

# 智能家居现状分析报告

王俊

## 一、 智能家居概念

智能家居是利用各种科技技术让家居环境变得舒适、便捷、安全、健康，甚至还可以追求更高生活品质与艺术向往。

智能家居的几个核心要求

### 1、 系统性

智能家居必须是一整套系统，并且可以实现多种不同的功能，而且可以长期稳定的运行。要不只能算是智能家居的单产品叠加，算不是智能家居系统。

智能家居的系统和传统的电脑手机的系统还是有区别，电脑手机算是一个产品，而智能家居系统是由很多产品组成的，并且要实现更多的功能必须要主控（或者要遥控器）来协调和控制的。对整个系统的灵活性，稳定性，响应度，延迟性，精确度提出更高的要求。

### 2、 可靠性

首先是终端产品的可靠性，然后是主控和应用软件的可靠性，再有就是信号的可靠性，还有就是终端产品与主控协调运行的可靠性。而且终端产品还要和主机兼容性要好，不是一般的产品就和主机有很好的兼容，很多兼容性都不好，而且这个兼容性还要经过可靠性以及单个产品一起和主机运行以及一批终端产品和主机一起运行的可靠性。

- A、 说道可靠性，因为百分百可靠的产品是没有的，那么就牵扯到你对可靠性的忍受度，如果用 0 到 100 来衡量可靠性指标，100 代表百分百可靠，那么相对其他产品而言，智能家居的可靠性要更高，因为智能家居是一个庞大的系统，我觉得至少一个稳定的产品应该可以达到 95%以上，应该达到 99.9999%。相比而言，消费者对单产品的可靠性忍耐度能好一点，对系统产品的忍耐度就会差很多。
- B、 容错和备份功能，一般产品发生故障，有一定的容错和备份功能，可以提供系统的可靠性，而不是目前的普通情况，系统有问题了，只能重启主控了。
- C、 各个产品和主机之间是不是可以独立运行，互不干扰，这对系统的整体稳定性有很大帮助，还有就是其中有产品出故障，会不会影响其他产品的工作和使用。还有就是主控的可靠性一定要很好，否则就不能集中控制，智能家居的概念就失去意义了。

### 3、 易用性

毕竟智能家居是一个民用产品，简单实用易用方便是一个基本需求。

#### A、 简单性

产品设计简单、安装调试简单、软件操作简单，容易快速学习和使用。或者说至少用户操作要简单一些，要不然不会用，再好的东西也就失去意义了，不能只做一个装饰品。

#### B、实用性

产品功能要实用，消费者可以用得到，另外软件的主要功能要实用，做花哨的功能是可以的，但要考虑消费者愿意多花钱买单吗或者花多少，其他可以增加一些附件的实用扩展功能。

#### C、易用性

产品要容易操作和调试，要人性化，特别是面对消费者的端口。

#### D、舒适性

通过简单易用实用的操作让居家生活舒适温馨浪漫。

#### E、方便性

可以随时随地控制智能家居系统，也可以通过遥控器或者产品本身以及场景和联动来实现产品功能和效果。

### 4、安全性

智能家居产品还是属于电子 IT 类产品，那么产品的安全性是一个不得不考虑的问题，并且智能家居的一些功能也体现了安全性。

#### A、产品和系统以及信号传输和服务器的安全性

目前智能家居产品的安全性相对还是比较弱的，所以一方面要加强产品的安全性，另一方面某些安全性要求比较高的产品，如果没有更好的技术解决安全性的话，我建议暂时不要做进智能家居系统，比如智能门锁。

#### B、智能家居的安全性功能

主要是智能家居的安防系统以及通过传感器做的联动作用，有防护和记录功能，比如 IP 摄像机。

### 5、融合性

#### A、兼容性

目前的智能家居产品，很多厂家产品不能兼容，影响行业发展速度，未来各个厂家应该优势互补，兼容性强，只有行业和市场更大了，厂家才会有更好的发展。

#### B、扩展性

智能家居属于电子产品，必须要满足产品和软件的升级换代，之前由于芯片技术的发展缓慢，可扩展性要求不强，随着芯片技术的快速发展和芯片的功能不断强大，无论是无线还是有线，都需要考虑和面对产品的升级和扩展性，另外产品的可扩展性对于消费者的自主选择权或者 DIY 有了很大空间，也会激发消费者对智能家居的热情。

#### C、集成性

随着技术的发展以及消费需求的推动，消费者对智能家居的多功能和多样性以及整合集成能力会有更高的期待和需求，比如中央空调，净水地暖，背景音乐，家庭影院，社区服务和医疗等等。

#### D、娱乐性

为了智能家居将整合更多能力，而不是简单的控制功能，会增加比如影音音乐游戏这方面的功能，智能家居也是互联网的有一个重要入口和端口了。

同时娱乐性也是智能家居的更高追求和高品质生活的重要体现。

**E、整合性**

未来智能家居将会改变传统家电市场和家居市场的格局，一切让生活更智能，随心所欲，智能随心。

**F、环保节能**

融合一些新的产品功能，通过能源监测或者传感器检测以及联动控制，可以起到环保节能的作用。

**6、服务性**

智能家居行业是一个对服务要求很高的行业，服务的满意度和认可度直接决定品牌以后生存和发展。服务要求快速、准确、礼貌。以消费者为尊，尽量解决问题，解决不了态度要好，也要想替代方案。

**A、售前服务**

包括产品和技术的培训普及宣传和推广以及技术支持和方案提供。

**B、售中服务**

包括方案评估、施工、调试安装以及现场清理和疑问解答以及对业主的产品使用建议和指导，还有售中服务的总结与满意度和认可度调查。

**C、售后服务**

包括上门服务以及电话和远程服务以及满意度调查

**D、二次购买服务**

由于智能家居的产品的可扩展性或者消费者的推荐，客户会产生重复购买，这个时候更要注重服务的品质和响应度。

**E、终身服务**

经常打电话咨询消费者产品使用情况以及出现问题给售后和新产品推荐。

## **二、智能家居现状**

目前而言，智能家居概念只是在厂商以及代理商和集成商和经销商之间传递，基本没有消费者认知里，除了少数智能爱好者，而且很多概念和技术销售智能家居的人都搞不清楚和明白，以及目前的智能家居产品良莠不齐，以次充好和一些厂家急功近利、圈钱运动和售后差劲，这些都影响了智能家居行业的健康成长和发展。

### **1、智能家居步入平民化了吗**

价格确实有些平民化了，但是可靠性相对太差，如果仅仅以价格来衡量智能家居产品，那应该没有最低，只有更低，但是价格降低的前提是是在质量品质有保证的情况，对于智能家居而言，不仅是产品的可靠性(产品和主控)，更是系统运行中的可靠性，所以智能家居的可靠性要求更高。

**A、产品价格包括主控和终端产品价格**

现在一些公司或是终端的一些常用的产品降价，但是不常用的产品价格增加

了或者主机的价格增加了；或者是主控价格降低了，但终端产品价格上升了或者保持不变。全部都降价的很少，并且稳定性好的，基本没有。

B、目前而言的，无线技术相对不成熟，所以如果主控做的好一些会弥补一些无线技术不足，而且国内的家居环境（主要是混泥土墙和房间布局和家居产品摆放）和信号干扰比较强，所以对智能主控的要求会更好一些，所以说目前而言，如果主控很便宜，效果比较好，基本稳定性不太好。或者说还有一种可能，就是增强产品的功能，产品用比较好的材质和芯片模组和电路板以及增加抗干扰模块和中继功能，那么主控的可能就简单一些，但是主控的处理能力还是要比较强大，这样成本也将不了多少。这也就是目前说的轻主机，重产品。个人认为应该重产品，提高的产品功能以及支持产品的升级和产品对其他公司产品或者主控的兼容性。

C、目前国内一些厂家的主控用的单片机或者低端的 ARM 处理器，从我个人的了解以及和一些客户的沟通中得出，这些主控的稳定性很差或者功能太少，限制太大。这也就是为什么海外的几个大品牌的无线产品相对稳定些，而且也不是很稳定（高端产品稳定性一个与产品本身有关，另外也与安装调试有关，要是安装调试出问题，稳定性也是白搭）。看看他们的主机价格或产品价格，在对比一下国内一些公司产品价格，然后在这个无线技术的不成熟的条件下，你会对比出什么，那就是现在平民化产品最多是能看不能用，给消费者装多越多问题越多。所以只能期待芯片进一步强大和成本下降来带动整体成本下降。

## 2、厂家或者经销商展厅演示稳定，那么这个系统或者产品就很稳定吗？

不一定，智能家居产品是在长期运行下，才能看出可靠性或者说你还要对公司或者经销商的各种情况进行深入了解。

A、演示时候比较稳定，有可能是你在哪个时间端比较稳定，一般而言，客户到展厅参观都会提前约定时间的，所以展厅工作人员会提前调试好产品和系统的。有可能你刚走没多久就不稳定或者说你下次在突然拜访的时候就不稳定了。还有可能有时候你在现在给你演示演示就突然不稳定的，展厅工作人员会告诉你，信号干扰或者在调试或者是个测试版产品之类的话，那我告诉你，这个产品就是不稳定，不管怎么样，就算是产品几率问题，如果你当场撞见不稳定了，我想你对这个品牌的印象会大打折扣，除非他是很出名的品牌，否则你再使用这个品牌的可能性非常低。

B、对这个公司的各种资料，包括案例以及工厂研发和营销以及公司办公环境和销售团队的素养的各方面全方位了解，再结合产品的稳定性以及新产品进度和规划来考虑是和该公司进行更进一步的合作。

## 3、现在是做智能家居的合适时机吗？

暂时还不是合适时机，目前消费者认知几乎没有，有线产品相对成熟，价格太高，无线产品大众化产品还不成熟，高端产品价位也太高，还没有真正的平民化产品。如果你是做高端市场的，建议可以入手，但是竞争比较激烈，可以根据自己实力和规划合适入手。如果你想做中低端的话，建议还是等等，现在多了解，多认识，多学习，等大众化产品可以看的到时候入手。

## 4、有线好还是无线好？

无线和有线只是技术，没有绝对好坏之分，要看客户的需求，根据客户需要选择有线或者无线，当然既然是技术，技术就是有成熟和不成熟之分，相比而言，有线技术要成熟一些，无线技术还不太成熟，特别是中低端市场的产品。因为有线产品就算是中低端市场，牵扯到综合布线和现场施工的方面，所以综合成本还是较高或者还是相对麻烦。

#### **5、代理商选择公司是不是公司实力越强越好？**

要根据自己情况，结合公司产品以及要求，相对大公司的要求高一些，门槛高一些，小公司相对要求低一些。

公司的实力其实也是两类，一类是公司自己的实力，另一类是如果是集团子公司或事业部，也要看集团的实力（不过对于集团子公司，要看智能家居是不是集团的主营业务，如果不是的话，估计现在的投入也不会太大）。

- A、看老板做事风格和为人处事以及眼光和视野。
- B、业务团队的素质以及公司的软硬件研发实力。
- C、公司对产品生产和售后服务以及技术支持的态度。
- D、公司的资金实力以及成功案例以及资质和认证和检测报告。

### **三、 解决之道**

#### **1、 如何选择智能家居行业？**

- A、做有线智能家居产品。
- B、做高端无线或者做智能家居产品的售前售中售后服务。
- C、做智能家居周边产品。比如背景音乐，电动窗帘，晾衣架，视频共享，微智能等这些比较成熟的产品。
- D、做与智能家居客户群一样的相关行业，比如中央空调，地暖，净水，新风，装饰公司等。
- E、智能家居子系统以及相关产品，安防监控，建筑智能化，智能照明，节能环保，楼宇对讲，家庭影院，弱电，综合布线，无线 AP 覆盖。

#### **2、 代理商如何推广智能家居？**

现在的智能家居行业消费者认知很低，所以靠消费者主动寻找展厅或咨询代理商相关人员的很少。那么应该怎么做，那就是需要代理商主动出击，引导和教育消费者需求以及利用体验式营销让消费者有冲动性购买欲望，然后再展厅去加强消费者需求并成交。（目前的目标客户群主要有：高档小区和别墅业主，热爱电子产品的中产白领，准备买房或者已经买房带装修的新婚夫妻或者学区房，需要重新装修的家庭，一些有车一族）

- A、消费者或者项目合作商直接联系当地代理商或者来展厅参观（介于消费认知比较低，目前主要以这种方式推广的代理商很难生存，除非有相当的资金实力和资源网络）

A1、通过网络推广或者媒体报纸以及渠道广告和宣传单页吸引到有兴趣的消费者拨打咨询电话或者直接来展厅参观。

A2、代理商在当地做推广活动吸引到的客户，但是没有留下联系方式或者

听现在感兴趣的朋友介绍的以及路过展厅，被展厅体现的效果吸引的人群。

B、代理商主动出击联合推广或者自己团队独立推广（个人认为这是目前比较好的推广方式，但是牵扯的投入成本和对人员综合素质要求较高，代理商可以根据自己现状来推广）

B1、代理商联合推广 联合推广分为项目开发商装饰公司和物业公司以及智能家居可以配套的其他相关代理商(比如做中央空调，地暖的，地板和门窗等等)，还有目标消费者经常去购买大额东西的地方和休闲的地方，比如汽车4S店，建材家居市场，高档百货家电商场以及手机店和运营商营业厅等等

选好优质关系较好的合作商（合作商一定要对智能家居比较感兴趣，智能家居也可以给他们带来新的利润增长点），然后谈好销售分成以及客户资源共享，以及做好合作商销售人员的产品、技术和销售的培训，然后就是投入预算，比如体验展板的费用（这个费用可以和工厂协商，看工厂能支持多少），场租费，人员费用。还有就是可以让合作伙伴只负责销售环节，代理商负责成交后的安装调试，这样在刚开始可以保证消费者的满意度，比如刚开始合作伙伴不是很熟悉安装，那么这个消费者可能就会做砸了，如果他们比较熟悉安装，也可以给让他们自己安装(安装和调试以及人工是可以向消费者收入费用的，这个利润还不错)。

B2、代理商销售团队自己独立推广 可以考虑自己直接与合作商合作，租场地和和人员方面，也可以考虑经常在广场，商场，小区做流动体验展示，吸引消费者冲动性购买欲望，能成交可以预交定金（尽量让消费者交定金，这样可以让消费者引起消费者重视，并引导消费者到展厅体验以便最终促成成交，）一定要尽量记录体验者的电话和其他详细的资料，比如QQ和工作以及家庭地址，以便回访和邀约。

建议代理商的业务团队经常做一些户外推广活动，首先可以提高对消费心理需求的把握，可以对以后销售总结和方法有借鉴，然后可以提高公司品牌的知名度和曝光率，最好也可以提高销售量以及客户数据库。

如果是智能家居体验活动的，建议可以在晚上做，晚上的广场，人比较多，而且智能家居的效果可以体现出来，智能家居的灯光效果是吸引消费者眼球最好的方式，还有窗帘以及远程控制空调。

准备工作，培训内容，目标目的，销售技巧，物料礼品，位置人员安排这些都很重要的。

B3、参加当地展会或者举办交流会以及产品培训会或者研讨会，安装调试会，把自己定位为当地最专业的智能家居提供商和服务商。

### 3、厂家如何推广智能家居

A、过硬的产品可靠性以及完善的服务和技术支持以及持续的新品就是最好的推广方式（目前国内太缺这样的企业了）

B、网络软文推广以及产品评测推广（但一定要公平公正，不要去攻击对手或者技术，显出公司的涵养和形象。）

C、线下参加展会以及对于代理商做专门的公司推广活动给予一定的资金支持与人员协助。

D、专业的销售人员协助区域代理商共同开拓市场和了解问题解决问题。

E、行业联盟推广以及在代理商当地组织培训会或者研讨会。

F、对于代理商的做渠道和零售的场地费装续费以及样品费给予一定支持，现在的智能家居行业，想要做的好的企业一定要考虑风险利润共

担，与代理商一起成长。

- G、与大型开发商或者装饰建筑公司以及高档连锁卖场洽谈合作，并且让当地有能力的代理商去跟进和服务。
- H、公司的领导和业务团队或者研发人员应该经常去接触终端用户，了解他们的心声和需求，指定出合理的销售策略以及研发出合适的产品。
- I、厂家如果在全国推广有难度的，可以在选择区域比较好的几个区域，甚至一个区域做样板市场，重点投入，如果厂家说这个也不投入，那我还是劝厂家早点关门吧，智能家居是厂家带动代理商投入的，没有厂家投入，代理商会愿意投入吗？

## 四、 未来展望

- 1、智能家居行业的快速发展，还是需要几年，这个依赖于无线芯片技术突破和成本下降以及国际国内巨头的真正加入和投入，快的话，需要一两年，慢的话估计四五年。
- 2、现在的有线技术相对成熟，但还是做原来的那块高端客户，市场竞争比较激烈，作为有实力的产品会做有线加无线的配套产品，一方面减少未装修房的成本，另一方面可以进入后装市场，带动公司的业务增长和转型，非常有魄力的有线公司，有可能会分拆无线业务，独立出来运作，这也是需要很有实力的公司。
- 3、目前的国内的大部分无线厂家产品都不太可靠，而且一些厂家通过攻击其他的无线技术的不好来突出自己优势，其实也没什么优势，说白了就是想圈钱，急功近利。目前国内的无线产品厂家用心做事并且能做出成绩很少。
- 4、随着无线技术的突破，未来终端产品的功能会增强和不断强大，相对对主控的要求会降低或者主控里集成的模块会较少，软件的功能内容丰富程度会越来越高。
- 5、随着无线技术的突破，也会带来身边的产品的变化，比如传统家电和智能手机平板的变化，如果哪一天无线芯片和智能手机的芯片一样强大了，你们猜会发生什么，生活大改变是必须的，生活无处不控制。
- 6、随着无线芯片的技术突破，也会带来行业标准和规范，也会带来兼容性，同时也会出现细分市场，比如有些公司专注智能家居开关插座，有些专注智能家电和智能灯光。
- 7、如果哪一天手机上出现智能家居的操作系统或者你不会奇怪了，那个时候也会不出现兼容性问题，硬件都可以通过操作系统来兼容了，就像现在的安卓系统。至于安卓能否成为智能终端的操作系统，现在还很难说。
- 8、未来智能家居的竞争将在三方面集中体现，服务，云存储，软件，硬件就会成为载体。
- 9、未来传统的射频技术（315,433）可能会被逐渐淘汰，因为这种技术本身就不适合智能家居的稳定性和反馈以及多功能和较好的可扩展性要求。
- 10、中国的 Z-wave 技术想尽快成长，还是需要一定时间。第一是技术普及和推广的问题，第二是终端产品的丰富程度以及强大主机的出现，不

过就目前的智能家居市场，我还是比较看好 ZWAVE 技术。

- 11、目前国内 zigbee 普及度比较高，主要与 zigbee 工控知名度以及国内众多的方案商以及公模模具还是有很大关系的，相比而言，门槛比较低，但是目前的产品可靠性和信号的距离问题还没很好解决。
- 12、未来的智能家居产品将会有很强的 DIY 和定制性，而且智能家居产品也会注重时尚感和艺术感以及科技感，智能家居产品的更新速度很快，很多消费者也乐于更换智能家居家居产品（这个时候的智能家居基本不存在兼容性问题）
- 13、智能家居产品是电子产品，但是带有强电产品产品，所以需要人工安装和调试或者一般消费者自己不愿意去安装强大的部分，愿意支付安装费用。所以做好智能家居的服务和口碑很重要，智能家居的服务是一种增值服务，并且可以作为一种销售模式来运用。
- 14、未来智能家居就会改变电子行业和互联网行业的生态系统，未来将有更多各种智能家居从业主。
- 15、未来智能家居产品将会去取代传统的开关和灯光，智能家居将会成为居家生活必备产品。
- 16、未来智能家居中高端定制以及和电商结合起来，将是一个很不错的发展思路。
- 17、易能森无源技术还是不错的，其他有更多的终端产品以及针对智能家居的产品出现。
- 18、智能随心，自由控制。