

智能家居或在两三年内普及

率仅有 10%都不到，未来市场空间巨大。

“越来越多客户在装修之前，会主动要求做智能设计。”装饰设计师林婷婷在接受记者采访的时候表示，当然，大部分的消费者对智能家居的概念还不是太清晰，但对自己想要的生活方式有主见。许多人会提出主动的要求，例如希望家里的灯光可以轻易地更换不同的情景模式；要求家里安装智能安防，以便办公室或在外地可以监控、出现问题可以及时报警；别墅、大户型希望可以一键控制家里空调、灯光、窗帘等，省去许多劳力……这些生活方式，都可以通过智能家居来实现。

“主动要求做智能家居的客户，主要集中在海归、高收入人群。”林婷婷说，在国外，智能家居的普及程度远比我国更高。许多在国外生活过的人习惯了智能产品，回到国内也希望自己的家可以更加人性化。一些高收入人群经常接触新鲜资讯，对生活的要求比较高，也会主动要求采用智能产品。“还有一些客户本身只对家有自己的要求，没有智能的概念，设计师根据他们的需求推荐智能方案，也很容易被接受。”林婷婷说，随着消费者越来越重视自己的家、重视品质感的生活方式，智能家居将会是未来的大势所趋。

好用、低价的智能产品陆续出现

所谓“工欲善其事，必先利其器”。消费者希望采用智能化的生活方式，就必须有相应的高品质、高稳定性，甚至高性价比的产品与之相匹配。事实上，近两年来，智能产品无论是在技术、质量、稳定、安全性上都有了质的飞跃，价格也比以前大大降低。

去年 5 月，西柏思引进的国际知名智能门锁品牌 Danalock 的一款智能门锁，可以轻松地安装在原有的门锁上，可通过手机远程控制、近距离感应等，还可以为第三方发送临时密码，方便房子出租、亲友家政人员到访等，其报价也仅在 2000 元左右。无独有偶，国内锁业领军品牌汇泰龙自主研发的划时代产品“云智能门锁”日前宣布上市，可以实现指纹开锁、远程监控、与其他设备智能联动等功能，京东“6·18”的活动价

也在 2000 元左右。

随着技术升级，将智能产品融入装修之中的费用，也较前些年降低了不少。记者了解到，目前智能家居的产品费用占硬装修的 20%左右。例如 100 平方米的房子，使用智能产品，大约要额外增加 2 万元，在三年以前，同样的产品价格需要翻倍。

更多智能家居端口涌现

智能家居是大势所趋，在消费者察觉之前，行业已经嗅到了未来的方向。提供智能解决方案、将智能家居踏实落地的平台也逐渐涌现。陈鸿填表示，按照这样的趋势，智能家居在未来 2~3 年就可以向大众市场普及了。

今年 2 月份，本土家装连锁企业靓家居就联手海尔集团推出了“U+智能家居套餐”。在 899 元/m² 装修套餐中，包括了智能家居中央控制系统、可以交互体验模块的智能家电，实现全屋灯光、窗帘、安防监控、门锁等智能功能。而成立于 2014 年 6 月的“京东微联”也瞄准了智能家居市场。以京东强大的家电销售渠道为后盾，京东微联通过 JoyLink 协议来解决设备之间的互联互通，举重若轻地解决智能家居普及化的一大“拦路虎”。目前，京东微联已经覆盖家用电器、视听娱乐、厨房电器、健康穿戴等几大领域，涉及 40 多个品类，包括空调、厨房电器、环境电器、健康设备等重点品类，对接超 1000 款产品，已经销售数百万件。（新快）

智能生活并不是简单地用手机 APP 操控居家的灯光、门锁、窗帘、电器等。试想一下，当到家的那一刻，门锁能识别主人自动打开；空调提前半小时预设好最舒适的温度；门一开，灯光自动开启“回家模式”……真的智能系统能读懂主人的日常习惯，实现个性化定制，彻底颠覆传统，带来新的生活体验。

前几年，智能家居曾经“火”过一段时间。但对消费者而言，仅仅停留在概念层面，或者只是多了一个“家里所有用电元素可以用 APP 控制”的可有可无的功能。

然而，随着智能产品的更新迭代、智能家居平台先后涌起，各种智能解决方案陆续涌现，智能家居已经进入了一个新的时代。

更人性化的功能、更方便的消费、更低廉的价格，越来越能打动消费者的心，智能家居开始走进千家万户。业内人士预言：智能生活方式将在两三年内普及。

海归、高收入人群青睐“智能定制”

“从目前来看，智能家居产品的增长还是非常迅速的。”京东微联在接受记者采访时表示，2015 年“双十一”的微联产品销量同比 2014 年增长了近 40 倍。

整体的智能家居至少是数千亿的市场，目前行业每年都有几倍的增速。业内专家陈鸿填告诉记者，就智能门锁一项，在日韩的普及率已经达到 70%~80%，欧美国家也在 40%~50%，而我国的市场占有