

# 家电大咖碰撞 话中国制造智慧的心音



姜风



梁海山



胡自强



孙利明

## 中国家电理事会理事长 姜风： 我国家电迈向世界家电强国

经过30多年的快速发展,我国家电生产规模已居世界首位,成为我国极具国际竞争力的产业之一。“十二五”是家电行业发展的转折期,中国家电工业结束了高速增长,开始走向新常态。2015年家电业主营业务收入达到了14084亿元,2015年家电出口额565亿美元,“十二五”的年均增长率为6.8%。

全球家电产业格局变化,为中国家电企业实现全球化拓展提供了难得的机遇,今后中国与韩国两个国家的家电企业将会在全球市场上发挥更加重要的影响力;消费升级将为家电行

业消费升级带来巨大的机遇;创造新的消费需求将会有更多新品类家电进入到消费者的家庭,如智能卫浴电器、洗碗机、干衣机,嵌入式厨房等各类智能产品将大量进入普通家庭。

同时又面临的主要挑战是:一是家电产业发展环境变化带来的挑战,如何变革,给企业带来很大的挑战;二是互联网+的挑战,对于家电企业来说既是重塑产业链的机遇,也面临着极大的挑战;三是技术创新的挑战,目前自主品牌国际影响力较弱。

## 海尔集团董事局副主席 梁海山： 互联互通共创共赢新平台

目前,互联网对传统企业模式的颠覆和造成的影响主要表现在:一是商业模式的颠覆,传统的分立式到分布式,使原来的企业分立一定要变成开放;二是制造模式的颠覆,从原来的大规模制造转变成大规模定制;三是消费模式的颠覆,从用户的角度来看,原来用户关注的是产品,现在关注的是产品的体验。

目前很多企业都在做互联工厂,其最核心的还是满足用户个性化需求。

搭建企业平台化,把传统家电

变成网器,形成一个一个的生态圈,就是家电变成网器,最核心的就是智慧生活平台,需要智慧的互联技术,需要服务的支撑,需要软件的支撑;用户定制个性化,最核心的出发点是满足用户的个性化需求,首先是用户的交互,用户的定制,是关心用户的体验、用户的体验数据怎么能够通过零距离互联直接到达;员工的创客化把企业变成一个支持创客的平台,其中有一个孵化平台,不但对内部的员工可以进行孵化,进行创客孵化支持,同时对外部的创客也可以进行支持。

## 美的集团首席技术官 胡自强： 在智慧家居上,美的练了两年内功

智慧家居是个生态,仅靠1个厂家是没办法完成的,需要更多的厂家合作来实现应用场景。

智慧家居最终的目的依然是以用户需求为核心,通过场景解决用户的实际问题,作为载体的智能单品在场

景中发挥什么样的作用、解决什么问题十分关键。以智慧营养、空气、水三大解决方案为场景,美的最新研发的22款智能单品、30项首创技术让外界看到了美的以用户需求为核心的智能化思路。

## 方太副总裁 孙利明： 方太致力于带来有品位的智能生活

在中国普及智能嵌入式一体化厨电,一定会遵循从单品到组合,从智能科技到智能生活这样的渐进式发展路径,而且在这一演变过程中,用户的最佳体验始终是核心。

作为中国嵌入式成套化厨电的

倡导者与开创者,方太致力于为用户提供从厨房烹饪、健康美食到高品质生活方式的一体化服务,打造以互联网+厨电产品为核心的社交圈,将更健康环保有品位、有文化的生活方式融入人们的生活。

## 海信、长虹、创维、TCL 等传统彩电品牌收获用户好口碑 彩电龙头赢得满意度五星评价



3月10日,中国电子商会消费电子产品调查办公室发布了《2016年中国平板电视售后服务及消费者满意度调研报告》(简称报告)数据显示,消费电子行业售前满意度是69.3分,售后满意度是63.2分,在用户使用满意度评价方面,海信、长虹、创维、TCL等传统彩电品牌高出平均分95%以上。  
郑州晚报记者 朱江华

### 最佳服务 源于企业服务模式创新

据报告显示,2015年中国平板电视消费4400万台,连续4年保持平稳。截至目前,中国居民家庭平板电视保有量达到3亿台,市场在售的彩电品牌超过了40个。

据中国电子商会的调查结果显示,在当前技术转型升级步伐加快、全面比拼用户满意度的全新市场形势下,海信、长虹、创维、TCL等传统彩电企业非常注重售后服务模式的创新与改善,注重提升用户体验,赢得了较高的用户满意度五星评价。

### 用户好口碑 源于质量可靠

经过几年互联网快速发展之后,中国平板电视市场智能电视渗透率已经超过70%,日活跃用户达到4100万。智能电视的高速发展,导致软件系统升级、智能交互、APP卡顿、死机、内容更新等故障成为售后服务端重点区域。

“TCL的100分服务围绕消费者的真正需求展开,切切实实解决生活中的痛点。”据TCL多媒体负责人介绍,提供24

小时免费上门安装调试服务,一步到位解除后顾之忧,给消费者带来实实在在的福利。

报告同时指出,互联网品牌企业相对来讲售后服务质量比较低,包括安装、送货等环节。

长虹可靠性技术中心副主任彭海鑫博士表示,基于长虹完善的可靠性保障,从2015年开始,长虹CHiQ电视全系列实行“100天内出现硬件性能故障免费换新机、1年内免费保养调试”的高品质、尊享服务,获得业内一致好评。

为了确保消费者利益,海信早在2013年7月推出“30天包退包换”的企业

三包政策,与“7天包退、15天包换”的国标相比延长了一倍多,率先与欧美国家的家电售后政策接轨。海信集团郑州营销中心总经理李振晓告诉记者,2015年,海信电视全球市场出货量跃居全球前三,全球化竞争不仅需要世界级的产品,也需要世界级的服务。

中国电子商会副秘书长陆刃波在接受记者采访时称,消费者的好评源自海信、长虹、创维、TCL等传统彩电品牌对产品质量高要求的坚持。

多年以来,创维多次优化升级客服接听设备及办公操作系统,确保为全国用户提供365天的全天候服务。创维集团中国区域营销总部用户服务部总监尹占江在接受记者采访时表示,目前围绕4K、OLED、GLED电视用户专设“高端

产品专家客服”,为其提供涵盖产品功能了解、技术咨询、调试指导及日常维护保养等方面的高端服务。

把需求当做核心要素,是CHiQ电视所有创意和研发的最大驱动力。长虹可靠性技术中心副主任彭海鑫博士则指出,作为质量把关的长虹可靠性技术中心,在最大限度满足产品创意充分发挥的同时,也决不牺牲产品质量。