

# “打开空间之门”

——华为全屋智能在 AWE 释放行业变革信号

距离 2016 年华为首次参加 AWE 已经过去 7 年。7 年间,华为从 HiLink 的 IoT 生态战略跃迁至如今的全屋智能。上一次,华为希望能够通过在 ICT 领域的技术连接更多家电产品,而这次在 AWE 展出的全屋智能解决方案则是要连接整个家居环境。

## 触达消费者“经纬线”原则 交织协作向前

此前,华为终端 BG 首席战略官、全屋智能产品线总裁邵洋指出,智能家居的概念存在了十多年之久,但实际上市场覆盖率仍然较低。目前,中国房屋智能化的占比仅为 3%,而这仅仅是智能化的起点。未来,房屋智能化的占比有望逐渐提高。

邵洋介绍,华为的智能家居布局宏大,涵盖了从芯片、操作系统到智能家居设备的整个产业链。华为在智能家居领域的战略将通过 5G、AI、云计算等先进技术,打造一个智能互联系统,实现设备之间的互联互通和智能控制。目前,华为已经推出了华为云+AIoT 生态计划,致力于培育万亿级的智能家居产业。

作为全屋智能产品线的掌舵人,邵洋看到了 2023AWE 的变化。他认为,AWE 随着华为的出现多了一种新维度,过去 AWE 以一个品牌为中心触达消费者,现在变成了华为在经线基础上加了一条纬线,以平台、生态的方式触达消费者。而经纬线并不冲突,是交织在一起协作往前走。

这条纬线具体是什么?邵洋给出

了自己的答案:首先,华为以通信行业起家,在“连接”等技术上拥有优势。而通过 PLC 有线技术的加持,在全屋网络环境的构建中具有明显的稳定性。其次,更多厂商以家电单品为主,继而推广到更多旗下自有的产品上,通过无线连接至手机,但如果手机失灵或者遗失,智能状态均失效,而华为倡导地是通过跨子系统,以使用者意图为场景控制,减少了对手机等移动产品的依赖,最大限度地释放单品控制器的限制。

“打开空间之门”是本次华为 AWE 参展的主题,也是华为对于未来智慧家居场景的一次全新尝试。邵洋在高峰论坛上表示,空间智能化是一个万亿级的新赛道,也是科技赋能人民“好房子”的关键组成部分,但要推开这扇“空间之门”,需要同时具备在连接、交互和生态三个全屋智能核心要素上的长期积累。华为刚好在这几个领域布局已久,通过“1+2+N”架构,推开了从单品智能走向全屋智能的“大门”。

华为不做家电,希望通过技术手段让家电产品打破割裂格局产生联动效应,从 HiLink 便是如此。而全屋智能的整体升级以及多版本的迭代,在 AWE 上的展示更像是卷土重来的技术猛兽。

展会上,华为全屋智能在自己解决方案的设置上做了大面积的场景化展示,这也是本次 AWE 展会上的关键词。

## 连接、交互、生态 全屋智能的制胜法宝

基于目前标准对每个场景及动作都有规范的物模型前提下,智能场景的



2023 AWE 华为展区 资料图片

每个程序都很难被完全定义,而“鸿蒙智联”作为生态正跨过物模型的定义,对不同功能、模式进行卡片式设定,而设定完全由使用者决定,大大提高了产品易用性,也使自主生态形成更稳定的状态。智能家居解决方案的三个重要因素是连接、交互、生态。

有了这“小三要素”后,用户体验实际上是由“大三要素”构成——设计、解决方案、施工。设计师帮用户设计整体空间、解决方案的构筑以及施工方的安装及售后服务。而目前看,华为正是其中能够凑齐三要素的品牌。据悉,目前全球能够既做无线又做有线的品牌少之又少,无线方案稳定性不佳,中国的居住环境也很难在全无线的场景中实现、有线方案成本极高,很难负担高昂

的安装费用,华为全屋智能以可靠的 PLC 电力线载波技术为主,同时支持设备通过无线方案接入为辅,保障稳定连接的同时也支持更多生活体验的丰富。

基于全屋智能解决方案,华为已将其商用化,在全国不同城市的不同酒店进行试点,收效甚好。酒店智能化更是当前亟待解决的供需难题,如插卡取电就是一个需要改进的酒店入住场景,而华为通过毫米波雷达控制,达到“人来灯亮、人走灯灭”的场景效果。酒店场景智能化也带动了更多消费者体验到了更先进的智能家居体验,继而打动其对居住智能化的改造。邵洋表示,华为全屋场景将在更多门店、酒店以及地产样板间及时更新产品,为消费者打开“通往未来智慧”的大门。(新华)



# 换联通千兆好网 享全家幸福满格

联通智家 幸福满格

家庭权益 欢笑满格

超级WiFi 幸福满格

联通看家 关爱满格

旺铺礼包 财运满格



扫码下载中国联通APP



扫码预约办理

\* 本广告仅是要约邀请, 详询许昌联通各营业网点。

广告