

建材与装饰 MATERIALS & DECORATION

CONSTRUCTION TIMES

责任编辑:张高青
电话:021-63212799-211
E-mail:mo-jun@163.com

2021年5月3日

智能家居的风越刮越猛,但市场却在其中逐渐走向停滞。据统计,2020年发生的47起家居行业融资事件中,有11起是智能家居,占比23.4%。而和资本市场热度形成鲜明对比的是,国内第三季度智能家居设备出货量同比下降了2.5%。

智能家居,是不是连个wifi,把空调、洗衣机、灯泡接入网络就万事大吉了?在这种思维下,手机App层出不穷,远程控制随处可见,但消费者就是无法收获想象中的便捷。也正是这种固化的思维,导致市场扩容到一定程度后,出现了增长乏力的状况。

一直在“迟到”的智能家居热潮

1984年,美国联合科技公司将建筑设备信息化、整合化概念应用在了康涅狄格州哈特佛市的城市建设中,出现了“智能型建筑”的概念,而“智能家居”的概念也由此诞生。

当然,这只是概念的诞生。受限于有限的技术,人们对智能生活的畅想成熟还有相当一段时间,智能家居的热潮比想象的“迟到”得多。

到了上世纪末,人们对他们期待的智能生活有了完整的概念:智能识别的门禁、智能的灯光、创建、音响控制,食物用光了只需要扫描条形码,电脑会自动将商品放进购物车……

这是1999年微软的广告“Microsoft Smart Home”展示的当时人们对智能生活的想象。而在这一畅想的指导下,微软迫切地寻找了大量家庭场景入口,甚至游戏机,这也是Xbox诞生史的一部分。

智能家居真正开始落地,还要等到2014年,谷歌收购了NEST Labs。同年6月,苹果推出智能家居平台HomeKit。在国内,小米手机登上全球第三,中国第一。同时,小米的智能家居布局也开始显露:加强云服务打通多设备,入股爱奇艺布局内容平台,入股美的集团与20余家生态链企业布局硬件。

发展到今天,智能家居几乎是所有互联网巨头和家居企业无法回避的品类,无论是干电商的,还是干社交的,都想要占领智能家居的入口,这是他们曾经在其他领域入口获利颇丰的经验,也是微软二十年前思路的继承。

但是,如果说20年前微软对智能家居的想象无法实现,是因为技术的局限的话,那么在电子信息产业快速发展了二十年之后,我们惊奇地发现,众多企业为消费者呈现的智能家居想象依然如二十年前。那这就不只是简单的技术问题了,这涉及企业对技术、对商业、对家居的认知问题。

智能家居的热潮,在人们的想象中已经来了一波又一波,在资本的注视下也快速增长了6年,但它依然处于未来可期的状态,人们也依然在等待它的到来。

智能家居,该何去何从

面临的问题都是老问题

二十年前,制约智能家居功能实现的,主要是技术问题。这里面有三个方向,分别是物联网、人工智能、云计算。而三个方向实际上都已经为智能家居的爆发做好了准备。公有云层面,阿里、腾讯、华为等企业的技术实力并不弱,可以说已经跟上了国际的发展潮流;支撑人工智能的感知领域,语音识别的科大讯飞、视觉识别的商汤科技等公司也已经打好基础。

目前的产业链局面,显然要比当年手机行业爆发前更优异得多,但为什么依然没能迎来智能家居的热潮呢?这跟家居行业此前的问题是一致的。

不仅只是这几年风靡的扫地机器人、空调、锁具、灯等智能家居相对感知明显的领域,更多的还有传统的床、沙发、橱柜等传统物件的接入或者说生态融合,这些可能更需要一些创造性的思维。以油烟机为例,其功能是非常单一且集中的,当企业企图将其接入网络之后,一定要想清楚其能带来什么,而不是给用户手机多添加一个App。

安防、睡眠、娱乐等场景在传统思维中,其相互之间的功能、需求之间是极度割裂的,这也导致家居行业的厂商相当分散。

前互联网时代,只需要做到风格统一,就能完成相互之间的融合,问题也没有那么明显。但到了智能家居时代,很可能面临的是,做空调的不一定懂锁,做锁的也不懂灯,这种情况下,想要彼此之间完成生态协作,简直难上加难。

链条一长就变得复杂,一复杂就让大家觉得自己有机会。无论是生产厂商,还是渠道商,或者是第三方的服务商,谁都觉得站在有利位置,就导致最后面临谁该兼容谁的问题。

手机行业相对容易选择,因为就两个系统,一个集中的苹果和一个分散的安卓。但智能家居可能就不只是两个系统了,形形色色的厂家,或许连协议和代码都是一样的,但就是不能互通,导致用户的体验是极度割裂的。

试想,如果每买一件智能家居就要多安装一个App,熟悉的智能家居入口只能控制有限的几件同系产品,其余都要放到智能手机上,那消费者需要的便捷性又在哪里体现呢?



这些是新问题吗?都不是,实际上这就是家居市场一直以来都存在的问题,分散、割裂、生态性弱……这在之前导致了国内并没有特大型的家居企业占据市场,同时也导致了行业数字化相比其他行业偏慢。

所有的问题,都是老问题。虽然卖服务、卖内容的口号已经是行业共识,但大多数企业事实上仍然依靠硬件设备获得其主要利润。

趋势如何才能变成热潮

无论是旁观者,还是从业者,或者是投资人,谈到智能家居,依然会认为这将是继互联网、移动互联网之后新时代又一次“平台级”机会,即能够改变生态入口的大方向,这个行业的最终胜利者将成为阿里、腾讯这样的基础设施。

但发展到今天,资本显然逐渐冷静了下来。虽然今年有11起融资事件,但披露出来的金额仅仅6亿多,基本属于谨慎之又慎。所有人都对未来保持着期待,但所有人都看到了如今停滞不前的商业思维。什么时候,趋势才能变成真正的热潮呢?

近些年,插座、路由器、音响等领域都有“颠覆时代”的口号,但我们看到所有人的解决方案都是加个联网功能,甚至连基本的内容服务都没有。

大量类似的伪需求需要被彻底剔除,产品的竞争终究要回到其本质——提供更方便的生活,如晚上起床自动开灯,电视和门铃的互联互通等功能的挖掘。

努力走好行业绿色发展之路

——上海涂料染料行业协会召开会员大会暨发展论坛

□记者 张高青

4月28日,2021年上海涂料染料行业协会会员大会暨第十届“绿色涂料发展论坛”和“安全生态染料发展论坛”在上海美丽大酒店举行。来自上海市经济和信息化委员会、中国涂料工业协会、相关行业协会有关领导,高等院校的专家教授及会员单位代表等300余人出席会议。会上宣布,上海华谊精细化工有限公司党委书记、董事长孙焜浩任上海涂料染料行业协会新一屆理事会会长;同时,围绕行业热点及存在问题,协会领导、知名专家教授及重点企业代表20余人做演讲交流,共探行业绿色发展之路。

上海涂料染料行业经济稳健

上海涂料染料行业协会秘书长张水鹤作协会2020年工作回顾及2021年工作计划报告。报告指出,去年,协会把握时代发展脉搏,悉心服务会员单位,努力推动行业高质量发展,虽然受到疫情影响,但整个行业经济依然取得了较好的成绩。

尤其在助推行业绿色发展、环保安全方面,协会做了很多工作。协会自2018年1月启动《水性建筑涂料固体废物属性鉴别及管理要求》(T/SHC-DA00001-2020)团体标准制订工作以来,经过两年多的努力,终于在2020年4月28日正式发布,并于5月28日实施,得到上级领导高度肯定,评价上海涂料染料协会“有使命,有担当”。为推动行业技术进步,2020年10月,协会承办了“第二十一期全国有机颜料技术培训班”,围绕纤维原液着色和水性有机颜料两大重点进行培训;同时,去年协会还承办了《有机颜料技术论文集(续篇)》首发式,《上海染料》编辑部出版了《有机颜料技术论文集(续篇)》,为行业新技术的推广与普及。此外,在会长何宝的倡导下,2020年协会在《上海染



料》杂志还刊登了6期“企业专版”,有介绍企业绿色发展经验的,也有报道企业敬业奉献事迹的,受到广泛好评。

2025年环境友好型涂料将占70%

会上,中国涂料工业协会会长孙莲英做专题报告,对我国涂料工业“十三五”发展进行了回顾,并对行业“十四五”发展进行了展望。

“十三五”期间,按照同口径对比计算,我国涂料工业产量由初期的高速增长转入末期的中低速增长;主营业务收入排除2019年贸易战及2020年期间的疫情影响,总体增长保持在5%左右;利润增速除2017年外均保持在5%以上增长。2020年,全国涂料产量2459.10万吨,同比增长2.6%;营业收入3054.34亿元,同比下降2.8%;利润总额累计达245.97亿元,同比增长5.5%。

展望“十四五”我国涂料工业的发展,孙莲英认为,行业将呈现“企业两极快速分化,下游采购方式转变”的趋势。行业增长主要集中在大中型企业,这些企业资金相对雄厚,固有保障,且品牌知名度高,疫情防控措施稳健,正式复工时间较早,对于后疫情时期市场的把控具有绝对优势。同时,受疫情影响带来的市场、资金等方面的后续影响,以及环保督查力度的加强,小微涂料企业将持续关闭或暂停生产,将空出更多市场发展空间。采购方式也会发生转变,疫情对供应链、物流带来重大影响,各下游企业将逐渐转向集采、定向供应商采购等方式,涂料供应市场逐步集中。

孙莲英表示,“十四五”涂料行业的经济目标是,到2025年涂料行业总产值达3700亿元左右;涂料行业结构调整目标是,到2025年环境友好型涂料要占涂料总产量的70%。

绿色环保成为行业的自觉追求

在同期举行的“绿色涂料发展论坛”和“安全生态染料发展论坛”上,“绿色”“环保”成为与会代表演讲的关键词。

立邦集团党支部书记冯海在演讲中指出,绿色是立邦永恒的主题。立邦多年来一直以绿色的理念,安全的保障,优化的工艺,优势的成本,来打造竞争优势。2017年-2020年,立邦涂料(中国)有限公司、广州立邦涂料有限公司、立邦涂料(成都)有限公司先后被国家工信部认定为“国家级绿色工厂”;廊坊立邦有限公司被评为“省级绿色工厂”。针对真石漆在外墙装饰面中普及率高,但存在着低价竞争激烈、不赚钱等种种痛点,罗斯夫新材料科技有限公司研发总监龚博文在演讲中介绍了罗斯夫公司研发的轻质真石漆,该产品是一种复合的悬浮分散体涂料,具备传统真石漆的优点,同时解决了传统真石漆生产批次稳定性差、耗漆量大、产品利润低等行业难题。上海工程技术大学教授温绍国分享了《新型隔热防腐水性工业涂料制备与应用性能研究》课题,针对现阶段水性工业涂料存在初期耐候性不佳的缺陷,上海工程技术大学的研究是使用环氧改性丙烯酸树脂作为成膜物,利用磷酸锌、二氧化钛对中空玻璃微球和高分子微粒进行包覆改性,以其作为功能填料,制备具有隔热防腐和隔热反射功能的新型隔热防腐水性工业涂料,有效解决耐候性不佳的缺陷。

此外,上海企业联合会、浙江龙盛集团股份有限公司研究院、七彩云电商、浙江科永化工有限公司、瑞泰士化学(上海)有限公司、鞍山七彩化学股份有限公司、北京中化联合认证有限公司、科莱恩涂料(上海)有限公司等单位的代表纷纷做了演讲,为行业的绿色发展献计献策。

从防水展看我国防水行业的发展方向

随着我国城镇化速度的加快以及房地产业的发展,建筑防水材料的应用越来越广泛,我国防水行业发展快速。专业的防水展会是行业发展的一面镜子,在去年10月举办的第18届中国国际屋面和建筑防水技术展览会,作为我国防水行业去年线下最大的经贸活动,吸引了大量产业链上下游人士,向社会展示防水行业疫情防控、复工复产取得的战略性胜利,鼓舞了行业士气、提振了行业信心。从该届防水展来看,不少企业在提高产品的适用性、施工便捷性、重点领域技术突破以及合理减少建筑构造层次等方面做了很多努力,有了一些比较好的技术成果。虽然展会已过去半年,但该届展会上的一些体现发展趋势的新亮点依然值得回味。

提高产品对气候的适用性

风、霜、雨、雪、太阳辐射、温度变化等外部不利因素都会影响防水材料的使用寿命,严重时会造成工地停工。我国工地普遍存在赶工期的情况,如果防水材料自身能在一定程度上弱化外界气候变化对施工造成的影响,不耽误工期,肯定会受到甲方的欢迎。

在该届防水展上,两款提高对气候适用性的防水产品引人关注。江苏凯伦建材股份有限公司新推出的防水黑科技——MBP-Pro高分子自粘胶膜防水卷材,沿用了凯伦股份第二代卷材中使用的人工白砂,且增设了背涂搭接边,胶膜中加入了憎水性助剂,打造出“胶粘胶”的搭接方式,能够在水中有效搭接。MBP-Pro高分子自粘胶膜防水卷材下雨也能施工,大大增加了工地可施工的时间,实乃赶工期的利器。

此外,科顺防水科技股份有限公司新推出了Y202全优防冻型防水涂料。据介绍,该款防水涂料防水效果好、涂膜柔韧抗裂,更具备优异的防冰性能,在-20摄氏度的环境下可正常使用。一般防水涂料要在5摄氏度以上施工,而Y202全优防冻型防水涂料在冬季温度零下防水功能不失效,可减少仓储保温压力,节约成本,提高施工效率。

配套机具使施工更加便捷可靠

阴阳角、出屋面管道、设备支座等异型部位属于易渗漏部位,易造成渗漏隐患,在防水施工过程中,这些部位很难处理完美。工人不容易做好不说,还要比平面花更多的时间。细部处理预制件的出现解决了这个问题。

展会现场,富莱克斯天津科技有限公司展示了阴角部位、阳角部位、出屋面管道、设备支座等高分子防水配套件,这些工厂预制的细部处理系统能消除渗漏隐患。预制的细部处理系统和防水卷材为同种材质,分不同的规格型号,应用在不同部位施工中和卷材严密结合。满足了不同建筑异型部位的施工需要。

除了有专门的配套件企业生产外,有一些企业在长期的生产和施工过程中,为了满足工程实践,也生产一些小配件、小工具。如山东鑫达鲁鑫防水材料有限公司自制的阴阳角施工所需的小工具、小配件和异型部位所需的施工工具达上百种,PVC施工工具箱、SBS施工工具箱和自粘工具箱,焊枪、美工刀、钢刷、冲击钻、热熔枪等各种工具更是配套齐全,高效的施工机具是施工质量的有力保障。西牛皮防水科技有限公司发布的现制卷材机可以在工地现场快速制作防水层,自动化、机械化、智能化,适应工程的需要。

解决行业的难点痛点问题

相对大平面,侧墙防水是比较有施工难度的,用卷材容易滑移,用涂料容易流淌。针对行业痛点,东方雨虹、宏源、宇虹、凯伦等都推出了针对侧墙的防水产品。

居能解决的问题足够多了,市场才会真正走向爆发。

目前市场上,人人都认为自己会成为苹果,但实际上,大家可能更需要一个统一的“安卓”生态的诞生。虽然小米、华为、海尔等企业在12月初成立了开放智联联盟,但根据过往经验,从联盟走向真正的行业标准,可能还有很长的路要走。

而理想状态是,互联网最终完成对生活场景的全覆盖,在悄无声息中完成工作场景、移动场景、生活场景的无缝切换。而到了那时,才是真正的热潮涌动。

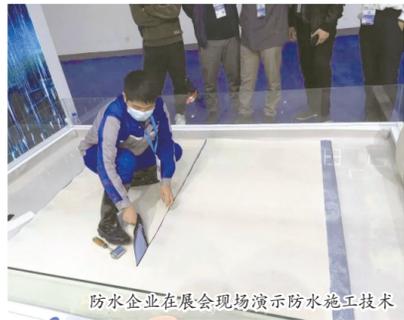
虽然现在智能家居似乎仍处于瓶颈期,但整体趋势依然是扩张的。而一旦智能家居的便利性逐渐大于传统家居,人坑的消费者可能再也不会回到上一代的生活方式。

随着产业链的持续推进、通信协议的不断完善,家居产品的智能化成本也将越来越方便廉价。可以想见,几乎所有家居设备的智能化趋势也未可知。

同时,中国城镇化还在持续推进。智能家居无论从基本面,还是技术面,前景都极为可期。毕竟市场不可能永远分散下去,所有目前争执的问题,都将在未来解决。

对于大多数入局的玩家而言,如果无力解决整个生态化的问题,需要的则是真正理解家居智能化的目的和解决的问题,对现有软硬件系统进行更深入的思考和挖掘,苦练内功。

只能说,智能家居,仍然未来可期。(刘林)



防水企业在展会现场演示防水施工技术