



在家电互联网化趋势下，未来到底由家电厂商来主导还是由互联网厂商来主导，一直是业界讨论的焦点。近日，刚刚在上海结束的2015年中国家电博览会(以下简称“家博会”)上，无论是海尔、美的、创维等传统家电大佬还是京东、360、乐视等互联网新贵，他们或推出智能系统及产品，或主推和参与搭建智能平台，一场智能家居的圈地大战进行得如火如荼。业内专家表示，包括海尔、美的、创维等家电大佬们纷纷建立自己的智能生态圈，显然是希望在未来的智能家居争夺战中抢得更多的话语权，从而主导未来的智能家居市场。

不甘在互联网时代被弱化

家电大佬想当智能家居主角

白电巨头：推平台圈地智能家居

在家博会上，国内白电企业是名副其实的主角，包括海尔、美的等家电巨头，都试图通过建立自己的智能平台，来圈地未来的智能家居市场。

就在2015年中国家电博览会开幕前一天，国内家电企业龙头海尔对外发布了U+智慧生活App。海尔将该App定义为“用户定制智慧生活的入口”，并预计到2020年将有100亿用户连入U+智慧生活App。据海尔相关负责人介绍，海尔U+理念主要是构建智能生活生态圈，让不同品牌、不同属性的企业汇聚在同一平台。

记者在家博会现场发现，海尔在2000平方米的展台上展示了海尔针对智能家居体系建立的七大生态圈，包括洗护、用水、空气、美食、健康、安全、娱乐居家生活。据悉，海尔U+生态圈的开放性吸引了内容商、软件商、硬件商和运营商的全方位参与，在互联互通、多方共赢的基础上开展深度合作。目前海尔U+已与全球300家企业开展了合作，在本届家博会上也推出了多种智能家居产品，成为智能家居圈中罕见的强大势力。

海尔智能家电部长李莉对记者表示：“海尔U+平台虽然品类众多，但是给人一种繁而不乱的经验，原因在于其利用海尔U+智慧生活App，将旗下产品贯穿起来。消费者可以利用手机、iPad、手环等多种智能终端设备进行操作，多屏性更加适应不同的生活场景。”

除了海尔，其他白电巨头也不甘落后。美的总裁方洪波更是亲临家博会美的智能化展厅，为美的智能化产品助阵。在家博会上，美的集团还发布了智慧家居系统白皮书，这是继去年美的集团发布M-Smart智

慧家居战略后，智能家居产品的整体亮相。美的集团智能家居研究院院长毛宏建表示，未来M-Smart系统将建立智能路由和家庭控制中心，将提供除WiFi之外其他新的连接方案。同时，M-smart系统还将扩展到黑电、娱乐、机器人、医疗健康等品类，以开放、互存、共进的原则，构建更加广义的商业圈及生态圈。

黑电大佬：加速白电产业布局

在展示彩电产品的同时，黑电企业向外界展示白电产品，也成为此次展会的一大关注焦点。记者在本次展会现场看到，创维、TCL等企业在展示一系列智能电视、量子点电视等新品时，空调、洗衣机等产品也成为它们展示的重点。

在智能家居建设上，彩电一直被看做一个闭环。但在本届家博会上，创维正式宣布开放智慧屏幕，搭建智能硬件平台，发布标准协议，积极邀请上下游合作伙伴共享智能电视屏幕，共同开发与智慧家庭相关的丰富服务。

同时，国内家电市场仍处于一个“白强黑弱”的格局，彩电企业在冰洗空等白电领域的表现也并不抢眼，但这些却并未影响彩电企业进军白电市场的决心。创维集团有限公司总裁杨东文表示，创维想做空调不是一天两天了，三年前做了冰箱和洗衣机，去年切入空调，产品线丰富后黑白联动来支撑集团互联网战略。

主导空调业务的深圳创维空调科技有限公司董事、总裁肖友元也表示，创维空调将不涉足功能空调市场，全部生产智能空

调，未来发展不排除接收一个日资压缩机品牌的可能。

在TCL的展台上，记者也看到了诸多白电产品，包括TCL新推出的北斗洞明、北斗开阳、北斗天机、北斗天权、北斗天枢、北斗天璇、北斗摇光、北斗隐元、北斗玉衡9款空调新品。

与传统空调产品不同的是，TCL北斗空调也强调WiFi物联、云服务云记忆、智能空气检测、超级监控、智能天气、智能节能、智能加氧等功能，构建完整家居生态系统。以TCL北斗开阳空调为例，该系列主要基于智能WiFi遥控，用户只要将手机、Pda、电脑、电视等智能终端安装上TCL空调的APK或App，即可登录TCL空调智能云网络服务器，并通过微信、iOS、安卓等系统，对空调进行远程操控。

在业内专家看来，黑电企业之所以青睐白电领域，除了白电产品毛利率相对较高、市场发展前景乐观外，补齐产品线为今后智能家居的大战做好准备也是一个重要原因。

互联网新贵：跨界合作势在必行

在本届家博会上，互联网企业也成为一道独特的风景线，包括腾讯、百度、京东、360等纯互联网企业也纷纷参展，不仅涉足智能家居产品，还与诸多传统家电企业有着各种各样的跨界合作。

作为传统厨电巨头，老板电器今年在展会现场搭建现代化的智能厨房，向消费者全方位展示ROKI智能烹饪系统，再现互联网时代理想的智能厨房生活场景，同时也邀请了360、阿里、京东、百度等互联网企业参与。

据了解，此次并不是老板电器首次与互联网企业进行合作交流，早在2014年，老板电器就已经携手京东举行了“共建智能厨电未来”战略升级研讨会，达成了在产品推广、供应链优化、数据共享、产品个性化定制等方面的密切合作协议。而如今，老板电器与阿里、百度等互联网企业的战略合作也在不断进行中。

据记者了解，京东、360、遥控e族、智慧云等智能领域企业与海尔、美的、海信等家电厂商也搭建了智能家居组合，同时在一些家电产品和战略上，也能够看到百度、阿里、腾讯的影子。作为智能电视领域的跨界战，乐视也在展会上推出了体验专区。在展示乐视TV超级电视的同时，乐视还主推“LePar超级合伙人”计划，希望通过创新的“O2O+C2B+众筹”多维一体合作模式，邀请LePar项目的超级合伙人，共掘大屏互联网市场。

在业内专家看来，未来的智能家居时代不是某一家家电厂商、某部分家电群体或者互联网群体能够实现的，而是需要互联网企业和家电企业的深度合作才能够实现。

但记者在家博会上也发现，一些家电企业仅仅为了“智能而智能”，在一家厨电企业展台，一位工作人员演示了用手机近距离来控制油烟机的开启和关闭，但当被问及能给消费者真正带来什么改变时，该工作人员却不知如何回答。

在行业观察家看来，智能家居是“互联网”对传统家电的改造，也是互联网企业和家电企业的“软硬结合”。不过，目前智能家居仍缺乏统一的行业标准，各家智能家居平台之间的互通性问题仍然悬而未决。如何打破这一行业发展阻碍，将直接影响今后的智能家居发展速度。

(北商)