

大咖云集、会场爆满,日前,“AWE2016”正式在上海“开谈”论道。与以前颇为具象的主题有所不同,来自国内外业内外知名学者、企业家、从业人员共同“倾听中国制造的声音”,并围绕中国制造面临的困惑和未来展开对话。 郑州晚报记者 朱江华 文/图



杨东文



赵继宏



邵洋



闫小兵

### 创维集团总裁 杨东文: 在不确定市场环境下寻找增长空间

经营的原点或中心点是产品或者消费者的需求满足,企业的机会来自外部的顾客、消费者和交换提供的产品,一切工作应围绕“产品、消费者的体验”展开,才能真正在不确定经济环境下寻找到企业的生存和发展空间。在供应链上,目前要认清一个现实,大部分产品还是同质化为主。既然同质化为主,零售价格就由市场决定,由消费者来决定。在周转率上很多家电企业和经销商朋友都在亏,亏在哪里?亏在存货上。在损益表经营上,损益表集中了人类智慧的结晶,它是经营和管理的关键。

系,企业应该是先有经营后有管理,经营定生死,管理是锦上添花。

企业所有的管理都应该推动业绩和销售增长才是好的管理,这也是判断管理优劣的基本前提和标准。如果不能提供销售收入增长的管理,是不好的管理,是阻碍业绩增长的管理。总之,损益表的基本含义是拿什么产品与消费者进行交易,即经营基础是产品或服务,是营业收入,所以经营的原点或中心点是产品或者消费者的需求满足,在这样一个特殊环境下找到我们的生存之道。

### 华为终端首席战略官 邵洋: 智能家居,一个新生命的诞生

智能家居是什么?智能家居一个最重要的标志是一个生命,就是它一定不是把你习惯的物理世界的东西简单地变成数字世界的那个东西,它就像一个生命一样,也可能是你生出来的,但它一定不是你,它有自己的发展方向。怎么解决智能家居这个过程?我们把它叫做HiLink,Hi是交互,Link是连接。对于HiLink智

能家居我们的愿景是什么?第一是极简,一切的复杂都要变得简单。第二是自然,所有跟现实世界拧巴着来的东西我们都要和现实世界顺着来。第三是自主思考,通过这样一个平台能够让大家变得不是一个简单的物,而是一个有生命的东西,可以思考。第四是非凡体验,当它产生的时候,它就是一个进化过的2.0版本。

### 老板集团总裁 赵继宏: 2016将继续专注厨电引领高端

2015年,在整个行业都不景气的情况下,老板电器逆势增长30%,烟机销量达到200万台,是行业内首家突破200万台的企业。这些成绩的背后是老板电器37年专注厨电的态度和品牌的高端定位,2016年将继续坚持这个方向不动摇。

今日的厨房不同于过去,如今厨房肩负的功能不仅是烹饪出可口美味的佳肴,更是家人在一起共同学习情感交流的重要场所。老板电器希望将精湛的科技运用到厨房电器,将其功能不断优化升级,让消费者拥有更好的使用体验。

### 京东集团副总裁、家电事业部总裁 闫小兵: 互联网企业要顺势而为

互联网+这个词不单是传统企业应该做互联网+,互联网企业也应该做互联网+。互联网企业应该加上传统的经营理念,互联网企业必须对经营怀有敬畏之心,很多经营的规律不是说加了互联网的翅膀就可以完成实现。真正的O2O一定是核心优势的互补,一定是A和B之间有非常强的互补性。不是两个企业简单的强强联合,A企业和B企业强强联合,他是线上的我是线下的,强强联合就是O2O,这纯粹是一厢情愿。

什么样的产品是未来的趋势?品牌,你的品牌足够让消费者记忆,你能培养粉丝,大品牌;产品,你的产品性价

比足够高;新奇特,你的产品足够新奇特。那么将来不管在线上还是线下,一定是非常有前景的;标准化,由于互联网出现,消费者对于家电的购买需求也倾向于标准化,喜欢用更具有实用功能性的产品,而不是自己完全想象不出来的产品;价格透明,消费者喜欢透明的价格,并不喜欢随时波动的价格,所以透明是消费者对于家电消费的需求;农村巨大,农村市场家电占比已经接近30%,也就是说,2016年做来,京东的目标是一半,农村市场的空间非常巨大;公平消费,目前家电产品的价格门槛已经不再是主要的门槛,实际需要的是和城市一样的消费结构。

## 电商满意度出笼

乐视、小米、华为分获投诉榜冠亚季军

天天3·15

3月10日,中国电子商务研究中心发布的《2015年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》显示,乐视、小米、华为成为热点用户投诉品牌电商前三甲。  
郑州晚报记者 朱江华

### 投诉品牌电商 乐视占比最大获第一名

3月10日,中国电子商务研究中心发布的《2015年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》(简称《报告》)显示,乐视、小米、华为成为热点用户投诉品牌电商前三甲。

乐视(46.79%)、小米(24.36%)、华为(21.13%)成为热点用户投诉品牌电商前三甲,其中乐视占比最大投诉比例,其他品牌电商投诉占比为7.72%。

《报告》称,乐视、小米、华为、酷派、锤子、凡客诚品等独立品牌电商中,乐视因

“9·19发货门”事件被数千位用户投诉,成为用户投诉最多的品牌电商。而小米、华为因其质量、售后等问题,在其独立平台和其他渠道的该品牌产品销售中用户投诉较多,占比分别位于第二、第三位。

2015年9月19日,乐视商城开展“黑色9·19乐迷节”,活动内容为“超级电视、超级手机直降500元,全天全渠道现货开放购买”。当日,众多消费者通过乐视商城官网订购了活动商品,乐视承诺于付款后一周内发货。但部分消费者称,在

下单购买付款后乐视并未按照约定履行义务、未按时发货,或称消费者所购电视型号无货,以其他型号商品发货。最终,33名消费者认为乐视未按约定履行合同、其行为构成欺诈对乐视提起诉讼。11月26日,北京市朝阳区人民法院受理了该案。

对此,中国电子商务研究中心法律权益部分分析师姚建芳认为,小米、乐视等品牌电商的用户满意度较差,主要体现在品牌质量把控和服务上。

### 最差零售电商 当当、唯品会等榜上有名

《报告》显示,“2015年度十大用户体验最差零售电商”则是,淘宝网/天猫(C2C集市卖家及品牌卖家)、工行融e购、乐视、小米、趣分期、当当、唯品会、国美在线、网易考拉海购、贝贝网。

《报告》同时显示,苏宁易购、京东、蜜芽、聚美优品、亚马逊中国、美丽说、1号店、分期乐、丰趣海淘、蘑菇街十家主流网络零售商的用户体验较

好,位居“2015年度用户满意度TOP10零售电商”。

报告通过对淘宝/天猫、京东、苏宁易购、亚马逊中国、国美在线、唯品会、当当网、1号店、聚美优品、蜜芽等数百家主流电商的全年监测显示:售后服务、发货迟缓、网络售假、退换货难、退款难、订单取消、网络诈骗、虚假发货、价格欺诈、货不对板是2015年网购用户投诉最多的十大

问题症结。

对此,中国电子商务研究中心法律权益部分分析师姚建芳认为,跨境进口电商用户满意度相对较差,主要问题集中为发货迟缓、售假以及售后服务差,这与目前跨境进口电商的急速发展紧密相关;非自营平台电商在商品质量把控和商家管理上与自营电商相比较差,易出现售假、产品质量不过。