

海尔智家如何撬动新消费

——来自 AWE 的观察

□青岛日报/观海新闻记者 杨光



■海尔智家从用户健康生活需求出发,研发洗空气等原创科技,引领消费升级。



■海尔智家携高端品牌、场景品牌、生态品牌最新成果亮相 AWE。

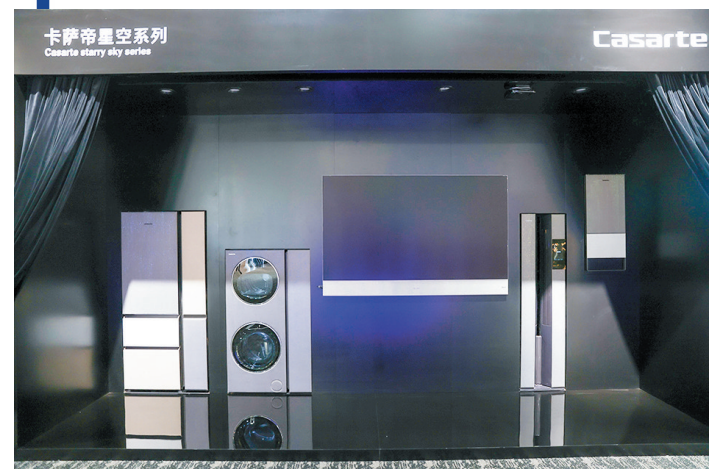
激活新消费,需要怎样的“强引擎”?展会向来是观察市场趋向的窗口。4月27日,2023 中国家电及消费电子博览会(AWE)启幕。作为全球三大家电及消费电子展之一,这场睽违两年后重启的行业盛宴,为全球消费者全景化呈现未来智慧生活的美好图景。

在本届 AWE 的 13 个场馆中,海尔智家所在的 N5 馆最为受人瞩目。在参展的千余家国内外企业中,海尔智家是唯一一个独自包揽整个场馆的企业。然而 AWE 海尔智家展区的魅力,不只在其次,还在于其场景化的深度体验感——步入这里,就像回到不同形态的“家”,在更智慧、更便捷的主动服务中感受到智慧家庭的进化。一个个提供前沿智慧居住体验的空间,对应着覆盖各类可落地的智慧家庭解决方案,指引着居住“新消费”的明朗趋向,让海尔智家展区人头攒动的盛况更胜往昔。

涌动的人流、跳跃的交流,海尔智家将最前沿的智慧家庭实现方式沉浸式地传递给消费者,并得到了积极的反馈。暮春时节,面对这样热烈的场景,消费市场强劲复苏的暖意扑面而来。

实打实的财务数据同样是对一家企业撬动新消费能力的客观描述。27日晚最新发布的财报显示,2023年一季度,海尔智家延续了2022年报营收、利润高速增长态势,实现营业收入650.66亿元,同比增长8%;归母净利润39.71亿元,同比增长12.6%,利润增速持续超营收增速。2022年,海尔智家连续14年稳坐欧睿国际全球大型家用电器品牌零售量头把交椅。

从第一家电品牌迭代升级为智慧家庭生态品牌的“新智家”,不断精益求精为用户创造“新生活”的能力,在启动“新消费”上展现出了一马当先的姿态。其逆势上扬的强韧表现,生动反映了中国企业推动消费市场加速重启和持续复苏所作出的努力,显示了新消费崛起释放的强大动能。



■卡萨帝星空概念套系采用光纤材料为家电打造“智能皮肤”,可通过编程传感器与用户互动。



■依托智家大脑,在海尔智慧家庭,冰箱成为家庭健康保鲜管家。

新智家

消费承载着多重期待。作为畅通国内大循环的关键环节和连接国内国际两个市场的纽带,消费是国民经济增长的重要拉动力,是产业向价值链高端跃升的助推器,也是人民对美好生活需要的直接体现。

海尔智家何以具备新消费的“强引擎”能力?26日举行的2023海尔智家生态大会给出了答案。在当天的大会上,海尔智家亮出了行业内最完整的品牌布局、最全面的场景方案、最领先的科技创新、最彻底的全球化布局。这是海尔智家在数智变革中迭代发展的最新成果,形成了1000种以上的智慧场景方案,月服务用户达到6.3亿次,数字化用户平台日活量已经达到385万。

数字时代,变革注定要发生。在与亿万用户生活关联最密切的居住市场,一场向着高端、智能、健康、绿色方向的演进正在进行。率先察觉到这种需求转向的海尔智家,在品牌进阶和数智进阶中开启了一场向“新消费”奔赴的自我变革。

品牌是承载“新消费”的载体。海尔智家以三级品牌战略颠覆了传统的产品品牌体系,实现了高端品牌的全球引领、场景品牌的全球首创,向智慧家庭生态品牌稳步转型,开辟了一条新消费的崛起之路。

坚持走高端品牌之路,是引领消费趋向,增强产业韧性的重要策略。如何破题存量发展,在存量市场中创造增量,是家电行业的共同课题。日益鲜明的消费需求分化和消费升级的趋向给了行业突破的机会。高端品牌带来的升级体验,具备满足用户更高层次需求的能力,为创造增量提供可能。

通过原创MSA控氧保鲜科技实现了细胞级保鲜,以3D透视烘干科技解决了厚重衣物一次烘不透、烘不干的难题,首创底部前置散热科技、离心变轨铰链科技、超薄发泡层等科技的平嵌冰箱……以原创科技解决生活痛点和行业难题,带给用户超预期的体验,海尔智家高端品牌卡萨帝在高端赛道一骑绝尘。自2016年至2022年,卡萨帝市场规模从20亿元增长到260亿元,创造了6年间实现10倍增长的行业神话,以及高达621亿元的品牌价值。卡萨帝的强势表现,见证了新消费向高端演进的坚定方向。在AWE开幕前夕,海尔智家旗下全球超高端品牌斐雪派克在上海建店,进一步填补了其在超高端家电市场的空白,创造向上进阶的空间。

以高端品牌矩阵为底座,海尔智家全球首创了场景品牌三翼鸟,对消费终端的供给能力提升到超越家电单品的层面,为用户提供个性化智慧家庭的场景定制,让家电和家居一体化的完整体验得以实现;在全面向智慧家庭生态品牌转型的探索上,海尔智家强大的生态吸引力,让衣食住行各方资源在居住空间实现耦合,为用户提供智慧的生活体验。

支撑海尔智家向高端品牌、场景品牌、生态品牌三级品牌进阶的内核,是数智进阶。海尔智家通过深化数字化转型重构,形成了一个崭新的数字化的产业生命体。在数字化研发方面,海尔智家围绕用户需求打通企划、研发、采购等全流程,快速响应用户需求;在数字化制造方面,海尔智家打通采购、物流、工厂和供应链,每个工厂实时连接用户反馈,通过智能排产,人均效率提升15%;在数字化业务方面,通过数字化平台开展全流程交易、交互,实现用户服务零距离,以精准投放实现市场费用率降低5%。数智进阶不仅对海尔智家产生了全流程的正向拉动效应,也加速着创新成果的生产和新消费模式的落地,从而带动全产业链向价值高端跃升。

一个崭新的海尔智家,诠释了新的企业价值创造。走在数智变革的前沿,海尔智家的意义,远不止于在销量上的全球领跑,更在于其始终基于时代趋势的敏锐洞察,品牌进阶和数智进阶,带动了生活方式的颠覆,让新消费加速落地。

新生活

家电产业的迭代向来基于为用户创造美好生活的

能力提升,基于生活体验的颠覆。并不是每一项创新都能被用户接受、被市场所吸纳,只有满足用户需求,形成新的生活方式,创造新的用户生活价值,才能引导行业创造螺旋上升的拐点。

在行业向智慧居住进阶的进程中,海尔智家以实场景、真智慧、硬科技的全新生活方式,推动行业进入场景生活时代。

细看今年的AWE展馆,以套系替代单品、以场景布局替代产品陈列,是实力品牌的共同选择。作为最早推动行业向场景演进的企业,海尔智家对场景的理解更为深刻,提供的体验也更加丰富、多元和有深度。

在AWE现场,全球唯一智慧家庭场景品牌三翼鸟搭建起“四大场景盒子”全场景智慧样板间,实现了玄关、客厅、阳台、厨房、卧室、浴室、影音间等家庭空间的全面覆盖,还原了用户真实的居家生活场景。为了保证参展观众的体验感受,“四大场景盒子”采用限流模式,为每一个“回家”的用户留足充分的体验空间。

当你通过智能门锁打开房门时,全屋的灯光会自动渐进式亮起,还会伴随轻柔的音乐铃声,让你感受回家的喜悦。当屋内传感器检测到中午阳光比较强烈

新消费

企业和产业一切变革的最终目的是构成新消费。只有创造新的体验,打造新的消费场景,形成新的消费形态,在用户和市场认可中加快释放消费潜力,才会带动经济的发展和产业的价值提升,使社会再生产实现良性循环。

作为智慧家庭场景品牌这样的全新品牌形态,海尔三翼鸟承担的恰恰就是落地用户的生活方式的功能。三翼鸟为用户提供的不是单品,而是在充分研究用户真实生活场景的基础上,将多个品类的产品集成,最终为用户提供从前期设计、中期施工,到后期家电家居配套的智慧场景解决方案。

在海尔智家生态大会和AWE的现场,观众沉浸式体验了三翼鸟让梦想之家成为现实的能力——基于平台赋能能力,用户通过三翼鸟小程序可1秒打开数字样板间,720°查看全屋智慧场景方案;基于智慧场景能力,三翼鸟提供预制场景方案,支持更快的用户需求定制;基于设计工具能力,三翼鸟首创了专业成套家电设计工具筑巢设计平台,为独立设计师提供超过4400



■三翼鸟为老年人群打造的适老解决方案,让智慧家庭服务老人生活。

个家电模型,最快三分钟就能设计出一个智慧家;基于智家大脑能力,三翼鸟创造了超过2000个智慧技能,用户可以自由组合出属于自己的智慧生活……三翼鸟制定了一流的交付标准,基于数字化的用户平台,给用户提供一站式的专业服务,让用户在平台上高效定制智慧生活。

在海外,海尔智慧家庭也已经完成了以数字化平台服务用户的全球化布局。在美国,越来越多GEA用户通过智慧厨房场景体验到了“一键烤火鸡”功能;在澳洲,斐雪派克2021年就开始接入Smart HQ平台,升级自身智慧场景体验;在日本,AQUA正加速“兰朵丽”智慧社区洗普及;在亚非,有20多万用户正通过Haismart平台享受智慧场景的舒适高效;在欧洲,用户可利用hOn平台快速构建智慧家庭。

新消费成为连接国内国际两个市场的新纽带,带动智慧家庭的全球化普及。一台领跑美国市场的海尔智家旗下品牌GEA大滚筒洗衣机,是“双循环”体系下全球品牌矩阵,海尔智家实现了研发、采购、制造、物流等全产业链的协同赋能,统一品牌设计语言、工程语言、协同开发平台,针对全球不同地区用户需求快速提供个性化产品解决方案,形成新消费的落地成果。这将最大程度释放海尔智家在新生活、新消费上的引领价值。

新消费的进阶之路永无止境。海尔智家正在打开引领未来消费的更大的想象空间。

时,智能控制中枢会开启智慧遮阳场景方案,自动调节窗帘的开启高度或角度等。而在你对海尔智家的智能助手“小优”下达“我要看电影”的指令时,屋内的灯光、窗帘、电视等都会联动起来,迅速为你营造舒适的观影氛围……

对于每一位步入“场景盒子”的用户来说,他们的每一个动作、每一句话都是与居住空间场景的交互“对话”,在智慧家庭的核心技术引擎——智家大脑的支持下,“场景盒子”理解并响应用户的需求。智家大脑由一个智家大脑平台、三朵云(AI云、大数据云、IoT云)和全屋神经网络系统构成,具备理解力、感知力、决策力和生命力的四大引领性优势。目前智家大脑已服务1.9亿用户家庭,智慧家电用户活跃1273万,语音交互用户活跃752万,场景月用户交互次数6.3亿,越来越多家庭通过智家大脑实现了深度体验的智慧生活方式。

在厨房想做一顿美味大餐,翻开食谱却难在了“盐少许、火适中”的困境中,面对各种厨电设备、各种功能开始手忙脚乱。但三翼鸟智慧厨房基于智家大脑,围绕食材存储、膳食推荐、美食制作、餐后清洁的厨房动线,构建了智慧存储、智慧烹饪等厨房全场景的解决方案,不必让用户猜到底放多少盐、用多大火,只需一键烹饪,即使是厨房“小白”,也能轻轻松松做出一顿中西美食大餐。

在26日举行的海尔智家大脑科技大会上,海尔智家发布了智家大脑向“深度体验”进阶升级的最新成果,实现了产品、场景、平台体验的全面引领,并将智家大脑的平台能力具象化,打造了全屋智慧管家“小优”,让用户端的体验更加真实可感。

真正的深度体验智慧生活方式,满足的不是单一局部需求,而是复杂场景的多任务需求,让产品之间实现跨空间、跨系统、跨设备联动交互,为用户服务,在新的体验中创造新的智慧生活方式。