

继续停牌 青岛海尔拟联姻英唐智控

24日,青岛海尔发布公告称,公司目前正在筹划的重大事项涉及以非公开发行方式引入战略投资者,但最终方案尚未形成。为此,公司股票将于9月24日开市起继续停牌。青岛海尔的一纸公告引起业内对其所引入战略投资者身份的猜想。有分析指出,在目前电器巨头纷纷迎合互联网发展新浪潮,大举进军电商的行业趋势下,青岛海尔作为老牌家电巨头,在此方面的潜力必将引起众多资本大鳄的青睐。 郑州晚报记者 朱江华



海尔布局物联网智能家居

青岛海尔的一纸公告引起业内对其所引入战略投资者身份的猜想。有分析指出,在目前电器巨头纷纷迎合互联网发展新浪潮,大举进军电商的行业趋势下,青岛海尔作为老牌家电巨头,在此方面的潜力必将引起众多资本大鳄的青睐。

自今年3月份发布“绿智能”全套智能家电解决方案战略以来,海尔仍在持续推进智能家居战略,除了智能家电,还发力家具、家装、家饰等,意图打造智能家居一体化。

海尔集团CEO张瑞敏在今年5月的一次公开演讲中也提到,过去8年间,海尔抓住了互联网时代的机遇,观念上从原来的大规模制造转变为现在的满足用户个性化需求,目标是创造用户满意体验,为全球用户提供引领潮流的白电体验。而在新的战略阶段,海尔集团将探索与确立新的网络化战略,以期利润和营业收入都以网络化的速度倍速增长。

作为物联网分支,智能家居依托信息服务,重点结合家电、安防等相关行业,目前多在高端住宅、酒店应用。当前城镇化及宽带中国战略概念风行,智能家居业务将迎来更为广阔的民用市场,预计到2015年市场规模将达到1240亿元。

值得注意的是,厨房电器控制器、家电控制器、物联网控制器以及个人护理控制器是英唐智控目前四大主要智能控制器类产品,还包括智能家电控制方案,与欧美品牌Philips、Delonghi、Conair、WIK及国内品牌美的等均有业务往来。

家电网总编李韬指出,海尔执着于改变其“生产型”的工业形象,立意转型系统集成服务商,因此目前的联姻猜想即便很快能够实现,也只是其布局下一代智能家居战略的一小步。

海尔拟联姻英唐智控

青岛海尔股份有限公司于2013年9月13日披露了《重大事项停牌公告》:公司正在筹划重大事项,鉴于该事项存在重大不确定性,为保证公平信息披露,避免造成公司股价异常波动,维护全体投资者利益,根据《上海证券交易所股票上市规则》规定,经公司申请,公司股票自2013年9月13日开市起停牌。

股票停牌后,公司与有关各方就上述重大事项进行了论证。公司本次筹划的重

大事项涉及以非公开发行方式引入战略投资者,目前有关各方正在积极推进相关工作,但最终方案尚未形成。

为此,经公司申请,公司股票将于2013年9月24日开市起继续停牌,公司将在披露相关公告后复牌。

家电网总编李韬告诉记者,大多传闻集中猜测海尔是次推进智能家居战略的另一位绯闻主角是英唐智控。

据记者了解,英唐智控始建于2001年,专注于生活电器智能化控制

及工业自动化控制的技术研发、产品设计、产品制造和品质控制,是一家国家高新技术企业。公司于2010年10月19日在深圳证券交易所创业板挂牌上市。公司现主要由生活电器智能控制器、数码产品、智能豆腐机和电力参数监测设备及系统4个业务板块组成。其中,公司主营业务为生活电器智能控制器业务。

李韬由此推测,在10月第二个交易周即可揭晓答案。

转型升级 奥克斯空调创新“加减”论



近日,空调领军企业之一的奥克斯集团用一场自上而下的“转型升级”行动诠释了如何将“加法”与“减法”并行,完成了对“加减法”理论的一次整合创新。 郑州晚报记者 朱江华

减法:一切要为品质让步

做减法,不意味着盲目放弃,而是聚焦核心,持续发酵。

对奥克斯来说,这场转型升级的发酵点就是品质。品质对于一个企业来说,究竟有多重要?奥克斯空调的发展经历无疑是这个问题的最佳答案。

在多年前,集团董事长郑坚江便以“品质是基石”为企业发展进行了定调,如今的这场轰轰烈烈的转型升级更是将品质提到了企业战略高塔的最高点。

记者了解到,这场聚焦品质,以“转变思想、强化管理、狠抓质量”为主题,包括生产、供应链、品质、研发及运营等5个方面在内的“转型升级”大幕被拉起后,全国上下一盘棋的决心已在奥克斯内部统一起来。在政策落实上,奥克斯更是毫不含糊。

据悉,为了确保这场“品质战役”的成功,奥克斯备足了“弹药”。投入2.8个亿的资金用于转型升级,分别落在产能扩大、供应链标准提升、品质提升、研发投入及运营支出五大板块上,把转型升级真正推行到企业的核心部门。

而聚焦品质也让奥克斯得到了持续良性的市场回报。据记者了解,奥克斯空调2013年上半年实现了同比增长45%,稳居国内空调市场增长第一阵营。在今年冷年开盘后,奥克斯空调坚持品质战略,走转型升级之路,也带动了旺季市场的产品热销。

加法:一切要向消费者口碑倾斜

对奥克斯来说,如果做减法是为了品质,那么加法无疑为的就是口碑。

“想要取得消费者的好口碑意味着企业前面只有做好品质一条路,没有后路可退。”市场的激烈竞争、消费者的选择多样化倒逼奥克斯在营销端必须要不断创新,在品质基础上,从营销、服务各个层面取得突破,占据市场主动权。奥克斯空调河南营销中心负责人张孝银告诉记者。

据张孝银介绍,在转型升级战略实施后,分公司严格从“客户导向、问题导向、产品导向、标杆导向”四个方面出发,帮助消费者解决购买空调的各种疑虑,强化消费者对奥克斯的品牌信心,提升口碑。

对奥克斯来说,关于口碑的加法依然落脚在市场竞争,而这场竞争绝非是简单的营销竞争。

“一家空调制造企业,如果能够真正以消费者为中心,以产品口碑为原点,且能够将品质管控从设计、研发、制造到营销渠道等贯穿整个产业链,这意味着它与其他企业的竞争就是系统的竞争。做市场不是一池一地的计较,而是要将目光放远。品质是关键,消费者口碑是我们的重心,在品质上我们”牺牲“资源舍得投入,在口碑上我们要倾注力量。”奥克斯空调事业部总经理钱旭峰这样总结到。

聚焦产品转型 美的冰箱或迎新增长



2013年家用电器行业品牌榜近日揭晓,美的电冰箱、洗衣机、空调器、储水式热水器、吸油烟机、电饭煲等8大品类产品均位列品牌榜单前茅。进军行业仅10年的美的冰箱近年来持续发力,凭借强大的科技实力、优质的产品和服务,与海尔冰箱和西门子冰箱形成三足鼎立之势,强势进入品牌榜单前三甲。 郑州晚报记者 朱江华

转型发展 引领节能升级

在当前的产业格局和市场环境下,如何既要保证规模化扩张的优势让企业活在当下,还要保证科技创新的成果出让企业赢在未来,美的集团始终坚持以技术创新引领产业发展,成为中国家电企业创新驱动升级转型的突破口。

美的冰箱总经理王建国表示,美的冰箱始终以绿色、节能的生活方式、价值理念作为技术方向引导,使美的冰箱真正成为引领产业升级、为消费者提供大容量、节能、保鲜、智能新生活的行业领导品牌。

4月,美的冰箱以“芯节能”技术为依托,一口气推出4大系列19款全新升级的节能冰箱,涵盖对开门系列、多门系列、电脑三门系列等所有产品线,其中包括日耗电仅为0.78度的业内最节能的对开门冰箱和“四天才耗1度电”的最节能的三门冰箱等,充分满足消费者对于节能冰箱的需求,从而深度推动节能冰箱的全面普及和消费升级。

6月25日,美的冰箱与中国标准化研究院在合肥签署战略合作协议,协议包括噪声研究、能效研究等多个项目的合作研究,中国冰箱行业的科技探究领域再次拓展升级。同年8月,经双方首批联合研发的5款超高能效冰箱产品全

部上挂CSC标识。所有标注CSC标识的产品,能效系数均在原国家节能惠民标准基础上提升7%~20%。更值得一提的是,美的冰箱是目前行业内唯一一家获得CSC权威推荐的家电企业。

消费升级 高端产品寻突破

随着人们消费水平的提高,消费者对于产品的要求不再局限于前期的功能性,产品的高端化趋势日趋明显。8月份数据显示,高端冰箱多门、对开门产品零售量份额为13.7%,三门、多门、对开门等高端产品的销量已经占整体市场的32.6%。高端冰箱产品的消费增长成为上半年冰箱市场增长的主要原因。

据美的冰箱相关负责人透露,近年来企业高端产品线的布局倾斜、科研投入的加大使高端冰箱逐渐成为美的营销的主力产品,在上半年五一、端午大促中,美的中高端冰箱占比近40%,成为冰箱高端市场名副其实的领跑者。

业内专家分析认为,冰箱三强中美美的冰箱虽然起步较晚,但是后劲十足并持续突破创新。后期美的冰箱凭借先进的科技和节能的产品打造品牌的“硬实力”,加之“美的”品牌几十年积累下的美誉度为美的冰箱打下的品牌“软实力”,必将在未来的市场竞争中获得新增长。