



■ 本报记者 高洪艳

互联网时代,智能化浪潮正以摧枯拉朽之势,推动家电企业发生实质性变革。大到电视机,小到电热水壶,传统家电产品的智能化开始成为主流趋势。据记者了解,国内美的、格力等知名家电企业已纷纷抛出系列智能产品规划抢占先机,长虹集团也在去年10月推出全球首套家庭互联网产品解决方案,迈开了“智能化、网络化、协同化”的战略转型步伐,并在今年1月份推出了智能电视,2月份推出了智能冰箱。

但是,在中国家电业的智能化大战中,始终有座难以攻克的堡垒——空调的智能化。所以,3月24日晚间,合肥美菱股份有限公司(以下简称美菱电器)董事会公告宣布将推出智能空调的消息,犹如在家电业界投下了一枚重磅炸弹。一时间,关于智能空调以及家电企业智能化发展路径的探讨再次兴起。

按照美菱电器的公告,其下属全资子公司四川长虹空调有限公司(以下简称长虹空调)自2011年开始,不断投入技术研发力量,设计与研发集智能控制、净化空气等功能于一身的智能空调。2013年以来,长虹空调研发了“端云一体智能空调”产品。美菱电器及长虹空调将于2014年3月31日召开智能空调新品发布会,预计此次发布的智能空调产品将从2014年5月开始陆续上市。

据记者了解,长虹空调即将推出的这款智能产品,将继续使用其注册的“CHiQ”商标,称为长虹CHiQ空调。

智能化变革=智能战略+智能终端

事实上,对于空调等家电的智能化变革,业界有着不同的理解。

2014年,家电智能化主角由黑电转为白电,但智能化转型的本质是企业发展战

长虹智能化棋局又落一子 借互联网思维推空调白电

空调将会全面打破现有的空调创新思维。”刘体斌坦言:“空调的智能化是一块儿难啃的硬骨头,因为空调与冰箱、电视的产品属性有差异。空调要解决的是‘人、环境、能源’三者之间的智能协同与交互,要让空调真正懂得人与环境不断变化的需求,还要快速捕捉这一需求进行智能化调整。”

以互联网思维颠覆“大规模”概念

互联网思维与家电产业的融合也是摆在家电企业面前的一道难题。

互联网思维是平台策略思维,是免费策略,是粉丝经济。互联网思维也包含着用户至上的思想,不再是单向传导,而是双向互动。在消费者主权时代,传统的以产品和市场为中心的思维将转变为以用户为中心。

更为突出的是,互联网思维是相对于工业化思维而言的,工业化时代的标准思维模式是:大规模生产、大规模销售和大规模传播。但是在互联网时代,这三个基础被颠覆了。

面对互联网思维入侵带来的挑战和机遇,传统家电行业亟待转型,要么跨界联手合作,要么打造属于自己的全新商业模式。

在空调行业,尤其是位于行业前三的格力、美的、海尔,“大规模”是把双刃剑,如果不能很好地融合互联网,照样面临出局危机。

相比之下,长虹集团先知先觉,早在3年前就提早布局智能化战略,率先推出了基于家庭互联网战略的智能电视、智能空调、智能冰箱,以及手机、小家电、厨卫等产品,通过各类智能化终端、网络化云服务平台和大数据商业模式开发,实现智能化互联互通互控,形成一个整体家庭互联网生活解决方案。在去年10月发布“智能化、网络化、协同化”的新三坐标战略后,长虹陆续发布了ChiQ电视、ChiQ冰箱。眼下,随着CHiQ空调的发布,长虹集团家庭互联网战略的市场化推广将进一步提速。

长虹集团新闻发言人刘海中告诉记者:“长虹在1月份推出ChiQ电视和在2月份推出ChiQ冰箱,采用的都是互联网思维运作模式,即将发布的CHiQ空调更是如此。当下已进入了智能时代,如果传统企业不主动拥抱互联网那是等死,不进行智能化布局那是找死。在互联网时代,

企业需要发挥的是短板优势,而非非长板优势。”

可以看出,随着长虹的智能家居白电平台逐渐发展壮大,长虹的管理层对未来白电行业的智能化发展方向以及互联网的渠道变革思路更为清晰,互联网思维已在公司治理结构中得到初步体现。长虹集团有望借助智能化浪潮在行业景气度低迷背景下实现弯道超车。

将黑电技术优势嫁接到智能白电平台

但是,仅仅通过互联网模式还不能“坐实”长虹的智能化战略,技术实力的打造与提升也是智能化产品“叫好又叫座”的重要保障。

目前,全球80%以上的空调均由中国生产,预计今年中国变频空调的市场占有率会达到全球的60%以上,但是,我们变频空调的压缩机技术却始终控制在日本企业手中。

中国空调企业一直不具备在压缩机核心技术方面的话语权,主要因为在上游核心技术上的研发能力有限,缺乏彩电企业所拥有的钻研和突破的实力。这么多年来,中国空调企业迅速发展,靠的依旧是规模,技术实力还在打造中。

在记者采访中,很多空调生产企业都表示,空调白电企业亟须黑电企业的技术注入,需要快速向核心技术靠拢或突破技术瓶颈,只有这样,在智能家电时代,我们的国产空调才有可能不断研发出核心产

品,占到更大的市场份额。

刘海中对记者表示:“长虹集团智能化战略下的电视、冰箱、空调等系列产品,都在长虹核心技术平台上研发,未来,这些产品的智能程度将更加突出。集团将更多智能技术成果嫁接到冰箱、空调等白电产品上,在互联网思维运作下,这些产品将受到更多用户的欢迎。”

电商行业专家罗浩元对此表示了认同。他表示:“长虹是个老百姓喜爱的品牌,企业‘触网’较早,能深刻了解互联网用户需求。现在的智能家电深受网民追捧,长虹智能系列新品的适用性、简便性等方面都很突出。长虹智能电视和冰箱的网上销售业绩很不错,ChiQ空调的推出刚好在空调消费旺季前,无论线上还是线下,预计都会备受到消费者关注。”

在长虹集团的智能化战略部署中,长虹ChiQ空调已成为核心产品之一。黑电企业在白电产业的影响力不容小觑,长虹领先的彩电技术嫁接到冰箱、空调产品上,效果值得期待,希望长虹空调在长虹集团互联网思维的智能化战略作用下,快速实现互联网时代的市场颠覆,实现空调业的深度洗牌。

商业观察



企业聚焦

珠江钢琴推进在线音乐教育 实现企业转型升级

■ 黎宇文

日前在广州珠江钢琴集团股份有限公司(以下简称珠江钢琴)2013年年度股东大会上,公司总经理李建宁表示,2014年该公司将加速推进音乐教育线上线下融合发展,推动企业转型升级,加速从单一的制造业向复合型产业结构转变。

李建宁指出,目前国内音乐教育资源相对贫乏,且分布不均,是制约音乐教育及钢琴文化普及的重要因素,公司一直在探索钢琴制造和教育培训业务方面的协同发展,推动网络培训和实体培训的相互融合。

目前,该公司已成功研发了具备视频教学功能的智能数码钢琴,并对现有数码钢琴产品进行了互联网



接口的改造升级,为开展在线远程音乐教育做好了技术准备;同时设计产能10.3万台的数码乐器产业基地暨研究院即将在今年四季度建成投产,也为远程教育做好了接入平台的准备。下一步,公司将探索建立在线教育网络服务平台,整合音乐教师资源、实体培训资源,提高音乐教育水平和效率,扩大音乐教育人群,促进钢琴行业的发展。

2014年1月,国家下发《教育部关于推进学校艺术教育发展的若干意见》,要求建立中小学学生艺术素质评价制度。其中提出,2015年开始对中小学校和中等职业学校学生进行艺术素质测评。艺术素质测评纳入学生综合素质评价体系以及教育现代化和教育质量评估体系中,测评结果将记入学生成长档案,作为综合评价学生发展状况的内容之一,是学生中考和高考录取的参考依据。

业内人士分析,随着上述政策的逐步落实,音乐教育和乐器行业有望迎来前所未有的发展机遇,珠江钢琴作为行业龙头企业,有望享受政策发展带来的更多红利。

年报显示,2013年,珠江钢琴实现钢琴销售13.63万架,同比增长5.98%;数码钢琴销售1.5万架,同比增长63.94%;实现营业收入14.21亿元,同比增长7.47%,其中文化服务业收入483.20万元,同比增长420.32%;实现归属于上市公司股东的净利润1.96亿元,同比增长7.65%。

瑞格吉泰中标6511万元油气开发项目

东方电热科技股份有限公司日前披露,其全资子公司瑞吉格泰自被收购以来首次中标金额较大的单个油气开发项目,中标金额6511.8万元。据其发布的公告显示,瑞吉格泰近日收到中国海洋石油总公司采办部采购招标中心发来的《中标通知》,中标平北黄岩油气田群(一期)开发项目黄岩二期分离器采购项目,中标金额为6511.8万元。平北黄岩油气田群(一期)开发项目由黄岩二期和平北一期两部分组成。本次瑞吉格泰中标的项目内容为10台分离器(撬)的设计和制造等。东方电热科技股份有限公司表示,本项目若能够签订正式项目合同并顺利实施,对公司2014年度的经营业绩将产生积极影响。

拓邦股份去年净利增长21% 锂电池已批量生产

近日,拓邦股份有限公司披露2013年年报。报告期内,公司实现营业收入9.99亿元,同比增长4.1%;归属于上市公司股东的净利润4051.85万元,同比增长21.23%;基本每股收益0.19元。报告期公司智能控制器在家电控制领域以外的应用领域取得了较好的成效,拓展的主要应用领域有电动工具、开关电源。在新的应用领域内,已与一批国内外知名厂商建立合作关系。新培育的新能源产业进展顺利,公司研发的锂电池主要应用于储能及电动大巴。储能电池产品质量稳定,性能得到全面提升,已进入批量生产,目前处于市场推广阶段。

海格通信军民领域融合发展

海格通信近日公布2013年年报,年报显示,报告期内,公司实现营业收入16.84亿元,同比增长39.02%;实现净利润3.26亿元,同比增长23.92%;实现每股收益0.49元。公司紧紧围绕《十二五发展战略与规划》,利用北斗产业、卫星通信产业的良好机遇,通过产业与资本双轮驱动,推进军民融合发展,快速布局并大力支持新业务

发展,经营规模呈健康增长态势。2013年,公司军民融合发展取得良好效果,以短波、北斗导航、卫星通信、数字集群、频谱管理、雷达等为专业方向,瞄准行业用户和专网用户,实现军民技民用。

梅花集团终止新疆复混肥料项目

日前,梅花集团公告称,终止在新疆额敏地区30万吨复混(合)肥料综合项目,原因是谷氨酸行业低迷,毛利率下滑。自2012年9月13日通过该项目议案,截至2013年底,公司累计投入到该项目的金额仅为583万元。梅花集团日前发布的2013年年报显示,公司去年实现营业收入77.8亿元,同比微增4.16%;而归属于上市公司股东的净利润为4.04亿元,同比下滑33.58%。其中,基于新疆产能增加,氨基酸产品营收21.7亿元,同比增长14.15%,但毛利率却比上年同期减少10.19个百分点,降至14.38%。公司方面对此称,“产量的增加也带来营业成本的增加,由于氨基酸行业产能扩张以及激烈的市场竞争、禽流感对饲料氨基酸行业的影响等导致销售价格下降,从而使得产品毛利率降低。”

皇台酒业去年亏损近3000万元

近日,皇台酒业发布的2013年年报显示,公司去年净利润为-2930.53万元,同比大幅下降389.15%。2013年年报显示,在皇台酒业主营业务构成中,白酒业务占99.08%的份额。但在去年,公司白酒业务仅实现营业收入9781.97万元,同比减少20.41%。公司分析称,报告期内产品品种结构变动,中高端白酒销售比重下降,致使营业收入下降。皇台酒业在细分市场拓展方面已有所动作。年报显示,在原有系列白酒的基础上,通过市场调研,公司分别推出了适合浙江市场和甘肃市场的多个系列白酒。通过产品结构的调整,加大了对中低端产品的供应,以此应对高档产品需求萎缩的局面。

(本报综合报道)

财经动态