

智能家电：方兴未艾 任重道远

□ 范国威

编者按：

随着互联网技术的广泛应用，各种新型技术应运而生，更多的家电产品进入智能时代，基于数字化、三网融合、物联网、大数据、云计算等应用技术的智能家电将是信息消费的中坚力量。在刚刚过去的2015年不论白电企业还是小家电企业、厨电企业还是黑电企业，谈的最多的就是智能化产品和战略，多家企业已经推出了智能新品，也都运用了最先进的技术。智能家电的市场空间逐渐加大，但是智能家电产品并不是目前家电市场的消费主流，业内也表示出有些智能家电已逐渐演变成了滞销家电，目前国内智能家电到底处于何种状态，它明天的发展将会怎样？本期我们邀请了几位智能家电行业代表，一起畅谈智能家电的发展方向。



邀请嘉宾



△智能家电论坛秘书长张良敏



△山东家逸智能电器有限公司总经理李洪剑



△家电行业资深人士刘若砾



△某家电品牌经销商王海强

访谈地点：济南喜来登大酒店

智能家电目前处于何种状态？

李洪剑：提到智能家电，一下会联想到智能手机。其实早在iPhone之前，智能手机的概念就已经存在了，但那时候智能手机更多定位在商务用手机上。在iPhone发布之后，全新的造型、新颖的操作方式把传统手机的操作体验打破了。也正由于iPhone的出现，才导致了谷歌推出安卓操作系统，其他手机厂商也争相推出了自己的智能手机，至此手机正式进入全民智能的时代。而就在手机全面进入智能时代之后，人们意识到我们在手机上使用的很多技术也可以运用到其他的家电当中。智能手机将已经饱和的手机市场带到一个新的开始，而传统家电市场似乎也在经历功能机时代手机市场所面对的困境。功能单一、市场饱和度高，曾经门庭若市的家电卖场现在变得冷冷清清，传统家电厂商急需一个突破口来摆脱现在他们所面临的问题。而智能手机的火爆则给了他们很大的启示。于是，智能家电时代也就随之而来了。

刘若砾：我们就用电视来举例子吧。我相信几乎所有人的童年都是在看电视中度过的。在那个时代，电视是我们获取外界资讯最直观的方式，但那时我们只能根据电视台播放的内容获取资讯，而这些内容可能并不是我们真正想要的东西。也就是说，在相当长的一段时间内，我们接受资讯的方式是被动的。我们并不能随我们的意愿去选择真正想要获得的东西。而现在，市面上各种“智能电视”“云电视”等产品出现之后，我们发现，之前那种被动获取资讯的方式已经悄然发生了改变。我们可以根据自己的意志去选择想要观看的节目。并且想看就看，不想看明天回来接着看。这个由被动接受转变为主动获取的过程，几乎是无缝的。在我们已经习惯智能电视带给我们的便利之后，我们已回头看看传统电视行业，在受到新型智能电视的冲击之后，传统电视行业真就离我们渐行渐远了。

张良敏：其实我们可以看一下整个家电市场，在经历了2008年金融危机之后，国内家电市场一片冷清。随后政府部门出台了一系列补贴政策，通过政策的激励，家电市场也确实出现了回暖，可这样的补贴政策说到底还是刺激民众消费，拉动内需的一种政策手段，总会有结束的一天。而政策到期之后，传统家电市场势必会再一次降温。果然，在2015年以旧换新等家电置换政策结束之后，整个家电行业再一次遭遇了寒冷的尴尬局面。也正是由于这种情况的发生，让行业中的厂商们明白了，要想改变这一尴尬的现状，就不能仅靠吃老本，只有寻求转变，突破现有产品的产品形态，推出全新革命性的产品才能改变现在的窘境。就像苹果和他们的iPhone一样，打破了传统手机市场的格局，完成了功能型手机向智能型手机的转变，整个手机市场才慢慢地由衰转强。

智能家电与健康生活的关联性？

为目前公共健康面临的最主要威胁之一。我们身边都存在着诸多食品安全隐患！上海某公司在生产过程中添加色素、防腐剂等，将白面染色制成玉米面馒头、黑米馒头等，工人还随意更改馒头的生产日期。湖北某公司的“问题生姜”，一些商贩把品相不好的生姜用水浸泡清洗，然后用化工原料硫磺进行熏蒸，与普通生姜相比，“硫磺姜”看上去又黄又亮，在市场上很抢手。扬州某品牌的奶茶被报道不含一点“奶”，加工地卫生也令人作呕。人民群众恐慌无比，面对生产生活中食品安全问题，人们茫然了。所以说，民以食为天，食以安为先。食品安全关系着千家万户。解决食品安全的路径有很多，比如几十年

前的美国，当时也同样发生过严重的食品安全问题，他们的解决方式是，一方面提高监管力度，一旦发现，这个企业一定消失；另一方面，通过各种手段鼓励、教育、支持龙头企业改变商业模式和经营模式，通过创造和谐发展的商业环境达到整体的、长期的利益最大化。以上是从宏观上讲的，聚焦于生产、加工、销售中的诸多环节，还包括政府、企业、职能部门按政策法规监督管理；而从微观上看，则是在各个家庭生活中，饮食者自己去把关守口，防范应对。食品安全伴我行，家庭食品安全是一个不容忽视的重要组成部分。所以说，我们以家庭为单位，有效地解决掉食品安全问题，那健康生活就随之而来了！

智能家电的核心与本质是什么？

李洪剑：随着科学技术的发展，虽然现阶段国内智能家居产品的普及率不高，但智能化趋势却越来越明显。与此同时，越来越多的80、90后成家立业，逐渐成为市场消费的主力军，他们接受新鲜事物的能力和意愿较父母一代强，智能家居必将成为新宠。所谓智能家电，就是将微处理器、传感技术、网络通信技术引入家电设备中，具有自动感知家电状态、服务状态并自动控制设备，把某种人类的特征搭载到家电上，让机

器代替人完成某些事情，这样的家电就可以称之为智能家电，与传统家电的不同在于智能家电实现了拟人的功能，通过芯片与传感器来处理信息并能与互联网连接具备社交属性。目前的智能家电有如下几个特征：网络化功能、自动感知并调整工作状态、容易操作，把复杂的控制操作流程内嵌在控制器来完成。目前智能家电有两种情况：1.采用电子、机械的先进技术的家电设备；2.模拟人的操

作进行模糊推理和模糊控制的家电。所以，智能家电并不是很神秘的一个概念，人的智能是感知、思维、判断、学习、执行，能够部分或全部代替人完成这些能力的家电就可以称之为智能家电，在互联网大潮的冲击下，智能家电概念将会得到迅猛发展。中国家电网发布的《中国高端家电市场报告》显示：到2015年底，接近60%的用户选择了“智能化”这一属性。智能家电前景充满丰富的想象空间！

智能家电未来的发展趋势

张良敏：要想真正做到让智能家电“落地”，实现大规模应用，一是将产品价格降到民众所能接受的范围，二是产品的用户体验一定要足够好，让消费者愿意为家电的智能功能部分买单。但对于背负着庞大历史包袱的传统家电企业来说，想要在商业模式上做出改变，并不是一朝一夕的事情。这不仅需要传统家电企业拥有过人的勇气和决心，同时对这些家电企业在产品形态上的把控以及产业链的整合能力都是一个非常巨大的考验。
王海强：智能家电的发展与信息技术的不断扩展和革新有直接的关联，并且由此诞生了一个新鲜名词“物联网”。虽然物联网家电不能涵盖智能家电的所有特性，但其实是智能家电最明显最主流的发展方向。国家政策在这方面的助力也显得尤为及时和给力。之前，物联网白电国家标准正式落地实施，另国务院

也出台了《关于物联网技术有序发展的指导意见》，确立了在2015年左右形成系统的物联网产业体系。此外，国家也一直着力于推进“智慧城市”系统工程打造信息化的城市连接，作为配套支柱产业，中国家电企业应该说是有这个勇气来挑战深具潜力的“智能家电”。从消费者体验和使用的角度来说，无论是一二级市场还是三四级市场，智能家电都大有可为。一二级市场，传统家电早已经过了普及期，产品的更新换代和走向高端奢侈化是必然的趋势，而核心城市消费者对便捷的信息科技带来的生活变革是再熟悉不过了，因此接受度极高。在凤凰网的一项市场调研中，有超过八成的消费者表示自己认同并将购买智能家电产品。至于三四级市场也分非普及，通过城镇化运动诞生的一批新型消费群体，一方面，他们已经远离农村的消费观念，另一方面，他们更

要追赶大中城市的消费主流，作为技术、外观、品质兼备的智能家电，只要价格合理，无论是带来生活品质的提升还是心灵上的愉悦，智能家电也照样能打开一片天。
李洪剑：虽然中国家电企业拿出巨大的精力和志向来追赶智能家电的大潮，但是在实际的起跑线上，中国企业还是落后于美、日、韩等发达国家，诸如智能电视的芯片技术，90%的技术牢牢掌握在国际大鳄的手中。中国企业需要投入更多的资金用于技术引进上，极端缺少自主研发体系的中国智能家电创新体系只能是一只脚踏路，很容易变成光喊智能口号但水平停滞不前的局面。因此，中国家电产业如果能够为了整体利益，摒弃前嫌构建智能家电技术联盟并能够创立一套完整的国产智能技术创新研发体系的话，应该不失为一个良策。

省城六大家居卖场 同禁商户场外销售

□ 王倩 王新华

近日，一则由山东银座家居有限公司北园店等六大家居商场联合发文的《告全体商户书——关于各大家居商场严禁商户参与各类商场外销售活动的通知》引起家居行业的广泛关注。

通知显示：自2016年4月1日起，严禁所有商户参与此类由各媒体及各网站及第三方营销平台组织的所有商场外销售活动，一经发现，各家家居商场均将严肃查处，并将联合采取有效措施直至清除出场。据红星美凯龙的负责人张经理介绍，自2013年起，受行业寒冬、电商崛起以及劳动力成本上升影响，家居行业整体增速放缓，市场疲软，但是有渠道、有实力的企业仍能抢占市场先机，逆势增长。“为了抢夺消费者资源，卖场中不少实力品牌参加各类平台、渠道甚至私人组织的家居节、团购会、内购会，一头扎进了缺乏资源和实力的品牌小品牌竞争的漩涡。”市场洪流冲击下，难免泥沙俱下，这不仅是对消费者的一种伤害，对家居品牌运营商也是一种损害。

然而，许多参加展销会的商户并不这样认为。“有的品牌两三三天能卖百八十万，虽然展位费很高，但也值啊！”多次在展销会中获利的吴先生为笔者算了一笔账：“一般展位费是500元/平方米，租50平方米就得25000元，赚不到钱的品牌肯定觉得亏，如果卖得好，一般都可以净赚5万元以上。在展销会上，不仅能进行宣传，还能走量。打个比方，我们要搞展销会，会跟厂家要折扣，原本在商场内5折的商品，在展销会上会卖4.5折。”还有商户抱怨道：“去参加展销会应该属于个人行为，和商场没关系。”如今生意难做，商场内顾客稀少，可每月还得给商场上交上万元的费用，如今商场还出了这样的规定，实在让人吃不消。

有业内人士表示，家居卖场联合发文，说明“日子”难过了。近年来不断出现的家居建材商户跑路，无疑是商户经营艰难的写照，商户经营困难，导致卖场空置率上升，现金流又被场外销售分流，使得卖场经营步履维艰，同行为冤家，这么多的卖场能够“抱团取暖”，说明商家恶化的程度之深。

当然，这种联合发文的形式是否合法和有效，还有待观察。

济南房价再现年末翘尾行情

1月18日，国家统计局公布了2015年12月份70个大中城市住宅销售价格变动情况。数据显示，70城房价年末翘尾，16个月以来首次出现整体同比正增长。新建商品住宅价格同比上涨的有21个，其中深圳连续第13个月涨幅领跑全国，达到3.2%。而我省4个上榜城市中，济南的新建商品住宅价格环比出现了0.2%—0.3%的上涨。而相比上年同期，济南同比增长0.8%，再现年末翘尾行情。就济南而言，历下区以及市中区住宅挂牌均价远远高于其他区县。（姜庆志）

新年糖果市场显疲软 徐福记用心迎挑战

1月4日，随着国产巧克力“一号”金帝被中粮地产收购，糖果市场发展放缓、甚至部分品类出现下滑的事实引发产业高度关注。作为新年糖文化的推手，徐福记近年来也感受到年味渐淡带来的冲击，但作为糖果行业的领导品牌，徐福记坚持传承，用心做糖果，不断改良创新推出新品，2016年的春节，徐福记仍将以核心产品“酥心糖”来传递深化“新年”与“徐福记”之间的关联，凸显用心“心”传承，用“心”过年。（范国威）

爱尔眼科引领 近视手术再次飞跃

1月16日上午9点，在济南万达凯悦酒店迎来了一场由济南爱尔眼科医院主办的“爱尔眼科微创3D SMILE近视手术上市会”。济南爱尔眼科获得德国蔡司Visumax授权的微创3D SMILE近视手术设备已经启用，作为拥有高端设备的眼科医院，再一次用科技掀起近视手术视觉质量的新变革。（姜庆志）

影响山东·2015年度齐鲁车坛 评选颁奖盛典圆满举办

由山东电视台体育频道《车e族》栏目发起，全省三十多家主流汽车媒体联盟鼎力支持的一项齐鲁车市评选活动——影响山东·2015年度齐鲁车坛评选颁奖盛典暨山东汽车人之夜于1月17日在泉城济南圆满落幕。全国各大汽车品牌领导、经销商代表，山东主流汽车媒体等在内的200余汽车人共襄盛会，共同见证了山东车市的发展历程。此次颁奖盛典不仅仅是对于2015齐鲁车市的一次年底总结回顾，更是对车坛优胜者的一次加冕。

东南汽车正式启动 产品3.0战略

2015年，对东南汽车来说是意义非凡的一年，20周岁的东南汽车在产品与品牌方面深度布局动作频频。凭借20年造车经验积淀，以东南DX7为代表，整合国际资源、开展国际化合作的产品3.0战略正式启动，以正向研发为基础的精品化、差异化战略兼具了国际化的特色。东南DX7自上市以来，销量持续攀升，月订单近万辆，成为SUV市场中国品牌主力军。在踏进2016年之际，东南汽车已备好了全新面貌，全力提速冲刺下一个20年。

王者归来

标致车队携2008DKR问鼎达喀尔拉力赛

不惧艰险 高效动力迎难而上

1月16日，2016年的汽车赛事开年巨作“达喀尔拉力赛”顺利完赛，由彼得汉塞尔和科特雷驾驶2008DKR经过艰苦奋战，最终摘得冠军荣耀，标致车队完成“王者归来”并一举夺冠的壮举。

标致车队的表现几乎是压倒性的，取得如此优异表现与各项性能大幅提升的2008DKR赛车息息相关。这款富有激情、活力的“战车”凭借其天生的动感基因和出色的SUV属性，征服了被称为“勇敢者的游戏”、“世界上最艰苦”的拉力赛。携手倾力打造的2008DKR战车参赛使得标致车队如虎添翼，而与2008DKR有着相同的基因，作为“城市SUV领航者”的东风标致2008在车坛外同样有着极高的人气。

为了冠军出发，最多只能获得冠军，对极致探险的热爱才是尽享自由的终极驱动力。复杂艰难的地形，极端无常的天气，不可预知的险境，召唤着永不畏惧的2008DKR。作为出征顶级赛事的赛车，2008DKR在地球上最恶劣的行车环境中，迎接性能的极限挑战。

与2008DKR有着相同基因的“城市SUV领航者”的东风标致2008在都市丛林中同样驰骋自如。2008延续了法系车优良的底盘调校，车身悬挂扎实且韧性十足。得益于“T+STT”高效动力，2008在面对一些复杂的路段时，反应更加灵活，它独有的Twin scroll双涡道涡轮增压及高压缸内直喷技术等两项前沿科技，使得2008的爆发力惊人，消费者可以尽情享受SUV

所带来的激情动力。此外，配合Stop-Start发动机智能启停系统，2008实现了低油耗与强劲力的完美平衡。其采用了目前最为成熟的“微混”技术，在全面释放高效动力的同时，带来最高可达15%的节油性。据国家工信部实测，2008 1.6THP车型的百公里综合油耗仅为6L。

倾力打造 2008表现力十足

为了适应赛事需求，作为此次达喀尔拉力赛参赛车辆，2008DKR在车型外观与内饰方面均进行了专业的改装。而东风标致2008则更实实在符合大众审美，在融合了东风标致品牌全新设计理念以及欧系高性能基因的同时，也恰到好处地融入了各种高科技元素，充分满足了年轻人对时尚、潮流、个性化的追求，无论

是独特的“全景天窗玻璃顶”或是“星际宇航驾驶空间”都为普通用户带来了最舒适的驾乘体验。

2008搭载的“全景天窗玻璃顶”长达1290mm、宽达1013mm，形成了几乎覆盖整个车顶的1.3平方米的超大面积，并采用无分段结构设计，抬头仰望的瞬间，全景天窗将以360度无死角的大视野，使都市玩家们看得尽兴，玩得开心。

作为东风标致品牌的良心之作，东风标致2008集“低油耗、大视野、强劲力”于一身，自上市以来，东风标致2008便跻身都市SUV市场最受关注的车型之一，展现了领先同级的产品实力。伴随着2008DKR战车在达喀尔拉力赛上的激情演出，东风标致2008也必将在新的一年为消费者带来更多惊喜！