

## 1 “懒人”产品受青睐

“小度小度，北京明天天气如何？”“北京明天晴转多云，零下2摄氏度至8摄氏度，天气冷注意保暖。”近日，在位于北京市南三环的京东之家体验店，一款时尚大方的智能屏吸引了宝妈黄俪和她2岁的女儿。

考虑到家里的老人带娃比较辛苦，黄俪准备给父母安排一个智能“玩具”。“这是一款集平板、手机和电脑等功能于一体的智能屏，无论是热门歌曲还是新闻时评、天气信息，看什么听什么只需要说一句话就能轻松解决。”现场体验一番后，黄俪决定拿下这款颜值颇高的智能屏。不仅对老年人友好，它还可以追剧、看动画、视频通话，还能给孩子做早教。让黄俪特别心动的是，它还可以模仿爸爸妈妈的音色讲故事，“这样一来，即便我们都加班在外，孩子也能听着爸爸妈妈的声音安然入睡。”黄俪说。

和黄俪一样，趁着一年一度的“双十一”购物狂欢节，家住丰台区的市民王新成也“拔草”了一台智能家电。“之前的那台电视还是七八年前买的，尺寸偏小，也有些老旧。”10月31日，电商“双十一”迎来第一波高潮，王新成将自己心仪已久的一款小米高清智能电视收入囊中。除了尺寸更大、画质更清晰外，让他津津乐道的一个功能就是语音控制，“不管是内容点播、音量调节、查询天气还是智能家居联动，一声‘小爱同学’就能马上为你解决，蛮好”。王新成说。

在王新成家里，类似的“懒人”家电还有很多。早上来不及做早饭，晚上睡觉前将食材放进智能高压锅，醒来就可以喝到热乎乎的八宝粥；在厨房做饭太枯燥，搭载显示屏幕的智能吸油烟机，可以让你一边查询菜谱，一边烹饪美味佳肴，甚至还可以通过屏幕欣赏音乐、追剧看视频……“对我们年轻人来说，上了一天班回到家，就想躺在沙发上休息。现在有了能够解放双手的智能家电，幸福感大大提升。”王新成说。

王新成的选择代表了很多消费者的心声。今年“双十一”，京东家电家居直播间里，家用洗地机、吸尘器、智能锁、智能马桶等是消费者在直播间购买最多的商品品类，集成化、智能化家电成为消费首选。

“双十一”期间，智能家电的表现仅是一个缩影。有关数据显示，2021年我国智能家电市场规模突破5500亿元，2022年超过6500亿元，预计今年将超过7300亿元。“近年来家电行业下行压力增大，智能化成为家电业转型升级的重要方向。目前智能家电以联网智能和本体智能为主，语音交互、手机操控和品类联动成为主要表现形式。”钉科技创始人丁少将分析称。

## 2 更智能更健康是趋势

冰箱除了保鲜食物还有什么功能？搭载显示解决方案的海尔智能冰箱，或许会带给你不一样的惊喜：它可以主动提醒用户牛肉快过期了，要尽快食用；还可以联动体脂秤，获取家人的健康数据，进而推荐定制化的菜谱，比如减脂期主动推荐减脂餐、为高血压高血脂人群推荐少油少盐的健康料理……

海尔智家大脑产品负责人赵乾告诉记者，随着人们健康意识的增强，单纯的低价已经不能打动用户了。如今的消费者不仅关注产品的价格和智能化属性，也更加关注产品的健康属性以及整体体验。

以海尔冰箱为例，赵乾介绍，从销售情况看，搭载全空间保鲜科技，不仅能实现干湿分储，还能锁住食材营养，这样的高端智能冰箱更受消费者欢迎。在此基础上，能与橱柜完美融合的零嵌智能冰箱成为消费“新宠”，因为这更符合消费者对厨房美观、节省空间、有品质感的新追求。再以空调为例，搭载除菌自清洁科技的智能空调，一直是海尔的畅销产品，因为有了一键启动自清洁功能，消费者使用起来更放心。

“Z世代”消费者的消费行为向着智能、健康、舒适的方向发展，舒适空间离不开智能，更离不开洁净。”在杭州萤石网络股份有限公司产品经理周金晔看来，人工智能、物联网、大数据等前沿技术的不断发展应用，为智能家电产品智能化水平的提升创造了更多可能，如语音识别、智能推荐、个性化定制、视觉分析等。以萤石10月发布的RS20 Pro扫地机器人为例。“该机器人就是通过智能视觉、激光探测等技术感知家庭环境和场景，并根据分析判断自动执行相应的清洁任务。当机器人识别到地毯边缘时，会自动抬升边刷，减少地毯卷边的概率。”周金晔说。

# 智能家电如何真智慧

核心阅读

未来家居家电将朝着智能化、自适应进化、网络化发展。家电体验将更高效、节能、环保，并促进可持续发展。

家是温暖的港湾，其中大大小小的家电承载着人们对幸福生活的美好期待。小到AI音响、智能门锁，大到智能冰箱、智能电视……随着人工智能和物联网等技术的飞速发展，近年来，各式各样的智能家电层出不穷，也在不知不觉间“登堂入室”，悄悄改变着你我的日常生活。

## 3 从“伪智能”到真智慧

伴随居民生活水平的提升，人们对美好生活的向往呈现出多样化、多层次、多方面的特点。然而值得关注的是，随着越来越多的智能家电走进千家万户，一些“成长中的烦恼”也随之而来。一个曾被无数消费者吐槽“鸡肋”的智能家电即扫地机器人，很多扫地机器人的水箱的更换和清洁仍需要人力完成。

“再如，部分智能家电由于设计不合理，缺乏真实使用场景，反而提高了用户的使用门槛，增加了用户的购买成本。对此，消费者需要理性消费，家电企业也需要认真反思。”丁少将表示。

“总体来看，消费者对智能家电接触得更多了、了解得更多了、要求也更多了。”赵乾认为，最初的智能家电可能用手机控制开关、用语音简单交互就可以了，但现在这样的单品智能、被动控制已经远远不能满足消费者的需求。“当前智能家电正从单品智能到成套协同、被动控制到主动服务、‘伪智能’到真智慧方向发展。”赵乾说。

针对这种变化，海尔已经有了更全面的布局。比如，海尔智家大脑已经升级到2.0版本，这样的升级可以助力用户开启深度智慧生活体验。“举个例子，你在家里觉得热了，以前需要自己说一堆指令，比如‘打开空调，26度，自然风模式，风不要对着人吹’等，才能有最舒适的体验，现在有了智家大脑2.0，你只需说‘有点热’，空调就能根据你的习惯主动调整到最佳舒适度，体验更加友好。”赵乾介绍。

不仅需要更加智能化，纷繁复杂的智能家电产品之间如何互联互通，也是亟待解决的一个难题。“当前行业入局者众多，如何实现不同品牌间更安全、更简便地互联互通，如何在行业内建设统一的规范等，都是需要进一步深入探讨的问题。”赵乾称。

面向未来，智能家电该何去何从？《2023中国人居智·净·美舒适生活空间趋势》认为，当前智能家电仍处于上升阶段，从智能与舒适维度来看，未来智能家居将朝着多种智能化、自适应进化、网络化发展；从洁净感出发，家电体验将更高效、节能、环保，并促进可持续发展；在美学维度上，未来家电家居更智慧，设计更对路，更打动人心，更有颜值，呈现出当代真正的五情感境的生活美学空间。

（据《经济日报》）

