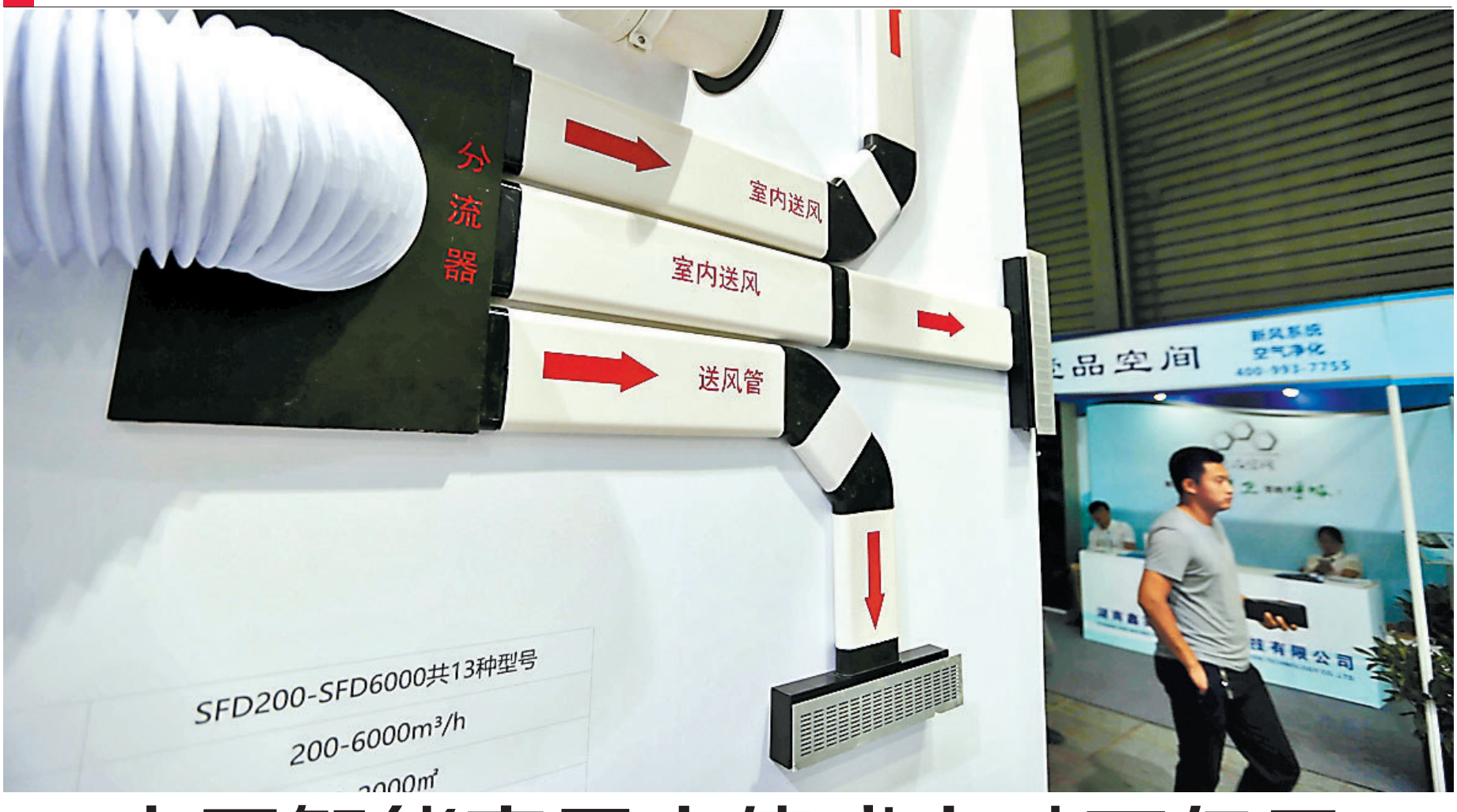

中国智能家居产值或突破万亿元

智能家居的概念由来已久，但科技圈的“风口”每年都在变化，到了2016年，相比VR、AI这些概念而言，智能家居的关注度就略逊一筹了。尽管如此，相关研究机构纷纷看好智能家居未来发展，并预测其未来产值将突破万亿元。

看好智能家居发展

据奥维咨询预测，2020年中国智能家居的整体产值将突破万亿元，其中智能硬件的产值将达到6000亿元。智能家居已成为IT技术、网络技术、控制技术向传统家电产业渗透发展的必然方向。

同时，据第三方分析机构中国报告大厅预测，中国智能家居潜在市场规模约为 5.8 万亿元，发展空间巨大。其中，家电类产品市场份额最高，市场占比超过 70%。

此外，独立研究机构资料表明，智能家居行业市场未来五年的平均年增长率将会达到惊人的134%。智能设备的数量，预测将会从2014年的不到100万台，在2020年增长到2.23亿台。以上数据仅针对部分大型产品，因此智能家居行业的实际增长将很可能远超过这个速率。在2020年所有的智能产品销售或将达到7亿台。

相关研究机构均对中国的智能家居市场规模持积极乐观的态度。更何况，目前包括海尔、美的、长虹、阿里巴巴、京东、苹果、华为等在内的各行各业的巨头都在发展智能家居，但智能家居市场的发展并没有想象中那么快。

截至目前，智能家居行业仍不见领头羊。以苹果为例，致力于智能家居的苹果曾被多次报道过其内部可能正在研究一款智能家居产品，并且已经有了一定的成果，但究竟是怎样的成果目前却没有任何迹象可以证实。

智能家居发展存在痛点

备受研究机构和业内人士看好的智能家居在现实中为何反而不尽如人意？对此，中兴通讯智能家居运营总监田波做出了解释。他认为原因在于目前智能家居领域存在几大痛点，即产品落地难、缺乏互通标准和服务落地难。

产品落地难。田波认为，智能家居产品落地难是因为目前市面上多数智能家居产品不好用、价格高、同质化严重。例如卫生间红外感应灯，当用户进入卫生间时灯亮起，离开时灯关闭，看似方便智能，但是在该红外灯感应不到卫生间内人的活动时也会自动熄灭，此时需要用户做出动作才可亮灯，这就把一个简单的事情复杂化了。

缺乏互通标准。缺乏互通标准也是长期以来令国内智能家居从业者头疼的事。标准化是市场持续发展的航灯，并且中国市场必须要有中国的智能家居标准，但目前各个企业依照自身优势涉水智能家居，产品呈现碎片化状态，没有一家能够覆盖用户对于智能家居的所有需求，继而没有一家企业能在智能家居行业里一家独大。因此行业中需要一个标准，让通讯层、设备层等实现互联互通。

服务落地难。说到服务，田波认为，近两年国外做得不错，至于国内还远远不够。尤其是安装、培训、增值等服务的不到位，为智能家居的落地增添了不小阻力。

对此，获得深圳招商局领投的7000万元C轮融资的

BroadLink公司CEO刘宗孺认为，以往传统的智能硬件物联网为什么发展不起来，主要原因是消费者对单一联网的产品没有兴趣，也不是消费刚需。“比如说，单纯的一个空调联接了手机APP，然后呢？仅仅只是一两个产品联网，或者只是连接到一个平台上，都不能形成场景化，因此关键在于可以让智能硬件的场景应用实现无处不在的全网通技术。”

未来在于做好产品

智能家居行业在传统家居的基础上革新，将原本家庭各项功能的实现由分散和独立的机械控制转变成了集成和互通的网络化管理和控制。智能家居的创新，为用户节省时间、物力、人力成本，提高工作效率，带来更大的经济效益的同时提高生活品质。因此，智能家居从业者如果想将产品卖出好销量首先要做的就是“做出好产品”。

目前来讲，智能家居没有在中国家庭中实现普及。厂商们现阶段能提供的智能家居类产品仍与消费者的理解具有一定偏差，大多数厂商无非是在产品上添加Wi-Fi模块，通过手机来控制产品的开关设置等，并未做到真正的智能。也就是说，目前大多数厂商都是在做智能的第一步，那就是可以控制，而非一起联动。

要知道，真正的智能家居，需要同在一个屋子里的多个设施协同工作，共同完成一项任务，而不仅仅是一个个独立的设备。从这个意义上说，从单个智能化产品切入物联网生意确实难以撬动。如果众多品牌仅形成自己的信息和产品孤岛，在很长一段时间内很难实现真正的互联互通。

此外，产品设计方面脱离实际应用场景，这也大大降低了用户的实际体验感。产品形态的调整，或许还应该建立在原有的产品形态上和功能应用层面，否则所谓的智能化产品不过是画蛇添足。当产品本身的驱动力降低，更多的智能化还依附于产品背后的服务团队和资源的完善。现实情况是，一款产品因其所带来的新鲜感火热一阵子，但没有触及到用户，于是迅速降温。

对此，田波认为，在智能家居行业的风口期到来之前，各企业一定要沉下心来做产品。“比如智能锁、摄像头等，这些可能会覆盖上百万家庭，因此，只要一个企业的产品做的体验不错，就会有用户，慢慢地市场教育就做起来了。”

因此，智能家居行业从业者需要一段时间把产品做好，把平台运营好，不断解决服务差、互通标准等问题，未来必将有一个质的突破。智能硬件要火下去，重点一定是如何让家电家居变得聪明，变得更懂人类。

对此，招商创投蛇口投资经理聂杰表示，智能家居作为未来人类生活品质提升的重要理念，也是现阶段消费升级的重要方面，智能家居与房地产方面的结合，促进地产精装智能化的有序发展，这是现有产业的进一步升级需求。地产智能化将是今后的大势所趋，将有效提高房产和物业的附加值。

当然，除了地产还有家电等其他行业。以传统家电巨头美的为例，2014年，美的接受小米战略入股，后又联姻华为，近日更是联手阿里等厂商，不断寻求在智能家居领域的合作，以此扩充更多的合作资源，从而促进美的智慧家居战略落地。

同时，美的自己研发的M-Smart智慧家居战略，以传感、大数据、智能控制技术为手段，通过多年积累的家电产品横向整合资源能力，以实现全品类白色家电产品互联互通。比如围绕室内空气管理建立了一整套的空气管家平台，用户可以远程操作室内的空调、风扇、净化器或是加湿产品，周全的产品线覆盖优势让美的可以使用自家电器完成居室内温度、湿度以及空气洁净度的智能把控。

因此，在未来，智能家居会不断和各个行业紧密结合，这样必将给上亿家庭建立智能、舒适、高效的家居空间。当然智能家居目前还面临一些挑战，比如技术尚未成熟，自动化自主化存在较多问题，难以很好地应用到智能家居市场上；供应链整合能力不强，上下游资源的协调与获取存在一定障碍；成本较高，智能家居的应用需要耗费大量研发资金等等，但是做好产品必将为智能家居打开风口。

文/董亚雪

编辑：董亚雪 美编：张坤 校对：王坤 technology@vnet.com