

九阳连续十年荣获“最具影响力小家电品牌”

■ 朱剑平

日前,由中国家用电器研究院主办的“第十三届中国家用电器创新成果推介”活动在德国柏林 IFA 展如期举行。此次活动中,九阳股份有限公司第十次荣获“年度最具影响力小家电品牌”殊荣。

“中国家用电器创新成果推介”活动已经举办十余年,每年都将中国家电最具影响力、最具竞争力的创新成果带上世界舞台,让世界见证中国家电企业的创新实力,了解中国品牌的工匠精神。能够在活动中获奖的企业和产品,均代表了中国家用电器行业的顶级水平。

专注破壁技术 24 年 陪伴国人吃好每一餐

“中国人把茶香献给了世界,把豆浆留给自己。”今年 8 月 10 日,九阳品牌故事片在央视首播。它所讲述的,是九阳专注破壁技术 24 年的温暖故事。

1994 年,当时还是教师的王旭宁发明了世界第一台豆浆机,成功研发并应用家用食物破壁技术,从此改变了一个民族植物蛋白的摄取方式。

几年前,结合国人的饮食习惯,九阳率先把长期积累的破壁技术、熬煮技术应用到了破壁机上,发明了中国人的第一台冷热型破壁机,中国原创破壁机自此诞生。如今,九阳再次推出了国内首款静音破壁机,以及不用洗的无人破壁豆浆机。

专注破壁技术 24 年,九阳用原创产品为



国人带来健康和营养,陪伴国人吃好每一餐,温暖了数亿中国家庭。

原创产品推陈出新 为国人带来全新的美好生活

消费者对美好生活的向往和追求,引领着九阳在原创的道路上砥砺前行,一系列原

创产品纷纷面世。

九阳推出的国内首款静音破壁机 YJ08 一经上市,便赢得了广大消费者的青睐。作为获中国家用电器研究院“静音认证”的第一台破壁机,工作声音可低至 56.2 分贝,和正常说话的声音差不多。

不用洗的无人破壁豆浆机,则掌握了自

完善 U+AI 生态系统 海尔打造物联网生态第一品牌

■ 宏伟

物联网时代,传感器、RFID 技术、人工智能、通讯技术等飞速发展,共享和处理实时数据已变得更容易,行业间的物理边界正在消失,单纯地销售硬件产品在物联网时代已不足吸引用户。因此,企业需要解决的最大问题是愿景和战略必须超越自身的产品和服务,企业所开发的用户体验必须超越多个行业参与者的界限,所以必须要建平台,以集合行业内最优的资源,来满足用户不同需求。

海尔作为率先成功转型物联网企业的代表,早就展开了一系列战略部署。在互联互通方面,2014 年,海尔率先行业发布智慧家庭领域全球首个智慧生活开放创新平台——U+平台,推出全球首个跨硬件/芯片、跨网络、跨操作系统、跨标准、跨编程语言的协议,实现不同品类、不同服务统一接入 U+平台的互联互通新模式。同时,海尔 U+也积极发挥自身行业领军者号召力,打造互联互通生态平台。2016 年,海尔就成为了 OCF 董事中唯一

的一家中国企业成员,实现了海尔智慧家庭与 OCF 的 200 多家企业的跨品牌、跨品类产品的互联互通,加速了海尔智慧家庭的全球化落地进程。在本次 IFA 展会,海尔 U+更是与 OCF 以及伊莱克斯、LG、三星等国际巨头共同签署互联互通合作协议,旨在打造无缝且安全的设备连接体验和安全的互联互通系统,实现全球家电的互联互通和标准化。

在人工智能应用方面,海尔智慧家庭依托 U+AI 生态系统,发布首个智慧家庭语音助手——小优管家,搭建智慧家庭分布式交互系统。用户在任何角落,通过语音助手都可以与海尔智慧家庭交互,创新颠覆传统家电交互模式。为给用户提供全方位、理想化智能家居交互体验,海尔 U+语音交互系统在硬件、软件、平台服务上都会向生态合作方开放,例如,海尔 U+语音交互系统开放接入 Amazon Echo,在展会现场欧洲用户通过 Amazon Echo 就可以实现对家电的控制交互。具体而言,海尔面向第三方硬件厂商开放软硬件一体的语音解决方案,面向第三方语音

助手开放智能设备的交互服务,面向第三方语音服务平台开放硬件数据接口,面向第三方开发者开放技能开发接口。本次在 IFA 展上展出了食联网、衣联网等解决方案就是其开放平台的落地场景亮点案例。作为海尔智慧家庭“食联网”交互中心的智慧冰箱嵌入了语音交互平台,为用户提供购买食材、菜谱教学以及健康技能。在智慧浴室,展出内置 DRS 的海尔洗衣机,可自动检测洗衣机内洗衣液含量,当发现不够使用时可自动亚马逊下单购买……

海尔 AI 生态系统的前瞻性在于将 AI、大数据等技术应用到食联网、衣联网等开放生态,以大数据描绘用户需求画像,实现网络自决策、自判断、自服务的主动智慧,保证产品服务及体验依循用户需求迭代升级,满足消费者高端、智慧、便捷乃至更为深层的未来需求趋势。未来,海尔将不断深化 AI 及大数据在智慧家庭领域的应用落地和生态开放。海尔将平台开放给更多的硬件厂商、第三方开发者,意在通过与产业链上下游的合作,加

动清洗的原创科技,彻底解放双手。搭配了轻养食材料包,器食结合,最快 5 分钟做好饮品。

今年以来,九阳还推出了全球首款珐琅铁釜电饭煲,无需看管、没有油烟的炒菜机器人,航天净饮水机,隐烟机,轻奢派锅等一系列原创产品。

为小家电代言 九阳担当“领跑者”使命

在国内小家电行业乃至整个家电行业,九阳的“三个厨房”独具匠心,是小家电行业实至名归的代言。

“家庭厨房”,九阳领先领跑。在厨房领域,九阳发明了一系列原创产品,良好的口碑和过硬的品质赢得了更多消费者的青睐。在科技创新方面,九阳依托原创,收获了 4000 多项专利。九阳首创了“器食结合”方式,为广大消费者送去了健康和营养。

“太空厨房”,中国独此一家。九阳是中国航天太空厨房科技暨净水技术合作伙伴,未来中国航天员在中国空间站的“太空厨房”里,用的是九阳的厨房科技。“太空厨房”是九阳科技与创新实力的最好力证。

“希望厨房”,九阳爱满中国。九阳已经在青海、云南、广西、贵州、湖南、山东、西藏等 27 个省区援建了 800 多所九阳“希望厨房”,为 40 万学生能吃上一碗热饭、喝上一杯豆浆、饮用一杯干净的水倾力而为。

未来,九阳将继续以原创为引领,持续推动品牌迭代、价值升级,为消费者带来高品质、高价值的产品和服务,为美好生活助力,为中国创造代言,为中国品牌添彩。



快构建智慧家庭生态,打通更多场景数据,赋予设备更多智能化,进而通过生态提升用户的交互体验。此次,海尔与 Amazon 的合作只是一个开始,未来随着越来越多智能硬件和语音交互出现,场景将会越来越丰富,海尔智慧家庭生态的活跃性也会增加。

海尔是全球范围内第一个提出了构建物联网时代的生态品牌,在海尔看来,物联网时代的用户需求更加个性化,所有的技术都应该服务用户个性化体验。海尔智慧家庭中,搭载了全球领先科技的产品展示着海尔全球的内在本质:全球研发,全球制造的综合运作能力,也将持续引领智慧家庭行业的未来发展趋势。

品牌故事 |

山工机械:从本土工厂到全球品牌的蝶变

■ 严曼青 张妍

光阴荏苒,改革开放已经 40 年。40 年来,本土企业和跨国企业在市场的洗礼下不断发展壮大,有些企业更实现质的飞跃。今年,曾经是本土品牌的山工机械也迎来了成立 60 周年。在携手卡特彼勒、经过 15 年发展,这一成立于山东小城青州的工程机械行业的本土工厂,如今已脱胎换骨成为全球公司旗下重要的一分子,更依托卡特彼勒的全球网络走向更广阔的全球市场。这 15 年中,山工机械与卡特彼勒经历了哪些磨合,合作的痛点和收获又是怎样的?日前,记者在卡特彼勒青州工厂专访了卡特彼勒全球副总裁、卡特彼勒中国董事长陈其华以及卡特彼勒土方工程事业部全球副总裁 Frederic Istas,深入了解这一段融合发展。

卡特彼勒品牌 DNA 的植入

“进入中国 40 多年来,中国已经成为卡特彼勒重要的新兴市场,更是我们全球战略的重要组成部分。卡特彼勒已逐步成长为一个业务模式全面落地的本土化全球企业,除了供应中国市场之外,中国制造的产品还远销海外市场。”卡特彼勒全球副总裁、卡特彼勒中国董事长陈其华对记者说,“卡特彼勒采用全球统一的制造标准,将先进的卡特彼勒生产体系(CPS)贯彻到每一个制造工厂。卡特彼勒将国际化品牌基因的优势注入拥有 60 年悠久历史的山工机械本土品牌,赋予了‘SEM’成为国际级水准全球知名品牌的潜力。”

加入卡特彼勒以后,山工机械从技术到管理都受益匪浅。

15 年来,卡特彼勒不断提升青州工厂卓越制造的能力,并在青岛设立研发中心,不断

在山工机械品牌的产品中融入最符合客户需求的设计理念,提高产品可靠性。与 15 年前相比,青州工厂有了天翻地覆的变化:现代化生产线、零缺陷流程控制、新的供应商体系、不断追求发展的团队。青州基地不仅仅生产、更新和拓宽山工机械的产品,包括装载机、平地机、推土机和压路机,还生产卡特品牌的产品。

此外,卡特彼勒也把旨在激励全球团队合作,强调正直、团队合作、承诺、可持续发展,以及追求卓越的全球文化贯彻到山工机械。“全球的文化 and 山工自身的文化(拼搏精神、奋斗精神、不断创新,不断进取)紧密结合,赋予山工机械国际化的思维和价值观念,并一步步从 60 年前的小规模本土企业,成长为全球性品牌。”陈其华如是说。

国际管理理念与中国匠心的融合

“卡特彼勒与山工机械联姻成功,可以说是改革开放中外合资的一个典范,也为我们提供了诸多借鉴。您觉得合作成功的根本是什么?”

面对记者的提问,陈其华的话言简意赅:“融合。”陈其华表示:“首先是设计和研发的融合。山工机械融入了卡特彼勒的 DNA,在对客户承诺的可靠性和质量上有质的飞跃;其次是生产和销售的融合。营运制造和供应商发展,在当地合作伙伴的支持下,我们打造了整个端到端的制造链;最后是团队和文化的融合。”

据介绍,山工机械不仅在运营制造销售上各环节脱胎换骨,卡特彼勒也在产品和技术研发上加力,投巨资在青岛建立了世界领先水平的研发中心,汇聚全球顶尖科研人员和卡特彼勒(青州)有限公司研发团队共同组

建了一支拥有高水平人才的研发队伍。现在山工机械的产品同样由卡特彼勒的研发团队开发,借鉴了卡特彼勒全球研发经验,结合本土客户需求,为客户量身定制。

近百年来,卡特彼勒一直致力于创新。随着智能时代的到来,卡特彼勒积极研发世界领先的智能设备及坚持创新的理念。目前,卡特彼勒的智能设备和创新理念也已经应用在山工机械品牌产品之中。

在生产中,卡特彼勒将先进的六西格玛、卡特彼勒生产体系、TPM、5S 管理及 MQ112005 质量管理等先进的管理模式应用于生产山工机械品牌产品;而山工机械秉承了古九州之一青州血脉中的“工匠精神”,精雕细琢、独具匠心,二者的结合是卡特彼勒国际化管理理念与中国传统文化的成功融合。

“不断的融合,不断的‘本地化’,不仅满足中国客户的需求,也满足全球客户的需求。”

陈其华表示,“在这一点上,卡特彼勒在青州的发展,是全球公司在中国发展以及和当地公司合作的典范。这才是真正的合作,是从产品、研发、生产制造、代理商的开发管理,到整个企业文化和团队建设,追求可持续发展的整体合作。通过合作,我们创造了许多增长机会,不断得到客户青睐。”

本土化与国际化的相辅相成

“在中国这样具有巨大市场发展前景的发展中国家,卡特彼勒关注客户需求、了解市场变化,要提供正确的产品满足客户,并给客户创造价值。”陈其华坦言,“卡特彼勒的成功正是来源于本土化运作。”

“卡特彼勒一直坚持,尽可能靠近客户来生产和交付设备和产品。本地化的策略使我



● 装载机 SEM680D 以及升级版 SEM822D 推土机揭幕。

们贴近客户,了解本土客户需求,满足本土客户需求。山工机械的重要作用之一就是贴近中国本土用户交付产品,与山工机械合作的重要出发点是满足中国客户群的需求,双方合作发展非常顺利。”卡特彼勒土方产品事业部的全球副总裁 Frederic Istas 也特别强调,“在卡特彼勒的品牌战略中,山工机械品牌是卡特彼勒全生命周期产品服务的重要补充,为客户提供可负担的优质产品及快速回应的服务。”

了解和满足客户不断发展的需求是全球公司在本地市场发展的重要工作。拓宽卡特彼勒产品的客户群,让更多终端客户能享受到卡特彼勒的产品的考量让山工机械品牌的产品获得了更多发展机遇。

Frederic Istas 说,“山工机械品牌是我们全球设计、研发和生产方面非常重要的一环,具体的产品包括推土机、装载机、轮式装载机、平地机、压路机等系列产品。一直以来,卡特彼勒品牌主打中型和重型应用市场,但有一些客户在轻型作业方面有自己对于产品的需求。因此,去年卡特彼勒就决定要进一步扩展产品和服务的范围,不管是实用性,还是

156 家企业跻身“2018 中国皮革行业排头品牌”榜

龙头企业 引领行业高质量发展

■ 郑建玲

中国皮革协会八届二次会员代表大会暨八届三次理事扩大大会日前在上海举办。会上,揭晓了 2018 年度皮革行业排头品牌榜单,浙江奥康鞋业股份有限公司、广东万里马实业股份有限公司、北京庄子工贸有限公司、浙江圣尼皮革时装有限公司、安踏体育用品集团有限公司、李宁(中国)体育用品用品有限公司等 156 企业跻身其中,分别获得 2018 中国真皮领先鞋王、2018 中国真皮鞋王、2018 中国真皮领先衣王、2018 中国真皮衣王、2018 中国运动鞋领先品牌等荣誉称号。其中,2018 中国运动鞋领先品牌称号是本年度新增设的一类奖项。

发布中国皮革行业排头品牌榜,是中国皮革协会在“真皮标志”工作基础上开展的一项推优培优的重要工作。自 1996 年以来,至今已连续推出了十届,有力推动了优秀品牌的发展,提升了行业影响力。2018 年度皮革行业排头品牌榜共涵盖皮鞋、皮衣、裘皮服装、箱包、童鞋和运动鞋 6 类、14 项。

中国轻工业联合会兼职副会长、中国皮革协会理事长李玉中表示,当前,中国皮革行业发展已经进入新常态,其基本特征是由高速增长转向高质量发展。随着我国居民收入的快速增加、中等收入群体的持续扩大以及消费结构的不断升级,消费者对产品和服务提出了更高要求,呈现出个性化、多样化、高端化、体验式消费特点。在此背景下,全行业要实现高质量发展,打科技、时尚、绿色牌及强化品牌建设是必由之路。

工信部消费品工业司调研员谢立安说,个性消费、时尚消费、品质消费、品牌消费是新时代人们的消费需要。工信部在 2017 年消费品工业“三品”专项行动计划中,对创品牌提出了新思路、新要求,其中,与有关协会研究制定品牌评价指标体系、开展自主品牌评价和宣传推广活动就是其中一项重要的内容。中国皮革协会在真皮标志工作的基础上,持续开展了十届排头品牌推荐工作,充分发挥了行业协会的桥梁纽带作用,为全行业品牌建设和产业升级提供了有效的服务。希望中国皮革协会不断研究和优化考核评价体系与方案,关注自主品牌成长,讲好中国品牌故事,把培育品牌这项工作推向更高的台阶。

中国轻工业联合会会长张崇和则希望皮革行业要增加产品品种,不断满足人民群众的美好生活需要;要提升产品质量,为全面适应消费升级提供坚实的品质保障,为推动皮革产业高质量发展作出更大贡献;要培育产品品牌,扩大自主品牌在国际上的市场份额,以品牌影响力提升皮革产品国际竞争力。

获奖企业代表纷纷表示,要进一步发挥龙头企业品牌的引领作用,加快推进品牌建设,继续维护良好的市场秩序,引领消费新潮流,为满足人们对消费品美好生活的向往做出新的贡献。