

# 全靠概念 智能家居真的智能吗?

一个靠概念行走江湖的产业,一个靠憧憬游刃于科技市场的行业,这就是智能家居目前的现状。

数据显示,2015年我国智能家居市场整体规模将达1240亿元,到2020年这一数字将上升至3500亿元。市场向好,资本追捧,让智能家居市场迅速升温,但在从概念到落地的过程中,智能家居市场的表现似乎并不那么乐观。

事实上,现在的智能家居有很多,但是还是没有被主流的消费群体给接受,这些所谓的智能产品仅仅只是一款硬件加上一个wifi或者蓝牙模块,增加一个远程功能,最多再加一个手机app远程控制仅此而已。

你走两步路就可以把灯关了,为什么还要花几百块钱去在手机上点一下关灯?智能家居应该是以人为中心,让家电和环境为人服务,而且这个服务是自动的,是无需人操作的,如果以手机或路由为中心,让人来操作,那只能是机械化。就好像关灯,以前是按开关,现在是点app的开关,有什么本质区别吗,而且用手机app关灯反而增加操作步骤,不但没有减少繁琐的操作,还让很多人不会用智能硬件了。

过去一年,传统家电厂商如海尔、美的、格力都在紧锣密鼓的加快智能化的转型,其中小米不断地推出多款智能家电,企图以此占领智慧生活的入口。但是整个市场的表现却并不尽如人意,似乎处于“花钱买未来”的阶段。为什么智能家居概念落地难?伪智能大行其道,大众该如何选择呢?

## 买单者8090后 无家何谈智能

智能家居的消费群体是锁定在高端人群,即别墅群体以及高端住宅群体,这个群体具备较高的消费能力,能够支付起智能家居高昂的工程造价费用。然而智能家居现实,是将消费人群锁定在80后、90后甚至00后,他们这一部分人群的共同点是喜欢高科技,但因为消费能力偏弱而被排除在智能家居的目标人群之外。

购买人群出现了错位,即有钱的中年人对智能+高科技不感冒;年轻人对智能家居感冒但是没有钱。

未来“智慧家”的生活或许会这样:当你从公司回到家来到住户门前,将通过指纹辨识机,门禁系统随即解除。回家进门之后,室内智慧温湿度系统会从自动待机状态切换到之前设定的X型偏好模式,整个房间新风系统也能够根据室内空间的各项传感器,自动调整新风量。接着,墙上的智能pad控制面板随即亮起,灯光、音乐立刻依喜好转换,窗帘也自动起来。家人语音留言、物业中心的新疆苹果团购通知、处理送洗衣物等等也能在此获得。还有更加意想不到的地方,当你站在浴室魔镜前,想了解自己身体目前的体重、BMI、体脂等生理状况,脚下体脂测量模块会将所测的数据传输主控计算机……

然而想要拥有如此奢华的智能家,首先你得有个家,如今房价高不可攀,凭借年轻人自己的打拼和努力工作,想要拥有一套房子,估计都得中年以后了。凭借租房的主力人群,去憧憬智能家居,我只想说我找错了对象,无从谈起智能家居。

## 制造者没有标准 各自为战

智能家居难落地原因除了消费人群的错位之外,还有许多来自行业内部的原因。智能家居厂商各自为战,谁都想做标准,不愿作出妥协,像海尔U+已经做好了完善的平台,并提供标准接口,但某些厂商的不配合却带来了极大的阻力。这产生一个问题,如果一个家庭中的所谓智能家电都采用不同的标准,之间无法互通互联,那便不是真正意义上的智能家居,而是“伪智能”。

什么样的产品是伪智能?所有仅内置无线网络模块便声称智能家电的产品都是伪智能。比如,市场上大多数智能电视都是伪智能,或者说它的智能化程度还处在非常低的阶段。只不过通过互联网实现了手机操控、内容共享,把原来的传统遥控换成了手机遥控,在真正的体验上并没有太多智能化的改变。

类似的情况还发生在空调、空气净化器上,以空调为例,包括市面上新推出的智能空调,它只是在传统空调技术升级的基础上添加了智能模块,而这个所谓“智能”的最大卖点也只不过是实现了智能手机的远程操控,即便是语音操控也只是非常基础的智能操控技术。但是你会看到这类单品在市场上依然有较大的消费人群。因为在智能家居发展初期,智能的噱头的确能够迷惑不少消费者。

互联互通是一个最大的问题,国家没有出台相应标准的协议供所有人共同使用,表面上一起互联,但实际上由于利益的趋势仍然各自为政,平台的不同导致不同的产品无法做到真正的互联互通。

## 使用者感叹 为了智能而智能的悲哀

此外,还有一种伪智能叫为了智能而智能,产品设计与用户需求完全不对称。比如现在一些做“智能门锁”的厂商,在锁内置入wifi模块,用手机控制门的开关。试想一下,在你出门时或者回家时,人已经走到门前了,何必再掏出手机来开门,钥匙或者指纹不是更方便吗?所以说手机操控门锁基本上是个伪需求,所以才出现伪智能的产品。但是消费者对智能家居的概念还一知半解,很容易被这些概念绕进去。

就像开篇所陈述的那样,关灯的开关从实际存在的开关转移到了手机APP端,对于使用者来说,并没有解决真正需求。

在新消费时代下,所有的产品都在围绕用户消费需求。所以不管企业把产品吹嘘得多么智能,最终消费者还得回归一个核心问题:我为什么要买?不少消费者只是认为,智能厨电成了一种企业“圈钱”的新套路,并没有太大的实际用处。智能化是企业心系顾客的一种方式,而不是心系顾客兜里那点钱的方式。

智能化是为了人们更便利的使用产品,而不是多一个工具,拿出手机,点开APP,点开另一个APP,赘余的东西是不必要的。

总结:“智能家居”是一个非常火热的词。当智能家居的概念一出来,很多人就像发现了巨大商机,于是各种智能产品如雨后春笋般出现。那些超前的概念智能家居产品设计,每个人都憧憬着如何走进生活。

但是通过以上几个现象不难看出,真正做产品来推动产业前进的企业并不多,大多数企业都是在布局行业发展,看好行业前景但迫于没有好的产品,仅能在战略层上做些动作,产品端几乎没有亮点可言!

## 花样壁纸搭出多样家居风格

### 碎花壁纸

表现风格

轻柔淡雅、排列有致的小碎花,一眼就给人放松随性的舒适感,柔和的乡村风格,呈现出轻松温馨的主调,是壁纸款式中不退流行且广受欢迎的花色。

适用空间

主要以卧室为主,轻盈柔美的视觉感受,有助打造一个舒适的优质睡眠环境。但需要表现大器的客厅则较不宜小品形象的碎花壁纸。

使用要诀

单面墙或者两面墙贴,不需整个房间贴满,可与直线条纹窗帘或壁纸混搭。家具搭配上,以乡村风格图案样式的寝具,或原木色家具,最能体现整体的融合性。



### 几何图案壁纸

表现风格

不夸张、低调沉稳的普普风,图案以大圆中带小圆的手法,呈现缓和的秩序感,圆形线条略带浮凸光泽质感;使墙面在不同的光线角度下,产生隐约的明暗律动。

适用空间

图案色彩沉稳安定,质感高贵大方却不华丽,因此不论需要表现大器的客厅、餐厅,或需要宁静优雅的卧室、书房,皆十分适宜。

使用要诀

因小圆圈图案排列密集,家具线条不宜繁复,应搭配以简单利落且纯色的家具为宜,与同属普普风,或较具现代感的家饰陈设搭配,最能体现风格一致的整体感。

### 条纹图案壁纸

表现风格

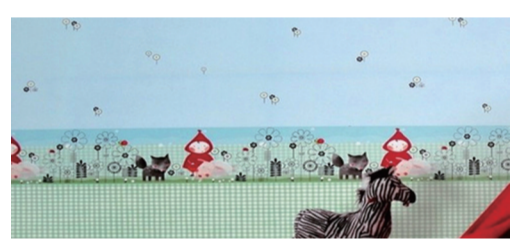
简约的直条纹,设计以清淡的色调,和质朴的传统纸质结合,在风格、颜色、质感上的表现,呈现出温和清爽,舒适居家的感觉,也十分符合空间混搭手法需要背景模糊化的要求。

适用空间

中性调性的条纹花色壁纸,在客厅能表现整体大方,在卧室容易让视觉缓和,尤其现代居家空间多属开放性场景,从客厅、餐厅延伸到厨房,条纹的基调简单就可帮助整个空间达到风格上的延续。

使用要诀

线条搭配花草、格纹等图案的家饰布料,在混搭中取得异中求同的协调性。单纯的颜色线条,局部墙面使用,便可把空间中所有不同的元素框在一起,壁纸本身即成为空间里不显眼的、简单的背景色。



### 腰带壁纸

表现风格

墙面上拦腰横走的长条型腰带,可为素雅的空间提供装饰性点缀,并成为视觉焦点。手绘简单可爱的连续图案,以粉嫩、甜柔、糖果般的色系为主流。

适用空间

推荐使用于儿童、书房、卧室,可为小朋友读书或休息的空间增添一份天真浪漫的活泼感和变化性,腰带在墙上的高度可依小朋友身高或空间陈设来取。

使用要诀

壁纸本身的色彩与图案,视小朋友的性别、年龄与喜好而选择,粉红、粉紫色系适合小女生,小男生则采用水蓝色调的居多,家具的花色只要与壁纸同色系,就容易搭配。

### 自然材质壁纸

表现风格

取材自大自然的素材,以天然松树枝形塑造成纹路的壁纸,其手工粗糙面,呈现出非制式化,崇尚自然的风格,利用质感来表现高雅低调的奢华,将壁纸以艺术品的姿态融入空间里。

适用空间

主要表现在客厅或餐厅的主墙面,亦可用于玄关处。特殊的材质优雅大方,不突兀,却能成为视觉的聚集点,同时衬托家具与空间主人的品味,加强整体气氛。

使用要诀

壁纸虽属自然风,但搭配复古、精致、华丽的家饰,不论欧风或中西混搭,都能相互辉映,营造情境与气氛,尤其与Artdeco、新古典带东方雅致气息的家具搭配,最显相得益彰。



### 金银壁纸

表现风格

金属光泽的冷调,简约中带奢华,闪亮的高贵质感,与质朴的纸质混搭,更增添空间墙面的层次感和立体感。

适用空间

在干净简约的空间使用,主要使用在客厅的主墙面,因为不论是表现华丽复古的金色系或冷调前卫的银色系,皆具贵气,最适局部装饰于落落大方的客厅。

使用要诀

银色的冷调和后现代风格很MATCH,家饰的选择即可适用混搭的手法,在简约背景里去融合部分东方复古风家具,但须注意比例上的搭配。而银漆光泽要达到最佳的视觉层次效果,必须在室内灯光的装设位置和角度上做变化。

### 壁纸施工TIPS

一般贴壁纸之前,壁面的处理是必要的程序,在施工上,若所挑的壁纸是比较厚的,或比较立体的,因为能够掩饰壁面的瑕疵,墙面的平整度要求就不用那么高;若壁纸越薄,尤其是传统标准纸质的壁纸,则墙面便需要先经过精细的处理。

## 防盗门行业:引领创新,弘扬工匠精神



在建材市场随便找一个正在逛店的顾客问:“你知道什么样的防盗门才能算是好门?”得到的回答99.9%是“不知道”。

防盗门是家庭安防中不可或缺的一部分,行业已突破1000亿大关,市场蛋糕越做越大。然而,发展程度却与关注度不成正比。行业标准的缺失,基础知识宣传不到位是其中一部分原因。

更重要的是,中国房地产行业的蓬勃发展,带动防盗门丰厚的工程利润,一度让终端零售无大企业问津。随着中国地产黄金时代的结束,防盗门行业的“工程为王”难以为继,在零售服务渠道的迟到,也造成了防盗门企业转型的阵痛。

### 家居消费升级下的终端转型

全球消费链升级带来新的需求和商业服务,建材行业也不例外,高端、定制、智能的消费需求正在重构着防盗门行业。在这个阶段,消费者的作用空前强大,为用户创造价值成为防盗门企业的第一要务。

面对已是用户为王的商业逻辑,绝大多数老牌防盗门企业纷纷转成终端零售渠道,然而没有进行适宜的调整和布局,依然秉持工程品牌“降低成本、价格为王”的理念,不重视产品与服务的创新与开发,最终造成产品低端、价格混乱的市场现状。中国经济发展到今天,低价已无法成为老百姓的消费理由。显然,目前的防盗门市场即使与前些年相比已经有了长足发展,诸多品牌和产品让消费者选择更具多样性,却仍然不能满足需求。

### 理性消费背景下的价值为王

如今中国的消费主流已从全民狂欢向中产理性消费过渡,中国有超过亿级的中产阶级,他们愿意为好的服务、品质和技术买单。在消费端升级的趋势之下,重构才能制胜终端。

重构即创新,创新即价值。门企唯有创造出高价值的产品、内容、技术,才有可能得到消费者的认可。当然,并非所有的防盗门企业都只会打低价,与其他老牌防

盗门企业不同,曾经在防盗门工程领域里呼风唤雨的龙头企业万嘉集团,在三年前开始调整商业模式,确定了零售、工程双品牌独立运作的发展战略,加大了在零售终端的渠道布局。由此,高端安全门品牌德诺特应运而生,成为防盗门行业跑赢消费升级的王牌。

### 工匠精神引领的技术创新

“工匠精神”是今年制造业的主旋律,当沸沸扬扬的营销炒作尘埃落定,就该回归企业竞争的真正核心点——制造本身。防盗门行业也不例外,消费者已看透了互联网上无数个版本不同的“十大品牌榜单”,是企业与无良媒体金钱交易的本质。产品、技术、服务才是打动消费者的唯一要素。

消费者对安全门的要求只有两点,一是好不好看,二是好不好用。针对这两点,在高端安全门品牌德诺特的筹备期,万嘉集团就建立了堪称豪华阵容的研发团队,三年时间研发创新专利技术87项。其中外观设计专利高达52项,包括面板、拉手、门框、花线、花板的设计,确定了产品设计的原创和唯一性。目前市面上许多时尚简约(简约装修效果图)的热销防盗门款,设计都来自于德诺特高端安全门的外观专利。

此外,还有自动防盗锁、T型门扇结构、三维可调铰链、防爆扣等,给防盗门产品带来巨大革新的35项实用新型专利技术。这些技术创新得到了消费者的一致认可,也引起了同行的纷纷模仿,可以说德诺特高端安全门的出现,为防盗门行业的产业升级带来了巨大的推动作用。尽管防盗门行业存在着诸多乱象,但也潜藏着巨大的机会。创新才是企业常青的基石,万嘉集团的改变让高端安全门进入了大众的视线,德诺特高端安全门的出现就像一股清流,愿这股清流能为浑浊混乱的防盗门行业开辟出新的方向。

本栏目由山东家顺装饰赞助刊登

# 山东家顺装饰

## 套装家居 全屋量尺定制

自有房产无租金 保证降低您的消费成本  
自备工厂自加工 使您家居质量充分保证

电话: 3051588 客服: 400-618-6169 地址: 建华西路92号(三中西校对面)