

中国智能家居市场一览

吴孜祺

2010年，它显然已成为中国智能家居行业的拐点：国家关于物联网与三网合一政策的大力支持，各个国内外优秀IT、家电、通讯、安防等行业领军企业开始全面涉足智能家居行业，无形中对中国智能家居行业做了一次最大的规模的市场宣传与美好未来展望，同时各个智能家居产品与技术百花齐放，市场开始明显出现低、中、高不同产品档次的分水岭，可以说，中国智能家居行业开始由成长正在走向成熟。

市场总体情况

1 集成产业不断成熟，市场不断扩大

系统集成具有节能、高效的特点，产业不断成熟，逐渐成为大型公共建筑中不可或缺的一部分。目前，全国70%大型公共建筑内部的系统实现了不同程度的集成，而且这个数字还在不断增加。

2 服务业务需求增大，集成服务市场价值凸显

随着智能化硬件产品的不断成熟，集成服务的范围也在不断扩大，业务量不断增大，涉及安装、维护、软件开发、系统升级等多个环节。

3 市场前景广阔，但现有目标市场狭窄，客户量小且分散

智能家居市场目前呈现出高速发展的态势，无论是房地产项目还是个人用户，市场的需求越来越多。但市场仍在雏形阶段，客户认知度低，高端客户占主力。目前主要是靠智能家居集成商自身力量培养市场，难以形成大规模的客户群。

4 地域发展不均

我国引入智能系统的时间不长，各地区之间的智能化水平差异很大，除了北京、上海、广州等一线城市的建筑智能化程度很高之外，中西部地区城市尚处于初级阶段。

重点区域市场情况

1 华南

在华南地区尤其是广东省，智能家居的市场早已开始孕育。由于广东深圳及其周边城市是电子元器件和电子产品的集散地，而且开放早，商业外贸基础雄厚，大批的传统安防企业扎根于此，

在房地产的发展，房产商的热炒与智能概念的催生下，许多智能家居企业如雨后春笋般涌现出来。华南智能家居行业发展已经逐渐步入正轨。逐渐形成规模化生产，产品销量扩大，产品和品牌的影响力也越来越大。但是华南智能家居企业还存在各自为战，相互打压的情况，行业整体上还处于纷争的“春秋战国”时代。

另外，华南智能家居企业多缺乏资金支持。一方面，“智能家居”只是某些房地产开发商为增加卖点采取的促销手段。随着社会消费水平的提高，开发商们自觉的把智能家居考虑进来以增强自身的竞争力，同时又出于保护自身的经济利益，他们会最大限度的节省成本，因此在选择产品时不会投入太大的资金；另一方面，研发新产品、新技术需要有雄厚的资金支持，但又要担很大的风险。因此，一些企业在经多方寻求投资合作后，仍被拒绝在智能家居的大门外。

2 华东

华东智能家居的需求关系决定了这地区的企业大多走的是高端路线，区域内的企业多以销售为主，集生产、研发于一体的综合性大型企业，产品具有技术含量高、外观时尚、质量过硬、适合家庭装修等特点，主要客户群偏向中高端。

随着各国产业布局的发展，一些国外企业将产品生产线移居中国，这在一定程度上活跃了华东地区的智能家居市场。华东各地区政府对智能家居技术的推动也是不遗余力。在江苏无锡，现已有部分幼儿园试点“感知校园”系统，家长可以及时收到孩子进出园的消息提醒，可以通过相关网站查询孩子在园情况；再比如杭州投用的智能公交，市民在车站可通过电子显示屏知道车辆的到站情况，也可以发送短信了解车辆情况，这使市民能更有效利用时间；南京的“家庭医生看病”系统让人眼前一亮，不用去医院排队，一个类似iPad的微电脑插上电源接上血糖仪，远在十几公里外的医生就知道您的健康状况提醒您注意；上海的多家大型超市及连锁店正在采用智能超市系统，也许有一天你的冰箱真的会帮你自动订购食品。

可以预计，在智能家居新一轮的发展大潮中，华东地区便利的地理交通、发达的网络交通将有助于区域内的联动发展，

也必将带来智能家居扩散效应。

3 华北

虽然近几年智能家居整体市场渐有风生水起之势，但华北智能家居市场的走向不冷不热。以北京为例，北京已跻身国际化都市行列，城市整体智能化程度较高，但在北京专门从事智能家居的行业却屈指可数。在北京、大连等地，别墅选择做整体智能化的用户居多，智能家居的价格将大部分人挡在了门外。而普通住户，即使配备智能化的家居，以后需要做系统升级时，可能会因为小区整体的配备不达标而无法进行个人用户的升级。或因系统不匹配，在安装之后要反复维护，给用户和商家都带来不便。此外，根据调查显示，在北京的小区、单位、公共场所…防盗报警、智能监控、综合布线、智能照明系统很常见，可由于华北市场的智能家居产品相对于居民收入来说，依然价格过高。这在一定程度上阻碍了市场的发展。

未来趋势

在中国，智能家居的发展时间虽不长，但是从国内家电巨头及网络巨子的纷纷出手试水智能家居市场以及许多国际大企业对中国智能家居厂家并购案可以看出，中国智能家居市场潜在着巨大商机。全国房地产业蓬勃发展，小区智能化已成为一项基本要求，再配上智能家居，“全智能”的概念必然给房地产业带来新的卖点和活力，因此“全智能”是二十一世纪房产开发商力推的主题，这也意味着，我国智能家居产业迎来发展契机。据《2010—2015年中国智能家居市场调查及发展策略咨询报告》显示，在2010年安装智能家居系统的消费者占5%左右，看似不大的数据却蕴含无限商机。在我国有13亿多人口，目前拥有1亿多智能家居家庭客户，这个群体相当于大半个欧洲，构成了一个巨大的、时尚的市场。在这个市场中，平均每家每年花费1000元，就有1000亿元的市场。事实上，市场调查数据表明，属于感性和持续性消费群体，每年在家居方面的支出人均远远不止1000元。且目前，中国富有阶层正在形成，该部分家庭户均年收入在5.6万元以上，人口约4460万人，1400多万户，占城市人口的10%，总人口的3.5%，占全社会消费购买力总和6万亿元的17%左右，因此主要针对这部分人的智能家居系统其市场总量为1400万套。正是在这种情况下，近两年来，智能家居系统的销售数量和总销售额都呈现连续攀升的势头，智能家居市场从南方沿海地区和内地大中型城市已经

辐射到西部地区。我国2009年智能家居市场规模达到420亿元，由于一系列向好因素的刺激作用，之后几年市场规模增速将超过20%，2015年将达到1240亿元。

据此，我们可以预计智能家居市场的发展将集中在在以下几方面：

1 无线网络的应用。通过类似Wi-Fi技术、UWB技术和蓝牙技术等的大量应用，形成家庭网络资源的无线共享，为未来网络家用电器等设备的接入提供了基础；而Wi-Fi技术是基于IEEE标准组织802.11系列标准的无线以太网技术，跟以太网的通用性，它在以PC为主的网络环境中占统治地位，也自然成为数字家庭产品的首选。目前国内有手机厂商推出了首款GSM/Wi-Fi双模手机，将WLAN技术集成到移动电话似乎正在变成一种趋势，而随着IPTV技术的成熟，家庭内部实现多网合一的目标正在一步一步的靠近。

2 娱乐资源的共享。娱乐资源在家庭范围内的共享是给智能家居网关所带来的服务价值，即实现服务内容的共享；各种多媒体设备：包括电视机、音响、DVD、摄像机等。实现电视机与数码相机、摄像机和DVD等设备之间的视频音频信号传输，对外实现可视电话、视频会议和视频点播等视频音频信息交流，这体现了家用电器数字化和智能化的方向。

3 家庭电子设备自动化控制。数字家庭真正体现舒适方便境界就是像使用电视机一样，方便简单、随心所欲的智能控制，智能化程度高。比如出门时按一个出门设防按键，相关的安防、对讲、信息、家电控制、家庭数字影音和电梯联动等自动启动相关的动作，而不需要一一操作。

4 新功能扩展。目前，智能家居产品应用大多还是以单个小区的系统应用为主，这使得智能家居产品大多功能不能得到最大化的应用，为使智能家居能更高效的为客户提供舒适和便利，并将立足于现有的功能应用模式上，实现不同小区间的远程视频对讲；同时通过远程PC/手机终端参与的视频对讲、拨打普通IP电话、视频监视；建立流媒体服务器，可实现视频自由点播下载，同时查看并点播流媒体文件更加流畅；网络通讯的安全性和保密性将得到更有效的保障；

5 销售渠道的变化。目前智能家居产品的销售主渠道是房地产开发商和工程商；而随着标准的统一，产品功能的日趋成熟，也许有一天到家装超级市场就可以买到智能家居的产品。