

用品质激发消费市场活力

“2020中国智能锁行业质量提升大行动”走进广东

□ 本报记者 陆俊 文/摄

“2020中国智能锁行业质量提升大行动”启动之后,日前,中国日用五金技术开发中心主任毕智涛,中国日用五金技术开发中心锁具信息中心赵宏武等专家组成行业调研组,走访了广东佛山、广州、中山、深圳等地的十余家智能锁企业,对行业的发展现状进行了调研与探讨。

受访企业认为,“2020中国智能锁行业质量提升大行动”是行业内的一件大事,将对智能锁行业整体质量提升发挥重要的推动作用。企业纷纷表示,要积极参与到“2020中国智能锁行业质量提升大行动”中来,拿出最好的产品,为消费者带来更好的服务,让企业在本次质量提升大行动中得到新的发展。

响应国家质量提升的一项举措

智能锁行业广东考察活动,累计走访了广东汇泰龙智能科技股份有限公司、广东亚太天能科技股份有限公司、佛山智能家人科技有限公司、广东顶固集创家居股份有限公司等十余家企业。调研组负责人毕智涛表示,智能锁行业发展至今,历经了二十余年,但真正高速发展是近十年的事,随着时代的影响下,行业面临着新的发展形势。本次活动,正是在行业发展的关键时期,推出的一项旨在推动行业技术、产品进步的重要行动,也是响应国家品牌提升、质量提升的一项重大举措,本次活动不仅仅是行业内的一项活动,主办机构还联合了京东等商业平台,



为提升企业品牌知名度,推动市场消费发力。

品质是品牌的基础

本次活动的主旨之一就是向消费者推荐有着良好产品品质及特点的优秀品牌。很多受访企业也认为,这次质量提升大行动会对企业品牌的提升带来积极的作用。

广东汇泰龙智能科技股份有限公司董事长陈鸿添表示,汇泰龙作为一家致力于品牌发展的产品驱动型企业,非常重视技术的发展与产品质量,品牌的发展离不开产品,特别是行业发展进入了关键时期,因此,此次活动的推出恰逢其时,汇泰龙一定会积极响应,拿出最好的产品参与。

广东顶固集创五金事业部总经理陈有斌表示,作为一家上市公司,顶固重视产品质量和品牌为生命,也更希望有权威机构将好的品牌和产品推荐给市场和消费者,因此,由权威机构主办的这次质量提升大行动,顶固一定大力支持,全面参与。

中山杨格锁业有限公司总经理周理新就智能门锁类产品以及未来发展趋势与调研组进行了交流。他表示,杨格锁业能够在二十年的发展过程中不断壮大,就是因为坚持以品质为生命,视品牌为自己孩子。本次活动对杨格的意义非常重要,杨格一定要仔细研究,认真参与。

深圳凯迪仕智能科技有限公司总经理苏志勇就当前行业发展现状、品

牌及未来的发展情况发表了看法,他说,凯迪仕之所以能够将品牌做到今天的成就,离不开技术与产品,更离不开对品牌的呵护,特别是在当前市场竞争日趋激烈的时候,做好产品是非常不容易的,但凯迪仕作为头部品牌之一,有责任也有义务扛起品牌发展的大旗,引领行业向着健康方向发展。

肩负起质量提升的“引擎”作用

“中国智能锁行业质量提升大行动”的中心点,是品质提升,本次的受访企业,都是行业内的龙头企业,对产品品质极为重视,肩负着行业质量提升的“引擎”作用。

佛山智能家人科技有限公司总经理卢国钊表示,智能家人自诞生之初,就是一家有着技术和品质情节的公司,本次质量提升大行动正好是智能家人需要的,智能家人一定会拿出自己最优秀、品质最好的产品参与进来。

广东樱花智能科技有限公司总经理朱海峰表示,近几年樱花取得了高速的发展,是抓住发展机遇的结果。未来,樱花一定会立足产品,狠抓技术和质量,站稳脚跟,立住根,谋求更大的发展。

他说,本次质量提升大行动,对樱花是一次难得的机遇,樱花一定会抓住机遇认真参与。

中国智能锁共享产业平台(广东曼申智能科技有限公司)总经理张宝强介绍,作为一家平台型的企业,曼申是最早进入智能锁行业的企业之一,守住品质底线是发展的根本,技术驱动是发展的核心,达成共赢的理念是发展的基石,因此曼申在成立之初就定下了形成品牌、成就品牌,用技术

做好产品的理念,经过了几年的发展,也逐渐形成了较好的口碑与形象,在未来,曼申一定会坚定不移以技术、产品为核心服务好品牌。

门锁一体化是行业大趋势

在调研中,调研组专家认为,当前的智能锁行业,门锁一体化趋势是行业的一个重要发展方向,很多企业已经在进行相关的研发和探索。

广东亚太天能科技股份有限公司总经理王长江介绍,他们公司早在几年前就针对智能门锁的产品发展趋势进行了研究,并对门、锁一体化项目进行了针对性的研究,历时三年,终于推出了门、锁一体化的产品——智能门,希望智能门这种新的产品形态能给行业带来一些改变。

金点原子董事长雷先鸣表示,作为一家老牌的防盗锁生产企业,他们很看重行业发展的趋势,因此,在近几年来,金点原子在智能门锁产品当中深挖技术布局,逐渐形成了从电子软硬件研发、SMT生产、机械加工、成型、结构设计等智能门锁配套体系,是目前国内生产体系最全面的企业之一,同时针对当前门锁一体化的发展趋势,针对性研发出了智能门,引领了发展的潮流。

调研组专家表示,本次考察的龙头企业肩负着行业质量提升的重任,企业只要能够针对消费者的需求研发、生产出好的产品,就一定会取得好成绩的。本次质量提升大行动正是这样一个契机,为市场和消费者推荐出一个品牌,帮助消费者鉴别更加优秀的产品。

定制家居企业加速绑定房企开拓B端市场

上半年,家居行业受到疫情猛烈冲击,不过,大宗业务“一枝独秀”,成为家居上市公司上半年的强劲增长引擎。

笔者梳理发现,在9家家居上市公司中,志邦家居、金牌橱柜、皮阿诺上半年大宗业务收入表现突出,分别占其总营收的27.53%、29.07%、54.28%,三家企业大宗业务平均贡献营收占比超三成。

值得注意的是,今年上半年定制家居头部企业加深与房企合作,包括世茂与红星美凯龙、碧桂园与蒙娜丽莎、帝欧家居等。

从行业来看,定制家居大宗业务伴随着房地产精装修增速发展,近两年各大企业加速了工程赛道,重启大宗业务后,定制家居企业大宗业务实现加速发展。

业内人士预计,随着与房企的深度合作,行业加速融合,定制家居B端市场将加速发展。

业绩分化明显,大宗业务成增长引擎

2020年上半年报营收,从已发布的业绩看,受到疫情影响,上半年家居企业整体业绩受到较大影响。但大宗业务成为一道独特的风景。

具体来看,一季度9家定制家居上市公司营业收入之和同比下滑34.61%。二季度,经济稳步恢复,随着竣工及住房成交数据的逐渐好转,前期被压制的家具消费需求陆续得到释放,行业经营压力有所缓解。

上半年,9家上市公司中,志邦家居、金牌橱柜、我乐家居等营收实现同比增长。其中,二季度,欧派家居实现营收35.36亿元,同比增长6.91%;志邦家居实现营收8.98亿元,同比增长22.22%;金牌橱柜实现营收5.61亿元,同比增长10.69%;我乐家居实现营收3.43亿元,同比增长0.59%;顶固集创实现营收2.6亿元,同比增长11.48%。

从净利看,上半年仅我乐家居实现同比正增长,其他均为负增长。细看财报发现,主要系上半年我乐家居通过持续扩大与恒大、融创、金茂、华夏幸福、金科等国内大型地产公司的合作体量,2020年上半年工程收入同比增长84.0%至1.63亿元,近两年平均增速达160.8%。

此外,志邦家居、金牌橱柜、皮阿诺上半年大宗收入也表现突出,分别实现营收3.37亿元、2.41亿元、2.79亿元,分别同比增长59.27%、39.46%、322.3%,分别占其总营收的27.53%、29.07%、

54.28%,三家企业大宗收入平均贡献营收占比36.96%。

不难看出,与房企的深度合作,大宗业务不约而同成为各家公司上半年的强劲增长引擎。

志邦家居表示,公司大力拓展优质战略合作地产客户,通过改善客户结构,经营质量不断提升,促进了订单收入的高速增长。截至2020年6月30日,百强地产客户占比已达30%以上。

金牌橱柜表示,与38家百强地产企业签订战略集采协议,同时加强衣柜、木门等品类在精装市场的拓展,大宗业务保持高速增长。

上半年皮阿诺积极调整业务结构,加码大宗工程业务,二季度以来,随着下游地产商精装修项目的推动,皮阿诺二季度大宗业务实现快速增长,单二季度大宗业务销售额1.59亿元,同比增长16.41%,按单同比增长20.47%。

索菲亚上半年大宗业务渠道出货金额同比增长39.85%。下半年收入结转有望兑现至报表端,索菲亚大宗业务借助衣柜类产品早前与大型地产的深度合作,也在积极开拓橱柜、木门品类的B端项目开发,上半年橱柜、木门类产品在工程渠道出货额同比上半年有较快增长。

与房企深度捆绑,加速B端市场发展

从头部企业的规划来看,大宗业务无疑将会是家居企业未来发展的重要部分。

定制家居行业大宗业务拓展方式主要分为两种。一是公司直营模式,由定制企业与房地产商签订合同,定制企业直接提供设计、运输、安装和售后等具体服务。二是代理模式,代理模式中一是由定制企业与房地产商签订合同,定制企业供货,由代理商提供相关服务;另一种是由定制企业供货,代理商与房地产商签订合同及后续服务。以志邦家居为例,大宗业务代理模式占比比较高,由代理商签约,代理商履约的业务占比约22%,以公司名义签约销售并委托代理商提供服务的占42%,公司自营占36%。

这也意味着,企业将承受大宗业务带来的应收账款压力。从行业看,有企业采用针对房地产商分阶段收款和工程代理商先付款后生产相结合的结算方式,从而造成应收账款回款压力较大。

不过,一些上市公司采用代理等模式,坏账风险相对较低。例如欧派家居,公司采用经销商支付保证金的方式,在

安排大宗客户业务订单生产时实际已收到全额货款,相关应收账款基本不存在坏账损失风险,比值维持在10%-12%之间。金牌橱柜采用融资担保和分阶段付款模式,2019年新增应收账款占大宗业务收入比例较低,在3%-14%之间。欧派家居和金牌橱柜应收账款回款能力较强。

业内人士认为,代理模式能一定程度降低坏账风险,与经销商合作也有利于提升中标率及更好的售后服务,未来定制企业大宗代理商业模式将会逐渐增多。

欧派在年中报中也提到,上半年进一步加大抢占百强房企份额,和多家百强地产商达成产品联合开发标准制定,并表示随着地产行业销售红利,家居行业产生变革,大宗渠道处于行业发展风口。

自2016年开始,中央及各级政府积极推动住宅全装修政策,精装修市场连续实现高速增长。今年以来,各大头部企业纷纷加大工程渠道的布局力度,定制家居龙头也加速加深与房企合作。

今年4月,世茂和家居卖场红星美凯龙达成协议成立合资公司,打通从新房批量家装、交付定制装修、二手房翻新等全周期服务,形成融合地产+家装+社区服务的新布局。

碧桂园以15亿元,先后入股蒙娜丽莎、帝欧家居、惠达卫浴,被认为是房企深度参与家居、家装企业的标志性事件。

长城证券认为,产业链合作日趋紧密,2B业务绑定地产龙头集中度有望持续提升。家居建材上市企业和地产企业的绑定,标志着在精装房持续渗透的背景下,龙头地产商与家居建材企业的合作正不断深化,绑定龙头房企的家居建材企业有望受益于地产行业集中度提升,获得更大市场份额。

业内人士分析认为,B端产品型号规格一致,一次性批量生产,定制家居企业与房地产开发商子公司合作,共同出资成立合资公司,建设厂房、展厅及家居产品生产线,产能主要供应给地产商旗下的精装楼盘和区域内经销商,同等条件下,地产商采购、销售体系优先采购合资公司生产的产品。

相比零售市场,精装市场集中度更高。定制家居头部企业更容易成为B端客户核心供应商。伴随着与房企的深度合作,核心供应商的合作持续性增强,将进一步加强企业与客户的黏性,加速B端市场发展。(长江商报)

在人工智能、5G等新技术发展的支撑下,各大科技公司都在推出不同版本的智能家居解决方案,通过软件集成家用电器等日常设备,让人们的生活变得更加智能。

全球市场上,包括施耐德、西门子、霍尼韦尔、罗格朗、ABB、江森自控等企业都推出了不同的智能家居解决方案。在国内,小米、华为等互联网企业也在部署智能家居生态。

要推动智能家居的普及,设备必须共享标准化的物联网语言。物联网标准为实现操作的便捷性和通信安全性提供了必要的机制,标准化的设备和解决方案必须经过可靠的实际测试程序,以确保它们可以一起工作并符合预定的安全性标准。

为此,智能家居行业企业已经着手

智能家居的行业标准将意味着,物联网的集成化能够使得智能家居从单元逐渐转向社区,向真正意义上的智慧楼宇迈进。因为业主不必猜测他们的居民想要哪种操作系统,他们可以建立基础架构,让用户自己决定使用何种智能家居解决方案,而无论哪种方案又都能够被集成到整个楼宇管理系统中,获得兼容。

宋炯谈道,相比智能家居的单元而言,社区的构建更加重要,能够提升人们的生活体验,例如可视对讲等远程访问控制方案、安防预警方案、停车管理方案等等,能够帮助社区更好地进行连接。

“未来单元内的智能设备将能够远程运行,并且凭借云端的存储能力,很多情况下智能设备可以通过离线进行

千亿智能家居市场统一标准缺失

讨论如何联合起来,创建新的连接标准,从而使得任何参与者都能构建起互相兼容的硬件设备。

理想的“智能生活”场景应该是这样的:设备之间能够互相实时传递信息和智能操作,比如连接了网络的房屋允许主人通过智能手机应用程序更改房屋温度;而智能房屋具有安全系统,可以识别车驶入车道,与恒温器进行通信以调整房屋温度,在主人回到家前就能打开室内照明灯并预先加热烤箱等。

近年来国内新建住宅都不同程度地安装智能化系统,但是专家表示,智能家居系统整体仍然存在智能化水平不高、标准不统一、兼容性较差不稳定、缺少检测技术依据,市场质量监督体系尚不规范等问题。如何更好地推动和促进智能家居行业国家标准落地与应用,让智能家居从业者更好地“学标准、懂标准、用标准”,成为行业正在努力的方向。

施耐德电气高级副总裁、智能家居业务中国负责人宋炯对笔者表示:通过互联网通信技术,智能家居已经能够以多种现代化手段实现消费者对于家庭设备的个性化、人性化控制。但是智能家居要“破茧”,从一个独立的单元延展到更庞大的智能家居体系,必须要建立相应的物联网标准。

“这将会使得智能家居获得更强的兼容性,比如消费者可以通过本地场景开关、智能手机、智能音箱等设备,来实现屋内所有智能设备的远程无线操控和实时云端通信。”宋炯表示。

访问,而且未来这些功能将变得司空见惯。”宋炯说,“尤其是低成本、便捷安装的无线解决方案的推出,更加速了智能家居的发展与普及,使得更多智能家居产品飞入寻常百姓家。”

智能家居在中国更是以领先全球的速度发展。艾瑞咨询数据显示,2015年中国智能家居的市场规模是400亿元,今年规模有望达到2000亿元,前瞻产业研究院预计,2023年可能会进一步增至5000亿元。

为顺应居民消费升级趋势,今年国家发改委等23个部门联合印发了《关于促进消费扩容提质实施意见》,其中也提出刺激家电消费的相关意见,将智能化家电作为未来政府刺激居民家电消费潜力的主要方向。

宋炯表示,智能家居发展的趋势是乐观的,这很大程度上受益于5G+AIoT融合带来的新的技术应用;而5G将通过官方牵头指定国际标准,为全屋智能家居系统提供更加全面的网络通信保障和安全防护保障。

“疫情影响下国内外居民对无接触智能家居产品需求都有显著提高,智能家居的便捷性和无接触交互方式在后疫情时代优势凸显。”他说道,“中国内需市场庞大,天然具有构建规模经济效应的基础。”

目前行业普遍达成共识,未来智能家居行业发展空间将由现在的各个智能家居企业的智能家居系统和智能家电一起组成。智能家居系统企业越多、智能家电品类越丰富未来,就能更好地

“二宝出生,原有的100平米房子,空间就显得很小了,于是又置业了一套大户型的房子,去年底已交房,因疫情延迟了装修,目前新房水电工程已经验收完工,泥瓦工开始进场了。”85后的谢女士,是一位有两娃的妈妈,工作的同时兼顾家庭,第二套新房装修也交给了装修公司。

“金九银十”“国庆黄金周”“双11”……进入一年中的后半段,既是收获的季节来临,又是各种买买买的节奏加快。日前,红网家居频道发起《“金九银十”装修意向调查》显示,在参与问卷的人群中,有6成的网友有新房装修计划,同时也有8成的网友将会趁着近期打折促销的消费旺季集中采购建材家具电器。业内人士表示,如果是自行购买装修材料,需要提前对建材的信息、行情进行了解,以防盲目选购而导致被“坑”。

黄金消费旺季来临,你会将新房装修需要的建材家具、家电集中购买吗?近日,红网时刻走访长沙部分家居卖场,并且采访多位市民,大多数人们表示,会趁着近期打折促销的消费旺季集中采购建材家具、电器。

刘先生一家三口来到万家丽建材家具广场看家具买建材,他表示,房子是年初着手装修,由于疫情影响延缓停工,计划10月份左右工期完工,“自己也不着急入住,新房装修完后,会放置到年底入住。”刘先生说。

9-10月份,针对消费需求旺季,业内人士提醒,如果是自己购买建材家具电器,则需要提前对建材家具的信息、行情等进行了解,不然作为装修小白,盲目去购买建材家具等品类,可能会忙得晕头转向,甚至遭遇消费陷阱。此外,还要预留足够的时间“货比三家”,可能最好的就在最后。(张文)

服务消费者。同时,与产品相关的设计、家装、联网、云存储、售后等服务性因素因为影响消费者的便利性和安全性,所以也会构成影响消费者决策的因素。

标准工作也是人工智能、物联网产业可持续发展的基石。宋炯认为,一方面大部分企业希望自建平台和生态,所以不可避免造成了平台割裂;另一方面,各个企业之间确实存在技术架构各不相同的问题,行业中缺乏一套通用的技术标准,而企业在自己的生态闭环中又有一套技术架构。

谈及物联网时代标准化的重要性,金沙江创投董事总经理丁健表示:“标准化是整个互联网设计的基本原则,即便是到了丰富多彩的人工智能时代,也仍然要建立在非常基础的标准化的前

提下,没有标准,机器就无法运作。”

上个月,国家标准化委员会、中央网信办、国家发展改革委、科技部、工业和信息化部等五部门联合印发了《国家新一代人工智能标准体系建设指南》(下称《指南》),从基础技术、产品、服务、行业应用以及安全伦理方面进行规范和指导,旨在加强人工智能领域标准化顶层设计,推动人工智能产业技术研发和标准制定,促进产业健康可持续发展。

在《指南》中还确定了智能家居为人工智能标准化的九大重点行业应用领域之一,对技术的应用程序接口标准、设备标准、场景标准等应用层面进行规范,确保各领域技术及其应用的准确性、一致性、高效性和可用性,对于推广应用推广具有重要意义。

宋炯表示,施耐德电气的Wiser智能家居系统就是基于标准的ZigBee3.0通信协议技术,兼容性强,通过本地场景开关、智能手机、智能音箱等设备都可实现屋内所有智能设备的远程无线操控和实时云端通信。

西门子方面则表示,其SiEneuro智能家居系统同样基于国际通用的标准ZigBee3.0通信协议,还能支持远程OTA软件升级,通过边缘算法解决了离网安装的工程需求;同时严格遵守私有特征与标准协议相隔离的设计,适用于与不同的智慧社区、智能楼宇和智能家居平台实现互联互通。

(智文)

金九银十 八成网友将集中购买装修建材家具电器