

网上中国

2020年中国智能家居配置率较上年增加15.1%

你用智能家居产品了吗？

本报记者 王晶明

扫地机器人打扫卫生，减轻你的家务负担；智能门锁识别指纹，出门也不用怕忘带钥匙了；智能音箱接收语音指令后既能放歌，还能播剧……近年来，智能家居行业快速发展，越来越多智能家居产品走入消费者家中。据奥维云网（AVC）监测数据，去年中国智能家居配置率较上年增加15.1%，达到84.2%。



▲在第三届进博会消费品展区，观众去松下电器展台参观智能家居。

新华社记者 李任滋摄

▲观众在2020年服贸会综合展区参观一款人工智能垃圾分类系统演示。

新华社记者 任超摄

融入日常生活

“再也不用担心老人孩子单独居家了。”最近，家住北京市朝阳区的王女士在家安装了一款智能摄像头，出门在

外，打开APP连接，可以将住宅全景尽收眼底；点击通话键，就能和家人实时通话，方便她随时关照家中情况。

据悉，智能摄像头近年广受市场追捧，市场调研机构IDC去年底发布的中国智能家居设备市场跟踪报告指出，以智能摄像头为主的家庭安防监控连续快

速增长态势，出货量增幅喜人。

而智能摄像头热销，只是智能家居产业的一个缩影。目前，智能音箱、智能门锁等多种智能家居产品受到消费者的青睐。企查查数据显示，目前中国共有智能音箱相关企业5759家。打开电商平台，搜索热门智能家居产品，往往会看到“好用方便”“省时省力”之类的评价。

具体来看，去年“双11”期间，京东平台人工智能电视成交额占比超过85%；智能照明产品成交额同比翻倍增长。今年春节期间，天猫平台扫地机器人、擦窗机器人和洗地机销售增速同比分别超100%、300%、1800%。

为什么智能家居产品能够成为消费者的心头好？中央财经大学中国互联网经济研究院副研究员刘倩接受本报记者采访时表示：“智能家居的宗旨是通过构建智能高效的住宅设施和家居管理系统，提升用户生活水平。随着5G技术普及、人工智能与物联网结合助力，产品功能更完善，这一目标得到更充分的实现，自然吸引更多消费者。”

打开下沉市场

前段时间，家在广西贵港的小潘想为家里购置一台智能洗手池。“本以为爸妈觉得买它多此一举，没想到他们立刻同意了。”

互联网时代，依托高效联通的快递物流，智能家居产品不再只是一二线城市居民的专属，像小潘父母这样的“下沉市场”用户也开始使用这类产品。

天猫等平台日前发布的《2020下沉市场智能家居消费洞察》显示，三线城市以下的中国家庭正在加速“智能进化”，下沉市场已超越一二线城市成为主力消费市场。

天猫平台一组数据侧面佐证了这一新现象——2020年，智能开关、智能落地灯、智能电蒸箱等价格在50元到300元之间的小家电，在下沉市场年销量同比增速均超过300%。产品选择上，男性

偏爱智能空调，女性乐于选择智能洗衣机、智能洗碗机。

专家表示，下沉市场能够成为智能家居行业的新蓝海，说明不少居民的消费需求有了变化。从实用主义到既注重实用、更要提高生活质量，是消费观的转变，也反映人们购买智能家居产品的态度，“小镇青年”表现得更加明显。“我们发现，卖到下沉市场的智能划船机（健身器材），一半以上被‘80后’买走。”天猫精灵IoT相关运营负责人说，在智能按摩产品中，“80后”“90后”比例共占到近80%。

拓展细分品类

“以前堆一盆猫粮、吃完再加，去年猫咪生病，大夫建议按顿投喂。”为照顾宠物饮食，互联网公司员工牛先生网购了一件智能喂食机。“这才发现，原来除了喂食机，还有不少新奇智能产品。”

“品类细分，不只是‘产品创造’，更是‘个性需求挖掘’，在存量市场中开发新的增量潜力。”刘倩认为，“像自动喂食机、智能窗帘、智能浴室镜等一系列产品，正是供给端根据市场需求作出的改善。”

中国智能家居产业联盟（CSHIA）发布的《2020中国智能家居生态发展白皮书》提到，目前智能家居正以区域空间为划分，涉及家庭居住的各个角落，如卧室、客厅、厨房场景等；日后将围绕安全、舒适、便捷等多种需求进行场景阐释与布局。“品类细化为满足场景化需求提供可能，反过来场景化需求也以点带面，促进智能单品之间互联互通，构建整体智能家居系统。”

当前，部分产品“伪智能”、难以完成深度人机交互、一些设备收集用户个人敏感信息、不同系统间无法联通等问题也时有发生。对此，刘倩建议：“行业应本着‘以人为本’的设计初衷，继续完善智能互联技术、智能交互技术等，提升智能家居产品的运行效率和质量。”

Elgiganten是丹麦连锁百货商店，也是丹麦最受欢迎的互联网商店之一。公司在电子产品销售等方面处于领先地位，2019年获得了世界品牌奖（World Branding Award）。佩德·斯特达尔（Peder Stedal）是该公司首席执行官。

1996年，Elgiganten开设了丹麦第一家百货公司，此后公司在全国扩展到38家公司。斯特达尔2008年加入Elgiganten，后来担任公司首席执行官。他拥有出色的领导力，在战术与战略市场规划、电子产品与家用电器销售方面有多年经验。Elgiganten目前专注于丹麦科技产业。“我们的行业发展迅速，新技术不断进入市场。因此，我们在公司的主要任务是帮助丹麦人享受并从中受益。”斯特达尔说。

确保多渠道良好的客户体验与重视技术在社会中的重要性，始终是Elgiganten的核心。斯特达尔表示，让客户可以选择在何时何地以及如何获得良好的建议和帮助，变得尤为重要。因此，在线商店、百货公司之间的互动将成为公司继续获胜的关键。

2020年4月，Elgiganten的存储系统更新升级，以确保更方便、更快地找到产品、按时交付正确的产品并与客户中心取得联系，同时也为在线商店、百货公司、客户中心提供最佳的购物体验。不久，公司便推出了客户俱乐部服务，与客户保持紧密联系，收集各种建议并加以改进。

Elgiganten还曾举办技术麻烦周活动，为产品提供免费帮助和支持。“技术为人们的日常生活提供了许多机会，但它也引起了诸多挑战和挫折，我们的公司希望帮助解决这个问题。”斯特达尔说。

与此同时，Elgiganten每天都对其客户满意度进行测试。在2019年和2020年，约有250万丹麦客户报告了他们的满意度，其中93%的客户拥有良好体验。对此，斯特达尔表示，自从公司更加注重客户的满意程度并引入每日指标以来，客户满意度一直在稳步提高，“未来，我们要保持创纪录的客户满意度。”



图片来源于公司官网

互联网大咖秀

佩德·斯特达尔

大力提升客户满意度

海外网 陈菲扬

经历多轮洗牌，正处于去粗取精的转型期

网约货运，有序才能有戏

本报记者 林子涵



网约护士 上门服务

为精准解决群众看病就医难的痛点，满足百姓多样化、多层次的健康服务需要，青岛西海岸新区自主开发“互联网+评估+护理”智慧平台——琴岛医护，可进行线上静脉采血、伤口护理、生活能力训练及产妇产后护理、中医护理等三大类33个服务项目。市民通过手机APP、微信公众号等方式进行网上预约，即可享受区内5家公立医院线上注册护士的上门服务。

图为3月14日，青岛西海岸新区中医医院网约护士在为患者进行血糖检测。

张进刚摄（人民图片）

近年来，网约货运行业发展迅速，同城货运、长途货运等细分领域竞争加快。与此同时，网约货运行业在安全、管理等方面存在不少问题。交通运输部相关负责人表示，货运新业态决不能打着创新的旗号、以牺牲安全为代价谋发展。下一步，网约货运行业应如何调整转型，安全、高效地提供货运服务？

热门赛道“易攻难守”

需要叫车搬家、拉货？如今，你可以手机下单，等待司机上门。得益于网约货运平台的发展，货源和运力间的信息不对称被迅速打破，网约货车已成为货主与司机的新选择。

业内人士指出，货物运输本是传统业态，但货运与移动互联网结合，依然迸发出新业态的蓬勃生机。2020年1月，交通运输部宣布试点企业可按规定申请“网络货运”道路运输经营许可，鼓励物流资源集约整合。2020年由此被视为“网络货运”的新起点。

去年至今，多家深耕同城货运、长途货运领域的网约货运企业获得高额估值与多轮融资，数家大型互联网企业也纷纷入

局，网约货运一时间成为热门赛道。但与此同时，一批经营困难的货运企业也遭到市场淘汰。

“网约货运行业易攻难守，新玩家容易进入，但不容易和行业的顶尖公司在同等维度竞争。”快狗打车总裁何松接受本报记者采访时说：“新玩家以补贴拿到一定市场份额，之后同样会面临怎么守住市场份额的问题。行业几家头部公司积累的门槛很难逾越。”

国家信息中心首席信息师、共享经济研究中心主任张新红对本报记者表示，网约货运以信息化手段对多元需求进行智能匹配，符合集约化运输管理的发展大势。当前，网约货运行业经历多轮洗牌，正处于去粗取精的转型期。“这一时期企业的内部管理商业模式逐步确立，但行业的问题会暴露得越来越充分，政策也会越来越具有针对性和完善性，而后行业才会进入稳定成长期。”张新红说。

行业顽疾亟待整治

查看消费者投诉网站“黑猫投诉”，多家知名网约货运企业都有数千条被投诉记录。对此，何松表示，在同城货运行业，司机接单后爽约、搬货时坐地起价、发生纠纷时司机态度恶劣，是用户投诉平台最集中的三个问题。

究其原因，何松认为，同城货运的消费者端业务普遍由个体兼职司机履约，司机对平台忠诚度有限；加上抢单而非派单式的平台运营机制，导致司机取消订单的现象时有发生，各大平台的完成率都达不到90%。“我们已经开始在一些城市做试点，把大部分兼职司机变成类似专车的全职司机，这样司机心态

也会发生很大变化。”

张新红指出，网约货运行业出现的问题，一类是传统货运领域本来就存在的“旧疾”；另一类是网约货运带来的“新疾”，如不具备网络货运资质的车主非法营运、互联网背景下平台的不正当竞争等。网约货运在吸引大众参与的同时，也使责任主体更分散，增加有关部门监管与取证难度。

“即使没有网约货运，行业原来存在的问题也需要改革。”张新红说，“网约货运这一新物种的成长需要一段探索过程，网约货运行业目前在发展中出现的两大类问题，必须在发展中解决。”

营运安全至关重要

面对“旧疾新疾”，网约货运行业必须脚踏实地。“未来的竞争是平台内在实力的竞争，包括服务合规能力、运力调配效率、生态化扩展能力等。”张新红说。

何松表示，用户能感知的服务是同城货运平台发展的“护城河”。营运安全是否有保障、司机操作是否规范、收费标准是否明确、发生纠纷是否有客服介入等是关键。

“网约货运可以借鉴网约车和其他共享经济领域相对成熟的经验，例如协同监管、大数据监管、信用监管、算法监管等。”张新红表示，“监管举措须加快发力，政府部门和平台之间也要达成合作。对政府部门需要的监管信息，平台应该积极配合；政府也要提供支持性服务，例如为平台提供一定的人员失信信息、司机违章处罚信息等。只要严格执行技术监督手段，违法违规问题出现的概率就会降低。”

张新红指出，目前网约货运在整体货运行业尤其是在长途货运行业中的占比依然很低，未来发展前景广阔，应当继续坚持鼓励创新、包容审慎的原则。“将来，技术进步会提供更大的想象空间。有了良性的运行机制，行业会加快健康发展的步伐。”



勾建山作（新华社发）