

设备互联互通 应用整合集成

智慧家庭产业转型提速复苏有望

经济日报·中国经济网记者 李景



智慧家庭，作为智能硬件应用的主要场景之一，近年来行业规模逐步扩大，硬件出货量增长迅猛。随着物联网、云计算、大数据、超宽带网络的飞速发展，智慧家庭产业迎来了春天。值得注意的是，行业快速发展的背后，仍然隐藏着智能单品各自为战、产品功能同质化、智慧家庭整体解决方案落地难等问题亟待解决——

“到2016年底我国有近3000家智能硬件公司倒闭，智慧家庭行业的重新‘洗牌’已经来临。”近日，由深圳市投资推广署、深圳市智慧家庭协会、思锐达传媒主办的2017中国智慧家庭博览会暨深圳(国际)集成电路技术创新与应用展上，智慧家庭协会副会长兼秘书长蔡锦江表示，目前我国智能硬件产业正处于深度调整期，但在经历了资本退潮和增速放缓的发展阶段后，企业优胜劣汰速度加快，转型升级步伐提速，预计今年底，智慧家庭产业的技术创新和产业融合水平将有所提升，落地应用逐渐成熟，行业有望在2018年实现复苏。

转型全屋场景服务

“预计2018年全球智慧家庭市场规模将达710亿美元，届时中国市场占比将达32%。”深圳市投资推广署处长许贺表示，超过1400亿元的中国市场潜力，已吸引了互联网、信息通信、家电、地产等领域中外巨头的注意，从长远来看，智慧家庭市场无疑是亿万元级的‘蓝海’。”

据蔡锦江介绍，目前我国智慧家庭产业发展已经历了3个阶段，在发展理念和技术路线的不断变化过程中，一个现实智慧家庭的画像已经逐渐清晰。“我国智慧家庭1.0时代是家庭封闭的小系统时代，以中央控制为代表；智慧家庭2.0时代是开放式单品时代，一款好的智能单品就能引爆市场，并引发跟风和效仿；现在，智慧家庭要逐渐向3.0时代转型，构建智慧家庭的全屋场景化服务。”蔡锦江表示，以海尔、美的为代表的智能家电企业，已经跳出了传统家电企业的思维，将生活中的方方面面转化为智能场景。比如海尔推出的161个全屋场景中，甚至将家电、智能硬件与食材配送、健康跟踪等生活服务需求相连，挖掘用户的潜在需求。

简而言之，在全场景服务中，所有家



在2017中国智慧家庭博览会上，生产商展出了多款最新商用和家用服务机器人，有的可以实现智慧安防，有的则提供各种居家服务。图为以提供居家服务为主的晓曼机器人。

本报记者 李景摄

电、智能硬件甚至家具共同构成一套智能化系统，不仅能完成用户的命令任务，还能主动推荐服务。在3.0阶段，智慧家庭系统升级为“虚拟家庭管家”，整个家电系统组合成一个家庭服务机器人，云平台则成为机器人的大脑，家电设备变成机器人的眼睛、耳朵、嘴巴和四肢，与用户发生各种形式的交互。

打通智能设备连接

“当前，智慧家庭行业的发展仍受限于技术和硬件单品创新、平台运营、服务落地以及用户体验提升等。破局的关键其实就在于深度的、跨界的产业融合以及打造开放的共同生态圈。”许贺表示，鉴于智慧家庭涉及的产品领域丰富，因此需要以消费者为中心，实现智能设备的互联互通，打造开放、多协议兼容、围绕场景服务的系统平台，才能有效建立起智慧家庭的生态链。

在本届展会现场，《经济日报》记者发现不少硬件企业正在尝试建设整体的智慧家庭解决方案。在华百安智能技术有限公司展台，一款分体式的智能楼宇可视对讲系统引起了关注。华百安将传统的楼宇对讲可视面板做成一块平板电脑，用户不仅可以随身携带，而且能通过平板电脑接入家庭中的其他智能设备，成为控制智慧家庭的主机。“传统的楼宇对讲只能到固定位置实现，但这套分体式的设备不仅能实现移动对讲开门，而且还能与其他的生活场景建立连接，使功能更加延展化，打通智能硬件之间的联系。”华百安智能技术有限公司副总经理陈石认为，智能硬件生产商应该与智能产品和家庭场景建立更多的连接，为用户打造出更便捷的生活应用场景。

蔡锦江认为，智慧家庭不仅仅意味着智能家居形态的创新和产品的互联，它更是一种前所未有的全新商业模式，需要将智能硬件、物联网云平台、运营商等角色有机融合，形成完整的生态架构，

搭建起可靠的底层基础连接。

整合产品功能应用

目前，智慧家庭产品大都依赖于手机APP控制。但随着产品数量的增加，APP数量的增加会造成非常糟糕的使用体验，因此需要有一款平台级的产品整合上下游产业链，通过平台提供的标准协议、接口来构建智慧家庭场景。简而言之，所有智慧家庭的设备都集成在一个APP里，实现应用和功能的整合才能实现智慧生活。“但这个过程会很漫长，因为没人希望被整合。”深圳联通家庭互联网中心总经理唐鹏直言不讳。

事实上，现如今几乎所有智慧家庭领域的实力企业都在构建自己的产品生态圈，但其生态严格限定于旗下产品，几乎不能形成与其他品牌的连接，更难形

成普遍化的服务。有鉴于此，业内人士认为，电信运营商有可能扮演整合智慧家庭产品应用的关键角色。

首先，电信运营商拥有智慧家庭需要的端到端网络资源；其次，对于隐私和数据安全，电信运营商受国家监管更有保障；再次，运营商有大量的线下服务资源，有足够的运维力量支撑。“运营商不仅可以整合上下游产业链，还有能力整合硬件和软件，整合应用后的智慧家庭才有条件探索全场景化的服务。”唐鹏认为，虽然整合之路漫长，但我国的广电运营商都已经把智慧家庭提升到战略高度，把整合产业链当作重要的攻关项目。“家庭网络是智慧家庭服务的基础，就联通而言，将布设智慧家庭专线，通过智能网关解决设备之间基础互联互通问题，智慧家庭最终也会向着产品应用整合的方向发展。”唐鹏说。



□ 墨林

在家用市场多下功夫

本届智慧家庭博览会上，主持人现场询问观众，有多少人曾经或正在使用与智慧家庭有关的产品，应者寥寥无几，甚至很多业内人士和生产商都不曾使用相关产品。

事实上，目前行业的真实情况是技术多、产品多，但打入普通家用市场的应用少、落地难。究其原因，一方面，由于家用市场需求分散、规模小，大部分智慧家庭生产商的订单来自企业端，与地产商、物业合作开发智慧家庭、智慧社区产品。另一方面，消费者对智能产品的使用习惯尚未养成，智慧家庭产品的售价不菲，普通消费者买单的意愿并不强烈。因此，智慧家庭产品的规模化、大众化

之路仍然任重道远。

不过，另一项调查显示，虽然智慧家庭产品的普及率不高，但消费者的兴趣指数却不断攀升，七成以上的消费者对智慧家庭表现出浓厚的兴趣和欢迎的态度。可见潜在的需求市场依然可观，整个行业蓄势待发。

事实上，智慧家庭产品需要解决的关键问题是彻底消除智能设备间的互联壁垒，打造容易落地应用的生态和产品，只有当智慧产品深度对接家用市场，产业的巨大潜能才能被充分释放。虽然目前的产品普及率不高，但处在风口，是大势所趋，智慧家庭需要时间培育成长，有朝一日定会走进千家万户。

市场瞭望

收购宝腾汽车49.9%股份——

吉利汽车以技术换市场

本报记者 杨忠阳

浙江吉利控股集团与马来西亚DRB-HICOM集团（多元重工集团）24日签署具有约束力的关键条款协议。按照协议，吉利将收购DRB旗下宝腾汽车49.9%的股份，以及豪华跑车品牌路特斯51%的股份，成为宝腾汽车独家外资战略合作伙伴。这是继2010年以15亿美元从福特汽车公司收购沃尔沃汽车之后，吉利最大一笔海外收购交易，对于吉利全球化布局，打开东南亚市场意义重大。同时，吉利也由此成为第一个在海外以技术换市场的中国汽车品牌。

宝腾汽车成立于1983年，曾一度在马来西亚汽车市场占据主导地位。但近年受廉价进口汽车的冲击，市场占有率一路下滑，因而深陷困境的宝腾一直在寻找国际合作伙伴，提升市场竞争力。DRB集团CEO萨义德表示，此次吉利成为战略合作伙伴，宝腾汽车将重获新生。

据悉，双方将于2017年7月中旬前签署最终协议。双方表示，在协议获得政府有关监管部门批准后，将开始广泛而深入的合作，充分协调技术资源，统筹各方优势，支持和推动宝腾及路特斯汽车的转型。吉利集团和DRB致力于不断提升宝腾的技术创新能力和市场竞争力，努力将其打造成为马来西亚市场占有率为第一的民族汽车品牌以及东南亚市场的领导品牌。

吉利控股集团常务副总裁、CFO李东辉说：“宝腾和路特斯的加盟将进一步完善吉利集团的全球化布局。吉利将以创新技术和体系化管理能力为依托，帮助宝腾重塑辉煌，并进一步提升路特斯的品牌魅力，增加新产品投放。”

今年1月份至4月份，中国汽车销售814.48万辆，同比增长2.77%，吉利汽车销售36.53万辆，同比增长高达94%。前不久，吉利在杭州湾技术研究中心不仅发布了“INTEC技术品牌”，而且向外界展示了其总投资63亿元新建的研究、试验和试制等三大基地。中国汽车工业协会常务副会长董扬表示，“今日之吉利，已从当年丑小鸭成长为白天鹅，其研究开发能力正在走向中国汽车企业的前列。”

有关专家认为，宝腾对于吉利的意义，就是一块敲门砖，它将为吉利带来一个拥有6.23亿人的东南亚市场，助力吉利加速实现“2020”战略，即到2020年实现年产销200万辆目标，进入全球汽车企业前十强，成为最具竞争力并受人尊敬的中国汽车品牌。

数据显示，2016年东南亚市场汽车的销量为316万辆。有海外咨询机构预测，东南亚地区市场销量有望在2018年增长至470万辆，成为全球第六大汽车市场。另一方面，由于消费能力的限制，东南亚汽车市场更偏爱经济、实用型汽车，这对较为年轻的中国品牌来说也是十分合适的。此外，作为东盟自由贸易区的成员，从马来西亚出口到东盟国家的汽车也可以享受免关税待遇，这对于提高吉利汽车海外竞争力都具有积极意义。

锁具行业面临加速洗牌——

电子锁智能化应用空间广阔

本报记者 王铁辰

消费者在网上预订酒店之后，不需要在酒店前台办理入住，只需要在门口的电子锁上刷身份证件就能进入预订的房间。公安部门也可以实时获取住客信息，从而提高入住效率和安全性。这样的场景并不是梦想，在近日举行的“第吉尔电子锁产品代理商大会”上，第吉尔总经理罗显号透露，公司已经与公安部门共同研发可实现这一功能的智能电子锁和管理软件，相关产品已在部分城市开展试点。

在位于北京回龙观地区的腾讯众创空间内，《经济日报》记者发现，空间内所有的办公室和功能间都采用了智能电子锁。空间的管理方会为不同入驻企业分配不同的二维码，这些二维码就是开门的电子钥匙；如果不同企业申请使用公共的会议室，只需要在手机上发起申请，系统会发送一个二维码钥匙以供临时使用，超出申请时长后，电子钥匙将失效。众创空间负责人表示，电子微信锁的使用，极大提高了写字楼业态的管理效率。

虽然电子锁已经开始进入大众的视野，但是其目前在中国市场的占有率仍然很低。数据显示，目前国内民用锁具市场，智能电子锁的应用主要集中于高档酒店、公寓和别墅，普通家庭市场中的占有率为5%。这意味着，国内大部分市场仍然由传统机械锁控制。

据统计，在日本和韩国，智能锁占民用锁70%以上的市场，韩国公寓智能锁的使用率甚至超过了90%；在欧美市场上，智能锁占比约为50%。在这些国家，与机械锁相比，电子锁被认为更具安全性和便利性。

不过，值得注意的是，近年来随着居民对智能锁的认可，中国智能电子锁的零售量呈爆发式增长。盼盼安居门业有限责任公司销售公司总经理李毅刚说，5年前智能电子锁市场占有率为1%，最近在北上广以及东南沿海等经济发达地区，智能电子锁的新市场份额达10%至20%。

“传统机械锁使用不便，功能也极为有限。相对于安全来说，便利性是电子锁更重要的优势。”罗显号说，机械锁丢了钥匙就很麻烦，电子锁开锁方式则非常多元，可输入密码，也可指纹识别。联网后还可实现更多功能，比如可以通过手机为家人远程开门；如果有小偷撬门，可以自动拍照报警；可以给上门的保洁人员发送临时电子钥匙。此外，由于可以提升管理效率，租房业对电子锁的需求与日俱增。

从长远看，电子锁智能化后，还将成为智能办公、智能家居的主要入口之一。在亚萨合莱亚太区总裁马格纳斯看来，目前智能锁和家居联系还不普遍，未来智能电子锁将扮演智能交互界面的角色，可以控制家庭里的空调、灯光、报警系统等，不仅让生活更便捷，还可以减少能源的使用，为可持续发展作贡献。

数据显示，2015年，中国锁具行业市场规模为1267亿元，其中传统机械锁占有大部分市场份额。专家预测，未来3年至5年智能电子锁有望步入市场普及阶段。预计到2021年，中国锁具行业市场规模将超过1800亿元。

在新一轮全球产业转移中，我国纺织业面临“高不成、低不就”的挑战——

以智能制造和绿色发展应对产业转移

本报记者 许红洲



近年来，新一轮全球纺织产业转移呈现中低端向东南亚转移、高端向欧美回流的特征，中国纺织产业面临“高不成、低不就”的挑战。业内专家认为，要以智能制造和绿色发展为重要抓手，在产业转移中实现转型升级。

全国纺织产业转移工作会暨智能制造、生态发展研讨会在江苏沭阳召开，就纺织行业在新形势下如何更好地优化资源配置，开展了深入探讨。与会嘉宾认为，成本敏感型、劳动密集型纺织服装产业寻求成本洼地、政策高地是必然规律，但当前纺织产业转移已进入新的历史时期，必须探索新的发展方式和路径，要以智能制造和绿色发展为重要抓手，加快培育新动能和核心竞争力，在产业转移中实现转型升级。

“纺织产业是产业转移的先导产业，要从中国国情出发，认识和把握好正在开展的新一轮产业转移；在新常态下加速转移，在新战略下推动产业转移，在新理念下引领产业转移。”工信部消费品工

智能制造试点、示范项目，推动开展纺织智能装备、传感器、软件的开发和应用，同时还要以点带面，逐步推进企业智能化步伐，构建未来纺织业发展范本。”曹庭瑞说。

中国纺织工业联合会副秘书长杨峻认为，政策导向仍然在产业转移中发挥着主要作用，但同时也存在着环境压力、成本要素压力、产业转移地区发展不平衡等问题，因此必须赋予新的内容。

实际上，纺织行业在产业转移过程中，已经开始了新的探索。地处苏北的沭阳，近年来经济发展提速。为促进传统主导产业之一的纺织业加快提升，实现由跟随式发展向引领式发展加快转变，沭阳审时度势，决定抓住机遇，围绕

绿色、智能两条主线，在沭阳经济技术开发区全力打造高度集约化的特色产业——沭阳智能针织产业园。

作为全国首个智能针织产业园区，沭阳智能针织产业园由中国纺织工业联合会指导规划，主要以智能针织品为主，向上游延伸到锦纶、包覆纱、面料、袜子、无缝内衣等针织品，建成后将完成孵化区、成长区、样板区、配套区建设，实现企业集聚、产业集聚、品牌服务、物业管理等园区生产要素优化配置。“项目一期目前已全部完工，签约入驻6家企业。二期10万平方米厂房预计8月底交付使用。”沭阳县委书记、经济技术开发区党工委书记胡建军介绍说，以智能针织产业园为载体平台，集聚了一批创新型、智能型好项目，引领沭阳纺织产业正朝着高效、智能、生态的方向转型升级。

“沭阳智能针织产业园起点高、标准高，不仅大大促进了当地纺织产业的提升，也为我国纺织产业开展智能产业园区建设和以智能制造园区推动纺织产业转型升级提供了宝贵经验。”中国纺织工业联合会副会长孙淮滨说。

本报记者 于泳