。而天樽空调更是将用户互动发挥到极致,共有超过67万网友提出了各种各样的空调设想,并最终互动出具有能用APP、微信远程操控、去除PM2.5、自动感知自行调节的天樽空调。

对于海尔如此快速的创新发展和颠覆性成果,专家认为,海尔能够切实的立足于消费需求,敢于并勇于打破固有思路的围墙,将用户、各行各业的创新资源为我所用,这必将为海尔的发展提供源源不断的创新源泉,而海尔的创新发展也必将成为空调产业新的风向。

中国商用车出口战略转型迫在眉睫

■ 本报记者 周明喜

导语:过去几年间,随着中国成长为全球最大的汽车市场,中国汽车民族品牌同时也通过走出去的战略,越来越多参与国际市场的竞争,早期走出国门的许多中国汽车品牌以低质低价的策略洞开了国际市场的大门,特别是在商用车领域尤为明显,然而随着国内卡车海外出口数量日益增加,看似国际化步伐加快了,但中国的商用车产品在海外市场一度被打上的“价廉物美不美”的标记,要摘掉这个“帽子”却需要时日。而随着世界经济形势表现疲软,复苏乏力,以及人民币对美元、日元、韩元等外币持续升值,中国汽车在世界市场上的价格优势将会被削弱,中国商用车出口战略的转型迫在眉睫。

在10月30日开幕的2013中国国际商用车展上,江淮汽车公布了其2013年出口数据,2013年1-9月份江淮汽车整车出口47057辆,同比增长6.53%,大幅领先行业出口增速,出口量位列行业第六位,其中轻卡出口已经连续12年保持行业第一,乘用车出口位居行业第六,重卡出口位居行业第五。江淮汽车海外风生水起原因何在? 江淮汽车海外战略对中国商用车出口有何启示?

轻卡出口连续12年领军 江淮稳步打造可持续发展模式

冰冻三尺非一日之寒,江淮汽车今天国际市场的成功,也非一蹴而就。在2001年,彼时中国卡车企业很少涉足海外市场,对外投资设厂在当时看来更属不切实,而江淮汽

车在2001年就破天荒的在东南亚地区设厂。随后2006年,江淮汽车再次抢占先机,率先成立国际公司,以轻卡为主全面对外出击。2007年,江淮重卡在国际市场告捷,一次获得海湾国家订单350辆,销售收入突破亿元,同年作为乘用车的探路者,江淮瑞鹰也冲出国门,在当年的莫斯科车展崭露头角,受到国际客商与媒体的一致好评。2009年,江淮汽车率先在轻卡行业通过国家“出口免验”认证,获得了进入国际市场的“金牌通行证”。2012年,江淮500辆欧IV高端轻卡出口巴西,标志着江淮轻卡已具备了进入高排放标准的发达国家的技术水平。目前在国际市场,江淮汽车已形成了商用车、乘用车比翼齐飞的格局,其出口覆盖南美、欧洲、非洲、亚洲等区域,与全球120多个国家建立了良好的合作关系,拥有上百家海外4S店,并在海外建立了14家KD工厂。其中,江淮轻卡更是保持连续12年中国轻卡出口第一的态势,在近30个国家保持着中国商用车占有率第一,国际商用车占有率前三的地位。这些成就的取得,是对江淮汽车多年来坚持深耕产品品质和着力提升技术含量的一个综合性印证。

江淮汽车强劲的输出动力,首先体现在整体产品的体系化方面。在中高端轻卡市场,江淮汽车一直占据行业领先地位并非偶然。动力性能和底盘的承载性能一直是国内用户购车的最关注因素,而江淮轻卡无疑在两方面均显示出超越同行的强大优势。“通过做好核心零部件的开发管理,结合智

能驾驶系统与智能保养系统,江淮商用车正在致力于打造一个优质的黄金动力系统。”江淮汽车技术中心商用车研究院院长魏中良先生介绍,江淮商用车的黄金动力系统涵盖了三方面内容,车辆在动力强劲、经济省油的同时还要有更加优秀的驾乘舒适性。另外,江淮汽车也已建立一套良好的商用车正向技术研发体系,整车技术评价标准由以前的590多项变为目前的近2000多项,同时将整车指标细分为更多的零部件技术指标,通过基于平台的产品开发与基于模式的项目管理,力图使江淮的新一代产品更具有行业竞争力。

江淮汽车走出去的另一大底气,也体现在独到目光的动力产业布局上。江淮轻卡与纳威司达的相关合资项目一直是行业瞩目的焦点,毕竟纳威司达柴油发动机科技在世界范围享有盛誉,江淮与其携手,可以为自身的所有产品提供世界一流动力,大大增强江淮轻卡的实力。2013年9月11日,就在外界纷纷猜测之际,江淮纳威司达柴油发动机有限公司(JND)第一台3.2L发动机下线,该发动机采用成熟的单凸轮轴16气门的设计,应用可变截面涡轮增压器以及高效EGR系统,使发动机在低转速下即可输出高扭矩,尤其在起步和爬坡时表现卓越,输出功率可达163马力,最大扭矩可达550N.m,同时该发动机保持极高的燃油效率,全功率最低燃油消耗率仅为197g/kWh,比同类产品节省燃油10%以上;而且该发动机不仅能够满足国排放标准,经过一定的升级还可满足国及以上排放标准。江淮纳威司达柴油发动机有限公司总经理乔沃思表示:“对比国内的众多产品,目前来讲我们处于性能的前沿,接下来我们将致力于产品成本控制,使得产品更具有市场竞争力。”

据悉,JND的MaxxForce(迈斯福)3.2L发动机将在2014年初批量上市,并首先配备在新帅铃宽体3.8米轴距车型上,除了该机型,2014年批量投产的还有MaxxForce(迈斯福)4.8L发动机,该发动机将首先配备在新帅铃宽体4.7米、5.3米轴距车型上。该发动机上市后,这两款新帅铃宽体车型将一举超越竞品,成为该级别车型的动力标杆。

江淮围绕动力系统所打造的核心竞争力,已经实现为用户提供覆盖轻卡全功率段的高效解决方案,用户可以在江淮4DA1、



康明斯、江淮纳威司达“迈斯福”的2.8L-4.8L中多项选择。依托江淮汽车强大的研发体系,江淮轻卡动力全面布局,意在长远:横向,打造黄金动力系统,使江淮轻卡成为“高效物流”的代名词;纵向,掌握了发动机研发核心技术,在满足国的同时,具备升级满足国以及更高标准的潜力。对于立志实现中国轻卡世界梦想的江淮轻卡来说,国IV或许并非真正目的,通过排放标准升级带动轻卡科技全面领先、培养市场核心竞争力,才是未来的志向所在!

品牌综合“发酵”赢市场 江淮引领中国商用车改变正在进行

商用车企业要想在日趋激烈的市场立足,并从产品同质化的泥沼中脱颖而出,拼的不仅仅是过硬的产品质量,还要比谁的服务更得人心。前几年,我国卡车产品在俄国败退的惨痛教训,足以让国内卡车企业警醒,售后服务跟不上的“一锤子买卖”不能实现可持续性发展的。因此,未来,在商用车企业之间的竞争将是“服务软实力+产品硬道理”的品牌体系之间的竞争,产品硬道理是生存的根本,服务软实力则是商用车企业提升市场竞争力的发展王道。

也正因如此,现在,越来越多的商用车企业在努力改变现状,打造各自的软实力品牌。通过各个企业近两年来纷纷推出的各种“服务口号”就能看出这种努力:一汽解放做了近11年的“感动服务”,东风的“阳光服务”,中国重汽的“亲人服务”,陕汽的“贴心服务”等。而在本次中国国际商用车展上,江淮汽车轻卡服务品牌也全面升级,通过全天候、全方位、

系统提供灵活方便的质控规则定义工具,可以让医院质控人员为病历书写质控定制质控规则和评分标准。

高效后台的在线质控引擎,可以自动解析相应的规则,根据相应的病历诊疗事件触发,自动对患者病历产生的全程监控。同时,系统提供自动缺陷检查和评分工具对运行病历进行系统自动评分功能,并将产生结果送给质控人员参考,发现的缺陷问题反馈给医生进行整改。

系统提供完善的和医院病历质量管理相关的统计分析报表,还提供医院和公共卫生管理需要的统计分析报表。

最主要的是,系统提供方便的电子病历科研分析工具,可以让医生定制科研检索,通过检索导出科研分析结果。导出工具可以将数据导出为Excel或Spss等格式的文件,进一步为科研分析所利用,最终,集成临床路径管理系统。

电子病历系统是CS架构,采用基于MQ(消息队列技术)的分布式、Remoting通讯机制开发的中间件技术,实现分布式的3层或多层架构(MQ和业务层可分离)。采用多层架构交互层-业务层-中间件-数据库,真正的多层架构;其功能模块可以动态加载,是一个以信息机制为基础、以结构化采集为方法的信息平台;并进行统一存储,形成电子病案室。

根据医院信息化建设的需求,结合联想公司在开放性、实用性、高可靠性应用上的丰富经验,我们使用的方案力求使系统硬件及其软件平台能够在最大限度上满足用户不断增长和变化的业务需求。同时,也使用户能够在最大限度保护其投资的前提下不断利用迅速发展的新技术、新产品。

华西口腔医院门诊电子病历信息系统购置四台按工业标准设计、制造的联想R680高端4路机架式服务器作为电子病历核心系统,使用最新发布的联想ThinkServer RD630双路机架式服务器作为身份认证系统、中间层服务器、备份服务器的硬件平台。使用EMC存储磁盘阵列作为虚拟化存储系统,使用磁带备份系统,组成一个SAN结构的存储集群环境。并在华西口腔医院主楼5层和9层拥有两个机房,实现数据的远程备份。

由联想最新发布的ThinkServer服务器所组成的基础架构,令华西口腔医院的门诊电子病历系统更加高效、安全地运行,极大提升了医护人员的工作效率与诊断准确度,实现了从就诊到质控再到科研的高效化、信息化、合理化管理,从根本上提高了广大患者的就诊满意度。

(魏 勇)

