

智能家居后装市场兼容有待进化

前装市场随智能精装加速跑

智能家居的生命线，正围绕着两个方向展开，一个与房产项目深刻地叠加效应的前装市场，全宅无线智能家居系统在装修前便切入；另一个是善于捕捉年轻消费群体兴奋点的后装市场，可以在装修结束后DIY自由组合智能家居单品，为家提供一种增量的智能生活。亿欧智库的《2020中国智能家居行业研究报告》指出，由于一次性投入成本较少、安装门槛低等特点，后装市场走入消费者的视野将更为容易；而随着消费者接受度和认可度提升，前装模式下的整套智能家居解决方案将会越来越普及。

■新快报记者 何璐诗



■VCG 图

1 封闭生态链将面临挑战 后装市场未来着重融合互补

面对智能家居的大蛋糕，尽快大口吃还是持续慢慢吃，不同的企业选择了不同的道路。为了更快速地抢占市场，不少互联网企业更倾向于把更多的市场权重放在针对C端的后装市场。布局后装市场对用户来说，增加一样产品，而不需要破坏现有的装修风格，就能享受到不一样的智能生活，确实更平易近人。

以小米为代表的主导孵化模式，以华为、阿里为代表的开放平台模式，以及以海尔、美的为代表的品牌全屋闭环模式成为了目前智能家居后装市场主要的生态模式。而在本月，OPPO同样加入战团，推出互联“全家桶”系列，将电视、耳机、手机、手表等智能化设备收入囊中，尝试并逐步进入IoT生态深水区。

目前AIoT时代下，智能家居后装市场的品类依然较为碎片化，同一品牌产品较容易提高用户粘性。据捷孚凯(GfK)全球智能家居消费者调查报告显示，45%的消费者愿意从同一个品牌选择智能家居产品。

以擅长“小件”的小米为例，为了与生态链企业可以共同享受消费者流量，实现不同商品之间的互相协同，采取了AIoT产品战略便是1+4+X的构架，1表示手机是每个人都会使用的最基础的设备，4表示4个小米自研的AIoT产品，分别是：小米电视、小米笔记本、小米路由器、小爱音箱。X则代表小米和生态链公司以及合作伙伴共同研发和打造的产品。

《2020中国智能家居行业研究报告》指出，此策略令小米及米家品牌认知度高、用户基数大，在后装市场处于领先地位，但同时小米高性价比的产品策略不利于触达高端消费者，在消费者覆盖范围上存在一定的局限性。与华为、阿里平台赋能模式相比，小米智能家居生态较封闭，主要通过投资孵化初创公司来扩充产品线、构建生态，与其他家电品牌、家居品牌合作较少。亿欧智库根据Statista数据并加以整理，从2019年中国各细分市场规模看，智能家电在智能家居市场中规模最大，达2822亿元。智能家居行业在接下来一段时间内很有可能出现融合、互补的情况，所以封闭的生态链将会面临挑战。

2 后装市场的设备兼容待进化

智能家居前装，指安装智能家居设计图的完善、线路的走向、开关的预留、设备的选取、功能的联动、设备的安装、系统的调试等都与装修进度同步进行。由于耗时耗力、一次性投入成本较多、安装门槛高等特点，要晚于后装市场走入消费者的视野。但随着消费者日益增长的智能生活升级欲望，和年轻群体的个性主张，包括智能摄像头、智能路由器、智能网关、智能灯光、智能门禁等的整套智能家居解决方案，正令智能家居前装市场加速发展。

为什么需要全屋智能？不少智能家居出现的典型现象是：你买了A品牌的智能窗帘，然

后买了B品牌的智能音箱，本以为可以直接用语音控制窗帘，结果发现两个产品无法兼容。玩家级别的徐先生向记者表示，买了松下空调后，又买了小米生态链旗下的Aqara空调伴侣，但由于网关的问题一直连不上，客服告知“AP路由器很容易出现网关离线”，最终以“退货”收场。徐先生认为简单的后装单品已满足不了他，新房子装修时将着重智能家居的布局。智能家居卖场销售人员向记者直言，“在智能家居的后装市场，‘兼容’依然是最大关键词。要满足用户‘味蕾’，必须继续提高无线设备之间的互联互通，以及无线设备的稳定性，并克服海量设备的干扰性。”

3 前装市场资金链压力大 但具规模优势

事实上，精装房的智能化配套，逐渐成为楼盘项目们重要竞争点，智能化精装楼盘的增长也给前装市场带来了巨大的机会。虽然今年受疫情影响，智能家居配套规模整体有所下滑，但配套率却在稳步上升。根据奥维云网数据显示，智能门锁作为智能家居的第一道门坎，已经在智能家居的风口之上从一个单品上升至智能家居入门级产品。根据奥维云网地产大数据300+城市调研数据显示，2020年1-8月精装修新开住宅楼盘158万套，其中97.7万套均配置了智能门锁，其精装智能门锁的部品配套率提升至61.8%，较去年同期上升了14.1%。

2020年1-7月，精装智能家居中，已经有30多个品牌在精装智能家居领域以2个品类、3个品类、4个品类布局智能家居行业。如美的，目前在精致智能家居领域就布局了4个品类，包括智能家居系统、智能开关、智能

门锁、智能坐便器等品类；而ABB、UIOT超级智慧家、安心家、狄耐克、哈奇、华为、欧瑞博、西门子等品牌，在精装智能家居领域布局了3个品类，重点集中在智能家居系统、智能开关、智能门锁等部品配置中。

随着智能家居单品逐渐打开市场，消费者接受度和认可度提升，用户教育完成，前装模式下的整套智能家居解决方案将会越来越普及。不过，在前装市场的全面爆发前，仍然有多个门前虎。有业内人士认为，全屋智能家居企业与房地产商、家装公司合作，具有前期成本投入大、产品交付周期长、资金回收慢等特点，造成全屋智能家居企业有一定的资金链压力。此外，全屋智能家居企业在实现真正场景化的进程中，还需加强品牌知名度与产品力，预计智能家居前装赛道也可能会涌入更多参与者，竞争加剧，出现独角兽企业的可能性加大。