

出门不带钥匙成趋势 千元家居智能锁成双 11 预售黑马

嘴上说不买,清醒过来时钱已经付完了,双 11 预售正在进行中,购物车除了塞满了衣服、化妆品等,不少人还给自己的家来点惊喜。天猫最新数据显示,截至 11 月 6 日,共有 5.4 万件智能门锁接替了传统的“铁将军”。这两三年越战越勇的智能门锁,市场发展空间与购买力有着不俗的上升潜力,而千元智能锁已成为购物节的主战场。

■新快报记者 何璐诗

超过 5.4 万件智能门锁已预售

经过那么多场购物节,消费者可选择的智能产品不断涌现,其中智能门锁这个“物种”,已成为绝对的黑马。根据《2018 中国智能锁消费白皮书》调研数据显示,中国有 4 亿家庭,而在 2018 年之前,智能门锁的渗透率只达到 5% 左右。自从一些电商联合商家推出一系列深度定制产品,让智能锁的价格更加亲民后,“出门不用带钥匙”逐渐成为生活方式的一种。去年天猫双 11,智能锁交易额仅用了 2 小时就超过 2017 年全年,5 家智能锁品牌在天猫销售过亿元。而 2019 年到目前为止,已有超过 5.4 万件智能门锁被预售。在智能锁市场的强劲增长趋势下,预计到 2020 年,中国智能锁市场渗透率将达到 19.75%,智能锁销量将突破 3200 万套,大幅缩小同日韩等成熟市场的差距。

1000 元—2000 元区间产品受欢迎

据了解,从目前京东及天猫大平台的预售情况来看,1000 元—2000 元已成为受欢迎的价格区间,仅三星、GateMan、耶鲁等几个外资品牌依旧坚守 3000 元以上的高价位。在预售爆款页面上看到,售 1099 元的小米指纹锁智能门锁,预售已超过 47000 件。预售成绩靠前的品牌还包括普赛罗指纹锁、德施曼 Q5、亚太天能 V9s、德施曼 T86、三星 DP718 等。

“认知度低、规模小,经销商要做消费市场就得追求高利润,一套卖下来要挣 2000 多元。”一名智能门锁经销商表示,高昂售价一度导致只有少数人愿意尝鲜,从 2008 年到 2015 年前,智能门锁在中国一直缓慢增长。根据《消费白皮书》的数据显示,在智能锁的消费用户中,以 26 岁到 35 岁的人群为主,其中公司职员占比高达 60.02%。在消费区域上,浙江、江苏以及广东三省的支付买家数占比列前三,成为了智能锁零售大省。有业内人士分析指,如今 90 后、80 后已成为智能锁消费的主力军,他们有的人刚踏入社会收入不高,有的是尝新的心态,所以价格成了他们购买时的主要考虑因素,千元智能锁正好迎合了他们对高性价比的需求。

新技术产品层出不穷

目前,从市场和销量来看,滑盖及直板式的执手智能锁仍是市场销售的主力,但由于全自动及推拉式的智能锁在结构、外观、使用体验等方面有独特的优势,因此越来越多的企业纷纷看好这个品类。其次是全自动及推拉式智能锁,两者的不同在于全自动智能锁均为全程电机驱动,把手是固定的;而推拉式智能锁把手可以活动,不仅可以全自动开锁、上锁,也可以通过推和拉的动作完成开门。此外,把手式指纹智能锁的份额以已不断的提高,屏下指纹识别智能锁则是品牌技术竞争的主战场。

不敢换电子锁 大多因担心安全和品质

虽然智能锁已经走进了消费者的视野,但大众对智能锁的认知还偏弱。《消费白皮书》中的调研数据显示,有超过 20% 的消费者未听说过智能锁,只有 15.5% 的用户正在使用或者打算更换成智能锁。而消费者不愿更换成智能锁的原因,主要出于对智能锁远程安全、品质的担忧以及价格因素。

在智能锁的市场,竞争特别激烈,不少商家会使用低价吸引消费者,甚至是为产品刷好评。记者在天猫页面上看到,价格在 500 元以下,甚至只售 399 元的智能门锁为数不少。有业内人士提醒,市面上六七百的智能门锁已属低价,如果价格比这个低的产品,可能售后会不包括安装。甚至个别小品牌经营不长久,后期质量有问题,却售后无门,选择时需谨慎挑选品牌和看清安装条款。



智能门锁推荐

防盗防撬防尾随

小 Biu 智能门锁,配备五大开锁方式,可通过快速识别指纹来开锁,有老人的家庭尤其适用;年轻人则可尝试采用防窥视功能的密码开锁。除此之外,手机蓝牙、机械钥匙同样可轻松解锁。此外,产品进行了安全升级,解锁进门后,门把手回弹立刻上锁,有效防止尾随。在锁芯的选择上,采用了高等级的 C 级锁芯,防技术破解超 270 分钟,搭配异常报警系统,更强防盗防撬。



支持天猫精灵语言联动

TK3 是继凯迪仕品牌 TK1、TK2 之后第三款联合天猫精灵深度定制的天猫专享款,是全自动推拉款。产品内置蓝牙网关, wifi 直连,铝合金的面板,支持天猫精灵语言联动,内置离合电机, APP 功能对于开门消息推送、临时秘钥、防盗报警等都支持, 8 节 5 号电池供电,可支持 1 年时间。

远程秘钥发送

Alpha 指纹锁是飞利浦的品牌镇店形象款,锌合金的面板设计,内置离合电机,在细节设计方面 Alpha 具有童锁、远程秘钥发送以及开门消息查看功能,不完美的地方在于虽然有 APP 管理,但是没有开门消息主动推送,但可打开 APP 查看。此外,该款锁没有内置门铃,但大促优惠较高。



年轻时尚之选

智家人是一家锁具研发为主要的品牌,以年轻时尚的外观为最大特点。这款 mix 产品配有少见的不锈钢面板、隐藏式圆形凹槽指纹头设计、指纹屏幕采用无残留技术 NRF、防爆推拉把手,指纹屏幕采用无残留技术 NRF,自动推拉把手采用了防爆设计,该款锁还支持远程 APP 直接解锁功能。



关注



尚品宅配签约故宫宫廷文化 “锦绣东方”正式亮相

新快报讯 作为一个拥有近 600 年历史的文化符号,故宫拥有众多皇宫建筑群、文物古迹,成为中国传统文化的典型象征。10 月 30 日,尚品宅配与故宫宫廷文化携手打造的联名新中式空间——“锦绣东方”正式亮相,将灵感来源于故宫建筑、文物中的文化元素,融入现代家居审美,让年轻人在家也能感受到宫廷之美。

“每个中国人都有一个故宫情结。”发布会上,尚品宅配与故宫宫廷文化代表进行战略合作签约仪式,尚品宅配总经理李嘉聪对“锦绣东方”新中式家居美学空间进行了正式发布。据介绍,“锦绣东方”从色、材、型、纹、制、艺六大层面萃取皇家宫殿设计精髓与文化底蕴,色彩上,运用了紫禁城宫墙的朱红色作为整体空间中的点睛配色;材质上,将宫廷家具器物上的黄铜材质,结合在吊篮及边框等配件;造型上,选取宫廷服饰上的团纹、藻井等圆造型运用在屏风、装饰圆镜中,完美契合中国人对于家与团圆的理解;结构上,借鉴了宫廷多宝阁形式的柜体并进行现代化演绎;纹样上,网格纹化为玻璃柜门的白布纹样,寓意正直富有;配饰上,将《千里江山图》元素应用到配套软装中,让整个空间更具文化感。

(毛静)