

有屋智能 让家更懂你

智能家居正成为备受消费者青睐的新消费业态



青岛市质量工作领导小组办公室
青岛市质量发展促进会
青岛早报 联合主办

用指纹识别打开门锁,将换下的衣物放进带有除菌除螨的智能衣柜里,通过手机设定好空调温度和灯光亮度,使用智能床垫自动检测睡眠质量……如今,智能家居已经走入人们的生活,不少人在打开家门的一刻起,就开始享受全屋智能带来的便捷生活。

智能家居的应用场景有哪些?传统木质家具如何实现智能网联?家居行业的未来机遇在哪里?近日,青岛早报记者走进位于胶州的青岛有屋智能家居科技股份有限公司,探索智能化浪潮下,有屋智能在智能家居领域的创新与实践。

打造多元智能应用场景

在位于胶州的有屋智能展厅内摆放着公司的创新产品,如橱柜精灵、衣柜精灵、鞋柜精灵等一系列智能化单品。有屋智能副总经理王怀高告诉记者:“这些产品的核心在于将电器的智能化模块与全屋定制的场景模块深度融合,解决用户真实痛点问题,实现1+1>2的效果。”

以衣柜场景为例,在衣柜中加入抑菌、消杀、净化智能模块后,能实现每天杀菌、消毒、除味。“近年来,随着人们对生活品质的追求逐步提高,人们对衣物的卫生问题也更加关注。在流感季节,人们回家后通常要洗手、挂衣服消毒,还得喷酒精,现在把这种智能模块放进衣柜,衣服就能自动杀菌消毒除味,非常方便。”王怀高说,这种智能模块不仅适用于日常衣物存储,还能满足特殊场景需求,像被褥、婴儿衣服以及贵重衣物的储存等。

在厨房场景中,有屋智能集合消毒、抑菌、保鲜等智能模块,运用超氧加负离子双重技术,为餐具和食材提供更好的存放环境,为用户打造了一个更清洁、更便捷、更智能的厨房空间,提升了厨房场景的使用体验。

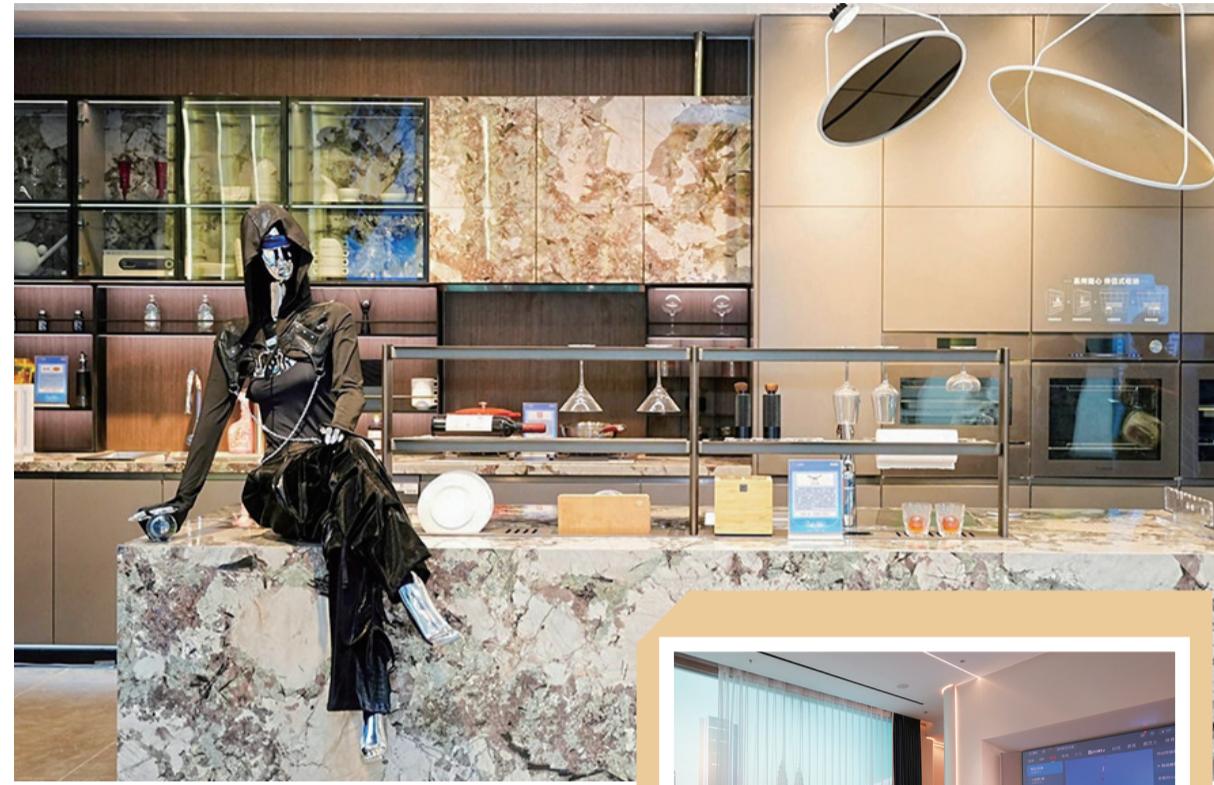
在智能单品研发上,有屋智能针对不同空间场景需求进行精准设计。“比如红酒柜与茶叶柜,可能更关注温度和湿度的分区设计;衣柜关注除味和杀菌;成品厨房则关注实用性和个性化定制。”王怀高说,有屋智能根据不同空间场景,研发适合的智能单品。同时,在场景研发方面,有屋智能积极链接多方优势研发资源,如全屋净水系统、全屋空气系统、厨房保鲜系统等,共同开发产品,打通研发资源,实现协同发展。

“家居行业未来的发展趋势是智能化和AI技术的融合。现在的竞争是谁能先开发和运营智能化场景,将AI技术、智能场景技术植入产品研发和用户体验中,谁就能抢占更多市场份额。”王怀高说,有屋智能坚定不移地将C端产品研发的首位投入放在智能单品研发上,不断探索创新,为用户打造更加智能、便捷的生活场景。

实现全产业链自主掌控

随着行业场景方案升级,单个企业单打独斗已经无法为用户带来最佳的场景体验,有屋智能整合家居、家电、家装“三家”优质资源,让用户看到的不再是单一产品,而是一体化完美适配的方案,实现了全产业链的自主掌控。“我们目前有四个工厂,涵盖电器和传统木板等产品的自主生产,真正实现了全产业链的自主掌控。”王怀高说,“就拿厨房场景中的嵌入式冰箱设计来说,在嵌入式冰箱柜的研发中,为了让冰箱门嵌入橱柜后从外面看是平整的,解决用户对整体美观性的需求,有屋智能花了一年时间,让冰箱配合打样、换模具、测试。这种对细节的极致追求和大量投入,只有像我们这样全产业链自主掌控的企业才能做到。其他品牌大多采用采购组装的方式,难以做到如此精细的一体化设计和生产。”

在产品设计上,有屋智能注重整体协调性和用户体验。“以‘智界系列’为例,该系列在设计上将电器与橱柜统一色调,让用户回到家中后不会有突兀感,营造出整体和谐的家居氛围。”王怀高说,这种统一设计、统一研发、统一生产、统一运输、统一安装的全产业链模式,使得有屋智能在产品质量、交付周期和售后服务等方面都具有明显优势。



智能家居。

IP植入推动品牌发展

有屋智能针对不同人群的需求,构建了多品牌矩阵,旗下拥有有屋、博洛尼、海尔全屋家居三个品牌。“这种品牌布局策略,能够精准满足高中低不同消费层次和不同需求偏好的用户,有效扩大市场份额。”王怀高说。

在品牌推广方面,有屋智能紧跟时代潮流,积极探索IP植入和网红带货等创新营销模式。“现在的消费主体已经变成90后、95后甚至00后,他们对智能化的接受度越来越高。”王怀高举例说,“像小马宝莉卡和奥特曼卡,通过网红带货,一年的销售额有50亿元,这让我深刻感受到了网红经济和IP的力量。”

目前,有屋智能正在策划与腾讯等头部游戏企业开展相关IP联名合作,同时,探索与各大平台家居垂类博主等进行IP合作,寻找更多的品牌推广机会和销售增长点。

从市场反馈来看,用户对有屋智能产品的认可度越来越高。以智能除菌衣柜模块为例,市场上单独的衣物护理机价格较高,普及难度较大,但有屋智能研发的带有智能除菌设备的衣柜模块,相比传统的衣柜加除菌设备组合,成本节省40%—50%,并且可实现个性化定制组合。“我们这个模块能根据用户家的尺寸定制,还能实现熨烫储物等功能,相比市场上的同类产品优势明显。”王怀高介绍。

把握行业调整期的机遇

当前,房地产行业处于调整期,与之紧密相关的定制家居行业也受到了一定影响。王怀高分析:“由于地产行业的调整转型,定制家居市场容量从原来的18万亿元,下降到现在的8万亿元到10万亿元,同时,变局也带来了新的机遇。”

一方面,行业洗牌后,市场上留存下来的企业都是具有品牌、平台、用户积累和竞争力的企业。“原来行业内可能有10万家企业竞争18万亿元的市场,现在可能只有2万家企业竞争10万亿元的市场,每家存活企业的市场份额反而有了提升空间。”王怀高说。

另一方面,消费者在“懒人经济”与“颜值经济”的双重作用下,将更多家居消费聚焦在全屋空间智能化上,智能家居正成为备受消费者青睐的新消费业态。中商产业研究院分析师预测,我国智能家居2024年市场规模达7848亿元,2025年市场规模将突破8000亿元。王怀高认为,随着未来新建房屋和旧房改造的需求增多,以及物联网、云计算、人工智能等技术的迭代升级,智能家居市场将迎来快速发展。此外,基于互联网时代成长起来的年轻消费者对智能家居情有独钟,全屋智能在年轻消费群体中的渗透率有望进一步提高。

从政策层面来看,虽然2024年对于定制家居行业来说是具有挑战的一年,但国家政策正在朝着好的方向调



智慧客厅。



智能衣柜。



智能工厂。

整。王怀高以海尔的发展历程为例,“海尔刚发展时也是众多家电品牌中的小品牌,通过在国内市场的竞争和海外市场的拓展,逐渐成为行业巨头。”有屋智能着眼国内,同时看向海外,在存量市场中提升竞争力,在增量市场中破局。

在行业变革的浪潮中,有屋智能正凭借对智能家居场景打造、全产业链整合、品牌建设以及行业机遇的精准把握,稳步前行,为定制家居行业的智能化发展树立了新的标杆,也为行业未来发展探索出了一条可行之路。

观海新闻/青岛早报记者 于佳 邹忠昊 企业供图